

پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده (مطالعه موردی: کارکنان سازمان صنایع دفاع ایران در سال ۱۳۹۵)

ابراهیم آریانی^{۱*}

عادل زاهدبابلان^۲

علی خالق خواه^۳

مطالعات دانش‌شناسی

سال سوم، شماره ۱۰، بهار ۹۶، ص ۱۰۹ تا ۱۲۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۲/۱۵

چکیده

پژوهش حاضر به منظور پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده انجام گرفت. روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش را کارکنان مشغول به خدمت صنایع دفاع در سال ۱۳۹۵ با حجم ۶۰۰ نفر تشکیل می‌داد. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی ساده بود. حجم نمونه با توجه به مدل کرجسی - مورگان، ۲۳۴ نفر در نظر گرفته شد. جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی رهبری توزیع‌شده (DLI) (با پایایی $\alpha = 0/96$) در قالب هفت مؤلفه‌ی فرهنگ‌سازمانی، تصمیم‌گیری مشارکتی، توسعه حرفه‌ای، مأموریت، چشم‌انداز و اهداف، اعتماد، حمایت همه‌جانبه، رفتارهای رهبری و پرسشنامه‌ی کارآفرینی سازمانی (DERDC) (با پایایی $\alpha = 0/88$) استفاده شد. داده‌های جمع‌آوری‌شده با نرم‌افزار SPSS.V.22 و روش رگرسیون تجزیه و تحلیل گردید. نتایج نشان داد مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده به گونه معنی‌داری توان تبیین $R^2 = 0/56$ درصد مؤلفه کارآفرینی سازمانی را دارا هستند ($R = 0/75$ ، $P < 0/01$ و $F_{(4,225)} = 0/225$) و سهم تصمیم‌گیری مشارکتی ($\beta = 0/251$)، اعتماد ($\beta = 0/242$)، فرهنگ‌سازمانی ($\beta = 0/226$) و مؤلفه مأموریت، چشم‌انداز و اهداف ($\beta = 0/132$) در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است و سهم بقیه مؤلفه‌های ارائه شده معنی‌دار نیست؛ بنابراین ضروری است تلاش در جهت القا و توسعه توانمندی‌های کارآفرینی کارکنان از طریق سبک‌های رهبری مناسب به‌عنوان یک اولویت جدی در دستور کار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان و مدیران عالی سازمان‌ها قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: رهبری توزیع‌شده، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، کارکنان صنایع دفاع

۱. * دانشجوی دکترای مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی.

پست الکترونیک: e.aryani.sh@gmail.com

۲. دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی.

۳. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی.

مقدمه

دانشمندان معتقدند که دانش و تکنولوژی به ثروت، رفاه و سود اقتصادی تبدیل نمی‌شود مگر با وجود افراد کارآفرین که با خلاقیت و نوآوری، شیوه‌های ناکارآمدی قبلی را تخریب نموده و روش‌های جدید را به وجود آورند (کوشکی جهرمی، بودلایی و نریمانی، ۱۳۸۹). به باور صاحب‌نظران تجربه‌ی موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه‌ی کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است، و به همین علت برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌شوند (سیحات^۱، ۲۰۱۰). یکی از اشکال مهم کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی است. کارآفرین سازمانی عنوان کسی است که بر روی خلاقیت و نوآوری تأکید داشته و می‌کوشد تا در درون محیط سازمانی موجود یک تصور یا ایده‌ی جدید را به منصفی ظهور برساند. به عبارت دیگر کارآفرینان درون‌سازمانی کسانی هستند که در درون یک سازمان اقدام به فعالیت کارآفرینانه می‌کنند (پینکات^۲، ۱۹۸۵).

سازمان‌ها به‌عنوان یک سیستم باز برای بقا و ادامه حیات باید با تغییرات محیط تغییر کنند و متحول شوند (لاک^۳، ۲۰۰۶) و سازمانی موفق خواهد بود که به پیشواز تغییرات برود (رادرفورد و هولت^۴، ۲۰۰۷). سازمان‌ها برای مؤثر بودن، نیاز به افرادی آینده‌نگر دارند که بدانند چه کارهایی باید انجام شود تا بتوانند به راحتی با کسانی که گوش‌به‌زنگ تحولات هستند ارتباط برقرار کرده، خود و سازمانشان را برای رویارویی با مشکلات آینده آماده کنند (هادی‌زاده، رحیمی فیل آبادی، ۱۳۹۱). این افراد با استفاده از رهبری که همان فرایند تأثیر اجتماعی است (حسنی، سامری و سکوتی، ۱۳۹۴) و سبک‌های رهبری مخصوصاً رهبری توزیع‌شده، که طی آن منابع مختلف جهت هدایت و راهنمایی اعضا فراهم می‌شود، امکان بهره‌برداری از دانش و تخصص خود جهت تحقق اهداف اصلی سازمان را به دست

1. Sehat
2. Pinchat
3. Luke
4. Rutherford & Holt

می‌آورند (گرون^۱، ۲۰۰۰؛ اسپیلان^۲، ۲۰۰۲). سبک رهبری توزیعی^۳ از سبک‌های جدید و اثربخش رهبری به شمار می‌آید که در سال‌های اخیر مورد توجه محققان قرار گرفته است. رهبری توزیعی شکلی از رهبری است که مبتنی بر اعتماد و تفویض کامل وظایف با تأکید بر نقش اعضا در پیشبرد اهداف است (ایلز و فنگ^۴، ۲۰۱۱ نقل از عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳) و کارکنان را به‌عنوان اهرم‌های تحقق اهداف در نظر می‌گیرد به‌گونه‌ای که خودشان، توان تصمیم‌گیری صحیح و تشخیص نحوه انجام امور را دارند (اسپیلان، ۲۰۰۲). هم‌چنین ارتباط نزدیکی با تصمیم‌گیری مشترک (تیمپرلی^۵، ۲۰۰۵)؛ همکاری و دموکراسی و به‌کارگیری شیوه‌های دموکراتیک (میرووتز^۶، ۲۰۰۸) دارد. پس رهبری توزیعی ویژگی نوظهور گروه یا شبکه‌ای از افراد است که در آن اعضای گروه مهارت‌ها و تخصص‌های خود را به اشتراک می‌گذارند و قدرت بین افراد توزیع می‌شود و رهبر وظایف رهبری را در میان افراد و در بین نقش‌های موجود در سازمان توزیع می‌کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۴).

