

تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه (مورد مطالعه: پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران)

آصف کریمی^۱ - روح‌اله رضایی^۲ - محمود احمدپور داریانی^۳ - محسن انصاری^{۴*}

۱. استادیار پردیس فارابی دانشگاه تهران

۲. استادیار، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان

۳. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۴. کارشناسی ارشد کارآفرینی و کارشناس مسئول پژوهشی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۶/۳۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۱۰/۸)

چکیده

یکی از مهم‌ترین شاخص‌های دانشگاه‌های نسل سوم یا دانشگاه‌های کارآفرین وجود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است. لذا، این تحقیق با هدف بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران انجام شده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی محسوب می‌شود. جامعه‌ی آماری پژوهش را ۲۶۴ نفر از اعضای هیات علمی رشته‌های کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تشکیل می‌دهند که با کمک جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۱۵۵ نفر از آنان با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد استفاده شد. روایی صوری پرسش‌نامه توسط خبرگان تأیید شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که انطباق‌پذیری، مشارکت، سازگاری و ماموریت، شاخص‌های اصلی فرهنگ سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران هستند و در بین شاخص‌های سه‌گانه‌ی گرایش کارآفرینانه، نوآوری قوی‌ترین شاخص است. هم‌چنین، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، فرهنگ سازمانی، کارآفرینی دانشگاهی، گرایش کارآفرینانه

مقدمه

امروزه پیدایش فناوری‌های نوین، پارادایم‌ها و دیدگاه‌های جدید در آموزش عالی و ترکیب جمعیتی و وضعیت اقتصادی کشور، بیش از پیش برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه‌ی اقتصادی کرده است و در این راستا، ضرورت داشتن مدل‌ها، الگوها و راهکارهای مناسب در دانشگاه‌ها به‌منظور آموزش، تربیت و استفاده‌ی بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیش‌تر احساس می‌شود (قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹، ۲۶). با توجه به ظرفیت‌هایی که دانشگاه‌ها به‌عنوان نهاد تولید و توزیع‌کننده‌ی دانش دارند، می‌توانند به‌عنوان دانشگاه‌های کارآفرین نقش اساسی را در نوآوری صنعتی و توسعه‌ی فناوری ایفا کنند (شهرکی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۱۰).

یکی از محورهای مهمی که در بحث دانشگاه کارآفرین مطرح می‌شود، فرایند و چگونگی کارآفرین شدن و انجام اقدام‌های کارآفرینانه توسط دانشگاه است. در این زمینه، پنج شاخص کلیدی برای کارآفرین شدن دانشگاه وجود دارد که عبارتند از: ساختار انعطاف‌پذیر، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه‌ی منسجم، تعامل مستمر با محیط، چشم‌انداز مشترک و راهبرد آینده‌نگر و توجه به نیروی انسانی (کردنائیج، ۱۳۸۴، ۲۹). در این میان، بسیاری از صاحب‌نظران، مهم‌ترین مشخصه‌ی دانشگاه کارآفرین را داشتن فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نظر گرفته‌اند (قناتی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۱۶؛ Kaid and Rosli, 2011, p.28; Shihab et al., 2011, p.93). با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌ها و نقش عمده‌ی فرهنگ سازمانی در بهبود و توسعه‌ی آن (قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹، ۳۷)، به‌نظر می‌رسد که برای پیاده‌سازی کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ ضرورت دارد تا عوامل سازمانی مختلف در دانشگاه از جمله فرهنگ سازمانی و نحوه‌ی ارتباط آنها با کارآفرینی سازمانی، بررسی دقیق شوند تا بتوان با شناخت بیش‌تر، انسجام و هماهنگی لازم بین آنها را ایجاد کرد (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۱۹). از این‌رو، با در نظر گرفتن مطالب اشاره شده و این که تاکنون مطالعه‌ی جامعی در این زمینه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران انجام نشده است، پرسش اصلی مطالعه‌ی حاضر این بود که

مهم‌ترین شاخ‌های فرهنگ سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران کدامند و این شاخص‌ها چه تاثیری بر کارآفرینی سازمانی دارند.

مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق

در این بخش ابتدا مفاهیم کلیدی پژوهش شرح داده شده و پس از آن، پیشینه‌ی تحقیق شامل مطالعات تجربی مرتبط بررسی می‌شود. در نهایت با توجه به مطالب بیان شده، مدل مفهومی پژوهش ارائه می‌شود.

الف- فرهنگ سازمانی

از دیدگاه رابینز، فرهنگ سازمانی نظامی از درک و استنباط مشترک اعضای یک سازمان نسبت به ابعاد آن سازمان است که در قالب ارزش‌های سازمانی متجلی می‌شود (رابینز، ۱۳۸۴، ص ۱۱۲). شاین نیز فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، انتظارات و فرضیه‌هایی در نظر می‌گیرد که اعضای یک سازمان را به یک‌دیگر پیوند می‌دهد (Schein, 2005, p. 159). در سطح دانشگاهی نیز فرهنگ سازمانی به‌عنوان یک‌سری ارزش‌ها، باورها و اهداف مشترک بین اعضای هیات علمی، مدیران، دانشجویان و کارکنان دانشگاه تعریف می‌شود؛ این ارزش‌ها و باورها تا حدود زیادی در فرایند تصمیم‌گیری در دانشگاه‌ها تاثیر گذاشته و رفتارهای فردی و سازمانی را شکل می‌دهند (Bartell, 2003, p. 51). فرهنگ سازمانی می‌تواند با فراهم کردن شرایط لازم برای کارکنان، قدرت خلاقیت و نوآوری آنان را بهبود بخشد و نگرش‌های افراد را در جهت بنیان‌گذاری فعالیت‌های جدید کارآفرینانه توسعه دهد (جفایی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳). فرهنگ سازمانی در یک دانشگاه، رفتارهای مناسب را نمایش و آموزش می‌دهد و انگیزه‌ی کارکنان برای دستیابی به اهداف دانشگاه را برمی‌انگیزاند. فرهنگ سازمانی مناسب در دانشگاه می‌تواند منجر به موفقیت در اداره‌ی امور و نظارت بر دانشگاه از طریق اعتمادسازی میان مدیران و اعضای هیات علمی شود (Fralinger, 2007, p. 91).

