

طراحی و ارزیابی الگوی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در سازمانها و نهادهای فرهنگی (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

فرشاد رحمتی زنجان طلب
کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی fr5631@gmail.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: طی دهه‌های اخیر، موضوع نوآوری و کارآفرینی توجه زیادی را در بخش فرهنگی به خود جلب کرده است. این پژوهش برای بررسی توانمندی‌های کارآفرینی سازمانی در سازمانها و نهادهای فرهنگی انجام گرفته تا الگویی را برای تبیین نقش مولفه‌های عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای (محیطی) در فرآیند ارتقای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات ارائه نماید.

روش پژوهش: این پژوهش از روش توصیفی-همبستگی با استفاده از زمینه‌یابی یا پیمایشی انجام گرفته و داده‌های میدانی عمدتاً از طریق پرسشنامه گردآوری شده و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از انواع روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران از کارآفرینی مطلوبی برخوردار نیست. آزمون همبستگی روابط بین عوامل ساختاری، رفتاری (محتوایی) و زمینه‌ای با کارآفرینی را تایید نمود و همچنین آزمون فرضیه‌ها نشان داد از بین این عوامل، عامل زمینه‌ای و ساختاری به ترتیب بیشترین و کمترین تاثیر را بر ارتقای کارآفرینی در دانشگاه دارند.

نتیجه‌گیری: صاحب‌نظران اعتقاد دارند که ساختار سازمانی مهمترین فضای کارآفرینی سازمانی است و نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ساختار حاکم بر واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران دارای ساختار رسمی مبتنی بر قوانین و مقررات و سلسله مراتب اداری است که با شرایط لازم برای ارتقای کارآفرینی سازمانی فاصله دارد لذا طراحی و الگوی بومی ارائه شده در این پژوهش می‌تواند به ارتقای کارآفرینی سازمانی براساس مدل سه شاخه عوامل ساختاری، رفتاری و محیطی کمک نماید.

واژگان کلیدی: ارتقای کارآفرینی سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

نهادهای سازمانها، دانشگاه و... اشاره دارد. کارآفرینی سازمانی تلاشی است برای ایجاد ذهنیت و مهارتهای کارآفرینانه و البته وارد ساختن این ویژگیها و ذهنیتها به درون فرهنگ و فعالیتهای سازمان.

آنچه مسلم است سازمانهای فرهنگی در آینده به موجودیت خود ادامه خواهند داد و به یقین نقشی اساسی در توسعه فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و اقتصادی کشور به عهده خواهند داشت و دولت در این راستا تلاش میکند تا نقش سازمانهای فرهنگی در فرآیند توسعه پایدار را دریابد و بر واگذاری نقشهای جدیدتر به آنها تاکید دارد. اما همیشه این سوال مطرح بوده است که چگونه میتوان کارایی و اثربخشی(بهره وری) سازمانهای فرهنگی را بهبود بخشید؟ در پژوهش حاضر سعی میشود با این رویکرد جدید تاثیر عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای بر کارآفرینی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران مشخص شده و شروع حرکت تازه‌ای باشد که در نظر دارد الگوی بومی کارآفرینی سازمانی را در این واحد ارائه نماید. کارآفرینی، خلاقیت و کسب و کارهای مخاطره آمیز، سوخت موتور اقتصاد مدرن را فراهم میکنند. اهمیت این سه عنصر نمیتواند اغراق آمیز باشد. مدیران کارآفرین که در راس کسب و کارهای مخاطره آمیزند، در جستجوی فرصتها هستند و خلاقیتها اغلب ابزاری برای موفقیت آنها تلقی میشوند. کارآفرینی فرایندی است که در محیطها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصتهای اقتصادی واکنش نشان

طی دهه‌های اخیر، موضوع نوآوری، تحول و کارآفرینی توجه زیادی را در بخش فرهنگی به خود جلب کرده است. با اینکه این اصطلاح کارآفرینی عمدتاً در بخش خصوصی بکار رفته است اما اکنون در ادبیات مدیریت فرهنگی نیز دیده می‌شود و مباحث زیادی در خصوص وجود ماهیت و کاربرد کارآفرینی در بخش فرهنگی شکل گرفته است بطوریکه بعنوان راهکاری برای مرتفع ساختن مشکلات امور فرهنگی مطرح شده است.

با توجه به نقش محوری فرهنگ در تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه و ضرورت کارآمدی و پویایی سازمانها و نهادهای فرهنگی در تحقق این رسالت، صاحبانظران، سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و مدیران بخش فرهنگی بر این باورند که با توجه به انتظارات رو به افزایش و متنوع ارباب و رجوع و شهروندان جامعه و تحولات سریع محیطی، عصر و دوره مدیریت سنتی و بوروکراتیک در امور سازمانهای فرهنگی به سرآمده است. از این رو صاحبانظران برای اثربخش نمودن سازمانهای فرهنگی، رویکرد نوینی را تحت عنوان «ارتقای کارآفرینی سازمانی» مطرح میکنند، که بر این اساس باید تغییرات بنیادی را در مدیریتهای فرهنگی شاهد باشیم. کارآفرینی سازمانی به عنوان احیا و بازسازی سازمانهای موجود در نظر گرفته شده و ابزاری برای توسعه و بهبود کسب و کار، افزایش درآمد و سودآوری، پیشگامی در ایجاد و توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید به شمار می‌آید. به طور کلی میتوان گفت کارآفرینی سازمانی به انجام فعالیتهای کارآفرینانه در

زمینه‌ای (محیطی) نظیر ارتباطات محیطی، ارتباط با دولت و تعامل با شهروندان هستند که بررسی نقش و اثر این عوامل بر کارآفرینی سازمانی، می‌تواند موجب بهبود، تسهیل و تسریع پیامدهای مرتبط با اهداف کارآفرینی در این دانشگاه گردد.

بدین منظور، بر اساس الگوی ارائه شده، عوامل درون سازمانی و برون سازمانی مختلف و مرتبط مشخص شده و در نهایت با توجه به شرایط خاص سازمان‌های فرهنگی ایران، چارچوبی ارائه می‌شود که ویژگی‌های لازم را برای این عوامل به منظور ارتقای کارآفرینی سازمانی مشخص می‌سازد. یافته‌های این پژوهش در سازمان‌های فرهنگی ایران قابل تعمیم و کاربرد خواهد داشت و آنها را در حرکت به سمت تحقق سازمان کارآفرین راهنمایی خواهد نمود.

اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

دستیابی به اهداف مشخص شده در سند چشم‌انداز بیست ساله کشور و اهداف برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی، ضرورت تحول در نظام اداری کشور را قطعی می‌سازد، اما مشکل عمده‌ای که وجود دارد فقدان توانمندی و ظرفیت‌های درونی سازمان‌های فرهنگی است. روند کلی در سازمان‌های فرهنگی ایران مویذ این مطلب است که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها، سنتی و غیر کارآفرینانه می‌باشد که یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی آن می‌تواند ناشی از فقدان نوآوری و کارآفرینی در آنها باشد، لذا سازمان‌های فرهنگی و بویژه واحد علوم و تحقیقات بر این نکته وقوف کامل دارند که تا ظرفیت‌های ساختاری و رفتاری خود را ارتقاء

می‌دهند، رخ می‌دهد که این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد. (هارلی، 1999، 2: 14) از آنجا که وجود نهادها و سازمان‌های فرهنگی و نقش آنها در فرایند توسعه پایدار مورد توجه صاحب‌نظران فرهنگی و همچنین مدیران فرهنگی است، پژوهش حاضر می‌کوشد تا با ارائه متدولوژی علمی - کاربردی مناسب، ضمن مطالعه واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران، الگویی برای ارتقای کارآفرینی آن ارائه نماید.

بیان مساله

امروزه کارآفرینی را بعنوان موتور رشد و حرکت توسعه اقتصادی جوامع، سازمانها و دانشگاه‌ها می‌شناسند. با توجه به اینکه کارآفرینی، فرآیند درون سازمانی است، در پژوهش حاضر، ضمن بررسی عوامل مختلف مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی، بر نقش مهمی که این موضوع می‌تواند در بهبود وضعیت این سازمان‌ها و در این پژوهش، واحد علوم و تحقیقات با توجه به ویژگی‌های خاص آنها ایفا نماید، تاکید می‌شود. در این میان مساله اصلی این است که چگونه می‌توان کارآفرینی سازمانی را در این واحد بهبود بخشید؟ در پاسخ به این سوال باید عوامل مختلفی را که در این رابطه تأثیرگذار هستند شناسایی کرد و نحوه تأثیرگذاری را مشخص نمود. این عوامل شامل عوامل ساختاری نظیر ساختار، استراتژی، سیستم مالی و بودجه‌ای، سیستم پژوهش و توسعه، سیستم ارزیابی عملکرد و سیستم حقوق و دستمزد، عوامل رفتاری نظیر فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های کارکنان و مدیران، سبک رهبری، و عوامل

ریچارد اسکات با عنوان «سازمان‌ها: سیستم‌های عقلایی، طبیعی و باز» را مد نظر قرار داده است و براساس آن فرضیات پژوهش و متغیرها ساماندهی شده‌اند. این پژوهش می‌تواند شروع حرکت تازه‌ای باشد که در نظر دارد الگوی بومی ارتقای کارآفرینی سازمانی را در واحد مذکور ارائه نماید که بررسی این موضوع در این دانشگاه ضروری به نظر می‌رسد.

