

توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران)

نویسندگان: رضا ویسی*
پریسا کریمزاده**

چکیده

کارآفرینی نقشی مهمی در فرهنگ سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی ایفا می‌کند. توسعه فرهنگ کارآفرینی، نیازمند وجود برخی عوامل و مؤلفه‌ها است. از این رو، در مطالعه حاضر عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، با هدف اصلی شناخت و دسته‌بندی میزان تأثیر این عوامل و ارائه راهکارهایی در این باره مورد بررسی قرار می‌گیرد. پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت، غیرتجربی می‌باشد و با روش پیمایش انجام شده است. این پژوهش از نوع اکتشافی است و با استفاده از پرسشنامه، اطلاعات جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش، کارشناسان ستادی دانشگاه پیام نور (چهارصد نفر) هستند.

* کارشناس ارشد مطالعات توسعه، کارشناس معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس‌جمهور و مدرس دانشگاه
r_veicy@yahoo.com

p.karimzadeh@yahoo.com

** کارشناس دانشگاه علوم پزشکی تهران

حجم نمونه نیز طبق فرمول کوکران، دویست نفر تعیین گردید و با استفاده از نمونه‌گیری مطبق و تصادفی ساده، نمونه‌های مورد مطالعه از میان کارشناسان ستادی دانشگاه پیام نور استان مازندران انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش، از آمار توصیفی و استنباطی (شامل تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون ناپارامتری فریدمن) استفاده شده است. با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، مجموع بیست و نه گویه (عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی) در سه عامل: مدیریتی، انسانی - روانشناختی، جهت‌گیری استراتژیک دسته‌بندی شده‌اند. سپس به منظور اولویت‌بندی میزان تأثیر عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی (عوامل سه‌گانه) از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شد که عوامل انسانی - روانشناختی (۵/۹)، مدیریتی (۳/۷) و جهت‌گیری استراتژیک (۲/۱) به ترتیب بیشترین و کمترین تأثیر را بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران داشته‌اند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرین، فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی

مقدمه

کارآفرینی، مفهومی است که از آغاز خلقت بشر وجود داشته است. کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. بدون توجه کافی به مقوله "توسعه فرهنگ کارآفرینی"، نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه دست یابیم که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و پیشرفت فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود. در گذار از مرحله سنتی به صنعتی، باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن توجه ویژه‌ای داشته باشیم، زیرا آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌کنند (داریانی، ۱۳۸۰: ۲۵).

کارآفرینی، فرایندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری آن نقش مهمی را ایفا می‌کند. زیرا خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق

کند، به طوری که "فرد" و "جامعه" در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. در عین حال، شرایط محیطی و نوع جامعه‌ای که فرد در آن رشد و نمو می‌کند نیز در شکل‌گیری و ایجاد عادات و رفتارهای مختلف در فرد، به میزان زیادی تأثیرگذار هستند (کرنوال و پرلمن^۱، ۲۰۰۰: ۲۸).

در مجموع، شناسایی ویژگی‌های منحصر به فرد کارآفرینان و عوامل مؤثر بر رشد فرهنگ کارآفرینی در جامعه و نیز سازمان شغلی یک فرد می‌تواند در دنیای معاصر به عنوان عنصر رشد و توسعه، در ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی محسوب شود. به گونه‌ای که عنصر کارآفرینی به عنوان موتور حرکت تولید و توسعه اقتصادی و تقویت‌کننده روحیه سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی تلقی گردد. با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه‌جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای درحال توسعه نیز به دنبال ایجاد مجموعه گسترده‌ای از سازمان‌های کارآفرین هستند. از این رو، باید نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه یا موانع آن در سازمان‌ها مشخص و معرفی شوند (جدی، ۱۳۸۰: ۳۵).

بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی، عوامل متعددی دخیل هستند که ضرورت دارد شناسایی شوند و درجه تأثیرگذاری هر یک از آنها مشخص گردد. با توجه به ضرورت تقویت زمینه‌های ایجاد و توسعه خلاقیت و نوآوری و نیز برخی ملاحظات سیاسی و اجتماعی؛ کارکنان دانشگاه پیام نور نتوانسته‌اند انعطاف‌پذیری لازم را در مواجهه با فعل و انفعالات محیطی کسب کنند. از این رو، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام‌نور استان مازندران کدام هستند و میزان اهمیت هر یک از آنها چقدر است؟ و در نهایت اینکه راهکارها و راه‌حل‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران کدام هستند؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی این مطالعه، بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران است. اهداف اختصاصی نیز عبارت‌اند از (۱) شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه

فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، ۲) تبیین درجه تأثیرگذاری هر یک از این عوامل بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، ۳) اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، ۴) ارائه راهکارها و راه‌حلهایی برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران.

مروری بر ادبیات موضوع

مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای "متعهد شدن"^۱ گرفته شده است. طبق تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر^۲، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کند. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها، استیونسون، کارآفرینی را فرایند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصربه‌فرد به منظور بهره‌برداری از یک فرصت می‌داند. طبق تعریفی که در واژه‌نامه امریکن هریتیج^۳ بیان شده است، کارآفرین سازمانی، شخصی است که در یک سازمان از قبل تأسیس شده، از طریق نوآوری و خطرپذیری، مسئولیت تبدیل یک فکر و ایده خام را به کالایی ساخته شده و سودمند بر عهده می‌گیرد (پروکوپنکو و پاولین^۴، ۱۹۹۹: ۱۷).

مفهوم فرهنگ

"فرهنگ" را می‌توان مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. به عبارت دیگر، فرهنگ مقوله‌ای است که در سطح جامعه و گروه، و در تعامل میان آنها معنا می‌یابد و بیانگر شیوه برقراری ارتباط و تعامل میان افراد جامعه است. بر مبنای فرهنگ، افراد تجارب، تصورات و عقاید خود را با یکدیگر مبادله می‌کنند. فرهنگ را می‌توان نظامی فکری دانست که در گفتار و رفتار افراد جامعه متجلی می‌شود. در یک نگرش کلی و جامع، "فرهنگ" شیوه و اسلوب

-
1. Undertake
 2. Webster's New Collegiate Dictionary
 3. American Heritage
 4. Prokopenko & Pavlin

زندگی است. از این منظر، فرهنگ مقوله‌ای در حال تحول است که از بسیاری از شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه تأثیر می‌پذیرد. اگر از دیدگاه "شیوه زندگی" به فرهنگ بنگریم، نمی‌توانیم آن را از مقوله کار و نحوه کسب درآمد جدا بدانیم. کار و فرهنگ همواره و در تمام جوامع بر یکدیگر تأثیر متقابل داشته‌اند. روش‌های رایج کسب درآمد تا حدود زیادی بر نحوه رفتار افراد و تعامل آنها با یکدیگر مؤثر هستند. گسترش کارآفرینی نیز به عنوان عامل ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جامعه، نتایج فرهنگی ویژه‌ای را پدید می‌آورد که قابل تأمل و بررسی است (هاگ و پاردی^۱، ۱۹۹۹: ۱۵).

