

تحلیل موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه گنبد کاووس

مهدخت امیری لرگانی¹، مسعود خیراندیش²، علی کارشناسان³، وحید اسکو⁴

1- کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی (نویسنده مسئول)

Amirimahdokht@gmail.com

2- دکتری اقتصاد کشاورزی، استادیار دانشگاه گنبد کاووس

ecomkh@gmail.com

3- دکتری اقتصاد، استادیار دانشگاه گنبد کاووس

Ali.karshenasan@gmail.com

4- دانشجوی دکتری حسابداری

vahidoskou@gmail.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس بوده است. این تحقیق در شمار تحقیقات توصیفی، از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اعضای هیئت علمی دانشگاه گنبد کاووس است که به علت در دسترس نبودن تمام اعضا از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است. ابزار اندازه‌گیری تحقیق، دو پرسشنامه محقق ساخته بوده، روایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید خبرگان قرار گرفت و پایایی پرسشنامه توسط آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه موانع کارآفرینی سازمانی 0/935 و برای پرسشنامه کارآفرینی سازمانی 0/941 به دست آمده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی در سطح معنی‌داری 0/05 استفاده گردید و تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS نسخه 23 انجام شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد از میان 6 متغیر مورد بررسی تنها 4 متغیر (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، سطح تضاد و قوانین و مقررات) با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد و دو متغیر دیگر (ویژگی کارکنان و ویژگی مدیریت) ارتباط معنی‌داری با کارآفرینی سازمانی ندارد. نتیجه آزمون رگرسیون چند متغیره نشان داد مولفه فرهنگ سازمانی به میزان 41/1 درصد تغییرات مربوط به کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی می‌کند و در نهایت نتیجه آزمون فریدمن نشان داد که اولین مانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس، ویژگی کارکنان است و بهترین عامل مؤثر بر روی کارآفرینی سازمانی، فرهنگ سازمانی است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، موانع کارآفرینی سازمانی، دانشگاه گنبد کاووس.

1. مقدمه

در هزاره سوم که لازمه رشد اقتصادی در آن، توسعه مراکز تولید دانش، فناوری و مهارت‌های فنی است، از کارآفرینی می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موتورهای رشد و توسعه یاد کرد. بارزترین چیزی که می‌تواند ما را به این مقصود برساند دانشگاه‌ها و مراکز کارآفرینی است (زهرا، 1993). کلارک به‌عنوان یکی از صاحب‌نظران مهم و از اولین کسانی که دانشگاه کارآفرین¹ را در اروپا مطرح کرده، اعتقاد دارد که در هزاره جدید دانشگاه‌های پویا دانشگاه‌هایی هستند که کارآفرین باشند و بتوانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند. دانشگاه کارآفرین اصولاً به مفهوم داشتن کنش کارآفرینانه در راهبردها، ساختارها و عملکردهای دانشگاه می‌باشد که انگیزه خلاقیت در آن توسعه یافته و نوآوری‌ها و ایده‌های جدید در آن خلق می‌شوند (احمدپورداریانی، 1391). این مراکز از افراد کارآفرین حمایت می‌کند. این حمایت شامل حمایت‌های آموزشی، مالی و بازاریابی است. در چنین دانشگاه‌هایی برای سرمایه‌گذاران امکاناتی فراهم می‌شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند (صفرزاده و همکاران، 1388). با عنایت به این که بیکاری دانش‌آموختگان یکی از معضلات دیرینه و کنونی کشورهای گوناگون به ویژه جوامع در حال توسعه و توسعه نیافته است (اولادیان و همکاران، 1389)، بحران بیکاری در جوامع در حال توسعه ریشه دوانیده و دولت‌ها قادر به برطرف کردن نیازهای تکنولوژیکی جوامع خود نیستند، چرا که بیشتر خروجی‌های دانشگاه‌ها با نیازهای بازار کار هماهنگی و همخوانی ندارد. این مسأله به دلایل متعددی از جمله عدم تطابق برنامه‌ریزی آموزشی و برنامه درسی آموزش عالی با تحولات و تقاضای دنیای کار و عدم پیش‌بینی‌های مناسب برای نیروی انسانی مورد نیاز آینده است و این در حالی است که یکی از مقاصد نظام آموزش عالی، آماده نمودن دانشجویان برای ایفای نقش مؤثر در زندگی کاری است؛ از این رو دانشجویان پس از دانش‌آموختگی میان مشاغل دولتی و خصوصی در جستجوی کار هستند و کمتر به کارآفرینی تمایل دارند (کوثری و نوروززاده، 1388).

سیاست‌گذاران در اروپا و ایالات متحده معتقدند که کارآفرینی بیشتری برای رسیدن به سطوح بالاتر رشد اقتصادی نیاز است. آنها همچنین معتقدند که می‌توان به سطوح بالاتری از کارآفرینی از طریق آموزش به خصوص آموزش کارآفرینی دست یافت (اوستریک و همکاران، 2010). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی و از قوه به فعل درآوردن آن، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد (منتشلو و همکاران، 1392، به نقل از "احمدپورداریانی"). روحیه کارآفرینی فرآیند بهره‌گیری از فرصت‌ها و ایجاد کسب و کار به نحوی که محصول تلاش زیاد، پذیرش ریسک‌های مالی، اجتماعی، روانی و نوآوری است و با انگیزه کسب سود (مالی- استقلال) شروع می‌شود. برخورداری جوامع از روحیه کارآفرینی، اصل و اساس پیشرفت اقتصادی کشورها به حساب می‌آید. در حقیقت علم و دنیای مدیریت با مفهوم روحیه کارآفرینی هویت می‌یابد (یداللهی فارسی، 1390). "راشید" نیز بیان نموده که آموزش بر بهبود

