



بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط

مهرداد عنایتی^{۱*}، حسین عابدی^۲، محمد همتی فر^۳، ایمان آریافرد^۴

مشخصات نویسنده اول

۱ و * - نویسنده مسوول: مدرس مدعو، دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی کار واحد خرمدره
menayati@alumni.ut.ac.ir

۲ - استادیار، دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی کار واحد خرمدره
hossein_abedi123@yahoo.com

۳ - مربی، دانشجوی دکتری تخصصی مهندسی صنایع، گروه صنایع، موسسه آموزش عالی کار واحد خرمدره
mohammad_hhf2005@yahoo.com

۴ - مربی، کارشناس ارشد علوم اقتصادی، گروه حسابداری و مدیریت، موسسه آموزش عالی کار واحد خرمدره
iman.aryafard@yahoo.com

چکیده

هدف پژوهش پیش رو، بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط می‌باشد. روش تحقیق این پژوهش از نوع توصیفی و از شاخه پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، مدیران ارشد شرکت های کوچک و متوسط مستقر در شهرک های صنعتی فعال در استان تهران می‌باشد که از بین آنها، ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه آماری از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردید. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده که برای روایی آن از روایی محتوی و جهت پایایی آن از آلفای کرونباخ بهره برداری شد. همچنین از آمار توصیفی برای تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی و آمار استنباطی شامل آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف و رگرسیون خطی به منظور تعیین ارتباط بین متغیرهای تحقیق استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون نشان می‌دهد که فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و عوامل آن تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، صنایع کوچک و متوسط، اقتصاد مقاومتی



The Effect of Entrepreneurial Organizational Culture on the Economic Development of Small and Medium Industries

Abstract

The purpose of this research is to study the impact of entrepreneurial organizational culture on the economic development of small and medium industries. The method of this study is a descriptive – survey method. The study population consisted of senior managers of companies of small and medium industries located in Tehran industrial cities, and among them 132 persons were selected as sample by simple random sampling. A questionnaire has been used as a data collection tool. For the validity of the questionnaire, content validity and for its reliability, the Cronbach's alpha are used. In this study, inferential statistics such as the test of kolmogorov-smirnov and linear regression were used to determine the relationship between variables of the study. research findings indicated that entrepreneurial organizational culture and its elements have a positive and significant impact on economic development of small and medium industries.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial corporate culture, small and medium industries, economy of resistance

- مقدمه

در دنیای پیچیده، پویا، نامطمئن و رقابتی امروز، آنچه باعث تضمین بقای بلند مدت کشورها می‌شود دگرگونی مفهوم سازمان، کار، کیفیت و رقابت در اذهان مدیران و کارکنان است. این امر مستلزم آن است که با بکارگیری خلاقیت، نوآوری، پشتکار، اعتماد به نفس و تحمل ابهام نقش سنتی مدیران از بین برود و جان تازه‌ای به کالبد اقتصاد کشورها دمیده شود. در این راستا کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده و بسیاری از کشورها با توسعه برنامه‌های آموزشی درباره کارآفرینی به موفقیت‌های چشمگیری در عرصه‌های اقتصادی دست یافته‌اند (قربانی مویذ، ۱۳۸۸ به نقل از جعفرزاده، ۱۳۸۳). لذا در دهه‌های اخیر تغییر و تحولات در زمینه رقابت روزافزون و عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده است که سازمان‌های بزرگی که تغییرات اندکی در روش و ساختارهای خود می‌دهند نتوانند با شرکت‌های کوچک که از انعطاف پذیری، سرعت و نوآوری بالاتری برخوردار هستند، رقابت کنند. جامعه به سازمان‌هایی که کارآفرینی را ترغیب و استعدادهای افراد را شکوفا کند، اهمیت قابل ملاحظه‌ای قائل است. امروزه سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که گرایش داشتن به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه برای آن‌ها امری ضروریست (شپرد و همکاران، ۲۰۰۸). بنابراین کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. ما بدون توجه کافی به مقوله توسعه فرهنگ کارآفرینی نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و توان افزایشی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه‌ای قائل شویم. زیرا از یک طرف، آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند و از طرف دیگر، کارآفرینی تأثیر اقتصادی و اجتماعی همچون ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع متناسب درآمد، بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌وری دارد (به نقل از سالازار و همکاران، ۱۳۸۶). از این رو، امروزه



کارآفرینی از طریق ایجاد فعالیت‌های اشتغالزا، خلق نوآوری، گسترش خلاقیت و ایجاد محیط رقابتی نقشی محوری در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند (عربیون و همکاران، ۱۳۸۸).

گذشته از این، مقوله تحریم اقتصادی و آثار برجای مانده از آن از مشکلات مبتلابه اقتصاد کشور در سال‌های اخیر بوده است. در این شرایط استفاده از کالای ایرانی سبب رشد صنایع داخلی، کاهش بیکاری، کاهش صادرات نفت خام و منابع معدنی و ... شده و در شرایط فعلی باعث کاهش اثرات تحریم‌های خارجی و کاهش صدمات ناشی از آن بر پیکره اقتصاد ایران که هدف اصلی تحریم هاست می‌شود (غفاری آشتیانی و همکاران، ۱۳۹۳).

با توجه به آنچه که گفته شد اهمیت اقتصاد مقاومتی را می‌توان تبیین نمود. اقتصاد مقاومتی در بلند مدت اقتصادی است که در آن کشور وابستگی کمتری به یک کالای صادراتی خاص مانند نفت خام دارد. هرچند که متنوع سازی یا رهایی از اقتصاد تک محصولی ویژگی مشترک هر کشور توسعه یافته ای است، اما در اقتصاد مقاومتی این عمل با دقت بیشتر و در حوزه های بزرگ تر (با نگاه به صنایع راهبردی) رخ می‌دهد (به نقل از تاری و همکاران، ۱۳۹۲).

در این میان، ضروریست در شهرک‌های صنعتی کشور ایران که دارای امکانات و فرصت‌های وسیعی در صنایع کوچک و متوسط می‌باشد بسترسازی و زمینه‌سازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی صورت پذیرد، چراکه ویژگی‌های کارآفرینی از فرهنگ تأثیر پذیر است و به عقیده دهقان پور فراشاه (۲۰۱۳) اعتبار کارآفرینی برای توصیف و عملی بودن نیاز به رفتار کارآفرینانه دارد. لذا شاهره پیشرفت اقتصادی کشور، توسعه صنایع کوچک و متوسط بوده و توجه و تمرکز بر فرهنگ کارآفرینانه در سازمان، کلید دستیابی به این مهم است. بنابراین هدف اصلی تحقیق پیش رو، بررسی تأثیر فرهنگی سازمانی کارآفرینانه بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط است

۲- چارچوب نظری تحقیق

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

فرهنگ سنتی سازمانی به طور چشم گیری با فرهنگ کارآفرینانه درون سازمان تفاوت دارد. اصول هدایت کننده در فرهنگ سنتی سازمانی عبارت است از اینکه طبق دستورالعمل داده شده عمل کنید و هیچ گونه خطا و اشتباهی از شما سر نزند، شکست نخورید. همچنین تفاوت هایی در ارزش ها و اصول مشترک در فرهنگ وجود دارد. در سازمان های سنتی با سیستم های گزارش گیری، خطوط کلی قدرت و مسئولیت، دستورالعمل ها و ساز و کارهای کنترل، ماهیتی سلسله مراتبی دارند، اما فرهنگ سازمان کارآفرینانه درون سازمانی به جای داشتن ساختار سلسله مراتبی ساختار مسطح با شبکه سازی، کار گروهی مبتکران و مشاوران فراوان دارد. ارتباطات کاری نزدیک به ایجاد جوی از اعتماد و رایزنی کمک می کنند و دست یابی به دیدگاه ها و هدف ها را تسهیل می نمایند (پیکارچو و علی اصغری، ۱۳۸۷). در همین راستا نارنجو والنسیا و همکاران (۲۰۱۱)، نقش فرهنگ سازمانی را در نوآوری بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی عامل تعیین کننده کاملاً مشخصی در راهبرد نوآوری است. همچنین شریفی راد و عطایی (۲۰۱۲) در مطالعه خود، فرهنگ مشارکتی، فرهنگ انسجام و یکپارچگی، فرهنگ انطباق پذیری و فرهنگ ماموریتی را به عنوان انواع فرهنگ سازمانی، و زیرساخت های نوآوری، تأثیر نوآوری، گرایش به نوآوری و اجرای نوآوری را به عنوان ابعاد فرهنگ نوآوری در نظر گرفتند و به این نتیجه رسیدند که به جز فرهنگ انسجام و یکپارچگی، سایر فرهنگ های سازمانی با فرهنگ نوآوری ارتباط مثبت و معنی داری دارند.

کارآفرینی یک روش تفکر، استدلال و اقدام است که در آن با رویکرد جامع و رهبری متوازن فرصت ها کشف می شود. این فرایند مستلزم پذیرش میزانی از مخاطره (شخصی و مالی) است که به روشی کاملاً محاسبه شده و به منظور جذب فرصت ها صورت می گیرد و در واقع بین مخاطره و پاداش های بالقوه توازن ایجاد می شود (تیمونز، ۱۹۹۹). کارآفرینی و نوآوری همواره به عنوان یکی از عوامل اصلی در مباحث مرتبط با رقابت پذیری سازمان های هر کشور محسوب می شود. به طوری که بر روی ساختار، فرآیند، محصولات و رشد استراتژیک سازمان ها و در نهایت رشد ملی هر کشوری موثر است (به نقل از تنگ و



همکاران، ۲۰۱۲). عربیون و همکاران (۱۳۹۰) ادعان می دارند که محققین کارآفرینی معتقدند که سازمان ها با یک گرایش کارآفرینانه قوی به صورت کارآمدتری به اهداف خود دست می یابند. میلر (۱۹۸۳) به عنوان یک پیشرو در توسعه مفاهیم گرایش کارآفرینانه شناخته می شود، او سازمان کارآفرین را این گونه تشریح می کند: "شرکتی که درگیر نوآوری در زمینه محصول بازار باشد، مشارکت های همراه با ریسک را بپذیرد و با پیشگامی در نوآوری از رقبا پیشی گیرد" (سنجی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی فرایندی است که از طریق آن یک فرد یا گروهی از افراد درون یک سازمان، سازمانی جدید را خلق کرده و یا موجب نوسازی یا نوآوری در سازمان می شود. کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی ها و فرصت ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع است (به نقل از اکبری و همکاران، ۱۳۹۲). و افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخه ای توسعه اقتصادی پایدار به عهده دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان ها محسوب می گردند (دوان، ۲۰۰۰). کارآفرینی سازمانی اشاره به محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده ای دارد که از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده به ظهور می رسد (عربیون و همکاران، ۱۳۹۰) و فرهنگ کارآفرینی نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کارآفرینانه را تشویق و حمایت می کند (ملاشاهی و تبریزی دخت فرد، ۱۳۹۳).

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نظامی مشترک از باورها، ارزش ها و هنجارهای اعضای یک سازمان است که شامل ارزش نهادن به خلاقیت و نیز تحمل افراد خلاق می شود. بر مبنای این نوع فرهنگ، در مواجهه سازمان با مشکلات بقاء، عدم قطعیت محیطی و تهدیدات رقبا، نوآوری و عمل جسورانه در تصرف فرصت های بازار امری ضروری است (به نقل از مک گیور، ۲۰۰۳). سازمان برای کارآفرین شده باید فرهنگ کارآفرینانه را در خود نهادینه سازد. سازمان باید به نیروی انسانی به عنوان منبع کلیدی نگریسته و در جهت نگهداری و حمایت از آن حداکثر تلاش خود را انجام دهد. در این نقش سازمان باید اصل ابتکار عمل را در تقویت و فضایی ایجاد کند تا از فعالیت های نوآورانه افراد حمایت و پشتیبانی شود. سازمان ها باید نوآور و پیشگام باشند و ریسک پذیری را نیز در خود تقویت کنند (به نقل از سندرا و دابینسکی، ۲۰۰۰).

به زعم زارعی متین و همکاران (۱۳۹۲) چهار مفهوم اصلی مدل فرهنگ سازمانی کارآفرینانه با توجه به شرایط بومی ایرانی - اسلامی عبارتست: ۱- کار جهاد (عبادت) گونه: این باور بنیادین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دربرگیرنده ابعادی چون توکل گرایی در کار، مداومت و تاب آوری در کار و ارزشمند دانستن کار است و نشان دهنده جایگاه کار در فرهنگ شرکت می باشد. ۲- انسان (کارآفرین) تقرب طلب: این مفهوم شامل ابعادی چون خود کنترلی، هویت یافتگی کارآفرینانه، آخرت گرایی و خود انگیختگی است. ۳- تعاملات و روابط کاری خیرخواهانه: این مفهوم ارزش های مبتنی بر فرهنگ کارآفرینانه که بر روابط بین اعضا و مشتریان شرکت حاکم است را شامل شده و ابعادی چون پذیرش مخالفت خیرخواهانه، رهبری خدمت گذار تحول آفرین و مشتری محوری را در بر می گیرد. ۴- تحول گرایی و تعالی طلبی: به دلیل توجه ویژه مدل های فرهنگ کارآفرینانه به تغییر و تحول در فرآیندها و محصولات شرکت، این مفهوم در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نظر گرفته شده و با ابعادی چون خلاقیت و ابتکار، تحمل ابهام و انعطاف پذیری مورد سنجش قرار می گیرد.

لذا تحقیق حاضر، مفاهیم اصلی موجود در مدل فرهنگ سازمانی کارآفرینانه با توجه به شرایط بومی ایرانی - اسلامی (زارعی متین و همکاران، ۱۳۹۲) را بعنوان عوامل فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در نظر گرفته است.

توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط

اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست های کلان سیاسی و امنیتی کشور و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل بگیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی و تحریم های گوناگون اقتصادی مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد و روند رو به رشد همه جانبه خود را در ابعاد ملی، منطقه ای و جهانی حفظ کند. منظور از اقتصاد

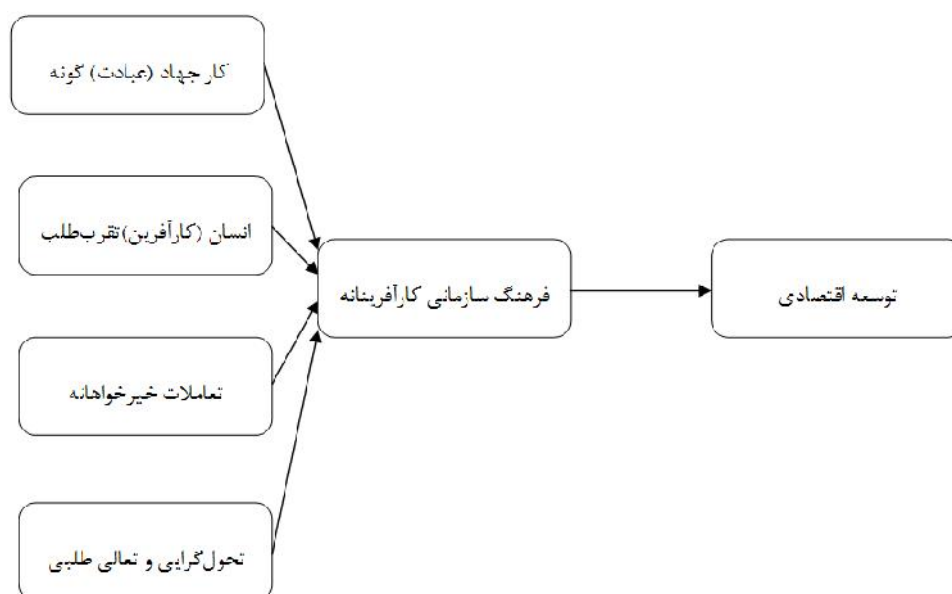


مقاومتی واقعی، یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست و نه یک اقتصاد منفعل و بسته؛ به طوری که کشور ضمن مقاومت در مقابل موانع و ناملازمات مسیر خود، روند پیشرفت پایدار خود را حفظ کند (جبل عاملی، ۱۳۹۱).

امروزه در نقش و اهمیت صنایع کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی کشورها تردیدی وجود ندارد. هر دو گروه کشورهای صنعتی و درحال توسعه با سیاست گذاری و برنامه ریزی لازم در صدد سازماندهی، رفع موانع و مشکلات، بهبود فضای کسب و کار و فراهم ساختن زمینه لازم به منظور بهره گیری هر چه بیشتر از این صنایع در راستای توسعه کارآفرینی، حل معضل بیکاری، افزایش ارزش افزوده و صادرات صنعتی، توسعه منطقه ای و کمک به بهبود توزیع درآمد در جامعه و مواردی از این قبیل می‌باشند (منوچهری، ۱۳۹۰). لذا روشن است که رونق و پیشرفت اقتصادی کشور در گرو رونق و توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط خواهد بود. زیرا رویکرد اقتصاد مقاومتی، اقتصادی پویا و فعال می‌باشد و همچنین دانشگاه در تجاری سازی دانش نقش بارزی ایفا می‌کند.

مدل مفهومی و فرضیه های تحقیق

- فرضیه اصلی: فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه فرعی ۱: کار جهاد (عبادت) گونه، تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه فرعی ۲: انسان (کارآفرین) تقرب طلب، تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه فرعی ۳: تعاملات و روابط کاری خیرخواهانه، تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارد.
- فرضیه فرعی ۴: تحول گرایی و تعالی طلبی، تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط دارد.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

۳- روش شناسی تحقیق

تحقیق پیش رو از لحاظ هدف کاربردی بوده و از نظر شیوه گردآوری داده ها توصیفی از شاخه پیمایشی می‌باشد. برای جمع آوری اطلاعات از روش های گردآوری اطلاعات کتابخانه ای و میدانی استفاده شد. در قسمت مطالعات میدانی تحقیق از ابزار پرسشنامه محقق ساخته بهره برداری شد و سوالات پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه ای طراحی شده و مورد استفاده قرار گرفت. جهت بررسی میزان پایایی ابزار سنجش، پرسشنامه طراحی شده بصورت پیش‌آزمون (۳۰ عدد) توزیع شد



و سپس ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه های جمع آوری شده محاسبه شد که مقدار آن برای متغیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ۰/۹۱ و متغیر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط ۰/۸۹ محاسبه شد که کلیه ضرایب بدست آمده بیش از ۰/۷ بوده و قابل قبول است. لذا می توان گفت پرسشنامه از پایایی بالا و قابل قبولی برخوردار است. معهدنا برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری (مطابق نظر خبرگان و متخصصین) استفاده شد. همچنین از نرم افزار آماری SPSS برای تحلیل داده ها استفاده شد. قلمرو زمانی تحقیق، زمستان ۱۳۹۳ می باشد و قلمرو مکانی، شرکت های کوچک و متوسط فعال واقع در شهرک های صنعتی تهران است، همچنین جامعه آماری تحقیق شامل مدیران ارشد شرکت های ماشین آلات و دستگاه های برقی واقع در شهرک های مذکور به تعداد ۲۲۹ مدیر است و از آنجا که دسترسی به مدیران، دارای مشکلاتی می باشد و صرفا محدود به ساعات کاری و شرایط خاص خود بوده است، لذا محققین اقدام به نمونه گیری کرده و با استفاده از فرمول نمونه گیری از جامعه محدود حجم نمونه ۱۳۲ نفر برآورد گردید. معهدنا روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق بصورت نمونه گیری تصادفی ساده از بین کلیه مدیران بوده است. همچنین با توجه به مشکلات نرخ بازگشت پرسشنامه، در نهایت تعداد ۱۲۸ پرسشنامه تکمیل شده توسط مدیران به محققین واصل گردید.

۴- تجزیه و تحلیل داده ها

پیش از مرحله آزمون فرضیات، برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق، از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده شده است. جدول زیر، نتایج این آزمون را نشان می دهد. طبق نتایج این آزمون، کلیه اعداد معناداری بیشتر از ۰/۰۵ می باشند و می توان نتیجه گرفت که متغیرهای تحقیق، همگی نرمال هستند.

جدول (۱) نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

کولموگوروف اسمیرنوف			متغیرها
آماره ها	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (Sig)	
۰/۵۹۹	۱۲۸	۰/۱۸۸	فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
۰/۶۳۹	۱۲۸	۰/۱۹۳	کار (جهاد) عبادت گونه
۰/۶۴۱	۱۲۸	۰/۲۰۱	انسان (کارآفرین) تقرب طلب
۰/۴۹۸	۱۲۸	۰/۲۱۷	تعاملات و روابط کاری خیرخواهانه
۰/۵۹۳	۱۲۸	۰/۱۹۲	تحول گرایی و تعالی طلبی
۰/۷۵۲	۱۲۸	۰/۳۵۰	توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط

آزمون فرضیه اصلی تحقیق:

جدول (۲) شدت و قوت ارتباط میان متغیرهای فرضیه اصلی تحقیق

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	۰/۵۸۹	۰/۳۴۶	۰/۱۷۷	۰/۴۱۲۹



جدول (۳) جدول ضرایب رگرسیون برای فرضیه اصلی تحقیق

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	آماره t	عدد معناداری
	بتا	خطای استاندارد	بتا		
۱ مقدار ثابت	۱/۲۱۸	۰/۱۳۲		۹/۲۱۷	۰/۰۰۰
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	۰/۵۱۰	۰/۰۳۲	۰/۵۸۹	۵/۷۰۳	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه فرعی اول تحقیق:

جدول (۴) شدت و قوت ارتباط میان متغیرهای فرضیه فرعی اول تحقیق

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	۰/۴۷۳	۰/۲۲۳	۰/۱۱۹	۰/۴۴۱۳

جدول (۵) جدول ضرایب رگرسیون برای فرضیه فرعی اول تحقیق

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	آماره t	عدد معناداری
	بتا	خطای استاندارد	بتا		
۱ مقدار ثابت	۳/۲۰۹	۰/۱۰۹		۹/۸۱۸	۰/۰۰۰
کار جهاد (عبادت) گونه	۰/۰۶۳	۰/۰۳۲	۰/۴۷۳	۷/۶۷۶	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه فرعی دوم تحقیق:

جدول (۶) شدت و قوت ارتباط میان متغیرهای فرضیه فرعی دوم تحقیق

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	۰/۵۱۴	۰/۲۶۴	۰/۱۸۰	۰/۴۱۲۳



جدول (۷) جدول ضرایب رگرسیون برای فرضیه فرعی دوم تحقیق

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	آماره t	عدد معناداری
	بتا	خطای استاندارد	بتا		
۱ مقدار ثابت	۳/۴۸۲	۰/۱۶۸		۱۱/۱۰۵	۰/۰۰۰
انسان (کارآفرین) تقرب طلب	۰/۳۳۳	۰/۰۵۹	۰/۵۱۴	۷/۵۷۷	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه فرعی سوم تحقیق:

جدول (۸) شدت و قوت ارتباط میان متغیرهای فرضیه فرعی سوم تحقیق

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	۰/۴۱۸	۰/۱۷۴	۰/۲۱۵	۰/۵۹۱۸

جدول (۹) جدول ضرایب رگرسیون برای فرضیه فرعی سوم تحقیق

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	آماره t	عدد معناداری
	بتا	خطای استاندارد	بتا		
۱ مقدار ثابت	۳/۵۱۹	۰/۲۰۱		۱۲/۲۱۰	۰/۰۰۰
تعاملات کاری خیرخواهانه	۰/۲۲۶	۰/۰۶۵	۰/۴۱۸	۴/۷۰۲	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه فرعی چهارم تحقیق

جدول (۱۰) شدت و قوت ارتباط میان متغیرهای فرضیه فرعی چهارم تحقیق

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
۱	۰/۴۳۲	۰/۱۸۶	۰/۱۱۱	۰/۴۱۱۲



جدول (۱۱) جدول ضرایب رگرسیون برای فرضیه فرعی چهارم تحقیق

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	آماره t	عدد معناداری
	بتا	خطای استاندارد	بتا		
مقدار ثابت ۱	۲/۲۰۷	۰/۱۵۵		۱۰/۶۵۶	۰/۰۰۰
تحول گرایبی و تعالی طلبی	۰/۳۹۳	۰/۰۳۲	۰/۴۳۲	۳/۹۲۰	۰/۰۰۰

همان گونه که از جداول ۲ الی ۱۱ بر می آید کلیه اعداد معناداری کمتر از پنج صدم می باشد. در نتیجه فرضیه اصلی و فرضیات فرعی تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می گیرد.

۵- نتیجه گیری

در پژوهش پیش رو، تأثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه با توجه با شرایط بومی ایرانی - اسلامی، با در نظر گرفتن چهار مفهوم ارائه شده بر توسعه اقتصادی صنایع کوچک و متوسط بررسی شد. صنایع کوچک و متوسط از اولویت های مهم توجه و تمرکز در برنامه های توسعه اقتصادی در کشورها است. بر همین اساس است که امروزه اهمیت کارآفرینی به طور گسترده ای بعنوان موتور محرکه تحولات اقتصادی و اجتماعی پذیرفته شده است (به نقل از سوریانو و دابان، ۲۰۰۹). در این راستا یک فرضیه اصلی و بر اساس آن، چهار فرضیه فرعی مطرح و ارائه شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از آن است که کلیه فرضیات مورد تأیید قرار گرفتند. با عنایت به نتایج تحقیق، روشن می شود که توجه و تمرکز صنایع کوچک و متوسط به فرهنگ کارآفرینی، موجبات دستیابی آنها به مزیت رقابتی پایدار را فراهم می سازد. صاحبان صنایع کوچک و متوسط می توانند با بومی سازی فناوری و کاهش واردات، زمینه لازم را برای رسیدن به برتری رقابتی ایجاد کنند. پیشنهاد میگردد در قوانین غیر قابل انعطاف سازمان بازنگری شود تا برای توسعه فرهنگ کارآفرینی مانعی ایجاد نشود. یکی از مهم ترین روشهایی که سازمان های مورد مطالعه می توانند از آن استفاده نمایند برگزاری برنامه های آموزشی با رویکرد کارآفرینانه و کارگاههای آموزشی مرتبط است که عامل مهمی برای تشویق کارکنان به منظور ایجاد فرهنگ کارآفرینانه می باشد. ضروری است شرکت های مورد مطالعه از نوآوری های غیر معمول و غیر قابل تقلید استفاده نمایند و از طریق شناسایی و ایجاد قابلیت های خاص که با سازمان های بازارمحور اختصاص داده می شود، بسمت بازار گرایش بیشتری پیدا کنند. شرکت ها باید از مجرای فرهنگ کارآفرینانه به دنبال منابع جدید کارآفرینی باشند و شکل های جدید رقابت را بکار گیرند که این نیز نیازمند درک روشن از ماهیت و پویایی های رقابت می باشد.

منابع

- [۱] پیکارجو، ک. علی اصغری، ف. (۱۳۸۷) کارآفرینی سازمانی و سازمان های کارآفرین، تهران: انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- [۲] جبل عاملی، م. (۱۳۹۱) توسعه بخش کشاورزی گامی موثر در اقتصاد رقابتی، اصفهان، نشریه اتاق بازرگانی، شماره ۵۹-۶۰، صص ۱۰-۱۲.
- [۳] زارعی متین، ح. مقیمی، س.م. جندقی، غ. ایمانی، ع. (۱۳۹۲) مطالعه رابطه بین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و جهت گیری کارآفرینانه: مطالعه شرکت های کوچک و متوسط، پژوهش های مدیریت عمومی، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۴۹-۷۸.



- [۴] سنجقی، م. ا. فرهی بوزنجانی، ب. ظهوریان نادعلی، ا. درودی، ح. (۱۳۹۲)، تبیین رابطه گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی با میانجی تبادلات اجتماعی از منظر عدالت سازمانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره سوم، صص ۷-۲۶.
- [۵] عربیون، ا. عبدالله زاده، غ. شریف زاده، ا. (۱۳۸۸) تبیین عوامل موثر بر گرایش کارآفرینانه‌ی دانشجویان، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد و تجارت نوین، ۵(۱۷-۱۸): ۱۵۷-۱۳۸.
- [۶] عربیون، ا. دهقان نجم آبادی، ع. رضا زاده، آ. زرنگاریان، ی. ساعدی تپه رشت، ت. (۱۳۹۰)، تاثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان مورد مطالعه: کتابخانه های دانشگاه تهران (پردیس های مستقر در شهر تهران). نشریه تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاهی، سال ۴۵، شماره ۵۸، صص ۳۳-۵۳.
- [۷] غفاری آشتیانی، پ. مظفری، ا. آل مجتبی، ز. (۱۳۹۳) تغییرات رفتار مصرف کننده در پی تحریم اقتصادی، مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۲۴.
- [۸] قربانی موید، ز. (۱۳۸۸) بررسی ویژگی های دانشگاه کارآفرین در دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- [۹] ملاشاهی، غ. تبریزی دخت فرد، ا. (۱۳۹۳) اهمیت کارآفرینی و نقش آن در توسعه جوامع روستایی، فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سال دوازدهم، شماره ۴۴.
- [۱۰] منوچهری، م. (۱۳۹۰)، شناسایی و رتبه بندی موانع صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی و طراحی راهکار با رویکرد فازی (مطالعه موردی: صنایع کوچک و متوسط استان بوشهر)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- [11] Dehghanpour Farashah, A., (2013), The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational systems of Iran. *Education + Training*, Vol.55, No. 8/9, PP. 868-885.
- [12] Duane, G.A. (2000), *Management and Organization*, Ohio: South-Western.
- [13] Naranjo-Valencia, J.C.; D.J. Jimenez & R. Sanz-Valle, (2011), Innovation or imitation? The role of organizational culture. *Management Decision*, Vol. 49. No. 1, PP. 55-72.
- [14] Sharifirad, M.S. & V. Ataei, (2012), Organizational culture and innovation culture: exploring the relationships between constructs. *Leadership & Organizational Development Journal*, Vol. 33, No. 5, PP. 494-517.
- [15] Shepherd, D; Covin, G.F; Kuratko F.D. (2008). Project Failure from Corporate Entrepreneurship: Managing the Grief Process, *Journal of Business Venturing*, 24(6): 588-600.
- [16] Timmons, J.A., (1999), *New venture creation; entrepreneurship for the 21st century*. Singapore: McGraw-Hill.