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، موقعیت اجتماعی و اقتصادی به‌گونه‌ای است که سازمان، ضمن برخورداری از منابع عظیم انسانی به لحاظ عدم بهره‌برداری صحیح و معقول همچنان با مشکلات و معضلات عظیم سنتی و مدرن روبه‌روست که نیازمند راه‌حل‌های بدیع است (وجدانی، ۱۳۹۵). در این راستا تفکر نوآوری، کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. همان‌طور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسين بستگی دارد، رشد و بقای آن‌ها نیز به عواملی نظیر توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی‌شان وابسته است (پرداختچی، شفیع‌زاده، ۱۳۸۹). هم‌چنین تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن یکی از ابزارهای کلیدی پیشرفت

1. Gronn
2. Spillane
3. distributed leadership
4. Iles & Feng
5. Timperley
6. Mayrowetz

اقتصادی کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه است (آرچیبانگ^۱، ۲۰۰۴). به باور صاحب‌نظران کارآفرینی کماکان به لحاظ رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی پژوهشی، ایجاد شغل، رقابت و بهره‌وری سهم بسیار مهمی در رشد و توسعه اقتصادی دارد (لوتانز، آیوی و پاترا^۲، ۲۰۰۸ نقل از آریانی، ۱۳۹۳). در ارتباط با اهمیت کارآفرینی در سازمان‌ها، پینکات (۱۹۸۵) از کارآفرینی سازمانی به‌عنوان رنسانس سازمان‌ها یاد کرده است (پرداختی و شفیع‌زاده، ۱۳۸۹) و اظهار داشته است کارآفرینی سازمانی نه تنها ممکن و شدنی است بلکه یک امر حیاتی و اساسی جهت موفقیت سازمانی محسوب می‌شود (پینکات، ۱۹۸۵). در واقع کارآفرینی سازمانی انعکاسی از کسب، ترکیب و استفاده از دانش توسط اعضای سازمان است (فلوید و وولدریج^۳، ۱۹۹۹).

در ارتباط سبک رهبری با کارآفرینی سازمانی کارکنان می‌توان گفت رفتارهای نوآورانه و تفکر خلاق اعضای یک سازمان تحت نوع برخورد مدیریت با اعضای سازمان است و نوع برقراری ارتباط مدیران با کارکنان سازمان نقش محوری دارد. برخورد مدیریت سازمان با افراد آن می‌تواند در ظهور رفتارهای کارآفرینانه به‌عنوان یک تسهیل‌کننده‌ی اساسی عمل کند (جانگ و هارتوک^۴، ۲۰۰۷). به عبارت دیگر نگرش مدیریتی و میزان حمایت مدیریت از کارآفرین و کارآفرینی اهمیت بسیاری دارد و حمایت مدیریت یکی از قابل‌توجه‌ترین عوامل بین پنج عامل اصلی کارآفرینی (تشویق و پاداش، ساختار سازمانی، ریسک‌پذیری و دسترسی به منابع) است (ناهید، ۱۳۸۸). مدیران با استفاده از سبک‌های رهبری مخصوصاً سبک‌های مشارکتی باعث می‌شوند تا خلاقیت و کارآفرینی در سازمان بهتر ایجاد شود و رهبری توزیعی یکی از سبک‌های مشارکتی است. هانت^۵ (۱۹۹۱) بیان می‌دارد که رهبری توزیعی به‌عنوان نقشی رسمی قلمداد نمی‌شود، بلکه شامل تعامل افراد سازمان در قالب یک تیم کاری، با هدف رهبری کردن اهداف، نقش‌ها و مسئولیت سازمانی است. در رهبری

1. Archibong
2. Avey, Luthans & Patera
3. Floyd & Wooldridge
4. Jong & Hartg
5. Hunt

توزیعی به روابط انسان‌گرایانه مانند کار تیمی، مشارکت، توانمندسازی، ریسک‌پذیری و کنترل اندک روی دیگران و تسهیم قدرت با آن‌ها پرداخته می‌شود و مدیر برای همه‌ی افراد سازمان، داده‌هایی در باب برنامه‌ها، عملیات و رویه‌های کاری سازمان فراهم می‌آورد (یاسینی، ۱۳۹۲)؛ بنابراین می‌توان گفت سبک‌های رهبری مشارکتی به‌طور عام و سبک رهبری توزیع‌شده به‌طور خاص، جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در کارآفرینی سازمانی دارد.

متأسفانه در برخی از سازمان‌های کشور، مدیران به‌جای آن‌که از ایده‌ها و نوآوری‌های کارکنان در جهت پیشبرد استراتژی سازمان حمایت و استفاده کنند، آن‌را تهدید و یک حرکت غیرقابل درک دانسته و بها دادن به این دیدگاه‌ها را خطری برای خود و موقعیت آینده خود قلمداد می‌کنند؛ از این رو کارآفرینان با محیط بسیار خسته‌کننده روبه‌رو شده و روزمرگی، فرهنگ آن و تغییر و تنوع و بهبود روش‌ها و نوآوری، ضد فرهنگ آن سازمان محسوب می‌شود؛ به همین سبب افراد کارآفرین، در حاشیه قرار گرفته و افراد بی‌تفاوت و روزمره، پیشرفت می‌کنند. از این رو بی‌انگیزگی و پرداختن به مسائل پیش‌پاافتاده به‌عنوان سرلوحه امور قرار می‌گیرد و با سرکوب ایده و نوآوری، غالباً افراد کارآفرین بعد از مدتی سازمان را ترک کرده و جذب مراکز دیگر می‌شوند. در چنین حالتی، سازمان دچار خسارت زیادی می‌شود؛ زیرا نیروی خلاق و نیرویی را که سال‌ها بابت آن هزینه شده بود را، یکجا از دست می‌دهد (ناهدی، ۱۳۸۸). این که افراد بسیاری که سازمان‌ها را رها کرده و خودشان سازمان جدیدی تأسیس می‌کنند، نمایانگر آن است که اکثر سازمان‌ها قادر نیستند محیطی را برای کارآفرینی خلق کنند (فروزان‌فر، فروزان‌فر، باروج، ۱۳۹۱). این چالش‌ها در سازمان‌های متفاوت با توجه به اهداف از پیش تعیین‌شده سازمان، گوناگون است. ولی در همه‌ی این چالش‌ها، نیروی انسانی کارآفرین به‌عنوان عامل مهم تأثیرگذار مطرح بوده و مورد توجه صاحب‌نظران عرصه مدیریت و مدیران سازمان‌ها قرار گرفته است. مدیران سازمان‌ها نیز برای این که بتوانند حالت فعال داشته و به حیات خود در دنیای پرقابلیت کنونی ادامه دهند باید نیروی انسانی سازمان خود را برای مواجهه با چنین چالش‌هایی آماده نموده تا علاوه بر این که از چالش‌ها عبور کرده؛ بلکه از آن‌ها جهت تحقق اهداف سازمانی استفاده مؤثر نمایند. در واقع می‌توان بیان نمود که رشد و توسعه‌ی سازمان‌های صنعتی،

