

ارزیابی نقش فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی

Evaluating the Role of Organizational Culture on Entrepreneurship

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۰۹/۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۰۵/۰۶

Mohammad Reza Ardalan
Vahid Soltanzadeh
Roghayeh Beheshtirad

محمدرضا اردلان *
وحید سلطانزاده **
رقیه بهشتی راد ***

Abstract: This study aimed to Evaluate the role of organizational culture on entrepreneurship among Faculty Members of the Urmia University. This is a descriptive correlation study. A stratified sample of 91 faculty members of the university was selected according to the faculty where they were working in proportion to the size of each faculty. Two questionnaires were used for data collection. The first one is questionnaire of organizational culture based on Denison & Spreitzer model. The results showed that: 1- There is a positive and significant relationship between organizational cultures with organizational entrepreneurship. 2- development culture is significant predictors organizational entrepreneurship. 3- There is not positive and significant relationship between Hierarchical culture and organizational entrepreneurship. So it can represent that, there is requirement development culture, group culture, rational culture and rating for development of organizational entrepreneurship in high education, and in this position of Hierarchical and instruction cultural of development entrepreneurship, there are interferences for develop.

چکیده: پژوهش حاضر با هدف بررسی ارزیابی نقش فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در میان اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه انجام شده است. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم هر طبقه، ۹۱ نفر از اعضای هیأت علمی به‌طور تصادفی جهت مطالعه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های پژوهش از دو پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی بر پایه مدل دنیس و اسپریترز و کارآفرینی سازمانی هیل استفاده شد. نتایج به دست آمده گویای آن است که: ۱- بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. ۲- فرهنگ توسعه‌ای می‌تواند به طور مثبت و معنی‌دار کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کند. ۳- میان فرهنگ سلسله‌مراتبی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود ندارد. در نتیجه می‌توان بیان کرد که برای توسعه کارآفرینی سازمانی در نظام آموزشی عالی نیاز به فرهنگ توسعه‌ای، گروهی و عقلایی است و در بستر فرهنگ سلسله‌مراتبی و دستوری، کارآفرینی سازمانی برای توسعه با مانع مواجه است.

Keywords: Organizational Culture, Organizational Entrepreneurship, Faculty Members, Urmia University.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، اعضای هیأت علمی، دانشگاه ارومیه.

* عضو هیأت علمی دانشگاه بوعلی سینا همدان

** کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه (نویسنده مسئول): (Vahid.soltanzadeh@gmail.com)

*** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه بوعلی سینا همدان

مقدمه

موج تغییرات و شتاب نوآوری، زندگی بشر را در تمام عرصه‌ها تحت تأثیر قرار داده است، جوامع کنونی در برابر سازش و همسو شدن با این تغییرات زمانی می‌توانند موفق باشند که از نیروی انسانی خلاق، خودباور، متخصص و یا در یک کلمه کارآفرین^۱ بهره‌مند باشند. هیت و همکارانش^۲ (۲۰۰۲) اعتقاد دارند که روند رشد و توسعه جهانی به خوبی نشان می‌دهد که با افزایش و گسترش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینی و افراد کارآفرین حیاتی جلوه می‌کند. کارآفرینی از منابع مهم، ارزان و بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر همه جوامع بشری است. امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که به فکر متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی در بلندمدت موفق‌تر بوده‌اند، گواه این ادعا کشورهای کم توسعه‌اند که صاحبان منابع غنی هستند ولی در توسعه طرفی نبسته‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به‌رغم مزیت‌های آن، از جمله موانع توسعه‌نیافتگی محسوب شده‌اند. در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آنها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار، از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند. به‌ویژه عصر حاضر که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات است، توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد (اکبری، ۱۳۸۲: ۱۷۵؛ الوانی، ۱۳۸۵: ۳۶۶). با کارآفرینی می‌توان موجبات خودکفایی و استقلال کشور را در زمینه فنون و تخصص‌های مورد نیاز فراهم آورد (الوانی و رودگرزاد، ۱۳۸۹: ۷۴). زیرا کارآفرینی راهی برای بازآفرینی قابلیت‌های اقتصادی و سازمانی به شمار می‌رود (خنifer و وکیلی، ۱۳۸۷: ۳۷). از طرفی امروزه در اقتصاد مبتنی بر دانش، از دانشگاه‌ها انتظار می‌رود به معرفی راه حل برای نیازهای صنعتی و اجتماعی با بهره‌برداری از دانش پردازانند (یلدیریم و اسکون^۳، ۲۰۱۲: ۹۵۵). در نتیجه دانشگاه‌ها با توجه به ظرفیت‌هایی که به عنوان نهاد تولید و توزیع‌کننده دانش دارند، به عنوان دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه فناوری ایفا می‌کنند. امروزه همه پذیرفته‌اند که موفقیت چشمگیر سازمان‌های موفق، نه در ابعاد فیزیکی و تکنولوژی آنها، بلکه در عوامل غیرمملوس قدرتمند در فرهنگ سازمانی آنها، ارزش‌ها و باورهای کارکنان نهفته است (شهرکی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۰).

1. Entrepreneurship
2. Hit et al
3. Yildirim& Askun

با توجه به مسائل مطرح شده در این پژوهش سعی شده است به بررسی نقش انواع فرهنگ سازمانی در توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی پرداخته شود. متأسفانه علی‌رغم این‌که در سال‌های اخیر مقوله کارآفرینی و توسعه آن در نظام آموزش عالی مورد توجه قرار گرفته است، مسئله کارآفرینی برای بسیاری از دانشگاهیان ناآشناست. آشنایی نداشتن در این زمینه می‌تواند از مسائلی باشد که مانع توسعه و نهادینه شدن کارآفرینی در نظام آموزشی و پژوهشی ما باشد، به نظر می‌رسد که یکی از راه‌های مؤثر برای مواجه شدن با چالش مذکور توجه به فرهنگ سازمان^۱ است. جامعه آماری انتخاب شده اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه است، و علت این انتخاب آشنایی با دانشگاه و در نتیجه برخورد با کم‌ترین محدودیت‌ها و موانع جمع‌آوری اطلاعات موثق و مستند پژوهش بوده است. علت دیگر بر این باور استوار بود که دانشگاه‌ها از گران‌بهاترین ذخایر شناخته شده برای جوامع به شمار می‌روند و پیشرفت و توسعه ملی در گروی توسعه، پویایی و تحرک دانشگاه‌هاست. در نتیجه هدف اصلی پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا فرهنگ سازمانی و انواع آن بر توسعه کارآفرینی سازمانی در نظام آموزش عالی نقش دارند؟

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی، به عنوان مؤثرترین بحث در قدرت اقتصاد جهانی و تاریخ اجتماعی (کوراتکو، ۲۰۰۵: ۵۷۹)، فرایند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط مخاطره‌آمیز از طریق کشف فرصت‌هاست (براتی مارنانی و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۲)، به تعبیر دیگر فراگرد شکار فرصت‌ها به وسیله افراد بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار آنها است (رضائیان، ۱۳۹۰: ۴۱). به طور کلی ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرینی در سه قالب فردی، درون سازمانی و سازمانی شکل می‌گیرد، کارآفرینی فردی فرایندی است که در آن فرد با اتکا به منابع مالی غالباً شخصی و متکی بر ویژگی‌های شخصیتی نظیر فعالیت، ریسک‌پذیری و اهل عمل بودن اقدام به تأسیس یک کسب و کار جدید می‌نماید و آن را تا رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند (گرچی، ۱۳۸۹: ۱۲۹). کارآفرینی درون سازمانی فعالیت‌هایی است که به طور صریح از حمایت قانونی و منابع سازمانی در جهت تلاش نوآورانه برای رشد، بهبود محصول و فرایند جدید برخوردار می‌گردد (کیاکچور و فاضلی، ۱۳۸۹: ۹۶).

کارآفرینی سازمانی عبارت است از توجه به فرصت‌ها و سازماندهی خلاقانه عوامل تولید با القای فرهنگ کارآفرینانه در راستای ایجاد ارزش افزوده برای سازمان (عبدالملکی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰۷؛ زربیناتی و سیتاریس^۱، ۲۰۰۵: ۴۴). این رویکرد استراتژیک که باز تولید کل سازمان را در بر می‌گیرد از طریق ایجاد و بهره‌گیری مداوم از منابع جدید دانش از مزیت رقابتی سازمان حمایت می‌کند (حق‌شناس و همکاران، ۱۳۸۶: ۵۰)، و طی آن گروهی از افراد درون سازمان تبدیل به ابزار تحرک و پویایی آن می‌گردند و به تجدید سازمان و بهبود عملکرد می‌پردازند (اریکسون^۲، ۲۰۰۲: ۳۴۸). این فرایند که با اشکال مختلف سرمایه تفاوت بنیادین دارد (الوانی و عبدالله‌پور، ۱۳۸۷: ۸)، نیازمند یک عمل کارآفرینانه و یک عامل کارآفرینانه است. عمل کارآفرینانه به مفهوم‌سازی و پیاده‌سازی یک ایده، فرایند، محصول و یا کسب و کار جدید دلالت دارد و عامل کارآفرینانه، فرد یا گروهی است که مسئولیت شکوفاسازی و به بار نشستن عمل کارآفرینانه را بر عهده می‌گیرد (حق‌شناس و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۴). کارآفرینی سازمانی یک ساختار چندبُعدی متشکل از عناصر شناسایی فرصت، انعطاف‌پذیری سازمانی و توانایی سازمان در اندازه‌گیری تشویق و پاداش به خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی است (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۴). خلاقیت و نوآوری تأکید بر توسعه و نوآوری در تکنولوژی دارد. به بیان دیگر این بُعد به معنای تغییر سازمان و استراتژیک است. بُعد ریسک‌پذیری اشاره به پیگیری سریع فرصت‌ها، استفاده یا کاربرد سریع منابع و اقدامات جسورانه می‌شود و بُعد پیشگامی مربوط به درگیری فرصت‌ها یا ورود به بازارهای جدید دارد. پیشگامی میزان یا اندازه‌ای است که سازمان‌ها در مواردی مانند حوزه‌های کلیدی تجاری، هنگام معرفی محصولات و خدمات، به کارگیری تکنولوژی‌ها و تکنیک‌های اداری سعی در رهبری رقبا دارند تا پیروی آنها (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵: ۳۷).

توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی

از آنجایی که بخش عمده‌ای از نیروهای متخصص مورد نیاز جامعه از برون‌دادهای آموزش عالی هستند، نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی در جامعه بسیار حیاتی و تعیین‌کننده خواهد بود (پوراتشی، ۱۳۸۷: ۵۰). گونز^۳ (۲۰۱۲) بیان می‌کند که از مشکلات برون‌داد نظام آموزشی شکاف بین آموخته‌ها و مهارت‌های کارآفرینی آنها

1. Zerbinati & Suitaris

2. Erikson

3. Gunes

است. دانشگاه‌ها می‌توانند با افزایش انگیزه و مهارت فارغ التحصیلان (ازکویچ و ژو^۱، ۲۰۰۷: ۱۷)؛ ترکیب دانش و تجربه (گونز، ۲۰۱۲: ۶۵)، و توسعه زیر ساخت‌های حمایتی برای پرورش کارآفرینی در این رسالت گام‌های اساسی بردارند (جاکوب و همکاران، ۲۰۰۰: ۱۵۵۸). تا افزون بر نقش اولیه خود (ترویج دانش و گسترش پژوهش) دامنه‌ای گسترده‌تر از فعالیت‌ها را سرلوحه هدف خود قرار دهند و بدین وسیله ارتباطی نزدیک‌تر با جامعه پیرامون خود برقرار کنند (علیمردانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۳۲). از فواید توسعه کارآفرینی می‌توان به توان ایجاد رقابت فرهنگی در میان سازمان‌ها برای شناسایی و پرکردن شکاف بین آنچه که بازار می‌خواهد و آنچه در حال حاضر ارائه می‌شود، اشاره کرد (هولت و همکاران^۲، ۲۰۰۳: ۴۰۲). و برای دانشگاه‌ها فوایدی نظیر توسعه فرهنگ کارآفرینانه با هدف سرعت دادن به رشد اقتصادی، قانونی کردن کارآفرینی، رونق مشاغل و ایجاد مشاغل جدید، تغییر نگرش به کارآفرینی، آماده کردن دانشجویان برای ورود به بازار کار، مشارکت دانشجویان در توسعه کارآفرینی و... را برای دانشگاه‌ها و در نهایت جامعه در بر خواهد داشت (پوراتشی، ۱۳۸۷: ۵۰). در نتیجه می‌توان بیان کرد که یادگیری کارآفرینی احتمال موفقیت دانش‌آموختگان دانشگاهی را در ایجاد کسب و کارهای جدید افزایش خواهد داد (رنالت^۳، ۲۰۰۶: ۲۳۸). برای توسعه کارآفرینی در سازمان دو رویکرد را می‌توان شناسایی کرد، در رویکرد اول، وجود و تلاش فرد خلاق به تکامل و اجرای تفکر کارآفرین در درون سازمان می‌انجامد و در رویکرد دوم، خود سازمان است که با تغییر در ساختار، فرهنگ و رفتار سازمان به خلق تفکر، محصول و یا فرآیند جدید می‌پردازد (هیسریچ و همکاران^۴، ۲۰۰۷: ۵۵۶؛ پارکر^۵، ۲۰۰۹: ۲۰۴). آوبری و همکارانش^۶ (۲۰۰۵) بیان می‌کنند که عواملی چند در توسعه کارآفرینی سازمانی مؤثرند که می‌توان بعضی را شرایط لازم و برخی دیگر را شرایط کافی نامید. از جمله عوامل مهم و شرایط لازم، داشتن روحیه کارآفرینی و فرهنگ باز برای پذیرش نوآوری و ابتکار و از شرایط کافی می‌توان به برنامه‌های آموزشی، نظام مشاوره و هدایت، و حمایت‌های مؤسسه آموزشی اشاره کرد. به عنوان اولین قدم در توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی لازم است که روش‌های رفتار حرفه‌ای در دانشگاه‌ها، به افراد

1. Etzkowitz & Zhou

2. Hult et al

3. Renault

4. Hisrich et al

5. Parker

6. Awbrey et al

آموزش داده شود و گام مهم‌تر در این زمینه، ارائه اطلاعات دقیق از منابع موجود برای تأمین سرمایه اولیه است (میرسپاسی، ۱۳۹۱: ۳). لوین^۱ (۲۰۰۹) بیان می‌کند که توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها نیازمند رهبری کارآفرینانه با تعهد وسیع به نوآوری، نهادینه کردن استقلال داخلی، حمایت گسترده از کارکنان به منظور توسعه ارتباطات داخلی و خارجی، انعطاف‌پذیری در برنامه‌ها و اهداف خرد و کلان، فراهم آوردن فرصت‌های وسیع برای ایجاد ساختار ماتریسی و افزایش توجه به دارایی‌های نامشهود سازمان است.

فرهنگ سازمانی

آغاز حیات فرهنگ سازمانی به پیدایش سازمان بر می‌گردد. هر سازمان به محض آن‌که به وجود می‌آید در همان مراحل آغازین در درون خود، نطفه فرهنگ سازمانی را بارور می‌سازد و طی حیاتش آن را به شیوه‌ای خاص پرورش می‌دهد (یزدخواستی و رجایی‌پور، ۱۳۸۸). از نظر مبلی^۲ (۲۰۰۵) فرهنگ به راحتی قابل تعریف نیست ولی قابل درک است. فرهنگ الگویی از مفروضات مشترک است که گروه آن را فرا می‌گیرد، به طوری که مشکلات انطباق‌پذیری خارجی و هماهنگی داخلی گروه را حل می‌کند و به سبب عملکرد و تأثیر مثبتش معتبر دانسته می‌شود و از این جهت به مثابه روش صحیح ادراک، تفکر و احساس در خصوص آن مشکلات گروه، به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (عسگریان، ۱۳۸۸: ۱۰۲). شاین^۳ معتقد است که فرهنگ سازمان پدیده پویایی است که دائماً در حال تعامل بین محیط و افراد است و بر اثر اندوختن از دشواری سازگاری بیرونی و یکپارچگی درونی از سوی گروهی معین، شکل می‌گیرد (موسلی^۴، ۲۰۰۷: ۱۲۴). فرهنگ به عنوان وسیله مولد و کلید تعالی در زندگی سازمانی، بر شیوه‌های تفکر و اندیشیدن در مورد مسائلی که اعضای سازمان در آن وجوه مشترک دارند اثرگذار است و آن را هدایت می‌کند (اردلان و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰۵؛ حسینی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۳؛ بریودی و همکاران^۵، ۲۰۱۲: ۷۰).

مطالعات نشان می‌دهد که ساخت یک فرهنگ سازمانی سازنده می‌تواند موجب رضایت شغلی و بالا بردن روحیه همکاری در کارکنان (سان پارک و هیون کیم^۶،

-
1. Levine
 2. Mobley
 3. Schein
 4. Mosley
 5. Briody et al
 6. San Park & Hyun Kim

(۲۰۰۹)؛ یک عامل مهم و حیاتی در پذیرش تکنولوژی و تعیین موفقیت و شکست سازمان (بالتازارد و همکاران^۱، ۲۰۰۶)؛ باعث شناخت سازمان‌ها و تمیز آنها از یکدیگر (بلوو^۲، ۲۰۰۸)؛ افزایش عملکرد سازمانی (اسری و همکاران^۳، ۲۰۰۹)؛ جامعه‌پذیری کارکنان (تاوورمینا^۴، ۲۰۰۷)، بلوغ سازمانی (حسینی و همکاران، ۱۳۸۸)؛ فعالیت‌های دانشی و تسهیم دانش (لای و لی^۵، ۲۰۰۷)؛ تعهد سازمان کارکنان (سیلورثرون^۶، ۲۰۰۳)؛ بهبود نگرش به تغییر سازمانی (مدزبید و همکاران^۷، ۲۰۰۳)؛ یادگیری سازمانی (کولین و سریسا^۸، ۲۰۰۸) و مسائلی از این نوع شود. در نتیجه ضرورت توجه به فرهنگ سازمانی تا جایی است که صاحب‌نظران بر این باورند که اگر قرار است در یک سازمان اثربخشی و تغییرات مؤثر و پایدار به وجود آید، فرهنگ آن سازمان را باید شناسایی کرد (سهرابی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۸۴).

انواع فرهنگ سازمانی از دیدگاه دنیس و اسپرتیزر (۱۹۹۱) عبارتند از:

فرهنگ توسعه‌ای^۹: این فرهنگ بر انعطاف‌پذیری و تمرکز بر محیط بیرون دانشگاه تأکید دارد و جهت‌گیری آن در راستای رشد، خلاقیت، نوآوری و سازگاری دائم با جهان خارج است. در چنین محیطی که تأکید بیشتر بر روی بررسی منظم استراتژی و اهداف سازمانی است، کارکنان تشویق می‌شوند ریسک بالاتری را پذیرفته و منابع جدید نوآوری را کسب نمایند. در این فرهنگ رهبران به کارآفرینی، آرمان‌گرایی و ریسک کردن تمایل داشته و قادر به ایجاد یک چشم‌انداز از آینده سازمان هستند. شاخص اثربخشی در این نوع رشد، ایجاد بازارهای جدید و دستیابی به منابع است.

فرهنگ گروهی^{۱۰}: این فرهنگ بر انعطاف‌پذیری و تمرکز با محیط درونی دانشگاه تأکید دارد و جهت‌گیری آن به سمت بهبود منابع انسانی، شرکت در گروه، توجه به ایده‌ها، پابندی و تعهد عضو شدن می‌باشد. در سازمان‌هایی که تأکید بر محیط حمایتی و دوستانه، فضای کاری صمیمی، منصفانه، اعتماد، تشویق‌کننده و مشارکتی دارند، این فرهنگ حاکم است. در این فرهنگ رهبران تمایل دارند که مشارکتی، با

1. Balthazard et al
2. Bellou
3. Asree et al
4. Taormina
5. Lay & Lee
6. Silverthorne
7. Md zabid et al
8. Colleen & Theresa
9. Development culture
10. Group culture

تعقل و تفکر و حمایتی باشند. شاخص اثربخشی در این نوع فرهنگ، ایجاد و توسعه ظرفیت‌های انسانی و ارتقا تعهد اعضا به سازمان است.

فرهنگ عقلایی^۱: این فرهنگ هم بر جهت‌گیری درونی و هم روی جهان خارج از دانشگاه متمرکز است و در راستای تولید، اجرا، رقابت و رسیدن به هدف است. رهبران در فرهنگ عقلایی تمایل دارند که هدایت‌گر، هدف‌محور، مفید و وظیفه‌مدار بوده و نیز به طور دائم جنبه حمایتی داشته و مشوق بهره‌وری در سازمان باشند. شاخص اثربخشی در این فرهنگ، برنامه‌ریزی، بهره‌وری و کارایی است.

فرهنگ سلسله‌مراتبی^۲: این فرهنگ بر جهت‌گیری درونی و بر قوانین، نظم‌ها و استانداردها برای رسیدن به ثبات و کنترل در دانشگاه اشاره دارد. این بُعد که نام دیگر آن فرهنگ بورکراتیک است تأکید بر کارایی، رسمیت‌گرایی و تمرکز داشته و فاقد انعطاف‌پذیری لازم است. این نوع فرهنگ از شیوه‌های منظم و پیش‌بینی شده در اداره کسب و کار پشتیبانی کرده و منجر به ساختارهایی می‌شود که ویژگی آن سازگاری و قابلیت پیش‌بینی بالا است. رهبران در فرهنگ سلسله‌مراتبی، محافظه‌کار و محتاط بوده و توجه زیادی به مسائل فنی دارند. شاخص اثربخشی در این فرهنگ، کنترل، ثبات و کارایی است (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۷۹؛ حسینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۷؛ تسوی و همکاران^۳، ۲۰۰۶: ۱۱۵).

فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

هنگامی که فرهنگ سازمان گرایش به نوآوری داشته باشد، به عنوان نیاز به حداکثر نمودن ایده‌های نوآور که در یک دوره معین پدیدار می‌شود، قلمداد می‌گردد. به بیان دقیق‌تر، فرهنگ نوآور به عنوان یکی از راه‌هایی که ارزش‌ها و گرایش‌های یک سازمان را ایجاد، توسعه و بنا می‌گذارد، شامل پذیرش و حمایت از ایده‌ها و تغییرات بهبوددهنده در عملکرد و کارایی سازمان است، حتی اگر این تغییرات به معنی تضاد با رفتار سنتی و مرسوم باشد (آزاد و ارشدی، ۱۳۸۸: ۳۰). به نظر آیس‌میل^۴ (۲۰۰۵) در صورت پذیرش ایده و ابتکار در بستر فرهنگ موجود در سازمان کاربرد ایده‌های جدید در تمام سطوح سازمان به عنوان یک هنجار به شمار می‌رود. آگاهی از فرهنگ سازمانی در رابطه با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌ها علاوه بر آن که به مدیران کمک

1. Rational culture
2. Hierarchical culture
3. Tsui et al
4. Ismail

خواهد کرد تا محیط مناسبی را برای کارکنان فراهم کنند، هم‌چنین زمینه‌ای را فراهم می‌کند که مسئولان سطوح بالاتر این نظام، به کاستی‌های موجود در محدوده فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بیشتر آگاه شوند و در جهت رفع این کاستی‌ها تلاش کنند (شهرکی‌پور و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۰). نتایج پژوهش‌های قبلی از جمله قهرمانی و همکارانش (۱۳۸۹) در رابطه با فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، در نتیجه با بهبود فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش خواهد یافت. زارع و شاکری (۱۳۹۰) در بررسی که در زمینه تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط صورت دادند، بیان کردند که سرمایه‌گذاری بر اقدامات ریسک‌آمیز جدید به صورت قابل توجهی متأثر از توسعه فرهنگ سازمانی است. حیدری و همکارانش (۱۳۹۱) در پژوهشی در زمینه فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی گزارش کردند یکی از ابزارهای لازم برای رشد کارآفرینی، وجود فرهنگ سازمانی منطبق با کارآفرینی سازمانی است. فرهنگ نامناسب موجب تنش و تعارض در سازمان و نیز مانع ابتکار و خلاقیت می‌شود که اساسی‌ترین ویژگی کارآفرینی در یک سازمان است. شیهب و همکاران^۱ (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که رسیدن به نتایج بهتر در کارآفرینی سازمانی در سایه فرهنگ سازمان میسر می‌شود. به‌طور خلاصه فرهنگ سازمانی در تمامی اجزا و ابعاد سازمان می‌تواند اثرگذار باشد؛ می‌تواند در قوانین و سیاست‌های سازمان نفوذ کند، از این رو وجود فرهنگ مناسب و یا نامناسب، رابطه‌ای مستقیم با میزان کارآفرینی یا نبودن کارآفرینی در سازمان دارد. در صورتی که فرهنگ سازمانی انعطاف‌پذیری و آمادگی پذیرش در ساختار را نداشته باشد، همکاری و تعامل بین بخش‌ها به پایین‌ترین حد می‌رسد و این امر باعث کاهش کارآفرینی می‌شود (ناهد، ۱۳۸۸: ۴۸).

فرضیه‌های پژوهش

۱. بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۲. بین فرهنگ توسعه‌ای و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۳. بین فرهنگ گروهی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۴. بین فرهنگ عقلایی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۵. بین فرهنگ سلسله مراتبی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد.
۶. مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی می‌توانند کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کنند.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری مورد نظر شامل ۳۶۵ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه است. که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم ۹۱ نفر به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شده است. برای تعیین حجم نمونه مورد نظر با توجه به حجم جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است. روش‌های آماری مورد استفاده در سطح توصیفی از میانگین و انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه فریدمن، T مستقل و تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است.

ابزار گردآوری داده‌های پژوهش

الف. پرسشنامه فرهنگ سازمانی: پرسشنامه مذکور بر پایه مدل دنیس و اسپریتزر در قالب ۴۲ سوال به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت طراحی شده است. این پرسشنامه شامل موارد فرهنگ توسعه‌ای (سؤال‌های ۱ تا ۱۲)، فرهنگ گروهی (سؤال‌های ۱۳ تا ۲۱)، فرهنگ عقلایی (سؤال‌های ۲۲ تا ۳۱) و فرهنگ سلسله‌مراتبی (سؤال‌های ۳۲ تا ۴۲) است. برای روایی پرسشنامه از متخصصان مدیریت بهره گرفته شده است و پایایی نیز در مطالعات قبلی از جمله یزدخواستی و همکاران (۱۳۸۸)، ۰/۹۳ گزارش شده است و در این پژوهش پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ $\alpha = 0/81$ به دست آمد. نتایج تحلیل عاملی پرسشنامه فرهنگ سازمانی چهار مؤلفه مورد نظر را به دست آورد که در آن ۶۸ درصد واریانس سؤال‌ها استخراج شده بود. آزمون $KMO = 0/708$ و بارتلت ($P < 0/000$) نشان داد که حجم نمونه کافی است و عوامل مورد نظر در جامعه آماری وجود دارد. نتایج بارهای عاملی بالاتر از ۳ درصد با چرخش متعامد، چهار مؤلفه مورد نظر را به دست آورد.

ب. پرسشنامه کارآفرینی سازمانی: پرسشنامه مذکور بر پایه پرسشنامه هیل در ۴۸ گویه به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت طراحی شده است.

برای روایی پرسشنامه از متخصصان مدیریت بهره گرفته شده است و پایایی نیز در مطالعات قبلی از جمله حمیدپور (۱۳۹۰)، ۰/۸۷ گزارش شده است و در این پژوهش پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ $\alpha=0/84$ به دست آمد. مقادیر ضرایب پایایی نشان می‌دهد که ابزار جمع‌آوری اطلاعات، توانایی لازم برای سنجش متغیرهای پژوهش را دارا هستند.

یافته‌های پژوهش

نتایج به دست آمده از آمار جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در خصوص جنسیت نشان می‌دهد ۱۵/۴ درصد نمونه آماری را اساتید زن و ۸۴/۶ درصد را اساتید مرد تشکیل می‌دهند. از نظر مرتبه علمی ۲/۲ درصد نمونه آماری مری؛ ۷۱/۴ درصد استادیار؛ ۲۳/۱ درصد دانشیار و ۳/۳ درصد دارای مرتبه علمی استاد بودند. از نظر سنوات خدمت ۲۶/۴ درصد نمونه آماری در بین ۱ تا ۵ سال؛ ۳۳ درصد در بین ۶ تا ۱۰ سال؛ ۲۵/۳ در بین ۱۱ تا ۱۵ سال؛ ۷/۷ درصد در بین ۱۶ تا ۲۰ سال و ۷/۷ درصد نمونه آماری بالای بیست سال سابقه خدمت قرار داشتند.

جدول (۱) بررسی توصیفی وضعیت متغیرهای پژوهش در نمونه آماری

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
فرهنگ سازمانی	۲/۹۹	۰/۵۰
فرهنگ توسعه‌ای	۲/۹۷	۰/۶۹
فرهنگ گروهی	۲/۹۶	۰/۶۲
فرهنگ عقلایی	۳/۰۳	۰/۵۳
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۲/۹۹	۰/۶۹
کارآفرینی سازمانی	۳/۱۳	۰/۶۸

نتایج آزمون فریدمن به منظور رتبه‌بندی انواع فرهنگ سازمانی (فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلایی و فرهنگ سلسله‌مراتبی) در جداول ۲ و ۳ ارائه شده است.

جدول (۲) داده‌های آماری حاصل از آزمون فریدمن

کای دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	میزان خطا
۱/۷۲	۳	۰/۶۳	۰/۰۵

نتایج حاصل از جدول ۲ نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین رتبه میانگین زوج‌های انواع فرهنگ سازمانی وجود ندارد.

جدول (۳) رتبه‌بندی انواع فرهنگ سازمانی

رتبه	میزان میانگین	انواع فرهنگ سازمانی
۱	۲/۶۲	فرهنگ عقلایی
۲	۲/۵۳	فرهنگ سلسله‌مراتبی
۳	۲/۴۷	فرهنگ توسعه‌ای
۴	۲/۳۸	فرهنگ گروهی

نتایج حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد که فرهنگ عقلایی در رتبه اول و در رتبه‌های بعد به ترتیب فرهنگ سلسله‌مراتبی، فرهنگ توسعه‌ای و فرهنگ گروهی قرار دارد.

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی سازمانی در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول (۴) همبستگی متقابل بین فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی		
۰/۳۶	همبستگی پیرسون	فرهنگ سازمانی
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۴۲	همبستگی پیرسون	فرهنگ توسعه‌ای
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۳۶	همبستگی پیرسون	فرهنگ گروهی
۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۰/۳۲	همبستگی پیرسون	فرهنگ عقلایی
۰/۰۰۲	سطح معنی‌داری	
۰/۰۵	همبستگی پیرسون	فرهنگ سلسله‌مراتبی
۰/۶۰	سطح معنی‌داری	
p<0.05۹۱n=		

نتایج حاصل از جدول ۴ نشان می‌دهد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی ($r = 0.36$) رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های فرهنگ توسعه‌ای ($r = 0.42$)، فرهنگ گروهی ($r = 0.36$) و

فرهنگ عقلایی ($r^2 = 0/32$) با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. بین فرهنگ سلسله مراتبی و کارآفرینی سازمانی ($r^2 = 0/05$) رابطه وجود ندارد. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول (۵) نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه هر یک از مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

متغیرهای پیش بین	متغیر ملاک	R	R ²	β	ρ
فرهنگ توسعه‌ای	کارآفرینی سازمانی	۰/۴۳	۰/۱۸	۰/۵۵	۰/۰۲
فرهنگ گروهی				-۰/۰۲	۰/۹۱
فرهنگ عقلایی				-۰/۱۱	۰/۵۰
فرهنگ سلسله‌مراتبی				-۰/۰۳	۰/۷۸

نتایج حاصل از جدول ۵ نشان می‌دهد که ۱۸ درصد از پراکندگی (واریانس) کارآفرینی سازمانی به وسیله یک ترکیب خطی از مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی تبیین می‌شود. ضرایب β (ضرایب رگرسیون) بیانگر آن است که فرهنگ توسعه‌ای ($= 0/55$) β به طور مثبت و معنی دار توان پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی را دارد. همچنین ضرایب β با توجه به سطح معنی‌داری نشان می‌دهد که فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلایی و فرهنگ سلسله‌مراتبی توان پیش‌بینی متغیر وابسته یعنی کارآفرینی سازمانی را ندارند. نتایج آزمون t مستقل مقایسه نظرات اعضای هیأت علمی در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب جنسیت در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول (۶) نتایج آزمون t مقایسه نظرات اعضای هیأت علمی بر حسب جنسیت

منبع	آماره	فراوانی	میانگین	انحراف استاندارد	درجه آزادی	آماره t	ρ
فرهنگ سازمانی	مرد	۷۷	۲/۹۹	۰/۴۹	۸۹	۰/۱۶	۰/۲۳
	زن	۱۴	۲/۹۷	۰/۵۶			
کارآفرینی سازمانی	مرد	۷۷	۳/۱۱	۰/۶۸	۸۹	-۰/۵۶	۰/۷۷
	زن	۱۴	۳/۲۳	۰/۷۱			

نتایج حاصل از جدول ۶ نشان می‌دهد که t مشاهده شده در سطح ($P < 0/05$) تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظرات اعضای هیأت علمی در خصوص فرهنگ

سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب جنسیت وجود ندارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مقایسه نظرات اعضای هیأت علمی در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب مرتبه علمی و سنوات خدمت در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول (۷) نتایج آزمون F مقایسه نظرات اعضای هیأت علمی بر حسب مرتبه علمی و

سنوات خدمت

منبع	آماره	متغیر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	p
فرهنگ سازمانی	مرتبه علمی	بین گروهی	۰/۴۴	۳	۰/۱۴	۰/۵۶	۰/۶۳
		درون گروهی	۲۲/۷۳	۸۷	۰/۲۶		
		کل	۲۳/۱۸	۹۰			
کارآفرینی سازمانی	مرتبه علمی	بین گروهی	۲/۸۴	۳	۰/۹۴	۲/۰۸	۰/۱
		درون گروهی	۳۹/۵۴	۸۷	۰/۴۵		
		کل	۴۲/۳۸	۹۰			
فرهنگ سازمانی	سنوات خدمت	بین گروهی	۰/۷۲	۴	۰/۱۸	۰/۶۹	۰/۵۹
		درون گروهی	۲۲/۴۵	۸۶	۰/۲۶		
		کل	۲۳/۱۸	۹۰			
کارآفرینی سازمانی	سنوات خدمت	بین گروهی	۱/۱	۴	۰/۲۷	۰/۵۷	۰/۶۸
		درون گروهی	۴۱/۲۸	۸۶	۰/۴۸		
		کل	۴۲/۳۸	۹۰			

نتایج حاصل از جدول ۷ نشان می‌دهد، F مشاهده شده در سطح ($P < 0/05$) تفاوت معنی‌داری بین میانگین نظرات اعضای علمی در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر حسب مرتبه علمی و سنوات خدمت وجود ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه که نیاز به کارآفرینی سازمانی احساس می‌شود، دانشگاه‌ها باید در صدد یافتن راه‌هایی برای توسعه آن باشند، دانشگاه‌ها برای این که توسعه کارآفرینی را در سازمان نهادینه کنند، باید فرهنگی مناسب برای کارآفرینی ایجاد نمایند که در این فرهنگ بستری برای بروز و توسعه کارآفرینی در میان اعضای گروه‌ها و سازمان فراهم باشد. با توجه به اهمیتی که فرهنگ سازمانی در توسعه کارآفرینی دارد در این پژوهش به بررسی این موضوع پرداخته شده است. تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش نشان داد

که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به استنباط پژوهشگر این نتایج بیانگر آن است که هنگامی در فرهنگ سازمان بستری برای پذیرش کارآفرینی فراهم می‌توان شاهد بود که دانشگاه همیشه به دنبال فرصت‌های ناشناخته باشد؛ دانشجویان و مراجعین به دانشگاه برای ارائه بازخورد به دانشگاه در خصوص خدمات ارائه شده همیشه دعوت و تشویق شوند؛ ارتباط محکمی بین تعداد نظرات جدید ارائه شده و به‌کارگیری آن برقرار شود؛ نهادینه شدن این اعتقاد در میان کارکنان که موفقیت‌ها در سایه تسلیم‌ناپذیری و سخت‌کوشی به دست می‌آید؛ کارکنان به دنبال یافتن راه‌های جدید و نو در انجام وظایف باشند؛ کارکنان تغییرات بیشتر را به عنوان فرصتی برای پیشرفت بنگرند و راه‌های مختلف را بیازمایند حتی با احتمال شکست آن؛ ساختار سازمانی اجازه تقسیم منابع را داده و دارای انعطاف‌پذیری بالایی باشد؛ نظرات و پیشنهادات کارکنان سطوح پایین‌تر دارای ارزش و جدی گرفته شود؛ شرح وظیفه شغلی منعطف باشد؛ به افراد جهت کار روی پروژه‌های شخصی که می‌تواند برای دانشگاه فوایدی داشته باشد، فرصت و وقت لازم داده شود؛ در دانشگاه به‌طور منظم اهداف مربوط به رفتارهای نوآورانه، مخاطره‌جویانه و بزرگ‌منشانه انتخاب و مورد ارزیابی قرار گیرد؛ ملاک ارزشیابی زیادی در دانشگاه، جهت حمایت از یک طرح ابتکاری استفاده شود؛ دانشگاه از سیستم پاداش‌های مالی و غیر مالی جهت رفتارهای کارآفرینانه استفاده کند؛ رؤسای دانشگاه و دانشکده‌ها اشتیاق کارآفرینی را در همه کارکنان تزریق کنند و الگوی فکری جدید و روبه رشد را توسعه و پرورش دهند؛ تأکید بر کار تیمی شود و در نهایت باور دانشگاه بر این اعتقاد استوار گردد که نوآوری و خلاقیت نیاز ضروری برای آینده دانشگاه است. نتایج حاصل با پژوهش‌های شهرکی‌پور و همکاران (۱۳۸۹)؛ قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹)؛ زارع و شاکری (۱۳۹۰)؛ حیدری و همکاران (۱۳۹۱) و شیهب و همکاران (۲۰۱۱) هم‌سو است. چرا که در پژوهش‌های مذکور مشخص شد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

بخشی دیگر از تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش حاضر نشان داد که بین فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی و فرهنگ عقلایی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. همچنین مشخص شد که فرهنگ توسعه‌ای به طور مثبت و معنی‌دار توان پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی را دارد. باید بیان کرد که وجود فرهنگ توسعه‌ای به عنوان بُعدی از فرهنگ سازمانی زمینه ایجاد آزادی تفکر و عمل در سطوح مختلف دانشگاه که افراد بتوانند فعالیت‌های خلاقانه و ابتکارات را برنامه‌ریزی

و اجرا نمایند را فراهم می‌کند؛ سطح اطلاعات علمی اعضای دانشگاه را افزایش داد و دانشگاه را به سازمانی پیشتاز و پیشگام در مقایسه با سایر دانشگاه‌ها تبدیل می‌کند؛ تحمل و تعامل با مخاطبان و نو اندیشان در دانشگاه را افزایش می‌دهد؛ دانشگاه را به سازمان یادگیرنده که قدرت انطباق با مسائل جدید را در اختیار دارد تبدیل می‌کند؛ زمینه مطالعه مستمر و بررسی مشکلات و حل مسائل فعلی پیش روی دانشگاه را برای مدیران مختلف فراهم می‌کند؛ روحیه نقد و بررسی در دانشگاه را به وجود می‌آورد. همچنین وجود فرهنگ گروهی در دانشگاه باعث می‌شود که، علاقه، تمایل و توانایی مدیران دانشگاه برای سازماندهی فعالیت‌های جمعی افزایش یابد؛ انجام امور به صورت تیمی مورد تشویق همکاران و مدیران دانشگاه قرار گیرد؛ مدیران دانشگاه تأکید بر مشارکت اعضای دانشگاه در تصمیم‌گیری در ابعاد گوناگون را داشته باشند؛ زمینه فعالیت جمعی اعضای دانشگاه به واسطه تفویض اختیار و مسئولیت به اعضا فراهم گردد. در نهایت وجود فرهنگ عقلایی به عنوان بُعدی از فرهنگ سازمانی در دانشگاه باعث می‌شود که، سیستمی جامع و قابل اعتماد برای درک نظریات، نیازها و انتظارات اعضا استقرار یابد؛ سیستم اطلاع‌رسانی به صورت دقیق و سریع که اطلاعات را متناسب با مسئولیت‌ها و ضرورت‌ها به سمع و نظر اعضا برسد، استقرار شود؛ استراتژی‌ها و برنامه‌های دانشگاه به صورت واضح و روشن تبیین گردد و همه نسبت به آنها آگاه شوند؛ گردش کارها در دانشگاه به گونه آسان و راحت انجام گیرد؛ اعضا به واسطه گردش سریع اطلاعات در دانشگاه‌ها پنهان‌کاری نداشته باشند؛ اقدامات و فعالیت‌هایی که در راستای شفاف‌سازی، سهولت، سادگی و روانی وظایف انجام می‌شود، مورد تشویق اعضا و مدیران عالی دانشگاه قرار گیرد؛ مدیران دانشگاه شناخت و درک مناسب از تغییراتی که در محیط بیرونی دانشگاه اتفاق می‌افتد پیدا کنند. با توجه به شرایط و بستری که انواع مذکور فرهنگ سازمانی در دانشگاه فراهم می‌کند می‌توان شاهد توسعه کارآفرینی در نظام آموزش عالی بود. این نتایج می‌تواند مکمل پژوهش‌های قبلی از جمله یزدخواستی و همکاران (۱۳۸۸)؛ حسینی و همکاران (۱۳۸۹) و لوکاس و کلین^۱ (۲۰۰۸) باشد. یزدخواستی و همکارانش در پژوهشی که در زمینه انواع فرهنگ سازمانی و مدیریت کیفیت فراگیر در دانشگاه‌های دولتی کشور صورت دادند، گزارش کردند که بین انواع فرهنگ سازمانی با مدیریت کیفیت فراگیر رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. حسینی و همکارانش در پژوهشی در زمینه فرهنگ سازمانی و سبک‌های رهبری تحول‌آفرینی و مبادله رهبر- پیرو گزارش کردند که

1. Lucas & Kline

فرهنگ گروهی بر سبک رهبری مبادله رهبر- پیرو و فرهنگ توسعه‌ای بر هر دو سبک مذکور اثر مثبت و معنی‌دار دارد. و در نهایت لوکاس و کلین در پژوهش خود در رابطه با فرهنگ سازمانی با تغییر سازمانی و یادگیری سازمانی گزارش کردند که برای تسریع در روند تغییر سازمانی و یادگیری سازمانی نیازمند فرهنگ منعطف و حمایت‌گر در سازمان است.

بخشی دیگر از نتایج تحقیق حاضر نشان داد که بین فرهنگ سلسله‌مراتبی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود ندارد. وجود فرهنگ سلسله‌مراتبی به عنوان بُعدی از فرهنگ سازمانی که تأکید بر جهت‌گیری درونی و بر قوانین، نظم‌ها و استانداردها دارد در دانشگاه باعث می‌شود که، قوانین و مقررات مبنای اقدامات و فعالیت‌هایی قرار گیرد؛ اعضای دانشگاه بر این موضوع که اقدامات بر اساس قانون باعث رشد و تعالی اعضای دانشگاه می‌شود یقین و باور پیدا کنند؛ تلاش در بین اعضای دانشگاه برای اجرای هر چه بیشتر قوانین و مقررات افزایش یابد؛ قوانین و مقررات و اجرای آنها به عنوان یک ارزش دانشگاهی مورد توجه قرار گیرد؛ واگذاری هر گونه تسهیلات و امکانات به افراد ذی‌نفع، بر اساس قوانین و دستورات صورت گیرد؛ برای کشف و رسیدگی به موارد نقض قانون و مقررات، مرجعی رسمی در دانشگاه پیش‌بینی شود و فعالیت کند. در نتیجه بستری که فرهنگ سلسله‌مراتبی در نظام آموزش عالی ایجاد می‌کند، کارآفرینی سازمانی برای توسعه با مانع مواجه می‌شود. زیلبرمن^۱ عوامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی را در چهار عامل اصلی، تأکید بیش از حد به قوانین و مقررات، سلسله مراتب انعطاف‌ناپذیر، نبود آزادی عمل و کنترل بیش از اندازه خلاصه می‌کند (قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۹). در این رابطه دلانا و هوسر^۲ اعتقاد دارند که ساختار سلسله‌مراتبی و دستورالعملی سنتی در دانشگاه‌ها جایگاهی ندارد، چرا که تمام اعضای هیأت علمی و مدیریت از جایگاه شغلی برابری برخوردارند (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۸۷). با توجه به این مطالب برای توسعه کارآفرینی سازمانی در نظام آموزش عالی به فرهنگ و ساختاری غیر متمرکز نیاز است. این بخش از نتایج پژوهش حاضر مکمل پژوهش‌های گذشته از جمله خنیفر و وکیلی (۱۳۸۷)؛ علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸) است. خنیفر و وکیلی به بررسی نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی پرداختند. در مطالعه مذکور انواع ساختار سازمانی شامل ساختار دانشی (رابطه مبتنی بر اعتماد، رابطه تعاملی برون‌سازمانی و رابطه

1. Zilberman

2. Dellana & Hauser

عاطفی فراگیر) و ساختار ارگانیک و مکانیکی بود. نتایج پژوهش نشان داد که انواع ساختار سازمانی دانشی با کارآفرینی سازمانی و اقتصادی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد و بین ساختار ارگانیک و مکانیکی با کارآفرینی سازمانی و اقتصادی رابطه منفی و معنی‌دار گزارش شد. در پژوهش علی‌مردانی و همکارانش در رابطه با ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی مشخص شد که بین ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز و پیچیدگی) و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود ندارد.

تجزیه و تحلیل نظرات اعضای علمی در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی بر اساس ویژگی جمعیت‌شناختی (جنسیت، مرتبه علمی و سنوات خدمت) نشان داد که بین نظرات اعضای هیأت علمی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. به استنباط پژوهشگر علت تفاوت نداشتن را در مدرک تحصیلی که تمام نمونه آماری دارای مدرک دکتری بودند و شبیه بودن پست و وظیفه شغلی می‌توان دید. نتایج حاصل از این بخش پژوهش با یافته‌های قهرمانی و همکارانش (۱۳۸۹) همسو است. در پژوهش مذکور مشخص شد که بین نظرات نمونه آماری در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی بر اساس ویژگی جمعیت‌شناختی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. ولی با یافته‌های پژوهش عبدالملکی و همکارانش (۱۳۸۷) در زمینه کارآفرینی سازمانی ناهمسو است. در این پژوهش گزارش شد که بین نظرات نمونه آماری در خصوص کارآفرینی سازمانی بر حسب جنسیت، مدرک تحصیلی، سنوات خدمت و سن تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بر اساس نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- به منظور گسترش فرهنگ توسعه‌ای در دانشگاه پیشنهاد می‌شود که روندهای جاری و آتی با آینده‌نگری و تحلیل علمی صورت گیرد. همچنین ابداعات، ابتکارات و اختراعات اعضای دانشگاه مورد تشویق و به نام ایشان مورد استفاده قرار گیرد.
- به منظور گسترش فرهنگ گروهی در دانشگاه پیشنهاد می‌شود که بستری در محیط دانشگاه فراهم گردد که اعضا بتوانند آزادانه و بدون دغدغه با یکدیگر تعامل برقرار کنند و انجام امور به صورت تیمی مورد تشویق مدیران و رؤسای دانشگاه قرار گیرد.

- به منظور گسترش فرهنگ عقلایی در دانشگاه پیشنهاد می‌شود که سیستم گردش سریع اطلاعات در دانشگاه طراحی و برقرار گردد که اعضا از استراتژی‌ها، اهداف، برنامه‌ها، شرح شغل، وظایف و مسئولیت‌های خود آگاهی یابند تا برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنند.

- در راستای ارتقا کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می‌شود که از هر گونه کنترل مستقیم و تأکید بر اجرای قوانین خشک و دست‌پاگیر جلوگیری شود؛ چرا که مانع بروز خلاقیت و ابتکار در جهت کارآفرینی به حساب می‌آیند.
- در راستای ارتقا کارآفرینی در نظام آموزش عالی پیشنهاد می‌شود که از افراد مبتکر و خلاق حمایت همه‌جانبه صورت گیرد تا از این طریق دانشگاه‌ها بتوانند از توانمندی‌های آنان در ارائه راهکارهای مناسب استفاده نمایند.

منابع

- آزاد، ناصر و ارشدی، ایمان (۱۳۸۸). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری، نشریه بررسی‌های بازرگانی، ۳۶: ۲۵ - ۳۸.
- ابراهیم‌پور، حبیب؛ خلیلی، حسن و حبیبیان، سجاد (۱۳۸۹). بررسی نقش مدیریت استراتژیک در کارآفرینی سازمانی، پژوهش‌های مدیریت، ۳ (۹): ۲۱-۳۸.
- اردلان، محمدرضا؛ سلیمی، قربانعلی؛ رجائی‌پور، سعید و مولوی، حسین (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین یگانگی فرد - سازمان با فرهنگ سازمانی در دانشگاه‌های دولتی غرب کشور (همدان، کرمانشاه، کردستان)، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۴۷: ۹۷ - ۱۳۱.
- اکبری، کرامت‌اله (۱۳۸۲). نقش نظام آموزشی - پژوهشی در توسعه کارآفرینی، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری پیشرفته، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۸۵). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- الوانی، سیدمهدی و رودگرزاد، فروغ (۱۳۸۹). مدل توسعه کارآفرینی در سازمان‌های کوچک و متوسط، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۴ (۳۷): ۷۳ - ۸۷.
- الوانی، سیدمهدی و عبدالله‌پور، مونا (۱۳۸۷). نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی، فصلنامه پیام مدیریت، ۲۷: ۵ - ۲۶.
- براتی مارنانی، احمد؛ تورانی، سوگند و ظهیری، منصور (۱۳۸۵). طراحی ساختار سازمانی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور، فصلنامه مدیریت سلامت، ۹ (۲۳): ۴۱-۵۱.
- پورآتشی، مهتاب (۱۳۸۷). نهادینه کردن آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی، نامه آموزش عالی، ۱ (۱): ۴۹ - ۶۳.
- تسلیمی، محمدسعید؛ منوریان، عباس و آشنا، مصطفی (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمان، فرهنگ مدیریت، ۴ (۱۴): ۲۷-۵۶.
- حسینی، شیوا؛ یارمحمدیان، محمدحسین و عجمی، سیما (۱۳۸۸). رابطه بین فرهنگ سازمانی و بلوغ سازمانی کارکنان بیمارستان‌های وابسته به دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۸۷-۱۳۸۶، دانش و پژوهش در علوم تربیتی - برنامه‌ریزی درسی، ۲۱: ۱۰۱ - ۱۱۶.
- حسینی، فرشید؛ رایج، حمزه؛ استیری، مهرداد و شریفی، سیدمهدی (۱۳۸۹). بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک رهبری تحول آفرین و مبادله رهبر - پیرو، نشریه مدیریت دولتی، ۲ (۴): ۵۵ - ۷۲.

- حق‌شناس، اصغر؛ جمشیدیان، مهدی؛ شائمی، علی؛ شاهین، آرش و یزدان‌شناس، مهدی (۱۳۸۶). الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۲ (۸): ۳۱ - ۷۳.
- حمیدپور، محمد (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین کیفیت زندگی کاری و کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه ارومیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه.
- حیدری، حسین؛ پاپ‌زن، عبدالحمید و کرمی دارابخانی، رویا (۱۳۹۱). بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مولفه‌های کارآفرینی سازمانی، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱ (۳): ۱۴۵ - ۱۶۶.
- خنیفر، حسین و وکیلی، فردین (۱۳۸۷). رابطه بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت‌های اقتصادی کوچک و متوسط، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۲): ۳۵ - ۵۵.
- رضائیان، علی (۱۳۹۰). میانی سازمان و مدیریت، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
- زارع احمدآبادی، حبیب و شاکری، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹ (۲۳): ۵۱ - ۷۰.
- سهرابی، نفیسه؛ شاه‌طالبی، بدری و احمدی، غلامرضا (۱۳۸۸). رابطه میان منابع قدرت و انواع فرهنگ سازمانی در مدارس متوسطه شهر خمین، دانش و پژوهش در علوم تربیتی - برنامه‌ریزی درسی، ۲۱: ۷۹ - ۱۰۰.
- شهرکی‌پور، حسن؛ ندری، خدیجه و شیرمحمدی، رحمان (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، ۴: ۱۰۹ - ۱۳۶.
- عبدالملکی، جمال؛ یوسفی افراشته، مجید؛ پیرمحمدی، مهرداد؛ سبک‌رو، مهدی و محمدی، نوشیروان (۱۳۸۷). بررسی رابطه مهارت‌های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۲): ۱۰۳ - ۱۲۹.
- عسگریان، محمد (۱۳۸۸). مفهوم‌شناسی فرهنگ، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، ۶ (۲۴): ۱۰۱ - ۱۲۴.
- علیمردانی، مهرزاد؛ قهرمانی، محمد و ابوالقاسمی، محمود (۱۳۸۸). بررسی رابطه میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲ (۳): ۱۳۱ - ۱۴۴.

قهرمانی، محمد؛ پرداختچی، محمدحسن و حسینزاده، محمد (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی، چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱: ۳۹-۲۵. کیاکجوری، داود و فاضلی ویسری، الهام (۱۳۸۹). شناسایی موانع داخلی، محیطی و برآیندی کارآفرینی سازمانی، فصلنامه مدیریت (پژوهشگر)، ۷ (۲۰): ۹۴-۱۰۸. گرجی، محمد باقر (۱۳۸۹). واگذاری فعالیت‌های دولتی و توسعه بستر کارآفرینی در آب و فاضلاب استان گلستان، فصلنامه مدیریت (پژوهشگر)، ۷ (۲۰): ۱۲۸-۱۴۲. میرسپاسی، نیلوفر (۱۳۹۱). شناسایی موانع کارآفرینی و راهبردهای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها، اولین همایش ملی الگوهای آموزش منابع انسانی دانشگاه. ناهید، مجتبی (۱۳۸۸). چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، فصلنامه بررسی‌های بازرگانی، ۳۴: ۳۹-۵۸. یزدخواستی، علی و رجایی، سعید (۱۳۸۸). فرهنگ سازمانی و مدیریت کیفیت فراگیر آموزش عالی، اصفهان: انتشارات کنکاش. یزدخواستی، علی؛ رجایی، سعید و مولوی، حسین (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین نوع فرهنگ سازمانی و میزان پذیرش مدیریت کیفیت فراگیر در دانشگاه‌های دولتی کشور، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۰ (۳۴): ۱۷۵-۱۸۸.

- Asree. S.; Zain. M. & Razalli. M. R. (2009). Influence of leadership competency and organizational culture on responsiveness and performance of firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (4): 500-516.
- Awbrey, M.; Kontoghiorghes, C. & Feurig, L. (2005). Examining the Relationship between Learning Organization characteristics and change adaptation, innovation, and organizational performance. *Human Resource Development Quarterly*. 16 (2): 185-211.
- Balthazard. P. A.; Cooke. R. A & Potter. R. F. (2006). Dysfunctional culture. dysfunctional organization capturing the behavioral norms that form organizational culture and drive performance, *Journal of Managerial Psychology*. 21 (8): 709-732.
- Bellou. V. (2008). Identifying organizational culture and subcultures within Greek public hospitals. *Journal of Health, Organization and management*, 22(5): 496-509.
- Briody, E.; Pester, T. N. & Trotter, R. (2012). A story's impact on organizational-culture change, *Journal of Organizational Change Management*. 25(1): 67-87.
- Colleen. L.; Theresa. k. (2008). Understanding the influence of organizational culture and group dynamics on organizational change and learning, *The Learning Organization*, 15(3): 277-287
- Erikson, T. (2002). The promise of Entrepreneurship as a field of Research. *Academy or Management Review*. 26 (1): 345-256

- Etzkowitz, H. & Zhou, H. C. (2007). Regional innovation initiator: The entrepreneurial university in various triple helix models Singapore triple helix VI, conference, *National University of Singapore*, 16-18.
- Gunes, S. (2012). Design entrepreneurship in product design education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51: 64 – 68
- Hisrich, R. D.; Langan-Fox, J. & Grant, S. L. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *American Psychologist*, 62: 575- 589.
- Hit, M. A.; Irland, R. D.; Camp, S. M. & Sexton, D. L. (2002). *Strategic entrepreneurship creating new mindset*. Oxford: Blackwell Publisher.
- Hult, G. T. M.; Snow, C. C. & Kandemir, D. (2003). The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types, *Journal of Management*, 29 (3): 401–426.
- Ismail, M. (2005). Creative Climate and Learning Organization Factors: Their Contribution toward Innovation, *Leadership and Organization Development journal*, 26 (8): 311-322.
- Jacob, M.; Lundqvist, M. & Hellsmark, H. (2000). Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology, *Research Policy*, 32: 1555-1568.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29 (5): 577-597.
- Lai, M. F.; Lee, G. G. (2007). Relationships of organizational culture toward knowledge activities, *Business Process Management Journal*, 13 (2): 306-322.
- Levine, M. V. (2009). *The False Promise of the Entrepreneurial University: Selling Academic Commercialism as an Engine of Economic Development in Milwaukee*, Working Paper in University of Wisconsin-Milwaukee.
- Lucas, C. & Kline, T. (2008). Understanding the influence of organizational culture on organizational change and learning, *The Learning Organization*. 15 (3): 277-287.
- Md Zabid, A. R.; Murali, S. & Azmawani, A. R. (2003). The impudence of organizational culture on attitudes toward organizational change. *The Leadership & Organization Development Journal* 25 (2): 161-179.
- Mobley, W. H. (2005). Organizational Culture: measuring and developing it in your organization. *Harvard Business Review China*.
- Mosley, R. W. (2007). Customer experience, organizational culture and the employer brand. *Brand Management*, 15 (2): 123 -134.
- Parker, S. C. (2009). Entrepreneurship or entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 19 (3): 191-209.

- Renault, C. S. (2006). Academic Capitalism and University Incentives for Faculty Entrepreneurship, *Journal of Technology Transfer*, 31: 227-239.
- San Park, J. & Hyeon Kim, T. (2009). Do types of organizational culture matter in nurse job satisfaction and turnover intention? *Leadership in Health Services*, 22 (1): 20-38
- Shihab, M. S.; Wisniarski, T. & Sine, K. (2011). Relationship between Organisational Culture and Entrepreneurial Orientation: Indonesian SMEs Context, *International Conference on Business, Economics and Tourism Management IPEDR*, 24: 93-97.
- Silverthorne, C. (2004). The impact of organizational culture and person organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan, *The Leadership & Organization Development Journal*, 25 (7): 592-599.
- Taormina, R. J. (2007). Interrelating leadership behaviors, organizational socialization, and organizational culture, *Leadership & Organization Development Journal*, 29 (1): 85-102.
- Tsui, S.; Zhang, Z.; Wang, H.; Xin, K. R. & Wu, J. B. (2006). Unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture, *The Leadership Quarterly*, 17: 113– 137.
- Yildirim, N. & Askun, Ö. B. (2012). Entrepreneurship Intentions of Public Universities in Turkey: Going Beyond Education and Research? *Social and Behavioral Sciences*, 58: 953 – 963.
- Zerbinati, S. & Suitaris, V. (2005). Entrepreneurship in the public sector: a framework of analysis in European local government, *Entrepreneurship and Regional Development*, 17 (1): 43-64.