

بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

حیدر قادری^۱

^۱ کارشناس ارشد برنامه ریزی درسی

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

حیدر قادری

Heydar2020@yahoo.com

چکیده

هدف از این پژوهش رابطه بین انواع فرهنگ سازمانی (وظیفه مدار، قدرت مدار، توفیق مدار، حمایت مدار) و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان که در سال ۱۳۹۵ مشغول به کار هستند. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز درباره افراد جامعه با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم نمونه و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۲۶۵ نفر تعیین شده است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که از طریق محاسبه آلفای کرانباخ پایایی پرسشنامه فرهنگ سازمانی ۰/۹۱، و پایایی پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ۰/۸۹ به دست آمد. یافته های تحقیق حکایت از آن دارد که: بین انواع فرهنگ سازمانی (وظیفه مدار، قدرت مدار، توفیق مدار، حمایت مدار) و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، کارکنان، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

مقدمه

فرهنگ در سطح کل جامعه و به شکل ملی با تأثیرات قابل توجهی که بر ویژگی های اکتسابی فرد دارد و همچنین محدودیت ها و فرصت هایی که برای سازمان ها ایجاد می کند، اثرات قابل توجهی بر فرآیند کارآفرینی خواهد داشت [۱]. ارزش های فرهنگی و عادت های فرهنگی هر دو در نرخ کارآفرینی اثرگذار هستند. برای دستیابی به کارآفرینی نیازمند به ابزار هستیم. یکی از ابزارهای مناسب برای رشد و توسعه کارآفرینی وجود فرهنگ حامی کارآفرینی است. ارتباط فرهنگ و کارآفرینی از دو سو قابل بحث است: از یک سو نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تأثیر می گذارد و از سوی دیگر خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر جامعه است که هم متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است هم می تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کرد. بنابراین با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز باید در پی ایجاد سازمان و شرکت های کارآفرین باشد این امر میسر نمی شود مگر آنکه ضمن توجه به نقش و اهمیت فرهنگ با کارآفرینی باشد [۲].

کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به آن توجه جدی مبذول می دارند. در این جوامع کارآفرینی تبدیل به ابزار نیرومندی در جهت ایجاد فرصت های مناسب شده که بهره گیری از آن ها می تواند باعث رفع مشکلاتی همچون بحران اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، رکود اقتصاد و افزایش رقابت شود [۳]. برای ایجاد کارآفرینی در هر سازمانی در مرحله نخست باید مدیران و کارکنان به آن باور داشته و آن را بپذیرند، و در مرحله دوم، شرایط لازم برای بروز آن در سازمان برای کارکنان مهیا سازند. این امر در صورتی امکان پذیر می باشد که سازمان از فرهنگ مناسبی برخوردار باشد.

تحولات سریع علم و فناوری در چند دهه اخیر، ارکان نظام های اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده و چالش هایی به همراه آورده است. افزایش جمعیت در کشورهای در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید همگی سبب توجه نهادها و مقامات مسئول در این کشورها به این نیازها و چاره اندیشی بنیادی یا مقطعی برای آنها شده است. افراد، سازمان ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پر شتاب همگام کنند، دچار حالت ایستایی و توقف و سکون شده، بی شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار شکست می شوند. سازمان های امروزی برای حفظ و بقای خود در محیط متحول و رقابتی باید تغییرات عمیق و همه جانبه ای در آرمان ها، اهداف، سیاست ها، باورها، اندیشه ها و غیره بدهند. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را سبب ساز گردیده است، از کارآفرینی به عنوان موتور اقتصادی یاد می شود و موضوعی میان رشته ای است که رشته های مختلفی هم چون اقتصاد، روان شناسی، جامعه شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته است. کارآفرینی مفهومی است همراه با خلقت بشر و کانون مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در قرون متعادی می باشد. امروزه کارآفرینی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی به شمار می رود، به طوری که در فرهنگ غرب و برخی کشورهای دیگر، دو دهه اخیر، "دوران طلایی کارآفرینی" نام گرفته است. کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است [۴].

کارآفرینی و فرهنگ سازمانی

بدون توجه کافی به مقوله "توسعه کارآفرینی" نمی توان به شاخص رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره وری و توان افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می شود دست یافت [۵]. فرهنگ سازمانی مناسب یکی از عوامل بسیار مهم در شناسایی، توسعه، بهبود و نگهداری سازمان های کارآفرین است. فرهنگ سازمانی به مجموعه ای از ارزش ها، باورها، درک استنباط و شیوه های تفکر و اندیشیدن است که اعضای سازمان در آن وجه مشترک دارند [۶].

از آنجایی که کارآفرینی راهحلی برای مشکلات اقتصادی امروز می باشد، توسعه و ترویج کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران می باشد. در شرایطی که کاهش سرمایه گذاری در اقتصاد کشور از یک سو، بهره وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان های دولتی و وابسته به دولت از دیگر سو و خیل تازه واردان به عرصه کار از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان مبدل کرده است به نظر می رسد که توسعه کارآفرینی در ایران یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است [۷]. به دنبال رخ دادن تغییرات وسیع در محیط اقتصادی جهان و شدت یافتن رقابت، به نقش مدیریت استراتژیک توجه بسیاری شده است. طراحی استراتژی مناسب برای سازمان ها و اجرای سریع و مؤثر آن برتری نسبی شرکت ها و سازمان ها را نشان می دهد. بدیهی است مهم ترین عامل موفقیت یا شکست در این حرکت فرهنگ سازمانی است [۸].