اجتماعی، نظامی و ... درگرو به کارگیری صحیح و مؤثر کلیه منابع و امکانات موجود، به‌ویژه منابع انسانی کارآفرین است. از طرف دیگر سازمان‌های دفاعی جایگاه ویژه‌ای در میان سازمان‌های یک کشور دارد، چراکه وجود این نوع سازمان‌ها موجب تأمین امنیت برای کشور و سایر سازمان‌های جامعه شده و به‌یقین، بدون تأمین امنیت در هر کشوری هیچ سازمانی توانایی پیشرفت و یا حتی ادامه حیات نخواهد داشت. سازمان‌های دفاعی نیز برای این که بتوانند امنیت یک کشور را به‌خوبی تأمین نمایند، باید از کلیه منابع و تجهیزات خود به‌ویژه نیروی انسانی کارآمد و توانا بهره‌گیری نمایند. جهت توانمندسازی سازمان‌های دفاعی در کشور، توجه به عامل اساسی و تأثیرگذار آن سازمان بسیار حائز اهمیت است. در این سازمان‌ها نیز مانند تمام سازمان‌های دیگر، نیروی انسانی کارآفرین مؤثرترین و مهم‌ترین رکن سازمان محسوب می‌شود و درواقع نیروی انسانی کارآفرین در این سازمان‌ها، عنصر اصلی توان رزم بوده که ترسیم‌کننده استراتژی دفاع، هماهنگ‌کننده و کارگیرنده کلیه امکانات موجود در صحنه نبرد است.

پینکات^۱ (۱۹۸۵) کارآفرین سازمانی^۲ را به‌عنوان کسی تعریف می‌کند که بر روی خلاقیت و نوآوری تأکید داشته و می‌کوشد تا در درون محیط سازمانی موجود یک تصور یا ایده جدید را به منصفه ظهور برساند. به‌عبارت دیگر کارآفرینان درون‌سازمانی کسانی هستند که در درون یک سازمان اقدام به فعالیت کارآفرینانه می‌کنند (نقل از شیتی^۳، ۲۰۰۴). کاتز^۴ (۱۹۹۹) کارآفرین سازمانی را شخصی می‌داند که در درون یک سازمان بزرگ مسئولیت مستقیم تبدیل یک ایده به یک محصول تمام‌شده ارزشمند را از طرق جسارت، ریسک‌پذیری و نوآوری بر عهده می‌گیرد. در تعریفی جامع و کلی می‌توان گفت کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه‌ی شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است (دهقان، طالبی و عربیون، ۱۳۹۱).

1. Pinchat
2. organizational entrepreneurship
3. Shetty
4. Kautz

هاریس^۱ (۲۰۱۰) اشاره می‌کند رهبری توزیعی^۲ شکلی از رهبری جمعی است، که مهم‌ترین بعد رهبری توزیعی است هم‌چنین می‌افزاید که رهبری توزیعی هر دو بعد عمودی و افقی رهبری را در نظر می‌گیرد و سعی دارد در مدل‌های رسمی و هم‌کارانه را به هم ربط دهد. اسپیلان (۲۰۰۲) رهبری توزیع‌شده را به معنای تفویض مسئولیت در میان گروه‌های متعدد سازمانی در حالی همه گروه‌ها به‌سوی ارزش‌ها، فرهنگ، نمادها و سنن مشترکی حرکت می‌کنند، تعریف می‌کنند. به‌طور کلی رهبری توزیع‌شده شکلی از رهبری افقی است که عمل رهبری در میان اعضای سازمانی انتشار یافته است. در چنین شرایطی تصمیم‌گیری و نفوذ سازمانی به‌جای دستورالعمل فردی به‌وسیله‌ی تعامل افراد کنترل می‌شود. هم‌چنین کارگیری رهبری توزیع‌شده، شیوه‌ای است که در یک‌زمان رهبران متعددی می‌توانند در یک تیم باشند بر این اساس هر رهبر به‌طور کامل نقش رهبری را بر عهده می‌گیرد. برخلاف رویکردهای جایگزین رهبری، اینجا تلاش برای کاهش یا از میان برداشتن نیاز به یک رهبر است، مدل رهبری توزیع‌شده بر پرورش و توسعه‌ی فعال توانایی‌های رهبری در میان اعضای تیم تأکید دارد. فرض اصلی این است که هر عضو تا حدودی توانایی‌های رهبری را دارد که برای گروه در بعضی از زمان‌ها لازم خواهد بود. پیام اصلی این است که قابلیت و توانایی رهبری ثابت نیست اما می‌تواند گسترش و توسعه پیدا کند (هاریس، ۲۰۰۸). لوئیس، مایرووتز، اسمیلی و مورفی^۳ (۲۰۰۹)، طبق پژوهشی که انجام دادند رهبری توزیع‌شده را به‌عنوان تقسیم و انتشار کار رهبری در میان افراد و نقش‌ها در تاسر سازمان در نظر گرفتند. علاوه بر این می‌توان گفت که منظور از رهبری توزیع‌شده رهبری تعداد زیادی از افراد نه یک شخص، در عرصه‌ی سازمانی است که با هم یکی شده است تا به هدف اصلی‌شان یعنی بهبود مدرسه و توسعه‌ی رهبری دست پیدا کنند. هم‌چنین رهبری توزیع‌شده محصول فعالیت جمعی و مشترک است و نشان‌دهنده‌ی تعاملات و ارتباطات اجتماعی که تداعی‌کننده‌ی ویژگی ظهور یافتگی^۴ یا شبکه‌ی اجتماعی

1. Harris
2. distributed leadership
3. Louis, Mayrowetz, Smiley & Murphy
4. emergent property

آن در مدارس است (وودز و گران، ۲۰۰۹). گذشته از این، رهبری، مربوط به عمل و رفتار است که برای رهبری توزیع‌شده بسیار مهم است (وودز و همکاران، ۲۰۰۴؛ راینسون، ۲۰۰۹).

