

## رابطه رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز

محمد حسنی\*<sup>۱</sup>، رقیه بهادری<sup>۲</sup>، مهدی کاظم‌زاده بیطالی<sup>۳</sup>

۱. استاد مدیریت آموزشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه

۲. کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۳/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۸/۱۸

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز است که از بین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی، به دو متغیر رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی توجه شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۷۰۰ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز می‌شود که نمونه‌ای ۲۴۸ نفری با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای از آن انتخاب شده است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه رهبری تحول‌گرا بارنت و همکاران (۲۰۰۱)، پرسشنامه هویت سازمانی آشفورث و مائل (۱۹۸۹) و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶) استفاده شده است. همچنین، تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام صورت گرفته است. براساس تجزیه و تحلیل داده‌ها، بین سبک رهبری تحول‌گرا و کارآفرینی و همچنین بین دو متغیر هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج رگرسیون بیان می‌کند سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی در پیش‌بینی رفتار کارآفرینی معنادار است و در کل کارآفرینی اعضا از روی رهبری و هویت سازمانی قابل‌پیش‌بینی است. در نتیجه، توجه به سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی از سوی مدیران، با افزایش کارآفرینی از طرف اعضای هیئت علمی همراه است.

**واژه‌های کلیدی:** دانشگاه تبریز، رهبری تحول‌گرا، کارآفرینی سازمانی، هویت سازمانی.

## مقدمه

اندیشمندان مدیریت و رفتار سازمانی، موفقیت سازمان‌های امروزی را تا حد زیادی متکی بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌دانند. به‌منظور تحقق این موضوع باید فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها ترویج داده شود تا روحیه کارآفرینی در کارکنان شکل گیرد و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد شود. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرایند کارآفرینی است (پورحسن هریس و شیخعلی‌زاده هریس، ۱۳۹۴).

در بخش آموزش عالی نیز برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور باتوجهی که به موضوع کارآفرینی داشته است تصویب طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور انجام گرفته است که به فعالیت‌هایی در سطح برخی از دانشگاه‌های کشور منجر شده است (طالبی و زارع یکتا، ۱۳۸۷).

کلارک (۱۹۹۸) یکی از صاحب‌نظران مهم و از اولین کسانی است که دانشگاه کارآفرین را در اروپا مطرح کرده است. به باور وی، دانشگاه‌های پویا در هزاره جدید دانشگاه‌های کارآفرین هستند که می‌توانند ارزش‌های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند (احمدی، ۱۳۹۰). دانشگاه کارآفرین اصولاً به مفهوم داشتن کنش کارآفرینانه در راهبردها، ساختارها و عملکردهای دانشگاه است (فکور، ۱۳۸۷ به نقل از قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۰) که انگیزه خلاقیت در آن توسعه می‌یابد و نوآوری‌ها و ایده‌های جدید در آن خلق می‌شود (دباغ و رضایی‌زاده، ۱۳۹۰). براساس ادبیات کارآفرینی، رفتار رهبری یکی از متغیرهای بسیار مهم در تحقق این مسئله است (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۰). نقش مدیران و رهبران سازمان اهمیت زیادی دارد؛ زیرا مدیران سازمان می‌توانند با تأکید بر نوآوری و خلاقیت در روندهای موجود موجب پرورش و تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان شوند (شائمی برزکی و محمدی، ۱۳۹۳). نقش رفتار رهبری در ارتقای یک نهاد به سازمان کارآفرین به قدری اهمیت دارد که بعضی از محققان سعی کرده‌اند برای نشان دادن این موضوع، با ترکیب این دو (رفتار رهبری و کارآفرینی) نوعی از رهبری را به کار گیرند که رهبری کارآفرین نامیده می‌شود (Tarabishy et al., 2004; Gupta et al., 2005). رهبری تحولی از جمله رفتارهای رهبری محسوب می‌شود که به‌نوعی معرف رهبران کارآفرین است (Yang, 2008).

از آنجا که رویکرد دانشگاه به آموزش فراگیر (توده‌پروری) بوده است و برای تحقق این موضوع ساختار نظام آموزش عالی کشور از ساختار حرفه‌ای تا حدودی به ساختار ماشینی و بوروکراتیک تغییر کرده است، چابکی لازم برای دانشگاه‌های نسل سوم وجود ندارد. با توجه به مبانی نظری مرتبط در چنین ساختارهایی، رهبری کارآمد و تحول‌آفرین لازمه پیشبرد اهداف دانشگاه با توجه به انتظارات محیطی است؛ زیرا ساختارهای گرایش‌یافته به بوروکراسی ماشینی به تولید انبوه تمایل دارند و در نظام‌های آموزش عالی - که با انبوه تقاضای اجتماعی برای ورود به آموزش عالی مواجه می‌شوند - گرایش به این نوع ساختار مشهود است؛ چراکه توده‌پروری و آموزش عالی فراگیر به‌طور عمده از طریق ساختارهای دیوان‌سالارانه قابل‌اداره است و یکی از معایب این ساختارها ضعف و ناتوانی سطح عملیاتی دانشگاه‌ها در حوزه کارآفرینی است. به این ترتیب، رهبری تحول‌آفرین میزانی از چالاکی و تحریک را به ساختار بازمی‌گرداند (مینزبرگ، ۱۳۹۳).

بر اساس شواهد تحقیقاتی، رهبران تحول‌گرا در مقایسه با سایر رهبران موفق ترند و کارکنان خود را به کار و تلاش و همچنین نوآوری و خلاقیت بیشتری برمی‌انگیزند (Muldoon, 2003). نتایج پژوهش یانگ (۲۰۰۸) نشان می‌دهد بین سبک رهبری و کارآفرینی سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد؛ بنابراین، اگر کارآفرینی با سبک رهبری مرتبط باشد، بر اساس ضرورت باید سبک رهبری مناسبی اتخاذ شود تا شرایط لازم برای فضای کارآفرینی فراهم آید. اگر مدیران، سبک رهبری مناسب را به کار نگیرند نمی‌توانند محیط و شرایط لازم را برای حضور افراد خلاق و کارآفرین فراهم آورند (Yang, 2008; Naipaul, 2009). در نتیجه، ضروری است مسئولان دانشگاه در مورد توانمندسازی کارکنان از طریق افزایش مهارت‌ها و فراهم کردن زمینه خلاقیت و نوآوری و پرورش روحیه کارآفرینی اقدام کنند و با به‌کارگیری سبک رهبری مناسب با وضعیت سازمان به‌ویژه سبک رهبری تحولی زمینه لازم را به‌منظور پرورش کارآفرینی دانشگاهی به‌وجود آورند.