درباره‌ی تبیین اجزا و شاخص‌های گوناگون فرهنگ سازمانی، طی سال‌های اخیر الگوها و مدل‌های زیادی هم‌چون هافستد و همکاران، کرت لوین، پیترز و واترمن،

دیویس، راینرز و دنیسون ارایه شده است (حقیقت و هوشیار، ۱۳۸۹، ص ۶۸). در این تحقیق، برای بررسی فرهنگ سازمانی مدل دنیسون^۱ (۲۰۰۰) که یکی از کامل ترین مدل های فرهنگ سازمانی می باشد، مورد استفاده قرار گرفت. هم چنین، جدید بودن مدل دنیسون نسبت به مدل های دیگر، مبنای رفتارگرایی این مدل، کامل بودن این مدل از نظر شاخص های اندازه گیری و سنجش ابعاد فرهنگ سازمانی و این که در تمامی سطوح سازمانی قابل اجراست، از جمله دلایل اصلی انتخاب مدل دنیسون در این تحقیق به شمار می آید. براساس مدل دنیسون، فرهنگ سازمانی چهار شاخص اصلی دارد که در زیر به تشریح آنها می پردازیم (Denison, 2000, p.122):

۱. مشارکت: سازمان های اثربخش بر محور تیم ها/ گروه های کاری تشکیل می شوند و قابلیت های منابع انسانی خود را در همه ی سطوح توسعه می دهند. در چنین سازمان هایی اعضای سازمان نسبت به کار و مسئولیت های خود احساس تعهد جدی دارند و خود را بخشی از پیکره سازمان می دانند. در این مدل این مولفه با سه شاخص اندازه گیری می شود: فرهنگ توانمندسازی، گروه محوری و توسعه ی قابلیت ها.
۲. سازگاری: پژوهش ها نشان می دهد سازمان هایی که اغلب اثربخش هستند با ثبات و یکپارچه می باشند. در این سازمان ها رفتارهای کارکنان از ارزش های بنیادی در سازمان نشأت می گیرد و حتی زمانی که رهبر و پیروان دیدگاه متقابل دارند، فعالیت های سازمانی به خوبی هماهنگ و پیوسته است. سازگاری در مدل دنیسون با سه شاخص ارزش های بنیادی، توافق و هماهنگی و پیوستگی بررسی می شود.
۳. انطباق پذیری: سازمان های اثربخش سازمان هایی هستند که با وجود انعطاف پذیری در برابر تغییرات بیرونی، یک پارچه بوده و به لحاظ اصول و ارزش های سازمانی به سختی تغییر می کنند، از این رو، یک پارچگی درونی و انطباق پذیری بیرونی را می توان از مهم ترین مشخصه های چنین سازمان هایی بر شمرد. این سازمان ها از اشتباهات خود در طول زمان درس می گیرند و ظرفیت ایجاد تغییر را دارند. آنها به طور مستمر در حال

1 Denison

بهبود توانایی سازمان در راستای ارزش قایل شدن برای مخاطبان خود هستند. مولفه‌ی انطباق‌پذیری نیز هم‌چون دو مولفه‌ی قبلی با سه شاخص ایجاد تغییر، مشتری‌گرایی و یادگیری سازمانی بررسی می‌شود.

۴. ماموریت: بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که مهم‌ترین مشخصه و شاخص فرهنگ سازمانی، رسالت و ماموریت آن است. سازمان‌های موفق، شناخت و درک روشنی از چشم‌انداز و مسیر حرکت خود دارند و براساس آن، اهداف سازمانی و راهبردی مشخصی را تعریف می‌کنند. بر این اساس، این مولفه نیز شامل سه شاخص مجزای گرایش و جهت راهبردی، اهداف و مقاصد سازمانی تعریف شده و چشم‌انداز روشن می‌باشد.

ب- گرایش کارآفرینانه^۱

کارآفرینی سازمانی از مفاهیم بسیار مهم بوده و اهمیت و مزایای آن در سال‌های اخیر برای شمار زیادی از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیربخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی کاملاً محسوس شده است (رضائی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۰). مقیمی و احمدپور داریانی، کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان فعالیت کارآفرینی که در مرزهای موجود سازمان رخ می‌دهد، در نظر گرفته‌اند (مقیمی و احمدپور داریانی، ۱۳۸۷، ص ۲۰۸). در واقع، در این نوع کارآفرینی، یک شرکت یا سازمان، محیطی را فراهم می‌کند تا اعضا بتوانند در امور کارآفرینی مشارکت کنند که طی آن محصولات، خدمات یا فرایندهای نوآورانه با ایجاد فرهنگ کارآفرینانه به‌ظهور می‌رسند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳، ص ۱۵). سازمان‌هایی که می‌خواهند در کارآفرینی سازمانی موفق باشند ابتدا باید گرایش کارآفرینانه را در سازمان ایجاد کنند. گرایش کارآفرینانه قصد و اقدام افراد کلیدی سازمان در یک فرایند پویای سازنده با هدف ایجاد کسب‌وکار جدید است (Lumpkin and Dess, 1996, p.136).

1 Entrepreneurial orientation (EO)

صرف نظر از مفهوم و اهداف کارآفرینی سازمانی، صاحب نظران و پژوهشگران مختلف ابعاد و گرایش کارآفرینانه را به عنوان مفهومی چند بُعدی شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک پذیری در نظر گرفته اند (Scheepers and Hough, 2008, (p.56; Miles et al., 2009, p. 68; Lumpkin and Dess, 1996

در این زمینه، ریسک پذیری شامل آمادگی سازمان برای استفاده از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها و شروع پروژه ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough and Scheepers, 2008, p. 19). لازمه نوسازی راهبردی یک سازمان تغییر و اصلاح در ماموریت سازمانی، سازمان دهی مجدد و تغییرات وسیع در نظام سازمانی یک سازمان می باشد (Heinonen and Korvela, 2005, p.58). پیشگامی به عنوان یک پیش بینی و رفتار برای نیازهای آینده از طریق جست و جو و استفاده از فرصت هایی که می تواند دلالت بر توسعه محصولات و یا بازار داشته باشد، تعریف می شود (Alegre and Chiva, 2009, p.12) و در نهایت، نوآوری به تولید و خلق محصولات، خدمات، فرایندها، فناوری ها و مدل های جدید کسب و کار اشاره دارد (Hough and Scheepers, 2008, p.19).