با مروری بر ادبیات پژوهشی ملاحظه می‌گردد که رابطه‌ی بین رهبری توزیعی با مؤلفه‌هایی همچون رفتار شهروند سازمانی، توسعه فردی کارکنان (وجدانی، ۱۳۹۵)، عملکرد معلمان (یاسینی، عباسیان و یاسینی، ۱۳۹۲)، رفتار شهروند سازمانی و احساس کارآمدی (آریان‌فر، نویدی نکو و فراهی نژاد، ۱۳۹۱)، اثربخشی مدارس (امجدزبردست، غلامی و نعمتی، ۱۳۹۳)، پیشرفت تحصیلی (عباسیان، ابوالقاسمی، قهرمانی و پرداختچی، ۱۳۹۱)، تعهد سازمانی و رضایت شغلی با میانجی‌گری احساس کارآمدی (یاسینی، زین‌آبادی، نوه ابراهیم و آراسته، ۱۳۹۱) مورد مطالعه قرار گرفته است. هم‌چنین نقش سبک‌های رهبری تحول‌گرا (حمیدیان‌پور و زراعی، ۱۳۹۳)، عمل‌گرا (سیفی، ۱۳۹۲)، رهبری معنوی (آسا، ۱۳۹۰)، رهبری خدمت‌گذار (قاسمی، ۱۳۹۲) و سبک رهبری تبادلی (یامی، ۱۳۸۸) با کارآفرینی مورد واکاوی قرار گرفته است (نقل از وجدانی، ۱۳۹۵). به‌عبارتی دیگر امروزه در مطالعات سازمانی، مفهوم کارآفرینی تحقیقات بی‌شماری را به خود اختصاص داده است؛ اما آنچه به‌عنوان خلأ در این راستا مشاهده می‌گردد، نبود مطالعه‌ای در زمینه‌ی ارتباط بین سبک رهبری توزیعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان دفاعی است. علاوه بر این لازم به ذکر است که در اقتصاد نوین یکی از اساسی‌ترین سازوکارهای خلق مزیت رقابتی، کارآفرینی است. در دیدگاهی جدید، کارآفرینی انعکاسی از کسب، ترکیب و استفاده از دانش معرفی شده است. از سوی دیگر موفقیت سازمان‌ها در عرصه‌ی رقابت امروز نیازمند پارادایم جدیدی در رهبری است. بسیاری از صاحب‌نظران این پارادایم جدید را رهبری توزیع‌شده معرفی می‌کنند که ویژگی‌های آن تأمین‌کننده ضروریات کارآفرینی در سازمان است. به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران، کارآفرینی به‌طور مستقیمی با عملکرد سازمان‌ها

به‌ویژه عملکرد مالی، تجاری و کسب سهم بازار توسط آنان در ارتباط است (زارا و کوین^۱، ۱۹۹۵ نقل از فروزان‌فر و همکاران، ۱۳۹۱). به همین دلیل شناسایی، ایجاد و تقویت عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌تواند نقش به‌سزایی در موفقیت سازمان‌ها داشته باشد. در ادبیات حوزه کارآفرینی عوامل مختلفی چون ساختار، استراتژی، فرهنگ، عملکرد گذشته، منابع و ... به‌عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمان‌ها معرفی شده‌اند؛ اما در دیدگاهی نسبتاً جدید کارآفرینی سازمانی از حوزه‌های دیگر بررسی می‌شود. در این دیدگاه، کارآفرینی سازمانی انعکاسی از کسب، ترکیب و استفاده از دانش توسط اعضای سازمان است (فلوید و وولدریج^۲، ۱۹۹۹). طبق این دیدگاه می‌توان انتظار داشت که سرمایه‌فکری به‌عنوان یکی از دارایی‌های دانشی سازمان، دارای تأثیر قابل‌توجهی بر کارآفرینی سازمانی باشد. سرمایه‌فکری مانند کارآفرینی سازمانی یکی از عوامل اساسی در خلق مزیت رقابتی برای سازمان-هاست و موفقیت سازمان‌ها در عرصه رقابت امروز منوط به مدیریت و رهبری صحیح این مفاهیم است. در این راستا شاید سبک‌های رهبری گذشته پاسخگوی نیاز سازمان‌های امروز نباشند. دراکر^۳ (۲۰۰۱) معتقد است که در سازمان‌های قرن ۲۱ که مهم‌ترین ویژگی آن‌ها اتکا به دارایی‌های دانشی است؛ اعتماد به کارکنان برای ایجاد و توسعه دانش، پارادایم جدیدی را در رهبری می‌طلبد که تمرکز اصلی آن بر توانمندسازی پیروان باشد. در این زمینه صاحب‌نظران یکی از پارادایم‌های جدید مناسب را سبک رهبری توزیع‌شده نام برده‌اند (نقل از حسین‌پور و آهوپی، ۱۳۹۲). با توجه به موارد مذکور و هم‌چنین با توجه به اهمیت کارآفرینی و مطرح بودن آن به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی در عصر مدرن امروزی از یکسو و جایگاه خطیر مدیریت در ایجاد زمینه‌ی کارآفرینی و فکر نو در سازمان به کمک سبک‌ها و مدل‌های مشارکتی و به‌ویژه سبک رهبری توزیع‌شده از سویی دیگر، در پژوهش حاضر به مطالعه‌ی سبک رهبری توزیع‌شده و کارآفرینی سازمانی پرداخته شد تا

در نهایت مشخص گردد که آیا مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده در پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان صنایع دفاع نقش دارند یا نه؟ از این رو سؤالات زیر مطرح و بررسی گردید:

آیا بین رهبری توزیع‌شده و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد؟

آیا می‌توان بر اساس مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده، کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کرد؟

روش پژوهش

این پژوهش از نظر راهبرد اصلی: کمی؛ از نظر هدف: کاربردی؛ از نظر راهکار اجرایی: میدانی و از نظر تکنیک تحلیلی: توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش را تمامی کارکنان سازمان صنایع دفاع در سال ۱۳۹۵ با حجم ۶۰۰ نفر تشکیل می‌داد. حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی-مورگان^۱ و با در نظر گرفتن خطای $\alpha = 0.05$ ، ۲۳۴ نفر در نظر گرفته شد که از این تعداد ۲۳۱ پرسشنامه قابل تحلیل بود و بقیه پرسشنامه‌ها به دلیل مخدوش و ناقص بودن جهت جلوگیری از هر نوع خطا در تحلیل آماری، از فرایند بررسی خارج شدند. در مطالعه‌ی حاضر جهت ارزیابی متغیر رهبری توزیع‌شده و مؤلفه‌های آن در بین کارکنان شاغل صنایع دفاع از پرسشنامه‌ی رهبری توزیع‌شده^۲ (DLI) با ۲۱ گویه‌ی بسته پاسخ در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) و ۷ مؤلفه‌ی فرهنگ رهبری (با ۳ گویه)، تصمیم‌گیری مشارکتی (با ۳ گویه)، توسعه حرفه‌ای (با ۳ گویه)، مأموریت، چشم‌انداز و اهداف (با ۳ گویه)، اعتماد (با ۳ گویه)، حمایت همه‌جانبه (با ۳ گویه) و رفتارهای رهبری (با ۳ گویه) استفاده گردید. این پرسشنامه در مقیاس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای تنظیم شده و نمره‌گذاری پرسشنامه بدین صورت است که گزینه‌ی «کاملاً موافقم» ارزش پنج و گزینه‌ی «کاملاً مخالفم» ارزش یک می‌گیرد. روایی این ابزار در مطالعه‌ی یاسینی و همکاران (۱۳۹۲) به صورت روایی محتوایی و سازه تأیید گردیده و در مطالعه‌ی ایشان پایایی ابزار موردنظر برابر ۰/۷۴ در ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده است. در پژوهش حاضر نیز پس از تأیید پرسشنامه از سوی سه نفر از اساتید علوم تربیتی و

