

پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی براساس ابعاد فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی

دکتر بهناز مهاجران^۱، دکتر علیرضا قلعه‌ای^۲، افشین دیوبند^۳

۱- نویسنده اول دکتر بهناز مهاجران: استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

Email: Behi217@yahoo.com

۲- نویسنده دوم دکتر علیرضا قلعه‌ای: استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

Email: a.ghaleei@urmia.ac.ir

۳- نویسنده سوم افشین دیوبند: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

Email: Afshin.divband@gmail.com

چکیده - هدف پژوهش حاضر بررسی پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی براساس ابعاد فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه بود. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ به تعداد ۶۰۰ نفر بود. نمونه آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، براساس جدول کرجسی - مورگان ۲۳۴ نفر برآورد گردید. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از ۳ پرسشنامه، فن‌آوری اطلاعات محمودی (۱۳۹۲)، توانمندسازی روانشناختی براساس مدل اسپریتزر (۱۹۹۵) و کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل (۲۰۰۳) استفاده گردید. پایایی ابزارهای اندازه‌گیری برای پرسشنامه فن‌آوری اطلاعات محمودی $\alpha=0/89$ ، توانمندسازی روانشناختی اسپریتزر $\alpha=0/92$ و کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل $\alpha=0/87$ محاسبه شد. داده‌های پژوهش پس از جمع‌آوری براساس فرضیه‌های پژوهش و با استفاده از ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون، تحلیل واریانس چند متغیره (مانوا) و تحلیل رگرسیون چندگانه به روش همزمان تحلیل شدند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین متغیرهای پژوهش همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین نتایج تحلیل مانوا نشان داد که: بین ویژگی‌های فن‌آوری اطلاعات و ابعاد توانمندسازی روانشناختی با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین ابعاد فن‌آوری اطلاعات ($\beta=0/58$) و ابعاد توانمندسازی روانشناختی ($\beta=0/24$) می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمایند.

واژگان کلیدی: فن‌آوری اطلاعات، توانمندسازی، توانمندسازی روانشناختی، کارآفرینی سازمانی

مقدمه

از مهم‌ترین عواملی که امروزه سازمان‌ها و منابع انسانی موجود در آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد تغییرات لحظه‌ای فن‌آوری اطلاعات^۱ می‌باشد (رشیدپور، ۱۳۹۰: ۲). این پدیده تمام ابعاد زندگی انسان را تحت تأثیر خود قرار داده است؛ به طوری که می‌توان گفت حذف آن از زندگی دیگر نه امکان‌پذیر است و نه امری شدنی است. این مهم به اندازه‌ای است که عصر حاضر را عصر اطلاعات لقب داده‌اند (عزیزی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۱). نقش فناوری اطلاعات در سازمان‌های امروزی به اندازه‌ای پررنگ است که بسیاری از نظریه پردازان، مدیران و تصمیم‌گیران سازمان را به اتخاذ استراتژی مرتبط با این فن‌آوری در جهت‌گیری‌های آتی سازمان توصیه می‌کنند (دلوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۵). چرا که فن‌آوری اطلاعات امروزه مهم‌ترین عامل در کیفیت بخشی به برون‌دادهای سازمانی است. شرر^۲ از فن‌آوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی^۳ نام برده و حمایت مدیریت سازمان از فن‌آوری‌های اطلاعاتی، توانمندی کارکنان و عرضه اطلاعات به هنگام را در این مورد مورد توجه قرار داده است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). از سوی دیگر دسترسی آسان به ابعاد جدیدی از فن‌آوری به عنوان مزیتی است که افراد و نهادها را کمک می‌کند تا تغییرات سریع را دنبال کنند (یاسمین و همکاران^۴، ۲۰۱۵: ۱).

فناوری اطلاعات با قرار دادن دانش و آگاهی لازم که در بطن خود دارد می‌تواند باعث توانمندی سازی^۵ کارکنان شود. از نظر پژوهشگرانی همچون عابسی و کرد، فناوری اطلاعات زمینه توانمندسازی کارکنان را در سازمان‌های مختلف از جمله دانشگاه فراهم می‌سازد (محمدی، ۱۳۹۱: ۳). هنگامی که سازمان‌ها قصد توانمندسازی کارکنان را دارند، سیستم‌های اطلاعاتی می‌توانند به عنوان یک رکن مهم در این زمینه مطرح گردند و امکان دسترسی بیشتر را برای سطوح پایین‌تر سلسله مراتب فراهم آورند (اداک، ۱۳۹۴: ۲۶). از راهکارهای مهم و اساسی دولت با چالش‌های جهانی شدن و عصر تداوم توسل به کارآفرینی است. کارآفرینی سازمانی^۶ بسیار مهم است؛ زیرا نه تنها به سازمان برای به دست

-
1. Information technology
 2. Sherer
 3. Entrepreneurship
 4. Yasmeen et al
 5. Empowerment
 6. Corporate entrepreneurship

آوردن یک موقعیت رقابتی بهتر کمک می‌کند؛ بلکه با تقویت بهره‌وری در سطح ملی به رشد اقتصادی کشور نیز کمک می‌کند (کاسا و استییا راجو^۱، ۲۰۱۴: ۱۵۱؛ داریانتو و همکاران^۲، ۲۰۱۵: ۱۰۷۲). لذا کارآفرینی به عنوان یک جزء کلیدی از برنامه‌های ملی در نظر گرفته شده است (حسینی و همکاران^۳، ۲۰۱۴: ۱۵۲).