نگرش کارآفرینی تأثیر دارد (نوروززاده و رضایی، 1389). از نظر نگرشی، فرآیند کارآفرینانه به تمایل یک فرد یا سازمان برای بهره‌گیری و استفاده از فرصت‌های جدید و ایجاد تغییر خلاقانه اشاره دارد. تمایل فرد نیز در نهایت منجر به بروز رفتار کارآفرینانه می‌شود (رسایی، 1392). لذا در راستای تربیت کارآفرینان، ایجاد دانشکده‌های کارآفرین گزینه مناسبی است. توجه به فرآیند کارآفرینی در دانشگاه‌ها تا بدان جاست است که سازمان علمی آموزش ملل متحد در چشم‌انداز آموزش عالی برای قرن بیست و یکم، دانشگاه‌های نوین را اینگونه تعریف نموده است: جایگاهی که در آن مهارت‌های کارآفرینی به‌منظور تسهیل قابلیت‌های دانش‌آموختگان و برای تبدیل شدن به ایجادکنندگان کار، توسعه می‌یابد (موسوی، 1392). مدلی که بتوان با آن همه دانشکده‌ها را به سمت کارآفرینی هدایت کرد وجود ندارد و بسته به شرایط، هر دانشکده باید برنامه‌های خاص داشته باشد. موانع زیادی در راه تبدیل دانشگاه‌ها به دانشگاه کارآفرین وجود دارد که با شناسایی و رفع آن‌ها می‌توان این فرآیند را سرعت بخشید. ما در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی که شامل فرهنگ سازمانی، ویژگی مدیریت، ویژگی کارکنان (اعضای هیئت علمی)، سبک رهبری، سطح تضاد سازمانی و قوانین و مقررات است، می‌پردازیم و در ادامه شرح مختصری از این عوامل را ارائه می‌کنیم.

"جونز و باتلر" معتقدند کارآفرینی سازمانی پروسه‌ای است که از طریق آن سازمان‌ها متوجه فرصت‌ها می‌شوند و عوامل تولید را به طرز خلاقانه‌ای جهت ایجاد ارزش اضافه سروسامان می‌دهند (صمد آقایی، 1387). "مکنزی و دیکامبو" معتقدند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرآیند اثربخش باشد. "آریلا" نیز معتقد است که کارآفرینی سازمانی دارای سه بُعد است که عبارت‌اند از: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید و ریسک‌پذیری (هولدن و همکاران، 2007).

"رابرت هیستریج" بیان نمود «کارآفرینی فرآیند خلق چیز جدید و باارزش است، با اختصاص زمان و تلاش لازم. در واقع در نظر گرفتن ریسک‌های حالت‌های روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی، مالی و استقلال است».

فرهنگ سازمانی یک متغیر محیطی است که به میزان متفاوت بر تمام اعضای سازمان اثر می‌گذارد و از این رو درک درست از این ساختار برای اداره سازمان و کار مؤثر حائز اهمیت است. به عنوان مثال سازمان، بهترین شیوه برای حضور در عرصه بازارهای جهانی، بهترین روش برای هماهنگی و تقویت فرآیندهای درون یک سازمان، به عنوان بهترین شیوه جهت حل مسائل، فرهنگ مکتوب و حتی غیر مکتوب سازمان خود را به اعضای جدید آموزش می‌دهد. از این رو با برخورداری از ظرفیت لازم برای تغییر و تبدیل فرهنگ سازمانی، تغییر اعمال افکار و احساسات بخش عظیمی از اعضای سازمان، امکان‌پذیر می‌گردد (بی‌لاسن و زنگ‌شن، 1381).

در ادبیات مدیریت، سبک‌های مختلفی از رهبری شناخته و تعریف شده است. نکته قابل توجهی که در بررسی این سبک‌ها وجود دارد این است که نمی‌توان سبک خاصی را برای همه سازمان‌ها ایده‌آل شمرد یا تجویز کرد. انتخاب یا شکل‌گیری سبک رهبری در یک سازمان بستگی به بلوغ سازمانی و ماهیت کسب و کار سازمان دارد (الوانی، 1389).

بدون شک، مدیران نقش اساسی در موفقیت سازمان‌ها ایفا می‌کنند و هدایت سازمان را در دست دارند؛ لذا داشتن ویژگی‌های کارآفرینانه در آنها، یکی از عوامل مهم در تضمین موفقیت سازمان است. ویژگی‌های شخصیتی مدیران می‌توانند به عنوان عامل اصلی کارآفرینی یک سازمان محسوب شوند، زیرا مدیر یک سازمان، راهبر و پیش‌برنده سازمان است و اگر ویژگی‌های شخصیتی مدیران، ویژگی کارآفرینانه‌ای باشد می‌تواند سازمان را کارآفرین کنند. از طرفی کارکنان یک سازمان نیز مهره‌های حرکت یک سازمان هستند. یک سازمان برای اینکه کارآفرین شود باید افراد و کارمندانی داشته باشد که با کارآفرینی به‌طور کامل آشنا باشند و ویژگی‌های کارآفرینی در شخصیت آنها ریشه دوانیده باشد. به‌طور کلی اگر کارکنان یک سازمان دارای روحیه کارآفرینی باشند، روند رشد و توسعه کارآفرینی در یک سازمان تسریع می‌شود.

مطالعات نشان می‌دهد که غوطه‌ور شدن در کارها، مشکلات با سایر افراد، دلتنگی و نیاز به موفقیت، از جمله منابع تضادهای کارآفرینانه است که در کارآفرینان سازمانی بوجود می‌آید. وجود تضارب افکار بین کارکنان و مدیریت، استقبال مدیریت از وجود اختلاف سلیقه و وجود اختلاف سلیقه در جهت دستیابی به اهداف سازمان به‌عنوان تضادهای کارکردی مطرح هستند.

قوانین و مقررات جزء جدا ناپذیر برای ایجاد یک سازمان نظام‌مند و پابرجا است. در یک سازمان موفق، اصل وجودی قوانین و مقررات به خوبی اجرا می‌شود. این مقررات هم ممکن است، مقررات داخل سازمان و هم قوانین و مقررات بین سازمانی و مقررات مربوط به قوانین سیاسی یک ناحیه یا منطقه باشد که تأثیر مستقیمی بر اداره کردن و گسترش سازمان دارد. هنگامی که یک سازمان در انتخاب ادامه راه خود از استقلال کافی برخوردار باشد و تصمیماتی که می‌گیرد به قوانین و مقررات دست و پاگیر ارتباطی نداشته باشد، این روند، خودش آغاز کننده یک مسیر کارآفرینی و پیش‌روی به سمت جلو برای سازمان است.

همان‌طور که گفته شد دانشگاه‌ها یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین سازمان‌ها در جامعه هستند که نقش راهبری فرهنگ سازمانی و تغییر و تحولات باور مدیریتی با نگرش کارآفرینی را بر عهده دارند و به دلیل اهمیت موضوع کارآفرینی و نتیجه‌های مثبتی که از کارآفرینی سازمانی می‌توان گرفت، پژوهش مورد نظر را بر روی دانشگاه گنبد کاووس انجام خواهیم داد تا بتوانیم عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در این دانشگاه و موانع بر سر راه کارآفرینی سازمانی را در دانشگاه از دید اعضای هیئت علمی دانشگاه که رکن اساسی و مهمی را در تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین و در نهایت ایجاد یک سازمان کارآفرین دارند مورد بررسی قرار دهیم.