1. Kregci-Morgan
2. distributed leadership inquiry

روانشناسی در سطح گسترده بین کارکنان صنایع دفاع توزیع و جمع‌آوری گردید و پایایی کل پرسشنامه برابر ۰/۹۶ در ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. سایر اطلاعات مربوط به پرسشنامه‌ی رهبری توزیع شده در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. سازه‌های پرسشنامه‌ی رهبری توزیع شده و گویه‌ها و پایایی مربوط به هر یک از سازه‌ها

سازه‌ها	تعداد گویه	شماره‌ی گویه‌ها	مقدار پایایی در ضریب آلفای کرونباخ
فرهنگ رهبری	۳	۱ تا ۳	۰/۸۶
تصمیم‌گیری مشارکتی	۳	۴ تا ۶	۰/۷۹
توسعه حرفه‌ای	۳	۷ تا ۹	۰/۸۲
اعتماد	۳	۱۰ تا ۱۲	۰/۷۹
حمایت همه‌جانبه	۳	۱۳ تا ۱۵	۰/۸۳
مأموریت، چشم‌انداز و اهداف	۳	۱۶ تا ۱۸	۰/۸۸
رفتارهای رهبری	۳	۱۹ تا ۲۱	۰/۸۹
رهبری توزیع شده	۲۱	۱ تا ۲۱	۰/۹۶

هم‌چنین جهت ارزیابی متغیر کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان شاغل صنایع دفاع از پرسشنامه‌ی کارآفرینی سازمانی^۱ (DERDC) مارگریت هیل^۲ (۲۰۰۳) با ۱۳ گویه‌ی بسته پاسخ در طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) و ۴ مؤلفه‌ی افعال سازمانی (با ۳ گویه)، نگرش فردی (با ۳ گویه)، انعطاف‌پذیری (با ۳ گویه) و نگرش کارآفرین (با ۴ گویه) استفاده گردید. نمره‌گذاری این ابزار بدین قرار است که امتیاز ۵ به گزینه «خیلی زیاد»، امتیاز ۴ به گزینه «زیاد»، امتیاز ۳ به گزینه «متوسط»، امتیاز ۲ به گزینه «کم» و امتیاز ۱ به گزینه «خیلی کم» اختصاص داده می‌شود. روایی این ابزار در مطالعه‌ی طالب‌پور، معرفتی و غلامیان (۱۳۸۸) به صورت روایی محتوایی تأیید گردیده و در مطالعه‌ی ایشان پایایی ابزار موردنظر برابر ۰/۷۳ در ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده است. در پژوهش حاضر نیز پس از تأیید پرسشنامه از سوی سه نفر از اساتید علوم تربیتی و روانشناسی در سطح گسترده بین کارکنان توزیع و جمع‌آوری گردید و پایایی کل پرسشنامه

برابر ۰/۸۸ در ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. سایر اطلاعات مربوط به پرسشنامه‌ی کارآفرینی سازمانی در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. سازه‌های پرسشنامه‌ی کارآفرینی سازمانی و گویه‌ها و پایایی مربوط به هر یک از سازه‌ها

سازه‌ها	تعداد گویه	شماره‌ی گویه‌ها	مقدار پایایی در ضریب آلفای کرونباخ
افعال سازمانی	۳	۱ تا ۳	۰/۸۴
نگرش فردی	۳	۴ تا ۶	۰/۶۹
انعطاف‌پذیری	۳	۷ تا ۹	۰/۷۱
فرهنگ کارآفرین	۴	۱۰ تا ۱۳	۰/۸۵
کارآفرینی سازمانی	۱۳	۱ تا ۱۳	۰/۸۸

داده‌های این پژوهش با استفاده از ابزار مداد کاغذی و به‌صورت میدانی در محیط سازمانی (نمونه‌های انتخابی) جمع‌آوری گردید. بدین ترتیب که پس از اطمینان از روایی و پایایی ابزار و ملاحظات اخلاقی از جمله کسب مجوز اجرای پژوهش از سازمان صنایع دفاع، اخذ رضایت از شرکت‌کنندگان جهت شرکت در تحقیق، محرمانه ماندن اسامی افراد و در دسترس بودن محقق جهت پاسخگویی به سؤالات، به توزیع پرسشنامه در بین کارکنان اقدام گردید. در نهایت داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS.V22 و آزمون‌های آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل گردید.

یافته‌ها

از بین کارکنان مورد بررسی ۸۵/۳ درصد (۱۹۷ نفر) مذکر، ۱۴/۷ درصد (۳۴ نفر) مؤنث بودند. هم‌چنین از ۶۰/۶ درصد (۱۴۰ نفر) دارای مدرک دیپلم، ۱۷/۷ درصد (۴۱ نفر) دارای مدرک کاردانی، ۱۹ درصد (۴۴ نفر) دارای مدرک کارشناسی و ۲/۶ درصد (۶ نفر) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. برای پاسخگویی به سؤال اول پژوهش مبنی بر این که «آیا بین رهبری توزیع شده و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد؟»، در ابتدا به بررسی مفروضه‌ی نرمال بودن توزیع متغیر وابسته با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف تک نمونه‌ای پرداخته شد.

جدول ۳. وضعیت نرمال بودن متغیر کارآفرینی سازمانی

متغیر	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف استاندارد	Z کولموگروف-اسمیرنف	p
کارآفرینی سازمانی	۱۳	۶۵	۴۲/۹۹	۸/۹۵	۰/۱۰	۰/۱۱

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌گردد نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنف نشان داد که توزیع داده‌های مربوط به متغیر وابسته نرمال است ($p > 0/05$)؛ بنابراین برای تحلیل سؤال اول پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول ۴ ماتریس همبستگی رهبری توزیع شده و کارآفرینی سازمانی گزارش شده است.

جدول ۴. ماتریس همبستگی رهبری توزیع شده و کارآفرینی سازمانی

متغیر	کارآفرینی سازمانی
رهبری توزیع شده	۰/۷۲**
معنی‌داری	۰/۰۰۱

* $p < 0/05$, ** $p < 0/01$

با توجه به جدول ۴، متغیر رهبری توزیع شده با کارآفرینی سازمانی ($r = 0/72$) رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ دارد و با اطمینان ۰/۹۹ درصد می‌توان گفت بین رهبری توزیع شده و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود دارد و با افزایش میزان استفاده از سبک رهبری توزیع شده، کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد و با کاهش میزان کاربست سبک رهبری توزیع شده، میزان کارآفرینی سازمانی کاهش می‌یابد.

برای پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش مبنی بر این که «آیا می‌توان بر اساس مؤلفه‌های رهبری توزیع شده کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی کرد؟»، از رگرسیون چندمتغیری سبک گام‌به‌گام استفاده شد. قبل از اجرای تحلیل رگرسیون، مفروضه‌های این تحلیل موردبررسی قرار گرفت. این مفروضه‌ها شامل: (۱) نرمال بودن متغیر ملاک، (۲) استقلال خطاها، (۳) عدم وجود هم‌خطی چندگانه بود.