اهداف پژوهش

در این پژوهش اهداف متعددی دنبال می‌شود که آنها را می‌توان در قالب هدف اصلی و اهداف جزئی تقسیم نمود: هدف اصلی این پژوهش، بررسی توانمندی‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی و در این پژوهش واحد علوم و تحقیقات است، تا براساس آن الگویی طراحی گردد که سازمان‌های فرهنگی در راستای اهداف مشخص شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور و همچنین اهداف برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران، به بهبود توانایی‌ها و مهارت‌های ساختاری، رفتاری و محیطی خود بپردازند و برای ایفای مؤثر نقش فرهنگی و آموزشی در جامعه، آمادگی لازم را پیدا نمایند. با توجه به ابعاد و متغیرهای مدل مفهومی پژوهش، مهمترین هدف فرعی برای این پژوهش عبارت است از: ارائه الگوی مطلوب در زمینه عوامل ساختاری، عوامل زمینه‌ای سازمان‌های فرهنگی متناسب با ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهشی این پژوهش بر اساس مدل مفهومی سازماندهی گردیده که از سه

نبخشند، توان ایفای نقش اصلی و فعال خود را در جامعه نخواهند داشت.

کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌هایی که در پی کارآیی و اثربخشی هستند، یک نیاز اساسی است و بسیاری از سازمان‌های فرهنگی شدیداً به دنبال روشها و رویکردهای کارآفرینی سازمانی می‌باشند. بخش فرهنگی یک کشور از بسترهای رشد و توسعه اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و... محسوب می‌شود بنابراین، کارآمدی این بخش و ضعف سازمان‌های فرهنگی و آموزشی بعنوان مجاری اصلی اجرای فرهنگی در کشور، مشکلاتی را برای جامعه به همراه خواهد داشت که با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی و بسترسازی برای فرهنگ و آموزش حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. هم‌اکنون موضوع کارآفرینی با ایجاد نهادهای کارآفرینی در دانشگاه‌ها مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. به منظور پیاده‌سازی اهداف کارآفرینی در دانشگاه‌ها، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مسئولیت اجرایی «طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور» را که به اختصار «کاراد» نامیده می‌شود، به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار کرده است. این سازمان نیز از اواخر سال 1379 نسبت به سازماندهی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های مجری طرح اقدام نموده است.

در خاتمه باید اشاره نمود این پژوهش به گونه‌ای است که برای شناخت ابعاد سازمانی واحد علوم و تحقیقات عوامل سه‌گانه ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای ارائه شده از کتاب

توصیفی با استفاده از زمین‌یابی یا پیمایشی و همچنین روش همبستگی انجام می‌گیرد، داده‌های میدانی که شامل داده‌های واقعی است، از طریق روش‌های مختلف گردآوری می‌گردد. پرسشنامه، مصاحبه، بررسی اسناد و مدارک و مشاهده، از جمله روش‌هایی است که برای گردآوری داده‌ها استفاده خواهد شد. البته از میان روش‌های فوق، عمدتاً از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از انواع روش‌های آمار توصیفی و استنباطی در قالب نرم افزار SPSS استفاده گردیده و نیز روابط علی متغیرهای مستقل و وابسته از طریق مدل با استفاده از نرم افزار LISREL VER 8.5 تبیین گردیده است.

چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش

با توجه به اینکه کارآفرینی سازمانی (بعنوان متغیر وابسته)، فرآیند درون سازمانی بوده و متاثر از عوامل ساختاری نظیر ساختار، استراتژی، سیستم مالی و بودجه‌ای، سیستم پژوهش و توسعه، سیستم حقوق و دستمزد، عوامل رفتاری نظیر فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های کارکنان و مدیران و سبک رهبری و عوامل زمینه‌ای (محیطی) نظیر ارتباطات محیطی، ارتباط با دولت و با شهروندان (بعنوان متغیرهای مستقل) است. مدل مفهومی یک الگوی نظام مند است که در تحقیق حاضر به شکل زیر می‌باشد.

فرضیه اصلی و 13 فرضیه فرعی تشکیل شده است، فرضیه‌های اصلی و فرعی این پژوهش عبارتند از:

1) بین عوامل ساختاری و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

1-1) بین ساختار سازمانی، استراتژی سازمانی، سیستم مالی و بودجه، سیستم پژوهش و توسعه، سیستم ارزیابی عملکرد و سیستم حقوق و دستمزد و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

2) بین عوامل رفتاری و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

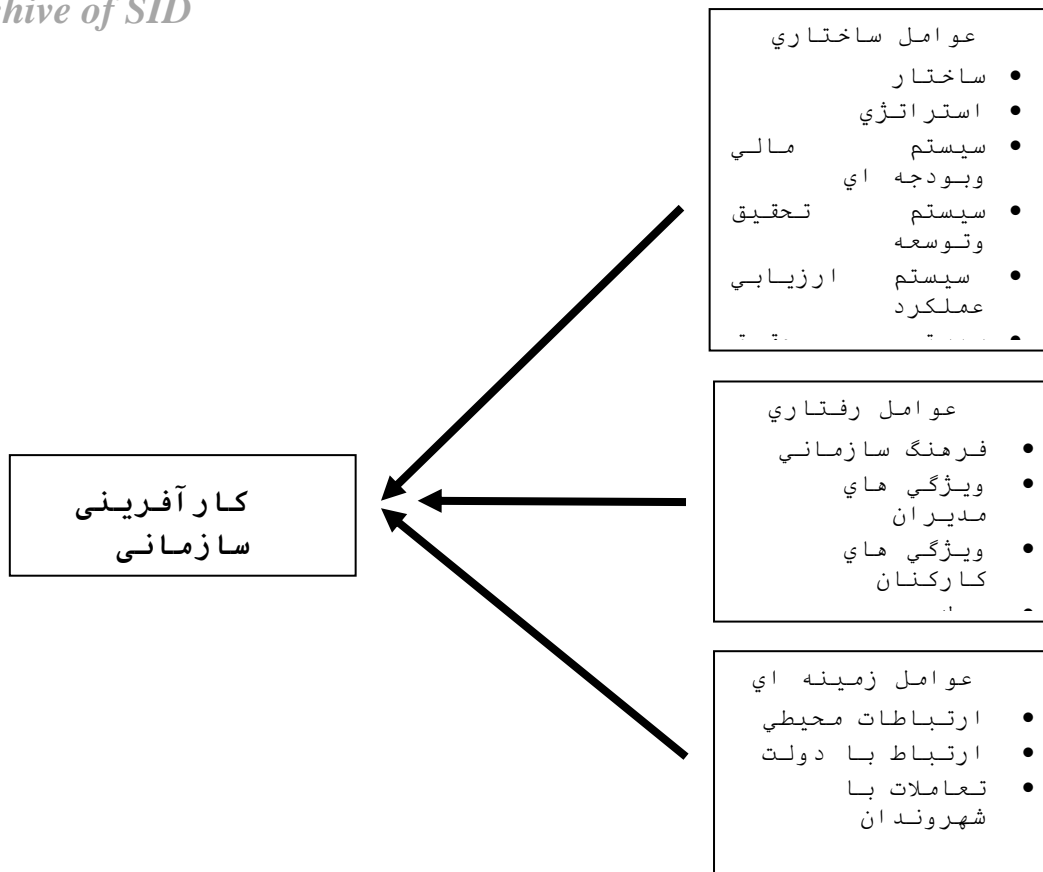
2-1) بین فرهنگ سازمانی، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان و سبک رهبری و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

3) بین عوامل زمینه‌ای و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

3-1) بین ارتباطات محیطی، ارتباط با دولت و تعاملات با شهروندان و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر (قابل اطمینان) و نظام یافته برای بررسی واقعیتها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است. این پژوهش از روش



نمودار 1: چارچوب مفهومی تحقیق

با توجه به ضریب اطمینان قابل قبول 95 درصد، $t = 1/96$ می‌شود، میزان دقت احتمالی مطلوب یا دامنه خطای قابل قبول، که در این فرمول $d = 0/5$ می‌شود، $S^2 =$ برآورد و اریانس متغیر یا صفت مورد مطالعه جمعیت که با استفاده از تحقیقات مشابهی که انجام گرفته برابر پنج است. (سرایي 1375، 128)

در پژوهش حاضر برای گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه پژوهش در مطالعه کتابخانه‌ای از ابزارهای کتاب، پایان‌نامه‌ها و جستجوی اینترنتی و در گردآوری اطلاعات آماری از پرسشنامه، مصاحبه، فیش برداری و بررسی اسناد و مدارک استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های

جامعه آماری

جامعه آماری هدف مورد مطالعه در این پژوهش کارکنان و مدیران واحد علوم و تحقیقات تهران دانشگاه آزاد اسلامی هستند که تعداد آنها 750 نفر است بر این اساس، حجم نمونه از تعداد نفرات مورد نیاز با سطح اطمینان بالا از روش نمونه‌گیری تصادفی و با استفاده از فرمول زیر انتخاب شده و سپس نتایج حاصله به کل جامعه تعمیم داده می‌شود.