همچنین، سازمان‌ها بدون تمایل داوطلبانه افراد و همکاری آن‌ها توانایی توسعه اثربخشی خرد جمعی خود را ندارند؛ بنابراین، به افرادی نیازمندند که ادراک یکی‌بودن با سازمان یا تعلق

داشتن به سازمان را داشته باشند، ارزش‌های اساسی سازمان را درونی کنند و در نهایت رسیدن به اهداف سازمان را رسیدن به اهداف خود بدانند و هویت خود را در سازمانشان پیدا کنند (Riketta, 2005). مورنیکس (۲۰۰۷) در جست‌وجوی منشأ کارآفرینانه، این پدیده را از نظرگاه هویت بررسی کرده است. به نظر وی، دلیل بروز کارآفرینی ممکن است در هویت نهفته باشد (Murnieks, 2007). همچنین، پیوند میان مفهوم کارآفرینی و هویت در نظریه‌های اندیشمندان مشهود است (Chen et al., 2009). مورنیک و همکاران (۲۰۱۲) نتیجه گرفتند دلیل بروز کارآفرینی ممکن است در هویت یافت شود (Murnieks et al., 2012).

بر اساس جست‌وجوها، در سطح کشور پژوهشی به صورت مدون در زمینه رهبری تحولی<sup>۱</sup> و هویت سازمانی<sup>۲</sup> و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی<sup>۳</sup> انجام نگرفته است. در این پژوهش، با توجه به نظریات، رابطه بین رهبری تحولی و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در کشور و به طور ویژه اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز بررسی می‌شود.

### مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم اولیه رهبری تحول‌گرا را برنز (۱۹۷۸) و به دنبال تحقیقات توصیفی او، پیروان رهبران سیاسی مطرح کردند و بعدها بس (۱۹۸۵) آن را گسترش داد (یعقوبی، ۱۳۸۹). برنز (۱۹۷۸) رهبری تحول‌گرا را عامل انگیزه‌دادن به پیروان از طریق جذاب کردن آرمان‌های بالاتر و ارزش‌های اخلاقی تعریف کرد. رهبران تحول‌گرا از آنجاکه دید روشنی به آینده دارند، به دنبال ایجاد تغییرات و پیشبرد سازمان در راستای تحقق تصورات خود هستند (یعقوبی، ۱۳۸۹). ویژگی اصلی نظریه رهبری تحولی این است که پیروان خود را به انجام دادن تعهدات فراتر از انتظار برمی‌انگیزاند (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۰). این نوع رهبری هنگامی صورت می‌گیرد که رهبران بتوانند آگاهی و مقبولیت را در اهداف و مأموریت‌های گروه ایجاد کنند (Krishnan, ۲۰۰۴)، پیروان را برانگیزانند تا منافع شخصی خود را در راستای منافع جمعی قرار دهند (Riaz

1. Transformational leadership
2. Organizational Identification
3. Entrepreneurship

al et (۲۰۱۱) و همچنین رهبران و پیروان، همدیگر را به سطح بالاتری از انگیزه و اخلاق سوق دهند (Givens, ۲۰۰۸).

داکت و مک فارلین<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) چهار بعد را برای رهبری تحول‌گرا در نظر گرفته‌اند: ملاحظات فردی،<sup>۲</sup> الهام،<sup>۳</sup> تحریک عقلا<sup>۴</sup> و کاریزما<sup>۵</sup>. ملاحظات فردی مرتبط با رفتارهای رهبری تحول‌گرا، مربوط به رفتار با افراد به‌عنوان مشارکت‌کنندگان مهم در محیط کار است. در بعد انگیزش الهامی، افزایش هوشیاری کارکنان دربارهٔ رسالت و بینش سازمان و تشویق دیگران در شناخت و تعهد به آن‌ها مدنظر قرار می‌گیرد. جنبهٔ اصلی شیوهٔ انگیزش الهامی به اصل وجود (ماهیت) سازمانی می‌پردازد تا به شخصیت رهبر. رهبرانی که از نظر عقلانی کارکنان را تحریک می‌کنند، خلاقیت و پذیرش چالش‌ها را به‌عنوان بخشی از کار آن‌ها تشویق می‌کنند. آن‌ها شیوه‌های رفتار با مسائل و مشکلات را در یک رفتار عقلایی به کار می‌برند. تأثیر کاریزما و آرمانی نیز رفتاری است که پیروان را به بهره‌بردن از رهبران به‌عنوان الگو تشویق می‌کند. کاریزما اصطلاح دیگری است که برای تشریح این شکل رهبری استفاده شده است. در مرکز تأثیر ایده‌آل، ارزش‌هایی قرار دارد که الهام‌دهنده و معنادار است و حس هدفمندی را در افراد ایجاد می‌کند.

در اواخر دههٔ ۱۹۸۰، محققان حوزه‌های رفتار سازمانی، روان‌شناسی اجتماعی و ارتباطات، هویت سازمانی را سازه‌ای منحصربه‌فرد در نظر گرفتند (Rickett, 2005). براین اساس، فرض می‌شود هر موجودی یک هدف دارد که آن موجود را تعریف می‌کند و واقعیت آن را نمایان می‌سازد. در نتیجه، هویت سازمانی عنصری تعریف می‌شود که مختصات اصلی یک سازمان را بیان می‌کند (Wei & Mtbj, 2007).