نتیجه بررسی مفروضه‌ی نرمال بودن توزیع متغیر ملاک با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنف تک نمونه‌ای (جدول ۳) نشان داد که توزیع داده‌های مربوط به متغیر وابسته نرمال است ($p > 0/05$). نتایج مفروضه‌های دوم و سوم نیز در جدول ۵ گزارش شده‌اند.

جدول ۵. نتایج بررسی استقلال خطاها و هم خطی چندگانه در تحلیل رگرسیون

آزمون	حداکثر مقدار به دست آمده	مقدار مجاز	نتیجه
دورین-واتسون	۱/۷۳	بین ۱/۵ تا ۲/۵	استقلال خطاها وجود دارد
VIF	۳/۸۲	کمتر از ۱۰	هم خطی چندگانه وجود ندارد

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، مقدار آماره دورین-واتسون ۱/۷۳ است. مقادیر بین ۱/۵ تا ۲/۵ نشانگر وجود استقلال خطاها در داده‌ها هستند؛ بنابراین برای انجام رگرسیون چند متغیری استقلال خطاها وجود داشت. هم‌چنین حداکثر آماره عامل تورم واریانس (VIF) ۳/۸۲ به دست آمد که عدد کم‌تر از ۱۰ نشانگر عدم وجود چند هم خطی است؛ بنابراین بین متغیرهای مستقل هم خطی چندگانه وجود نداشت. با توجه به رعایت مفروضه‌های موردنظر، از تحلیل رگرسیون چند متغیری استفاده گردید.

برای پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی از روی فرهنگ سازمانی، تصمیم‌گیری مشارکتی، توسعه حرفه‌ای، مأموریت، چشم‌انداز و اهداف، اعتماد، حمایت همه‌جانبه و رفتارهای رهبری در گام اول متغیر تصمیم‌گیری مشارکتی، در گام دوم متغیر اعتماد، در گام سوم متغیر فرهنگ سازمانی و در گام چهارم متغیر مأموریت، چشم‌انداز و اهداف وارد معادله شده و معنی‌داری خود را در طی این چهار گام حفظ نمودند. بقیه متغیرها شامل متغیرهای توسعه حرفه‌ای، حمایت همه‌جانبه و رفتارهای رهبری چون تأثیر معنی‌داری بر کارآفرینی سازمانی نداشتند از معادله حذف شدند. در جدول ۶ نتایج تحلیل رگرسیون گزارش شده‌اند.

جدول ۶. همبستگی بین مؤلفه‌های رهبری توزیع شده با کارآفرینی سازمانی

مجموع مجذورات	df	مجذور میانگین	F	sig	R	R2	Adj. R2
۸۰۲۲/۷۸	۱	۸۰۲۲/۷۸	۱۷۵/۶۹	۰/۰۰۰	۰/۶۷	۰/۴۴	۰/۴۴
۱۰۴۱۱/۰۶	۲۲۸	۴۵/۶۶	۱۱۲/۴۹	۰/۰۰۰	۰/۷۱	۰/۵۰	۰/۵۰
۹۱۷۶/۰۵	۲۲۷	۴۰/۷۸	۸۲/۶۳	۰/۰۰۰	۰/۷۳	۰/۵۲	۰/۵۲
۹۶۴۳/۰۲	۲۲۶	۳۲۱۴/۳۴	۶۳/۹۶	۰/۰۰۰	۰/۷۵	۰/۵۵	۰/۵۵
۸۷۹۰/۸۲	۲۲۵	۳۸/۸۹					
۹۸۰۷/۷۳	۲۲۵	۲۴۵۱/۹۳					
۸۶۲۶/۱۰	۲۲۵	۳۸/۳۳					

متغیر پیش‌بین	B	خطای معیار	Beta	t	sig
مقدار ثابت	۶۳/۶۷	۱/۳۹		۴۵/۷۸	۰/۰۰۰
تصمیم‌گیری	۰/۷۵	۰/۲۳	۰/۲۵۱	۳/۲۳	۰/۰۰۱
مشارکتی	۰/۷۱	۰/۲۰	۰/۲۴۲	۳/۵۳	۰/۰۰۰
اعتماد	۰/۶۵	۰/۲۰	۰/۲۲۶	۳/۱۷	۰/۰۰۲
فرهنگ سازمانی	۰/۳۹	۰/۱۸	۰/۱۳۲	۲/۰۷	۰/۰۳
مأموریت، چشم‌انداز و اهداف					

گام ۱: متغیر پیش‌بین: تصمیم‌گیری مشارکتی
 گام ۲: متغیر پیش‌بین: تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد
 گام ۳: متغیر پیش‌بین: تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد، فرهنگ سازمانی
 گام ۴: متغیر پیش‌بین: تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد، فرهنگ سازمانی، مأموریت، چشم‌انداز و اهداف

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۶ می‌توان نتیجه گرفت در تبیین کارآفرینی سازمانی از روی متغیرهای تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد، فرهنگ سازمانی و مأموریت، چشم‌انداز و

اهداف، مجموع متغیرهای پیش‌بین $R^2 = 0/56$ از واریانس متغیر ملاک را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند؛ یعنی متغیرهای پیش‌بین ۵۶ درصد نمره کارآفرینی را تبیین می‌کنند. هم‌چنین نتیجه‌ی تحلیل بر اساس جدول ۶؛ $R = 0/75$ ، $F_{(4, 225)} = 63/96$ و $P < 0/01$ ، نشان داد که با اطمینان ۹۹ درصد مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده به گونه‌ی معنی‌داری ۵۶ درصد مؤلفه‌ی کارآفرینی سازمانی را تبیین می‌نمایند، که به ترتیب، سهم تصمیم‌گیری مشارکتی ($0/251 = \beta$)، اعتماد ($0/242 = \beta$)، فرهنگ سازمانی ($0/226 = \beta$) و مؤلفه مأموریت، چشم‌انداز و اهداف ($0/132 = \beta$) در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است.

بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، معادله رگرسیون غیراستاندارد کارآفرینی سازمانی از روی متغیرهای تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد، فرهنگ سازمانی و متغیر مأموریت، چشم‌انداز و اهداف به‌صورت زیر است:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

کارآفرینی سازمانی = $(63/67) + (0/39) \times$ مأموریت، چشم‌انداز و اهداف + $(0/65) \times$ فرهنگ سازمانی + $(0/71) \times$ اعتماد + $(0/75) \times$ تصمیم‌گیری مشارکتی
تفسیر این معادله بدین صورت است که با افزایش هر واحد متغیر مستقل، نمره متغیر وابسته به‌اندازه چند واحد ضریب رگرسیون (b) تغییر می‌کند. پس می‌توان گفت که با افزایش یک واحد تصمیم‌گیری مشارکتی ۰/۷۵ واحد بر کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود، با افزایش یک واحد اعتماد، ۰/۷۱ واحد بر کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود، با افزایش یک واحد فرهنگ سازمانی، ۰/۶۵ واحد بر کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود، و درنهایت با افزایش یک واحد بر مأموریت، چشم‌انداز و اهداف ۰/۳۹ واحد بر کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود.