ج- رابطه ی بین فرهنگ سازمانی و گرایش کارآفرینانه

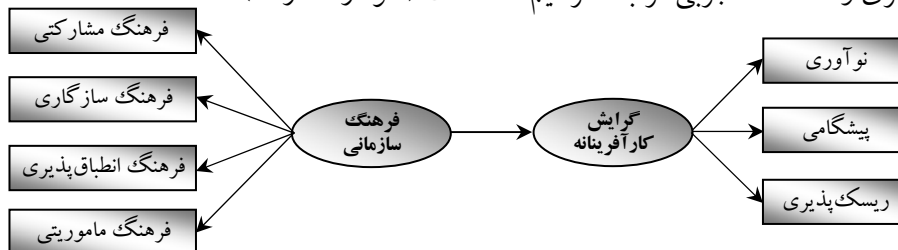
نتایج پژوهش های گسترده نشان می دهد که رابطه ی بسیار نزدیک و تنگاتنگی بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۱۹؛ قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۵؛ Shihab et al., 2011, p. 28; Kaid and Rosli, 2011, p.93). فرهنگ سازمانی می تواند بستر مناسبی را برای بروز قابلیت های کارآفرینانه در اعضای گروه ها و سازمان ها فراهم کند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۵۳ و ۱۵۴). بسیاری از صاحب نظران بر نقش فرهنگ سازمانی در فعالیت ها و فرایندهای کارآفرینی و تاثیرپذیری مثبت شاخص های کارآفرینی از فرهنگ سازمانی تاکید دارند و بر معتقدند که اصول و ارزش های برگرفته از فرهنگ سازمانی بر ایجاد جوی برای تلاش بیش تر کارکنان بسیار مفید واقع شده و زمینه های لازم به منظور بهبود خلاقیت، نوآوری و ریسک پذیری را فراهم می کند (Hisrich and Grant, 2007, p. 581). آنچه مسلم است بدون داشتن یک

فرهنگ سازمانی اثربخش نمی‌توان انتظار فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان را داشت. در جدول شماره (۱) پژوهش‌ها و مطالعات تجربی مرتبط آمده است.

جدول ۱. خلاصه‌ی پژوهش‌های کلیدی در زمینه‌ی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی

عنوان پژوهش	پژوهشگر (سال انجام تحقیق)	خلاصه‌ی یافته‌ها
بررسی رابطه‌ی بین عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه تهران	کردنائیج و همکاران (۱۳۸۸)	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین تمامی ابعاد ده‌گانه‌ی فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی کارآفرینانه به‌جز ریسک‌پذیری رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. براساس نتایج رگرسیون، شاخص‌های حمایت‌مدیریت، نظام پاداش و نظام کنترل بیش از سایر شاخص‌ها بر روی توسعه‌ی ساختار سازمانی کارآفرینانه تأثیر معنی‌دار داشته‌اند.
فرهنگ سازمانی و رابطه‌ی آن با کارآفرینی سازمانی	قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹)	نتایج به‌دست آمده نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد. براساس نتایج تحلیل رگرسیون، دو متغیر جهت‌دهی و ریسک‌پذیری در حدود ۴۸/۴ درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی را تبیین کردند.
تأثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی	کامیاب و فروز شهرستانی (۱۳۸۹)	نتایج کسب شده نشان داد که از نظر کارکنان مطالعه شده، در بین ابعاد مختلف فرهنگ سازمانی، توجه به اعضای سازمان، تیم‌سازی و شبکه‌های کاری و ریسک‌پذیری به ترتیب بیش‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشته‌اند. سایر شاخص‌های تأثیرگذار به ترتیب اولویت عبارتند از: جاه‌طلبی، توجه به پیامدها و نتایج، توجه به جزئیات و پایداری/ثبات.
بررسی رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان	شهرکی‌پور و همکاران (۱۳۸۹)	یافته‌های پژوهش نشان داد که بین سه شاخص اصلی فرهنگ سازمانی شامل یک‌پارچگی و انسجام، حمایت‌مدیریت و نظام پاداش با شاخص‌های کارآفرینی سازمانی (شامل نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد. این در حالی است که رابطه‌ی بین شاخص احساس هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی معنی‌دار نشده بود.
بررسی رابطه‌ی میان فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه)	حیدری و همکاران (۱۳۹۰)	بر اساس نتایج، فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه از نوع فرهنگ سلسله‌مراتبی بود. هم‌چنین نتایج نشان داد که بین انواع فرهنگ سازمانی شامل فرهنگ گروهی، ادوکراسی، بازار و سلسله‌مراتبی با شاخص‌های مختلف کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری، رفتار خلاقانه، کشف و پیگیری فرصت‌ها، انعطاف‌پذیری، یادگیری سازمانی و آموزش کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد.
توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی از طریق رهبری راهبردی	هوگ و اسپیر (۲۰۰۸)	با توجه به یافته‌های این تحقیق مشخص شد که از بین سه شاخص اصلی کارآفرینی سازمانی شامل ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی، شاخص نوآوری بیش‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی دارد. هم‌چنین براساس یافته‌های پژوهش، بین چهار شاخص اصلی فرهنگ سازمانی شامل درگیر شدن در کار، حمایت‌مدیریت، خودمختاری و انطباق‌پذیری با شاخص‌های اصلی کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.
کارآفرینی سازمانی: شکل‌دهی و توسعه‌ی رفتارهای کارآفرینانه در سازمان‌های بزرگ	سینگر و همکاران (۲۰۱۰)	یافته‌های تحقیق نشان داد که مهم‌ترین عامل در توسعه‌ی رفتارهای کارآفرینانه در یک سازمان، فرهنگ سازمانی اثربخش است. در این زمینه، از بین شاخص‌های مختلف فرهنگ سازمانی، شاخص‌های درگیر شدن در کار و انطباق‌پذیری بیش‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشتند.
رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه بنگاه‌های کوچک و متوسط اندونزی	شیب و همکاران (۲۰۱۱)	نتایج نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. با توجه به یافته‌ها مشخص شد که فرهنگ سازمانی یک متغیر پیش‌بینی‌کننده‌ی قوی برای کارآفرینی سازمانی است، به‌عبارت دیگر، کارآفرینی سازمانی زمانی منجر به نتایج قابل توجه خواهد شد که از طریق فرهنگ سازمانی اثربخش حمایت شود.
تأثیر فرهنگ سازمانی بر ایجاد ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی بانک‌ها	کاید و روسلی (۲۰۱۱)	براساس نتایج، فرهنگ سازمانی بر شاخص‌های کارآفرینی سازمانی شامل ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی تأثیر مستقیم و مثبت دارد. بر اساس یافته‌ها مشخص شد که ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه منجر به انگیزش و رضایت کارکنان، توانمندسازی کارکنان و بهبود کیفیت خدمات و در نهایت افزایش عملکرد سازمانی می‌شود.