فرهنگ کارآفرینی

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو جنبه قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی بر جامعه تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر اینکه متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است، می‌تواند تحولات اساسی نیز در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است. با رفع نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی‌تر انسانی فراهم می‌شود و اگر این کار در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان‌ها و جامعه می‌انجامد. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه‌های اساسی کارآفرینی است، موجب تولید محصولات و خدمات جدیدتر و متنوع‌تر می‌گردد و بدین ترتیب، قدرت انتخاب مردم افزایش می‌یابد. با افزایش میزان رفاه، آسایش و اوقات فراغت افراد، فرصت‌های بیشتری برای فعالیت‌های فرهنگی ایجاد می‌شود. در ضمن، نحوه شکل‌گیری و ثمربخشی کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده است. مجموعه این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی کرد. در واقع، فرایند کارآفرینی در بطن خود، فرهنگ خاصی را دارد. این فرهنگ را می‌توان همان فرهنگ حاکم بر شرکت‌های کارآفرینی کوچک دانست، این فرهنگ، مفهوم مشترکی است که اعضای شرکت پذیرفته‌اند و ارزش‌ها، باورها و روش‌های مشترک، بر فعالیت شرکت حاکم است (تامپسون و همکاران^۲، ۲۰۰۰: ۴۵).

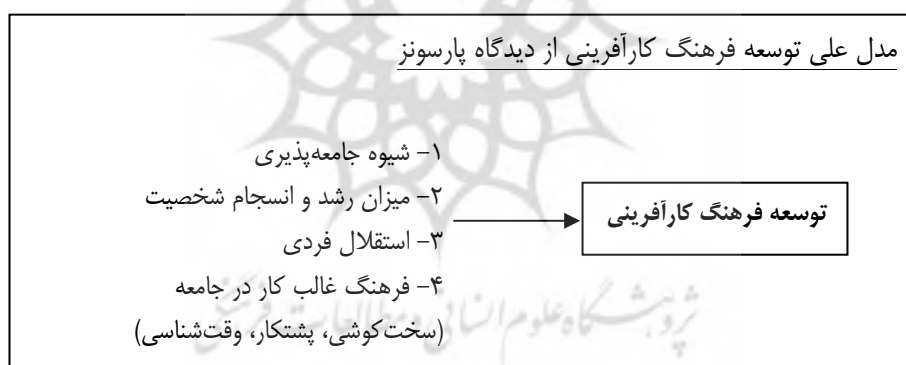
1. Haug & Pardy
2. Thompson

دیدگاه‌ها و رویکردهای کارآفرینی

جامعه‌شناسان و روانشناسان، ابعاد فرهنگی و اجتماعی آثار محیط بر فرد و ویژگی‌های شخصیتی آن را در قالب کارآفرینی بررسی کرده‌اند که در ادامه نظریات مربوط به آنها بیان می‌شود:

- نظریه فرهنگ کارآفرینی تالکوت پارسونز

پارسونز، جامعه‌شناس مشهور آمریکایی که نظریات خود را درباره چهار نظام زیستی، فرهنگی، اجتماعی و دینی بیان کرده است، توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تأثیر نهاد خانواده و مدرسه می‌داند که در پرتو آن، انگیزه کنشگران برای بر عهده گرفتن نقش‌های تولیدی افزایش می‌یابد. در این باره باید از شیوه جامعه‌پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه، سخت‌کوشی، پشتکار و وقت‌شناسی صحبت کرد. مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه پارسونز را می‌توان در شکل (۱) خلاصه کرد (همان منبع، ۷۶).



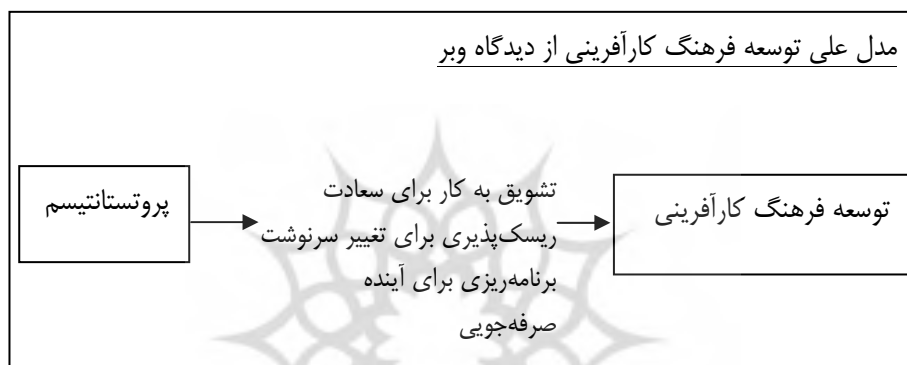
شکل (۱): مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه پارسونز

منبع: تامپسون و همکاران، ۲۰۰۰: ۷۶

- نظریه فرهنگ کارآفرینی ماکس وبر

ماکس وبر جامعه‌شناس معروف آلمانی در تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب زمین، از مفهومی سخن می‌گوید که به زبان امروزی، همان فرهنگ

کارآفرینی است. ماکس وبر در پژوهش مشهور خود "پروتستانتیسم و روحیه سرمایه‌داری" می‌گوید: آنچه موجب شکل‌گیری سرمایه‌داری در غرب گردید، تحت تأثیر برداشتی خاص از آیین مسیحیت، یعنی پروتستانتیسم کالونی بوده است. کالونیسم با بیان بینش‌هایی درباره زندگی در این دنیا، رستگاری و رحمت خداوند موجب تقویت و توسعه روحیه و فرهنگ کارآفرینی برای ایجاد رفاه در این دنیا و به تبع آن، موجب تراکم ثروت شد. مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی وی در شکل (۲) نشان داده شده است (هاگ و پاردی، ۱۹۹۹: ۸۶).



