



The Relationship between Organizational Culture and Entrepreneurship

Davud Mirzai

*Assistant Professor of Curriculum Planning, Lorestan University, Khorram Abad, Iran
mirzaeifar.d@lu.ac.ir
(Corresponding author)

Sasan Amraei

M.A in Educational Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
amraei.sasan@yahoo.com

Nabi Nazari

PhD candidate in Curriculum Planning, Lorestan University, Khorram Abad, Iran.
Nazariirani@gmail.com

Received: 2021/01/08

Accepted: 2022/02/28

DOI: 10.22034/JPCS.2022.1266625.1073



ABSTRACT

The aim of this research was to investigate the relationship between organizational culture and components of organizational entrepreneurship. The research method is descriptive and correlational. The statistical population of this research included all the staff of the University of Isfahan, 292 of which were selected as the sample. In order to collect data, two researcher-made questionnaires of organizational entrepreneurship and organizational culture were used. The validity of the questionnaires was confirmed using available sources and experts' opinions and Cronbach's alpha coefficient was used to determine the reliability of them; its value was 0.95 for organizational culture and 0.85 for organizational entrepreneurship. Findings indicated that there is a positive and significant relationship between the components of organizational culture and those of organizational entrepreneurship of employees.

Keywords: Organizational Culture, Entrepreneurship, Culture Building.

► **Citation (Vancouver):** Sharifi-Fard A, Ahmadpanah M, Mohammadi G, Ahmadi M. Comparison of Progressive Motivation, Psychological Resilience, and Failure Tolerance in Professional Players, Amateur Players and Non-Players of Video Games. *Quarterly J Police Cultural Studies*. Autumn 2021; 8(3):13-21.

► **Citation (APA):** Sharifi-Fard, A., Ahmadpanah, M., Mohammadi, G., Ahmadi, M. (Autumn 2021). Comparison of Progressive Motivation, Psychological Resilience, and Failure Tolerance in Professional Players, Amateur Players and Non-Players of Video Games. *Quarterly Journal of Police Cultural Studies*, 8(3), 13-21.

رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی بود. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان دانشگاه اصفهان تشکیل دادند که ۲۹۲ نفر از آنها به‌عنوان نمونه برگزیده شدند. به‌منظور گردآوری داده‌ها، از دو پرسشنامه محقق‌ساخته کارآفرینی سازمانی و پرسشنامه فرهنگ سازمانی بهره برده شد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از منابع موجود و نظرات صاحب‌نظران تأیید و برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید؛ مقدار آن برای فرهنگ سازمانی ۰/۹۵ و برای کارآفرینی سازمانی ۰/۸۵ به‌دست آمد. یافته‌ها نشان داد که بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی، فرهنگ‌سازی.

داود میرزایی

* استادیار برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران
mirzaeifar.d@lu.ac.ir
 (نویسنده مسئول)

ساسان امرایی

کارشناس ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
amraei.sasan@yahoo.com

نبی نظری

دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.
Nazariirani@gmail.com

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۲۱-۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹

شناسه دیجیتال (DOI):

10.22034/JPCS.2022.1266625.1073

◀ استناد (ونکوور): میرزایی د، امرایی س، نظری ن. رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی. فصلنامه مطالعات فرهنگی پلیس. زمستان ۱۴۰۰؛ ۸(۴): ۱۳-۲۱.

◀ استناد (APA): میرزایی، د، امرایی، س، نظری، ن. (زمستان ۱۴۰۰). رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی. فصلنامه مطالعات فرهنگی پلیس، ۸(۴)، ۱۳-۲۱.

سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها مجبورند به سمت کارآفرینی حرکت کنند. کارآفرینی، به‌عنوان یک راننده کوچک از نوآوری و رشد اقتصادی به رسمیت شناخته شده است (آسس^۲، ۲۰۰۶؛ ونکرس و سوریک^۳، ۱۹۹۹).