2. پیشینه پژوهش

در این بخش به تشریح مختصری از پژوهش‌های پیشین مرتبط با کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی دانشگاهی می‌پردازیم تا بیشتر با این دو مقوله آشنا شویم.

"بررسی نقش فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی دانشگاهی در کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی ایران و ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین" (نادری، 1392)، عنوان پایان‌نامه‌ای است، که هدف اصلی آن، تعیین نقش فعالیت‌های اصلی

(آموزش و پژوهش) و فعالیت‌های پشتیبانی دانشگاهی در کارآفرینی دانشگاهی و ارائه یک الگوی دانشگاه کارآفرین بود. روش این پژوهش به صورت ترکیبی (کیفی و کمی) و از نوع متوالی بود. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختار یافته و در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. نتایج در بخش کیفی نشان داد، آموزش و پژوهش کارآفرینانه به عنوان فعالیت‌های اصلی و طراحی ساختار سازمانی کارآفرینانه، مدیریت منابع انسانی و مالی کارآفرینانه و فعالیت‌های کارآفرینانه نهادهای واسطه‌ای به عنوان فعالیت‌های پشتیبانی می‌توانند در کارآفرینی دانشگاهی نقش عمده‌ای را ایفا نمایند. مقوله هسته‌ای در آموزش کارآفرینانه شامل اهداف و محتوی کارآفرینانه و در پژوهش کارآفرینانه شامل فن‌آفرینی، نوآوری و ارزش‌آفرینی می‌باشد. همچنین ساز و کارهای مدیریتی، آموزش و بهسازی اعضای هیئت علمی، استقلال مالی دانشگاه‌ها و تجاری‌سازی به ترتیب مقوله‌های هسته‌ای در ساختار کارآفرینانه، مدیریت کارآفرینانه منابع انسانی و مالی و نهادهای واسطه‌ای بودند. نتایج در بخش کمی نشان داد بیشترین میزان فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب در مدیریت کارآفرینانه منابع مالی و کمترین میزان فاصله مربوط به پژوهش کارآفرینانه است. در الگوی دانشگاه کارآفرین که الگوی نهایی پژوهش بود، شرایط عالی شامل مدیریت کارآفرینانه منابع انسانی و مالی، مقوله هسته‌ای شامل آموزش کارآفرینانه، راهبردها شامل پژوهش‌های کارآفرینانه و پیامدها شامل کارآفرینی دانشگاهی بود. همچنین برای اینکه راهبردها (پژوهش‌های کارآفرینانه) بخوبی ایفای نقش نمایند لازم است در یک زمینه مناسب که شامل ساختار کارآفرینانه می‌باشد، با کمک شرایط واسطه‌ای، فعالیت‌های نهادهای واسطه‌ای به کارگرفته شود.

علیمردانی و همکاران (1394) در پژوهشی تحت عنوان ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان قم، با جامعه آماری کارکنان سازمان به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی پرداختند که به نتایج زیر رسیدند. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و مؤلفه آن (فرهنگ گروهی، فرهنگ ادهوکرایی، فرهنگ بازار و فرهنگ سلسله مراتبی) با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به یافته‌ها، احتمالاً فرهنگ سازمانی مناسب می‌تواند اداره کل ورزش و جوانان استان قم را به سازمانی کارآفرین تبدیل کند.

رحمانیان و همکاران (1394) در پژوهشی با عنوان، بررسی توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش علمی-کاربردی کشاورزی و عوامل مؤثر بر آن به بررسی توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مراکز علمی کاربردی کشاورزی استان فارس و عوامل مؤثر بر آن پرداختند. نتایج حاصل از همبستگی بین متغیرها، ارتباط مثبت و معنی‌داری را بین توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان با متغیرهای عوامل آموزشی، سازمانی و روحیه کارآفرینی نشان داد. سپهری و خیاطی (2013) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که ارتباط معناداری بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. همچنین فرهنگ سازمانی پیش‌بینی کننده کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

یزدی مقدم و همکاران (2015) در پژوهشی همبستگی بین دو متغیر رفتار کارآفرینی و مدیریت کارآفرینی و تأثیر آن بر عملکرد سازمان‌های دولتی مشهد با تأکید بر اهمیت کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده و دریافته‌اند که گرایش به کارآفرینی و مدیریت کارآفرینی در سازمان‌های دولتی در مشهد وجود ندارد و کارآفرینی سازمانی در این سازمان‌ها وجود ندارد.

ال نمار و همکاران (2016) در پژوهشی با عنوان بررسی موانع کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی در لبنان به این نتیجه رسیدند که چهار عامل اصلی (شبکه‌های اجتماعی، کمبود بودجه، ریسک‌پذیری، ثبات اقتصادی و سیاسی) به‌طور قابل توجهی در تمایل به کارآفرینی تأثیر دارند. از بین این 4 عامل اصلی، شبکه‌های اجتماعی و ثبات سیاسی و اقتصادی می‌توانند عامل مشوق برای تمایل به کارآفرینی باشند، اما کمبود بودجه و ریسک‌پذیری عوامل مانع کارآفرینی در بین مردمان لبنان هستند. جهانی و همکاران (2016) در پژوهش موانع کارآفرینی از منظر پرستاران ایرانی به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی در قشر پرستاری با مشکلات و موانع زیادی روبرو است که با تمرکز بر روی از بین بردن این موانع و استفاده از تغییرات مناسب در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدون می‌توانند پرستاران را برای ورود به عرصه کارآفرینی تشویق کنند.

همان‌طور که اشاره شد در دهه گذشته توجه به کارآفرینی سازمانی به موضوع مهمی در تمام سازمان‌های امروزی تبدیل شده و بدون شک جایگاه آن در سازمان‌ها رو به فزونی می‌رود. نکته مهم در این باره از میان برداشتن عوامل پیش برنده و تقویت عوامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی برای رسیدن به مفهوم واقعی آن در سازمان‌ها امری حیاتی و قابل تأمل است. با توجه به پژوهش‌ها و تحقیقات پیشین به اهمیت و ضرورت کارآفرینی سازمانی در دانشگاه پی‌می‌بریم. این موضوع در دانشگاه که خروجی و بازده آن نیروهای متخصص است بیشتر به چشم می‌خورد. در صورتی که کارکنان و اعضای هیئت علمی دانشگاه کارآفرین باشند و یا مشتاق به کارآفرینی سازمانی بوده، می‌توانند این مشخصه را به دانشجویان نیز انتقال دهند، که به همین دلیل اهمیت پژوهش در مورد این موضوع چند برابر می‌شود. از سویی دیگر دانشگاه گنبد کاووس با داشتن پتانسیل مناسب برای رسیدن به یک دانشگاه کارآفرین و ایجاد منفعت و سود بیشتر برای خود دانشگاه و منطقه، یک مورد مطالعه بسیار مناسب می‌باشد. ما در این تحقیق با بررسی و شناختن عوامل و موانع کارآفرینی در دانشگاه سعی در این داریم تا یک گام مثبت به سوی کارآفرینی سازمان برداریم.