شکل (۲): مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه وبر

منبع: هاگ و پاردی، ۱۹۹۹: ۹۹

– نظریه فرهنگ کارآفرینی مک کله‌لند

مک کله‌لند، روانشناس اجتماعی معاصر از جمله اندیشمندانی است که در صدد تکمیل نظریه وبر درباره چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی بود. وی به آزمون نظریه پروتستانتیسم و روحیه سرمایه‌داری در مناطق مختلف پرداخت که امروزه از آن با عنوان نظریه انگیزه پیشرفت (برای اولین بار در مباحث اجتماعی) یاد می‌شود. وی معتقد بود جوامعی که انگیزه پیشرفت کمی دارند، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز در آنها کم است و به تبع آن توسعه‌نیافته هستند و در جوامعی که میزان انگیزه پیشرفت بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز زیاد است. در این جوامع، برخی افراد کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی

می‌نماید و ظرفیت تولید و بهره‌وری آن را افزایش می‌دهند. مک‌کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه‌پذیری، روش‌های تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌داند. وی در بحث کارآفرینی به فرهنگ توجه می‌کند و مناسب‌ترین شیوه جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتمادبه‌نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود. در شکل (۳) مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه مک‌کله‌لند نشان داده شده است (براکهاوس و هرویتز، ۲۰۰۰: ۱۰۲).



شکل (۳): مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه مک‌کله‌لند

منبع: براکهاوس و هرویتز، ۲۰۰۰: ۱۰۲

عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی

- **تحریک و پرورش انگیزه‌ها:** یکی از اهداف در آموزش و ترویج کارآفرینی، تحرک انگیزه‌ها در افرادی است که از خصوصیات کارآفرینانه برخوردار هستند. تحرک انگیزه‌ها از قبیل میل به کسب ثروت، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و غیره که موجب می‌شود فرد در مسیر کارآفرینی قرار گیرد. برخی افراد در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحرک انگیزه‌ها و پرورش ویژگی‌ها در آنها فراهم است؛ اما اکثر مردم در چنین محیط‌هایی قرار ندارند. از این رو، ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه از طریق برنامه‌های آموزشی و پژوهشی نوآور و خلاق برای آنها لازم

است. این ویژگی‌ها مواردی مانند آموزش تفکر خلاق، افزایش ریسک‌پذیری، بالا بردن قدرت تحمل، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی، دادن اطلاعات آموزشی درباره خصوصیات روانی شخصی از قبیل مرکز کنترل را شامل می‌شود (هورلی^۱، ۱۹۹۸: ۴۲).

- آموزش مهارت‌ها: آموزش مهارت‌های کارآفرینی، یکی از ابعاد مهم در گسترش و توسعه کارآفرینی است. این آموزش‌ها به سه بعد تقسیم می‌شوند: قبل از کسب و کار، در حین و بعد از راه‌اندازی کسب و کار. قبل از تأسیس شرکت یا راه‌اندازی کسب و کار، فرد کارآفرین باید چگونگی راه‌اندازی کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام کار گروهی و مهارت‌های ارتباطی و نظایر آن را بیاموزد. در زمان راه‌اندازی باید درباره مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار و امور حقوقی، آگاهی و تبحر لازم را کسب کند. توانایی مدیریت توسعه و رشد، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار و یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین بعد از راه‌اندازی کسب و کار است (تامپسون و همکاران، ۲۰۰۰: ۶۷).

- فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت: برای ترقی و پیشرفت باید همواره تغییر و تحولات جدید را درک کرد و از فرصت‌های مناسب بهره گرفت. مدیران خلاق و کارآفرین به آینده توجه می‌کنند و خود و کارکنان را به شکار فرصت‌های "طلایی" ترغیب می‌نمایند. آنها تا زمان ثمردهی فرصت‌ها و طرح‌های ابتکاری، حوصله و تحمل فراوانی دارند و با علاقه به پیگیری آنها می‌پردازند. بنابراین کارآفرینان و شرکت‌های کارآفرین، همگام با تغییرات، گام برمی‌دارند و تلاش می‌کنند فرصت‌های ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف کنند و از آنها بهره‌برند (اکولز و نک^۲، ۱۹۹۸: ۱۸).

- فرهنگ مشارکت: در مسیر کارآفرینی، افراد باید بتوانند با مشارکت و در قالب کار گروهی، فعالیت‌ها را انجام دهند تا شرکت استوار شود. علاوه بر این، در شرکت‌های کوچک کارآفرین ساختار سازمانی ساده‌تری وجود دارد و سلسله‌مراتب، بسیار محدود و مفید است. در حالی که در ساختارهای منسجم و گسترده سازمان‌های سنتی، سلسله‌مراتب گسترده‌ای حکمفرماست. در این سازمان‌ها فرهنگ "تضمین امنیت شغلی" در مقابل "اطاعت" شکل می‌گیرد. با کاهش سلسله‌مراتب و از میان رفتن مرزها، روابط بیشتر بر مبنای مشارکت و درک متقابل شکل می‌گیرد و اطاعت، سهم کمتری در

1. Hurley

2. Echols & Neck

این ساختار تشکیلاتی دارد. در شرکت‌های کوچک کارآفرین، کارکنان به تدریج می‌آموزند که چگونه در مواضع برابر با یکدیگر همکاری و مشارکت کنند و این همکاری را به سوی یک موقعیت برد-برد سوق دهند (فرای^۱، ۲۰۰۱: ۲۷).

– فرهنگ خلاقیت: برای موفقیت در کار و حرفه، به طرح‌ها و اندیشه‌های نو و جدید نیاز است. مدیران خلاق و کارآفرین از این ویژگی، به نحو مطلوب و صحیح استفاده می‌کنند. رقابت با سایر مدیران، کسب درآمد بیشتر، توسعه مکان و فضای کار، بکارگیری مؤثر نیروی کار، تولید محصولات با کیفیت بالا و افزایش بازدهی سازمانی، همگی به روش‌های جدید نیاز دارند که محیط کار را با شرایط و نیازهای زمان هماهنگ کنند. کارآفرینان، افراد خلاق هستند که ایده‌های نو تولید می‌کنند و اجرای آن را در قالب یک شرکت پیگیری می‌نمایند. علاوه بر این، در شرکت‌های نوآور، کارکنان می‌توانند ناشناخته‌ها را جستجو کنند و روش‌های جدید را تجربه نمایند. در شرکت‌های مذکور، افراد به خلاقیت و ابتکار عمل تشویق می‌شوند. به‌دادن به خلاقیت نه تنها در درازمدت موجب رشد و توسعه شرکت‌ها می‌شود، بلکه زمینه مناسبی را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیت‌های انسانی فراهم می‌کند و این شکوفایی، بستر مناسبی برای رشد فضایل اخلاقی و معنوی در انسان‌ها است (دافی^۲ و همکاران، ۲۰۰۴: ۳۶).