آلبرت و ویتین در سال ۱۹۸۵ اولین تعریف و تحقیق را در زمینهٔ هویت سازمانی ارائه دادند. به‌نظر آن‌ها، هویت سازمانی بر ویژگی‌هایی تأکید می‌کند که اعضا آن را به‌منزلهٔ

- 
1. Duckatt and Macfarlane
  2. Individualised Consideration
  3. Inspiration
  4. Intellectual Stimulatio
  5. Charisma

ویژگی‌های هسته‌ای، منحصر به فرد و مستمر سازمان درک کرده‌اند. با وجود این، هنوز اجماع اندکی در زمینه معنا و تعریف هویت سازمانی وجود دارد. چنی (۱۹۸۳) ابعاد هویت سازمانی را در سه بعد معرفی می‌کند: بعد عضویت (احساس تعلق، پیوستگی و کشش احساسی، ارجاع به خود به عنوان عضو سازمان و افتخار به عضویت در سازمان)، بعد وفاداری (وفاداری به سازمان و اشتیاق به تحقق اهداف سازمان) و بعد شباهت (ادراک از داشتن ویژگی‌های مشترک در سازمان) (نیاز آذری و همکاران، ۱۳۹۵ به نقل از چنی، ۱۹۸۳).

کارآفرینی سازمانی فرایندی است که طی آن سازمان فرصت‌های رشد و توسعه را تشخیص می‌دهد و با نوآوری و تخصیص مجدد منابع، ارزش‌های جدیدی را برای مشتریان ایجاد می‌کند (کمالیان و همکاران، ۱۳۸۹). در کارآفرینی سازمانی، سازمان رویکرد کارآفرینی را دنبال می‌کند و سازوکارهای تشویق و ترغیب کارآفرینی را در سازمان فراهم می‌آورد. در این نوع از کارآفرینی، گروهی از کارآفرینان در قالب تیمی داخل سازمان، برای نوآوری مخاطره‌آمیز و پیشگامانه اقدام می‌کنند (رضایی و حسینی، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد. این ابعاد شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی و خطرپذیری می‌شود (Scheepers et al., 2008; Miles et al., 2009). در این زمینه، خطرپذیری شامل آمادگی سازمان برای به کارگیری منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و شروع پروژه‌ها، بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough & Scheepers, 2008). نوسازی در سازمان به تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازماندهی مجدد و ایجاد تغییرات وسیع در نظام سازمانی شرکت نیاز دارد (Heinonen & Korvela, 2005). پیشگامی، پیش‌بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جست‌وجو و به کارگیری فرصت‌هاست که بر توسعه محصولات دلالت دارد (Alegre & Chiva, 2009). در نهایت، نوآوری، تولید و خلق محصولات، خدمات، فرایندها، فناوری‌ها و مدل‌های جدید کسب و کار است (Hough & Scheepers, 2008).

با مرور مبانی نظری پیشینه موجود در حوزه دانش سازمان و مدیریت مشخص می‌شود اندیشمندان و صاحب‌نظران این حوزه به اتخاذ رویکردی کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی از دو دیدگاه کلی توجه داشته‌اند. اول اینکه بخشی از این تحقیقات بر نقش رفتارها و

گرایش‌های کارآفرینانه مدیران دولتی به‌عنوان رهبران سازمان‌های دولتی در ترویج روحیه کارآفرینی در سازمان‌های متبوع خود متمرکز شده‌اند که به‌عقیده این دسته از پژوهشگران، مدیران یادشده موظف‌اند چشم‌اندازهای سازمان‌های تحت امر خود را با نگرشی کارآفرینانه تدوین یا اصلاح کنند و در راستای حمایت از روحیه کارآفرینی بخش نرم‌افزاری این تحول را مدیریت کنند که همان تغییر و تحول در رفتارها، نگرش‌ها و آداب و رسوم سازمانی است (Schneider & Teske, 1994; Goerl & Bellone, 1992). دوم اینکه به باور برخی از اندیشمندان و صاحب‌نظران، بخش سخت‌افزاری گرایش داشتن به روحیه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی اهمیتی ویژه دارد؛ زیرا این ساختارهای سازمانی، فرایندهای انجام‌دادن کار، وضع قوانین و مقررات حمایتگر و زمینه‌ساز تقویت یا تضعیف روحیه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی‌اند و براین‌اساس بیشتر بر این ابعاد تمرکز داشته‌اند. همچنین، آن‌ها پیشنهادهایی را درباره اتخاذ رویکردی کارآفرینانه در سازمان‌های دولتی مانند کوچک‌سازی و برون‌سپاری در سازمان‌های دولتی، تغییر شیوه‌های تصمیم‌گیری سازمانی از حالت دستوری و بوروکراتیک به تصمیم‌گیری مشارکتی، بازمهندسی فرایندها و رویه‌های انجام‌دادن کار مطرح کرده‌اند (Jones & Lewellyn, 2003).

در ادامه، به برخی از پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه پژوهش حاضر اشاره می‌شود. ژوان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان تأثیر رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی بر کارآفرینی در بین ۱۸۶ نفر از کارمندان بخش‌های خصوصی و دولتی اسپانیا دریافتند از بین سبک‌های مختلف رهبری (تحولی، تبادلی و منفعل)، سبک رهبری تحولی و هویت سازمانی ارتباط مستقیمی با رفتار کارآفرینی افراد دارد. آن‌ها نتیجه گرفتند رهبران نقش حیاتی در بروز رفتارهای کارآفرینی از سوی کارکنان دارند. همچنین، همن و همکاران (۲۰۱۳) با تحلیل داده‌های پژوهش خود دریافتند میزان بالایی از رهبری کاریزماتیک در ارتباط مثبت با فعالیت‌های کارآفرینی است. اردلان و سلطان‌زاده (۱۳۹۴) در تحقیقی با بررسی تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند نشان دادند اثر مستقیم رهبری هوشمند بر کارآفرینی

