

عنوان مقاله: تاثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی (سیاست‌های کلان

اقتصادی) بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های

منتخب ایران

ابوالفضل شاه‌آبادی^۱ - شقایق شهبازی^۲ - حسین سهرابی‌وفا^۳

دریافت: ۱۳۹۳/۸/۱۴

پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۲۶

مقاله برای اصلاح به مدت ۲ روز نزد پدیدآوران بوده است.

چکیده:

با توجه به ضرورت مدیریت دانش و تجاری‌سازی آن و تغییر در ماهیت تولید اقتصادی در عصر حاضر، دانشگاه به عنوان نهاد عمده تولید دانش، نقش جدیدی در توسعه اقتصادی پیدا کرده و برای ایفای این نقش، تبدیل دانشگاه به دانشگاه کارآفرین ضرورت پیدا کرده است. در دانشگاه کارآفرین، مدیران به عنوان مهره‌های اصلی و هسته تصمیم‌گیری‌ها، می‌باید از توانایی‌ها و قابلیت‌های ویژه و به عبارتی از مهارت‌های کارآفرینانه برخوردار باشند. بنابراین انگیزش و ترغیب مدیران برای به فعلیت رساندن قابلیت‌های آنها اهمیت زیادی دارد. از آنجا که بروز رفتارهای کارآفرینانه از یک سو تحت تاثیر فضای کارآفرینی اقتصاد و از سوی دیگر تحت تاثیر فضای کارآفرینی سازمان قرار دارد، در این پژوهش دو گروه عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی (سیاست‌های اقتصادی) در نظر گرفته شده و تاثیر این عوامل بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب ایران مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش حاضر از نوع همبستگی است که به روش مقطعی و با کمک راهبرد پیمایش صورت گرفته است. جامعه آماری شامل دانشگاه‌های شریف، شهید بهشتی، امیرکبیر، علم و صنعت و دانشگاه خوارزمی بوده و حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران ۲۰۹ نفر برآورد شده است. برای تحلیل آماری از تحلیل عاملی، مدل معادلات ساختاری، آزمون ناپارامتری فریدمن و آزمون گردش استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد عوامل درون‌سازمانی آزادی عمل و استقلال کاری، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی، بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت و معنادار داشته و در مقابل عامل درون‌سازمانی پاداش و تقویت و سیاست‌های پولی، مالی و ارزی دولت، اثری منفی و معنادار بر رفتار کارآفرینانه مدیران مذکور داشته است. از میان متغیرهای مورد بررسی، تاثیر حمایت مدیریت و سیاست تجاری بر رفتار کارآفرینانه مدیران بی‌معنا بوده است.

کلیدواژه‌ها: عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی،

سیاست‌های کلان اقتصادی، رفتار کارآفرینانه،

مدیران میانی دانشگاه‌ها.

۱. دانشیار گروه اقتصاد دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان (نویسنده مسئول)

shahabadia@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد اقتصاد پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران

sh.shahbazi1989@yahoo.com

۳. دانشجوی دکترای اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

SohrabiVafa@gmail.com

مقدمه

کارآفرینی عاملی است که می‌تواند توان فنی و تولیدی کشورها را افزایش دهد، فناوری‌های جدید خلق کند، محصولات جدید معرفی کند، ساختار و سازمان صنایع را به روز کرده و خلاء بازارهای موجود و در واقع فرصت‌های موجود را شناسایی و بازارهای جدید ایجاد کند. ضعف فضای کارآفرینی، از طریق کاهش توان فنی و تولیدی و تضعیف قدرت رقابت‌پذیری، مانع رشد و توسعه اقتصادی کشورها می‌شود. بنابراین کارآفرینی نقشی محوری و غیرقابل انکار در رشد مستمر و توسعه اقتصادی دارد (Archibong, 2004). امروزه برخی از صاحب‌نظران کارآفرینی را به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده تولید در نظر می‌گیرند (فرحبخش، ۱۳۸۲).

دانشگاه‌ها بنیادی‌ترین سازمان‌های هر جامعه هستند که نقشی برجسته در تربیت سرمایه انسانی، به فعلیت رساندن قابلیت‌های بالقوه دانش‌آموختگان و هموار کردن مسیر رشد و توسعه اقتصادی دارند. دانشگاه‌ها مانند هر سازمان دیگری برای اجرای برنامه‌ها، رسیدن به اهداف و به انجام رساندن رسالت اصلی خود (آموزش، تربیت و پرورش سرمایه انسانی)، نیازمند وجود مدیرانی کارآفرین هستند که با تکیه بر یافته‌ها و مطالعات انجام‌شده و با در نظر گرفتن ماهیت متغیرهای محیطی که با آنها در تعامل هستند و موقعیت سازمان، راهکارهای مناسب را جهت دستیابی به اهداف سازمان ارائه دهند. این امر در مدیران میانی سازمان اهمیت بیشتری می‌یابد (فخیمی، ۱۳۷۹). زیرا مدیران میانی ضمن برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت، برای اظهارنظر مدیران ارشد برنامه‌های جامع‌تر و بلندمدت آماده می‌کنند، همچنین بر عملکرد مدیران رده پایین نیز نظارت دارند (Drucker, 1985). بنابراین این مطالعه با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و نقش مدیران در توسعه کارآفرینی، سعی در شفاف‌سازی نقش عوامل درون‌سازمانی (جو کارآفرینی سازمان) و به خصوص عوامل برون‌سازمانی (سیاست‌های کلان اقتصادی) در انگیزش رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب کشور دارد.

در ادامه پژوهش حاضر، ابتدا مروری بر ادبیات موضوع داشته، سپس مدل و فرضیه‌ها و روش پژوهش ارائه می‌شود. دو بخش پایانی نیز به تحلیل یافته‌های پژوهش، ارائه نتایج و پیشنهادها اختصاص دارد.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی فرآیند خلق هر چیز نو و باارزش، با صرف وقت و تلاش، با فرض همراه داشتن خطرات مالی، روحی و اجتماعی و به دست آوردن پاداش‌های مالی و رضایت فردی و استقلالی که از آن ناشی می‌شود، است (Hisrich, 2008). کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب‌وکار و با بسیج منابع که با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی همراه است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهد (احمدپورداریانی و عرفانیان، ۱۳۸۶). شاخه‌ای از کارآفرینی که کارآفرینی سازمانی نامیده می‌شود در قالب سازمان صورت می‌گیرد (ایمانی‌پور، ۱۳۸۷). کارآفرین سازمانی کسی است که در یک سازمان از قبل تاسیس شده، از طریق نوآوری و خطرپذیری، مسئولیت تبدیل یک فکر یا ایده خام را به کالایی ساخته‌شده و سودمند بر عهده می‌گیرد (Prokopenko & Pavlin, 1999). رفتار کارآفرینانه مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات را در برمی‌گیرد که از سوی افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه‌ای از منابع را برای شناخت و پیگیری فرصت‌ها به کار می‌گیرد (Mair, 2002).

بر اساس بررسی‌های انجام‌شده، نوآوری و کارآفرینی در تمام سطوح سازمان‌ها از جمله سطوح اجرایی (مدیران و کارکنان) و به خصوص مدیران میانی وجود داشته و معمولاً رفتارهای حمایتی نیز در سطوح مدیران عالی مشاهده می‌شود؛ این یافته‌ها نه تنها در سازمان‌های خصوصی، بلکه با شدت کمتر در سازمان‌های دولتی نیز به چشم می‌خورد (Zampetakis, 2007). وظیفه مدیر یا رهبر سازمان از این نظر اهمیت دارد که با همه متغیرهای محیطی پیرامون خود در تعامل است (Hersey & Blanchard, 1988). جو سازمان باید به گونه‌ای باشد که شرایط لازم برای ارائه فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم آورد و روحیه کارآفرینی اعضای سازمان را تحریک کند (Nasuridin, Ramayah & Beng, 2006). جو سازمان به معنای مجموعه عواملی است که کارآفرینی سازمانی را متاثر می‌کنند.

با نگاهی اقتصادی به مقوله کارآفرینی، می‌توان برای آن بازاری متشکل از عرضه‌کنندگان و متقاضیان ترسیم کرد. آنچه در طرف عرضه کارآفرینی حائز اهمیت است، تربیت، انگیزش و ترغیب کارآفرینان به ارائه رفتارهای کارآفرینانه است. در طرف تقاضا نیز باید متقاضیان را به استفاده از کارآفرینی تشویق کرد؛ متقاضیان و استفاده‌کنندگان از عامل کارآفرینی باید متقاعد شوند به‌کارگیری کارآفرینی هم به صرفه است و هم برای موفقیت در رقابت ضروری است. کارآفرینی می‌تواند برای جامعه، دولت و خود کارآفرینان از جمله سودآورترین فعالیت‌ها باشد، اما این امر تابع

فضای اقتصادی کشور که بر مبنای سیاست‌ها و تصمیمات اقتصادی دولت شکل می‌گیرد، است. به بیان دیگر وقتی محیط داخلی سازمان مشوق و حامی کارآفرینی باشد ولی فضای کلان اقتصادی، کارآفرینان را در تنگنا قرار دهد، بهبود فضای خرد (درون سازمانی) چندان مثمرتر نخواهد بود.

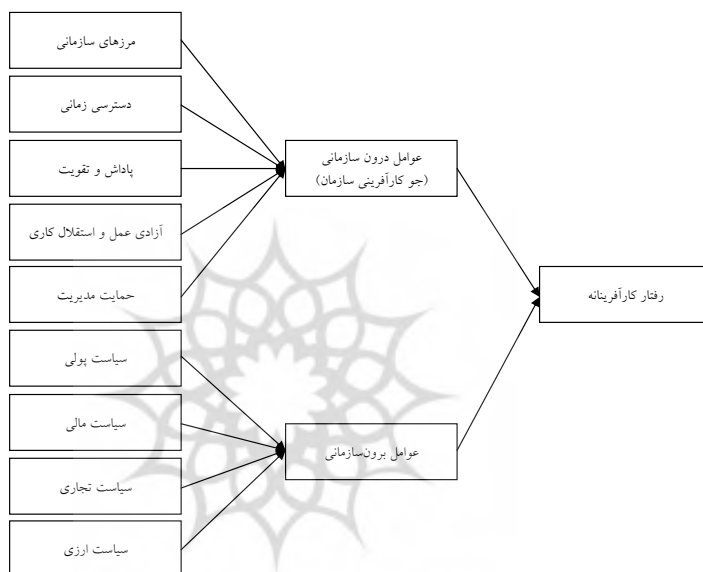
نقش محوری کارآفرینی در رشد و توسعه سازمان‌ها و سیستم‌های اقتصادی، پژوهشگران و متخصصان را بر آن داشته است که پیرامون عوامل اثرگذار بر آن به مطالعه بپردازند؛ مطالعات انجام‌شده صرفاً بر تاثیر جو کارآفرینی سازمان بر رفتار کارآفرینانه تمرکز یافته‌اند. به عنوان نمونه چانگ و چن به ارتباط مثبت میان تفویض اختیار و خلاقیت کارکنان و همچنین ارتباط منفی میان محدودیت زمانی و خلاقیت کارکنان پی بردند (Chen & Cangahuala, 2010). لی و همکاران عوامل سازمانی مانند عدم حمایت مدیریت و محدودیت زمانی را به عنوان علت تصمیم افراد به تغییر شغل، خروج از سازمان و راهاندازی کسب‌وکار مستقل معرفی می‌کنند (Lee, Wong & Foo Maw Der, 2011). همچنین چن و کانگ‌هوالا به بررسی ارتباط میان جو کارآفرینی سازمان با عملکرد سازمان پرداخته و پنج عامل درون‌سازمانی شامل حمایت مدیریت، تفویض اختیار، پاداش، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی را در نظر می‌گیرند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد مؤلفه حمایت مدیریت، به ویژه مؤلفه‌های تفویض اختیار، پاداش و مرزهای سازمانی، بر رفتار کارآفرینانه و عملکرد سازمان تاثیر مثبت دارند (Chen & Cangahuala, 2010). فن گلدرن و یینسن هم استقلال را به عنوان یک انگیزه مقدماتی برای کارآفرینی و راهاندازی کسب‌وکار شناسایی می‌کنند (Van Gelderen & Jensen, 2006).

مرزبان (۱۳۹۰)، مؤلفه‌های حمایت مدیریت، پاداش و تقویت، آزادی عمل، مرزهای سازمانی و دسترسی زمانی را به عنوان ابعاد جو کارآفرینی سازمانی در نظر گرفته و نشان می‌دهند میان ابعاد جو کارآفرینی سازمانی و رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. صنعتی (۱۳۸۸)، به بررسی رابطه میان جو کارآفرینی سازمان و عملکرد سازمان - که نتیجه فعالیت‌های کارآفرینانه است - پرداخته و بیان می‌دارد رابطه معنادار و مثبت میان بعد مرزهای سازمانی و عملکرد سازمانی وجود دارد اما میان سایر ابعاد جو کارآفرینی سازمان و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد. صمدی و شیرزادی‌اصفهانی (۱۳۸۵)، به بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان پرداخته و بر اساس نتایج بیان می‌دارند میان جو سازمانی مدرسه و روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مدل و فرضیه‌های پژوهش

پژوهش حاضر به اقتباس از مدل جامع کوراتکو و همکارانش پنج عامل حمایت مدیریت، آزادی

عمل، تقویت و پاداش‌ها، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی را به عنوان مولفه‌های جو سازمانی در نظر می‌گیرد (Kuratko et al., 1993). زیرا این مدل بر عوامل محیطی موثر بر رفتار کارآفرینانه تاکید دارد. همچنین علاوه بر عوامل درون‌سازمانی، عوامل برون‌سازمانی نیز بازار کارآفرینی را متاثر می‌کنند. زیرا عرضه و تقاضای کارآفرینی تحت تاثیر فضای اقتصادی جامعه قرار دارند. بدین ترتیب بر اساس ادبیات نظری و متغیرهای درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

به این ترتیب فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

- فرضیه ۱: سیاست‌های مالی دولت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر منفی دارند.
- فرضیه ۲: سیاست‌های پولی دولت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر منفی دارند.
- فرضیه ۳: سیاست‌های ارزی دولت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر منفی دارند.
- فرضیه ۴: سیاست‌های تجاری دولت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر منفی دارند.

فرضیه ۵: حمایت مدیریت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت دارد.

فرضیه ۶: آزادی عمل و استقلال کاری بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت دارد.

فرضیه ۷: پاداش و تقویت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت دارد.

فرضیه ۸: دسترسی زمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت دارد.

فرضیه ۹: مرزهای سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب تاثیر مثبت دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف و دارا بودن قابلیت اجرایی، کاربردی، بر مبنای نحوه گردآوری داده‌های موردنیاز، توصیفی و از نظر بررسی ارتباط میان عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی با کارآفرینی مدیران دانشگاه، از نوع همبستگی است که به روش مقطعی و با کمک راهبرد پیمایش انجام می‌شود. روش گردآوری اطلاعات به صورت میدانی و کتابخانه‌ای است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای است که در ارتباط با تاثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهیه و از سه بخش تشکیل شده است؛ بخش اول به پرسش‌های مربوط به ویژگی‌های فردی اختصاص دارد. بخش دوم مربوط به پرسش‌هایی است که تاثیر مولفه‌های محیط داخلی سازمان بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. بخش سوم پرسشنامه پرسش‌هایی را در برمی‌گیرد که تاثیر سیاست‌های کلان اقتصادی را بر رفتار کارآفرینانه بررسی می‌کنند. این بخش بیشتر با تکیه بر قانون برنامه پنجم توسعه که دربرگیرنده دیدگاه‌ها، چارچوب فکری و تصمیمات سیاستگذاران اقتصادی است، طراحی شده است. بدین ترتیب متغیرهای پژوهش به شرح زیر هستند:

- ویژگی‌های فردی؛ متغیری پنهان است که با هفت گویه مورد سنجش قرار گرفته و در بررسی‌های آمار توصیفی کاربرد دارد.

- رفتار کارآفرینانه؛ متغیر وابسته و پنهان؛ این متغیر با ۱۲ گویه بر اساس مدل زامپتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) عملیاتی شده است.

- تاثیر عوامل درون‌سازمانی بر رفتار کارآفرینانه، به طور کلی با ۴۸ گویه بر اساس شاخص ارزیابی کارآفرینی شرکتی (CEAI)^۱ هرنزبای و همکاران (۲۰۰۲) عملیاتی شده است:
- حمایت مدیریت؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۱۹ گویه عملیاتی شده است.
- آزادی عمل و استقلال کاری؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۱۰ گویه عملیاتی شده است.
- پاداش و تقویت؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با شش گویه عملیاتی شده است.
- دسترسی زمانی؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با شش گویه عملیاتی شده است.
- مرزهای سازمانی؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با هفت گویه عملیاتی شده است.
- تاثیر سیاست‌های کلان اقتصادی بر رفتار کارآفرینانه، به طور کلی با ۴۵ گویه عملیاتی شده است.
- سیاست مالی؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۱۴ گویه عملیاتی شده است.
- سیاست پولی؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۱۱ گویه عملیاتی شده است.
- سیاست ارزی؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۹ گویه عملیاتی شده است.
- سیاست تجاری؛ متغیر مستقل و پنهان: تاثیر این متغیر بر رفتار کارآفرینانه با ۱۱ گویه عملیاتی شده است.

جامعه آماری این پژوهش، مدیران میانی (مدیران و معاونان پردیس‌ها، واحدها، پژوهشکده‌ها و دانشکده‌ها) دانشگاه‌های منتخب ایران است؛ با توجه به پیمایشی بودن پژوهش و نیاز به مراجعه به دانشگاه‌ها، بحث و گفت‌وگو با مدیران و پیگیری حضوری جریان تکمیل پرسشنامه‌ها، دانشگاه‌های مایل به همکاری شهر تهران به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده‌اند. بر اساس آمار مدیریت نیروی انسانی و مدیریت تشکیلات و بودجه دانشگاه‌های منتخب در پاییز سال ۱۳۹۲، تعداد مدیران

1. Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument

میانی دانشگاه صنعتی شریف ۱۰۴ نفر، دانشگاه شهید بهشتی ۹۷ نفر، دانشگاه امیرکبیر ۹۹ نفر، دانشگاه علم و صنعت ۸۷ نفر و دانشگاه خوارزمی ۶۷ نفر بوده که مجموعاً ۴۵۴ مدیر میانی را شامل می‌شود. برای محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است. طبق این فرمول حجم نمونه ۲۰۹ نفر برآورد شده است:

$$n = \frac{Nt^2 p(1-p)}{Nd^2 + t^2 p(1-p)} \quad 209 = \frac{454 (1/96) 2 \cdot 0/5 (0/5)}{454 (0/05)^2 + 454 (1/96)^2 \cdot 0/5 (0/5)}$$

پرسشنامه به دو صورت حضوری و از طریق پست الکترونیک در اختیار مدیران قرار گرفت. همچنین برای برطرف کردن ابهامات و توضیح و تبیین مفاهیم محوری پرسشنامه، در صورت لزوم اقدام به بحث و گفت‌وگوی حضوری شده است. در مجموع جهت اطمینان از کفایت حجم نمونه، ۳۶۳ پرسشنامه در اختیار مدیران قرار گرفت، ۲۴۲ پرسشنامه برگردانده شد که از این مقدار ۲۱۵ پرسشنامه قابلیت ارزیابی را داشت.

روش پاسخگویی به پرسش‌ها بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت شامل ۱. کاملاً مخالفم، ۲. مخالفم، ۳. نظری ندارم، ۴. موافقم و ۵. کاملاً موافقم، است. برای تحلیل آماری داده‌های کدگذاری شده از روش‌های آمار توصیفی، آمار استنباطی؛ تحلیل عاملی، مدل معادلات ساختاری، آزمون ناپارامتری فریدمن و آزمون گردش استفاده و در تمام تحلیل‌های آماری از نرم‌افزار آماری SPSS (21IBM) و LISREL (8/8) بهره گرفته شده است.

پایایی و روایی پرسشنامه: جهت ارزیابی روایی و اعتبار محتوایی پرسشنامه، نسخه نهایی آن برای چند تن از خبرگان و کارشناسان ارسال و پس از اعمال نظرات ایشان، مورد تایید قرار گرفت. در اجرای آزمایشی، ۳۰ نسخه از پرسشنامه برای استادان و دانشجویان تحصیلات تکمیلی ارسال و ضریب پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه‌های برگردانده شده با استفاده از روش آلفای کرونباخ^۱ محاسبه شد. پس از حذف پرسش‌هایی که دارای کمترین درصد همبستگی و تبیین بودند، یعنی متغیرهایی که ضریب آنها معنادار نبوده، ضریب پایایی پرسشنامه ۰/۸۷۱ محاسبه شد که مبین قابلیت اعتماد مناسب آن است.

1. Cronbach's Alpha

جدول ۱: پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ

نام متغیر	نماد	تعداد گویه‌های باقیمانده پس از حذف گویه‌های ضعیف	ضریب آلفای کرونباخ (پس از حذف گویه‌های ضعیف)
حمایت مدیریت	CE	۱۴	۰/۹۷۹
آزادی عمل - استقلال کاری	WAF	۸	۰/۹۷۷
پاداش و تقویت	RR	۴	۰/۹۴۳
دسترسی زمانی	AT	۶	۰/۹۷۶
مرزهای سازمانی	OB	۶	۰/۹۷۸
رفتار کارآفرینانه	EBMM	۱۰	۰/۹۸۵
سیاست تجاری	TP	۶	۰/۹۵۷
سیاست ارزی	FOP	۷	۰/۹۶۶
سیاست پولی	MP	۸	۰/۹۶۲
سیاست مالی	FP	۱۰	۰/۹۷۶

منبع: محاسبات پژوهش

تحلیل یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی: نتایج آمار توصیفی که مبین وضعیت نمونه آماری به لحاظ متغیرهای جمعیت‌شناختی و ویژگی‌های فردی است، بدین شرح است:

۹۰/۲ درصد از پاسخگویان به پرسشنامه را مردها و ۹/۸ درصد را زن‌ها تشکیل می‌دهند. در مورد سن پاسخگویان، ۱۵/۳ درصد از مدیران زیر ۴۰ سال، ۶۷/۹ درصد ۴۰ تا ۵۰ سال و ۱۶/۷ درصد بیشتر از ۵۰ سال داشته‌اند. در مورد سطح تحصیلات، ۲/۳ درصد دارای مدرک لیسانس، ۴۸/۴ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و ۴۹/۳ درصد دارای مدرک دکترا هستند. در خصوص رشته تحصیلی، ۲۶ درصد در رشته‌های اقتصاد و علوم مالی، ۲۰/۵ درصد در رشته مدیریت، ۱۳/۵ درصد در رشته‌های جامعه‌شناسی و روانشناسی، ۱۵/۳ درصد در رشته‌های فنی و مهندسی (مکانیک، برق، کامپیوتر، معماری و...)، ۹/۸ درصد در رشته‌های علوم پایه تحصیل کرده و ۱۴/۹ درصد پاسخ نداده‌اند. در ارتباط با سابقه خدمت، ۱۶/۸ درصد از مدیران زیر ۱۰ سال، ۵۴/۴ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۱۸/۶ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه خدمت داشته و ۱۰/۲ درصد پاسخ نداده‌اند. در مورد سابقه مدیریت، ۲۱/۹ درصد از مدیران زیر ۱۰ سال، ۴۹/۳ درصد بین ۱۰ تا ۲۰

سال و ۸/۱۵ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه مدیریت داشته و ۱۳ درصد پاسخ نداده‌اند. برای تحلیل یافته‌های پژوهش از تحلیل عاملی جهت استخراج عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه، مدل معادلات ساختاری جهت بررسی روابط میان متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از آزمون ناپارامتری فریدمن جهت یکسان بودن رتبه‌بندی عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه و درنهایت از آزمون گردش جهت بررسی تصادفی بودن نمونه استفاده شده است. امکان‌سنجی انجام تحلیل عاملی: از آنجا که پژوهش حاضر به دلیل ماهیت و مقیاس متغیرهای مورد سنجش با حجم زیادی از گویه‌ها روبه‌روست، از تحلیل عاملی تاییدی جهت تلخیص و طبقه‌بندی متغیرها استفاده شده است. اما ابتدا باید بررسی شود آیا انجام تحلیل عاملی امکان‌پذیر است؟ آیا می‌توان داده‌های موجود را به چند عامل پنهانی تقلیل داد؟ آیا تعداد زیادی متغیر اصلی را می‌توان به مجموعه‌ی کوچک‌تری از متغیرها با کمترین میزان ریزش اطلاعات تبدیل کرد؟ بر این اساس تحلیل عاملی بر دو آزمون KMO^۱ و بارتلت^۲ مبتنی است که هر دو نشان می‌دهند آیا داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹). نتایج آزمون‌های مذکور برای کل پرسش‌های هدف به شرح جدول (۲) است:

جدول ۲: نتایج آزمون بارتلت و KMO

شاخص کفایت نمونه KMO	آماره کای-دو	۰/۹۲۲
آزمون کرویت بارتلت	درجه آزادی	۲۲۴۱۲/۷
	سطح معناداری	۳۰۸۱
		۰/۰۰۰

منبع: محاسبات پژوهشی

مقدار آماره کای-دو حاصل از آزمون بارتلت برابر با ۲۲۴۱۲/۷ است که با میزان خطای کمتر از ۰/۰۱ معنادار است. بنابراین فرض H_0 (متغیرها ناهمبسته‌اند) رد و فرض H_1 (متغیرها همبسته‌اند) تایید می‌شود. این امر نشان می‌دهد ماتریس همبستگی عامل‌ها با گویه‌ها، یک ماتریس واحد نیست؛ به این معنا که از یک طرف، همبستگی درون‌گویه‌ای مناسب است و از طرف دیگر همبستگی هر عامل با مجموعه گویه‌ها و با همبستگی عوامل دیگر با مجموعه گویه‌های دیگر تفاوت دارد. در مجموع می‌توان از متغیرهای موجود یک مدل عاملی معنادار استخراج کرد. مقدار

1. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy
2. Bartlett Test of Sphericity

آماره KMO نیز از ۰/۷ بیشتر است بنابراین همبستگی‌های موجود در میان متغیرهای آشکار برای تحلیل عاملی مناسب است.

پس از انجام تحلیل عاملی و استخراج ماتریس همبستگی گویه‌ها و عامل‌ها بعد از چرخش به وسیله نرم‌افزار لیزرل گویه‌ها به دلیل سنخیت ماهیت و مقدار بار عاملی (منظور از بار عاملی، همبستگی یعنی شدت ارتباط و وابستگی خطی میان هر گویه با عامل‌های استخراجی است) که دارند، در ۱۰ طبقه جای گرفته‌اند. در ماتریس مزبور مشاهده می‌شود هر یک از متغیرها با کدام عامل یا شاخص ترکیبی همبستگی معنادار دارند؛ قدرمطلق مقدار همبستگی این متغیرها با سایر عوامل کمتر از ۰/۵ (نزدیک به صفر) بوده و در نتیجه این مقادیر از ماتریس حذف شده است (ارتباط ضعیف و بی‌معنی گویه مورد نظر با عامل مربوطه). در مقابل، این مقدار برای عامل مورد نظر نزدیک به یک بوده و در ماتریس همبستگی درج شده است. بنابراین بر اساس نتایج می‌توان بیان داشت:

- متغیرهای درون‌سازمانی حمایت مدیریت (CE)^۱ تنها با عامل ۱ یا شاخص ترکیبی شماره ۱ همبستگی معنادار دارند. عامل ۱ را عامل حمایت مدیریت می‌نامیم.
- متغیرهای درون‌سازمانی آزادی عمل و استقلال کاری (WAF)^۲ با عامل شماره ۴ همبستگی معنادار دارند. بر این اساس عامل ۴ را عامل آزادی عمل و استقلال کاری می‌نامیم.
- متغیرهای درون‌سازمانی پاداش و تقویت (RR)^۳ با عامل شماره ۱۰ همبستگی معنادار دارند. بنابراین عامل ۱۰ را عامل پاداش و تقویت می‌نامیم.
- متغیرهای درون‌سازمانی دسترسی زمانی (AT)^۴ با عامل شماره ۹ همبستگی معنادار دارند. پس این عامل را عامل دسترسی زمانی می‌نامیم.
- متغیرهای درون‌سازمانی مرزهای سازمانی (OB)^۵ با عامل شماره ۸ همبستگی معنادار دارند. بدین ترتیب این عامل را عامل مرزهای سازمانی می‌نامیم.
- متغیرهای وابسته رفتار کارآفرینانه (EBMM)^۶ با عامل شماره ۲ همبستگی معنادار دارند. پس عامل ۲ را عامل رفتار کارآفرینانه می‌نامیم.
- متغیرهای برون‌سازمانی سیاست پولی (MP)^۷ با عامل شماره ۵ همبستگی معنادار دارند. در

1. The Level of Management Support for Corporative Entrepreneurship
2. Work Autonomy & Freedom
3. Reward & Reinforcement
4. Access Time
5. Organizational Boundaries
6. Entrepreneurial Behavior of Middle Managers
7. Monetary Policy

نتیجه این عامل را عامل سیاست پولی می‌نامیم.

- متغیرهای برون‌سازمانی سیاست مالی (FP)^۱ با عامل شماره ۳ همبستگی معنادار دارند. پس این عامل را عامل سیاست مالی می‌نامیم.
- متغیرهای برون‌سازمانی سیاست تجاری (TP)^۲ با عامل شماره ۷ همبستگی معنادار دارند. از این رو، این عامل را عامل سیاست تجاری می‌نامیم.
- متغیرهای برون‌سازمانی سیاست ارزی (FOP)^۳ با عامل شماره ۶ همبستگی معنادار دارند. بر این اساس عامل مذکور را عامل سیاست ارزی می‌نامیم.

جدول (۳) کل واریانس توضیح داده‌شده به وسیله عامل‌ها را نمایش می‌دهد. در مجموع، ۸۴ درصد از کل واریانس توسط ۱۰ مولفه استخراجی توضیح داده می‌شود.

جدول ۳: کل واریانس توضیح داده‌شده به وسیله عامل‌ها

عامل‌ها	کل	درصد از واریانس	درصد تجمعی
۱	۱۱/۶۲۰	۱۴/۷۰۹	۱۴/۷۰۹
۲	۹/۰۰۴	۱۱/۳۹۸	۲۶/۱۰۷
۳	۸/۴۲۷	۱۰/۶۶۷	۳۶/۷۷۴
۴	۷/۱۲۶	۹/۰۲۰	۴۵/۷۹۴
۵	۶/۶۳۵	۸/۳۹۹	۵۴/۱۹۳
۶	۵/۸۹۹	۷/۴۶۷	۶۱/۶۶۰
۷	۵/۳۰۰	۶/۷۰۹	۶۸/۳۶۹
۸	۵/۰۵۴	۶/۳۹۷	۷۴/۷۶۷
۹	۴/۹۹۳	۶/۳۲۰	۸۱/۰۸۶
۱۰	۲/۸۳۳	۳/۵۸۶	۸۴/۶۷۲

منبع: محاسبات پژوهش

مدل معادلات ساختاری

مدل مفهومی: مدل مفهومی دربردارنده تمامی روابطی است که این پژوهش بر محوریت

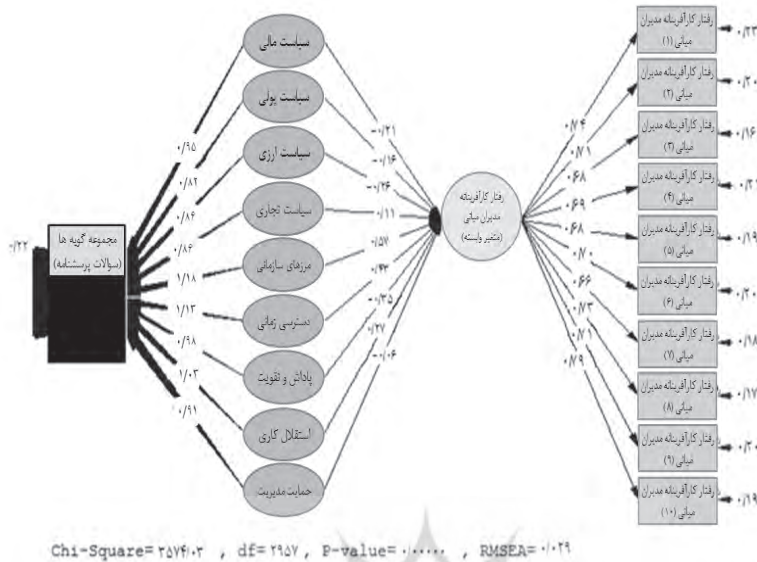
1. Fiscal Policy
2. Trade Policy
3. Foreign Policy

آنها استوار بوده و در قالب فرضیات قصد بررسی آنها را دارد. از آنجا که هدف پژوهش حاضر صرفاً بررسی روابط مستقیم عامل‌های مستقل با عامل وابسته است، برای استخراج عامل‌ها از روش متعامد استفاده شده و بنابراین همبستگی میان عامل‌های مستقل صفر است. یعنی عامل‌های مستقل ارتباطی با یکدیگر ندارند. لازم به توضیح است مستطیل تیره‌رنگی که در سمت چپ شکل قرار دارد، مجموعه‌ای متشکل از ۶۹ گویه است که برای استخراج ۹ عامل مستقل به کار رفته‌اند و به خاطر تعداد زیاد و محدودیت صفحه نمایش، به وسیله نرم‌افزار به صورت متراکم و تیره‌رنگ به نمایش درآمده‌اند و البته در صفحه اصلی نرم‌افزار می‌توان با کشیدن گویه دلخواه، آن را از مجموعه گویه‌ها جدا کرده و ضرایب آن را مشاهده کرد. همان‌طور که در سمت راست شکل، ۱۰ گویه مرتبط با عامل رفتار کارآفرینانه (EBMM) به نمایش درآمده‌اند. ۹ عامل مستقل نیز به ترتیب از بالا به پایین عبارتند از: سیاست مالی (FP)، سیاست پولی (MP)، سیاست ارزی (FOP)، سیاست تجاری (TP)، مرزهای سازمانی (OB)، دسترسی زمانی (AT)، پاداش و تقویت (RR)، آزادی عمل و استقلال کاری (WAF) و حمایت مدیریت (CE).

مدل اندازه‌گیری: پیش از انجام آزمون فرض، باید از برازندگی مدل اطمینان حاصل کرد. به این منظور در این پژوهش از نسبت کای-دو با درجه آزادی و نیز شاخص ریشه دوم میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA)^۱ استفاده شده است. طبق خروجی لیزرل، مقدار محاسبه‌شده برابر با $3574/03$ است و درجه آزادی نیز ۲۹۵۷ است. بنابراین نسبت کای-دو با درجه آزادی حدوداً برابر $1/21$ است که از مقدار مجاز ۳ کوچک‌تر است. شاخص RMSEA نیز معادل $0/029$ برآورد شده که با توجه به کوچک‌تر بودن از مقدار $0/05$ نشان‌دهنده برازش خوب مدل است. چنانچه مشاهده می‌شود مقدار p-value نیز مساوی صفر است. بنابراین، این فرض که نتایج برحسب تصادف به دست آمده و بی‌معنی هستند، رد می‌شود.

با توجه به برازش خوب مدل می‌توان مقادیر بتای مندرج در مدل اندازه‌گیری را تفسیر کرد؛ علامت بتاها، جهت اثرگذاری هر یک از عوامل بر رفتار کارآفرینانه را نشان می‌دهند.

1. Root Mean Square Error of Approximation



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری

- مقدار بتای FP (سیاست مالی) برابر با منفی ۰/۲۱ است. یعنی از نظر پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه، سیاست مالی بر رفتار کارآفرینانه تأثیر منفی داشته و سبب تضعیف آن شده است؛ به بیان دیگر اثر سیاست مالی بر بازار کارآفرینی نامطلوب بوده و سبب کاهش انگیزه و روحیه کارآفرینی در مدیران دانشگاه‌ها شده است. سیاست‌های مالی نامناسب دولت عمده‌تاً با دامن زدن به تورم و بی‌ثباتی اقتصادی، به فضای کارآفرینی آسیب زده است.
- مقدار بتای MP (سیاست پولی) معادل منفی ۰/۱۶ برآورد شده است. به بیان دیگر اتخاذ سیاست پولی نامتناسب با رشد اقتصادی، سبب افزایش قیمت‌ها و بی‌ثباتی در فضای کلان اقتصادی و بالاترین‌ها برای کارآفرینان شده است. همچنین دشواری و زمان‌بری مراحل درخواست تا دریافت تسهیلات، محدودیت‌های زیادی برای تامین مالی طرح‌های کارآفرینانه ایجاد کرده است و از همه مهم‌تر منفی بودن نرخ سود واقعی تسهیلات بانکی از یک‌سو موجب مازاد تقاضای تسهیلات بانکی شده و از سوی دیگر انگیزه فعالیت‌های مولد از جمله کارآفرینی را کاهش داده است.
- ضریب بتای FOP (سیاست‌های ارزی) برابر منفی ۰/۲۶ است. به بیان دیگر دلیل منفی

بودن ضریب بتا ناشی از سازوکار نامناسب تعیین نرخ ارز است. زیرا تعیین نرخ ارز به عنوان مهم‌ترین ابزار سیاست ارزی، در ایران بدون توجه به فضای کارآفرینی و با اتکا به ثروت‌های نفتی عموماً درجهت کنترل تورم و بی‌تناسب با رشد عرضه پول بدون پشتوانه صورت می‌گیرد. در نتیجه تعیین نرخ ارز نامناسب موجب تضعیف فضای کارآفرینی و تولید در برابر واردات می‌شود.

- در میان سیاست‌های اقتصادی دولت، تنها مقدار بتای TP معادل ۰/۱۱ برآورد شده که بیانگر تاثیر مثبت سیاست‌های تجاری بر رفتار کارآفرینانه است. اگرچه واردات از یک سو رقیب تولیدات داخلی هستند اما از سوی دیگر می‌تواند امکان‌آشنایی با فناوری‌های پیشرفته تولید، دانش و ایده‌های تولیدی جدید را فراهم کرده و زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری برای کارآفرینان ایرانی باشد. همچنین اگرچه بخش صادرات به دلیل ضعف نظام اداری، زمان‌بری و هزینه‌بری فرآیند اخذ مجوزها، با محدودیت‌ها و موانع زیادی مواجه است، اما ورود به فضای تجارت و حضور در بازارهای بین‌المللی از طریق صادرات، تولید داخلی را به رعایت برخی معیارها و استانداردها ملزم داشته و استفاده از کارآفرینی را برای رسیدن به سطوح استاندارد، به یک ضرورت تبدیل می‌کند.
- ضریب بتای OB (عامل مرزهای سازمانی) برابر مقدار مثبت ۰/۵۷ برآورد شده است. مشخص بودن مرزهای سازمان (وجود مقررات و دستورالعمل‌های مکتوب و مدون) در دانشگاه‌های مورد بررسی، از اتلاف منابع جلوگیری کرده و آنها را برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در چارچوب اهداف دانشگاه بسیج می‌کند.

- ضریب بتای AT (عامل دسترسی زمانی) برابر ۰/۴۳ محاسبه شده است. بنابراین داشتن وقت کافی برای انجام کارها عامل مهمی است که می‌تواند دقت، خلاقیت و نوآوری را در انجام امور افزایش دهد.

- ضریب بتای RR (عامل پاداش و تقویت) برابر مقدار منفی ۰/۳۵ تخمین زده شده است. بنابراین عامل مذکور نه تنها نتوانسته انگیزه رفتار کارآفرینانه مدیران میانی را تحریک کند، بلکه در جهت تضعیف آن نیز عمل کرده است. به نظر می‌رسد در دانشگاه‌های مورد بررسی، مسئولان به دلیل محدودیت بودجه یا کم‌توجهی نسبت به فعالیت‌های نوآورانه، در راستای اعطای پاداش و تشویق عملکردهای کارآفرینانه اقدام جدی انجام ندادند.

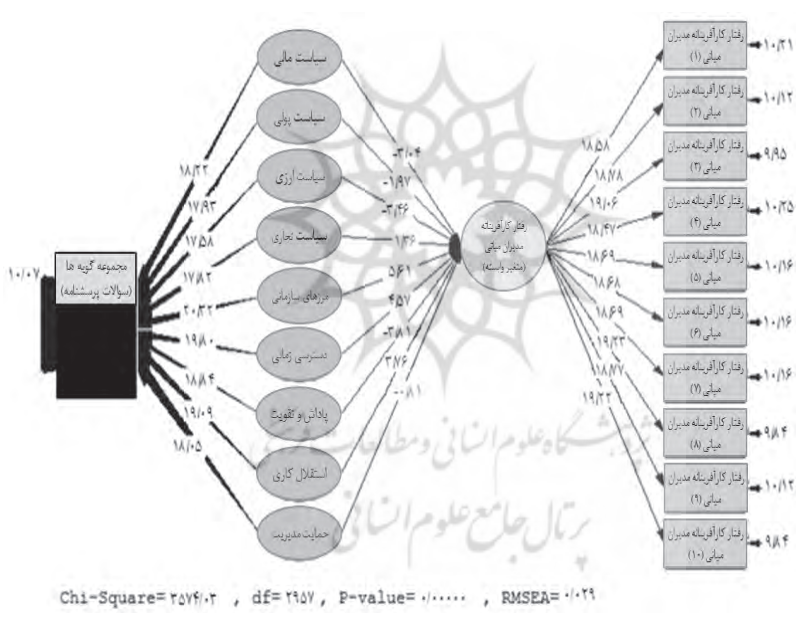
- ضریب بتای WAF (عامل آزادی عمل و استقلال کاری) معادل ۰/۲۷ برآورد شده است. بنابراین در دانشگاه‌های مورد بررسی، اختیارات و قدرت تصمیم‌گیری مستقلى که به مدیران داده شده، رفتار کارآفرینانه آنان را تحریک کرده است.

- ضریب بتای CE (عامل حمایت مدیریت) معادل منفی ۰/۰۶ محاسبه شده است که مبین اثر

منفی حمایت مدیریت بر رفتار کارآفرینانه است، یعنی عامل مذکور انگیزش رفتارهای کارآفرینانه را تضعیف کرده است. از آنجا که پاداش دهی یکی از مصادیق حمایت مدیریت است و ضریب این عامل نیز منفی برآورد شده است، می‌توان بیان داشت در دانشگاه‌های مذکور، مدیران عالی به مقوله رفتار و عملکرد کارآفرینانه اهمیت نداده و در جهت تقویت و انگیزش آن تلاش نمی‌کنند.

مدل ضرایب معناداری

با اجرای دستور T-Value در نرم‌افزار لیزرل، مقادیر آماره t ظاهر می‌شوند. اگر مقدار این آماره از ۱/۹۶ بیشتر باشد، نشان‌دهنده معناداری ضرایب برآوردشده بوده و بر اساس آن می‌توان پیرامون رد یا تایید فرضیه‌ها اظهارنظر کرد:



شکل ۳: مدل ضرایب معناداری

• فرضیه ۱: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل سیاست مالی و عامل رفتار کارآفرینانه برابر ۳/۰۴ است، بنابراین رابطه منفی که میان این دو عامل ایجاد شده معنادار و غیرتصادفی است. بنابراین فرضیه تاثیر منفی سیاست مالی بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.

- فرضیه ۲: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل سیاست پولی و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $1/97$ است، بنابراین رابطه منفی که میان این دو عامل برقرار است، معنادار و غیرتصادفی است. بدین ترتیب فرضیه تاثیر منفی سیاست پولی بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.
- فرضیه ۳: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل سیاست ارزی و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $3/46$ است، بر این اساس رابطه منفی که میان این دو عامل است معنادار و قابل اعتماد است. بنابراین فرضیه تاثیر منفی سیاست ارزی بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.
- فرضیه ۴: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل سیاست تجاری و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $1/36$ است، بنابراین رابطه مثبتی که میان این دو عامل است معنادار نیست. بنابراین فرضیه تاثیر منفی سیاست تجاری بر رفتار کارآفرینانه رد می‌شود.
- فرضیه ۵: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل حمایت مدیریت و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $0/81$ است، بنابراین رابطه منفی که طبق نتایج بین این دو عامل شکل گرفته است، می‌تواند ناشی از فقدان شایسته‌سالاری در نظام مدیریتی برحسب فضای کارآفرینی دانست. پس فرضیه تاثیر مثبت حمایت مدیریت بر رفتار کارآفرینانه رد می‌شود.
- فرضیه ۶: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل آزادی عمل و استقلال کاری و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $3/76$ است، بنابراین رابطه مثبتی که بین این دو عامل وجود دارد، معنادار و قطعی است. بنابراین فرضیه تاثیر مثبت آزادی عمل و استقلال کاری بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.
- فرضیه ۷: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل پاداش و تقویت و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $3/81$ است. بنابراین رابطه منفی که میان این دو عامل شکل گرفته، معنادار و غیرتصادفی است. مطابق مبانی نظری و مطالعات تجربی، انتظار می‌رفت اعطای پاداش بتواند بر انگیزه کارآفرینی اثر مثبت بگذارد و مدیران را به انجام رفتارهای کارآفرینانه تشویق کند، درحالی‌که علامت منفی ضریب بتای به دست‌آمده نشان می‌دهد در دانشگاه‌های مورد بررسی این مولفه نه تنها نتوانسته انگیزه کارآفرینی را افزایش دهد، بلکه آن را تضعیف کرده است. بنابراین فرضیه اثر مثبت پاداش و تقویت بر رفتار کارآفرینانه رد می‌شود.
- فرضیه ۸: مقدار آماره t مبنی بر رابطه میان عامل دسترسی زمانی و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $4/57$ است، بنابراین می‌توان بیان داشت رابطه مثبتی که میان این دو عامل ایجاد شده، معنادار و غیرتصادفی است. بنابراین فرضیه اثر مثبت دسترسی زمانی بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.
- فرضیه ۹: مقدار آماره t برای رابطه میان عامل مرزهای سازمانی و عامل رفتار کارآفرینانه برابر $5/61$ است، بنابراین بر اساس نتایج می‌توان بیان داشت مشخص بودن خط‌مشی‌ها، اهداف و

چارچوب سازمان تاثیر مثبت و معناداری بر انگیزه‌های کارآفرینی دارد. بدین ترتیب فرضیه اثر مثبت مرزهای سازمانی بر رفتار کارآفرینانه تایید می‌شود.

در مجموع تفسیر نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد در نمونه مورد بررسی، سیاست‌های پولی، مالی و ارزی انگیزه کارآفرینی را تضعیف کرده‌اند و از میان عوامل محیط درونی سازمان، عوامل دسترسی زمانی، مرزهای سازمانی و آزادی عمل و استقلال کاری تاثیر مثبت بر رفتار کارآفرینانه دارند.

آزمون فریدمن^۱

در این پژوهش، جهت یکسان بودن رتبه‌بندی میانگین عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب ایران و تعیین موثرترین عوامل بر تغییرات متغیر وابسته، از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است. این آزمون معلوم می‌کند آیا میانگین یکسان بودن رتبه‌ها یا حاصل جمع رتبه‌ها به طور معناداری با یکدیگر تفاوت دارند یا خیر؟ (صیف و سرمدی، ۱۳۸۷). در این آزمون، فرض صفر مبنی بر یکسان بودن رتبه‌هاست (آذر و مومنی، ۱۳۸۵). به این ترتیب، دو فرض زیر مورد آزمون قرار می‌گیرند. H_0 : تفاوت میانگین عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب معنادار نیست. H_1 : تفاوت میانگین عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب معنادار است. آزمون فرضیه فوق نشان می‌دهد از حیث آماری، چون سطح معناداری برابر با ۰/۳۷۶ (بیش از ۰/۰۵) است با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت فرض صفر رد نمی‌شود.

جدول ۴: آزمون فریدمن

Test Statistics

N	۲۱۵	
Chi-Square	۸/۶۰۹	
Df	۸	
Asymp. Sig.	۰/۳۷۶	
Sig.	۰/۳۷۶	
Monte Carlo Sig. 99% Confidence Interval	Lower Bound	۰/۳۶۳
	Upper Bound	۰/۳۸۸

منبع: محاسبات پژوهش

1. Friedman Test

آزمون گردش^۱

برای تعمیم نتایج به دست آمده از نمونه به جامعه، باید از تصادفی بودن نمونه اطمینان پیدا کرد. به عبارتی، تصادفی بودن توالی مقادیر متغیرها باید آزمون شود. برای این منظور آزمون گردش انجام شده، مد به عنوان کمیت مرکزی انتخاب شده و مقادیر با آن مقایسه شده است. با توجه به سطوح معناداری، فرض صفر مبنی بر تصادفی بودن داده‌ها تایید می‌شود.