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot S^2}{N \cdot d^2 + t^2 \cdot S^2}$$

که در این فرمول :

n = حجم یا اندازه نمونه،
 N = حجم یا اندازه تخمینی جامعه که در این پژوهش 750 نفر است،
 t = تعداد اشتباه استاندارد لازم برای دستیابی به ضریب اطمینان قابل قبول است که

را در سازمان اشاعه نمایند. مهمترین ویژگی‌های ساختارهای کارآفرینانه عبارتند از:

- 1) نوآوری‌های کارکنان عملیاتی با ارتباطات روشن؛
- 2) کاهش سبک آمرانه با صرفنظر کردن از کنترل متخصصان به جای بنیانگذاری ارشدیت؛
- 3) سیستم‌های عملکرد گرا با تمرکز بر حمایت، تسهیل سازی و مربیگری؛
- 4) نوآوری سازمان یافته و نظام‌مند در تعقیب یک مأموریت صریح؛
- 5) انرژی زیاد به منظور شکل‌گیری خلاقانه سازمان با بکارگیری ریسک معقول؛
- 6) تکالیف قانونی روشن؛
- 7) هماوردطلبی برای بهبود مهارت‌های افراد و روش‌های تفکر؛
- 8) طراحی معیارهای سنجش برای ارزیابی شاخص‌های مختلف عملکرد؛
- 9) انعطاف‌پذیری ساختاری که بر اساس آن بوروکراسی تنزل یابد و ادوکراسی ارتقا پیدا کند؛
- 10) کارگروهی و شبکه‌های مدیریت مشارکتی؛
- 11) تاکید بیشتر بر فرآیندها به جای نتایج. (اکلس و نک، 1998، 13)

ایجاد یک سازمان ارگانیك، نیازمند تعهد خاص به مفهوم کارآفرینی سازمانی است. این مساله مستلزم یک فرایند تفکر تازه در مورد کل سازمان است. ایجاد یک سازمان ارگانیك در سازمانی که دارای ساختار بوروکراتیک یا مکانیکی سنتی است، اگر غیر ممکن نباشد، کار بسیار مشکلی است.

2) استراتژی سازمان‌های فرهنگی کارآفرینانه: یکی از ویژگی‌های سازمان کارآفرین، دارا بودن رسالت و مأموریت

گردآوری شده ابتدا اعتبار داده‌های جمع‌آوری شده را محک زده تا مشخص شود اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه تا چه میزان با واقعیت‌های کارآفرینی تطابق دارند برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ محاسبه می‌شود. آزمون کرونباخ برای محک اعتبار پرسشنامه‌ای که بصورت طیف لیکرت طراحی شده مناسب است و سپس با بهره‌گیری از تکنیک‌های آماری مناسب با توجه به هر دو شاخه آمار از انواع روش‌های آمار توصیفی و استنباطی در قالب نرم افزار (SPSS) و برای ارائه مدل از نرم افزار LISREL VER 8.5 استفاده خواهد شد.

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی

1) ساختار سازمان‌های فرهنگی کارآفرینانه: سازمان‌های سنتی بر ساختارهای بوروکراتیک مبتنی هستند. ویژگی‌های ساختار بوروکراتیک ظرفیت یک سازمان را برای پرورش کارآفرینی محدود می‌سازد. از طرف دیگر، ساختارهای سازمانی ارگانیك، رفتار کارآفرینانه را ترغیب می‌کنند. ویژگی‌های ابعاد ساختاری سازمان‌های کارآفرین شامل رسمیت کم، کمرنگ بودن سلسله مراتب، پیچیدگی اندک، تمرکز کم و حرفه‌ای بودن می‌باشد. از این ویژگی، مشخص می‌شود که نوع ساختار سازمان‌های کارآفرین، ارگانیك است. (صمدآقایی 1382، 45)

در سازمان‌ها باید ساختاری ایجاد شود که از رفتارهای کارآفرینانه اعضای سازمان حمایت نماید. در گام نخست مدیران باید سلسله مراتب سازمانی تخت (نه بلند) ایجاد نمایند و فرهنگ کارآفرینانه

اطمینان را درک می‌کنند، اما در مقابل آن ناتوان است. این استراتژی در بلندمدت دوام پذیر نیست. در یک سازمان فرهنگی کارآفرین، اطلاعات مهم به سازمان اجازه می‌دهند که فرصت‌های جدید را یافته و از آنها بهره‌برداری کند. مایلز و اسنو سازمان‌های کارآفرین را یک تحلیلگر یا آینده‌نگر می‌نامند. یعنی سازمانی که تلاش می‌کند به عرصه‌های سازمان‌های جدید وارد شود. سازمان‌های مدافع، تحلیل‌گرو کاوشگر، اغلب اطلاعات یکسانی را گردآوری می‌کنند. مدافع بدنبال اطلاعاتی است که به حفظ و مصونیت حرفه اصلی سازمان کمک می‌کند. مدافع آینده خود را فدای محصولات و خدمات حال می‌کند و برای کمک به شرایط رقابتیش بدنبال اطلاعات است. تحلیلگر و آینده‌نگر حرفه فعلی خود را حفظ می‌کند اما تلاش می‌کند تا فرصت‌های کاملاً جدید را در محیط خارجیش مشخص سازد. هر یک از آنها بدنبال سرمایه‌گذاری‌های جدید هستند. این نوع اطلاعات است که مدافع یا آنها را نادیده می‌گیرد یا قادر نیست از آنها استفاده کند.

(3) سیستم مالی و بودجه: بسیاری از پژوهش‌های، دسترسی به منابع را از مهمترین عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی دانسته‌اند و بر این اساس عوامل متعددی در سنجش کارآفرینی سازمانی با سیستم مالی ارتباط پیدا می‌کنند. در سازمان‌های کارآفرین، فرایند تخصیص بودجه آسان و سریع بوده و پروژه‌های کارآفرینانه از حمایت‌های مالی متنوعی برخوردار می‌شوند. از خصوصیات دیگر سیستم مالی سازمان کارآفرین، اولویت دادن تامین

روشن، منعطف، مشتری‌گرا و بدون است به گونه‌ای که رشد سازمان را از طریق اقدامات مخاطره آمیز و جدید تشویق می‌کند. در واقع یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی این است که کلیه کارکنان سازمان، ماموریت و رسالت سازمان را درک و نسبت به تحقق آن تلاش کنند. (هادیزاده و رحیمی فیل آبادی 1384، 23)

«مایلز و اسنو» در تبیین رفتار استراتژیک، انواع استراتژی سازمان‌ها را به چهار دسته تقسیم می‌کنند که عبارتند از:

(1) استراتژی آینده‌نگر: این سازمان‌ها تمایل دارند در محیط ناپایدار فعالیت کنند و دائماً در جستجوی فرصت‌های بازار هستند و اغلب از طریق ارائه خدمات و محصولات جدید و تحقیق و توسعه، خالق تغییر هستند.

(2) استراتژی تدافعی: این سازمان‌ها تمایل دارند در یک قلمرو محدود و محصول بازار ثابت فعالیت کنند. مدیران عالی متخصصان برجسته‌ای در حوزه عملیاتی محدود سازمان‌های خود هستند، اما به پژوهش خارج از قلمرو برای فرصت‌های جدید تمایلی ندارند؛

(3) استراتژی تحلیلگر: این سازمان‌ها بین طیف آینده‌نگر و تدافعی هستند و بنابراین مشخصات هر دو را از خود بروز می‌دهند. آنها رقبا را از نزدیک مورد مطالعه قرار می‌دهند، سپس با ایده‌های جدید، خود را تطبیق می‌دهند و از پژوهش‌های کارآ و مهارت‌های تولیدی استفاده می‌کنند؛

(4) استراتژی انفعالی: سازمان‌هایی هستند که مدیریت عالی، تغییر و عدم

انتزاعی‌ترین شکل خود، به منظور ایجاد پالایش نظریه‌ها صورت می‌گیرند. در این نوع پژوهش‌ها، مساله از حوزه اجرایی واقعی ناشی نشده است. هدف اساسی این نوع پژوهش‌ها، تبیین روابط بین پدیده‌ها و کشف قوانین و اصول علمی است. پژوهش‌های کاربردی، نظریه‌ها، قانونمندی‌ها، اصول و فنونی که در پژوهش‌های پایه تدوین می‌شوند را برای حل مسائل اجرایی و واقعی به کار می‌گیرد. این نوع پژوهش‌ها بیشتر بر موثرترین اقدام تاکید دارند و علتها را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. (گی، 1992، 9)

پژوهش‌های بنیادی و کاربردی توأمان دو سر یک پیوستار نیستند، بلکه با هم رابطه‌ای متقابل دارند، به گونه‌ای که غالباً در پژوهش‌های کاربردی، اصول علمی تدوین شده در پژوهش‌های پایه، مبنای کاربردی شدن قرار می‌گیرند.

(5) سیستم ارزیابی عملکرد: نظام ارزیابی عملکرد یکی از زیر سیستم‌های نظام مدیریت منابع انسانی است که می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه داشته باشد، ارزیابی عملکرد فرآیندی است در کل فرآیند مدیریت عملکرد و در سه سطح افراد، گروه و سازمان انجام می‌گیرد. ارزیابی عملکرد سازمان، معیاری است برای سنجش اثربخشی سازمان. ارزیابی عملکرد، مقایسه طرز انجام کار واقعی کارکنان با معیارها و استانداردهای از پیش تعیین شده است و با توجه به نگرش سیستمی به سازمان عوامل داخلی و خارجی بر این فرآیند موثر است. بطور کلی، ارزیابی عملکرد در سازمان باید از ویژگی‌هایی برخوردار باشد تا خلاقیت و کارآفرینی

مالی هزینه‌های واحد پژوهش و توسعه و بازاریابی محصولات و خدمات جدید است. (صمد آقایی، 1382، 57)

فنون مختلفی برای بودجه‌ریزی وجود دارد که مهمترین این فنون برای بودجه‌ریزی در سازمان‌های فرهنگی عبارتند از:

- (1) بودجه ریزی سنتی برمبنای فصول مواد- هزینه؛
- (2) سیستم بودجه ریزی طرح و برنامه؛
- (3) بودجه ریزی برمبنای صفر.