از اهداف آموزش کارآفرینی در آموزش عالی، بهبود توانایی‌های فردی و تخصصی افراد است. این اهداف به منظور آماده‌سازی افراد برای تولید محصولات و تأسیس شرکت‌های جدید و بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم تدوین و طراحی شده‌اند (آراسته، ۱۳۸۲).

در همین راستا، بوجیکا و همکاران^۴ (۲۰۱۲) دریافتند که فرهنگ سازمانی از عوامل پیش‌بینی‌کننده کارآفرینی سازمانی است، چن^۵ (۲۰۰۷) نشان دادند که فرهنگ سازمانی، راهبردهای سازمان منعطف، در کارآفرینی سازمانی مؤثر است، ویک و همکاران^۶ (۲۰۰۳) اظهار می‌دارند که بین نگرش کارآفرینانه، شخصیت و متغیرهای کار ارتباط قوی وجود دارد و مشایخی (۱۳۹۱) معتقد است که بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد. به‌طور کلی، رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی را می‌توان در قالب شکل زیر نشان داد:

دانش سازمانی، مدیریت و فرهنگ سازمانی در طول یک صد سال اخیر، دست‌خوش تغییرات و تحولاتی بنیادی شده است. مراد از فرهنگ سازمانی، مجموعه‌ای از ارزش‌های کلیدی است که به‌وسیله اعضای سازمان به‌طور گسترده پذیرفته شده است (سویی و همکاران^۱، ۲۰۰۶: ۴). امروز، سازمان‌ها باید نوآوری داشته باشند تا زنده بمانند. بنابراین، بهترین روش، تشویق افراد خلاق است تا در ساختار سازمان به یک کارآفرین تبدیل شوند (برای مطالعه بیشتر در این حوزه رک. شریفی رهنمو و فتحی، ۱۳۹۹).

این امر از طریق آزادی عمل و دسترسی به منابع مختلف عملی می‌شود تا بهتر بتوانند اهداف خود را تعقیب کنند. اهمیت مسأله کارآفرینی، باعث شده تا علاوه بر اقتصاددانان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان نیز آن را مورد توجه قرار دهند. کارآفرینی در یک تعامل چندسویه‌ای، یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرایندها و هم به‌عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به‌شدت مورد نیاز است؛ حتی می‌توان بحث کارآفرینی در عصر حاضر را یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی هر کشور به حساب آورد. در سال‌های اخیر، در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، این وفاق ملی شکل گرفته که بحران بیکاری به‌جز از طریق توسعه کارآفرینی و دمیدن روح نوآوری در کالبد اجتماع امکان‌پذیر نیست (علوی، ۱۳۸۲).

برای غلبه بر مشکلات و تهدیداتی که متوجه سازمان‌های امروزیست، تنها یک راه‌حل کارساز است و آن هم ایجاد بستر فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌هاست. بستر فرهنگی، به‌عنوان عاملی زیربنایی، اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، مستلزم تحولات عمیق در شناخت باورها، حقوق، آداب، رسوم و اخلاق یک ملت است. به‌دلیل کمبود منابع مالی از یک طرف و انتظارات متفاوت اجتماعی، اقتصادی و نیز چالش‌های فرهنگی از طرف دیگر،

4- Bojica and et al.

5- Chan and et al.

6- Wyk and et al.

1- Tsui and et al.