1. Juan et al.

اجتماعی در نظام آموزشی عالی مثبت و معنادار است. همچنین، شهرکی پور و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود نشان دادند بین مؤلفه‌های احساس هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی از لحاظ آماری رابطه معناداری وجود ندارد. براساس یافته‌های هاشمی و همکاران (۱۳۹۲) نیز بین احساس هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد. امانوئل و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیق خود با عنوان بررسی رابطه نقش هویت سازمانی در ایجاد کارآفرینی نشان دادند هویت ممکن است به تحقق بینش کارآفرینی در افراد و سازمان‌ها منجر شود. همچنین، طبق نتایج پژوهش سینگ و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، رهبری تحولی و فرهنگ سازمانی، نوآوری را در سازمان تقویت می‌کند. انگونی و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نیز در پژوهش خود بیان کردند ابعاد رهبری تحول‌آفرین تأثیر قوی بر برخی نگرش‌های شغلی مانند رضایت شغلی، تعهد سازمانی و رفتار شهروند سازمانی و کارآفرینی سازمانی دارد (تابلی و همکاران، ۱۳۹۰). در این پژوهش، رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی متغیر مستقل<sup>۳</sup> و کارآفرینی سازمانی متغیر وابسته<sup>۴</sup> در نظر گرفته شده است.

با توجه به توضیحات ارائه شده در ادبیات و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

۱. بین سبک رهبری تحول‌گرا و کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت‌علمی رابطه وجود دارد.
۲. بین هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت‌علمی رابطه وجود دارد.
۳. سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی نقش پیش‌بینی‌کننده را در کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت‌علمی ایفا می‌کند.

## روش تحقیق

از آنجاکه هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه میان سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی است، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری در این پژوهش شامل تمام اعضای هیئت‌علمی

1. Sing et al.2. Nguni et al.

2. Nguni et al.

2. Independent variable

3. Dependent variables



دانشگاه تبریز می‌شود که طبق آمار دانشگاه تبریز تعداد آن‌ها ۷۰۰ نفر است. از این بین، برحسب جدول مورگان از کل جامعه آماری ۲۴۸ نفر نمونه در نظر گرفته شده‌اند که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای-تصادفی انتخاب شده‌اند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است. با وجود استاندارد بودن پرسشنامه‌ها و استفاده مکرر آن‌ها در پژوهش‌های مدیریت داخلی و خارجی مانند مقیمی و رمضان (۱۳۹۰)، اشفورث و مایل (۱۹۸۹)، رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و هاشمی و همکاران (۱۳۹۲)، روایی و پایایی آن‌ها دوباره در پژوهش حاضر بررسی و تأیید شد. برای برآورد ضریب پایایی محاسبه همسانی درونی گویه‌های پرسشنامه‌ها در پژوهش حاضر از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب پایایی پرسشنامه‌های سبک رهبری تحول‌گرا، هویت سازمانی و کارآفرینی به ترتیب ۰/۸۹، ۰/۷۵ و ۰/۸۵ به دست آمد؛ بنابراین، همه پرسشنامه‌ها پایایی بالایی داشتند.

**مقیاس رهبری تحول‌گرا:** این پرسشنامه براساس مؤلفه‌های بارنت و همکاران (۲۰۰۱) بوده و با اندکی تغییرات برای اعضای هیئت علمی دانشگاه بازنویسی شده است. سه بعد ملاحظات فردی، مدیریت انفعال از طریق استثنا و مدیریت فعال از طریق استثنا در این پرسشنامه مطرح می‌شود. این پرسشنامه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) رهبری تحول را می‌سنجد. با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها براین اساس محاسبه شد.

**مقیاس هویت سازمانی:** این پرسشنامه براساس مؤلفه‌های آشفورث و مائل (۱۹۸۹) است که با اندکی تغییرات برای اعضای هیئت علمی دانشگاه بازنویسی شده است و برای تدوین آن از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها نیز براین اساس محاسبه شد.

**مقیاس کارآفرینی سازمانی:** پرسشنامه کارآفرینی سازمانی براساس مؤلفه‌های کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶) بوده است. گزینه‌های این پرسشنامه نیز با طیف پنج گزینه‌ای

لیکرت شامل کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم است. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه براساس ضریب آلفای کرونباخ  $0/85$  گزارش شده است. با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها نیز براین اساس محاسبه شد. همچنین، به منظور بررسی روایی پرسشنامه‌های حاضر، با وجود استاندارد بودن ابزارها و استفاده مکرر آن‌ها در پژوهش‌های داخلی و خارج کشور، داده‌های حاصل از اجرای این مقیاس در گروه نمونه تحلیل عاملی شدند. این تحلیل به شیوه تحلیل اکتشافی به روش مؤلفه‌های اصلی (PC) با چرخش واریماکس انجام گرفته است. مقدار ضریب KMO برابر  $0/73$  و مقدار خی آزمون کرویت بارتلت  $15407/7$  به دست آمد که در سطح  $0/01$  معنی‌دار است و نشانه کفایت نمونه و متغیرهای نمونه برای انجام دادن تحلیل عاملی است. نتایج مورد تأیید و واریانس تجمیعی حدود  $0/78$  به دست آمده است. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. همچنین، از روش‌های آماری توصیفی میانگین و انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به منظور پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی از روی سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با به کارگیری نرم‌افزار آماری SPSS ۱۵ استفاده شده است.

## یافته‌ها

### توصیف جمعیت شناختی

از میان افراد نمونه ۱۹۲ نفر ( $77/4$  درصد) مرد و ۱۹ نفر ( $7/7$  درصد) زن بودند. از نظر رتبه ۱۶ نفر ( $6/5$  درصد) مربی، ۱۲۷ نفر ( $51/2$  درصد) استادیار، ۶۳ نفر ( $25/4$  درصد) دانشیار و ۱۴ نفر ( $5/6$  درصد) استاد بوده‌اند. همچنین، ۲۵ نفر ( $10/1$  درصد) سابقه کاری ۵ سال و کمتر، ۶۲ نفر ( $25$  درصد) سابقه کاری ۶-۱۰ سال، ۶۶ نفر ( $26/6$  درصد) سابقه کاری ۱۱-۱۵ سال، ۳۶ نفر ( $14/5$  درصد) سابقه کاری ۱۶-۲۰ سال و ۱۲ نفر ( $4/8$  درصد) سابقه کاری ۲۱ سال به بالا داشته‌اند.