بودجه متداول یا سنتی در واقع قدیمی‌ترین روش برآورد هزینه‌هاست و مبنای برآورد آن غالباً هزینه‌های قطعی سال قبل با توجه به افزایش احتمالی سال جاری و نظر کارشناسان برای سال بودجه است.

در بودجه‌ریزی طرح و برنامه، تجزیه و تحلیل هزینه‌ها به منظور یافتن بهترین راه موثر حل مشکلات با توجه به معیارهای عینی و حقیقی مورد توجه است. بدین منظور هدف‌ها و نتایج عملیات به گونه‌ای بررسی می‌شود که انتخاب مناسبترین راه انجام دادن کار، در حداقل زمان و با کمترین هزینه، امکان‌پذیر شود. وظایف اساسی بودجه در این روش به صورت خلاصه، کنترل مالی، کنترل به وسیله مدیران و برنامه‌ریزی استراتژیک است. (صالحی، 1385، 126)

(4) سیستم پژوهش و توسعه: در سازمان‌های کارآفرین واحد پژوهش و توسعه از استقلال بالایی برخوردار است و از ساختار ماتریسی یا پروژه‌ای استفاده می‌کند. سازمان‌های کارآفرین، پروژه‌های پژوهشی خود را بر اساس نتایج پژوهش‌های بازار و دیدگاه‌های مشتریان انتخاب می‌کنند. پژوهش‌های بنیادی یا پایه در

چهار موضوع است: پاداش‌های خوب، دیدگاه‌های زمانی کوتاه و بلندمدت، استفاده از پاداش‌های متنوع و توجه به اصل برابری.

پاداش به کارآفرینان سازمانی مشکلات پیچیده‌ای را در سازمان‌های سنتی فرهنگی ایجاد می‌کند. به این دلیل که به کارکنان در سازمان، حقوق ماهانه مشخص یا دستمزد ساعتی و یا حق کمیسیون پرداخت می‌شود و کارآفرینان سازمانی دوست ندارند وضعیت حقوق ماهیانه‌شان را در سازمان کاملاً از دست بدهند، و آنرا به یک سیستم پاداش مبتنی بر ریسک، که در آن کارآفرینان با همکاران خود یکسانند، تغییر دهند. همچنین سیستم پاداش پایاپای برای کارآفرینان کافی نیست، زیرا آنها فکر می‌کنند که اگر قرار است آنها بر روی طرح‌های ریسک پذیر کار کنند، باید از آن ریسک نفعی عاید آنها بشود. طراحی سیستم پاداش برای کارآفرینان سازمانی نیاز دارد که مدیریت سطح بالا از نیازهای کارآفرینان و کارکنان معمولی در سازمان‌های فرهنگی آگاه باشد.

سازمان‌های کارآفرینانه باید سیستم پرداختی را ایجاد نمایند که برای خلاقیت و ایده‌های نوآورانه در زمینه خدمات و محصولات، ایجاد انگیزه نماید. البته سیستم پرداخت به تنهایی نمی‌تواند این وظیفه را انجام دهد بلکه باید استراتژی‌ها و ساختار و فرهنگ سازمانی نیز به عنوان مکانیزم‌های حمایتی، آن را تقویت کنند. (کورنوال و پرلمن 1990، 129)

عوامل رفتاری

موثربرکارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی

در سازمان بهتر پرورش یابند. ارزیابی عملکرد در سازمان‌های کارآفرین، معیارهای مختلف کوتاه مدت، بلند مدت و میان مدت خاصی را برای خلاقیت‌ها مدنظر قرار می‌دهد، بر ارزیابی جهش‌ها در آینده متمرکز است و بین آزادی عمل و کنترل توازن ایجاد می‌کند. ارزیابی عملکرد کارکنان و گروه‌ها و سازمان‌ها به منظور نیل به اهداف مختلفی صورت می‌گیرد که مهمترین این اهداف عبارتند از:

- 1) برای ایجاد و حفظ سطح رضایت بخش عملکرد؛
 - 2) برای کمک به رشد و توسعه کارکنان از طریق برنامه‌های آموزشی؛
 - 3) کمک به مافوق برای درک مناسب کارکنان؛
 - 4) راهنمایی افراد به انجام تغییرات شغلی با استفاده از رتبه بندی‌های مستمر؛
 - 5) برای تسهیل جبران خدمات عادلانه و مناسب به کارکنان مبتنی بر عملکرد؛
 - 6) برای تسهیل آزمون و معتبر نمودن آزمون‌های انتخاب و فنون مصاحبه از طریق مقایسه با رتبه‌های ارزیابی عملکرد؛
 - 7) فراهم نمودن اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری در مورد به اخراج، بازنشستگی و...؛
 - 8) اطمینان از اثربخشی سازمانی از طریق اصلاح کارکنان با توجه به عملکرد، و پیشنهاد تغییر در رفتار کارکنان.
- 6) سیستم حقوق و دستمزد: سیستم پرداخت و پاداش نیز از زیر سیستم‌های اصلی نظام مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها به حساب می‌آید. مدیریت سیستم پاداش و پرداخت برای ایجاد شرایط کارآفرینانه نیازمند توجه به

را در کار خود بکار
بندند؛

(7) رهبري: اجازه دادن به تمام سطوح سازمان که آزاد باشند و فرصت رهبري ديگران را داشته باشند؛

(8) کسب ارزش: هر چيزي که سازمان انجام مي‌دهد بايد براي مشتريانش و کارکنانش ارزش داشته باشند. قيمت‌هاي پايين تنها باعث جذب مشتريان نمي‌شود، بلکه محصولات و خدمات که سازمان ارائه مي‌کند، براي زندگي آنها ارزشمند است. کارکنان سازمان در تمام سطوح بايد داراي کاري ارزشمند باشند. پرمعني بودن کار مهمتر از حقوق است؛

(9) کارآيي و اثربخشي: یک سازمان نیازمند نظم ضروري براي اجراي روزانه فعاليتها و آزادي براي تطبيق با جهان در حال تغيير است و علاوه بر آن نیازمند سيستم کنترلي عالي است، ولي در عين حال بايد به خلاقيت و ريسک پذيري اجازه فعاليت دهد. بطور کلي، سازمان‌هاي کارآفرينانه، فرهنگ برنده و برنده را در سيستم خود لحاظ مي‌کنند و نه برنده و بازنده. (کورنوال و پرلمن 1990، 77)

(8) ويژگي‌هاي مديران سازمان‌هاي کارآفرينانه: سازمان‌ها به خودي خود خلاق، نوآور و کارآفرين نخواهند شد مگر اينکه افراد خلاق و نوآور با خصوصيات و ويژگي‌هاي خاص خود پيکره آن سازمان را تشکيل دهند. بطورکلي ويژگي‌هاي نيروي انساني کارآفرين اعم از مديران و کارکنان عبارتند از: ذهنيت تحليل گرايانه، مرکز کنترل دروني، کنجکاو، تحمل بالاي ابهام و عدم

(7) فرهنگ سازمانی سازمان‌های فرهنگی کارآفرینانه: فرهنگ سنتي سازمانی بطور کلي از تصميم‌گيري محافظه کارانه حمايت مي‌کند و بر رويکرد سلسله مراتبي مبتني است. در مقابل فرهنگ کارآفريني سازمانی بر رشد بينش هدفگذاري، برنامه ريزي، خلاقيت، نوآوري، مشارکت، آزادي عمل و مسووليت پذيري تاکيد دارد و بر رويکرد شبکه‌اي و کار تيمي استوار است. (هاديزاده و رحيمي فيل آبادي 1384)

کورنوال معتقد است، فرهنگي که کارآفريني سازمانی را حمايت مي‌کند داراي ويژگي‌هاي ذيل است:

(1) ريسک: بکاربردن مخاطره، خلاقيت و حمايت از ايده‌هاي جديد در تمام سطوح سازمان حمايت مي‌شود؛

(2) احترام کسب شده: احساس است که گروه (شرکت، موسسه و...) خود آنچه انجام مي‌دهد، مي‌داند و انجام آن تخصص نیازمند تلاش غير معمول است؛

(3) اخلاق، درستي، اعتماد و باورپذيري: افراد سازمان نسبت به يکديگر تعهد اخلاقي دارند که با روشي درست با يکديگر رفتار کنند؛

(4) افراد: دانشي که افراد دارند، آن چيزي است که براي سازمان مهم است افراد مهمترين منبع با ارزش براي سازمانند و درآينده در حال شکوفا شدن هستند؛

(5) تعهد: احترام زياد براي وابستگي به سازمان قائل شدن. افراد بايد درباره آنچه آنها انجام مي‌دهند و ارتباط برقرار مي‌کنند، احساس قوي و مثبتي داشته باشند.