– فرهنگ استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت: کارکنان و مدیران خلاق و کارآفرین، خودتصمیم‌گیرنده هستند و کمتر تحت تأثیر القانات دیگران قرار می‌گیرند. آنها متکی به نفس و برخوردار از روحیه‌ای کاملاً مستقل هستند. به عبارت دیگر، اراده قوی آنها را قادر می‌کند که در برابر نامالیقات مقاومت نمایند. آغاز تصمیمات همراه با ریسک و پذیرش طرح‌های نو، نیازمند استقلال در اندیشه و عمل است. آنها این روحیه را در کارکنان و عوامل انسانی خود نیز ترغیب می‌کنند. کارآفرینان روحیه استقلال‌طلبی دارند و حاضر هستند مسئولیت کار و شغل خود (و حتی دیگران) را نیز بر عهده گیرند. آنها معتقدند باید بر پایه توانایی‌ها، شایستگی‌ها و افکار خود امرار معاش کنند. در چنین شرکتی کارکنان، خودگردان، خطرپذیر و مسئولیت‌پذیر هستند و همگی خود را در برابر منافع‌شان، شرکت و جلب رضایت مشتری، مسئول و پاسخگو می‌دانند. افراد در حیطه کاری خود

1. Fry

2. Duphy

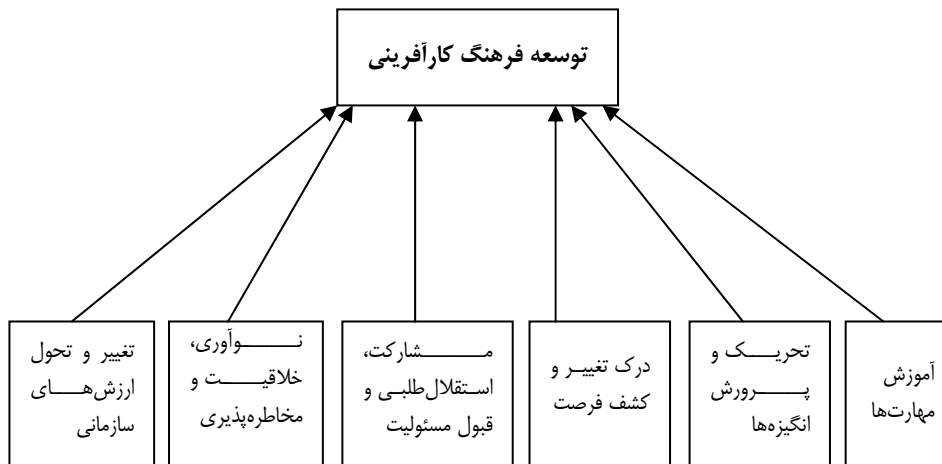
تصمیم می‌گیرند و مسئولیت تصمیمات خود را بر دوش مدیران خود نمی‌گذارند (فرای، ۲۰۰۱: ۲۹).

- **فرهنگ مخاطره‌پذیری:** کارکنان و مدیران خلاق و کارآفرین، ریسک‌پذیر هستند. آنها از شکست خوردن هراس ندارند و با قبول ریسک، فضای کسب و کار و رقابت جدید را جستجو می‌کنند. کارآفرینان باید ریسک‌پذیر باشند، یعنی بتوانند نسبت به موقعیت، شرایط، امکانات و در یک کلام آینده خود ریسک کنند و برای کسب "موقعیتی محتمل" مبارزه نمایند. همواره کارآفرینان قادر به تأمین تمامی سرمایه و امکانات مورد نیاز کسب‌وکار جدید خود نیستند. به همین دلیل، دولت یا سایر حامیان مستقل باید حاضر به پذیرش ریسک مورد نیاز کارآفرین باشند، "سرمایه مخاطره‌پذیر" برای فراهم کردن و وی را در مراحل مختلف کارآفرینی همراهی نمایند. در یک جامعه کارآفرین، همه انسان‌ها فرصت‌های یکسانی پیش روی خود دارند. در این جامعه، سرمایه یا زمین منشاء تولید ثروت نیست و افراد هوشمند، خلاق، صاحب‌اندیشه، پرتلاش و مصمم، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و صاحبان سرمایه‌های کلان نمی‌توانند ثروت را در انحصار خود نگه دارند (هارلی^۱، ۱۹۹۸: ۳۱).

- **تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی:** یکی از ویژگی‌های افراد خلاق و کارآفرین این است که به تغییر و تحول ارزش‌ها و هنجارهای نامناسب و نامساعد در کار و تولید کمک می‌کنند. ایجاد فرصت کار و تلاش نیازمند اصلاح مقررات، نگرش‌ها و محدودیت‌های دست و پاگیر است که کارکنان و مدیران کارآفرین به خوبی قادر به انجام آن هستند. بنابراین، کارآفرین را می‌توان فردی دانست که به خوبی توانایی سازماندهی مدیریت کار را دارد و از فرصت‌ها و موقعیت‌ها به‌طور مطلوب استفاده می‌کند و با اعمال طرح‌های ابتکاری و نوآورانه به رشد افراد و تغییرات جدید یاری می‌رساند (دس و میریامند^۲، ۱۹۹۸: ۴۲).

با توجه به عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دیدگاه‌ها و مکاتب نظری ماکس وبر، پارسونز و مک کله‌لند، می‌توان گفت که توسعه فرهنگ کارآفرینی از این مؤلفه‌ها تأثیر می‌پذیرد. عوامل و مؤلفه‌هایی که به‌طور کلی بر توسعه فرهنگ کارآفرینی، اثر می‌گذارند، در شکل (۴) بیان شده است:

-
1. Hurley
 2. Dess & Miriamand



شکل (۴): طرح کلی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی

مروری بر پژوهش‌های پیشین

تعداد مطالعات و پژوهش‌های انجام شده درباره فرهنگ کارآفرینی و به‌ویژه کارآفرینی سازمانی، در کشور بسیار محدود است که در ادامه یافته‌های برخی از آنها بیان می‌شود.

حسین اکبری مطالعه‌ای با عنوان "بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در صنعت چوب شمال کشور" در سال ۱۳۸۴ انجام داده است. در این پژوهش، چهار مؤلفه اصلی یعنی کنترل شدید، فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، سیستم پاداش نامناسب و توجه به سود کوتاه‌مدت در شرکت مذکور مورد بررسی قرار گرفته که در نتیجه سه عامل فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، سیستم پاداش نامناسب و توجه به سود کوتاه‌مدت، به ترتیب به عنوان موانع اصلی کارآفرینی شناخته شده‌اند.