با توجه به مطالب بیان شده در بخش‌های پیشین و مساله‌ی اصلی پژوهش، این تحقیق با هدف بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی از دیدگاه اعضای هیات علمی گروه کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران و رسیدن به شناختی روشن در این زمینه به منظور ارایه‌ی راهکارها و پیشنهادهای عملی در راستای تقویت و توسعه‌ی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشکده‌های مطالعه شده انجام شد. در این بخش، چارچوب مفهومی پژوهش در قالب هدف کلی اشاره شده و براساس مرور ادبیات نظری و مطالعات تجربی مرتبط، ترسیم شده است (نمودار شماره ۱).



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش: تاثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی محسوب می‌شود. جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل ۲۶۴ نفر از اعضای هیات علمی رشته‌های کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود که با توجه به جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۱۵۵ نفر از آنان برای انجام تحقیق انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها با در نظر گرفتن پراکنش و توزیع به نسبت یکسان اعضای هیات علمی در دانشکده‌های مختلف مورد مطالعه، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق پرسش‌نامه‌ی استاندارد بود، به نحوی که برای سنجش شاخص‌های کارآفرینی سازمانی از پرسش‌نامه‌های استاندارد آنتونسیک و هیسریچ (۲۰۰۱) و اسپیرز و همکاران (۲۰۰۸) و سنجش شاخص‌های فرهنگ سازمانی از پرسش‌نامه‌ی استاندارد دنسون (۲۰۰۰) استفاده شد (جدول شماره ۲). اعتبار صوری پرسش‌نامه با نظر کارشناسان و متخصصان در زمینه موضوع مورد پژوهش تایید شد. برای

تعیین پایایی ابزار تحقیق پیش آزمون (۳۰ نفر خارج از نمونه‌ی اصلی از طریق اعضای هیات علمی دانشکده‌ی کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس) انجام شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای مقیاس‌های اصلی پرسش‌نامه در حد مناسب بود (جدول شماره ۲). تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS_{win18} و LISREL_{8.5} در قالب آمار توصیفی و الگوی مدل معادلات ساختاری انجام شد.

جدول ۲. بخش‌های مختلف پرسش‌نامه به همراه تعداد گویه‌ها، مقیاس سنجش و مقدار آلفای کرونباخ

ابعاد	متغیرها	تعداد گویه‌ها	مقیاس سنجش	مقدار آلفای کرونباخ
ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای	سن، جنس و سابقه فعالیت	۳	براساس مقیاس‌های اسمی و فاصله‌ای	-
شاخص‌های گرایش کارآفرینانه	نوآوری	۳	طیف لیکرت ۵ سطحی (خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵)	۰/۸۸
	پیشگامی	۳		۰/۸۳
	ریسک‌پذیری	۳		۰/۸۹
شاخص‌های فرهنگ سازمانی	مشارکت	۳	طیف لیکرت ۵ سطحی (خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵)	۰/۷۸
	سازگاری	۳		۰/۸۵
	انطباق‌پذیری	۳		۰/۸۷
	ماموریت	۳		۰/۹۲

یافته‌ها

بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

در این مرحله برای ارزیابی نقش سه شاخص (نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) در شکل‌گیری گرایش کارآفرینانه‌ی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران از روش تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم استفاده شد. دلیل استفاده از تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم به نوع اثرات علی در مدل انتزاعی تحقیق مربوط می‌شود. در مدل طراحی شده می‌توان دید که ساختارهای عاملی سه‌گانه، یک ساختار عاملی مجزا را در سطح دوم تشکیل می‌دهند. براساس مدل تحقیق، این مدل در نرم‌افزار LISREL_{8.5} پیاده‌سازی شده و مدل تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم قابل قبولی اجرا و به‌دست آمد. براساس نتایج به‌دست آمده در جدول شماره (۳)، مقادیر t به‌دست آمده برای تمامی متغیرهای مورد مطالعه از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و در نتیجه روابط این متغیرها با عامل‌های مربوطه معنی‌دار شده است. به‌عبارت دیگر،

یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران از دقت لازم و کافی برخوردار بوده‌اند، از این رو، می‌توان بیان کرد که شاخص‌های استفاده شده، با زیربنای نظریه‌ی تحقیق تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند.