در جدول ۱، میانگین، انحراف معیار و نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای پژوهش آمده است. براساس نتایج، پاسخ‌ها، احساس بالاتر از میانگین سبک رهبری تحول‌گرا در

دانشگاه و هویت سازمانی (با میانگین نظری ۳) را در فعالیت‌های شغلی نشان داده‌اند. به این ترتیب، استادان طبق نظر خود مدیرانی با سبک رهبری تحول‌گرا و احساس هویت سازمانی بالاتری داشتند. البته احساس هویت سازمانی نسبت به دیگر متغیرها در استادان نمونه حاضر بالاتر مشاهده شد.

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار و نتایج آزمون اسمیرنف-کولموگروف

آماره/متغیر	سبک رهبری تحول‌گرا	هویت سازمانی	کارآفرینی سازمانی
میانگین	۳/۴۴	۴/۱۴	۳/۵۶
انحراف معیار	۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۷۰
آزمون اسمیرنف	۰/۶۳	۱/۳	۰/۹

برای محاسبه میزان همبستگی بین دو متغیر سبک رهبری تحول‌گرا و کارآفرینی با توجه به کمی بودن دو متغیر از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به جدول ۲، ضریب همبستگی پیرسون برابر با  $r = 0/48$  و  $P = 0/001$  است. در نتیجه، با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت رابطه مثبت و معناداری بین دو متغیر سبک رهبری تحول‌گرا و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. در واقع، افزایش احساس سبک رهبری تحول‌گرا از طرف استادان با افزایش کارآفرینی از طرف آن‌ها همراه می‌شود. همچنین، با توجه به جدول ۲، ضریب همبستگی پیرسون برابر با  $r = 0/24$  و  $P = 0/001$  است؛ بنابراین، با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت رابطه مثبت و معناداری بین دو متغیر هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد؛ به عبارت دیگر، افزایش احساس هویت سازمانی از طرف استادان با افزایش کارآفرینی سازمانی از طرف آن‌ها همراه می‌شود.

جدول ۲. ضرایب همبستگی میان متغیرهای پژوهش

متغیرها	سبک رهبری تحول‌گرا	هویت سازمانی	کارآفرینی سازمانی
سبک رهبری تحول‌گرا	۱		
هویت سازمانی	۰/۲۸**	۱	
کارآفرینی	۰/۴۸۱**	۰/۲۳۷**	۱

خلاصه نتایج رگرسیون چندگانه در جدول ۳ در راستای آزمون فرضیه ۳ ارائه می شود. براساس اطلاعات این جدول، ضریب همبستگی چندگانه برای پیش بینی کارآفرینی سازمانی از روی سبک رهبری تحول گرا و هویت سازمانی برابر  $R=0/482$  و ضریب تعیین  $R^2=0/23$  به دست آمده است. در نتیجه، از بین رهبری تحول گرا و هویت سازمانی در پژوهش حاضر رهبری تحولی قدرت پیش بینی در کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی را دارد. این متغیر حدود ۲۳ درصد از واریانس کارآفرینی سازمانی را تبیین می کند. نتایج بیان کننده تأثیر معنی دار و مثبت رهبری تحولی است ( $P<0/01$  و  $\beta=0/48$ ). همچنین، متغیر هویت سازمانی به دلیل معنی دار نبودن از معادله حذف شد.

جدول ۳. خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه های آماری رگرسیون سبک رهبری تحول گرا و هویت سازمانی بر کارآفرینی

مدل	R	R <sup>2</sup>	F	Sig
۱	۰/۴۸۲	۰/۲۳	۷۴/۲	۰/۰۰۰

  

متغیر / شاخص	B	Beta	T	Sig
مقدار ثابت	۱/۶۰	-	۶/۹۲۲	۰/۰۰۰
سبک رهبری	۰/۵۷	۰/۴۸	۸/۶۱۷	۰/۰۰۰

### بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه میان رهبری تحول گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز صورت گرفته است. متغیرهای یادشده در حوزه های رفتار سازمانی و منابع انسانی موضوعات بسیار مهمی اند و توجه محققان دانشگاهی و مدیران سازمان ها را به طور فزاینده ای به خود جلب کرده اند. با توجه به نتایج آزمون های آماری و تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش، بین سبک رهبری تحول گرا و کارآفرینی سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد ( $t=0/48$ ) همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد که با نتایج پژوهش همن و همکاران (۲۰۱۳) همسو است. آنان نشان دادند بین رهبری کاریزماتیک و فعالیت های کارآفرینی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که نتایج تحقیقات سینگ و همکاران (۲۰۰۹) را نیز تأیید

می‌کند. آن‌ها دریافته‌اند رهبری تعاملی و فرهنگ سازمانی، افزایش کارآفرینی و نوآوری محصولات در سازمان را به دنبال دارد. همچنین، آن‌ها نشان دادند رهبر و فرهنگ سازمان در رابطه با یکدیگر به سمت کارآفرینی و نوآوری حرکت می‌کنند. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش ادهمی (۱۳۸۵) نیز همسو است؛ یعنی براساس این مطالعات سبک رهبری تحول‌گرا که در حقیقت مدیریت بر مبنای مشارکت کارکنان است بر میزان کارآفرینی افراد تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