محمود احمدپور داریانی نیز مطالعه‌ای با عنوان "طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت" در سال ۱۳۷۷ انجام داده است. وی در این پژوهش، ۱۲۰ مدیر موفق کارآفرین که با بهره‌گیری از دیدگاه‌ها و نظرات مسئولین وزارتخانه‌های ذیربط و خبرگان صنعت، شناسایی و معرفی شده بودند را مورد مطالعه قرار داد و با تدوین دو پرسشنامه، اطلاعات لازم را به منظور اندازه‌گیری میزان موفقیت و تعیین ویژگی‌های شخصیتی جمع‌آوری کرد. در این مطالعه، با استفاده از

آزمون‌های آماری همبستگی اسپیرمن، کای دو، ویلکاکسون، رگرسیون چندمتغیره و تحلیل عاملی ۱۵۱ متغیر، تجزیه و تحلیل اطلاعات انجام شد. آزمون همبستگی با معیار ۹۵ درصد اطمینان، تعدادی از ارتباطات را تأیید کرده است. در عین حال، با استفاده از آزمون رگرسیون چندمتغیره و تحلیل عاملی، تعدادی از عوامل مؤثر در موفقیت سازمانی و کارآفرینی شناسایی و دسته‌بندی شدند و در نهایت، دو الگوی سازمان کارآفرین و موفق و الگوی پرورش مدیران کارآفرین معرفی گردید.

عبدالحمید پاپزن نیز در مقاله‌ای با عنوان "توسعه سخت‌افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی" رابطه میان کارآفرینی و بیکاری در کشور را مورد بررسی قرار داده است. به اعتقاد وی، نباید نیروی انسانی جوان کشور که پتانسیلی عظیم برای توسعه است را مورد غفلت قرار داد. وی نقش کارآفرینی را در ایجاد اشتغال برای جوانان کشور مهم می‌داند.

محمد سیدحسینی نیز در مطالعه خود با عنوان "شناسایی عوامل و شاخص‌های اولویت‌دار به منظور دستیابی به سازمان‌های کارآفرین در کشور"، عوامل و شاخص‌هایی را مورد بررسی قرار داده است که در صورت وجود در سازمان‌ها، موجب تقویت فضای نوآوری و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان می‌شود. عوامل مذکور به پنج دسته تقسیم شده‌اند که عبارت‌اند از: ۱- حمایت مدیریت، ۲- فرهنگ، ۳- ساختار، ۴- سیستم‌ها، ۵- اهداف و استراتژی‌ها.

غلامرضا بخشی نیز در پژوهشی با عنوان "بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران"، موانع محیطی، داخلی و منتجی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مذکور را مورد شناسایی قرار داده است. موانع محیطی، عدم پاسخگویی به عموم مردم؛ موانع داخلی، تصمیمات مدیریت عالی در انتصاب و بکارگیری مدیران زیردست، عدم تفویض اختیار کافی و پیچیدگی و تعدد اهداف؛ و موانع منتجی نیز موانع فرهنگی - اجتماعی، تعریف سنتی از موفقیت، امکان ادامه فعالیت سازمان با وجود کارآمد نبودن و تغییرات مکرر مدیریت در دوره‌های زمانی کوتاه را شامل می‌شود. طبق نتایج به دست آمده، موانع داخلی مهمترین عامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران هستند. پس از آن به ترتیب، موانع منتجی و موانع محیطی در این باره نقش بازدارنده داشته‌اند. از بین موانع داخلی، تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتصاب و بکارگیری مدیران زیردست، از بین موانع منتجی، موانع فرهنگی - اجتماعی و از بین موانع محیطی، فقدان رقابت،

بیشترین نقش را در ممانعت از رشد کارآفرینی در دانشگاه مذکور داشته‌اند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش پیمایش (از نوع مطالعه اکتشافی) انجام شده است، زیرا به دنبال کشف و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی در دانشگاه پیام نور استان مازندران می‌باشد. همچنین، با توجه به موضوع مورد مطالعه که نتایج آن به منظور حل مسائل و مشکلات، مورد استفاده قرار خواهد گرفت، پژوهش حاضر از نوع مطالعات کاربردی است. جامعه آماری پژوهش، تمامی کارکنان دانشگاه پیام نور استان مازندران را شامل می‌شود که حداقل از میزان تحصیلات کارشناسی برخوردار هستند. تعداد کارکنان دانشگاه مذکور، ۴۰۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه مورد مطالعه، ۱۹۵ نفر تعیین شد. ولی به دلیل افزایش سطح اطمینان نتایج و کاهش خطای اندازه‌گیری، تعداد نمونه به ۲۰۰ نفر افزایش یافت. نمونه‌گیری در بین کارکنان دانشگاه مذکور، با روش مطبق (طبقه‌بندی شده) به نسبت افراد شاغل در هر بخش مدیریتی انجام شده است و در نهایت، افراد مورد نظر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند.

در مطالعه حاضر، برای محاسبه قابلیت اعتماد پرسشنامه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. بدین ترتیب که ابتدا پرسشنامه‌ها در بین اعضای یک گروه ۲۵ نفری توزیع شد و سپس با محاسبه آلفای کرونباخ، ضریب همسانی درونی گویه‌های مربوط به مقیاس‌های مختلف پرسشنامه به دست آمد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه حاضر، بیش از ۰/۷۸ بود. به منظور تعیین روایی آن نیز، با صاحب‌نظران و متخصصین مشورت شد و سپس با استفاده از نظرات اصلاحی آنها، پرسشنامه کارآفرینی کارکنان اصلاح گردید و پس از انجام اصلاحات نهایی، پرسشنامه‌ها در میان افراد مورد مطالعه توزیع شد. در این مطالعه، به منظور تجزیه و تحلیل آماری داده‌های جمع‌آوری شده، از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده که در روش آمار استنباطی، تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون ناپارامتری فریدمن مورد استفاده قرار گرفت.

سؤالات پژوهش

مطالعه حاضر به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- ۱- عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران کدام هستند؟
- ۲- مهمترین عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، کدام هستند؟
- ۳- راهکارها و راه‌حل‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران چیست؟

یافته‌های پژوهش

در مطالعه حاضر، اطلاعات گردآوری شده کدگذاری گردید و با استفاده از نرم‌افزار SPSS، بانک اطلاعات داده‌ها تشکیل شد و مورد پردازش قرار گرفت. به منظور تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، از تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است.

در پاسخ به پرسش اول پژوهش، تحلیل عاملی اکتشافی مورد استفاده قرار گرفت. همان طور که گفته شد، در سؤال اول، شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران مورد توجه بود.