جدول ۳. بارهای عاملی نشانگرها و شاخص‌های گرایش کارآفرینانه در قالب مدل اندازه‌گیری

شاخص	نماد در مدل	پارامتر برآورد شده	t
نوآوری	Innovat1	۰/۷۸۷	-
	Innovat2	۰/۶۶۷	۶/۸۶۵
	Innovat3	۰/۶۶۸	۶/۸۷۹
پیشگامی	Proactv1	۰/۷۰۵	-
	Proactv2	۰/۸۸۷	۶/۶۷۷
	Proactv3	۰/۸۷۱	۵/۳۴۲
ریسک‌پذیری	Risk T1	۰/۷۶۲	-
	Risk T2	۰/۶۲۲	۴/۶۱۰
	Risk T3	۰/۴۸۵	۴/۷۴۲

در جدول شماره (۴)، رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه‌ی اول در تشکیل سازه‌ی مرتبه‌ی دوم، همراه با مقدار t و بارهای عاملی هر یک از عامل‌ها (مقادیر ضریب گاما) نشان داده شده است. مقادیر ضریب گاما می‌توانند شدت رابطه‌ی بین عامل‌های مرتبه‌ی اول و عامل مرتبه‌ی دوم را نشان دهند. در این تحقیق براساس داده‌های میدانی در میان سه شاخص بررسی شده، نوآوری ($\lambda = 0/997$) به‌عنوان قوی‌ترین شاخص مرتبط با گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران شناسایی شده است.

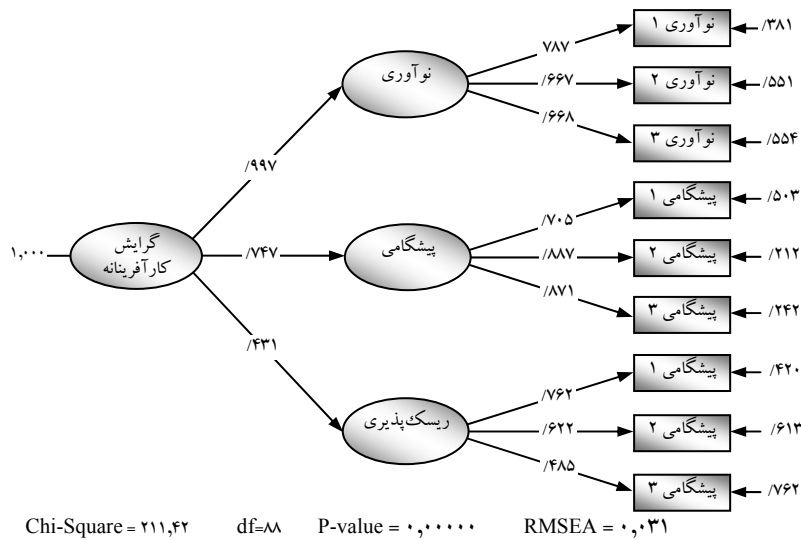
جدول ۴. رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه‌ی اول در تشکیل سازه‌ی دوم براساس بار عاملی

رتبه	شاخص‌های مرتبه اول	λ	t	Sig.
۱	نوآوری	۰/۹۹۷	۶/۵۴۳	۰/۰۱
۲	پیشگامی	۰/۷۴۷	۵/۳۹۴	۰/۰۱
۳	ریسک‌پذیری	۰/۴۳۱	۵/۶۷۳	۰/۰۱

هم‌چنین با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول شماره (۵) نشان داده شده است، می‌توان بیان کرد که مدل اندازه‌گیری گرایش کارآفرینانه‌ی سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران (نمودار شماره ۲)، به‌منظور برآزش روابط بین شاخص‌ها و نشانگرهای مربوط به آنها معتبر و قابل قبول می‌باشد.

جدول ۵. شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری گرایش کارآفرینانه پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 0/10$
مقدار گزارش شده	۲/۴۰۲	۰/۹۵	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۰۳۱



نمودار ۲. مدل اندازه‌گیری برازش یافته فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

در این مرحله برای ارزیابی نقش چهار شاخص (مشارکت، سازگاری، انطباق‌پذیری و مأموریت) در شکل‌گیری و تشکیل فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران به دلیل نوع اثرات علی در مدل انتزاعی تحقیق از روش تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم استفاده شد. نتایج به‌دست آمده از این بخش در جدول شماره (۶) نشان داده شده است. براساس یافته‌های پژوهش، تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه‌ی فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران دقت لازم و کافی را داشته و با زیربنای نظریه‌ی تحقیق تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند.

جدول ۶. بارهای عاملی نشانگرها و شاخص‌های فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران در قالب مدل اندازه‌گیری

شاخص	نشانگر	نماد در مدل	پارامتر برآورد شده	t
مشارکت	توانمندسازی	Engag1	۰/۷۶۸	-
	تیم‌سازی	Engag2	۰/۸۰۹	۴/۵۱۹
	توسعه‌ی قابلیت	Engag3	۰/۸۲۰	۴/۶۹۷
سازگاری	ارزش‌های بنیادین	Cmptib1	۰/۸۹۷	-
	توافق	Cmptib2	۰/۷۹۳	۳/۶۹۷
	هماهنگی و پیوستگی	Cmptib3	۰/۷۵۲	۳/۳۴۸
انطباق‌پذیری	ایجاد تغییر	Versat1	۰/۸۷۴	-
	یادگیری سازمانی	Versat2	۰/۷۲۱	۴/۵۳۹
	رجحان منافع سازمانی	Versat3	۰/۷۷۰	۴/۴۲۱
ماموریت	جهت‌گیری راهبردی	Mision1	۰/۸۷۵	-
	اهداف و مقاصد	Mision2	۰/۸۲۰	۶/۷۵۶
	چشم‌انداز	Mision3	۰/۸۱۲	۳/۵۴۱

بر اساس مقادیر ضریب گامای به دست آمده در جدول شماره (۷)، از بین ۴ شاخص مطالعه شده شاخص انطباق‌پذیری ($\lambda = 0/389$) به عنوان قوی‌ترین شاخص مرتبط با فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران شناسایی شده است.