همچنین، براساس یافته‌ها بین دو متغیر هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی با ضریب اطمینان ۹۹ درصد ( $r=0/24$ ) همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد. بدیهی است کارآفرینی کارمندان و بروز خلاقیت از سوی آنان به سازمان بستگی تام دارد؛ یعنی اگر فرد خود را در برابر سازمان متعهد بداند، همگام‌سازی با سازمان با کمترین هزینه و زمان به یکی از اهداف اصلی وی تبدیل می‌شود و برای رسیدن به این هدف بی‌شک از نبوغ و خلاقیت خود استفاده می‌کند. به این ترتیب، این فرض که هرچه فرد خود را متعلق به سازمان بداند، کارآفرینی وی افزایش می‌یابد و هرچه به سازمان بی‌تفاوت باشد، از ابتکار و خلاقیت وی کاسته می‌شود، تأیید می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش امانوئل و همکاران (۲۰۱۰) با عنوان بررسی رابطه نقش هویت سازمانی در ایجاد کارآفرینی در شرکت‌ها همخوانی دارد. آن‌ها دریافته‌اند هویت به تحقق بیش کارآفرینی در افراد و سازمان‌ها منجر می‌شود، درحالی که نتایج این پژوهش یافته‌های هاشمی و همکاران (۱۳۹۲) را تأیید نمی‌کند. آنان در پژوهش خود اعلام کردند بین احساس هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. با در نظر گرفتن نتایج این پژوهش و تحقیقات مشابه، کارکنان وقتی احساس کنند رابطه‌شان با سازمان مبتنی بر احترام و اعتماد متقابل است و در اهداف و ارزش‌های سازمان سهیم‌اند، انگیزه بیشتری برای تعقیب منافع سازمانی به دست می‌آورند و همه توان خود را برای متعالی کردن سازمان به کار می‌گیرند (خورشید، ۱۳۸۸). در کل، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد سبک رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی در رابطه با رفتار کارآفرینی نقش پیش‌بینی‌کننده دارند؛ یعنی کارآفرینی اعضا از روی سبک رهبری مدیران و هویت سازمانی موجود قابل پیش‌بینی است.

با وجود تلاش‌ها برای برطرف کردن مشکلات و محدودیت‌ها، این پژوهش نیز مانند بسیاری از پژوهش‌های دیگر محدودیت‌هایی دارد که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

همکاری نکردن برخی از اعضا در اجرا، تحویل و عودت پرسشنامه‌ها و این تصور که پاسخ به پرسشنامه‌ها به کاهش اعتبار آن‌ها در محیط کار منجر می‌شود. همچنین، محدود کردن ابزار سنجش و جمع‌آوری اطلاعات به پرسشنامه و استفاده نکردن از سایر روش‌های جمع‌آوری اطلاعات از جمله مشاهده، مصاحبه و... که ممکن بود بر بار علمی تحقیق بیفزاید و اعتبار یافته‌های پژوهش را افزایش دهد.

همان‌طور که اشاره شد، بین متغیرهای یادشده رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ بنابراین، برای بهبود وضعیت کارآفرینی در بین استادان دانشگاه پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه به استادان توجه داشته باشند. آن‌ها باید مشارکت استادان را در تصمیم‌گیری‌های سازمانی ارج نهند و خلاقیت و پذیرش چالش‌ها را به عنوان بخشی از کار آن‌ها تشویق کنند تا استادان ایده‌ها و بینش خود را به اعضا منتقل کنند و حس هدفمندی را در افراد ایجاد کنند تا فراتر از استانداردها توسعه یابند.

مدیران دانشگاه باید در رفع مشکلات استادان دانشگاه کوشا باشند، دانشگاه به استادان خود وفادار باشد و برای حفظ و ارتقای وضعیت کاری آن‌ها بکوشد. مدیران دانشگاه با استادان برخورد صادقانه و به دور از تبعیض داشته باشند و در ایجاد جو خوش‌بینی، درک متقابل، تحسین استادان و تشویق عملکرد آن‌ها فعال باشند. مدیران دانشگاه در ایجاد فضای عمومی دانشگاه برای ایجاد تعلق خاطر در استادان برنامه‌ریزی داشته باشند. برای جامعیت بخشیدن به پژوهش پیشنهاد می‌شود:

در زمینه رابطه کارآفرینی با متغیرهای یادشده با استفاده از ابزارهای دیگر، پژوهش‌های بیشتری صورت گیرد و به نقش دیگر متغیرهای تعدیلگر و میانجی احتمالی بیشتر توجه شود. پیشنهاد می‌شود رابطه بین هریک از مؤلفه‌های رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی به دقت بررسی شود.

همچنین، پیشنهاد می‌شود به نقش متغیرهای تعدیلگر و میانجی احتمالی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی توجه شود.

## منابع

- ابوالحسنی رنجبر، احمد، عنابستانی، مینا و اسماعیل شریعت جعفری (۱۳۹۱)، «رابطه بین سرمایه فکری و کارآفرینی درون سازمانی (مطالعه موردی: سازمان امور اقتصاد و دارایی استان تهران)»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.
- احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۹)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات جاجرمی، تهران.
- احمدی، فریدون (۱۳۹۰)، «بررسی موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی در دانشگاه‌های ایران»، مجموعه مقالات اولین همایش بین‌المللی مدیریت، آینده‌نگری، کارآفرینی و صنعت در آموزش عالی، دانشگاه کردستان.
- ادهمی، حسین (۱۳۸۵)، بررسی ارتباط میان نیازهای کارکنان و کارآفرینی آن‌ها، در ریاست سازمان صدا و سیما (بر مبنای تئوری نیازهای مک‌کله‌لند)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- اردلان، محمدرضا و وحید سلطان‌زاده (۱۳۹۴)، «تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی»، توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره ۳: ۴۹۳-۵۱۲.
- الوانی، مهدی و غلامرضا معمارزاده (۱۳۹۴)، رفتار سازمانی، چاپ بیست‌وسوم، انتشارات مروارید، تهران.
- پورحسن هریس، ساجد و محبوب شیخعلی زاده هریس (۱۳۹۴)، «تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران»، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره هفتم، شماره ۲۸: ۲۱۹-۲۳۱.
- تابلی، حمید، تیرگر، هدایت‌الله، مظفری، لیلا، مرتضوی، حمید و فاطمه مهرابی‌فر (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول‌آفرین و خلاقیت کارکنان در سازمان‌های دولتی شهرستان نیریز»، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره ۱: ۱-۲۵.
- حسینی‌خواه، علی (۱۳۸۷)، «امکان و ضرورت آموزش کارآفرینی در مدارس»، مطالعات برنامه‌درسی، دوره سوم، شماره ۱۱: ۶۶-۹۴.
- خلیلی، زینب (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین سبک تفکر خلاق با کارآفرینی سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ارومیه.
- خورشید، صدیقه (۱۳۸۸)، «مطالعه رابطه بین هویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان بانک‌های دولتی شهر کرمان»، پژوهش‌های مدیریت، سال دوم، شماره ۶: ۱۲۵-۱۵۸.