نظام‌های آموزشی، بالاخص نظام آموزش عالی در رساندن جامعه به اهداف ملی نقش کلیدی را دارند. یکی از چالش‌های بزرگی که برای دانشگاه‌ها و مدیران مدارس در حال حاضر وجود دارد این است که به اعضای هیئت علمی و کارکنان خود آموزش دهند که از حداکثر فن‌آوری اطلاعات استفاده کنند؛ البته هنوز هم ناتمام مانده است (یاسمین و همکاران، ۲۰۱۵: ۲). استفاده از فن‌آوری اطلاعات بهترین راه کسب اطلاعات جدید و روزآمد می‌باشد. فناوری اطلاعات و ارتباطات با کاهش هزینه، وقت، حذف نظام بوروکراتیک، ایجاد تغییرات در سازمان، ایجاد تنوع، فراهم کردن انگیزه کافی برای فعالیت‌های کارآفرینی و به وجود آوردن هماهنگی لازم برای سازمان‌ها و افراد می‌تواند به تغییرات در جوامع منجر شود (حسینی و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۵۲). با توجه به اینکه بودجه دولت‌ها رو به کاهش است؛ دانشگاه‌ها می‌باید به دنبال جایگزین‌های جدیدی برای حمایت از استراتژی‌های خود و ارزیابی مجدد مأموریت‌های خود می‌باشند؛ یکی از این گزینه‌ها توسل به کارآفرینی است (لاریجانی و همکاران^۴، ۲۰۱۵: ۳۹). در میان محافل آموزشی، نظام آموزش عالی به عنوان کانون تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر در درجه اول می‌بایست این مسئولیت خطیر را برعهده بگیرد. از نظر فیلیپات و همکاران^۵ (۲۰۱۱) مفهوم کارآفرینی، به عنوان یک پدیده جهانی و کلی در مسیر توسعه مراکز آموزش عالی و دانشگاه نمود پیدا می‌کند (فیلیپات و همکاران، ۲۰۱۱؛ به نقل از حسینی اقدم، ۱۳۹۰: ۳). با توجه به نقش و مسئولیت خطیری که دانشگاه به عنوان مغز متفکر یک کشور برعهده دارد، نیاز به کارکنان توانمند و کارآفرین در این سازمان بیشتر محسوس است. توانمندی و کارآفرین بودن به خودی خود و در خلأ شکل نمی‌گیرد؛ بلکه نیازمند ابزار است. فن‌آوری اطلاعات از مهم‌ترین ابزارهایی است که می‌تواند به این مهم جامه عمل پوشاند. فن‌آوری اطلاعات با تنوعی که در بطن

-
1. Kassa & Satya Raju
 2. Daryanto et al
 3. Hosseini et al
 4. Larijani et al
 5. Philpott and et,al

خود دارد باعث تقویت روحیه، اعتماد به نفس و مقابله با مسایل شده است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷). فن‌آوری اطلاعات با خارج کردن کارکنان از کار روتین موجبات خلق ایده‌های جدید توسط کارکنان را فراهم کرده و سازمان را به کانون تبلور ایده‌های جدید مبدل می‌سازد. با توجه به مباحث مطرح شده می‌توان گفت که این پژوهش درصدد پاسخگویی به این سؤال است که آیا می‌توان کارآفرینی سازمانی را براساس ابعاد فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه پیش‌بینی کرد؟

پیشینه پژوهش

الف) فن‌آوری اطلاعات

بسیاری از محققان و پژوهشگران عصر حاضر را عصر ناپیوستگی نامگذاری کرده‌اند؛ عصر ناپیوستگی به این معنی است که تجربیات و راه‌حل‌های گذشته برای مسائل کنونی و آینده سازمان مناسب نیستند (بین محمد و همکاران^۱، ۲۰۱۳: ۲). مجهز شدن به سیستم‌های فن‌آوری اطلاعاتی جدید و مرتبط بهترین راه‌حل مواجهه با این عصر ناپیوسته و متحول می‌باشد. داکوتای شمالی کتاب^۲، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را به عنوان استفاده از سخت‌افزار و نرم‌افزار توسط افراد و گروه‌ها برای انجام وظایف مختلف تعریف می‌کند (یاسمین و همکاران، ۲۰۱۵: ۱). از نظر شارما و جین^۳ (۲۰۰۳) فن‌آوری اطلاعات دربرگیرنده فهرست گسترده‌ای از رسانه‌ها و شیوه‌های نوین است که افراد و سیستم‌های اطلاعاتی را به یکدیگر مرتبط می‌کند و شامل: پست صوتی، پست الکترونیکی، کنفرانس‌ها، مذاکرات صوتی و تصویری، اینترنت، اینترانت و شبکه‌های محلی سازمان‌ها، تلفن‌ها، دستگاه فکس و مواردی از این قبیل می‌باشد (شارما و جین، ۲۰۰۳؛ به نقل از حق‌شناس کاشانی، ۱۳۹۳: ۶۶). نگاهی به خصوصیات و مشخصه‌های فن‌آوری اطلاعات گویای این مطلب است که این ویژگی‌ها امروزه از ضروریات زندگی محسوب می‌شوند.

فن‌آوری اطلاعات به عنوان یک پیونددهنده، تمامی علوم روز را به کار می‌گیرد تا بتواند اطلاعات مورد نیاز متخصصان صنایع، سازمان‌ها و بالاخره همه مردم در قسمت‌های مختلف جامعه را در کمترین

-
1. Bin Mohammad et al
 2. North Dakota Century Code (NDCC)
 3. Sharma & Jain

زمان و بهترین وجه ممکن تامین کند (دلوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۵). فن آوری اطلاعات یکی از شاهراه‌های بزرگ دست‌یابی به اطلاعات برای پژوهشگران و محققان به شمار می‌رود. در قرن بیست-ویکم دسترسی به فن آوری اطلاعات عامل اصلی موفقیت سازمان‌ها و ارگان‌ها محسوب می‌شود. امروزه در هر سازمانی بحث به کارگیری فن آوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی مطرح است و همه‌جا سخن از سودمندی و یا ضروری بودن استفاده از رایانه است، به همین خاطر مدیران همیشه درگیر تصمیم‌گیری برای صرف هزینه یا سرمایه‌گذاری برای به کارگیری فن آوری در سازمان خود هستند (رشیدپور، ۱۳۹۰: ۱). عقل سلیم حکم می‌کند که سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه فن آوری اطلاعات پیامدهای مثبتی را برای سازمان به ارمغان خواهد آورد. از نظر شهرستانکی (۱۳۸۵) در نیم قرن اخیر، سازمان‌های مدرن سرمایه‌گذاری روی فن آوری اطلاعات را افزایش داده‌اند، زیرا عقیده دارند که فن آوری اطلاعات تأثیر مثبتی روی عملکرد سازمانی دارد (شهرستانکی، ۱۳۸۵؛ به نقل از عزیزی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۱). به کارگیری فن آوری اطلاعات به افزایش دانش و آگاهی کارکنان و نیز غنی شدن محتوای مشاغل می‌انجامد (محمدی، ۱۳۹۱: ۳). به هر میزان که دسترسی به اطلاعات جدید بیشتر باشد و از فن آوری‌های نوین در ارائه خدمات استفاده شود به همان میزان اثربخشی و کارایی^۱ یک سازمان افزون‌تر است. زیرا وقتی که مدیران افراد را با اطلاعات بیشتر، به جای اطلاعات کمتر، تجهیز می‌کنند افراد احساس توانمندی می‌کنند و به احتمال بیشتری با بهره‌وری، کامیابی و در هماهنگی با خواسته‌های مدیریت کار می‌کنند (حق‌شناس کاشانی، ۱۳۹۳: ۶۶).

ب) توانمندسازی روانشناختی

ارزیابی تاریخی نشان می‌دهد که توانمندسازی با جنبش روابط انسانی که تمرکز اصلی آن به کار فردی و تعاملات با کارگران بود آغاز شد (ویسی و همکاران^۲، ۲۰۱۵: ۴۳۸). اسپریتزر^۳ (۱۹۹۶) توانمندسازی را به عنوان یک فرایند که از طریق آن افراد به اندازه کافی قدرتمند می‌شوند تا قادر به مشارکت و نظارت مستقیم باشند و بر حوادث و مؤسساتی که تأثیر مستقیم بر زندگی آن‌ها دارند اثرگذار باشند تعریف می‌کند (آورام و پریسکو^۴، ۲۰۱۲: ۹۴۹). در تحقیقات مختلف توانمندسازی از

1. Effectiveness & Efficiency
2. Veisi et al
3. Spreitzer
4. Avram & Priescu

جنبه‌های مختلف تعریف شده است، این تعاریف را می‌توان در یک دسته‌بندی کلی از سه بعد مدنظر قرار داد؛ این سه بعد عبارتند از:

۱- رفتاری: از جنبه رفتاری توانمندسازی اشاره به دوران تشویق و خودمختاری کارکنان دارد.
 ۲- شناختی: از این بعد توانمندسازی شامل بهسازی فرصت برای کارکنان است تا به اطلاعات و منابع سازمانی دسترسی داشته باشند.

۳- روانی: در این رویکرد توانمندسازی به عنوان تفویض اختیار و انتقال قدرت از مدیران به کارکنان تعریف می‌شود (توتار و همکاران^۱، ۲۰۱۱: ۶۳۱۹). باون و لاولر^۲ (۱۹۹۵) توانمندسازی را سهیم نمودن کارکنان خط مقدم سازمان در چهار عنصر اطلاعات، دانش، پاداش و قدرت می‌دانند (قلی‌فر و همکاران^۳، ۲۰۱۱: ۱۲۲۵۰). عناصر مطرح شده توسط این دو صاحب‌نظر را می‌توان از زیرساخت‌های توانمندسازی دانست؛ آشکار است تا زمانی که توانمندی‌های لازم در این زیرساخت‌ها (اطلاعات، دانش، پاداش و قدرت) در کارکنان به وجود نیامده است نمی‌توان انتظار پیامدهای مطلوب را داشت. از نظر واچاراکیات^۴ (۲۰۰۸) روانشناختی^۵ به عنوان مجموعه‌ای از حالت‌های روانشناختی تعریف می‌شود و بر این نکته متمرکز است که چگونه کارکنان درباره کارشان فکر می‌کنند و چه مقدار به نقش و نفوذ خود در سازمان باور دارند (واچاراکیات، ۲۰۰۸؛ به نقل از همایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸۶). در یک دیدگاه وسیع و گسترده کانگر و کانونگو^۶ بین دو نوع توانمندسازی رابطه‌ای و انگیزشی تفاوت قائل شده‌اند؛ از نظر آنان توانمندسازی رابطه‌ای مربوط به سبک مدیریت و مشارکت در تصمیم‌گیری است، در حالی که توانمندسازی انگیزشی مربوط به فرد و عوامل شخصی است (تاریکو شریف^۷، ۲۰۱۳: ۱۶۲۰). مدل‌های مختلفی از توانمندسازی توسط صاحب‌نظران علوم انسانی مطرح شده است که در اینجا با توجه به اهمیت و در ارتباط با موضوع پژوهش به مدل مطرح شده توسط اسپریتزر که یکی از مشهورترین مدل‌هاست پرداخته می‌شود؛ اسپریتزر توانمندسازی را به عنوان یک مفهوم انگیزشی متشکل از ۴ بعد به شرح ذیل می‌داند:

1. Tutar et al
2. Boven & Lawler
3. Gholifar et al
4. Vacharakiat
5. Psychological empowerment
6. Conger & Kanungo
7. Tariq Sharif et al

- ۱- احساس معنادار بودن^۱: به تناسب بین الزامات شغل، باورها، ارزش‌ها و رفتارهای فرد بر می‌گردد و کارکنان به اهمیت شغلی‌شان در سازمان پی می‌برند.
- ۲- احساس شایستگی^۲: اشاره به اعتماد به نفس در توانایی برای انجام عملکرد شغلی دارد.
- ۳- احساس استقلال^۳: به معنای کنترل ادراک شده کارمند به کارش است؛ یعنی آزادی و اختیار لازم در تصمیم‌گیری برای عمل در موقعیت‌های مختلف را دارد.
- ۴- احساس مؤثر بودن^۴: به معنای احساس فرد درباره توانایی‌هایش برای نفوذ بر نتایج و پیامدهای مهم درون سازمان می‌باشد (همانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸۶). توانمندسازی یکی از مفاهیمی است که در راستای بالندگی منابع انسانی مطرح گردیده، اما فصل مشترک کلیه آنها واگذاری اختیار و مسئولیت بیشتر به کارکنان می‌باشد (عزیزی‌نژاد، ۱۳۸۷: ۲۹). به تبع آن توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان به عنوان یک رویکرد نوین به معنی آزاد کردن نیروهای درونی کارکنان و همچنین فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت‌هایی برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های افراد می‌باشد که باعث ایجاد نگرشی مثبت در کارکنان و در نهایت ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی می‌شود (زالی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۴۲).

پ) کارآفرینی سازمانی

تغییرات و الزامات محیطی، محدودیت منابع و رقابت با سایر سازمان‌ها در برآوردن نیازهای متنوع مشتریان، سازمان‌ها را بر آن داشته است تا به کارآفرینی روی آورند. با ظهور انقلاب کارآفرینانه در ابتدای دهه ۸۰ میلادی اکثر سازمان‌های دولتی به سوی کارآفرینی سازمانی حرکت کردند و کارآفرینی در صدر برنامه‌های رشد و توسعه بسیاری از کشورها قرار گرفت (محمودی و سادات بی‌ریایی، ۱۳۸۸: ۱۵۸). براساس بیانیه جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد (آرچیونگ^۵، ۲۰۰۴؛ به نقل از محمودی، ۱۳۹۲: ۲۰). این بیانیه باعث تجدیدنظر برنامه‌های کشورهای در حوزه برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی

-
8. Meaning
 9. Competence
 3. Self-determination
 4. Impact
 5. Archibong

شده است. چرا که تمرکز بسیاری از دولت‌ها را به توسعه و تقویت کارآفرینی و همچنین توجه سازمان‌ها را به جذب و پرورش کارآفرینان سازمانی سوق داده است (زاللی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۲۸). در طول سی سال گذشته به ویژه در دو دهه گذشته مفهوم کارآفرینی در سازمان‌های موجود تکامل یافته و با عناوین مختلفی از جمله کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی درون سازمانی، مدیریت کارآفرینی و کارآفرینی راهبردی شناخته می‌شود؛ که در این بین کارآفرینی سازمانی بیشترین توجه را به خود معطوف کرده است (رستگار و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۰). شاید این گفته را بتوان این گونه تبیین کرد که کارآفرینی در سطح سازمانی نمود بیشتری به خود می‌گیرد.

کارآفرینی سازمانی از دیدگاه‌های مختلفی توسط صاحب‌نظران رشته‌های علوم اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و روانشناختی تعریف شده است. سانچز و سوریانو^۱ (۲۰۱۱) کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرآیند افزایش توانایی شرکت برای به دست آوردن و استفاده از مهارت‌ها و توانایی‌های نوآورانه اعضای شرکت‌ها تعریف می‌کنند (سانچز و سوریانو، ۲۰۱۱: ۶). در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌ها، کارآفرینی را دو نوع دانسته‌اند: کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی: کارآفرین در کارآفرینی مستقل، شرکت (کسب و کار) جدیدی تأسیس می‌کند تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه شود؛ در کارآفرینی سازمانی، شرایط مدیریتی داخل سازمان‌ها بررسی و آسیب‌شناختی مدیریتی می‌شود تا بستر و شرایط لازم برای نوآوری و بالندگی سازمانی فراهم شود (زاللی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۳۰).

کارآفرینی، مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی آن وابسته می‌باشد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۷). طبق پژوهش مقیمی (۱۳۸۳) که در سطح ملی در ایران انجام شد، عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی سازمانی به سه دسته تقسیم می‌شوند: ۱- عوامل ساختاری موثر بر موفقیت کارآفرینی سازمانی: شامل ساختار سازمانی، راهبرد سازمانی، نظام حقوق و دستمزد، نظام کنترل و نظارت، نظام مالی، نظام تحقیق و توسعه، نظام اطلاعاتی، فرایندها و روش‌ها، امکانات فیزیکی و نظام منابع انسانی است؛ ۲- عوامل رفتاری موثر بر موفقیت کارآفرینی سازمانی: موارد فرهنگ سازمانی، انگیزش نیروی انسانی، سبک رهبری، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان، ویژگی‌های شخصیتی مدیران، آموزش و

ارتباطها را دربر می‌گیرد؛ ۳- عوامل زمینه‌ای یا محیطی موثر بر موفقیت کارآفرینی سازمانی: شامل ارتباط با ارباب رجوع، محیط فنی - اقتصادی، محیط اجتماعی - فرهنگی، محیط سیاسی - قانونی، محیط اداری و محیط بین‌المللی است (مقیمی، ۱۳۸۳؛ به نقل از محمودی و سادات بی‌ریایی، ۱۳۸۸: ۱۶۱).

بررسی پیشینه پژوهش بیانگر این است که متغیرهای پژوهش (کارآفرینی سازمانی، فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی) به انحاء مختلف با یکدیگر رابطه داشته و از یکدیگر متأثر می‌شوند. پژوهش‌های حق‌شناس کاشانی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که بین به کارگیری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات با ابعاد توانمندسازی کارکنان همبستگی معناداری وجود دارد؛ همچنین از میان مؤلفه‌های توانمندسازی مؤلفه بهبود عملکرد کارکنان، بیشترین رابطه و مؤلفه خود کنترلی کارکنان، کمترین رابطه را با متغیر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات داشت. رحیمی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی که در بین دانشجویان دانشگاه کاشان و علوم پزشکی کاشان انجام دادند؛ دریافتند که بین هر یک از مهارت‌های فاوا در بعد آموزشی و پژوهشی با کارآفرینی و خودکارآمدی دانشجویان، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. تقوایی یزدی (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان "رابطه فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی مدیران آموزش و پرورش منطقه یک ساری" به این یافته دست پیدا کرد که بین فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی، احساس معنی‌دار بودن، احساس مؤثر بودن، احساس سامان‌دهی و احساس اعتماد مدیران آموزش و پرورش منطقه یک ساری رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ همچنین یافته‌ها بیانگر این بود که بین فن‌آوری اطلاعات با احساس شایستگی رابطه معناداری وجود ندارد.

آورام و پریسکو (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان "دسترسی به اطلاعات و توانمندی دیدگاه در خدمات درمانی" دریافتند که رابطه معنی‌داری بین نقش ابعاد توانمندسازی با نگرش و ادراکات کارکنان وجود دارد. مصطفی‌پور و همکاران^۱ (۲۰۱۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری در استفاده از فناوری اطلاعات با آموزش آنلاین، نوآوری، توانایی ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس وجود دارد. محمودی (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان امور مالیاتی شهر تهران رابطه معناداری دارد. پژوهش دهقانی و همکاران^۲ (۲۰۱۴) نشان داد که بین ابعاد توانمندسازی و رفتار کارآفرینی سازمانی کارکنان با اثربخشی

1. Mostafapour et al
2. Dehghani et al

سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. حسینی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان دادند که ۴۴/۲۶ درصد از، واریانس توسعه کارآفرینی توسط قابلیت‌های ICT تبیین می‌شود. پینگ چانگ و چن^۱ (۲۰۱۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که همبستگی مثبت و معنی بین یکپارچگی فن-آوری اطلاعات و رفتار خلاق آموزشی معلمان وجود دارد. کسا و استیا راجو (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی" نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد کارآفرینی سازمانی با ابعاد اشتیاق شغلی وجود دارد. لذا می‌توان گفت که بررسی پیشینه پژوهش بیانگر این ایده می‌باشد که مدیریت سازمان در چهارچوب فن‌آوری اطلاعات توانمندسازی روانشناختی بر رفتارهای نوآورانه کارکنان تأثیر گذاشته و به تبع آن فرآیند کارآفرینی سازمانی را تسهیل کند.

مدل مفهومی و فرضیات پژوهش

لزوم توجه به اهمیت و ضرورت نقش فن‌آوری اطلاعات در توانمندسازی کارکنان و سوق دادن سازمان به سمت کارآفرینی است که ما درصدد برآمدیم این مهم را در میان کارکنان دانشگاه ارومیه به محک تجربه بیازماییم. بنابراین، این تحقیق درصدد پاسخگویی به فرضیات ذیل می‌باشد:

فرضیه اصلی: بین فن‌آوری اطلاعات با توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

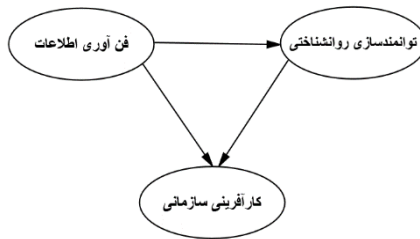
فرضیه اول: بین ویژگی‌های فن‌آوری اطلاعات با کل مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین ابعاد توانمندسازی روانشناختی با کل مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: ابعاد فن‌آوری اطلاعات می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمایند.

فرضیه چهارم: ابعاد توانمندسازی روانشناختی می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمایند.

با مرور ادبیات پژوهش و همچنین با توجه به یافته‌های پژوهش‌های پیشین که نشان دهنده رابطه بین فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی با کارآفرینی سازمانی می‌باشد؛ مدل مفهومی ذیل در این پژوهش پیشنهاد شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش‌شناسی، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۵ به تعداد ۶۰۰ نفر بود. نمونه آماری پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، بر اساس جدول کرجسی - مورگان ۲۳۴ نفر برآورد گردید. به منظور گردآوری اطلاعات از ۳ پرسشنامه فن‌آوری اطلاعات محمودی (۱۳۹۲)، توانمندسازی روانشناختی براساس مدل اسپریتزر (۱۹۹۵) و کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل (۲۰۰۳) استفاده شد؛ که در ذیل به تشریح آنها پرداخته شده است:

۱- پرسش‌نامه فن‌آوری اطلاعات: به منظور اندازه‌گیری فن‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه محمودی (۱۳۹۲) استفاده شد. این پرسشنامه ۶۶ گویه دارد و براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. این پرسش‌نامه دارای ۷ زیرمؤلفه: ویژگی‌های فردی (گویه‌های ۱ تا ۱۱)، عوامل نگرشی (گویه‌های ۱۲ تا ۲۵)، عوامل آموزشی (گویه‌های ۲۶ تا ۳۴)، عوامل فنی (گویه‌های ۳۵ تا ۴۲)، عوامل اقتصادی (گویه‌های ۴۳ تا ۴۹)، عوامل محیطی (گویه‌های ۵۰ تا ۵۸) و عوامل انسانی و مدیریتی (۵۹ تا ۶۶) می‌باشد. ضریب آلفای کرونباخ این پرسش‌نامه $\alpha=0/82$ گزارش شده است (محمودی ۱۳۹۲). پایایی این پرسش‌نامه براساس ضریب آلفای کرونباخ $\alpha=0/89$ محاسبه شد. روایی صوری و محتوایی این پرسش‌نامه توسط متخصصان و صاحب‌نظران علوم تربیتی تأیید شد.

۲- پرسش‌نامه توانمندسازی روانشناختی: برای اندازه‌گیری توانمندسازی روانشناختی کارکنان در پژوهش حاضر، از پرسش‌نامه استاندارد براساس مدل اسپریتزر (۱۹۹۵) استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای ۱۲ گویه بود که براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از کاملاً موافقم (۱) تا کاملاً مخالفم (۵)

طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۴ زیرمؤلفه، احساس معنادار بودن (سؤال ۱ تا ۳)، احساس شایستگی (سؤال ۴ تا ۶)، احساس استقلال (سؤال ۷ تا ۹) و احساس مؤثر بودن (سؤال ۱۰ تا ۱۲) می‌باشد. پایایی این پرسش‌نامه براساس ضریب آلفای کرونباخ $\alpha=0/92$ محاسبه شد.

۳- پرسش‌نامه کارآفرینی سازمانی: برای سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسش‌نامه مارگرت هیل (۲۰۰۳) استفاده شد که دارای ۴۸ گویه و در طیف پنج درجه‌ای لیکرت می‌باشد. این پرسش‌نامه شامل موارد، افعال سازمانی (پرسش‌های ۱-۸)، نگرش فردی (پرسش‌های ۹-۱۶)، انعطاف‌پذیری (پرسش‌های ۱۷-۲۴)، وضعیت پاداش (پرسش‌های ۲۵-۳۲)، رهبری کارآفرین (پرسش‌های ۳۳-۴۰) و فرهنگ کارآفرین (پرسش‌های ۴۱-۴۸) است. پایایی این پرسش‌نامه $\alpha=0/87$ به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در راستای پاسخگویی به فرضیات تحقیق و در قالب آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شده‌اند. بررسی شاخص‌های دموگرافیک در نمونه مورد مطالعه بیانگر این بود که ۱۴۷ نفر (۶۲/۸۳ درصد) از افراد مورد مطالعه مرد و ۸۷ نفر (۳۷/۱۷ درصد) زن بودند. بررسی وضعیت سن نمونه مورد مطالعه نشان داد که از ۲۳۴ نفری که به این سؤال پاسخ داده‌اند، به ترتیب دارای میانگین ۳۶/۳۳ و انحراف استاندارد ۶/۴۵ سال و از نظر سنوات خدمت نیز دارای میانگین سنوات خدمت ۱۵/۱۸ سال با انحراف معیار ۸/۰۹ بودند. اطلاعات دموگرافیک نمونه آماری پژوهش در جدول شماره (۱)، آورده شده است.

جدول (۱): شاخص‌های توصیفی متغیرهای دموگرافیک

| جنسیت | | سن | | سنوات خدمت | |
|--------------|--------------|---------|------------------|------------|------------------|
| مرد | زن | میانگین | انحراف استاندارد | میانگین | انحراف استاندارد |
| فراوانی درصد | فراوانی درصد | | | | |
| ۱۴۷ | ۸۷ | ۳۶/۳۳ | ۶/۴۵ | ۱۳/۱۸ | ۸/۰۹ |
| ۶۲/۸۳ | ۳۷/۱۷ | | | | |

جدول (۲): میانگین، انحراف استاندارد و همبستگی درونی متغیرها

| متغیرها | میانگین | انحراف استاندارد | ۱ | ۲ | ۳ |
|------------------------|---------|------------------|--------|--------|---|
| فن‌آوری اطلاعات | ۳/۶۲ | ۰/۹۵ | ۱ | | |
| توانمندسازی روانشناختی | ۳/۴۸ | ۱/۰۴ | ۰/۷۸** | ۱ | |
| کارآفرینی سازمانی | ۳/۶۵ | ۰/۸۷ | ۰/۶۷** | ۰/۶۱** | ۱ |

جدول شماره (۲) آماره‌های توصیفی و همبستگی دوسویه متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج به دست آمده فن‌آوری اطلاعات دارای میانگین ۳/۶۲ و انحراف استاندارد ۰/۹۵، توانمندسازی روانشناختی دارای میانگین ۳/۴۸ و انحراف استاندارد ۱/۰۴؛ و کارآفرینی سازمانی دارای میانگین ۳/۶۵ و انحراف استاندارد ۰/۸۷ می‌باشد. همچنین جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که بین فن-آوری اطلاعات با توانمندسازی روانشناختی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ($I=0/78^{**}$)، بین فن‌آوری اطلاعات با کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ($I=0/67^{**}$) و بین توانمندسازی روانشناختی با کارآفرینی سازمانی نیز همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد ($I=0/60^{**}$). بنابراین نتایج حاکی از همبستگی دوسویه بین متغیرهای پژوهش (به معنای تأیید فرضیه اصلی) می‌باشد.

جدول (۳): نتایج تحلیل مانوای رابطه بین ویژگی‌های فن آوری اطلاعات با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی

| مؤلفه‌های فن آوری اطلاعات | لامبدای ویلکز | ضریب F | درجه آزادی | سطح معناداری | میزان اشتراک | توان آماری |
|---------------------------|---------------|--------|------------|--------------|--------------|------------|
| ویژگی‌های فردی | ۰/۷۳ | ۳/۰۲ | ۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۷ | ۱/۰۰۰ |
| عوامل نگرشی | ۰/۷۶ | ۳/۵۴ | ۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۸۲ | ۱/۰۰۰ |
| عوامل آموزشی | ۰/۷۹ | ۲/۴۰ | ۶ | ۰/۰۰۱ | ۰/۸۹ | ۱/۰۰۰ |
| عوامل فنی | ۰/۶۷ | ۱/۷۰ | ۶ | ۰/۰۲۴ | ۰/۵۶ | ۱/۰۰۰ |
| عوامل اقتصادی | ۰/۵۲ | ۱/۳۵ | ۶ | ۰/۱۳ | ۰/۷۵ | ۰/۹۲ |
| عوامل محیطی | ۰/۱۲ | ۱/۲۹ | ۶ | ۰/۱۰ | ۰/۲۹ | ۱/۰۰۰ |
| عوامل انسانی و مدیریتی | ۰/۱۳ | ۱/۴۴ | ۶ | ۰/۰۰۱ | ۰/۲۸ | ۱/۰۰۰ |

با توجه به ضرایب F در جدول شماره (۳)، می‌توان گفت که رابطه مثبت و معنی‌داری بین ویژگی‌های فردی ($P = ۰/۰۰۰$) با میزان اشتراک (۰/۷۷)؛ عوامل نگرشی ($P = ۰/۰۰۰$) با میزان اشتراک (۰/۸۲)؛ عوامل آموزشی ($P = ۰/۰۰۱$) با میزان اشتراک (۰/۸۹)؛ عوامل انسانی و مدیریتی ($P = ۰/۰۰۱$) با میزان اشتراک (۰/۲۸) با ابعاد کارآفرینی سازمانی وجود دارد؛ بین عوامل اقتصادی و عوامل محیطی با ابعاد کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای وجود ندارد؛ همچنین نگاهی به توان آماری مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که توان آماری همه آن‌ها بالای ۰/۸ می‌باشد؛ که بیانگر کفایت حجم نمونه برای آزمون فرضیه‌ها می‌باشد.

جدول (۴) نتایج تحلیل مانوای رابطه بین ابعاد توانمندسازی روانشناختی با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی

| مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی | لامبدای ویلکز | ضریب F | درجه آزادی | سطح معناداری | میزان اشتراک | توان آماری |
|----------------------------------|---------------|--------|------------|--------------|--------------|------------|
| احساس معناداری | ۰/۶۸ | ۴/۶۹ | ۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۶۷ | ۱/۰۰۰ |
| احساس شایستگی | ۰/۲۳ | ۱/۷۱ | ۶ | ۰/۵۳ | ۰/۲۱ | ۰/۸۷ |
| احساس استقلال | ۰/۷۴ | ۴/۰۸ | ۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۶۵ | ۱/۰۰۰ |
| احساس مؤثر بودن | ۰/۷۱ | ۱/۵۷ | ۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۳۳ | ۱/۰۰۰ |

با توجه به ضرایب F در جدول شماره (۴)، می‌توان گفت که رابطه مثبت و معنی‌داری بین احساس معناداری ($P = ۰/۰۰۰$) با میزان اشتراک ($P = ۰/۶۷$)؛ احساس استقلال ($P = ۰/۰۰۰$) با میزان اشتراک ($P = ۰/۶۵$)؛ احساس مؤثر بودن ($P = ۰/۰۰۰$) با میزان اشتراک ($P = ۰/۳۳$)؛ با ابعاد کارآفرینی سازمانی وجود دارد. بین احساس شایستگی و ابعاد کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای وجود ندارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه در ۳ مورد تأیید می‌شود، اما در یک مورد تأیید نمی‌شود؛ همچنین نگاهی به توان آماری مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که توان آماری همه آن‌ها بالای ۰/۸ می‌باشد؛ که بیانگر کفایت حجم نمونه برای آزمون فرضیه‌ها می‌باشد.

جدول (۵): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه ابعاد فن‌آوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی

| P | | | R ² | R ¹ | P | F | متغیرهای پیش‌بین |
|-------|-------|--------|----------------|----------------|-------|-------|------------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۴/۰۴ | ۰/۲۸ | ۰/۵۸ | ۰/۷۶ | ۰/۰۰۰ | ۴۴/۶۰ | ویژگی‌های فردی |
| ۰/۷۵ | ۰/۳۰ | ۰/۰۱۹ | | | | | عوامل نگرشی |
| ۰/۰۰۰ | ۳/۵۵ | ۰/۲۵ | | | | | عوامل آموزشی |
| ۰/۰۰۴ | ۲/۸۸ | ۰/۱۹ | | | | | عوامل فنی |
| ۰/۰۵۶ | ۱/۹۱ | ۰/۱۴ | | | | | عوامل اقتصادی |
| ۰/۷۵ | ۰/۳۰ | ۰/۰۲۵ | | | | | عوامل محیطی |
| ۰/۴۳ | -۰/۷۹ | -۰/۰۵۹ | | | | | عوامل انسانی و مدیریتی |

بر اساس نتایج جدول شماره (۵)، مقدار آماره آزمون F برای بررسی رابطه بین ابعاد فن‌آوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی برابر با ۴۴/۶۰ که در سطح ($P = ۰/۰۰۰$) معنادار می‌باشد. مقدار R¹ برابر با ۰/۷۶ و مقدار R² برابر با ۰/۵۸ می‌باشد. که نشان دهنده این می‌باشد که ۰/۵۸ از واریانس کارآفرینی سازمانی به وسیله ابعاد فن‌آوری اطلاعات تبیین می‌شود. همچنین ضرایب رگرسیون نشان دهنده این هستند که مؤلفه‌های ویژگی‌های فردی ($\beta = ۰/۲۸$)، عوامل آموزشی ($\beta = ۰/۲۵$) می‌توانند کارآفرینی سازمانی را به طور مثبت و معناداری پیش‌بینی کنند.

جدول (۶): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه ابعاد توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی

| P | | | R ² | R ¹ | P | F | متغیر ملاک | متغیرهای پیش‌بین |
|-------|-------|-------|----------------|----------------|-------|-------|-------------------|------------------|
| ۰/۰۰۰ | ۲/۶۵ | ۰/۳۱ | ۰/۲۴ | ۰/۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۱۸/۱۵ | کارآفرینی سازمانی | احساس معناداری |
| ۰/۹۸ | ۰/۰۲۴ | ۰/۰۰۳ | | | | | | احساس شایستگی |
| ۰/۰۰۰ | -۴/۱۵ | -۰/۳۵ | | | | | | احساس استقلال |
| ۰/۰۰۰ | ۴/۹۲ | ۰/۴۴ | | | | | | احساس مؤثر بودن |

بر اساس نتایج جدول شماره (۶)، مقدار آماره آزمون F برای بررسی رابطه بین ابعاد توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی برابر با ۱۸/۱۵ که در سطح ($P = ۰/۰۰۰$) معنادار می‌باشد. مقدار R^1 برابر با ۰/۴۹ و مقدار R^2 برابر با ۰/۲۴ می‌باشد. که نشان دهنده این می‌باشد که ۰/۲۴ از واریانس کارآفرینی سازمانی به وسیله ابعاد توانمندسازی روانشناختی تبیین می‌شود. همچنین ضرایب رگرسیون نشان دهنده این هستند که مؤلفه‌های احساس معناداری ($\beta = ۰/۳۱$)، احساس مؤثر بودن ($\beta = ۰/۴۴$)، می‌توانند کارآفرینی سازمانی را به طور مثبت و معناداری پیش‌بینی کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی بر اساس ابعاد فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی در میان کارکنان دانشگاه ارومیه انجام شد. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد: بین ویژگی‌های فن‌آوری اطلاعات با کل مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد؛ همچنین ابعاد فن‌آوری اطلاعات می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمایند. این یافته با نتایج پژوهش‌های حق‌شناس کاشانی و همکاران (۱۳۹۳)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۴)، تقوایی یزدی (۱۳۹۴)، آورام و پریسکو (۲۰۱۲)، مصطفی‌پور و همکاران (۲۰۱۲)، حسینی و همکاران (۲۰۱۴)، پینگ‌چانگ و چن (۲۰۱۵) همسو می‌باشد چرا که آنها نیز به یافته مشابهی دست یافته‌اند. اطلاعات و ارتباطات دو ابزار اساسی مورد نیاز برای هر فعالیت کارآفرینی است (حسینی و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۵۲). امروزه، کارآفرینی به شدت به بسترهای فن‌آوری اطلاعات وابسته است و از آن بهره‌زادی می‌گیرد؛ از سوی دیگر، توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات خود مرهون کارآفرینی است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۶).

یافته دیگر پژوهش نشان داد، بین ابعاد توانمندسازی روانشناختی با کل مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد؛ همچنین ابعاد توانمندسازی روانشناختی می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی نمایند. این یافته با نتایج تحقیقات پیشین: رشیدپور (۱۳۹۰)، محمدی (۱۳۹۱)، محمودی (۱۳۹۲)، زالی و همکاران (۱۳۹۳)، دلوی و همکاران (۱۳۹۴)، رستگار و همکاران (۱۳۹۴)، توتار و همکاران (۲۰۱۱)، بین‌محمد و همکاران (۲۰۱۳)، دهقانی و همکاران (۲۰۱۴)، کسا و استیا راجو (۲۰۱۵)، همخوانی دارد. روحیه کارآفرینی را نمی‌توان توسط روش‌های آموزشی مرسوم به وجود آورد، ما نیازمند تغییرات لازم نه تنها در روند یادگیری بلکه توسعه‌ی یک فرهنگ کارآفرینی هستیم (داریاتو و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۰۷۳). از جمله پیش‌بایسته‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌توان به اعطای قدرت به کارکنان و مشارکت دادن آنها در تصمیمات سازمانی اشاره کرد که تحت عنوان توانمندسازی نامگذاری شده است. زمانی که سازمان دسترسی به اطلاعات، منابع، محیط حمایتی و توسعه فرصت‌ها را برای کارکنان فراهم می‌کند، کارکنان احساس قدرت بیشتری می‌کنند و تمایل بیشتری به مشارکت در انجام وظایف خود نشان می‌دهند (آورام و پریسکو، ۲۰۱۲: ۹۵۰).

متغیرهای فن‌آوری از اطلاعات، توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی پدیده چندوجهی هستند؛ برای شناسایی کنش متقابل آنها نیاز به پژوهش‌های آکادمی افزون‌تری در این زمینه‌ها می‌باشد. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی و پیشنهادهای برای پژوهش‌های آتی ذیل را می‌توان مطرح نمود:

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی مرتبط با فن‌آوری اطلاعات، توانمندسازی و کارآفرینی.
- توجه به سرمایه‌گذاری در زمینه فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی کارکنان.
- فراهم کردن تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری اطلاعات برای کارکنان، مشارکت دادن کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری‌های سازمانی و تشویق ارزش‌ها و ایده‌های نوآورانه آنان.
- برگزاری گردهمایی‌ها، سمینارها، همایش‌ها در ارتباط با نقش و اهمیت جایگاه فن‌آوری اطلاعات در جهان امروز.
- عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی مرتبط با فن‌آوری اطلاعات، توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی شناسایی و در قالب مدل‌های پژوهشی مختلف تبیین شوند.

تشکر و قدردانی:

از کلیه کارکنان دانشگاه ارومیه که با صبر و بصیرت ما را در اجرای پژوهش یاری کردند نهایت تشکر و قدردانی را داریم.

منابع

۱. تقوایی یزدی، مریم (۱۳۹۴)، رابطه فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی روانشناختی مدیران آموزش و پرورش منطقه یک ساری، فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال پنجم، شماره چهارم، صص ۹۷-۱۱۵.
۲. حسینی‌اقدم، سیدسجاد (۱۳۹۰)، مقایسه میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی شهر تبریز و رابطه آن با ویژگی‌های شخصیتی کارکنان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۳. حق‌شناس کاشانی، فریده، رضائی، کاظم و جمشیدی اوانکی، مینا (۱۳۹۳)، ارتباط بین به کارگیری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات با توانمندسازی کارکنان دانشگاه، فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال چهارم، شماره سوم، صص ۸۶-۶۵.
۴. اداک، شعله (۱۳۹۴)، تأثیر استفاده از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در فرسودگی شغلی مدیران مقطع متوسطه شهرستان مریوان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.
۵. دلوی، محمدرضا، سلامیان، نهال، گنجی، مظاهر (۱۳۹۴)، تأثیر فناوری اطلاعات بر سطوح بلوغ سازمانی بیمارستان‌های دولتی و غیردولتی شهر اصفهان در سال ۱۳۹۳، مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، دوره ۷۱، شماره ۴، صص ۳۰-۲۵.
۶. رحیمی، حمید، شکاری، عباس، سادات حسینیان، بنت‌الهدی (۱۳۹۴)، تأثیر مهارت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان کارآفرینی، خودکارآمدی و عملکرد تحصیلی دانشجویان، فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال ششم، شماره دوم، صص ۱۰۸-۸۵.

۷. رستگار، احمد، مظلومیان، سعید، قاسمی، نسرین، صیف، محمدحسن (۱۳۹۴)، مدل علی روابط رهبری خدمتگزار، توانمندسازی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی: مطالعه موردی، مجله مدیریت سلامت، ۸ (۶۱).
۸. رشیدپور، حکیم (۱۳۹۰)، بررسی رابطه به کارگیری فن‌آوری اطلاعات و کارایی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.
۹. زالی، محمدرضا، رجایی، سحر، معزالدین، محمدحسین، ه قطبی، سپید (۱۳۹۳)، تأثیر توانمندی روان‌شناختی بر ایفای نقش‌های کارآفرینی سازمانی در ایران و دانمارک (شواهدی مبتنی بر نتایج داده‌های دیدبان جهانی ۲۰۱۱)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۴۴۵-۴۲۷.
۱۰. عزیزی‌نژاد، بهاره (۱۳۸۷)، بررسی رابطه به کارگیری فن‌آوری اطلاعات با رضایت‌مندی دانشجویان در بخش‌های مختلف دانشکده‌های دانشگاه ارومیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.
۱۱. محمدی، پروانه (۱۳۹۱)، بررسی رابطه فن‌آوری اطلاعات و توانمندسازی کارکنان دانشگاه آزاد و پیام‌نور سقز در سال ۹۱-۱۳۹۰، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.
۱۲. محمودی، محمد. (۱۳۹۲)، بررسی رابطه ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان سازمان امور مالیاتی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۱۳. محمودی، جعفر، سادات بی‌ریایی، هانیه (۱۳۸۸)، ارزیابی نظام‌های اطلاعاتی کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی ایران (مطالعه موردی: معاونت برنامه‌ریزی وزارت بازرگانی)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، صص ۱۵۷-۱۸۱.
۱۴. محمودی، رضا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین ویژگی‌های دانشجویان و فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

۱۵. همائی، رضوان، مهربابی‌زاده هنرمند، مهناز، عسگری، پرویز، حیدری، علیرضا، نادری، فرح (۱۳۹۴)، بررسی نقش ابعاد توانمندی روان‌شناختی و تعهد سازمانی با کنترل سن، سابقه خدمت و سطح تحصیلات در دبیران، مجله علمی - پژوهشی جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌وششم، شماره ۵۷، صص ۲۰۴-۱۸۵.
16. Avram, E., & Priescu, I. (2012). Access to information and empowerment perspectives in health services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , 33 pp: 949 – 953.
17. Bin Mohammad, N. A., Ansari, M., Ologbo, A.C., Rezaei, G. (2013). Investigating The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance and Mediating Role of Entrepreneurial Orientation , *International Review of Business Research Papers*, Vol 9, No 3, pp: 99 – 113.
18. Daryanto, E., & Muslim , K.P. (2015). Evaluation of Entrepreneurship in Unit Production Vocational High School (SMK) Simalungun Northern Sumatra, *American Journal of Educational Research*, Vol. 3, No. 9, pp: 1072-1076.
19. Dehghani, S., Gharooni, A., & Arabzadeh Staff, A. (2014). Empowerment, Entrepreneurial Behaviors and Organizational Efficiency in Iranian Headquarter Education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109 , pp: 1130 – 1141.
20. Gholifar, E., Hedjazi, S Y., Hoseini, S M & Rezaei, A. (2011). Human resource development: Faculty members' psychological empowerment in Iran's colleges. *African Journal of Business Management* , Vol. 5(31), pp: 12249-12255.
21. Hosseini F, Lashgaara F, Hosseini S J F .(2014). The Role of ICT in Entrepreneurship Development from Experts View of Agriculture Organization of Tehran, *Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences*, Vol 4 [1] , PP: 152-156.
22. Kassa, A G., & R. Satya Raju, R. (2015). Investigating the relationship between corporate entrepreneurship and employee engagement, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 7 No. 2, pp. 148-167, © Emerald Group Publishing Limited.
23. Larijani, N., Shabani Nejad, E., & Yazdani, A. (2015). A Study of Influence of Entrepreneurship Teaching Workshops on the Increase of Creativity and Innovation of the Payam- E- Noor Universities of the Mazandaran Province Case Study: Payam- E-Noor Universities of the

- Mazandaran Province West. *International Journal of Materials Lifetime*, Vol. 2, No. 1, pp:38-43.
24. Mostafapour, M A., rezaei, H., & Seyed Ali Asghar Hoseine ghabousi, S A . (2012). The application of information technology and its role on entrepreneurs success, *Procedia Technology*, 1, pp: 98 – 101.
 25. Ping Chang C, Chen I- J .(2015). Correlation between Pre-Service Teachers Information Technology Integration Attitude and Creative Teaching Behavior, *Creative Education*, Vol, 6, pp: 1802-1814.
 26. Sanchez, A M., & Soriano, D R. (2011). Human resource management and corporate entrepreneurship, *International Journal of Manpower*, Vol. 32 Iss: 1, pp.6 – 13.
 27. Tariq Sharif, M., Ashraf, Z., & Aslam Khan, M. (2013). The impact of work life policies, empowerment and training and development on employee performance with the mediating role of organizational citizenship behaviour (OCB), *African Journal of Business Management*, Vol. 7(17), pp: 1618-1624.
 28. Tutar1,H., Altinoz, M., & Cakiroglu, D. (2011).The effects of employee empowerment on achievement motivation and the contextual performance of employees, *African Journal of Business Management* Vol. 5(15), pp. 6318-6329.
 29. Veisi,Sh., Azizifar, A., Gowhary,H.,& Jamalinesari, A. (2015). The Relationship between Iranian EFL Teachers' Empowerment and Teachers' Self-Efficacy, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 185 ,pp: 437 – 445.
 30. Yasmeen1,S., Tayyab Alam,M., Mushtaq,M., & Bukhari, M.A. (2015). Comparative Study of the Availability and Use of Information Technology in the Subject of Education in Public and Private Universities of Islamabad and Rawalpindi, *sgo.sagepub.com*, DOI: 10.1177/2158244015608228.