هم‌چنین معادله رگرسیون استاندارد به‌صورت زیر است:

$$Z = B_1Z_1 + B_2Z_2 + B_3Z_3 + B_4Z_4$$

کارآفرینی سازمانی = $(0/13) \times$ مأموریت، چشم‌انداز و اهداف + $(0/22) \times$ فرهنگ سازمانی + $(0/24) \times$ اعتماد + $(0/25) \times$ تصمیم‌گیری مشارکتی

ارقام مندرج در این معادله به این معناست که با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در تصمیم‌گیری مشارکتی میزان کارآفرینی سازمانی به اندازه $0/25$ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد، با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در اعتماد $0/24$ واحد انحراف استاندارد، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد، با افزایش یک واحد انحراف استاندارد فرهنگ سازمانی $0/22$ واحد انحراف استاندارد، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد و در نهایت با افزایش یک واحد بر مأموریت، چشم‌انداز و اهداف $0/13$ واحد بر کارآفرینی سازمانی افزوده می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

موفقیت سازمان‌ها در عرصه رقابت امروز نیازمند پارادایم جدیدی در رهبری است. بسیاری از صاحب‌نظران این پارادایم جدید را رهبری توزیع‌شده معرفی می‌کنند که ویژگی‌های آن تأمین‌کننده ضروریات کارآفرینی در سازمان است. از سویی دیگر شناسایی، ایجاد و تقویت عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌تواند نقش به‌سزایی در موفقیت سازمان‌ها داشته باشد. از این رو در پژوهش حاضر به بررسی رابطه‌ی رهبری توزیع‌شده با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان صنایع دفاع پرداخته شد.

نتایج پژوهش نشان داد؛ بین متغیر رهبری توزیع‌شده و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود دارد و مؤلفه‌های رهبری توزیع‌شده به گونه معنی‌داری توان تبیین $0/53$ درصد مؤلفه کارآفرینی سازمانی را دارا هستند و سهم تصمیم‌گیری مشارکتی، اعتماد، فرهنگ سازمانی و مؤلفه مأموریت، چشم‌انداز و اهداف درصد معنی‌دار است و سهم بقیه مؤلفه‌های ارائه شده معنی‌دار نیست. این یافته با یافته پژوهش اسلو و همکاران (۲۰۱۵) نقل از اردلان، سلطان‌زاده، (۱۳۹۴) که در مطالعه خود اثر رهبری سازمان را بر کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی‌دار بیان کردند، با یافته پژوهش چن^۱ (۲۰۰۷) که نشان داد عوامل فرهنگ سازمانی، راهبردهای

سازمانی انعطاف‌پذیر، حمایت مدیریت از کارآفرینان و مشارکت فعال کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، نقش عمده‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی دارند، با یافته آنتونیک^۱ (۲۰۰۷) که نشان داد برای بروز قابلیت‌های کارآفرینانه‌ی کارکنان سازمان و ایجاد محیطی خلاق، ارتباطات یکی از اساسی‌ترین عناصر است، با یافته موغلی (۱۳۸۹) که نشان داد سیستم‌های مدیریت منابع انسانی، فرهنگ و رفتار رهبری تأثیر، مثبت و معناداری بر سطح کارآفرینی دارند، با یافته کوشکی جهرمی و همکاران (۱۳۸۹) مبنی بر این که با افزایش یا کاهش میزان استقرار عوامل سازمانی (پنج ویژگی: حمایت مدیر، تشویق و پاداش، تفویض اختیار، فرصت زمانی و ساختار سازمانی) میزان کارآفرینی افزایش یا کاهش خواهد یافت، با یافته محمدی (۱۳۹۰) بین ابعاد رهبری توزیع‌شده و ابعاد رفتار سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، با یافته عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) مبنی بر این که بین رهبری توزیع‌شده و عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و تمامی مؤلفه‌های سبک رهبری توزیع‌شده شامل مأموریت، اعتماد، فرهنگ، توسعه حرفه‌ای، رفتار رهبری و حمایت عملکرد و کارآفرینی سازمانی را پیش‌بینی می‌کنند و با یافته قهرمانی، پرداختچی و حسین‌زاده (۱۳۸۹) مبنی بر این که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد، همخوان و همسو است. از دیگر پژوهش‌هایی که نقش مدیریت و سبک رهبری بر کارآفرینی کارکنان را مثبت و معنادار گزارش نموده‌اند می‌توان به مطالعات احمدپور داریانی (۱۳۸۶)، مینایی‌پور (۱۳۸۳) اکبرالسادات (۱۳۸۵)، ری^۲ (۲۰۰۴)، کوخ^۳ (۲۰۰۵)، کرافورد^۴ (۲۰۰۵)، جانز و انگلیش^۵ (۲۰۰۹)، کیم^۶ (۲۰۰۹)، ایبال و کارک^۷ (۲۰۱۰)، دیمر و ارل^۸ (۲۰۱۰)، هنری، هیل و لیچ^۹ (۲۰۱۱) و نصیرزاده و همکاران (۱۳۹۳) اشاره نمود (نقل

1. Antonic
2. Ray
3. Koch
4. Crawford
5. Jones & English
6. Kim
7. Ibal & Cark
8. Dimerr & Arel
9. Henry, Hill & Lech

از میرصفیان، ۱۳۹۵). بر این اساس یافته‌های پژوهش حاضر در راستای نتایج تحقیقات مذکور است.

در راستای تبیین نتایج به‌دست آمده تحقیق حاضر، می‌توان گفت به‌طور کلی فراگیر کردن پدیده کارآفرینی، نیازمند مجموعه‌ای از عوامل در ارتباط با هم تناسب و همبستگی بین آنهاست و فراهم کردن بستر مناسب کارآفرینی است. این عوامل قابلیت دسته‌بندی در سه مقوله شامل عوامل فردی، سازمانی و محیطی را دارند. عوامل سازمانی خود شامل سبک‌های مدیریت و رهبری، تحول سازمانی، سیاست‌های منابع انسانی، جو سازمانی و موانع ارتباطی است. از این رو می‌توان سبک رهبری را به‌عنوان عاملی مرتبط و مؤثر در موفقیت یک ابتکار کارآفرینانه شناسایی کرد و در بیان اهمیت سبک رهبری مدیران همین بس که رهبری جنبه انسانی مدیریت است. در واقع یافته حاضر نشان می‌دهد با فاصله گرفتن مدیران از سبک آمرانه و نزدیک شدن به سبک مشارکتی، امکان ظهور خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی را افزایش می‌دهند. در انتها باید اذعان داشت که یافته‌های تحقیق حاضر راهکار مناسبی را برای سازمان‌هایی که در جستجوی ایجاد و تقویت کارآفرینی برای کسب مزیت رقابتی هستند ارائه می‌دهد. راهکاری که نسبت به راهکارهای دیگر بسیار کم‌هزینه‌تر، ساده‌تر و در ضمن انسانی‌تر است. استفاده از ویژگی‌های رهبری توزیع‌شده علاوه بر ایجاد فضای مناسبی برای کارآفرینی سازمانی هم‌چنین باعث تقویت تبادل دانش و افزایش سطح سرمایه فکری سازمان نیز خواهد شد و به توسعه و پیشرفت سازمانی منجر می‌شود.