3. ابزار و روش پژوهش

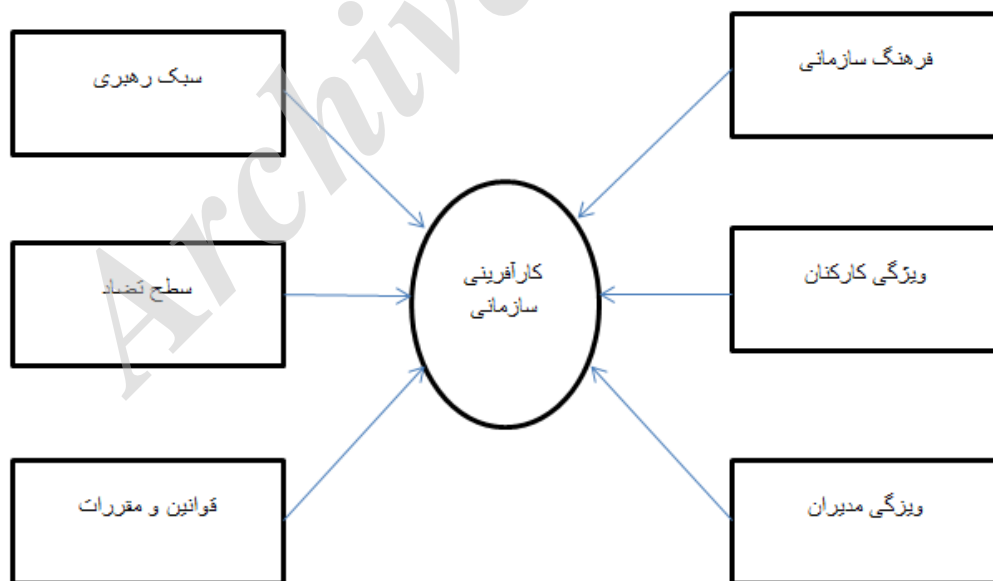
همان‌طور که می‌دانیم فرهنگ سازمانی، شالوده و اساس یک سازمان است و اگر بخواهیم کارآفرینی یک سازمان را مورد بررسی قرار بدهیم باید ببینیم آیا فرهنگ سازمانی کارآفرینی در سازمان مشخص وجود دارد یا خیر. ما در این پژوهش برای بررسی وجود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به بررسی متغیرهایی از جمله (استقبال از ریسک‌پذیری - خلاقیت - حمایت از ایده‌های نوین - تعهد اخلاقی - اعتماد و باورپذیری کارکنان - اختیارات کافی - هماهنگی لازم بین واحدهای سازمانی و دانش غیر تخصصی و ناکافی افراد) می‌پردازیم.

متغیرهای بعدی مورد بررسی در این پژوهش، ویژگی کارکنان (مسئولیت‌پذیری کارکنان - دوراندیشی کارکنان - توان ایده - سازی و تفکر خلاق - رضایت شغلی - نیاز به استقلال در کارکنان) و ویژگی‌های مدیریت (آشنایی مدیران با مباحث علمی

کارآفرینی - وجود هماهنگی میان مدیران ارشد سازمان - فقدان مخاطره‌پذیری مدیران - پذیرش فعالیت‌های کارآفرینانه - تغییر از جانب مدیران - باور عمیق مدیران به کارآفرینی سازمانی و روحیه کار تیمی و تعامل باز با محیط و ریسک‌پذیری) است. برای کارآفرین شدن یک سازمان، کارآفرینی باید از اجزاء و افراد شروع شده تا به تمام سازمان سرایت کند، بنابراین ابتدا باید بررسی کنیم آیا کارکنان و مدیریت یک سازمان، روحیه کارآفرینی دارند یا خیر و به بررسی و تحلیل ویژگی‌های کارکنان و مدیریت سازمان بپردازیم.

متغیر مورد بررسی بعدی، سبک رهبری مدیران است. سبک رهبری مناسب برای یک سازمان کارآفرین با یک سازمان سنتی فرق دارد و کاملاً دو قطب مقابل همدیگر هستند. در یک سازمان کارآفرین، سبک رهبری مشارکتی و رهبری تیمی، سبک رهبری غالب است؛ در صورتی که در یک سازمان سنتی (غیر کارآفرین) سبک رهبری و شیوه رهبری از بالا به پایین و رئیس و کارمندی است. برای بررسی سبک رهبری، متغیرهایی همچون (رهبری مشارکتی - تفویض اختیارات - استفاده از سبک رهبری تحول‌گرا - حمایت از زیردستان - نظرسنجی از کارکنان و رهبری تیمی) را مورد سنجش قرار می‌دهیم.

متغیر بعدی مورد سنجش، سطح تضاد است که با متغیرهایی همچون، تضاد منافع - تضاد افکار و باورها - تضاد گرایش‌های فکری و سیاسی، در بین اعضای یک سازمان، مورد سنجش قرار می‌گیرد؛ و در نهایت، متغیر قوانین و مقررات که شامل زیر متغیرهای همچون (تأثیر فرآیندها و مقررات بالادستی - پیچیدگی حقوقی و قانونی - استقلال دانشگاه‌ها در استقرار نظام کارآفرینی سازمانی)، مورد بررسی قرار می‌گیرد. همان‌طور که می‌دانیم سازمان‌ها زمانی که بخواهند فعالیت مشخصی را انجام دهند، اگر اسیر قوانین و مقررات دست‌وپا گیر نباشند راحت‌تر به ابتکار و نوآوری و در نهایت کارآفرینی دست می‌زنند. با توجه به موارد مطرح شده فوق، مدل مفهومی پژوهش به شکل زیر می‌باشد:



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل، اعضای هیئت علمی دانشگاه گنبد کاووس می‌باشند که در زمان تحقیق 98 نفر بوده‌اند. به دلیل در دسترس نبودن تمامی اعضاء از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است. بر این اساس تعداد 98 پرسشنامه بین اعضای سازمان توزیع شد و تعداد 75 پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفته‌است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات: داده‌ها توسط پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری شده است. پرسشنامه مذکور از دو بخش مجزا تشکیل شده‌است: موانع کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی سازمانی. در بخش اول پرسشنامه، 22 سوال مربوط به موانع کارآفرینی سازمانی در مقیاس لیکرت با بازه (1-5) برای 3 مولفه (ویژگی کارکنان، ویژگی مدیریت و فرهنگ سازمانی) و برای کارآفرینی سازمانی 25 سوال در مقیاس لیکرت با بازه (1-5) در نظر گرفته شده است.