(6) کار را تفريح دانستن: افراد بايد ويژگي‌هاي بازي

فرآیند توسعه پایدار یک سازمان مشروط به توفیق در توسعه منابع انسانی است، از این رو اهمیت و ضرورت توجه به نظام‌های مدیریتی توسعه دهنده منابع انسانی آشکار می‌شود. سازمان‌ها به منظور بقا و پیشرفت، نیازمند تمرکز اساسی روی منابع انسانی‌اند. رشد و ارتقای قابلیت‌های نیروی انسانی، عامل اصلی در ایجاد مزیت رقابتی و پویایی در فضای رقابتی امروز است. یکی از توانایی‌های اساسی نیروی انسانی که شرکت‌ها، رشد و پرورش آن را هدف گرفته‌اند، تفکر خلاق و توان ایده‌سازی و کارآفرینی کارکنان در تمامی سطوح است. سازمان‌های امروز نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا و کم هزینه فایق آیند. آنها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی، مستمر و به طور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند. کارآفرین (درون) سازمانی، فردی است که در محیط سازمانی با تمرکز بر روی نوآوری و خلاقیت، یک فکر یا رویا را به اقدامی سودآور تبدیل می‌کند

10) سبک رهبری سازمان‌های فرهنگی کارآفرینانه: سبک رهبری از جمله مولفه‌های رفتاری است که عبارت است از روش و نحوه برخورد مدیر با زیردستان برای هدایت آنها جهت دستیابی به اهداف سازمان. در واقع سبک رهبری به میزانی که یک رهبر، کارمدار یا کارمند مدار باشد گفته می‌شود. برخی از محققان استنتاج نموده‌اند که سبک

قطعیت، اعتماد به نفس بالا، نیاز شدید به استقلال، نیاز بالا به احترام، خلاقیت، کار محوری، سخت کوشی، خوش بینی، عزم راسخ، انرژی زیاد و خوش شانسی. با این حال سه فهرست زیر در اکثر فهرست‌های مربوط به شخصیت کارآفرین دیده می‌شوند: نیاز به موفقیت، نیاز به استقلال و تحمل ابهام.

نکته مهم این است که مدیران و کارکنان سازمان‌های فرهنگی امروزی باید قابلیت‌ها و مهارت‌های چندگانه و متعددی را دارا باشند. علاوه بر این، سازمان‌های فرهنگی با توجه به شرایط خاصی که دارند نیازمند کارکنان و مدیرانی هستند که علاوه بر مهارت‌های انسانی، ادراکی و فنی، از مهارت‌های کارآفرینی در ایجاد تعامل با ذینفعان مختلف مانند سیاستمداران، قانون‌گذاران، رسانه‌ها، شهروندان و... برخوردار باشند.

مدیر کارآفرین نیاز دارد که هم‌نوایی بین محیط، منابع و ارزش‌ها را حفظ کند. معنی ضمنی این عبارت آن است که ریسک‌هایی که سازمان با آن مواجه می‌شود را مدیریت نماید. یعنی نه با ریسک مخالف است و نه با ریسک افراط می‌کند. مدیر کارآفرین از فرصت‌های ارزشمند بهره‌برداری می‌نماید و بدین طریق از بروز بحران جلوگیری می‌کند. اما اگر مدیر در پیگیری فرصت افراط و تفریط نماید و به رویه‌های مدیریتی خشک و بوروکرات روی بیاورد، سازمان را مستعد بحران نموده است. (تامپسون 1999، 5:6)

9) ویژگی کارکنان سازمان‌های فرهنگی کارآفرینانه: از آنجایی که منابع انسانی از عوامل زیربنایی فرآیند توسعه می‌باشد و هرگونه توفیق در

اجتماعی متعددی به عنوان شرایط لازم برای شکل‌گیری یک فرهنگ کارآفرینانه در نظر گرفته می‌شوند. بطور خاص، جوامعی که تاکید زیادی بر تحرك اجتماعي، تفكر مستقل و ارزش‌هاي مادي دارند، از نظر ماهيتي تمايل بيشتري براي کارآفريني داشته و پيشگامي را تشويق مي‌کنند.

هر چند پژوهشگران روابط بين ارزش‌هاي كلي فرهنگ ملي و اقدامات کارآفرينانه را نشان داده‌اند اما تصوير روشن و دقيقی از اين روابط وجود ندارد. برخي پژوهشگران بر اساس پژوهش مک کلند (سال 1961) و با استفاده از ويژگي‌هاي خاص فردي، مانند نياز به موفقيت و تمايل به ريسک پذيري، به توضيح رفتار کارآفرينانه پرداخته‌اند. برخي ديگر چنين فرض کرده‌اند که در فرهنگ‌هاي فردي که هويت اجتماعي بر اساس موفقيت فردي است و افراد تمايل زيادي به ريسک پذيري دارند، جهت گيري کارآفرينانه بيشتري ديده مي‌شود. با اين حال نتايج پژوهش‌ها در اين زمينه، نتايج ترکيبي بوده‌اند. آن طور که برگر (درسال 1991) بيان مي‌دارد در کارآفريني، فرهنگ همانند یک هدايت کننده عمل مي‌کند و کارآفرين به مثابه یک کاتاليزور. بر اين اساس علي رغم وجود یک محيط مناسب و افراي که با عواملی همانند پاداش‌هاي مالي، موفقيت‌هاي اجتماعي، شغلي و فردي برانگيخته شده‌اند یک فرهنگ ملي که فعاليت کارآفرينانه را حمايت و تشويق کند، مورد نياز است.

(2) متغيرهاي اقتصادي: از آنجا که کارآفريني براي توسعه و پيشرفت و ايجاد تغييرات اقتصادي ضروري است، عواملی که باعث رشد و توسعه

کارمندان منج به سطح بالاتر عملکرد مي‌شود. در مقابل، برخي ديگر از پژوهشگران دريافته‌اند که سبک رهبري کارمدار است که زمينه عملکرد بهتر را فراهم مي‌آورد. مطابق با مراحل بلوغ، چهار سبک رهبري پيشهاد مي‌کنند:

- (1) سبک دستوري (طرفدار کار و بي‌توجه به کارمند): رهبر نقش زيردستان را تعيين کرده و روي دستورالعمل‌ها تاکيد زياد مي‌کند. او به افراد مي‌گويد چه وقت و در کجا، چگونه و چه کاري بايد انجام دهند؛
- (2) سبک متقاعدکننده (طرفدار کار و کارمند): رهبر دستورالعمل‌هاي مربوط به کارها و بخشنامه‌هاي مربوط به حمايت از کارکنان را صادر مي‌کند؛
- (3) سبک مشارکتی (طرفدار کارمند و بي توجه به کار): رهبر و پيروان او در تصميم‌گيري مشارکت مي‌کنند و یک سامانه ارتباطي قوي به وجود مي‌آيد؛
- (4) سبک تفويضي (بي توجه به کار و کارمند): در رابطه با کار و در زمينه حمايت از کارکنان، رهبر هيچ دستورالعمل يا بخشنامه‌اي صادر نمي‌کند.

عوامل زمينه‌اي موثر بر کارآفريني سازمان‌هاي فرهنگي

11) ارتباطات محيطی سازمان‌هاي فرهنگي

- (1) عوامل اجتماعي - فرهنگي: از آنجا که ماهيت سازمان‌هاي فرهنگي، اجتماعي - فرهنگي است، بنابر اين تاثير محيط اجتماعي - فرهنگي بر عملکرد آنها نيز طبيعي و گريز ناپذير است. عوامل

3) تعامل سازمان‌های فرهنگی

با شهروندان: سازمان‌های فرهنگی سازمان‌هایی ماموریت مدار هستند که هدف از ایجاد آنها پاسخگویی به نیاز شهروندان در زمینه‌های مشخصی است. بنابر این برقراری ارتباطات موثر با ارباب رجوع، تشخیص نیازهای آنها و ارائه خدمات مناسب به آنها، به گونه‌ای که رضایت آنان را جلب نماید، از جمله اهداف این سازمان‌ها است.

با توجه به گسترش فعالیت‌ها، پیچیدگی‌ها و رقابت شدید در عرصه تولید و خدمات و گسترش روزافزون سازمان‌های عرضه‌کننده خدمات، برقراری ارتباط سازمان‌ها با مردم و توجه به دیدگاه و خواسته افراد جامعه ضروری به نظر می‌رسد. تا آنجا که می‌توان گفت شرط بقا و دوام هر سازمان، داشتن روابط پویا، عمیق و موثر با مراجعه‌کنندگان است. اکنون اکثر سازمان‌ها و موسسات فرهنگی در شرایطی به سر می‌برند که باید به تقاضاهای روزافزون شهروندان آگاه، تشکلهای علمی، گروه‌های ذینفع، نهضت‌های اجتماعی، مطبوعات، وسایل ارتباط جمعی و غیره پاسخگو باشند. پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع در همه سازمان‌ها نقش محوری و اساسی دارد و بسیاری از مدیران و مسئولان خواستار آنند که کارکنان در این زمینه از قدرت نامحدود و تهدیدکننده‌شان در برابر ارباب رجوع سوء استفاده نکنند. یکی از عمده‌ترین وظایف سازمان‌های فرهنگی، انجام کار، اطلاع رسانی و آموزش ارباب رجوع است. در زمینه اطلاع رسانی، سازمان‌های فرهنگی تلاش می‌کنند تا در دو

اقتصادی می‌شوند، در ظهور کارآفرینی نیز موثرند. «کنت» عوامل متعدد اقتصادی که بر سطح فعالیت کارآفرینانه تاثیر گذارند را در قالب موارد ذیل مورد شناسایی قرار می‌دهد: تقاضا برای محصولات نهایی، دسترسی به منابع (ورودی‌ها)، تورم، مالیات، مقررات و ثبات سیاسی. (کورنوال و پرلمن 1990، 5)

12) ارتباط سازمان‌های فرهنگی

با دولت: سازمان‌های فرهنگی در محیطی فعالیت می‌کنند که چارچوب‌های سیاسی و قانونی نقشی اساسی در فعالیت‌های آنها ایفا می‌کنند و توجه به قوانین و مقررات و همچنین تاثیرپذیری از خط مشی‌ها و سیاست‌های دولت، چاره‌ناپذیر است. از آنجاییکه قوانین در جوامع ممکن است دارای اهداف عالی باشند اما قوانین و مقررات بدون توجه کافی به شرایط اقتصادی - اجتماعی وضع می‌شوند، مدیریت سازمان‌ها باید معمولاً قادر به شناسایی قوانین و مقررات خوب باشند تا بر بازده و کارآیی این نوع قوانین بیفزایند. فعالیت‌ها و تصمیم‌های دولت، روش فعالیت و عملکرد سازمان‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. تغییرات در مقررات و الزامات قانونی و فرایندهای سیاسی و قضایی، فرصت‌ها و تهدیدات جدیدی را ایجاد می‌کنند و بر نحوه ارائه خدمات و محصولات اثر می‌گذارند.

از طرف دیگر، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولتی می‌توانند مانعی در جهت موفقیت کارآفرینی باشند. پژوهشگران نشان داده‌اند که الزامات و رویه‌های سنگین و متعدد ممکن است فعالیت‌های کارآفرینانه را محدود سازند. (دنا 1990، 20)

تایید قرار می‌گیرد. آزمونی دیگر ضریب همبستگی مثبت نیز بیانگر این واقعیت است که بین دو متغیر مستقل و وابسته ارتباط مستقیم وجود دارد. عبارت دیگر، هرچه عوامل ساختاری در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران که ساختار سازمانی، استراتژی سازمانی، سیستم مالی و بودجه‌ای، سیستم پژوهش و توسعه، سیستم ارزیابی عملکرد و سیستم حقوق و دستمزد سازمانی می‌شود کارآفرینانه‌تر باشد کارآفرینی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات افزایش خواهد یافت.

آزمون علامت یا Sign

برای بررسی وضعیت عوامل ساختار سازمانی واحد علوم و تحقیقات از جنبه کارآفرینانه بودن، فرضیه آماری ذیل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

H_0 : میانگین نمره عوامل ساختار سازمانی واحد علوم و تحقیقات با نمره متوسط میانگین اختلاف معناداری ندارد.

H_1 : میانگین نمره عوامل ساختار سازمانی واحد علوم و تحقیقات بانمره متوسط میانگین اختلاف معناداری دارد.

نتایج آزمون نشان می‌دهد که میزان سطح معنی داری 0/651 بیشتر از میزان خطای 0/05 است و بر این اساس H_1 رد می‌شود. از آنجا که میزان تفاوت منفی با میانگین (24) کمتر از میزان تفاوت مثبت با میانگین (20) است لذا می‌توان گفت که عوامل ساختاری سازمانی واحد علوم و تحقیقات از جنبه کارآفرینانه بودن از حد متوسط پایین‌تر است.

بعد درونی و بیرونی وظیفه خود را انجام دهد

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش با استفاده از روشهای مختلف آمار استنباطی همچون: آزمون همبستگی، آزمون علامت (Sign) و آزمون تحلیل واریانس فریدمن، داده‌های مربوط به فرضیه‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. علاوه بر روشهای مختلف آمار توصیفی و استنباطی، از نرم افزار LISREL Ver.8.5 نیز برای تعیین میزان تاثیرگذاری متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته جهت تبیین روابط بین متغیرها استفاده شده است.

آزمون فرضیه اصلی ساختاری

در فرضیه اصلی آمده است که بین «عوامل ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط معنی داری وجود دارد» برای رد یا تایید فرضیه اصلی پژوهش در ارتباط با عوامل ساختاری از آزمون همبستگی استفاده می‌شود که بر این اساس فرضیه آماری ذیل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

H_0 : بین عوامل ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط معنی داری وجود ندارد.

H_1 : بین عوامل ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط معنی داری وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی بین متغیر مستقل (ساختار سازمانی) و متغیر وابسته (کارآفرینی سازمانی) نشان می‌دهد، با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون 0/00 کوچکتر از خطای 0/05 می‌باشد فرض H_1 مورد

باتوجه به اینکه سطح معنی داری 0/017 کمتر از میزان خطای 0/05 می‌باشد لذا فرض H_1 موردتایید قرار می‌گیرد. ضریب همبستگی مثبت نیز بیانگر ارتباط مستقیم بین متغیر مستقل و متغیر وابسته است بر این اساس می‌توان گفت که مجموعه عوامل رفتاری که در این پژوهش عبارتند از: ویژگی‌های کارکنان و مدیران، سبک رهبری مدیران و فرهنگ سازمانی، اگر چنانچه مطابق شرایط کارآفرینانه قرار داشته باشند کارآفرینی سازمانی را در واحد علوم و تحقیقات افزایش می‌دهند.

آزمون علامت یا Sign

برای بررسی وضعیت عوامل رفتار سازمانی واحد علوم و تحقیقات از جنبه کارآفرینانه بودن، فرضیه آماری ذیل مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد که میزان سطح معنی‌داری 0/651 بیشتر از میزان خطای 0/05 است و بر این اساس H_1 رد می‌شود. از آنجا که میزان تفاوت منفی با میانگین (27) کمتر از میزان تفاوت مثبت با میانگین (18) است لذا می‌توان گفت که عوامل رفتار سازمانی واحد علوم و تحقیقات از جنبه کارآفرینانه بودن از حد متوسط پایین‌تر است.

آزمون تحلیل واریانس فرید من عوامل رفتاری

به منظور رتبه بندی عوامل رفتاری در واحد علوم و تحقیقات در ارتباط با کارآفرینی سازمانی، آزمون تحلیل واریانس فرید من استفاده شده است. فرضیه آماری این آزمون عبارتند از: نتایج آزمون نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری 0/00 کمتر از میزان خطا 0/05

آزمون تحلیل واریانس فرید من عوامل ساختاری

به منظور رتبه‌بندی عوامل ساختاری در واحد علوم و تحقیقات در ارتباط با کارآفرینی سازمانی، آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. فرضیه آماری این آزمون عبارتند از: H_0 : رتبه میانگین هریک از اجزای ششگانه عوامل ساختاری واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران با هم برابر است.

H_1 : حداقل یک زوج از رتبه میانگین هریک از اجزای ششگانه عوامل ساختاری واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران تفاوت معنی‌داری با هم دارند.

نتایج آزمون نشان می‌دهد که فرض H_1 تایید می‌شود (سطح معنی داری کوچکتر از میزان خطاست). بنابراین حداقل یک زوج از رتبه میانگین هریک از اجزای ششگانه عوامل ساختاری واحد علوم و تحقیقات تفاوت معنی داری با هم دارند.

جدول 1: رتبه بندی عوامل ساختاری

رتبه	میزان میانگین	عوامل ساختاری
1	3/71	ساختار
4	3/42	استراتژی
1	3/71	سیستم بودجه و مالی
2	3/70	سیستم پژوهش و توسعه
5	2/99	سیستم ارزیابی عملکرد
3	3/48	سیستم حقوق و دستمزد

H_0 : بین عوامل رفتاری و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط معنی داری وجود ندارد.

H_1 : بین عوامل رفتاری و کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های فرهنگی ارتباط معنی داری وجود دارد.

ازسوي ديگر ضريب همبستگي مثبت نيز بيانگر اين واقعيت است که هرچه عوامل مختلف زمينه‌اي در جهت افزايش تعامل با شهروندان، دولت و محيط باشد کارآفريني سازمانی نيز در واحد علوم و تحقيقات افزايش خواهد يافت.

آزمون علامت يا Sign

براي بررسي وضعيت عوامل زمينه‌اي واحد علوم و تحقيقات از جنبه کارآفرينانه بودن، نتايج نشان مي‌دهد که ميزان سطح معني داري 0/003 کمتر از ميزان خطاي 0/05 است و بر اين اساس H_1 تاييد مي‌شود. از آنجا که ميزان تفاوت منفي با ميانگين (41) بيشتر از ميزان تفاوت مثبت با ميانگين (17) است لذا ميتوان گفت که عوامل زمينه‌اي واحد علوم و تحقيقات از جنبه کارآفرينانه بودن از حد متوسط پايين‌تر است.

آزمون تحليل واريانس فريدمن عوامل زمينه‌اي

به منظور رتبه بندي عوامل زمينه‌اي در واحد علوم و تحقيقات در ارتباط با کارآفريني سازمانی، نتايج آزمون نشان مي‌دهد با توجه به اينکه سطح معني داري 0/00 کمتر از ميزان خطا 0/05 است بنا بر اين فرض H_1 تاييد مي‌شود و مي‌توان گفت که حداقل یک زوج از رتبه ميانگين هر یک از اجزاي عوامل زمينه‌اي تفاوت معني‌داری با هم دارند. بر اين اساس رتبه‌هاي آنها بر مبناي درجه ميانگين در جدول شماره 3 ارائه مي‌گردد.

ملاحظه مي‌گردد که ميزان ميانگين تمامی عوامل زمينه‌اي کمتر از حد متوسط است ولي در اين میان ارتباطات محيطي نسبت به ساير عوامل از وضعيت بهتري برخوردار است و به

است بنا بر اين فرض H_1 تاييد مي‌شود و مي‌توان گفت که حداقل یک زوج از رتبه ميانگين هر یک از اجزاي عوامل رفتاری، تفاوت معني‌داری با هم دارند. بر اين اساس رتبه‌هاي آنها بر مبناي درجه ميانگين در جدول ذيل ارائه مي‌گردد.

ملاحظه مي‌شود که از بين عوامل مختلف رفتاری، فرهنگ سازمانی در واحد علوم و تحقيقات کارآفرينانه‌تر از بقيه عوامل رفتاری مانند ويژگي‌هاي کارکنان و ويژگي مديران است و پس از آن سبک رهبري مديران کارآفرينانه است.

جدول 2: رتبه بندي عوامل رفتاری

رتبه	میزان میانگین	عوامل رفتاری
2	2/71	ویژگی‌هاي مديران
2	2/71	ویژگی‌هاي کارکنان
1	3/20	فرهنگ سازمانی
3	1/38	سبک رهبري

آزمون فرضيه اصلي زمينه‌اي

براي رد يا تاييد فرضيه اصلي پژوهش در ارتباط با عوامل زمينه‌اي از آزمون همبستگي استفاده مي‌شود که براي اساس فرضيه آماری ذيل مورد ارزيابي قرار مي‌گيرد:

H_0 : بين عوامل زمينه‌اي و کارآفريني سازمانی در سازمان‌هاي فرهنگي ارتباط معني‌داری وجود ندارد.

H_1 : بين عوامل زمينه‌اي و کارآفريني سازمانی در سازمان‌هاي فرهنگي ارتباط معني‌داری وجود دارد.

نتايج آزمون همبستگي نشان مي‌دهد با توجه به اينکه سطح معني داري آزمون 0/000 کمتر از خطاي 0/05 مي‌باشد، فرض H_1 مورد تاييد قرار مي‌گيرد.

کار آفرینی در عوامل ساختاری بالاتر از عوامل رفتاری و زمینه ای است.

ترتیب تعامل با شهروندان و ارتباط با دولت قرار میگیرند. (جدول شماره 3)

جدول 3: رتبه بندی میزان میانگین عوامل زمینه ای

رتبه	میزان میانگین	عوامل زمینه ای
1	2/32	ارتباطات محیطی
3	1/62	ارتباط با دولت
2	2/06	تعامل با شهروندان

جدول 4: رتبه بندی میزان میانگین عوامل زمینه ای

رتبه	میزان میانگین	عوامل سه شاخه
1	2/39	عوامل ساختاری
2	1/94	عوامل رفتاری
3	1/68	عوامل زمینه ای

آزمون تحلیل واریانس فرید من سه شاخه

مدل روابط علی در شاخه عوامل ساختاری

معادله ساختاری کار آفرینی سازمانی با توجه به عوامل ساختاری به شرح ذیل است:

$$\begin{aligned}
 & \text{(سیستم پژوهش و توسعه)} \quad 0/01 - \\
 & \text{(سیستم مالی و بودجه)} \quad 0/33 + \\
 & \text{(استراتژی سازمانی)} \quad 0/24 - \\
 & \text{(ساختار سازمانی)} \quad 0/28 - = \\
 & \text{کار آفرینی سازمانی} \\
 & \text{(واریانس خطا)} \quad 0/426 + \\
 & \text{(سیستم حقوق و دستمزد)} \quad 0/05 + \\
 & \text{(سیستم ارزیابی عملکرد)} \quad 0/22 -
 \end{aligned}$$

به منظور رتبه بندی عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای در واحد علوم و تحقیقات در ارتباط با کار آفرینی سازمانی، نتایج آزمون فریدمن نشان می دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری 0/018 کمتر از میزان خطا 0/05 است بنابراین فرض H_1 تایید می شود و می توان گفت که حداقل یک زوج از رتبه میانگین عوامل سه شاخه تفاوت معنی داری با هم دارند. بر این اساس رتبه های آنها بر مبنای درجه میانگین در جدول ذیل ارائه می گردد:

همانگونه که در جدول شماره 4 مشاهده می شود رتبه میانگین

جدول 5: نتیجه آزمون همبستگی عوامل ساختاری، عوامل رفتاری و عوامل زمینه ای

فرضیه ها	متغیر وابسته	متغیر وابسته	سطح معنی داری	میزان خطا	ضریب همبستگی	نتیجه آزمون همبستگی
1	عوامل ساختاری	کار آفرینی سازمانی	0/000	0/05	0/646	فرض H_1 تایید می شود
1-1	ساختار سازمانی	کار آفرینی سازمانی	0/000	0/05	0/439	فرض H_1 تایید می شود
2-1	استراتژی سازمانی	کار آفرینی سازمانی	0/000	0/05	0/636	فرض H_1 تایید می شود
3-1	سیستم مالی و بودجه	کار آفرینی سازمانی	0/000	0/05	0/441	فرض H_1 تایید می شود
4-1	سیستم پژوهش و توسعه	کار آفرینی سازمانی	0/004	0/05	0/360	فرض H_1 تایید می شود
5-1	سیستم ارزیابی عملکرد	کار آفرینی سازمانی	0/018	0/05	0/292	فرض H_1 تایید می شود
6-1	سیستم حقوق و دستمزد	کار آفرینی سازمانی	0/000	0/05	0/744	فرض H_1 تایید می شود
2	عوامل رفتاری	کار آفرینی	0/017	0/05	0/353	فرض H_1 تایید می شود

فرص H1 تایید می‌شود	0/488	0/05	0/000	سازمانی کارآفرینی سازمانی	فرهنگ سازمانی	1-2
فرص H1 تایید می‌شود	0/279	0/05	0/05	سازمانی کارآفرینی سازمانی	ویژگیهای مدیران	2-2
فرص H1 تایید می‌شود	0/28	0/05	0/05	سازمانی کارآفرینی سازمانی	ویژگیهای کارکنان	3-2
فرص H1 تایید می‌شود	0/420	0/05	0/000	سازمانی کارآفرینی سازمانی	سبک رهبری	4-2
فرص H1 تایید می‌شود	0/468	0/05	0/000	سازمانی کارآفرینی سازمانی	عوامل زمینه‌ای	3
فرص H1 تایید می‌شود	0/365	0/05	0/003	سازمانی کارآفرینی سازمانی	ارتباطات محیطی	1-3
فرص H1 تایید می‌شود	0/327	0/05	0/01	سازمانی کارآفرینی سازمانی	ارتباط با دولت	2-3
فرص H1 تایید می‌شود	0/494	0/05	0/000	سازمانی کارآفرینی سازمانی	تعمل با شهروندان	3-3

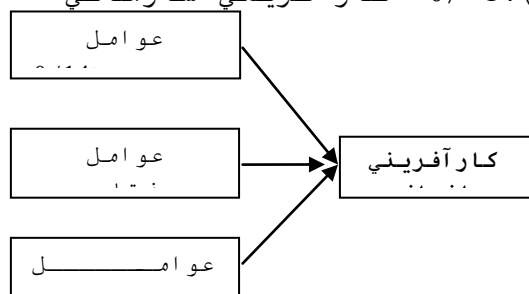
(واریانس خطا) $0/748$ +
 (ارتباط محیطی) $0/144$ +
 (ارتباط با دولت) $0/0176$ -
 (تعامل با شهروندان) $0/420$ =
 کارآفرینی سازمانی

مدل روابط علی سه شاخه

مدل روابط علی در شاخه عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای با کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نرم افزار معادلات ساختاری (Lisrel ver. 8.5)

بر اساس این مدل معادله سه شاخه‌ای، عوامل ساختاری، عوامل رفتاری و عوامل زمینه‌ای کارآفرینی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات نیز محاسبه و به شرح ذیل است:

(واریانس خطا) $0/64$ 8 + (عوامل زمینه‌ای) $0/4$ 8 + (عوامل رفتاری) $0/18$ + (عوامل ساختاری) $0/14$ = کارآفرینی سازمانی



نمودار 2: مدل ترسیمی روابط علی سه شاخه

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همانطوریکه ملاحظه می‌شود ضریب مسیر سیستم حقوق ودستمزد و کارآفرینی بالاترین میزان رابا $1/05$ به خود اختصاص می‌دهد و پس از آن سیستم مالی و بودجه‌ای با $0/33$ ، سیستم پژوهش و توسعه با $0/01$ ، سیستم ارزیابی عملکرد با $0/22$ ، استراتژی سازمانی با $0/24$ و ساختار سازمانی با $0/28$ قرار دارند.

مدل روابط علی در شاخه عوامل رفتاری

بر اساس این مدل معادله ساختاری کارآفرینی سازمانی با توجه به عوامل رفتاری به شرح ذیل است:

(ویژگی‌های کارکنان) $4/91$ + (ویژگی‌های مدیران) $5/09$ - (فرهنگ سازمانی) $0/37$ = کارآفرینی سازمانی (واریانس خطا) $0/679$ + (سبک رهبری) $0/342$

مدل روابط علی در شاخه عوامل زمینه‌ای

بر اساس این مدل معادله زمینه‌ای کارآفرینی سازمانی در واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران نیز محاسبه و به شرح ذیل است:

واحد براساس روش سنتی که در قالب مواد- هزینه است که باید بجای آن برای دستیابی به کارآفرینی سازمانی از سیستم مالی و بودجه‌ای منعطف (بودجه‌ریزی طرح و برنامه) استفاده کنند، اهداف به دقت شناسایی و نتایج هر برنامه بر اساس واقعیات تجزیه و تحلیل شود، توزیع منابع مالی بین واحدهای مختلف براساس اولویت برنامه‌ها و نه براساس روند گذشته باشد.

(4) با توجه به نتایج این پژوهش در خصوص سیستم پژوهش و توسعه، پیشنهاد می‌شود: به پژوهش‌های بنیادی (نظری) و کاربردی بصورت توأمان توجه شود، به نتایج و افق‌های بلند مدت بجای نتایج ملموس و کوتاه مدت توجه شود، پروژه‌های پژوهش و توسعه براساس نتایج پژوهش‌ها انجام شده و دیدگاهها و نیاز شهروندان انتخاب شود.