تحلیل عاملی

معمولاً در تحقیقات اجتماعی و اقتصادی به دلیل ماهیت کار و مقیاس متغیرهای مورد سنجش، با حجم زیادی از متغیرها (گویه‌ها) روبرو هستیم. محقق برای تحلیل بهتر و دقیق‌تر داده‌ها و دستیابی به نتایج علمی‌تر و در عین حال عملیاتی‌تر تلاش می‌کند علاوه بر کاهش حجم داده‌ها، ساختار جدیدی را نیز برای داده‌های خود تشکیل دهد و به تحلیل داده‌ها و نتایج بپردازد. روش آماری که برای دستیابی به این هدف تعبیه شده است، روش تحلیل عاملی می‌باشد (کلانتری، ۱۳۸۲).

هدف اصلی تحلیل عاملی، مطالعه نظم و ساختار موجود در داده‌های چندمتغیره است. تحلیل عاملی بر دو آزمون مبتنی است که هر دو نشان می‌دهند که آیا داده‌های مورد نظر برای تحلیل

عاملی مناسب هستند یا خیر؟ به عبارت دیگر، در انجام تحلیل عاملی ابتدا باید درباره این موضوع اطمینان حاصل کرد که آیا می‌توان داده‌های موجود را به چند عامل پنهانی تقلیل داد یا خیر؟ برای درک این مسئله، دو آزمون KMO و بارتلت در روش تحلیل عاملی وجود دارد؛ میزان KMO، ۰/۹۵ بود که بیانگر مناسب بودن داده‌ها و متغیرهای مورد نظر به منظور انجام تحلیل عاملی یا به عبارت روشن‌تر، تقلیل داده‌ها به یک سری عوامل بنیادی و پنهانی است.

مقدار آزمون کرویت بارتلت^۱ (۴۴۵۷/۰۲۶) نیز با میزان خطای کمتر از ۰/۰۱، معنی‌دار است که نشان می‌دهد ماتریس همبستگی عامل‌ها با گویه‌ها و متغیرها، یک ماتریس واحد نیست. بدین معنا که از یک طرف، همبستگی درون‌گویه‌ای مناسب است و از طرف دیگر نیز، همبستگی هر عامل با مجموعه گویه‌ها و با همبستگی عوامل دیگر با مجموعه گویه‌های دیگر تفاوت دارد. در مجموع، با توجه به این نتیجه، کشف ساختاری جدید از فایل داده‌ها و متغیرهای پژوهش ممکن است.

جدول (۱): نتیجه آزمون KMO and BARTLETTS

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.953
Approx. Chi-Square		4457.026
Bartlett's Test of Sphericity	Df	406
	Sig.	.000

در این مطالعه، از مجموع گویه‌ها، سه عامل ساخته شد که عامل‌های اول تا سوم، به ترتیب ۳۵/۸، ۱۹/۳ و ۱۷/۱ درصد از واریانس را تبیین می‌کنند. در مجموع سه عامل، ۷۲/۲ درصد از کل عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کار آفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران را تشکیل داده‌اند. جدول (۲) نیز ماتریس همبستگی گویه‌ها و عاملها را بعد از چرخش نشان می‌دهد. عامل‌های مذکور به دلیل سنخیت ماهیت و مقدار بار عاملی شان، در سه طبقه جای گرفته‌اند که به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کار آفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، در جدول (۲) نشان داده شده‌اند.

2. Bartlet Test of Sphercity

جدول (۲): ماتریس همبستگی عامل‌ها بعد از چرخش (Rotated Component Matrix (a)

عوامل			گویه‌ها
عامل سوم: جهت‌گیری استراتژیک	عامل دوم: انسانی-روانشناختی	عامل اول: مدیریتی	
		.779	وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی
		.775	مناسب‌سازی نوع کار با علایق و تخصص کارکنان
		.759	دادن فرصت‌های شغلی برابر به کارکنان
		.721	ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره‌برداری از آنها
		.715	برنامه‌ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان
		.713	نظام تشویقی مناسب در سازمان
		.708	توزیع مناسب قدرت در سازمان
		.659	ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت‌های دست و پاگیر
		.635	اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان
		.630	نظام حقوق و دستمزد عادلانه
		.627	رسمیت پایین در سازمان
		.521	وجود استراتژی متفاوت‌سازی
		.607	پویایی گروهی در سازمان
		.596	وجود فضای خلاق در سازمان
		.548	تفکر کار گروهی در سازمان
		.538	وجود فضای سازمانی رقابت‌جو
	.830		داشتن شخصیت توفیق‌گرا در میان کارکنان
	.748		روحیه استقلال فردی در میان کارکنان
	.657		فرهنگ انعطاف‌پذیری در جامعه
	.651		سبک مدیریتی مشارکتی
	.614		گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان
	.606		درک تغییرات جدید و کشف فرصت‌های مناسب خلاقانه
	.770		ارزش‌گذاری به رضایت‌مندی مشتری
.723			برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان
.664			برنامه‌ریزی مبتنی بر تکنولوژی‌های جدید
.649			برنامه‌های تمرکززدایی در سازمان
.594			وجود چشم‌انداز سازمانی
.546			حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش، از آزمون ناپارامتری فریدمن، استفاده شده است: این سؤال عبارت بود از اینکه مهمترین عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، کدامند؟

آزمون ناپارامتری فریدمن

آزمون ناپارامتری فریدمن از جمله آزمون‌های آماری است که برای رتبه‌بندی و اولویت‌دهی به متغیرهای چندمقوله‌ای با مقیاس رتبه‌ای (ترتیبی) انجام می‌شود. در این مطالعه، به منظور اولویت‌بندی میانگین عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است. بدین منظور، دو فرض H_0 و H_1 تنظیم شد و مورد آزمون قرار گرفت:

H_1 = میانگین عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه پاسخگویان متفاوت است.

H_0 = میانگین عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه پاسخگویان متفاوت نیست.

آزمون فرضیه فوق نشان داد که از حیث آماری، با اطمینان $0/99$ و خطای کمتر از $0/01$ ، تفاوت معنی‌داری بین دیدگاه پاسخگویان درباره میانگین عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی وجود دارد. جدول زیر مؤید این یافته است:

جدول (۳): نتایج حاصل از آزمون فریدمن

ردیف	عوامل	میانگین رتبه
۱	عامل انسانی - روانشناختی	۵/۹
۲	عامل مدیریتی	۳/۷
۳	عامل جهت‌گیری استراتژیک	۲/۱

$$X^2 = 522/48$$

$$d.f = 2$$

$$P < 0/01$$

بنابراین مقایسه میانگین رتبه عوامل تأثیرگذار بر توسعه فرهنگ کارآفرینی، نشان می‌دهد که عوامل انسانی - روانشناختی (۵/۹)، مدیریتی (۳/۷) و جهت‌گیری استراتژیک (۲/۱) به ترتیب بیشترین و کمترین تأثیر را بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران داشته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع مربوط به فرهنگ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر رشد و توسعه آن در هر کشوری، از مقوله‌هایی است که در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی از اهمیت خاصی

برخوردار است. توجه به کارآفرینی در کشور ما از چند بعد، حائز اهمیت است:

الف: به لحاظ تاریخی، ایران از یک قرن پیش به منظور توسعه اقتصادی و صنعتی گام‌هایی برداشته است، اما برخی عوامل، مانع رشد سرمایه‌داری و صنعتی شدن در ایران شده است. در واقع، هنوز نرخ سرمایه‌گذاری در کشور کم است.