روایی محتوی: برای معتبرسازی پرسشنامه تحقیق، از رویه استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی تحقیق، و آنگاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظریات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شده است (خاکی، 1388). بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده به صورت پیش‌آزمون در اختیار 10 نفر از خبرگان قرار گرفت، آنگاه پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل موادی از آن‌ها، مجدداً در اختیار تعداد 30 نفر از اعضای جامعه آماری به عنوان نمونه مقدماتی قرار گرفت و طبق نظریات اصلاحی این گروه نیز از مرتبط بودن سوالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. در نهایت، پرسشنامه طراحی و برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

پایایی: به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز روش‌های مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آن‌ها سنجش سازگاری درونی آن است. سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود. این روشی است که در اکثر تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید 0/7 باشد اما مقدار 0/6 و حتی 0/55 نیز قابل قبول و پذیرش است (خاکی، 1388). در تحقیق حاضر، مقدار پایایی همه متغیرها بیشتر از 0/7 بوده، پس می‌توان گفت که پرسشنامه از قابلیت اعتماد خوبی برخوردار است.

4. تحلیل داده‌ها و نتایج

1.4. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

به لحاظ جنسیت، 74/4 درصد از حجم نمونه مرد و 25/3 درصد زن بوده و عمدتاً در گروه سنی 30 تا 40 سال قرار داشتند. به لحاظ مدرک تحصیلی 90/7 درصد مدرک دکتری و 9/3 درصد نیز مدرک فوق لیسانس بوده و از لحاظ سابقه کار نیز 41/3 درصد سابقه کار بین 5 تا 10 سال داشته‌اند.

2.4. فرضیات پژوهش و آزمون همبستگی

- فرضیه اول: بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
با توجه به جدول 1، نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/803 و مقدار سطح معنی داری 0/000 است. بر این اساس فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان دهنده این است که

در جامعه تحت بررسی، فرهنگ سازمانی حامی فعالیت‌های کارآفرینانه بودند و تأثیر مثبتی بر سطح کارآفرینی سازمانی دانشگاه داشتند. با توجه به سطح ضریب همبستگی (0/803) این تأثیر در سطح بالایی قرار دارد.

- فرضیه دوم: ویژگی مدیریت با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/121 و مقدار سطح معنی‌داری 0/302 است. بر این اساس فرضیه دوم پژوهش رد می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که در جامعه تحت بررسی، ویژگی مدیریت بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تأثیری ندارد و نمی‌تواند به عنوان یک حامی برای کارآفرینی سازمانی باشد.

- فرضیه سوم: ویژگی کارکنان با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/101 و مقدار سطح معنی‌داری 0/376 است. بر این اساس فرضیه سوم پژوهش رد می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که در جامعه تحت بررسی، ویژگی کارکنان بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تأثیری ندارد و نمی‌تواند به عنوان یک حامی برای کارآفرینی سازمانی باشد.

- فرضیه چهارم: سبک رهبری با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/593 و مقدار سطح معنی‌داری 0/000 است. بر این اساس فرضیه چهارم پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان دهنده این است که در جامعه تحت بررسی، سبک رهبری حامی فعالیت‌های کارآفرینانه بودند و تأثیر مثبتی بر سطح کارآفرینی سازمانی دانشگاه داشتند. با توجه به سطح ضریب همبستگی (0/593) این تأثیر در سطح متوسطی قرار دارد.

- فرضیه پنجم: بین سطح تضاد سازمانی با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/514 و مقدار سطح معنی‌داری 0/000 است. بر این اساس فرضیه پنجم پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان دهنده این است که در جامعه تحت بررسی، سطح تضاد سازمانی حامی فعالیت‌های کارآفرینانه بودند و در جهت مثبتی قرار دارد و تأثیر مثبتی بر سطح کارآفرینی سازمانی دانشگاه داشتند. با توجه به سطح ضریب همبستگی (0/514) این تأثیر در سطح متوسطی قرار دارد.

- فرضیه ششم: بین قوانین و مقررات با کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی‌داری قرار دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نشان دهنده این است که مقدار ضریب همبستگی 0/704 و مقدار سطح معنی‌داری 0/000 است. بر این اساس فرضیه ششم پژوهش نیز مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان دهنده این است که در جامعه تحت بررسی، قوانین و مقررات حامی فعالیت‌های کارآفرینانه بودند و تأثیر مثبتی بر سطح کارآفرینی سازمانی دانشگاه داشتند. با توجه به سطح ضریب همبستگی (0/704) این تأثیر در سطح بالایی قرار دارد.

جدول 1. نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن

قوانین و مقررات	سطح تضاد	سبک رهبری	ویژگی کارکنان	ویژگی مدیریت	فرهنگ سازمانی	
0/704	0/514	0/593	0/101	0/121	0/803	ضریب همبستگی
0/000	0/000	0/000	0/376	0/302	0/000	سطح معنی داری
75	75	75	75	75	75	تعداد مشاهدات

3.4. تحلیل رگرسیون چند متغیره

برای بررسی رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل، آزمون رگرسیون چند متغیره مورد استفاده قرار گرفت. نتایج این آزمون در جدول شماره 2 نشان داده شده است. تمامی متغیرهای مستقل با همدیگر تبیین کننده 62/7 درصد واریانس در کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس هستند. نتایج بدست آمده نشان دهنده بالا بودن میزان معنی داری (125/298) و همچنین نشان دهنده تناسب بالای مدل هستند.

جدول 2. نتایج تحلیل رگرسیون استاندارد

متغیرها	ضریب استاندارد بتا	مقدار T	سطح معنی داری
بتا صفر	----	-12/598	0/000
فرهنگ سازمانی	0/411	25/434	0/000
ویژگی مدیریت	-0/007	-0/459	0/684
ویژگی کارکنان	0/012	1/337	0/186
سبک رهبری	0/040	2/838	0/017
سطح تضاد	0/384	33/877	0/000
قوانین و مقررات	0/357	22/775	0/000
ضریب تعیین	0/795		
ضریب تعیین تعدیل شده	0/627		
آماره F	125/298		

در مورد تحلیل تک تک متغیرها این طور نتیجه گرفته می شود که در مورد دو متغیر ویژگی کارکنان و ویژگی مدیریت چون مقدار سطح معنی داری از مقدار فرض یعنی 0/05 درصد بیشتر شد لذا، ویژگی کارکنان و ویژگی مدیریت با کارآفرینی سازمانی رابطه خطی ندارند. اما در مورد بقیه متغیرهای مستقل چون سطح معنی داری همگی آنها کمتر از 5 درصد می باشد می توان این طور نتیجه گرفت که همه آنها رابطه خطی و معنی داری با کارآفرینی سازمانی دارند. بر اساس مقدار بتا بدست

آمده در خروجی آزمون رگرسیون فرهنگ سازمانی با مقدار 0/411 بیشترین تأثیر را بر روی کارآفرینی سازمانی دارد به عبارت دیگر به ازای یک درصد تغییر در فرهنگ سازمانی مقدار 0/411 کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا می‌کند. به ترتیب بعد از متغیر فرهنگ سازمانی، سطح تضاد با مقدار، 0/384 قوانین و مقررات با مقدار 0/357 و سبک رهبری با مقدار 0/04، بیشترین تا کمترین تأثیر را بر روی کارآفرینی سازمانی دارند.

4.4. تحلیل رگرسیون گام به گام

مزیت اصلی تحلیلی رگرسیون مرحله‌ای این است که فرد می‌تواند میزان مشارکت هر کدام از متغیرهای مستقل را در متغیر وابسته و در کل مدل مشاهده نماید. جدول زیر نشان دهنده میزان ضریب R^2 در رگرسیون گام به گام است. ابتدا همه متغیرهای مستقل وارد معادله رگرسیون شده‌اند و پس از حذف متغیرهای که نقش معنی‌داری در رگرسیون ندارند به چهار متغیر اصلی که سطح معنی‌داری همه آنها کمتر از 0/05 بوده است وارد شده است. در این جدول تأثیر چهار متغیر فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، قوانین و مقررات و سطح تضاد در معادله رگرسیون قرار داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این متغیرها میزان 99/5 درصد از واریانس را در میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تبیین می‌نمایند. در صورت ثابت نگه داشتن سایر عوامل، فرهنگ سازمانی میزان 86/2 درصد، فرهنگ سازمانی و سبک رهبری میزان 93/3 درصد، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری و قوانین و مقررات میزان 94/4 درصد و همه عوامل با هم میزان 99/5 درصد از واریانس را تبیین می‌کنند.

جدول 3. تحلیل رگرسیون گام به گام

مدل	R	R^2	R^2 تعدیل شده	خطای استاندارد تخمین	تغییرات R^2	تغییرات F	سطح معنی داری
1	0/929	0/862	0/860	0/05861	0/862	456/892	0/000
2	0/967	0/935	0/933	0/04047	0/734	81/071	0/000
3	0/997	0/994	0/994	0/01237	0/059	699/203	0/000
4	0/997	0/995	0/994	0/01166	0/001	9/923	0/002

5.4. آزمون فریدمن

برای تحلیل و تعیین اولویت در آزمون فریدمن به مقدار میانگین‌های حاصل از آزمون توجه می‌کنند، بر این اساس که هر چه مقدار میانگین بیشتر شود، آن متغیر اولویت بالاتر و در رتبه‌بندی بالاتری قرار می‌گیرد. همان‌طور که از جدول نتایج آزمون فریدمن نیز مشخص است، دو متغیر ویژگی کارکنان با مقدار میانگین 4/62 و ویژگی مدیریت با میانگین 3/57 به عنوان دو اولویت اول به عنوان مانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس مشخص شده‌اند. در همین راستا به ترتیب بقیه متغیرها در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند که عبارتند از سبک رهبری با میانگین، 3/45، قوانین و مقررات با میانگین، 3/37، سطح تضاد با میانگین، 3/17 و در آخر فرهنگ سازمانی با میانگین، 2/83. از این جدول می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که برای کارآفرین شدن دانشگاه گنبد کاووس باید به عوامل ویژگی کارکنان و ویژگی مدیریت توجه و اهمیت بیشتری داد و

کارکنان (اعضای هیئت علمی) و مدیریت باید با تقویت روحیه کارآفرینی در خود و نترسیدن از تغییر در خود و شناخت راه رسم پرورش دادن کارآفرینی در دانشگاه، سعی در برطرف نمودن این دو مانع اساسی برای کارآفرینی دانشگاه نمایند.

جدول 4. آزمون فریدمن

متغیر	ویژگی‌های کارکنان	ویژگی‌های مدیریت	سبک رهبری	قوانین و مقررات	سطح تضاد	فرهنگ سازمانی
اولویت	1	2	3	4	5	6
رتبه‌های میانگین	4/62	3/57	3/45	3/37	3/17	2/83

5. بحث

همان‌طور که عنوان گردید این تحقیق به دنبال بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس از دید اعضای هیئت علمی این دانشگاه می‌باشد تا دریابد کدام یک از عوامل مؤثر در سازمان به‌عنوان یک مانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه محسوب می‌شود. نتایج مطالعه تایید کرد که هنگامی که عوامل و ویژگی‌های سازمانی منطبق با عوامل کارآفرینی می‌باشند، کارآفرینی سازمانی بیشتر مورد توجه در دانشگاه قرار می‌گیرد و بیشتر توسعه پیدا خواهد کرد. از بین عوامل مورد بررسی دو عامل ویژگی مدیریت و ویژگی کارکنان به‌عنوان مانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس مشخص شده‌اند که این نتایج با نتایج تحقیقات مارکوسکا (2008)، کاظمی و همکاران (1390) همخوانی دارد اما با نتایج نیکویی و همکاران (1389) و مهرگان (1390) همسو نیست. اما 4 متغیر دیگر مورد بررسی در این پژوهش، به‌عنوان یک مانع کارآفرینی سازمانی محسوب نمی‌شوند و نتایج نشان داد که آنها با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه گنبد کاووس ارتباط مثبت و معنی‌داری دارند. نتیجه این پژوهش با تحقیقات اردلان و همکاران (1393)، علیمردانی و همکاران (1394)، سپهری و خیاطی (2013) و واکریو و همکاران (2016) همسو می‌باشد.

ایجاد یک محیط داخلی برای دانشگاه که منجر به کارآفرینی دانشگاهی گردد کاری بسیار پیچیده است و نیاز به تلاش بسیاری از افراد متعهد و مسئول دارد. در راستای خلق ارزش و تجاری‌سازی ایده‌ها، احیای مجدد و نوسازی فرآیندهای دانشگاهی، ترکیبی از فعالیت‌های علمی، اجرایی و انگیزشی از سوی بسیاری از افراد لازم است و تحقیقات بسیار منظم و حساب‌شده‌ای را می‌طلبد. انگیزش، حمایت و تشویق از درون دانشگاه می‌تواند از طریق بهبود سیستم‌های نظارتی، ساختارها، فعالیت‌های منابع انسانی و فرهنگ صورت گیرد که این امر می‌تواند تسهیل‌کننده، حمایت‌کننده، پشتیبان و حامی فعالیت‌های کارآفرینی باشد و زمینه توسعه کارآفرینی دانشگاهی را نیز فراهم خواهد ساخت. همچنین مطالعه حاضر نشان می‌دهد که رهبران دانشگاهی نیازمند رفتار کارآفرینانه هستند تا موجب تحریک و زمینه‌سازی کارآفرینی سازمانی درون دانشگاه شوند. رهبر کارآفرین ویژگی‌هایی از قبیل آشنایی با مباحث علمی کارآفرینی، وجود هماهنگی میان مدیران ارشد سازمان، فقدان مخاطره‌پذیری مدیران، پذیرش فعالیت‌های کارآفرینانه، تغییر از جانب مدیران، باور عمیق مدیران به کارآفرینی سازمانی و

روحیه کار تیمی و تعامل باز با محیط و ریسک پذیری را دارا می‌باشد. رهبران کارآفرین دانشگاهی هم می‌توانند نقش هدایت انسان‌های کارآفرین و هم نقش مهمی را در ایجاد انگیزه و انرژی برای درگیری در فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا نمایند (شاه و بهوتا، 2013). همان‌طور که در آزمون رگرسیون چندمتغیره مشخص گردید عوامل درونی به ویژه فرهنگ، سبک رهبری، سطح تضاد سازمانی و عوامل بیرونی همچون قوانین و مقررات می‌توانند تأثیر بسیار زیادی را بر انگیزش افراد در راستای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه داشته باشند. بنابراین مهم است که در جامعه تحت بررسی، عوامل سازمانی بیشتری که در تحریک نوآوری سازمانی مؤثرند مورد توجه و بررسی قرار گیرند. نتایج حاصل نشان داد که فرهنگ سازمانی بیشترین تأثیر را بروی کارآفرینی سازمانی در دانشگاه دارد و این متغیر می‌تواند به عنوان یک متغیر پیش‌بینی کننده قوی برای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه باشد و در مقابل آن عامل ویژگی‌های مدیریت هیچ ارتباط مثبت و معنی‌داری با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه نداشته و نمی‌تواند عامل پیش‌بینی کننده مناسبی باشد. برای اینکه عامل ویژگی‌های مدیریت در سازمان سوق به سمت کارآفرینی دانشگاهی داشته باشد یک مدیر باید ابتدا روحیه کارآفرینی را در خود بوجود آورد تا زمانی که در ارتباط با سایر عوامل قرار می‌گیرد همسو با آنها در جهت پیشرفت کارآفرینی سازمانی دانشگاه قرار گیرد. در کارآفرینی دانشگاهی، توجه به تعارض مذکور در دانشگاه‌ها بین آموزش محور بودن یا پژوهش محور بودن، کاربردی بودن یا پایه بودن، کارآفرین بودن یا تخصص‌گرا بودن تعارضاتی پیش خواهد آمد. مطالعه حاضر با ارائه‌ی آزمون و ارزیابی یک چارچوب مفهومی، بر غنای تحقیقات در زمینه‌ی تأثیر عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی می‌افزاید و امید است که در آینده تأثیر عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی به شکل گسترده‌تری مورد بررسی قرار گیرد. این پژوهش به دانشگاه‌ها کمک می‌نماید تا تواناسازی‌های کارآفرینی دانشگاهی را در درون خود ارزیابی نموده و در بهبود آنها در راستای کارآفرینی دانشگاهی همت گمارند. در حقیقت بحران اقتصادی موجود در جهان یا پیش‌بینی‌های آینده نیز می‌تواند دلیلی باشد تا دانشگاه‌ها بیشتر و جامع‌تر به سمت کارآفرین شدن حرکت نمایند.

6. نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر عنوان می‌نماید که ویژگی‌ها و عناصر کارآفرینی سازمانی را می‌توان درون دانشگاه‌ها پرورش داد. پذیرش کارآفرینی دانشگاهی و تبدیل آن به یک ارزش اقتصادی ویژه بایستی به‌عنوان یکی از سیاست‌های دانشگاهی کشور لحاظ گردیده و برای ورود بیشتر دانشگاه‌ها به این عرصه، آنها بایستی بدانند عوامل درونی نیز بر کارآفرین شدن آنها تأثیرگذار است. بنابراین در این زمینه تحقیقات بیشتری لازم است که مطالعات آینده می‌توانند بر آن تمرکز نمایند. این گونه تحقیقات همچنین می‌تواند در رابطه با چالش‌ها و مشکلات توسعه کارآفرینی دانشگاهی به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کمک کند. علاوه بر عوامل محیطی و داخلی، نقش رهبری کارآفرین نیز می‌تواند در تعهد دانشگاه‌ها برای کارآفرین شدن مؤثر باشد. تحقیقات

آینده با استفاده از داده‌های کمی می‌تواند در مورد پیچیدگی‌ها و پویایی‌های موجود بر سر راه توسعه کارفرینی دانشگاهی متمرکز باشد. در راستای حاکمیت علمی بر تولید و توسعه خدمات نیز، نقش کارآفرینی دانشگاهی بسیار حائز اهمیت است. بدین ترتیب بایستی تمرکز تحقیقات آینده بر توسعه حاکمیت دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی در اشتغال و تولید متمرکز شود. درگیری افراد دانشگاهی و ایجاد انگیزه برای تحقیق و توسعه مراکز پژوهشی با رویکرد تجاری‌سازی ایده، یکی از کمترین نتایج این نوع تمرکز خواهد بود. همچنین تحقیقات آینده می‌توانند به بررسی هرچه بیشتر ابعاد کارآفرینی دانشگاهی و عوامل سازمانی مؤثر از آن متمرکز گردند تا به توسعه اصولی‌تر کارآفرینی در دانشگاه‌ها دست یابیم.

منابع

1. احمدپور داریانی، م. (1391). کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها). تهران: جاجرمی. چاپ دهم. ص 300.
2. اردلان، م.، سلطانزاده، و. و بهشتی راد، و. (1393). ارزیابی نقش فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی. نامه‌ی آموزش عالی. دوره‌ی جدید 11. 7(27). ص 34.
3. الوانی، م. و رودگرنژاد، ف. (1389). مدل توسعه کارآفرینی در سازمان‌های کوچک و متوسط. فصلنامه چشم انداز مدیریت بازرگانی 4(37). ص 73-87.
4. اولادیان، م. سیف نراقی، م. نادری، ع. و شریعتمداری، ع. (1389). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانش‌آموختگان دانشگاه تهران و مدیران کارآفرینی شهر تهران به‌منظور فراهم کردن الگوی مناسب برنامه درسی دوره کارشناسی علوم تربیتی گرایش مدیریت و برنامه ریزی آموزشی. فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی. دوره 2. ص 81-103.
5. بی‌لاوسن. ر و زنگ. ز. (1381). روانشناسی سازمانی، رفتار سازمانی، مبانی و کاربردها، مترجم: رمضان حسن زاده، تهران، ساوالان. ص 214.
6. خاکی، غ. (1388). روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی. بازتاب. تهران. چاپ پنجم. 488 صفحه.
7. رحمانیان کوشکی، م. چیدری، م. و عباسی، ع. (1394). بررسی توانمندی‌های کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش علمی کاربردی کشاورزی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه، استان فارس). علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. 11(1). 1-18.
8. رسایی، ل. (1392). بررسی ارتباط روحیه کارآفرینی با سبک یادگیری دانشجویان. نشریه تخصصی مدیریت، (5)، 23-29.
9. صفرزاده، ح. احمدی شریف، م. و کارگریان مروستی، غ. (1388). بررسی عوامل مؤثر بر استقرار دانشگاه‌های کارآفرین. نشریه علمی پژوهشی فناوری آموزش، (29). 137-151.
10. صمدآقایی، ج. (1387). سازمان‌های کارآفرین. مرکز آموزش مدیریت دولتی.

11. علیمردانی، م.، فراهانی، ا. و قاسمی، ح. (1394). ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان قم. فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. 4(13)، 25-35.
12. کوثری، م. و نوروززاده، ر. (1388). تبیین ویژگی‌های عناصر چهارگانه برنامه درسی مقطع کارشناسی با تأکید بر پرورش مهارت‌های کارآفرینی. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. 4(54)، 1-18.
13. کاظمی، م. قاسمی، ر. و رستم بخش، م. (1390). شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور. نشریه پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی. شماره 2، ص 100-89.
14. منتشلو، ا.، یعقوبی فرانی، ا.، و حیدری، ف. (1392). بررسی روحیه کارآفرینی اعضای شرکت‌های تعاونی مشاغل خانگی فعال استان همدان. آموزش فنی و حرفه‌ای و اشتغال در ایران، جلد سوم، تهران: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور.
15. موسوی، م. (1392). بررسی موانع توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور خراسان رضوی). نشریه علوم انسانی دانشگاه پیام نور مشهد. شماره چهارم. ص 35-45.
16. مهرگان، ف. و آک، ش. (1390). بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی بر کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری کارکنان دانشگاه آزاد. اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی اسلامی. 1390 شیراز. ص 36-51.
17. نادری نبی، ن. (1392). بررسی نقش فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی دانشگاهی در کارآفرینی دانشگاه‌های دولتی ایران و ارائه الگوی دانشگاه کارآفرین. رساله دکتری دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
18. نکویی مقدم، م. و پیرمرادی بزنجانی، ن. (1389). نقش تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی کارکنان در رفتار سازمانی آنان. نشریه عصر مدیریت. 4(14)، ص 126-131.
19. نوروززاده، رضا و رضایی، ندا (1389). مشوق‌ها و بازدارنده‌های مؤثر در روحیه کارآفرینی از دیدگاه دانش جویان مراکز آموزش عالی علمی کاربردی کشاورزی، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی (12). ص 75-90.
20. یداللهی فارسی، ج.، زالی، م. و باقری فرد، م. (1390). شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی، مطالعه موردی دانشگاه جامع علمی-کاربردی. سیاست علم و فناوری، 4(1)، 17-33.
21. El Nemar, S., Ghazzawi, K., El Danaoui, S., Tout, S., & Dennaoui, H. (2016). Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination in Lebanon. *Management*, 6(1), 21-28.
22. Holden, R., Jameson, S., & Walmsley, A. (2007). New graduate employment within SMEs: still in the dark?. *Journal of small business and enterprise development*, 14(2), 211-227.
23. Jahani, S., Abedi, H., Elahi, N., & Fallahi-Khoshknab, M. (2016). Iranian entrepreneur nurses' perceived barriers to entrepreneurship: A qualitative study. *Iranian journal of nursing and midwifery research*, 21(1), 45.
24. Markovska, M. (2008). INTRAPRENEURSHIP-WAY OF WORK IN ORGANIZATIONS FOR IMPROVEMENT OF WORKING QUALITY.
25. Oosterbeek, H., M.V. Praag and A. Ijselstein. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54: 442-454.

26. Sepehri, S., & Khayati, E. (2013). THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CULTURE AND CORPORATE ENTREPRENEURSHIP IN FOOD AND BEVERAGE INDUSTRIES. *Asian journal of management sciences & education*, 2(3), 144-151.
27. Shah, S. Z. A., & Bhutta, N. T. (2013). Corporate Entrepreneurship and Agency Cost: A Theoretical Perspective.
28. Vaquero-García, A., del Río, M. D. L. C., & Álvarez-García, J. (2016). Best University Practices and Tools in Entrepreneurship. In *Education Tools for Entrepreneurship* (pp. 183-198). Springer International Publishing.
29. Yazdi Moghaddam, Javad, Khorakian, Alireza, Maharati, Yaghoob. (2015). Organizational Entrepreneurship and its Impact on the Performance of Governmental Organizations in the City of Mashhad. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Volume 169, 75-87.
30. Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, 8(4), 319-340.

Archive of SID