2- Acs

3- Wennekers & Thurik

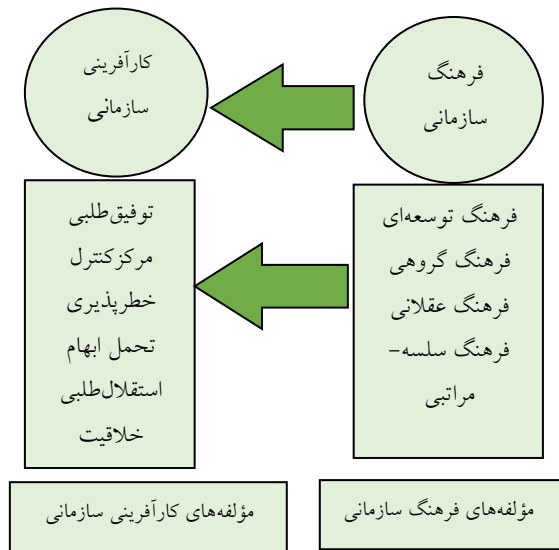
کاستی‌ها، در نهایت در ۳۴ پرسش طیف لیکرت تنظیم و به مورد اجرا گذاشته شد. برای اندازه‌گیری پرورش روحیه کارآفرینی، پرسشنامه مورد نظر ۶ مؤلفه را در ۳۵ پرسش در طیف لیکرت مورد بررسی قرار می‌دهد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی شامل فراوانی، درصد، آزمون همبستگی و رگرسیون از طریق نرم‌افزار SPSS-19 انجام گرفت.

فرضیه پژوهش

- فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار دارد.

یافته‌ها

از مجموع ۲۹۲ نفر مورد مطالعه، ۱۹۷ نفر (۶۷ درصد) مرد و ۹۵ نفر (۳۲ درصد) زن بودند. از مجموع ۲۹۲ نفر مورد مطالعه، ۳۸ نفر (۱۳ درصد) دارای تحصیلات دیپلم، ۵۰ نفر (۱۷ درصد) دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۱۷۳ نفر (۵۹ درصد) دارای تحصیلات لیسانس و ۳۱ نفر (۱۰ درصد) دارای تحصیلات فوق لیسانس بودند؛ بیشترین میزان فراوانی مربوط به گروه با سطح تحصیلات لیسانس و کم‌ترین میزان مربوط به گروه با سطح تحصیلات فوق لیسانس است. بیشترین میزان فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۰-۳۵ سال و کم‌ترین میزان مربوط به گروه سنی ۲۰-۲۵ می‌شود. به علاوه، بیشترین میزان فراوانی سنوات خدمتی ۶ تا ۱۰ سال و کم‌ترین میزان سنوات خدمتی ۱ تا ۵ سال بود. با توجه به ماهیت موضوع، اهداف مورد نظر و روش توصیفی-همبستگی از آزمون همبستگی و رگرسیون برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در ادامه، تحلیل داده‌ها آمده است.



شکل ۱- رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

از آنجا که تا کنون پژوهش‌های کافی در زمینه رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی صورت نگرفته است، به بررسی این موضوع با بهره‌گیری از جامعه آماری دانشگاه اصفهان پرداخته‌ایم. در واقع، در پی پاسخ این پرسش هستیم که «آیا بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی با بهره‌گیری جامعه آماری کارکنان دانشگاه اصفهان رابطه معناداری وجود دارد؟»

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان رسمی، پیمانی و قراردادی دانشگاه اصفهان به تعداد ۸۰۹ نفر تشکیل می‌دهند که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و با بهره‌گیری از جدول مورگان، ۲۹۲ نفر در این پژوهش در مقام نمونه مشارکت داشتند. این پژوهش دارای دو متغیر اساسی است؛ برای اندازه‌گیری فرهنگ سازمانی از پرسشنامه فرهنگ سازمانی و برای کارآفرینی کارکنان، از پرسشنامه کارآفرینی سازمانی استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه فرهنگ سازمانی ۰/۹۵ و ضریب آلفای پرسشنامه کارآفرینی ۰/۸۵ محاسبه گردید.

پرسشنامه فرهنگ سازمانی، پس از نظرخواهی از اساتید و متخصصان در این زمینه و تعدیل‌های کارشناسانه و رفع

جدول ۱- همبستگی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ سازمانی و پرورش روحیه کارآفرینی	تعداد	سطح همبستگی	سطح معناداری
فرهنگ سازمانی	۲۹۲	۰/۷۱۱**	۰/۰۰۰
پرورش روحیه کارآفرینی	۲۹۲		
		$p < ۰/۰۱^{**}$	$p < ۰/۰۵^*$

به عبارت دیگر، می توان اظهار داشت که با بالا رفتن فرهنگ سازمانی، روحیه کارآفرینی کارکنان افزایش پیدا می کند. رابطه بین مؤلفه های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در جدول زیر قابل مشاهده است.