ب: از بعد توجه به معضل بیکاری جوانان تحصیلکرده نیز موضوع کارآفرینی حائز اهمیت است، زیرا جوانان تحصیلکرده، کمتر به کارهای یدی و خوداشتغالی گرایش دارند. به عنوان مثال، فارغ‌التحصیلان جوان رشته‌هایی مانند کشاورزی، کمتر به سرمایه‌گذاری و کار به صورت عملی تمایل نشان می‌دهند و اشتغال در یک محیط اداری را ترجیح می‌دهند. بررسی تئوریک این موضوع که چه عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد، از اهمیت برخوردار است.

ج: موضوع اصلی و مهم‌تر از همه موارد فوق که پژوهش حاضر مورد توجه قرار داده است، بررسی عوامل مؤثر در ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری در کارکنان یک سازمان یا توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی است؟

در بخش حاضر، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، متغیرهای پژوهش در قالب عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران دسته‌بندی شده‌اند. در واقع، بعد از سنجش وزن یا بار هر عامل و شناسایی ماهیت واقعی هر گویه با گویه‌های هم‌سنخ خود در یک طبقه جای گرفته‌اند. مجموع بیست و نه گویه پژوهش حاضر، در سه مقوله عوامل مدیریتی، انسانی-روانشناختی و جهت‌گیری استراتژیک جای گرفته‌اند. گویه‌های مورد نظر در قالب عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، بدین صورت دسته‌بندی شده‌اند: (۱) عامل مدیریتی، (۲) عامل انسانی-روانشناختی، (۳) عامل جهت‌گیری استراتژیک.

نتایج حاصل از آزمون ناپارامتری فریدمن به منظور رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی نیز نشان می‌دهد که عوامل انسانی-روانشناختی (۵/۹)، مدیریتی (۳/۷) و جهت‌گیری استراتژیک (۲/۱) به ترتیب بیشترین و کمترین تأثیر را بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران داشته‌اند.

همان‌طور که در بخش ادبیات پژوهش گفته شد، رویکردها و دیدگاه‌های مورد نظر در

کارآفرینی بسیار متفاوت و متنوع هستند، به طوری که صاحب‌نظران و متفکران متعددی نظریه‌های بسیاری را درباره کارآفرینی و به‌ویژه فرهنگ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن بیان کرده‌اند. از این رو، شاید بتوان گفت که مهمترین بحث درباره فرهنگ کارآفرینی، درباره ضرورت شناسایی و بررسی عوامل و شاخص‌های واحدی در زمینه توسعه فرهنگ کارآفرینی با توجه به شرایط و ویژگی‌های هر سازمان باشد. همچنین با استفاده از روش‌های کمی و کیفی، میزان تأثیر و وزن هر کدام از این عوامل، مورد سنجش قرار گیرد و در نهایت، راهکارها و راه‌حلی برای بکارگیری هر چه بهتر این عوامل به کار گرفته شود.

از این رو، همان طور که یافته‌های پژوهش در تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون فریدمن نشان داد، عواملی مانند عامل انسانی- روانشناختی، مدیریتی و عامل جهت‌گیری استراتژیک به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی شناخته شده‌اند. با توجه به نتایج تحلیل عاملی، عامل مدیریتی در رأس عوامل تأثیرگذار قرار گرفته است و تأثیر بسیاری بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران دارد. نتیجه فوق نشان می‌دهد که عوامل روانشناختی و انگیزشی که مؤلفه‌های مادی (حقوق و دستمزد و پاداش) و معنوی (امنیت شغلی و حمایت از کارکنان) هستند؛ در ایجاد انگیزش و علاقه کارکنان به کار و جذب آنها در سازمان و به عبارت دیگر، فراهم شدن بستری به منظور توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی، از اهمیت بسیاری برخوردار هستند. از این رو، علاوه بر توجه به عوامل مدیریتی و جهت‌گیری‌های استراتژیک سازمان در بلندمدت، باید به عوامل روحی و روانی کارکنان دانشگاه پیام نور، بیش از قبل اهمیت داده شود و در این باره، برنامه‌ریزی‌ها و اندیشیدن تدابیر اصولی مورد توجه قرار گیرد.

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش که درباره راهکارها و راه‌حل‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه مذکور بود، پیشنهادها و راهکارهای ذیل بیان شده است. در مجموع، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، دانشگاه پیام نور استان مازندران در سه بعد عوامل مدیریتی، انسانی- روانشناختی و جهت‌گیری استراتژیک، با مسائل و مشکلات فراوانی مواجه است که باید در پژوهشی دیگر، ریشه‌ها، دلایل نارسایی‌ها و ناکامی‌های دانشگاه پیام نور در انطباق با فرهنگ کارآفرینی مورد بررسی قرار گیرد. با این حال، همان طور که نتایج پژوهش نشان می‌دهد، دانشگاه پیام نور استان مازندران باید

در حوزه‌های مدیریتی، روانشناختی و جهت‌گیری استراتژیک، به لحاظ توسعه فرهنگ کارآفرینی - با توجه به مؤلفه‌هایی که می‌تواند بر توسعه فرهنگ کارآفرینی، مؤثر باشد - تجدیدنظر کند. مدیریت یکپارچه و راهبردی در این دانشگاه، این امر را مفروض می‌دارد که علاوه بر ابعاد کمی و توسعه کمی، به توسعه کیفی آن از لحاظ امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری همت کند. در واقع، جهت‌گیری استراتژیک دانشگاه پیام نور استان مازندران و در مجموع دانشگاه پیام نور، باید همگام با سایر دانشگاه‌ها و در راستای توسعه کیفی ساختار نظام آموزش عالی باشد تا در آینده، وضعیت آموزش عالی در کشور و رفع مشکلات آموزشی ارتقا یابد. توسعه فرهنگ کارآفرینی مستلزم این است که دانشجو در دانشگاه پیام نور، محور قرار گیرد نه کتاب و یکسری محفوظات کتبی و امتحانات مدرسه‌ای.