خوشنودی‌فر، زهرا، ارتیاعی، فاطمه و مجید جعفری (۱۳۹۰)، «بررسی ویژگی‌های کارآفرینان دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی سراوان»، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال چهارم، شماره ۴: ۷۲-۸۳.

دباغ، رحیم و محمدرضا رضایی‌زاده (۱۳۹۰)، «بررسی ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین در ایران و کشورهای منتخب و ارائه توصیه‌های کاربردی برای توسعه آن در کشور»، مجموعه مقالات اولین همایش بین‌المللی مدیریت، آینده‌نگری، کارآفرینی و صنعت در آموزش عالی، دانشگاه کردستان.

رضایی، روح‌الله و سید محمود حسینی (۱۳۹۲)، «طراحی مدل معادلات ساختاری توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان»، نشریه توسعه کارآفرینی، سال ششم، شماره ۴: ۵۷-۷۴.

رضایی، زهرا، انوری‌پور، حامد و محمد سهرابی پور (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین با هویت سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان پتروشیمی ایلام)»، دومین کنفرانس ملی پویایی مدیریت توسعه اقتصادی و مدیریت مالی، شیراز.

شائمی برزکی، علی و مهناز محمدی (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی»، پژوهشنامه مدیریت تحول، سال ششم، شماره ۱۲: ۱-۲۸.

شهرکی‌پور، حسن، ندری، خدیجه و رحمان شیرمحمدی (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان»، فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، سال اول، شماره ۴: ۱۰۹-۱۳۶.

طالبی، کامبیز و محمدرضا زارع یکتا (۱۳۸۷)، «آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (SEMS) دانش‌بنیان»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۱: ۱۱۱-۱۳۱.

ظهیری، هوشنگ (۱۳۹۰)، فراتحلیل مطالعات کارآفرینی و اشتغال، چاپ اول، انتشارات جامعه و فرهنگ، تهران.

فکور، بهمن (۱۳۸۷) «دانشگاه کارآفرین (مفهوم، زمینه‌های پیدایش و نحوه دستیابی)»، فصلنامه علمی و ترویجی رشد فناوری، سال پنجم، شماره ۱۷: ۳۵-۴۲.



قهرمانی، محمد، رشید حاجی خواجه‌لو، صالح و عقیل ابوچناری (۱۳۹۰)، «نقش رهبری تحولی در ارتقای دانشگاه به سازمان کارآفرین»، نشریه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره ۱۴: ۱۸۵-۲۰۴.

کمالیان، امین‌رضا، یعقوبی، نورمحمد و اشکان الیاس کردی (۱۳۸۹)، «مطالعه عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی و نقش آن در پیاده‌سازی استراتژی کارآفرینی»، ماهنامه راهبرد یاس، شماره ۲۳: ۱۸۴-۲۰۰.

کردنائیچ، اسدالله، اکبری، حسن و علی رضائیان (۱۳۸۶)، «بررسی موانع کارآفرینی سازمانی؛ مورد مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال»، فصلنامه مدرس علوم انسانی، سال سوم، شماره ۱۱: ۱۴۱-۱۵۹.

معايير حقیقی‌فرد، علی، یوسفی، سجاد و اکبر میرزاده (۱۳۸۹)، «سبک رهبری و پیامدهای آن در چارچوب مدل رهبری تمام‌عیار»، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال هفتم، شماره ۲۸: ۱۱-۲۷. مقیمی، محمد (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی: پژوهشی در سازمان‌های غیر دولتی (NGOs) ایران، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

مقیمی، محمد و مجید رمضان (۱۳۹۰)، پژوهش‌نامه مدیریت، انتشارات راه دان، تهران. ملک‌پور، علی، احمدی، امید علی و بیژن زارع (۱۳۹۰)، شهر و تکاپوی کارآفرینی (زمینه‌ها، راهکارها، موانع و فرصت‌های توسعه کارآفرینی، انتشارات جامعه و فرهنگ، تهران. مینتزرگ، هنری (۱۳۹۳)، سازماندهی پنج‌الگوی کارساز، ترجمه ابوالحسن فقیهی و حسین وزیری سابقی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، تهران.

ناظم، فتاح و سمانه حدادپور (۱۳۹۲)، «ارائه الگوی ساختاری عدالت سازمانی بر اساس سبک‌های رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرا در دانشگاه آزاد اسلامی»، فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال چهارم، شماره ۱۳: ۵۱-۶۶.

نیاآذری، کیومرث، تقوایی یزدی، مریم و اعظم محمدی البرزی (۱۳۹۵)، «بررسی تأثیر هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی در بروز رفتار شهروندی سازمانی با ارائه مدل مناسب»، مدیریت بهره‌وری، سال نهم، شماره ۳۶: ۱۹۹-۲۲۱.

هاشمی، بهنام، تابان، محمد و فریبا هاشمی (۱۳۹۲)، «بررسی ارتباط بین هویت سازمانی و کارآفرینی

سازمانی کارکنان دانشگاه پیام نور شهرستان بلدختر»، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، شیراز.

یعقوبی، نورمحمد، مقدمی، مجید و عالمه کیخا (۱۳۸۹)، «بررسی رابطه بین رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۴: ۶۴-۹۶.