با توجه به جدول (۱)، تحلیل های آماری نشان می دهد که بین فرهنگ سازمانی با پرورش روحیه کارآفرینی کارکنان، با ضریب همبستگی $r = ۰/۷۱۱$ در سطح اطمینان $p < ۰/۰۱$ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲- همبستگی بین مؤلفه های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

متغیر فرهنگ سازمانی	سطح همبستگی	sig
فرهنگ توسعه ای	۰/۶۸**	۰/۰۰۰
فرهنگ گروهی	۰/۶۱**	۰/۰۰۰
فرهنگ عقلانی	۰/۵۹**	۰/۰۰۰
فرهنگ سلسله مراتبی	۰/۶۴**	۰/۰۰۰
		$p < ۰/۰۱^{**}$ $p < ۰/۰۵^*$

کارآفرینی سازمانی در جدول شماره (۳) در زیر نشان داد که بین مؤلفه های فرهنگ سازمانی به صورت جداگانه با کارآفرینی سازمانی در سطح $۰/۰۱$ رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون بین چهار نوع مؤلفه فرهنگ سازمانی (فرهنگ توسعه ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله مراتبی) با

جدول ۳- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه توفیق طلبی و مؤلفه های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه ای	۰/۰۵	۰/۲۰	۱/۹۶	۰/۳۷	۰/۰۵
فرهنگ گروهی	۰/۱۳	۰/۰۲	۰/۱۵	۰/۰۵	۰/۸۸
فرهنگ عقلانی	۰/۰۳	۰/۴۷	۴/۸۰	۰/۳۷	۰/۰۰۱
فرهنگ سلسله مراتبی	۰/۰۴	۰/۰۸	۱/۱۹	۰/۰۵	۰/۲۳

بنابراین، برای ساخت معادله رگرسیون، باید فرهنگ توسعه ای و فرهنگ عقلانی در کنار توفیق طلبی از کارآفرینی قرار داشته باشد. ضریب تعیین نشان می دهد که $۰/۳۷$ از نمرات مؤلفه توفیق طلبی از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه ای و فرهنگ عقلانی قرار دارد.

بنابر نتایج حاصل، مؤلفه توفیق طلبی از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه ای و فرهنگ عقلانی قرار دارد و در صورتی که فرهنگ های سازمانی مذکور در وجود داشته باشد، می توان پیش بینی کرد که توفیق طلبی کارکنان نیز افزایش می یابد.

تحت تأثیر قرار دهند. رابطه مؤلفه مرکز کنترل از کارآفرینی تحت تأثیر فرهنگ عقلانی در زیر قابل رؤیت است:

این در حالی است که فرهنگ گروهی و فرهنگ سلسله‌مراتبی نمی‌توانند مؤلفه توفیق‌طلبی از کارآفرینی را

جدول ۵- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه مرکز کنترل و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه‌ای	۰/۰۶	۰/۰۷	۰/۷۵	۰/۰۶	۰/۴۵
فرهنگ گروهی	۰/۱۳	۰/۰۵	۰/۵۳	۰/۰۶	۰/۵۹
فرهنگ عقلانی	۰/۰۳	۰/۷۲	۸/۲۹	۰/۵۰	۰/۰۰۱
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۰/۰۴	۰/۱۰	۱/۶۹	۰/۰۶	۰/۰۹

کنترل از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ فرهنگ عقلانی قرار دارد. درحالی‌که، فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی و فرهنگ سلسله‌مراتبی نمی‌توانند مؤلفه مرکز کنترل از کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند. در جدول زیر، نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه مخاطرپذیری و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی آورده شده است:

همان‌طور که مشخص است، مؤلفه مرکز کنترل از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ عقلانی قرار دارد و در صورتی که فرهنگ سازمانی مذکور وجود داشته باشد، می‌توان پیش‌بینی کرد که مرکز کنترل کارکنان نیز افزایش می‌یابد. بر این اساس، برای ساخت معادله رگرسیون، باید فرهنگ عقلانی همراه مرکز کنترل از کارآفرینی باشد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که ۰/۵۰ از نمرات مؤلفه مرکز

جدول ۶- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه مخاطرپذیری و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه‌ای	۰/۰۴	۰/۲۴	۳/۱۴	۰/۶۲	۰/۰۰۲
فرهنگ گروهی	۰/۰۹	۰/۳۰	۳/۹۵	۰/۶۲	۰/۰۰۱
فرهنگ عقلانی	۰/۰۲	۰/۹۶	۱۲/۶۵	۰/۶۲	۰/۰۰۱
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۰/۰۳	-۰/۱۰	۲/۰۵	۰/۶۲	۰/۰۴

گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی درکنار مخاطرپذیری از کارآفرینی قرار داشته باشند. ضریب تعیین نشان می‌دهد که از نمرات مؤلفه مخاطرپذیری از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی است. نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه تحمل ابهام و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در قالب جدول زیر ارائه شده است:

براساس نتیجه فوق، مؤلفه مخاطرپذیری از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی قرار دارد و در صورت وجود فرهنگ سازمانی مذکور، می‌توان پیش‌بینی کرد که مخاطرپذیری کارکنان نیز افزایش یابد. بنابراین، برای ساخت معادله رگرسیون، باید فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ

جدول ۷- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه تحمل ابهام و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه‌ای	۰/۰۷	۰/۲۵	۲/۱۶	۰/۱۱	۰/۰۰۳
فرهنگ گروهی	۰/۱۶	۰/۱۷	۱/۳۴	۰/۰۱	۰/۱۸
فرهنگ عقلانی	۰/۰۳	۰/۲۴	۲/۰۵	۰/۱۱	۰/۰۴
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۰/۰۵	-۰/۲۴	۳/۱۲	۰/۱۱	۰/۰۰۲

ضریب تعیین نشان می‌دهد که از نمرات مؤلفه تحمل ابهام از کارآفرینی، تحت تأثیر تاثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی است. پایین‌که فرهنگ گروهی نمی‌تواند مؤلفه تحمل ابهام از کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد. در زیر، نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه استقلال‌طلبی و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی قابل مشاهده است:

براساس جدول (۷)، مؤلفه تحمل ابهام از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی است و در صورتی که فرهنگ سازمانی مذکور وجود داشته باشد، تحمل ابهام نیز قابل پیش‌بینی و میزان آن افزایشی می‌شود. در نتیجه، برای ساخت معادله رگرسیون، باید فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی در کنار تحمل ابهام از کارآفرینی قرار بگیرد.

جدول ۸- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه استقلال‌طلبی و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه‌ای	۰/۰۳	۰/۳۳	۳/۸۲	۰/۵۳	۰/۰۰۱
فرهنگ گروهی	۰/۰۶	۰/۲۳	۲/۵۰	۰/۵۳	۰/۰۰۱
فرهنگ عقلانی	۰/۰۱	۰/۷۸	۹/۱۷	۰/۵۳	۰/۰۰۱
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۰/۰۲	-۰/۲۴	۴/۳۴	۰/۵۳	۰/۰۰۱

عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی در کنار استقلال‌طلبی از کارآفرینی قرار داشته باشد. همچنین، ضریب تعیین نشان می‌دهد که از نمرات مؤلفه استقلال‌طلبی از کارآفرینی، تحت تأثیر تاثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی قرار دارد. نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه خلاقیت و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی در قالب جدول زیر ارائه شده است:

طبق جدول بالا، مؤلفه استقلال‌طلبی از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی قرار می‌گیرد و در صورت وجود فرهنگ سازمانی مذکور، می‌توان پیش‌بینی کرد که استقلال‌طلبی نیز افزایش یابد. بنابراین، برای ساخت معادله رگرسیون، باید فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ

جدول ۹- نتایج ضریب رگرسیون مؤلفه خلاقیت و مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی

متغیر	خطای معیار	ضریب رگرسیون	ارزش t	ضریب تعیین	سطح معناداری
فرهنگ توسعه‌ای	۰/۰۶	۰/۷۵	۸/۲۶	۰/۵۳	۰/۰۰۱
فرهنگ گروهی	۰/۱۳	۰/۱۳	۱/۱۴	۰/۰۷	۰/۱۶
فرهنگ عقلانی	۰/۰۳	۰/۸۱	۹/۵۴	۰/۵۳	۰/۰۰۱
فرهنگ سلسله‌مراتبی	۰/۰۴	-۰/۱۹	۳/۵۱	۰/۵۲	۰/۰۰۱

بنابراین نتایج حاصل، مؤلفه خلاقیت از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی است و در صورت وجود فرهنگ سازمانی مذکور، خلاقیت نیز قابل پیش‌بینیست و افزایش می‌یابد. بنابراین، برای ساخت معادله رگرسیون، لازم است فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی به همراه

خلاقیت از کارآفرینی باشد. علاوه بر این، ضریب تعیین نشان می‌دهد که از نمرات مؤلفه خلاقیت از کارآفرینی، تحت تأثیر فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ عقلانی و فرهنگ سلسله‌مراتبی است. این در حالی است که فرهنگ گروهی نمی‌تواند مؤلفه خلاقیت از کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

فرهنگ سازمانی منطبق با کارآفرینی یکی از ابزارهای لازم برای رشد کارآفرینی است. بستر فرهنگی به‌عنوان عاملی زیربنایی، اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، همانند تحولات عمیق در شناخت باورها، حقوق، آداب، رسوم و اخلاق یک ملت است. با توجه به اهمیتی که فرهنگ سازمانی در افزایش کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دارد، در این پژوهش به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری کارکنان دانشگاه اصفهان پرداختیم.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. به‌عبارت دیگر، با بهبود فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی افزایش خواهد یافت. علاوه بر این ارتباط، رابطه بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی (فرهنگ توسعه‌ای، فرهنگ گروهی، فرهنگ عقلانی، فرهنگ سلسله‌مراتبی) و کارآفرینی سازمانی، مثبت و معنادار است.

اولین یافته پژوهش بیان‌کننده آن است که بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی همبستگی مثبت و قوی وجود دارد. این فرهنگ بر انعطاف و تمرکز بیشتر روی محیط بیرونی تأکید می‌کند و جهت‌گیری آن به سمت رشد، تحریک خلاقیت، نوآوری و سازگاری سازمان با محیط خارج است. یافته دیگر پژوهش نشان داد که در نمونه مورد مطالعه، فرهنگ سلسله‌مراتبی نیز حاکم است. در فرهنگ سلسله‌مراتبی، به مسائل درون‌سازمانی بیشتر از مسائل برون‌سازمانی تأکید می‌شود. همچنین، با توجه به این‌که بین کارآفرینی سازمانی و فرهنگ سازمانی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و بهبود شرایط مدیریتی سازمانی و فضای حاکم بر آن یکی از ابعاد اصلی توسعه کارآفرینی سازمانی است، تأسیس واحد کارآفرینی در سازمان و تأکید بر شکل‌گیری فرهنگ سازمانی حامی نوآوری و خلاقیت، بستر بروز استعداد کارآفرینی کارکنان سازمان را شکل می‌دهد (چن و همکاران، ۲۰۰۵).

بنابراین، به مسئولان و مدیران سازمان‌ها پیشنهاد می‌شود که در فرهنگ حاکم بر سازمان‌های خود تجدید نظر کنند و آن را به‌گونه‌ای طراحی نمایند که باعث ایجاد تقویت روحیه کارآفرینی در بین کارمندان خود شود. علاوه بر این، براساس رابطه معنادار بین فرهنگ توسعه‌ای و کارآفرینی حاصل از این پژوهش، به مدیران و مسئولان پیشنهاد می‌گردد که برای بالابردن کارآفرینی سازمانی جایگاه فرهنگ توسعه‌ای در نظام دانشگاهی را افزایش دهند تا این فرهنگ بر انعطاف و تمرکز بیشتر روی محیط بیرونی تأکید کند و جهت‌گیری آن به سمت رشد، تحریک خلاقیت، نوآوری و سازگاری سازمان با محیط خارج باشد. با توجه به رابطه معنادار بین فرهنگ گروهی و کارآفرینی حاصل از این پژوهش، به مدیران و مسئولان پیشنهاد داده می‌شود که برای افزایش کارآفرینی سازمانی، انعطاف‌پذیری، کار گروهی، توجه به ایده‌ها، مشارکت اعضا و پایبندی به تعهد سازمانی را در بین کارکنان گسترش دهند. همچنین، با وجود رابطه معنادار بین فرهنگ عقلانی و کارآفرینی به مدیران و مسئولان پیشنهاد می‌شود بر نظارت و کنترل فرآیندهای تولید، اجرا، تحقق اهداف، رقابت و بر محیط خارج تأکید کنند و به‌علت رابطه معنادار بین فرهنگ سلسله‌مراتبی و کارآفرینی بر محیط درونی دانشگاه توجه ویژه کنند که جهت‌گیری این فرهنگ به سمت قوانین، مقررات و استانداردها برای رسیدن به ثبات و کنترل متمرکز است.

منابع

- آراسته، حمید. (۱۳۸۲). کارآفرینی و آموزش عالی: اصول و موانع. ره‌یافت ۱۳ (۲۹)، ۱۲-۵.
https://rahyaft.nrps.ac.ir/article_13341.html
- علوی، سیدابوالفضل. (۱۳۸۲). کارآفرینی و رسالت دانشگاه. ره‌یافت ۱۳ (۲۹)، ۲۷-۳۴.
https://rahyaft.nrps.ac.ir/article_13343.html

۳. شریفی رهنمو، سعید و فتحی، آیت الله. (۱۳۹۹). پیش‌بینی میزان خلاقیت سازمانی کارکنان بر اساس نوع رهبری تحول‌آفرین (مورد مطالعه: ف. ا. شهر همدان). *مطالعات فرهنگی پایس* ۷(۲)، ۱۳-۲۴.

<https://www.virascience.com/thesis/571675/>

4. Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth. *Innovations*, 1(1), 97-107.
<https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
5. Bojica, A. M., & Fuentes, M. D. M. F. (2012). Knowledge acquisition and corporate entrepreneurship: Insights from Spanish SMEs in the ICT sector. *Journal of World Business*, 47(3), 397-408.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2011.05.007>
6. Chan, D. W. (2006). Emotional intelligence and components of burnout among Chinese secondary school teachers in Hong Kong. *Teaching and teacher education*, 22(8), 1042-1054.
<https://doi.org/10.1016/j.tate.2006.04.005>
7. Chen, J., Zhu, Z., & Anquan, W. (2005). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of manpower*.
<https://doi.org/10.1108/01437720510625449>
8. Tsui, A. S., Zhang, Z. X., Wang, H., Xin, K. R., & Wu, J. B. (2006). Unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture. *The Leadership Quarterly*, 17(2), 113-137.
<https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.12.001>
9. Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, 13(1), 27-
<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1008063200484>
10. Van Wyk, R., Boshoff, A. B., & Bester, C. L. (2003). Entrepreneurial attitudes: What are their sources?. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 6(1), 1-24.
<https://doi.org/10.4102/sajems.v6i1.3323>