نتایج و پیشنهادات

در این پژوهش ۹ فرضیه مورد آزمون قرار گرفتند. فرضیه‌ها مبنی بر تاثیر مثبت پنج عامل درون‌سازمانی و تاثیر منفی عملکرد چهار سیاست اقتصادی دولت بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی، عموماً تایید شدند؛ نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی، مدل معادلات ساختاری و آزمون فرضیه‌ها نشان داد به جز حمایت مدیریت و سیاست تجاری، تمامی ابعاد درون‌سازمانی و برون‌سازمانی ارتباط معناداری با رفتار کارآفرینانه دارند؛ عوامل درون‌سازمانی آزادی عمل و استقلال کاری، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی تاثیر مثبت و معنادار و عامل درونی پاداش و تقویت تاثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه‌های منتخب دارند، درحالی‌که سیاست‌های پولی، مالی و ارزی اثر منفی و معنادار بر رفتار کارآفرینانه مدیران می‌گذارند.

گرچه ممکن است تقویت بنیان‌های بازار کارآفرینی و تامین زیرساخت‌های مورد نیاز جهت بسط و گسترش آن، برای جامعه و دولت زمان‌بر و دارای هزینه باشد اما پس از دوره گذار، ارزش‌هایی که کارآفرینان در اقتصاد خلق می‌کنند و دستاوردهای رفتارهای کارآفرینانه آنان، نه فقط هزینه‌های اقتصادی و غیراقتصادی اولیه را جبران می‌کند، بلکه سود قابل توجهی نیز برای جامعه به ارمغان می‌آورد. از آنجا که سیاست‌های اقتصادی دولت تاثیر قابل ملاحظه‌ای در تقویت و تضعیف فضای کارآفرینی دارد بنابراین به منظور دستیابی به رشد اقتصادی درون‌زا (حرکت از اقتصاد منابع و سرمایه‌بنیان به اقتصاد دانش‌بنیان)، افزایش قدرت رقابت‌پذیری، ضرورت دارد سیاست‌گذاران کلان اقتصادی با نگرش بهبود فضای کارآفرینی اقدام به اتخاذ هماهنگ سیاست‌های کلان اقتصادی و وضع مقررات و صدور دستورالعمل‌ها کنند. همچنین ضرورت دارد مدیران ارشد دانشگاه‌های کشور در راستای تحریک و تشویق رفتار کارآفرینانه مدیران میانی، فضای مناسبی را جهت تصمیم‌گیری و عملکرد مستقل آنان ایجاد کنند، در ضمن هنگام برنامه‌ریزی‌ها و تقسیم وظایف به میزان زمان در دسترس مدیران توجه داشته باشند، شرح وظایف

1. Run Test

مدون و مصوب را به واحدهای مختلف دانشگاه ابلاغ کنند و پاداش‌های مالی و غیرمالی درخور و مناسبی را برای مدیران جهت تحریک رفتارهای کارآفرینانه آنان در نظر بگیرند.

منابع:

الف) فارسی

- آذر، عادل و مومنی، منصور (۱۳۸۵). تشریح مسائل آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران، انتشارات کوهسار.
- احمدپورداریانی، محمود و عرفانیان، امیر (۱۳۸۶). نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی، ماهنامه مجله اقتصاد، سال هفتم، شماره‌های ۶۹ و ۷۰، صص ۱۹-۱.
- ایمانی‌پور، نرگس و زیودار، مهدی (۱۳۸۷). بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد (مطالعه موردی: نمایندگی‌های فروش شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۲، صص ۳۴-۱۱.
- صمدی، پروین و شیرزادی‌اصفهانی، هما (۱۳۸۵). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان، نشریه نوآوری‌های آموزشی، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۱۸۷-۱۶۴.
- صنعتی، فاطمه (۱۳۸۸). رابطه کارآفرینی شرکتی و عملکرد سازمانی در نمایندگی‌های ایران خودرو/اصفهان و شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان.
- صیف، محمدحسن و سرمدی، محمدرضا (۱۳۸۷). کاربرد کامپیوتر در علوم تربیتی (۱۳ Spss) (رشته علوم تربیتی)، تهران، دانشگاه پیام نور.
- فرحبخش، ندا (۱۳۸۲). کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، صص ۱۸۲-۱۸۱.
- فخیمی، فرزاد (۱۳۷۹). سازمان و مدیریت (تئوری‌ها، وظایف و مسئولیت‌ها)، تهران، نشر هستان.
- مرزبان، شیرمراد (۱۳۹۰). شناسایی چگونگی اثرگذاری جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- ویسی، رضا و کریم‌زاده، پریرسا (۱۳۸۹). توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران). فصلنامه برنامه و بودجه، جلد ۱۵، شماره ۲ و ۳، صص ۱۸۲-۱۵۹.

ب) انگلیسی

- Archibong, Chi Anyansi (2004). *Technology, Infrastructure and Entrepreneurship: Role of the Government in Building a Sustainable Economy*. School of Business and Economics, North Carolina & T State University.
- Chang, Yu-Yu & Chen, Ming-Huei (2013). *Innovative Cognitive Style, Proactive Personality and Employee Creativity: The Moderating Effects of Work Discretion and Time Pressure*. PICMET Conference, San Jose, USA, July 28-August 1.

- Chen, Ming-Huei & Cangahuala, Guillermo (2010). *Corporate Entrepreneurship Environment and Organizational Performance in Technology Manufacturing Sector*, PICMET Proceedings, Phuket, Thailand, July 18-22.
- Drucker, Piter (1985). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 5(3), pp. 67-72.
- Hersey, Paul & Blanchard, Kenneth (1988). *Management of Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Hisrich, Robert (2008). *Entrepreneurship*. McGraw Hill Publishing Company Limited.
- Hornsby, Jeffrey; Kuratko, Donald & Zahra, Shaker (2002). Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale. *Journal of Business Venturing*, 17(3), pp. 253-273.
- Kuratko, Donald; Hornsby, Jeffrey; Naffziger, Douglas & Montagno, Ray (1993). Implementing Entrepreneurial Thinking in Established Organizations. *Advanced Management Journal*, 58(1), pp. 28-33.
- Lee, Lena; Wong, Poh Kam; Foo Maw Der & Leung, Aegean (2011). Entrepreneurial Intentions: The Influence of Organizational and Individual Factors. *Journal of Business Venturing*, 26(1), pp. 124-136.
- Mair, Johanna (2002). *Entrepreneurial Behavior in a Large Traditional Firm: Exploring Key Drivers*. Research paper 466, IESE University of Navarra Barcelona.
- Nasuridin, Aizzat Mohd; Ramayah, Taahur & Beng, Yeoh Chee (2006). Organizational Structure and Organizational Climate as Potential Predictors of Job Stress: Evidence from Malaysia. *International Journal of Commerce & Management*, 16(2), pp. 116-129.
- Prokopenko, Joseph & Pavlin, Igor (1999) Entrepreneurship Development in Public Enterprises. Management Development Series, No. 29. *International Labour Organization*.
- Van Gelderen, Marco & Jensen, Paul (2006). Autonomy as a Startup Motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), pp. 23-32.
- Zampetakis, Leonidas (2007). Entrepreneurial Behavior in the Greek Public Sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(2), pp. 46-53.