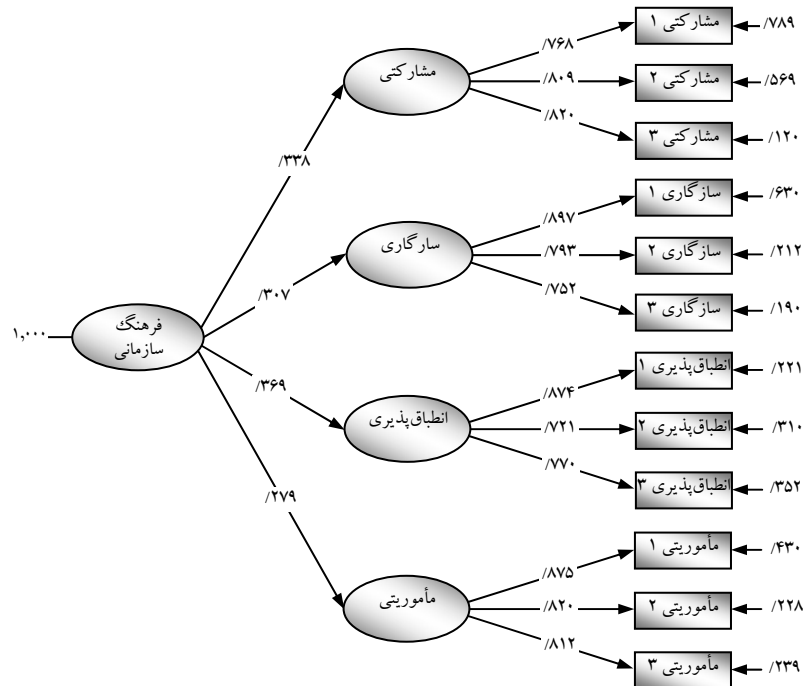
جدول ۷. رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه‌ی اول در تشکیل سازه‌ی مرتبه‌ی دوم بر اساس مقدار بار عاملی

رتبه	شاخص‌های مرتبه اول	λ	t	Sig
۱	انطباق‌پذیری	۰/۳۶۹	۴/۷۳۵	۰/۰۱
۲	درگیر شدن در کار	۰/۳۳۸	۳/۵۵۴	۰/۰۱
۳	سازگاری	۰/۳۰۷	۳/۱۸۹	۰/۰۱
۴	ماموریت	۰/۲۷۹	۵/۷۱۲	۰/۰۱

هم‌چنین، با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول شماره (۸) نشان داده می‌شود، می‌توان بیان کرد که مدل اندازه‌گیری فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران که در نمودار شماره (۳) ارائه شده است، جهت برازش روابط بین شاخص‌ها و نشانگرهای مربوط به آنها معتبر و قابل قبول می‌باشد.

جدول ۸. شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	$\geq 0/90$	$\geq 0/90$	$\geq 0/90$	$\geq 0/90$	$\geq 0/90$	$\leq 0/10$
مقدار گزارش شده	۲/۴۲	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۰۶۱



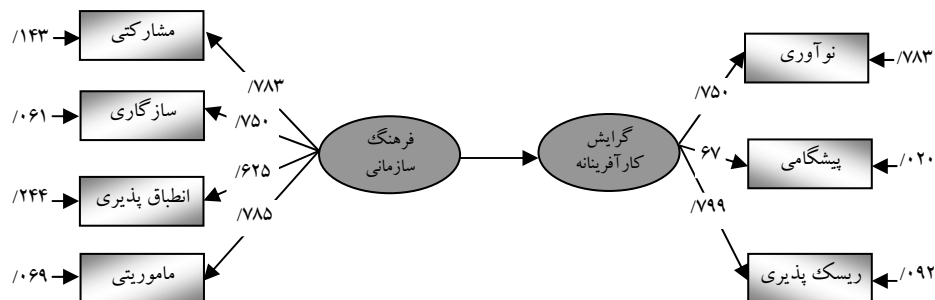
Chi-Square = ۱۷۶,۷۶ df=۷۳ P-value = ۰,۰۰۰۰۴ RMSEA = ۰,۰۶۱

نمودار ۳. مدل اندازه‌گیری برازش یافته فرهنگ سازمانی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

مدل ساختاری تحقیق

دومین مرحله‌ی برآورد مدل، پس از برآورد مدل‌های اندازه‌گیری، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معنی‌داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل تحقیق و واریانس تشریح شده یا ضریب تبیینی است که به وسیله‌ی هر مسیر برآورد می‌شود. مدل ساختاری، روابط علی بین متغیرهای مکنون را مشخص کرده و اثرات علی و میزان واریانس تبیین شده را شرح می‌دهد. در این قسمت، براساس مدل‌های اندازه‌گیری یا تحلیل عاملی تاییدی که در بخش قبل برای هر کدام از سازه‌ها به صورت جداگانه ارایه شد، اقدام به آزمون فرضیه اصلی تحقیق در رابطه با تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران کردیم. نتایج به‌دست آمده از تحلیل مسیر در قالب مدل معادلات ساختاری در نمودار شماره (۴) نمایش داده شده است. ضرایب مسیر استاندارد شده که در نمودار ۴ نشان داده شد، بیانگر قوت روابط بین متغیر مستقل و وابسته

در مدل هستند. براساس نتایج تحقیق، مقدار ضریب مسیر برای دو سازه‌ی فرهنگ سازمانی و گرایش کارآفرینانه برابر با ۰/۶۷۴ می‌باشد که دارای مقدار t بالاتر از ۱/۹۶ بوده و در سطح ۰/۰۱ درصد معنی‌دار است. از این‌رو، می‌توان بیان داشت که فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی اثر معنی‌داری دارد. هم‌چنین از آنجایی که مقدار این ضریب مثبت می‌باشد، بنابراین تاثیر فرهنگ سازمانی به‌گونه‌ای است که سبب تقویت و توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی می‌شود.



نمودار ۴. مدل ساختاری برآزش یافته تحقیق

هم‌چنین با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول شماره (۹) آورده شده است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری طراحی شده در نمودار (۴)، به‌منظور برآزش و بررسی روابط بین سازه‌ها معتبر و قابل قبول است.

جدول ۹. شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری تحقیق

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 0/10$
مقدار گزارش شده	۲/۵۸۶	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۷۸

بحث و نتیجه

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران بود. در قالب هدف کلی اشاره شده، این تحقیق به دنبال پاسخ دادن به این پرسش بود که شاخص‌های اصلی تشکیل دهنده فرهنگ

سازمانی کدامند و این ابعاد یا شاخص‌ها چه تاثیری بر کارآفرینی سازمانی دارند. بدین منظور، شاخص‌های فرهنگ سازمانی به همراه شاخص‌های کارآفرینی سازمانی با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و در قالب مدل اندازه‌گیری شناسایی شده، سنجش و اعتباریابی شدند و در نهایت، مدل اصلی تحقیق براساس روابط بین متغیرهای مکنون از طریق روش تحلیل مسیر در قالب مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL_{8.5} ترسیم و ارایه شد.

براساس نتایج به‌دست آمده درباره‌ی مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، مشخص شد که تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش سازه‌ی کارآفرینی سازمانی از دقت لازم برخوردار بوده و با زیربنای نظریه‌ی پژوهش تطابق دارند. یافته‌های تحقیق نشان داد که مهم‌ترین شاخص‌های تشکیل‌دهنده‌ی کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری هستند که نتایج این بخش از تحقیق با یافته‌های مطالعات مختلفی هم‌چون شهرکی‌پور و همکاران (۱۳۸۹)، هوگ و اسپچیر (۲۰۰۸) و کاید و روسلی (۲۰۱۱) مطابقت دارد. با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان گفت که کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی محسوب می‌شود و به‌عنوان یک سازه‌ی کلی متشکل از سه شاخص نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی بوده و بایستی در برنامه‌ریزی به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی هر سه شاخص به‌صورت جامع و نظام‌مند مورد توجه جدی قرار گیرند. البته باید گفت که از میان سه شاخص اصلی اشاره شده، شاخص نوآوری بیش‌ترین تاثیر را بر تشکیل / تبیین کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران داشته و با نتایج تحقیق هوگ و اسپچیر (۲۰۰۸) مطابقت دارد. به همین منوال، یافته‌های پژوهش در رابطه با مدل اندازه‌گیری فرهنگ سازمانی نشان می‌دهد که نشانگرهای مورد مطالعه برای سنجش سازه‌ی فرهنگ سازمانی دقت لازم را داشته و ابعاد مجزا و مستقل فرهنگ سازمانی را سنجش می‌کنند. براساس نتایج کسب شده، ۴ شاخص اصلی تشکیل‌دهنده‌ی فرهنگ سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران به ترتیب میزان تاثیر آنها در تشکیل / تبیین سازه‌ی اصلی فرهنگ سازمانی انطباق‌پذیری، مشارکت، سازگاری و ماموریت هستند. نتایج این بخش از پژوهش و

اهمیت هر یک از شاخص‌های چهارگانه در پژوهش‌های هوگ و اسپچیر (۲۰۰۸)، سینگر و همکاران (۲۰۱۰) و شیباب و همکاران (۲۰۱۱) تأیید شده است.

در بخش اصلی پژوهش، براساس نتایج مدل ساختاری مشخص شد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و شاخص‌های کارآفرینی سازمانی به شدت تحت تاثیر فرهنگ سازمانی قرار دارند. به عبارت دیگر، با بهبود فرهنگ سازمانی، سطح کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران افزایش یافته و تقویت خواهد شد. در واقع، فرهنگ سازمانی به عنوان عاملی زیربنایی و حتی پایه و اساس سایر بسترهای ضروری برای توسعه کارآفرینی می‌تواند به واسطه انعطاف‌پذیری و درگیر کردن تمامی کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان، بهبود قابلیت‌ها و توانمندسازی افراد، اعتمادسازی و تسهیل ارتباطات فردی و سازمانی و ایجاد یک پارچگی و انسجام بیشتر میان کارکنان، نقش اساسی برای القای توسعه روحیه نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری به اعضای هیات علمی، دانشجویان و کارکنان به عنوان محورهای اصلی کارآفرینی سازمانی ایفا کند و موجب ایجاد و تقویت نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه در دانشگاه شود، به نحوی که تمامی کارکنان، کارآفرینی و حرکت به سوی آن را به عنوان یکی از ارزش‌های بنیادی سازمان در نظر گرفته و رفتارهای خود را در راستای آن تنظیم و انطباق دهند. با توجه به مطالب بیان شده، به طور کلی با در نظر گرفتن اهمیت و تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر ابعاد کارآفرینی سازمانی نمونه‌ی مطالعه شده، می‌توان چنین نتیجه گرفت که هرگونه تلاشی برای ایجاد و تقویت فرهنگ سازمانی اثربخش در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران در نهایت می‌تواند به بهبود و توسعه کارآفرینی سازمانی در آن منجر شود. این یافته با نتایج مطالعات متعددی هم‌چون قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹)، شهرکی‌پور و همکاران (۱۳۸۹)، حیدری و همکاران (۱۳۹۰)، هوگ و اسپچیر (۲۰۰۸)، شیباب و همکاران (۲۰۱۱) و کاید و روسلی (۲۰۱۱) مطابقت دارد.

پیشنهادها

- با در نظر گرفتن یافته‌های اصلی پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
۱. تجدیدنظر در فضا و فرهنگ سازمانی حاکم بر دانشگاه و طراحی آن در راستای ایجاد و تقویت رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان. در این زمینه توجه مدیران به مواردی هم‌چون پذیرش ریسک به‌عنوان خصیصه‌ای مثبت، حمایت از طرح‌های آزمایشی کوچک نوآورانه و پذیرش شکست و اشتباه به مثابه مسأله‌ای اجتناب‌ناپذیر در فرایند نوآوری، استقبال و پشتیبانی از ایده‌های جدید اعضا، تحمل انحراف خلاق اعضا از قواعد و مقررات معمول، ایجاد هم‌سویی بین اهداف شخصی کارکنان و اهداف دانشگاه، فعال و پویا نگه داشتن اعضا و تشویق آنان به ایده‌پردازی و ارائه‌ی فکرهای نو، می‌تواند بستر لازم به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران را ایجاد کند؛
 ۲. پرهیز از یکنواختی و اعمال قوانین و استانداردهای کاری محدودکننده در دانشگاه به‌منظور ایجاد فضای لازم برای ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآوری بودن اعضا و تاکید بر تقویت روحیه‌ی خودکنترلی در افراد و انعطاف‌پذیری و دادن استقلال عمل کافی به کارکنان در حیطه‌ی مسؤلیت‌ها و وظایف کاری آنها؛
 ۳. تسهیل و تقویت ارتباطات فردی و سازمانی میان کارکنان در دانشگاه با اعتمادسازی میان افراد و ایجاد انسجام بیش‌تر بین کارکنان در قالب یک فرهنگ سازمانی اثربخش به‌منظور ایجاد محیطی پویا و مساعد برای شبکه‌سازی و تعامل اثرگذار افراد با یک‌دیگر و گرایش آنان به سوی تیم‌سازی و فعالیت‌های گروهی؛
 ۴. تجدیدنظر در ساختار سلسله‌مراتبی دانشگاه و رفع موانع موجود برای تسهیل مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری‌ها و ترویج و پیاده‌سازی فرهنگ مدیریت مشارکتی در دانشگاه به‌منظور دخیل نمودن و بهره‌گیری از تمامی توانایی‌ها و ظرفیت‌های فکری نوآورانه‌ی کارکنان؛
 ۵. توانمندسازی و بهبود مستمر صلاحیت‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای کارکنان در زمینه‌های مختلف شغلی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی و تدوین و اعمال سازوکارهایی برای تشویق افراد به شرکت در این دوره‌ها.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها (چاپ پنجم). تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- جفایی، منیر، رجایی، زهرا و توسلی، نیاز (۱۳۹۰). بررسی نقش و تعهد سازمانی در کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی کارآفرینی، تعاون، جهاد اقتصادی، ناین، ۲۸ و ۲۹ آذرماه ۱۳۹۰، صص ۱-۱۶.
- حقیقت منفرد، جلال و هوشیار، آیلر (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش (مطالعه موردی: شرکت ملی نفت ایران). فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۴ (۱۱)، صص ۶۵-۸۶.
- حیدری، حسین، پاپزن، عبدالحمید و کرمی دارابخانی، رویا (۱۳۹۰). بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مولفه‌های کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی شهرستان). فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱ (۳)، صص ۱۴۵-۱۶۶.
- رایینز، استیفن پی (۱۳۸۴). مدیریت رفتار سازمانی. ترجمه: فرزاد امیدواران. تهران: انتشارات موسسه کتاب مهربان.
- رضائی، روح‌اله، قلی‌فر، احسان، صفا، لیلا و کاظمی، مریم (۱۳۹۰). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۴)، صص ۲۷-۴۶.
- 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، ۱ (۴)، صص ۱۰۹-۱۳۶.
- قناتی، سوسن، کردنائیج، اسداله و یزدانی، حمید (۱۳۸۹). بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۳ (۱۰)، صص ۱۱۵-۱۳۳.

قهرمانی، محمد، پرداختچی، محمد حسن و حسین زاده، طاهر (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. فصلنامه چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱، صص ۲۵-۳۹.

کامیاب، فرهاد و فروز شهرستانی، مجتبی (۱۳۸۹). تاثیر ابعاد فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری، شیراز، ۲۷ و ۲۸ بهمن ماه ۱۳۸۹، صص ۱-۱۷.

کردنائیج، اسداله (۱۳۸۴). دانشگاه کارآفرین، آموزش عالی و نقش آن در ایجاد اشتغال. فصلنامه مدیریت و توسعه، ۷ (۲۶)، صص ۱۷-۳۳.

کردنائیج، اسداله، مقیمی، سید محمد، قناتی، سوسن و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کارآفرینانه در دانشگاه تهران. فصلنامه مدیریت دولتی، ۱ (۳)، صص ۱۱۹-۱۳۴.

مقیمی، سید محمد و احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط: نیازها و راهکارها. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۱)، صص ۲۰۷-۲۴۵.

- Alegre, J. and Chiva. R. (2009). Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry. Institute of Valenciano Investigations Publisher, p. 30.
- Bartell, M. (2003). Internationalization of universities: A university culture-based framework. *Journal of Higher Education*, 45 (1), pp. 43- 70.
- Denison D. (2000). Organizational culture: Can it be a key lever for driving organizational change? *The International Handbook of Organizational Culture and Climate*, pp. 112- 135.
- Fralinger, B. (2007). Organizational culture at the university level: A study using the OCAI instrument. *Journal of College Teaching & Learning*, 4 (2), pp. 85- 98.
- Heinonen, J. and Korvela, K. (2005). How about measuring entrepreneurship? Research Report, Small Business Institute, Turku, Finland, 126 p.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J. and Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology. *Journal of American Psychologist*, 62 (6), pp. 575- 589.
- Hough, J. and Scheepers, R. (2008). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*, 3 (1), pp. 17- 25.
- Kaid, A. and Rosli, M. (2011). How does organizational culture shape the relationship between entrepreneurial orientation and the organizational

- performance of banks? *European Journal of Social Sciences*, 20 (1), pp. 28- 46.
- Lumpkin, G. T & Dess, G. G. (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". *Academy of Management Review*, 27(1), pp. 135-172
- Miles, M., Munilla, S. and Darroch, J. (2009). Sustainable corporate entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship and Management*, 5 (1), pp. 65- 76.
- Scheepers, M., Hough, J. and Bloom, J. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Journal of Southern African Business Review*, 12 (3), pp. 50- 75.
- Schein, E.H. (2005). *Organizational culture and leadership* (3rd Ed). Jossey-Boss Press, p. 382.
- Shihab, M., Wismiarsi, T. and Sine, K. (2011). Relationship between organizational culture and entrepreneurial orientation: Indonesian SMEs context. *Proceeding of 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management, IPEDR*, Vol. 24 (2011), IACSIT Press, Singapore, pp. 93- 97.
- Singer, S., Alpeza, M. and Balkic, M. (2010). Corporate entrepreneurship: Is entrepreneurial behavior possible in a large company? *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management Studies*, 1 (1), pp. 1- 8.