Albert, S. Ashforth, B. E. & Dutton, J. E. (2000). "Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges", *Academy of Management Journal*, 25(1): 7- 13.

Albert ,S. & Whetten ,D. A.(1985) .“Organizational identity”, In Cummings, L. L. & Staw, M. M. )Eds ,(Research in organizational behavior-263-295, 7.

Alegre, J. & Chiva, R. (2009). *Entrepreneurial orientation ,organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry*, Institute of Valenciano Investigations Press.

Ashforth ,B & .Male ,F. (1989) “Social identity theory and the organization” , *Academy of Management Review*- 14 (2): 29-39.

Barnett ,K .McCormick ,J & .Connors ,R.(2001) .“Transformational leadership in schools— panacea ,placebo ,or problem?”, *Journal of Educational Administration*. 39(1):24-46.

Bellone, C. & Goerl, G. (1992). “Reconciling Public Entrepreneurship and Democracy”, *Public Administration Review*, 52(2): 130- 134.

Burns ,J. M (1978). *Leadership*, Harper & Row, New York.

Chen, X. P., Yao, X. & Kotha, S. (2009). “Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions”, *Academy of Management Journal*, 52(1): 199- 214.

Duckett, H. & Macfarlane, E. (2003). “Emotional intelligence and transformational leadership im retailing”, *Leadership & Organization Development Journal*, 24(6): 309- 317.

Givens, J. (2008). “Transformational leadership: The impact on organizational and personal outcomes”, *Emerging Leadership Journeys*, 1(1): 4- 24.

Gupta, V., MacMillan, C. & Suriec, G. (2004). “Entrepreneurial leadership: Developing and measuring a cross-cultural construct”, *Journal of Business Venturing*, 19(2): 60– 241.

Hemmen, V., Urbano, S. & Alvarez, D. (2013). “Clafia, charismatic leadership and entrepreneurship activity: an empirical analysis Innovar”, *Revista de Ciencias Administrativas Sociales*, 23(50): 53- 65.

- Heinonen, J. & Korvela, K. (2005). *How about measuring entrepreneurship?* Research Report, Small Business Institute, Turku, Finland. p.126.
- Hough, J. & Scheepers, R. (2008). "Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership", *Journal of Global Strategic Management*, 3(1):17- 25.
- Juan, A., Moriano, F. M., Gabriela, T. & Jean L. M. (2014). "The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1): 103- 119.
- Krishnan, R. (2004). "Impact of transformational leadership on followers influence strategies", *The Leadership & Organization Development Journal*, 25(1): 58- 72.
- Labianca, G., Fairbank, J., Thomas, J. & Gioia, D. (2001). "Emulation in academia: Balancing structure and identity", *Organization Science*, 12(3): 312– 330.
- Llewellyn, N. & Jones, G. (2003). "Controversies and conceptual development: Examining public entrepreneurship", *Public Management Review*, 5(2): 245-266.
- Limsila, K. & Ogunlana, S. (2008). "Performance and leadership outcome correlates of leadership styles and subordinate commitment Engineering", *Construction and Architectural Management*, 15(2): 164- 184.
- Masomi, E., Eghdami, A., Derakhshan, M., Ashore, S. & Ghanimat, P. (2013). "The relationship between organizational climate dimension and corporate entrepreneurship (Case study: Meshkinshahr Payam Noor university, Iran)", *Research Journal of Recent Sciences*, 2(11): 107- 113.
- Miles, M., Munilla, S. & Darroch, J. (2009). "Sustainable corporate entrepreneurship", *Journal of International Entrepreneurship and Management*, 5(1): 65- 76.
- Muldoon, S. (2003). *Excellent managers: Exploring the acquisition, measurement, and impact of leader skills in an Australian business context*, Thesis (Ph. D.), Victoria University of Technology, Australia.
- Murnieks, C. Y. (2007). *Who am I? The quest for an entrepreneurial identity and an investigation of its relationship to entrepreneurial passion and goal-setting*, Ph.D Thesis, University of Colorado, Boulder, CO.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E. & Cardon, M. S. (2012). "Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs", *Journal of Management*. 40(6): 1583-1606.

- Naipaul, S. (2009). "Entrepreneurship and leadership in hospitality: Insights and implications for hospitality and tourism education – Mr Harris Rosen in conversation with Drs Sandra Naipaul and Youcheng Wang, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(6): 639- 658.
- Puusa, A. & Tulvanen, U. (2006). "Organizational Identity and trust", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 11(2): 24- 111.
- Puusa, A. (2006). "Conducting research on organizational identity", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, EJBO, 11(2): 24- 28.
- Riketta, M. (2005). "Organizational identification: A metaanalysis", *Journal of Vocational Behavior*, 66(2): 358- 384.
- Riaz, T. Akram, M. & Ijaz, H. (2011). "Impact of transformational leadership style on affective employees, commitment: An empirical study of banking sector in Islamabad (Pakistan)", *The Journal of Commerce*, 3(1): 43- 51.
- Scheepers, M. Hough, J. & Bloom, J. (2008). "Nurturing the corporate entrepreneurship capability", *Southern African Business Review*, 12 (3): 50- 75.
- Sing, L. Edward, F. & McDonough, A. (2009). "Investigating the role of organizational culture in fostering innovation ambidexterity", *Journal of management*, 23(1): 1- 25.
- Tarabishy, A. Solomon, G., Lloyd, W., Fernald, J. & Sashkin, M. (2005). "The entrepreneurial leader's impact on the organization's performance in dynamic markets", *Journal of Private Equity*, 8(4): 9– 20.
- Teske, P. & Schneider, M. (1994). "The bureaucratic entrepreneur: The case of city managers", *Public Administrative Review*, 54(4): 331- 340.
- Wei, H. & Mtbj, A. (2007). "Identity studies: multiple perspectives and implications for corporate– level marketing", *European Journal of Marketing*, 41(7): 1- 8.
- Yang, C. W. (2008). "The relationships among leadership style, entrepreneurial orientation, and business performance", *Manage Global Transit*, 6(3): 257-275.