پیشنهادات

پژوهش حاضر، نشان می‌دهد که عامل انسانی - روانشناختی به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی تلقی شده است، از این رو، پیشنهاد می‌شود که مسئولان و مدیران دانشگاه پیام نور استان مازندران، بیش از گذشته مسائل روحی - روانی و انگیزشی کارکنان خود را مورد توجه قرار دهند و سعی کنند که عوامل مؤثر بر تقویت عامل انسانی - روانشناختی را شناسایی و تقویت کنند تا در دانشگاه پیام نور استان مازندران، فرهنگ کارآفرینی در میان کارکنان رشد و گسترش یابد. به عبارت دیگر، باید سبک مدیریتی مشارکتی و نیز نظام پیشنهادها به‌طور مناسب و مطلوبی استقرار یابد و تقویت شود.

با توجه به یافته‌های پژوهش، عامل مدیریتی نیز از عوامل مهم در توسعه فرهنگ کارآفرینی است. از این رو، به مسئولان و مدیران دانشگاه پیام نور استان مازندران توصیه می‌شود که لزوماً به مسائل و اهرم‌های مدیریتی بیشتر توجه کنند که می‌تواند برای جذب و توسعه فرهنگ کار و خلاقیت تأثیرگذار باشد، زیرا یک مدیر به واسطه تدابیر و برنامه‌ریزی‌های خود، می‌تواند آثار قابل ملاحظه‌ای بر کارکنان یک شرکت یا یک سازمان بگذارد.

طبق یافته‌های پژوهش، جهت‌گیری استراتژیک نیز می‌تواند به توسعه فرهنگ کارآفرینی کمک کند. بنابراین، یک سازمان باید در برنامه‌ریزی‌ها و جهت‌گیری‌های استراتژیک خود، در بلندمدت،

کوتاه‌مدت یا میان‌مدت، به دنبال اتخاذ تدابیری باشد که از طریق آنها بتواند به رشد و توسعه فرهنگ خلاقیت و کارآفرینی در سازمان کمک کند. همچنین فرهنگ‌سازی به منظور آشنایی کارکنان و مسئولین و مدیران سازمان با کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن و نیز ایجاد و گسترش احساس امنیت شغلی در بین کارکنان سازمان، می‌تواند ارزشمند و قابل توجه باشد. پیشنهادات دیگری که لازم است مورد توجه قرار بگیرند، عبارت‌اند از:

- بازنگری در قوانین خشک و غیرقابل انعطاف سازمان که از موانع بروز و رشد و توسعه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی محسوب می‌شود.
- دانشگاه پیام نور استان مازندران می‌تواند با برگزاری جشن‌ها و مراسم‌هایی، از کارکنان مبتکر و خلاق تقدیر و تشکر کند تا سایر کارکنان تشویق شوند.
- وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینانه، برگزاری برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی درباره کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران با حضور صاحب‌نظران و اندیشمندان، می‌تواند از عوامل دیگر برای جذب کارکنان به فرهنگ کارآفرینی و توسعه آن باشد.
- با توجه به شناسایی عامل فرهنگ، انعطاف‌پذیری به عنوان عاملی مهم در توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران و نیز روحیه استقلال‌طلبی و شخصیت توفیق‌گرا در میان کارکنان، مدیران ارشد با تفویض اختیارات به پرسنل کارآفرین می‌توانند در ظهور و بروز خلاقیت آنان نقش قابل توجهی ایفا کنند.
- با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، سند چشم‌اندازی درباره توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پیام نور استان مازندران، تنظیم و تدوین گردد و به مرور زمان اجرا شود.
- از دیگر عوامل مهم در توسعه فرهنگ کارآفرینی، برنامه‌ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان است که دانشگاه مذکور با توجه به اهمیت این عامل در ظهور و بروز شرایط کارآفرینی در سازمان، باید بیشتر به آن توجه کند.
- پیشنهاد می‌شود از تکنولوژی‌های جدید مانند رایانه به منظور توسعه خلاقیت و فرهنگ کارآفرینی و پیشبرد اهداف کارآفرینانه در دانشگاه بیشتر استفاده شود.

منابع

الف) فارسی

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰) کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها: انتشارات پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۷)، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت، رساله دکتر، رشته مدیریت دولتی، دانشگاه تربیت مدرس.
- اکبری، حسین (۱۳۸۴) بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در صنعت چوب شمال کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تربیت مدرس.
- اورند، مسعود (۱۳۸۲) بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی شرکت رجاء: پایان نامه کارشناسی ارشد در دوره آموزش رؤسای قطار مسافری.
- بخشی، غلامرضا (۱۳۸۱) بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران، پایان نامه کارشناسی-ارشد مدیریت دولتی دانشگاه مازندران.
- پاپزن، عبدالحمید (۱۳۸۰) توسعه سخت افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی: مجموعه مقالات همایش توسعه، انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- جدی، سوسن (۱۳۸۰) موانع توسعه کارآفرینی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۲۰.
- سیدحسینی، محمد (۱۳۸۱)، شناسایی عوامل و شاخص های اولویت دار به منظور دستیابی به سازمان های کارآفرین در کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه علم و صنعت.

ب) انگلیسی

- Brockhaus, R. & Horwitz, P. (2000) The Psychology of the Entrepreneur, In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge, Mass: Ballinger.
- Cornwall, Jeffrey & Perlman, Baron (2000) organizational entrepreneurship, Richard Irwin.
- Dess, Gregory & Haas, Miriamand peter (1998) the meaning of social entrepreneurship, Kaffman center for entrepreneurial Leadership.
- Duphy, Steven & Herbig, Paul & Golden James (2004) The relationship of entrepreneurial and innovative Success, marketing intelligence & planning, vol. 12. No. 9.
- Echols, Ann & Neck, Christopher (1998) The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success, journal of managerial psychology, vol. 13, No. 1/2.

- Fry, F. (2001) *Entrepreneurship: A Planing Approach*, Englewood Cliffs Nj: Prentice-Hall.
- Gartner, W. (1999) Who is an Entrepreneur? [www. Entrepreneurship.com](http://www.Entrepreneurship.com).
- Haug, H. M. & Pardy W. (1999) Community entrepreneurship in north eastland, *international journal of entrepreneurial behavior & research*, vol. 5, No. 4.
- Hurley, amy, (1998) incorporating feminist theories in to sociological theories of entrepreneurship, *Woman in management Review*, vol.14, No. 2.
- Prokopenko, Joseph & Pavlin, Iger, (1999) *Entrepreneurship development in pullice enterprises*, international labour organization.
- Thompson, john & Geoff, ALVY & Lees, Ann, (2000) *The worls of the entrepreneur*, vol. 38, No. 5.
- Williams, Care Elwood & Tse Eliza, (1995) *The relationship between strategy and entrepreneurship*, *international journal of contemporary hospitality management*, vol.7, No.1.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی