

## بررسی رابطه بین جو سازمانی با ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان

مریم آزادی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی رفسنجان

### چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین جو سازمانی با ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان انجام شد. این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری عبارت است از کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان به تعداد ۵۲۸ نفر می باشد. از جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه استفاده گردیده است که ۱۹۶ عدد بدست آمد. ابزار جمع آوری داده ها در این پژوهش از نوع پرسش نامه می باشد که شامل توصیف جو سازمانی (OCDQ) هالپین و کرافت و برای سنجش انگیزش کارآفرینی از پرسشنامه کارآفرینی محقق ساخته شده شامل ۸ سوال استفاده شده است. روایی پرسشنامه ها توسط متخصصین و پایایی پرسشنامه ها به کمک ضریب آلفا کرونباخ برای پرسشنامه جو سازمانی برابر ۰/۷۸ و برای پرسشنامه انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۸۱ بدست آمد و چون از مقدار ۰/۷ بیشتر می باشد بنابراین مورد تایید می باشند، برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین روحیه گروهی معلمان، عدم دخالت و مزاحمت، صمیمیت، علاقمندی، ملاحظه گری، عدم فاصله گیری و نفوذ و پویایی و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد. بر اساس آزمون t مستقل میزان انگیزش کارآفرینی بین پسران و دختران متفاوت است؛ به عبارت دیگر سطح کارآفرینی بین پسران از دختران بیشتر است.

واژه‌های کلیدی: جو، روحیه گروهی، صمیمیت، انگیزش، کارآفرینی.

## مقدمه

انسانها موجودات اجتماعی می باشند که وقتی در کنار هم جمع می شوند مجموعه ای از اقدامات، اعتقادات، هنجارها و ارزشها در بین آنها ایجاد می شود که بر اقدامات رفتاری آنها اثر می گذارد. (فرهادفر، ۲۰۱۵) مفهوم جو سازمانی برای اولین بار در اواخر دهه ۱۹۵۰ بیان شد. جو سازمانی مجموعه ویژگی هایی است که یک سازمان را توصیف می کند به عبارتی دیگر درک کارکنان از محیطی است که در آن مشغول فعالیت هستند. (موزر و وال<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲) احساسات، حس اعتماد به نفس، وفاداری و ارزش های کارکنان به محیط کار، جو سازمانی را بیان می کند. جو سازمانی موجود در محیط کار تحت تاثیر قوانین سازمانی، فضای فیزیکی، خصوصیات رفتاری کارکنان است (قنبری جهرمی و همکاران، ۱۳۹۲) نگرش مثبت کارکنان نسبت به محیط کار منجر به افزایش بهره وری سازمان می شود. (السلام و همکاران، ۲۰۰۸) اگر سازمان بتواند حس اعتماد و تعلق را در بین کارکنان ایجاد کند و شرایط بروز استعدادها و احساسات را فراهم سازد نیازهای اساسی کارکنان تا میزان زیادی برطرف خواهد شد و در نتیجه فرد احساس خوشبختی و شادی خواهد کرد. (حسینی زارع و همکاران، ۱۳۸۹). پژوهش ها نشان می دهند آنچه سازمان را به محیط کار مطلوب تبدیل می کند احساس کارکنان نسبت به محیط کار است و خط مشی ها، وضعیت مالی به تنهایی نقشی در احساس کارکنان نسبت به محیط کار ندارند کارکنان در جو سازمانی مطلوب به همکاری با سازمان افتخار می کنند و برای رسیدن به اهداف سازمان تمام تلاش خود را به کار می گیرند. جو سازمان باید همساز با اهداف، نقش ها و انتظارات کارکنان باشد و در صورت عدم توجه به این مسئله منجر به کاهش کیفیت عملکرد فرد، فشار روانی در سازمان و در نتیجه بهره وری پایین سازمان می شود (قنبری جهرمی و همکاران، ۱۳۹۲)

اونز می گوید که هر مدرسه دارای فردیت وجودی خاص خود است که باعث تمایز مدارس از یکدیگر می شود که آن را جو سازمانی می گویند. به عبارت دیگر مفهوم جو سازمانی را می توان در محیط مدرسه به این صورت تبیین کرد که آن تحت تأثیر رهبری مدیر مدرسه قرار می گیرد، بر رفتار اعضا تأثیر می گذارد، از طرف معلمان تجربه می شود و بر پایه برداشت های دسته جمعی بنیاد یافته است. (صادقی و فتحی، ۱۳۸۸)

در جهان امروز بسیاری از فعالیت های اساسی و حیاتی مورد نیاز جامعه را سازمانهای گوناگون انجام می دهند. یعنی پیشرفت و بقای جامعه تابع عملکرد مؤثر سازمانهاست. بنابراین می توانیم جامعه امروز را جامعه سازمانی بنامیم. از مهم ترین وسایل دستیابی به پیشرفت و ترقی، سازمانهایی هستند که بتوانند با کارآمدی و اثربخشی از عهده وظایف خود برآیند در این گستره سازمانهای آموزشی از اولویت برخوردارند و معلم نقش حیاتی در ایفای رسالت این گونه سازمانها بر عهده دارد. انسان عامل نهایی در شکل گیری و موفقیت سازمانهای آموزشی است. کیفیت و عملکرد سازمانهای و تک تک افراد به گروههای شاغل در سازمانها بستگی دارد. عامل مهم آموزشی در سازمانهای آموزشی که مستقیماً در راه برآورده کردن هدف کوشش می کنند معلمان هستند. آنها هماهنگ کننده ارتباطات در میان دانش آموزان هستند تا در جهت تحقق هدفهای تعلیم و تربیت زمینه مساعدی فراهم شود. (صادقی و فتحی، ۱۳۸۸)

یکی از بزرگ ترین موضوعاتی که نظام آموزشی ما هم در عصر جدید می تواند به آن بپردازد ایجاد سیستم آموزش فعال در کلاس های درس است تا دانشجو فکر کند و کار کند و استاد افکار دانشجو را هدایت کند. به عبارتی لازم است دانشگاهها از حالت حافظه محوری خارج شود. همچنین لازم است حداقل آموزش ها و مهارت هایی که دانشجویان برای ورود به عرصه کار و زندگی نیاز دارند به آنها داده شود. یکی از چالشهای پیش روی جوامع مختلف، دانش آموختگان فاقد تواناییهای فردی و مهارتهای لازم برای راه اندازی کسب و کار مناسب است. این امر، آماده سازی فارغ التحصیلان را به وسیله توسعه فرهنگ کارآفرینی در آنان مسلم می سازد. کارآفرینی، فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فرد منابع، به منظور بهره

<sup>۱</sup> Mosser NR, Walls

گیری از فرصت‌ها است. (رحیمی و خادمی، ۱۳۸۹) آماده‌سازی در مورد کارآفرینی نبایستی بعد از فارغ‌التحصیلی باشد. بلکه این امر بایستی در حین تحصیل انجام شود و لازم است روح کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها پرورش داده شود. مدارس با ایجاد جو انعطاف‌پذیر، خلاق و نوآور می‌توانند کارآفرین باشند و نسبت به تغییر و تحولات انعطاف داشته باشند. در این راستا نظام آموزشی، باید در ایجاد و پرورش روحیه کارآفرینی در اعضای خود تلاش کند؛ و یکی از عوامل مهم در پرورش روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان ایجاد جو مناسب در مدارس می‌باشد؛ بنابراین این تحقیق به بررسی رابطه بین جو سازمانی و ارتقا‌نگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان می‌پردازد.

منسولواز و همکاران (۲۰۱۵) پژوهشی کمی با عنوان بررسی رابطه بین جو سازمانی و رضایت شغلی انجام دادند. جامعه آماری تحقیق پرستاران بیمارستانهای خصوصی بود که ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که رابطه معناداری بین جو سازمانی و رضایت شغلی می‌باشد.

فهادفر (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان رابطه بین جو سازمانی و رضایت شغلی اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی رودهن انجام داد که حجم جامعه آماری ۳۶۶ نفر و نمونه آماری گرفته شده برابر ۲۲۸ نفر بود و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. وبا کمک نرم افزار SPSS و آزمون ضریب همبستگی پیرسون داده‌ها تجزیه و تحلیل شد. یافته‌های تحقیق حاکی از رابطه مثبت بین جو سازمانی و رضایت شغلی بود.

خانه‌گیر و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی با هدف بررسی رابطه جو سازمانی و رضایت شغلی گروهی از معلمان زن و مرد شهرستان انجام دادند. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد بود در حال تدریس بودند. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق شامل دو پرسشنامه جو سازمانی و رضایت شغلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است که در سطح آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و تی تست استفاده شده است نتایج پس از تجزیه و تحلیل نتایج نشان داد که ۱. بین جو سازمانی و رضایت شغلی رابطه معناداری وجود نداشت. ۲. بین نگرش معلمان زن و مرد در مورد جو سازمانی تفاوت معناداری یافت نشد. ۳. معلمان زن رضایت شغلی بالاتری نسبت به معلمان مرد داشتند. ۴. بین جو سازمانی و ابعاد رضایت شغلی (حقوق و مزایا، همکاران، ارتقاء، ماهیت کار و سرپرست) رابطه معناداری یافت نشد.

میرکمالی و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی با هدف بررسی تاثیر جو سازمانی بر رضایت شغلی با میانجی‌گری سرمایه انسانی انجام شده دادند. جامعه آماری، کلیه کارشناسان شرکت پارس خودرو بوده است. برای انجام تحقیق، ۳۵۰ نفر از کارشناسان شرکت به روش نمونه‌گیری تصادفی خوش‌های‌گزینش شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مسیر از نوع مدلیابی معادلات صورت گرفت. نتایج نشان داد که مدل اولیه داده‌های این پژوهش برازش مناسبی دارد و تأثیرات مستقیم جو سازمانی بر رضایت شغلی معنادار می‌باشد.

## روش تحقیق

این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری عبارت است از کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان به تعداد ۵۲۸ نفر می‌باشد. از جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه استفاده گردیده است که ۱۹۶ عدد بدست آمد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش از نوع پرسش‌نامه می‌باشد که شامل توصیف جو سازمانی (OCDQ) هالپین و کرافت و برای سنجش انگیزش کارآفرینی از پرسشنامه کارآفرینی محقق ساخته شده شامل ۸ سوال استفاده شده است. روایی پرسشنامه‌ها توسط متخصصین و پایایی پرسشنامه‌ها به کمک ضریب آلفا کرونباخ برای پرسشنامه جو سازمانی برابر ۰/۷۸ و برای پرسشنامه انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۸۱ بدست آمد و چون از مقدار ۰/۷ بیشتر می‌باشد بنابراین مورد تایید می‌باشند، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

## یافته های تحقیق

فرضیه اول: بین روحیه گروهی اساتید و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره (۱): آزمون همبستگی فرضیه اول

انگیزش کارآفرینی	روحیه گروهی		
۰/۳۶۴	۱	ضریب همبستگی پیرسون	روحیه گروهی
۰/۰۰۱	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۱ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می شود که ضریب همبستگی بین روحیه گروهی و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۳۶۴ می باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۱ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین روحیه گروهی و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه دوم: بین عدم دخالت و مزاحمت و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره (۲): آزمون همبستگی فرضیه دوم

انگیزش کارآفرینی	عدم دخالت و مزاحمت		
۰/۳۲۱	۱	ضریب همبستگی پیرسون	عدم دخالت و مزاحمت
۰/۰۰۲	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۲ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می شود که ضریب همبستگی بین عدم دخالت و مزاحمت و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۳۲۱ می باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۲ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین عدم دخالت و مزاحمت و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه سوم: بین صمیمیت و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 = \text{رابطه معناداری وجود ندارد} \\ H_1 = \text{رابطه معناداری وجود دارد} \end{array} \right.$$

جدول شماره (۳): آزمون همبستگی فرضیه سوم

انگیزش کارآفرینی	صمیمیت		
۰/۲۹۷	۱	ضریب همبستگی پیرسون	صمیمیت
۰/۰۰۱	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	
۱	۰/۲۹۷	ضریب همبستگی پیرسون	انگیزش کارآفرینی
-	۰/۹۳	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۳ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می شود که ضریب همبستگی بین صمیمیت و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۲۹۷ می باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۱ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین صمیمیت و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین علاقمندی و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 = \text{رابطه معناداری وجود ندارد} \\ H_1 = \text{رابطه معناداری وجود دارد} \end{array} \right.$$

جدول شماره (۴): آزمون همبستگی فرضیه چهارم

انگیزش کارآفرینی	علاقمندی		
۰/۳۰۶	۱	ضریب همبستگی پیرسون	علاقمندی
۰/۰۰۳	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۴ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می‌شود که ضریب همبستگی بین علاقمندی و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۳۰۶ می‌باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۰ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۰۳ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می‌شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین علاقمندی و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین ملاحظه گری و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول شماره (۵): آزمون همبستگی فرضیه پنجم

انگیزش کارآفرینی	ملاحظه گری		
۰/۲۳۷	۱	ضریب همبستگی پیرسون	ملاحظه گری
۰/۰۰۳	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۵ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می‌شود که ضریب همبستگی بین ملاحظه گری و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۲۳۷ می‌باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۳ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می‌شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین ملاحظه گری و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه ششم: بین عدم فاصله گیری و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

{

رابطه معناداری وجود ندارد= $H_0$

رابطه معناداری وجود دارد= $H_1$

جدول شماره (۶): آزمون همبستگی فرضیه ششم

انگیزش کارآفرینی	عدم فاصله گیری		
۰/۴۱۱	۱	ضریب همبستگی پیرسون	عدم فاصله گیری
۰/۰۰۱	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۶ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می شود که ضریب همبستگی بین عدم فاصله گیری و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۴۱۱ می باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۱ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین عدم فاصله گیری و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

فرضیه هفتم: بین نفوذ و پویایی و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد.

{

رابطه معناداری وجود ندارد  $H_0$

رابطه معناداری وجود دارد  $H_1$

جدول شماره (۷): آزمون همبستگی فرضیه هفتم

انگیزش کارآفرینی	نفوذ و پویایی		
۰/۲۳۳	۱	ضریب همبستگی پیرسون	نفوذ و پویایی
۰/۰۰۴	-	Sig	
۱۹۶	۱۹۶	N	

مطابق جدول ۷ خروجی نرم افزار SPSS مشخص می شود که ضریب همبستگی بین نفوذ و پویایی و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۲۳۳ می باشد؛ و معنی دار بودن آن توسط عدد مقابل (Sig) به عنوان سطح معنی داری نشان داده شده است. در جدول فوق سطح معنی داری معادل ۰/۰۰۴ بدست آمده است؛ و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. بدین معنی که در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرضیه  $H_0$  رد شده و فرضیه  $H_1$  مورد قبول واقع می شود، بدین معنی که همبستگی معنی داری بین نفوذ و پویایی و انگیزش کارآفرینی وجود دارد.

## نتایج

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین جو سازمانی با ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان می باشد شرایط اجتماعی و کسب و کار وارد عصر جدیدی شده است، به طوری که شاید بتوان این عصر را، عصر کارآفرینی نامید. در پی تحولات چند دهه‌ای اخیر موضوع حقوق ذی نفعانی از جمله عموم جامعه در برابر برنامه‌های تجاری سازمان‌ها مطرح شده که این مهم، موضوع اصلی کارآفرینی می باشد. چندین متغیر اساسی در ترویج روحیه‌ی کارآفرینی موثر هستند، جو سازمانی یکی از مهمترین این متغیرها است. در این تحقیق سعی شده به این سوال که آیا بین جو سازمانی و کارآفرینی در دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه وجود دارد، پاسخ داده شود. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین روحیه گروهی اساتید، عدم دخالت و مزاحمت، صمیمیت، علاقمندی، ملاحظه‌گری، عدم فاصله‌گیری و نفوذ و پویایی و ارتقا انگیزش کارآفرینی دانشجویان دانشگاه آزاد رفسنجان رابطه معنادار وجود دارد. بر اساس آزمون t مستقل میزان انگیزش کارآفرینی بین پسران و دختران متفاوت است؛ به عبارت دیگر سطح کارآفرینی بین پسران از دختران بیشتر است.

## منابع

۱. میرکمالی، سید محمد، نسرین جعفری، بهرام صالح صدق پور، (۱۳۹۲)، تأثیر جوّ سازمانی بر رضایت شغلی با میانجی گری سرمایه ی انسانی، دوفصلنامه ی پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع) سال پنجم، شماره ی ۲ پاییز و زمستان ۱۳۹۲
۲. قنبری جهرمی محدثی، محمدخمرنیه، زهرا کاوسی، فرناز حقایقی، عزیز کسانی (۱۳۹۲)، بررسی جو سازمانی در بیمارستان مطهری جهرم در سال ۱۳۹۲، کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها، شیراز دیماه ۹۲
۳. خانه گیر، منصور؛ کمال محمدزاده؛ سیاوش دیندارلو و محمد کشاورز، ۱۳۹۲، بررسی رابطه رضایت شغلی با جو سازمانی معلمان زن و مرد شهرستان رودبار جنوب، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور،
۴. زارع، حسین، آوات فیضی، طاهر محبوبی بررسی رابطه جو سازمانی با استرس شغلی و خلاقیت کارکنان (مرد و زن) اداری آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی، مجله تحقیقات علوم رفتاری، دوره ۸، شماره ۲: ۱۳۸۹
5. Arabaci B. (2010), Academic and administration personnel's perceptions of organizational climate (Sample of Educational Faculty of Firat University)
6. Bing-cheng, W. (2011). An Empirical Study on the Relationship of Organization Innovation Climate, Employee Job Satisfaction and Employee Innovation Performance. *Enterprise Vitality*, 1, 013.
7. El-Salam GA, Ibrahim MM, Mohsen MM, Hassanein SE. Relationship between organizational climate and empowerment of nurses in Menoufiya hospitals, Egypt. *East Mediterr Health J.* 2008 Sep- Oct; 14(5): 1173-84.
8. Farhadfar, Mozghan, (2015), A Study of the Relationship between Organizational Climate and Job Satisfaction of Faculty Members of Islamic Azad University of Roudehen, *Jurnal UMP Social Sciences and Technology Management* Vol. 3, Issue. 3, 2015
9. Manosalvas Vaca, C. A. Manosalvas Vaca, L. O. & Nieves Quintero, J. (2015). Organization climate and job satisfaction: a rigorous quantitative analysis of their relationship. *AD-minister*, (26), 5-15
10. Mosser NR, Walls RT. Leadership frames of nursing chairpersons and the organizational climate in baccalaureate nursing programs. *Southern Online Journal of Nursing Research.* 2002 Jul; 3(2): 1-1.
11. Soonhee, K. (2009). Managerial leadership, the Climate for Creativity and innovation, and a culture of innovation and Performance-Driven in local Government. Paper Prepared for the PMRA conference.



# Investigating the Relationship between Organizational Climate and Entrepreneurial motivation among the students of Rafsanjan Islamic Azad University

Maryam Azadi

*Master student of educational management, Islamic Azad University, Rafsanjan Branch*

---

## Abstract

This study aims to investigate the relationship between organizational climate and entrepreneurial motivation among the students of Islamic Azad University, Rafsanjan Branch. This is a descriptive and correlational research. The study population consists of all of the 528 students of Rafsanjan Islamic Azad University. Using the Morgan table, we selected 196 students as the sample size. The data collection tools used in this research are two questionnaires, namely the Halpin-Croft Organizational Climate Description (OCDQ) Questionnaire, and a self-designed Entrepreneurship Motivation Questionnaire containing 8 items. The validity of the questionnaires was confirmed by experts and their reliability was obtained by the use of Cronbach's alpha coefficient as 0.78 and 0.81 for Organizational Climate Description Questionnaire and the Entrepreneurship Motivation Questionnaire respectively, and was approved since it was greater than 0.7. We also used the SPSS software for data analysis.

The results of the research showed that the entrepreneurial motivation of the students of Rafsanjan Islamic Azad University is significantly associated with the group spirit of teachers, lack of interference and disturbance, intimacy, interest, consideration, lack of distance, influence and dynamism. The independent t-test showed a difference in the degree of entrepreneurial motivation between boys and girls. In other words, boys were shown to have a higher level of entrepreneurship than girls.

**Keywords:** organizational climate, group spirit, intimacy, motivation, entrepreneurship

---