(5) با توجه به نتایج حاصله در سیستم حقوق و دستمزد برای کارکنان و مدیران برای ایجاد فضای کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود: حقوق کارکنان و مدیران با توجه به عملکرد آنها و نه صرفاً بر اساس حضور فیزیکی پرداخت شود، بین معیارهای پرداخت‌های حقوق و پاداش با خلاقیت و ریسک‌پذیری ارتباط ایجاد شود، ایجاد انگیزه در کارکنان و مدیران با توجه به پاداش‌های مالی و غیرمادی بصورت توأمان مبتنی بر محرک‌های درونی و مادی

(6) با توجه به نتایج حاصله در سیستم ارزیابی عملکرد واحد علوم و تحقیقات

(1) باتوجه به نتایج حاصله در این پژوهش، برای تحول ساختار سازمانی از ساختار سنتی و بوروکراتیک به ساختار ارگانیک و کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود: کارها از طریق تیم‌سازی بجای استفاده از واحدهای رسمی و وظیفه‌ای انجام شود، قوانین و مقررات متنوع و گوناگون کاهش یابد (رسمیت)، میزان پیچیدگی و تمرکز کاهش یابد، ساختار ماتریسی به اقتضای پروژه‌های خاص به منظور انعطاف‌پذیری و تطبیق با تغییرات محیطی در این واحد ایجاد شود.

(2) نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که استراتژی سازمانی در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران از نظر آینده‌نگری و پیشگام بودن در حد پایینی قرار دارد، لذا پیشنهاد می‌شود: این واحد تلاش نماید جهت کارآفرینانه شدن از جنبه استراتژی تدافعی و یا انفعالی بودن خود بکاهد، به سمت استراتژی آینده‌نگر و یا تحلیل‌گر گام بردارد. یعنی این واحد بکوشد با تجزیه و تحلیل فرصت‌های بیرونی با در نظر گرفتن نقاط ضعف و قوت خود به جستجوی فرصت‌های جدید مبتنی بر مفروضات استراتژی آینده‌نگر بپردازد و برنامه‌های استراتژیک خود را بر مبنای آن تدوین، اجرا و کنترل نماید.

(3) نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که سیستم مالی و بودجه در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران از نظر کارآفرینی در حد مطلوبی قرار ندارد، لذا پیشنهاد می‌شود: بودجه‌ریزی در این

توفیق طلبی، مسئولیت پذیری و دوراندیشی باید تقویت شود.

(9) برای اینکه ویژگی‌ها ی مدیران در واحد علوم و تحقیقات، کارآفرینانه باشد: روحیه فرصت جویی و پذیرش تغییر در مدیران ایجاد شود، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در مدیران پرورش یابد، بینش آینده‌نگری و تمایل به پیشگام بودن در مدیران ایجاد شود، علاوه بر مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی، مهارت‌های کارآفرینی نیز به آنها آموزش داده شود.

(10) نتایج آزمون‌های آماری نیز نشانگر اهمیت فوق العاده سبک رهبری در افزایش کارآفرینی سازمانی است لذا پیشنهاد می‌شود: میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری مدیران افزایش یابد (سبک مشارکتی)، به افراد در تمام سطوح سازمان این اختیار داده شود تا رهبری دیگران را برعهده بگیرند و کارها را به افراد خلاق و نوآور تفویض نمایند (سبک تفویضی)، نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها جدید و اجرایی نمودن آن در واحد علوم و تحقیقات ایجاد شود، مدیریت و رهبری در این واحد در افراد یا گروهی خاص خلاصه نشود و از حالت انحصاری خارج شود و افراد توانمند که لیاقت مدیریت دارند فرصت رهبری را بدست آورند تا هر چیزی بر اساس صلاحیت و شایستگی استوار شود.

(11) نتایج آزمون‌های آماری نیز نشانگر اهمیت فوق‌العاده ارتباطات محیطی در افزایش کارآفرینی سازمانی است لذا پیشنهاد می‌شود: تبادل جریان آزاد

پیشنهاد می‌شود: این واحد باید معیارهای ارزیابی عملکرد کارکنان و مدیران (درسطوح فردی، گروهی و سازمانی) را بر اساس دستیابی واحد به اهداف و در نتیجه اثربخشی قرار دهد، باید سیستم ارزیابی عملکرد این واحد بر اساس جهش‌ها در آینده و مزایای مستقیم و غیر مستقیم خلاقیت‌های افراد قرار گیرد. (7) با توجه به نتایج حاصله، فرهنگ سازمانی واحد علوم و تحقیقات از نظر کارآفرینی در حد قابل قبولی نیست لذا تعدادی از مولفه‌های فرهنگ سازمانی به شرح ذیل به تحول بیشتری نیاز دارند: به افراد خلاق و نوآور میدان بدهند تا فرهنگ کاری آنها بصورت فرهنگی کارآفرینانه درآید، دانش افراد را متناسب با نیاز واحد افزایش دهد، حس تعهد و وفاداری کارکنان را تقویت نماید، افراد به گونه‌ای پرورش یابند که توجه مستمری به افراد، ساختارها و فرایندها داشته باشد، شرايطی در ماهیت شغل و محیط کاری فراهم شود که افراد کار را همانند تفریح بدانند.

(8) برای اینکه ویژگی‌های کارکنان در واحد علوم و تحقیقات کارآفرینانه باشد: روحیه مخاطره پذیری و ریسک پذیری را در کارکنان افزایش دهند، کارکنان را به ارائه ایده‌های نو، خلاق و کارآفرین تشویق نمایند، افراد را از نظر مرکز کنترل درونی تقویت کنند، به گونه‌ای که آنها بیاموزند که نتایج شکست‌ها را برعهده گیرند و فرصت خطا کردن به آنها را بدهند، نیاز به استقلال،

ترجمه‌ی میرزایی
اهرنجانی حسن. و سلطانی
تیرانی فلورا. تهران:
انتشارات دانشکده مدیریت
دانشگاه تهران
سرای، حسن. (1375).
مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در
تحقیق. تهران: انتشارات
سازمان مطالعه و تدوین کتب
علوم انسانی دانشگاه ها
(سمت).

(2) صالحی، داوود. (1385).
مبانی امور مالی و بودجه
(در آموزش و پرورش). تهران:
انتشارات سازمان مطالعه و
تدوین کتب علوم انسانی
دانشگاه ها (سمت).

(3) صمدآقایی، جلیل. (1382).
سازمان‌های کارآفرین.
تهران: انتشارات موسسه
عالی آموزش و پژوهش مدیریت
و برنامه ریزی.

مقیمی، سیدمحمد. (1380).
طراحی و تبیین مدل
کارآفرینی سازمانی برای
سازمان‌های غیر دولتی
(NGO's). پایان‌نامه
دکتری، دانشکده کارآفرینی،
دانشگاه تهران، تهران.

(4) مقیمی، سیدمحمد. (1384).
کارآفرینی در سازمان‌های
دولتی. تهران: انتشارات
فراندیش.

(5) هادیزاده، اکرم. و فرج الله
رحیمی فیل آبادی. (1384).
کارآفرینی سازمانی.
تهران: نشر جانان.

6) Cornwall, J.r&Perlman,B. (1990).
Organisational Entrepreneurship, Home-
wood:Irwin.

7) Dana, L.P. (1990). a case study of the effects
of culture on economic development”Journal
of Small Business Management :20.

8) Echoles, A. and Neck,C. (1998). The
impact of behavior and structure on corporate
entrepreneurship success, Journal of
Managerial Psychology, 13.

9) Gay, L.R.-Diehl.L.P(1992). Research
Methods for Business and Management

اطلاعات در جامعه برای نشان
دادن مطلوبیت دانشگاه در
سطح جامعه افزایش یابد،
گرایش واحد علوم و تحقیقات
به جلب مشارکتهای مردمی
(ارائه پیشنهادات و نقاط
قوت وضعف) به منظور جلب
اعتماد عمومی که در عملکرد
مطلوب دانشگاه به شهروندان
جامعه زمینه‌های کارآفرینی
محیطی را فراهم می‌آورد.

(12) نتایج نشان می‌دهد که در
تعامل با دولت نه تنها نقش
مثبتی در کارآفرین نمودن
این واحد نداشته است زیرا
اکثراً معتقدند که دولت در
واگذاری نقش‌های آموزشی،
فرهنگی و اجتماعی پشتیبانی
لازم را به عمل نمی‌آورد و
قوانین و مقررات دولتی را
مانعی برای عملکرد این
واحد می‌دانند. واگذاری
نقش‌های جدید و توسعه‌ای،
زمینه را برای توسعه
کارآفرینی در آن فراهم
می‌نماید، البته این کمک‌ها
نباید بگونه‌ای باشد که
استقلال این واحد از دولت
را خدشه دار نماید.

(13) نتایج این پژوهش نشان
می‌دهد که میزان تعامل با
شهروندان واحد علوم و
تحقیقات کارآفرینانه نیست
لذا پیشنهاد می‌شود: اطلاع
رسانی و انتشار فعالیت‌ها
به شهروندان در خصوص زمان
انجام کار، مدارک
موردنیاز، مقررات و...
تسهیلات و امکانات مناسب
برای رفاه حال شهروندان در
این واحد ایجاد شود، فرهنگ
مشارکت با شهروندان از
طریق جمع آوری، جمع‌بندی و
رسیدگی به شکایات گسترش
یابد.

منابع و ماخذ

(1) اسکات، ریچارد. (1374).
سازمان‌ها: سیستم‌های

- .Maxwell Macmillan International Editions,
9.
- 10) Hurley, Amy. (1999). incorporating feminist theories to sociological theories of entrepreneurship, *Woman in management review*, Vol.14,N.2.
- 11) Thompson , John.(1999). A Strategic perspective of Entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol.5,No.6.