از سوی دیگر پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین الملل و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است. بنابراین در دنیای امروز شناسایی عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه فرهنگ در جامعه و ویژگی های منحصر به فرد کارآفرین در سازمان شغلی، به عنصر رشد و توسعه از ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی محسوب می شود. در قرن حاضر، توانایی تطبیق مستمر با فرهنگ های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین فرهنگی نکته بسیار حائز اهمیت است. محیط کار جهانی نیاز به افرادی دارد که فرهنگ های مختلف آشنا باشد و بتواند با افراد سایر فرهنگ ها ارتباط مناسب برقرار کند. کارآفرینی بر توسعه اقتصادی جامعه به عنوان یکی از ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح می باشد. فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی برخوردار است لذا بستر لازم جهت ایجاد کارآفرینی در سازمان، آماده سازی فرهنگ آن سازمان خواهد بود [۲]. سازمان های موفق، سازمان هایی هستند که خلاقیت و نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می دهد. به عبارتی سازمان های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آن ها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند [۹].

فرهنگ سازمان تعیین کننده حد و مرز سازمان است و باعث می شود افراد نوعی تعهد نسبت به چیزی داشته باشند پس یکی از مسائل مهم فرهنگ سازمانی، حفظ و تقویت آن است [۱۰]. چرا که فرهنگ موجب ثبات و پایداری سازمان می گردد و یک عامل کنترل به حساب می آید. فرهنگ سازمانی انواع مختلفی دارد و فردی که در سازمان کار می کند می داند که سازمان ها فرهنگ های متفاوتی دارند امروز دنیا، دنیای صداقت و شفافیت است و فرهنگ سازمانی بایستی فرایند اجتماعی شدن و تطابق رفتاری را در مسیر دامن بزند، در حالی که سازمان ها مانند یک سد و یک دژ با ویژگی های خشک و بی روح خود انسان را محصور خود نموده و اعتماد، همکاری، همدلی، و... را به بهانه های مختلف از نیروی انسانی سلب نموده اند. فرهنگ سازمانی فیلتری است که هیچ پدیده ای بدون تطابق با آن موفقیت چندانی کسب نخواهد کرد. چرا که موفقیت نظام ارزشی و اعتقادات، باورها و رفتار کارکنان در گرو تطابق با فرهنگ می باشد و هر اقدامی بدون آگاهی از نیروهای فرهنگی که همیشه وجود دارند ممکن است پیامدهای پیش بینی نشده و ناخواسته داشته باشد [۱۱]. به طور کلی فرهنگ سازمانی می تواند سرچشمه ای برای حرکت و پویایی، خلاقیت و نوآوری ها یا مانعی در راه پیشرفت آن ها به شمار می آید.

برای ترویج کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی را در درون سازمانی وجود داشته باشد. عواملی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می دهند جو، یا محیط کارآفرینی نامیده می شود. ویژگی های کلی یک محیط مناسب کارآفرین سازمانی را می توان به طور خلاصه این گونه بیان کرد:

- سازمان با تکنولوژی های پیشرفته و به روز همگام شود
- ایده های جدید تشویق شوند
- آزمون و خطا تشویق شود
- شکست و ناکامی پذیرفته شود
- عدم وجود موانع برای ایجاد و توسعه محصولات جدید
- روش کار تیمی چند منظوره
- افق زمانی بلند مدت و برنامه های داوطلبانه
- حمایت مدیریت مدیر [۶].

وحدتی و همکارانش [۱۲] در تحقیق خود تحت عنوان «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی (مطالعه ای موردی دانشگاه لرستان)» به این نتیجه رسیدند که بین فرهنگ و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مزبور رابطه معناداری وجود دارد.

منوریان و احمدی تنکابنی [۱۳] در تحقیقی تحت عنوان «بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین» به این نتیجه دست یافتند که فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک مزبور تأثیرگذار است.

کلاته سیفری و تندنویس [۱۴] در تحقیقی تحت عنوان «رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران» به این نتایج دست یافتند که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد. در میان مولفه های کارآفرینی سازمانی، ساختار، اهداف و استراتژی، حمایت مدیریت و سیستم پاداش و تشویق با فرهنگ سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری نشان دادند، اما بین سیستم آموزش و اطلاعات و فرهنگ سازمانی ارتباط معنی داری مشاهده نشد.

رضایی دیزگاه و همکاران [۱۵] در تحقیقی تحت عنوان «رابطه ابعاد مختلف عدالت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک» به این نتایج دست یافتند که همه ابعاد چهارگانه عدالت سازمانی (عدالت توزیعی سازمانی، عدالت رویه ای سازمانی، عدالت بین فردی سازمانی و عدالت اطلاعاتی سازمانی) دارای رابطه معنادار و مثبت با کارآفرینی سازمانی در شرکت های مذکور می باشد.

قهرمانی و همکارانش [۱۶] در تحقیقی تحت عنوان «بررسی فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان غیر هیئت علمی در دانشگاه شهید بهشتی» به این نتایج دست یافتند که بین «فرهنگ سازمانی» و «کارآفرینی سازمانی» در دانشگاه شهید بهشتی رابطه معنادار وجود دارد.

شهرکی پور و همکارانش [۱۷] در تحقیقی تحت عنوان «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان» به این نتایج دست یافتند که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و قوی وجود دارد. همچنین بین سه مؤلفه از فرهنگ سازمانی (یکپارچگی، انسجام و حمایت مدیریت و سیستم پاداش) با کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد ولی در مورد مؤلفه های احساس هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی نتایج نشان داد که از لحاظ آماری رابطه معنادار مشاهده نشده است.

موغلی و مالکی طبس [۱۸] در تحقیق خود تحت عنوان «رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی در سازمان های دولتی» به این نتایج دست یافتند: ۱- بین فرهنگ و خلاقیت سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. ۲- بین فرهنگ عقلایی و خلاقیت سازمانی یک رابطه ی همبستگی مثبت وجود دارد. ۳- بین فرهنگ سلسله مراتبی و خلاقیت سازمانی یک رابطه ی همبستگی منفی وجود دارد. ۴- بین فرهنگ مشارکتی و خلاقیت سازمانی یک رابطه ی همبستگی مثبت وجود دارد.

سهرابی و همکاران [۱۹] در پژوهش خود با عنوان «رابطه بین منابع قدرت مدیر و انواع فرهنگ سازمانی در مدارس متوسطه و راهنمایی شهرستان خمین» نتیجه گرفتند که بین قدرت قانونی با فرهنگ سازمانی ثبات و مشارکتی رابطه وجود دارد در صورتی که بین قدرت قانونی با فرهنگ سازگاری و رسالتی رابطه وجود ندارد. همچنین تفاوت معنادار بین نظرات دبیران و معلمان در خصوص منابع قدرت و فرهنگ سازمانی بر حسب متغیرهای جمعیت شناختی تأیید نشد.

حسینی و همکاران [۲۰] در تحقیقی تحت عنوان «رابطه ی بین فرهنگ سازمانی و بلوغ سازمانی کارکنان بیمارستانهای وابسته به دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۱۳۸۷-۱۳۸۶» به این نتایج رسیدند که ۵ بیمارستان دارای فرهنگ میانه و ۶ بیمارستان دیگر دارای فرهنگ ضعیف بودند. همچنین سطح بلوغ سازمانی بیمارستانهای دانشگاهی شهر اصفهان نیز متوسط است. همچنین بین فرهنگ سازمانی و بلوغ سازمانی رابطه ی معناداری مشاهده شد.

کاوسی و چاوش باشی [۲] در تحقیقی تحت عنوان «طراحی و ارائه الگویی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه؛ مطالعه موردی واحد علوم و تحقیقات تهران»، در یافته های پژوهش خود که این واحد از وضعیت کارآفرینی مطلوبی برخوردار نیست و به منظور استقرار کارآفرینی در آن بایستی با توجه به عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای از فعالیت های کارآفرینانه حمایت کند و بسترهای لازم را برای اجرای آن فراهم آورد؛ توانست مدل عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران ارائه کند.

رامانایدو^۱ [۲۱]، در پژوهشی تحت عنوان «کشف رابطه بین رهبری تحول آفرین، فرهنگ سازمانی، تعهد عاطفی و عملکرد کارکنان: مطالعه موردی مؤسسات آموزشی در مالزی»، دریافت که فرهنگ سازمانی بطور مثبت با رهبری تحول آفرین و عملکرد کارکنان ارتباط دارد و همچنین رهبری تحول آفرین در ارتباط میان فرهنگ سازمانی و عملکرد کارکنان نقش میانجی گری دارد.

ژنگ و همکاران^۲ [۲۲] در پژوهشی با عنوان «ایجاد ارتباط بین فرهنگ سازمانی، ساختار، استراتژی، و اثر بخشی سازمانی» ارتباط مستقیمی بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی شخصی و رهبری مشاهده کردند. با وجود این، بعضی از محققان معتقدند که فرهنگ سازمانی مستقیماً بر اثربخشی آن تأثیر نمی گذارد، بلکه این تأثیرگذاری از طریق اصلاح رفتار اعضای سازمان صورت می گیرد.

تاتیانا^۳ [۲۳] در پژوهش خود تحت عنوان «نقش اعتماد بین فردی برای کارآفرینی ارز در یک اقتصاد گذار» به این نتیجه دست یافت که وجود اعتماد بین فردی را برای تبادلات ایده های کارآفرینانه بین افراد یک سازمان با هم و مدیریت سازمان ضروری می داند.

تقسیم بندی های متفاوتی از فرهنگ سازمانی با میناهای متفاوتی ارائه شده است، از جمله هافستد که در تقسیم بندی خود چهار نوع فرهنگ سازمانی را تشریح کرده است:

۱- فرهنگ وظیفه مدار (رعایت سلسله مراتب): در این نوع فرهنگ، سازمان هرمی شکل است و سلسله مراتب رعایت می شوند، وظایف مشخص هستند و بر انطباقی انتظارات تأکید می شود و در واقع ابزار عقلایی محدود در جهت رسیدن به اهداف مشخص.

۲- فرهنگ توفیق مدار (تأکید بر همکاری و استقلال فردی): در سازمانی با این فرهنگ افراد علاقمند به کارشان هستند، انرژی و زمان زیادی برای سازمان صرف می کنند. در این سازمان تأکید بر کاری است که باید انجام شود تا اجرای کامل قوانین.

¹ Ramanaidu

² Zheng et al

³ Tatina

۳- فرهنگ قدرت مدار (قدرت در اختیار یک نفر): در این نوع فرهنگ قدرت دست یک نفر است، بعضی از افراد مسلط و دیگران تابع هستند، یک موقعیت اجتماعی نسبتاً محدود بر پایه احترام و قدرت.

۴- فرهنگ حمایت مدار (عدم رعایت سلسله): در این نوع فرهنگ مخالف با رعایت سلسله مراتب، تخصص گرایی و کار یکنواخت است. سازمان اعضای خود را وادار می کند از طریق روابط، تقابل، تعلق، اتصال لیاقت خود را نشان می دهند [۲۴]. در زمینه کارآفرینی نیز تقسیم بندی های متفاوتی وجود دارد که یکی از آن تقسیم بندی ها توسط سات می باشد. سات، ایجاد یک شرکت و سازمان های کارآفرین را در چهار فرایند به ترتیب زیر تقسیم می کند:

۱- محیط کسب و کار (BE): مجموعه عواملی است که بر عملکرد سازمان تأثیر می گذارد اما مدیر نمی تواند آن را به سهولت تغییر دهد و شامل همه عوامل داخل و خارج سازمان و شرکت می شود. این عوامل شامل مشتریان، رقبا، سهام داران، عرضه کنندگان، صنعت و... است. به عبارتی محیط کسب و کار محیط اجتماعی، تکنولوژی، اقتصادی، سیاسی است که یک کسب و کار در آن فعالیت می کند.

۲- فرهنگ مدیریت (MC): فرهنگی است برای توسعه فرهنگی کشور به عنوان اساس و زیر بنای توسعه اقتصادی می باشد. به عبارتی دیگر درک به عنوان مجموعه ای از ارزش ها و شیوه های مدیران در به اشتراک گذاشته شده سازمان در یک فضا و زمان است.

۳- سازمان اجرایی (CE): یک پدیده اجتماعی است عبارت است از فرایندهای نظام یافته از روابط متقابل افراد برای دست یافتن به هدفهای معین، مجموعه ای هدفمندی است پیرو یک نظام است و دارای رمز و حدودی است که آن را از محیط جدا می سازد.

۴- تصمیم های عمومی مدیریت (DGM): تصمیم گیری به عنوان جوهر اصلی فعالیت مدیران در تمامی وظایف آنها می باشد و به کلیه وظایف مدیر مربوط می شود و شامل شناسایی، تعریف، تشخیص مسائل، یافتن شقوق گوناگون برای حل مسئله، ارزیابی راه حل های ارائه شده و انتخاب بهترین شفق یا راه حل می باشد. برای استفاده کارا از نیروی انسانی، تجهیزات و دیگر منابع سازمانی برای هر مدیری امری ضروری است از این رو مدیر همیشه در صدد است تا بیشترین بهره وری را از امکانات و منابع خود برای دستیابی به هدف های از پیش تعیین محقق سازد [۲۵].

در این پژوهش، تقسیم بندی که توسط سات شده مبنای کار قرار گرفته می شود. کراتکو با شناسایی استراتژی سازمان و در نظر گرفتن مقوله کارآفرینی برای رسیدن به عملکرد مطلوب چهار شاخص مهم را در سازمان معرفی می کند: ۱- ساختار ۲- مدیریت منابع انسانی ۳- کنترل ۴- فرهنگ سازمانی. وی معتقد است بر اساس این چهار شاخص به بهترین عملکرد کارآفرینانه دست می یابیم. بنابراین براساس نظر کراتکو که معتقد است فرهنگ سازمانی یکی از عوامل مهمی است که موجب عملکرد کارآفرینانه بهتر خواهد شد محقق، سعی در اثبات این فرضیه که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد می پردازد.

از این رو با وجود تغییرات سریع و گسترده و پیشرفت های تکنولوژیک در محیط های رقابتی، پرداختن به موضوع کارآفرینی سازمانی و خلق ایده های جدید از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب در سازمان پیش از پیش حائز اهمیت است. لذا بستر لازم جهت ایجاد کارآفرینی در سازمان، آماده سازی فرهنگ آن سازمان خواهد بود و یکی از دلایل فقدان کارآفرینی سازمانی در دستگاه های اجرایی نبود فرهنگ سازمانی صحیح است. با توجه به مطالب بیان شده سؤال اصلی که تحقیق حاضر به دنبال آن می باشد این است که آیا بین انواع فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد؟

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی:

بین انواع فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد.

فرضیات فرعی:

- ۱ - بین فرهنگ وظیفه مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد.
- ۲ - بین فرهنگ قدرت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد.
- ۳ - بین فرهنگ حمایت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد.
- ۴ - بین فرهنگ توفیق مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش های توصیفی-پیمایشی است. برای انجام پژوهش از ملاک ها و نشانگرها استفاده شد، که پس از تعیین ۸ ملاک و ۳۶ نشانگر از ابزار اندازه گیری پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر کلیه کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان می باشد که در سال ۱۳۹۵ مشغول به کار می باشند. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز درباره افراد جامعه با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم نمونه و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۲۶۵ نفر تعیین شده است و برای هر یک از متغیرهای تحقیق پرسشنامه ای جداگانه و بر اساس طیف لیکرت تنظیم شد که درجات آن از خیلی کم تا خیلی زیاد می باشد. روایی پرسشنامه از طریق روایی محتوایی بوده است. برای تعیین روایی پس از تهیه مقدماتی، پرسشنامه در اختیار اساتید گروه علوم تربیتی دانشگاه اصفهان بعنوان متخصص قرار گرفت و نظرات آنها در پرسشنامه اعمال گردید. قابلیت اعتبار پرسشنامه از طریق محاسبه آلفای کرونباخ برآورده شده که پایایی پرسشنامه فرهنگ سازمانی با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۱، و پایایی پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ۰/۸۹ به دست آمد.

جمع آوری داده ها در این تحقیق از طریق دو پرسشنامه محقق ساخته صورت می گیرد: پرسشنامه شماره یک، مربوط به فرهنگ سازمانی است، و شامل ۱۶ سؤال می باشد که میزان فرهنگ سازمانی کارکنان را براساس مؤلفه فرهنگ وظیفه مدار، فرهنگ توفیق مدار، فرهنگ قدرت مدار، فرهنگ حمایت مدار، می سنجد و براساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای (کاملاً موافق (بسیار زیاد)، موافق (زیاد)، نسبتاً موافق (متوسط)، مخالف (کم)، کاملاً مخالف (خیلی کم)) طراحی شده است. پرسشنامه دوم برای سنجش میزان کارآفرینی سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است که میزان کارآفرینی سازمانی را بر اساس مؤلفه های محیط کسب و کار، فرهنگ مدیریت، سازمان های اجرایی، تصمیم های عمومی مدیریت می سنجد. گزینه های این سؤالات بر اساس طیف لیکرت به صورت پنج گزینه ای (کاملاً موافق (بسیار زیاد)، موافق (زیاد)، نسبتاً موافق (متوسط)، مخالف (کم)، کاملاً مخالف (خیلی کم)) طراحی شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

در این پژوهش جهت توصیف داده های جمع آوری شده، از انواع شاخص های آماری، از جمله فراوانی، درصد فراوانی، آمارهای توصیفی، انواع جداول و نمودارها استفاده گردیده است. جهت تعیین همبستگی از آزمونهای همبستگی پیرسون و اسپیرمن، رگرسیون چند متغیره و تک خطی استفاده شده است. کلیه تحلیل های آماری به وسیله نرم افزار کامپیوتری SPSS انجام شده است.

یافته های تحقیق

فرضیه اصلی: بین انواع فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه $p =$ مقدار به دست آمده در هر دو آزمون ($< 0/01$) از سطح معنی داری ($0/05$) می باشد لذا فرض صفر رد می شود و می توان ادعا کرد که بین دو متغیر کارآفرینی و فرهنگ سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارتی انتظار داریم هرچه میزان استفاده از فرهنگ سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بیشتر باشد کارآفرینی سازمانی نیز بیشتر شود.

جدول ۱ بررسی رابطه بین متغیر های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ سازمانی				متغیر	
اسپیرمن		فراوانی	کندال		کارآفرینی سازمانی
p- مقدار	ضریب همبستگی		p- مقدار	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱<	۰/۷۱۰		۲۶۵	۰/۰۰۱<	

فرضیه فرعی اول: بین فرهنگ وظیفه مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه p -مقدار به دست آمده در هر دو آزمون ($<0/001$) از سطح معنی داری ($0/05$) می باشد لذا فرض صفر رد می شود و می توان ادعا کرد که بین دو متغیر فرهنگ وظیفه مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارتی انتظار داریم هرچه میزان استفاده از فرهنگ وظیفه مدار در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بیشتر باشد کارآفرینی سازمانی نیز بیشتر شود.

جدول ۲ بررسی رابطه بین متغیرهای فرهنگ وظیفه مدار و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ وظیفه مدار					متغیر
اسپیرمن		فراوانی	کندال		کارآفرینی سازمانی
p- مقدار	ضریب همبستگی		p- مقدار	ضریب همبستگی	
<۰/۰۰۱	۰/۶۹۲		۲۶۵	<۰/۰۰۱	

فرضیه فرعی دوم: بین فرهنگ قدرت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه p -مقدار به دست آمده در هر دو آزمون ($<0/001$) از سطح معنی داری ($0/05$) می باشد لذا فرض صفر رد می شود و می توان ادعا کرد که بین دو متغیر فرهنگ قدرت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارتی انتظار داریم هرچه میزان استفاده از فرهنگ قدرت مدار در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بیشتر باشد کارآفرینی سازمانی نیز بیشتر شود.

جدول ۳ بررسی رابطه بین متغیرهای فرهنگ قدرت مدار و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ قدرت مدار				متغیر	
اسپیرمن		فراوانی	کندال		کارآفرینی سازمانی
p- مقدار	ضریب همبستگی		p- مقدار	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱<	۰/۴۵۲		۲۶۵	۰/۰۰۱<	

فرضیه فرعی سوم: بین فرهنگ توفیق مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه p -مقدار به دست آمده در هر دو آزمون ($<0/001$) از سطح معنی داری ($0/05$) می باشد لذا فرض صفر رد می شود و می توان ادعا کرد که بین دو متغیر کارآفرینی سازمانی و فرهنگ توفیق مدار در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارتی انتظار داریم هرچه میزان استفاده از کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بیشتر باشد فرهنگ توفیق مدار نیز بیشتر شود.

جدول ۴ بررسی رابطه بین متغیرهای فرهنگ توفیق مدار و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ توفیق مدار				متغیر	
اسپیرمن		فراوانی	کندال		کارآفرینی سازمانی
p-مقدار	ضریب همبستگی		p-مقدار	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱<	۰/۶۲۷		۲۶۵	۰/۵۳۱	

فرضیه فرعی چهارم: بین فرهنگ حمایت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه p -مقدار به دست آمده در هر دو آزمون ($<۰/۰۰۱$) از سطح معنی داری ($۰/۰۵$) می باشد لذا فرض صفر رد می شود و می توان ادعا کرد که بین دو متغیر فرهنگ حمایت مدار و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی این رابطه از نوع مستقیم است. به عبارتی انتظار داریم هرچه میزان استفاده از فرهنگ حمایت مدار در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بیشتر باشد کارآفرینی سازمانی نیز بیشتر شود.

جدول ۵ بررسی رابطه بین متغیرهای فرهنگ حمایت مدار و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ حمایت مدار					متغیر
اسپیرمن		فراوانی	کندال		کارآفرینی سازمانی
p- مقدار	ضریب همبستگی		p- مقدار	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱<	۰/۶۷۲		۲۶۵	۰/۵۹۲	

بحث و نتیجه گیری

یکی از مفاهیمی که طی دو دهه اخیر به شدت در نظریه های مدیریتی نفوذ داشته، مفهوم فرهنگ سازمانی است. چرا که بسیاری از محققان و صاحب نظران در پی شناخت دلایل موفقیت و شکست سازمان ها به این نتیجه رسیده اند که تنها عامل توفیق سازمان ها عواملی چون ساختار تکنولوژی نیست؛ بلکه سازمان ها با حداقل امکانات مادی موفقیت و چشم گیری داشته و سازمان های دیگری با بهترین توانایی های مادی با شکست مواجه شده اند. بنابراین عوامل غیر مادی و معنوی در کامیابی سازمان ها موثر بوده اند [۲۶]. برک و هوارن اشتیان^۴ در مورد اهمیت فرهنگ سازمانی بیان می دارند که "باندگی سازمان به عنوان یک فرایند برنامه ریزی شده، با دگرگونی فرهنگ سازمانی برابر است". در واقع دگرگونی در سازمان بدون توجه فرهنگ سازمانی، مؤثر واقع نمی شود. همچنین اگر مدیران درصد تغییر بهره وری و عملکرد سازمانی باشند باید به عوامل تشکیل دهنده فرهنگ سازمانی و تغییر آن توجه داشته باشند [۲۷]. از طرفی دیگر توسعه کارآفرینی برای حل مشکلات کشورها در مسیر توسعه بسیار حیاتی است [۲۸]. تغییر و تحولات دنیای پر شتاب کنونی در عرصه علمی و فنی و چالش های پی در پی نظام اقتصادی - اجتماعی، توجه عمیق سیاست گذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم کرده است، تا آن جایی که آن ها آخرین الگوی توسعه را، توسعه مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده اند. ارزش های فرهنگی و عادات های فرهنگی هر دو در نرخ کارآفرینی اثر گذار هستند. برای دستیابی به کارآفرینی نیازمند به ابزار هستیم یکی از ابزارهای مناسب برای رشد و توسعه کارآفرینی وجود فرهنگ حامی کارآفرینی است. فرایند کارآفرینی در بطن، فرهنگ خاصی را نهفته دارد که این فرهنگ را می توان فرهنگ حاکم بر سازمان دانست. بنابراین با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز باید در پی ایجاد سازمان و شرکت های کارآفرین باشد این امر میسر نمی شود مگر آنکه ضمن توجه به نقش و اهمیت فرهنگ با کارآفرینی باشد [۲].

ارتباط فرهنگ و کارآفرینی از دو سو قابل بحث است: از یک سو نتایج کارآفرینی است که بر جامعه تأثیر می گذارد و از سوی دیگر خود فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر جامعه است که هم متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است هم می تواند در آن تحولات اساسی ایجاد کرد. خانواده می تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند؛ به شکلی که فرد و جامعه در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. در عین حال، شرایط محیطی و نوع جامعه ای که فرد در آن رشد و نمو می یابد نیز در شکل گیری و ایجاد عادات و رفتارهای مختلف در فرد به میزان زیادی تأثیرگذار است [۲۹]. کارآفرینی با ایجاد فرصت های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش زمینه ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی جامعه محسوب می شود از سوی دیگر، نحوه شکل گیری و تمرین کارآفرینی، روش ها و شیوه های خاصی را می طلبد که برپایه باورها و ارزش های ویژه ای استوار شده است. مجموعه این روش ها و باورها را می توان یک فرهنگ تلقی کرد. در واقع فرایند کارآفرینی، در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد که این فرهنگ را می توان همان فرهنگ حاکم بر جامعه دانست [۳۰].

تحقیقات و نتایج یافته های این پژوهش سازمانی، حاکی از آن است که در مجموع بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر با بهبود فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی افزایش خواهد یافت. علاوه بر این ارتباط بین ابعاد فرهنگ سازمانی (فرهنگ وظیفه مدار، وظیفه قدرت مدار، فرهنگ حمایت مدار، فرهنگ توفیق مدار) و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان مثبت و معنادار است. لازم به ذکر است نتایج تحقیق حاضر در ارتباط با این فرضیه با نتایج پژوهش وحدتی و همکارانش [۱۲]، منوریان و احمدی تنکابنی [۱۳]، کلاته سیف ری و تندنویس [۱۴]، قهرمانی و همکارانش [۱۶] و شهرکی پور و همکارانش [۱۷] رابطه معناداری و همسویی وجود دارد، همچنین نتایج یافته های این پژوهش با یافته های پژوهش موغلی و مالکی طبس [۱۹]، احمدپورداریانی [۳۱]، صمدآقایی [۳۲]، نیز همخوانی دارد.

به طور کلی بهبود ابعاد ذکر شده منجر به کارآفرینی سازمانی خواهد شد که به صورت زیر بیان شده:

۱- بین فرهنگ و وظیفه مدار و کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم وجود دارد. بنابراین هرچه میزان نظارت مستقیم و سلسله مراتبی در سازمان بیشتر، کارآفرینی سازمان نیز بیشتر خواهد بود در این فرهنگ وظایف به طور شفاف تعیین شده و قابل سنجش و برانطباق انتظارات تأکید دارد. دیویس [۳۳] فرهنگ وظیفه مدار را اینگونه توصیف می کند که این نوع فرهنگ نیز همانند فرهنگ اجتماعی و برخلاف فرهنگ معقول و توسعه ای مبتنی بر توجه داخلی و حفظ سیستم می باشد و ویژگی آن تمرکز قدرت و فعالیت یکپارچه است.

⁴ Burke & Hvarn eshtain

۲- بین فرهنگ قدرت مدار و کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم وجود دارد؛ بنابراین هر چه میزان استفاده از قدرت مدیر در سازمان بیشتر باشد کارآفرینی نیز در سازمان ها بیشتر است. در سازمان های قدرت مدار مدیران با روش های دقیق و خردمندانه رفتار می کنند. توجه آن ها بیشتر به دستورهای کار متمرکز است. لذا باعث ایجاد کارآفرینی در سازمان می شود.

۳- بین فرهنگ توفیق مدار و کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم وجود دارد. در فرهنگ توفیق مدار فضای مشاوره و مشارکت و تبادل نظر بسیار مستعد است و افراد علاقه مند به کار خود هستند در نتیجه انرژی و زمان زیادی برای سازمان صرف می کنند. لذا هرچه در سازمان ها چنین فرهنگی حاکم باشد، موجب رضایت و اعتماد کارکنان شده و باعث افزایش کارآفرینی در سازمان ها می شود.

۴- بین فرهنگ حمایت مدار و کارآفرینی سازمانی نیز رابطه مستقیم وجود دارد. هرچه توسعه سازمانی مشارکت و همکاری همراه باشد کارآفرینی نیز بیشتر خواهد بود. میرسپاسی [۳۴] اظهار می دارد که در فرهنگ حمایت دار مدیریت مشارکتی نه تنها قابل اجرا است بلکه توفیق آمیز است. دیویس [۳۳] مشخصه این فرهنگ را عدم تمرکز قدرت، تنوع فعالیت و توجه داخلی به حفظ سیستم می داند. بنابراین روابط اعضا بسیار دوستانه است و این باعث می شود گروه دارای روحیه بالا داشته باشد لذا باعث می شود کارآفرینی نیز در سازمان وجود داشته باشد.

منابع و مراجع

- [۱] عبدالعلی، ح. و محمدپور دوستکوهی، م.، *خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی*، چاپ اول، تهران، انتشارات سپا دانش، ۱۳۸۹.
- [۲] کاوسی، ا. و چاوش باشی، ف.، *فرهنگ و کارآفرینی سازمانی*، پژوهشنامه شماره ۳۲، تهران، انتشارات پژوهشکده مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۷.
- [3] Fuller, B. and j. Stopford. (2001). "*Creative Corporate Entrepreneurship*". United Kingdom Department of Trade and Industry.
- [۴] نابی، م.؛ موسوی، س.ح.؛ شریفی، م.؛ تنباکوساز، ع.، *اصول کارآفرینی و مهارت های کسب و کار در ایران*، قزوین: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ۱۳۸۹.
- [۵] سالاری بناء، ح.، *مدل های کسب و کار*، چاپ اول، تهران، انتشارات نشر گستر، ۱۳۸۹.
- [۶] هادی زاده مقدم، ا.؛ و رحیمی فیل آبادی، ف.، *کارآفرینی سازمانی*، چاپ اول، تهران، انتشارات جانان، ۱۳۸۴.
- [۷] پیکارجو، ک.؛ و علی اصغری، ف.، *کارآفرینی سازمانی و سازمان های کارآفرین*، تهران، انتشارات پژوهشکده مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۷.
- [۸] مشبکی، ا.، *مدیریت رفتار سازمانی، "تحلیل کاربردی ارزشی از رفتار انسانی"*، چاپ سوم، تهران، انتشارات ترمه، ۱۳۸۵.
- [9] Randall, F. D. (2008). Stimulate your executives to think creativity. *Harvard Business Review*, 8 (3), pp: 79-95.
- [۱۰] نجف بیگی، ر.، *سازمان و مدیریت*، چاپ پنجم، تهران، انتشارات ترمه، ۱۳۹۱.
- [۱۱] صالحی امیری، س.؛ و کاوسی، ا.، *سرمایه اجتماعی*، چاپ اول، انتشارات گروه پژوهشی فرهنگ اجتماعی، ۱۳۸۷.
- [۱۲] وحدتی، ح.؛ موسوی، س.؛ محمدی، م.؛ و ایزدی، ر.، بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی (مطالعه موردی دانشگاه لرستان)، *همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)*، بابلسر، دانشگاه مازندران، ۱۳۹۲.
- [۱۳] منوریان، ع. و احمدی تنکابنی، م.، بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین، *مجله فرایند مدیریت توسعه*؛ دوره ۲۵، شماره ۲، ۱۳۹۱.
- [۱۴] کلاته سیفری، م.؛ و تندنویس، ف.، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران، *دوفصلنامه پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی*، سال دوم، شماره ۴، ۱۳۹۱.
- [۱۵] رضایی دیزگاه، م.؛ علی پور، ح.؛ و رحیمی دیناچالی، ع.، رابطه ابعاد مختلف عدالت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در شرکتهای کوچک، *مجله فراسوی مدیریت*، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۱۲۴-۱۰۷، ۱۳۹۰.
- [۱۶] قهرمانی، م.؛ پرداختچی، م.؛ و حسین زاده، ط.، فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی، *فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی*، شماره ۱، صص ۳۹-۲۵، ۱۳۸۹.
- [۱۷] شهرکی پور، ح.؛ ندری، خ.؛ و شیرمحمدی، ر.، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی در بین کارکنان دانشگاه لرستان، *فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی*، شماره چهارم، صص ۱۳۶-۱۰۹، ۱۳۸۹.
- [۱۸] موغلی، ع.؛ و مالکی طبس، ف.، رابطه فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی در سازمان های دولتی، *مجله پژوهش های مدیریت عمومی*، سال دوم، شماره ۶، ۱۳۸۸.
- [۱۹] سهرابی، ن.؛ شاه طالبی، ب.؛ و احمدی، غ.، رابطه ی بین منابع قدرت مدیر و انواع فرهنگ سازمانی در مدارس متوسطه و راهنمایی شهرستان خمین، *پژوهش در برنامه ریزی درسی*، شماره ۲۱، صص ۷۹-۱۰۰، ۱۳۸۸.

[۲۰] حسینی، ش؛ یارمحمدیان، م؛ و عجمی، س. رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و بلوغ سازمانی کارکنان بیمارستانهای وابسته به دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۱۳۸۷-۱۳۸۶، پژوهش در برنامه ریزی درسی، شماره ۲۱، صص ۱۱۶-۱۰۱، ۱۳۸۸.

[21] Ramanaidu, S.K. (2011). Uncovering the Relationship between Transformational Leadership, Organizational Culture, Affective Commitment and Employee Performance: The Case of a Malaysian Educational Institution. *Doctoral Dissertation*, University of Newcastle. Faculty of Business and Law, Newcastle Business School.

[22] Zheng W, Yang B, McLean G. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: mediating role of knowledge management. *Journal of Business Research*, 63 (7): 763-771. Available from: www.ipedr.com/vol4/68-F10072.

[23] Tatina, S. (2007). The role of interpersonal trust for entrepreneurial exchange in a transition economy. *International Journal of Emerging Markets*, 2(2), 101-122.

[۲۴] سی فنیری، د. مدیریت اقتضایی متناسب با فرهنگ سازمانی، ترجمه میرسپاسی، ناصر، چاپ دهم، تهران، انتشارات میر، ۱۳۸۴.

[۲۵] شاه حسینی، ع.، کارآفرینی، چاپ اول، تهران، انتشارات آبیژ، ۱۳۸۹.

[۲۶] شاین، ا.؛ فرهنگ سازمانی، ترجمه محبوب، محمد ابراهیم، چاپ دهم، تهران، انتشارات فرا، ۱۳۸۳.

[۲۷] زارعی متین، ح.، روش‌های تغییر فرهنگ سازمانی، مجله دانش مدیریت، شماره ۴۶، ۱۳۷۸.

[۲۸] شفیع زاده، ح؛ و لبانی مطلق، م.، دانشگاه کارآفرینی و توسعه، چاپ اول، تهران: انتشارات مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، ۱۳۸۸.

[۲۹] شفیعی، ا.؛ و ابراهیمی مند، م.، کارآفرینی، مشهد، انتشارات مرندیز، ۱۳۸۸.

[۳۰] شاه حسینی، ع؛ و کاوسی، ا.، نوآوری و کارآفرینی، چاپ اول، تهران، انتشارات آبیژ، ۱۳۸۸.

[۳۱] احمدپور داریانی، م.، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، چاپ پنجم، تهران، انتشارات شرکت پردیس، ۱۳۸۶.

[۳۲] صمد آقایی، ج.، سازمان‌های کارآفرین، چاپ دوم، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۲.

[۳۳] دیویس، ا.، مدیریت فرهنگ سازمانی، ترجمه میرسپاسی، ناصر و معتمد گرجی، پریچهر، چاپ سوم، تهران، انتشارات مروارید، ۱۳۷۳.

[۳۴] میر سپاسی، ن.، مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار، چاپ بیست و دوم، تهران، انتشارات میر، ۱۳۸۲.