با توجه به این که مشخص گردید برخی از مؤلفه‌های سبک رهبری توزیع‌شده توانایی پیش‌بینی کارآفرینی سازمانی کارکنان را دارند، پیشنهاد می‌گردد در این زمینه تحقیقات بیشتری انجام شود و اثرات مختلف کاربست سبک رهبری توزیع‌شده توسط مدیران بر عملکردهای کارکنان را مشخص نموده و به‌تبع آن اطلاع‌رسانی‌های ارزنده در زمینه اثرات مثبت و منفی این سبک رهبری در اختیار مسئولان قرار داده شود. هم‌چنین در راستای پاسخ-گویی هرچه بیشتر سازمان‌ها به نیازها و چالش‌های گوناگون و توسعه‌ی سازمان خود، پیشنهاد می‌شود تلاش در جهت القا و توسعه توانمندی‌های کارآفرینی کارکنان از طریق سبک‌های رهبری مناسب به‌عنوان یک اولویت جدی در دستور کار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان و

مدیران عالی سازمان‌ها قرار گیرد و به جنبه‌ها و ابعاد رهبری توزیع‌شده در سازمان‌ها توجه شود و برای تأثیرگذاری و نفوذ بر کارآفرینی سازمانی کارکنان از آن استفاده شود. سازمانی کارکنان از آن استفاده شود.

منابع

اردلان، محمدرضا و سلطان‌زاده، وحید. (۱۳۹۴). تأثیرپذیری کارآفرینی اجتماعی از رهبری هوشمند با نقش میانجی یادگیری سازمانی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۸(۳)، ۴۹۳-۵۱۲.

امجدزبردست، محمد؛ غلامی، خلیل و نعمتی، سمیه. (۱۳۹۴). تأثیر سبک رهبری توزیعی مدیران بر اثربخشی مدارس به واسطه‌گری انگیزش معلمان و خوش‌بینی تحصیلی آنان در سطح مدارس متوسطه‌ی شهر سنندج: ارائه‌ی یک مدل، *فصلنامه پژوهش در یادگیری آموزشگاهی و مجازی*، ۲(۷)، ۸-۲۶.

آریان فر، خسرو؛ نویدی نکو، رضا و فرهی نژاد، محمد. (۱۳۹۱). بررسی سبک رهبری توزیعی و تأثیرات آن بر رفتار شهروند سازمانی و احساس خودکارآمدی معلمان (مطالعه موردی: دبستان‌های پسرانه شهر تهران)، *فصلنامه آینده‌پژوهشی مدیریت*، ۲۳(۲)، ۶۷-۷۷.

آریانی، ابراهیم. (۱۳۹۳). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در قابلیت‌های پژوهشی و کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تحقیقات آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی.

بوش، تونی. (۲۰۰۳). *تئوری‌های رهبری و مدیریت آموزشی*. ترجمه‌ی محمد حسنی، مریم سامری و نرگس سکوتی، ۱۳۹۴، ارومیه: انتشارات دانشگاه ارومیه.

پرداختچی، حسن و شفیع‌زاده، حمید. (۱۳۸۹). *درآمدی بر کارآفرینی سازمانی*. تهران: ارسباران.

حسین‌پور، داود و آهوپای، مریم. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سبک رهبری خدمت‌گذار و سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳(۷)، ۱۳۵-۱۴۹.

حمیدیان‌پور، فخریه و زارعی، راضیه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول‌آفرین و کارآفرینی سازمانی، اولین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی. دانشگاه خلیج فارس.

دهقان، رضا؛ طالبی، کامبیز و عربیون، ابوالقاسم. (۱۳۹۱). پژوهشی پیرامون عوامل مؤثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. مجله‌ی دانشکده‌ی پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، ۶(۱)، ۲۲-۳۳. طالب‌پور، مهدی؛ معرفتی، اکبر و غلامیان، جواد. (۱۳۸۸). ارائه مدل رگرسیونی جوسازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت‌بدنی ایران. پژوهش در علوم ورزشی، ۲۲، ۹۷-۱۱۶.

عباس‌زاده، ناصر؛ احمدی، حسن و عبدالملکی، صابر. (۱۳۹۳). بررسی رابطه رهبری توزیع‌شده با عملکرد سازمانی معلمان مدارس دولتی ابتدایی شهر تهران. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۹(۳)، ۶۶-۷۷.

عباسیان، عبدالحسین؛ ابوالقاسمی، محمود؛ قهرمانی، محمد و پرداختچی، محمدحسن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه سبک رهبری توزیعی با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان مدارس راهنمایی شهر تهران. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۲۱(۲۴)، ۸۵-۱۰۸.

فروزان‌فر، حمید؛ فروزان‌فر، هومن و باروج، صمد. (۱۳۹۱). کارآفرینی با گرایش کارآفرینی سازمانی. تهران: انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران. قهرمانی، محمد؛ پرداختچی، محمدحسن و حسین‌زاده، طاهر. (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱، ۲۵-۳۹.

کوشکی جهرمی، علیرضا؛ بودلایی، حسن و نریمانی، مهدی. (۱۳۸۹). ویژگی‌های سازمانی و تأثیر آن‌ها بر کارآفرینی سازمان (مطالعه موردی: شرکت نفت و گاز پارس). فصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۱۴(۳)، ۱۱۴-۱۲۹. موغلی، علیرضا. (۱۳۸۹). تأثیر عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۵(۱۹)، ۱۰۳-۱۱۸.

میرصفیان، حمیدرضا. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط میان سبک رهبری تحولی مدیران با رفتارهای کارآفرینی کارکنان. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۴(۴)، ۳۵-۴۱. ناهید، مجتبی. (۱۳۸۸). چستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه. مجله بررسی‌های بازرگانی، ۳۴، ۳۹-۵۸.

وجدانی، سمیه. (۱۳۹۵). نقش حمایت اجتماعی در رفتارهای کارآفرینانه سازمانی کارکنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مشاوره شغلی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه محقق اردبیلی.

هادی‌زاده؛ اکرم و رحیمی فیل آبادی، فرج‌الله. (۱۳۹۱). کارآفرینی سازمانی. تهران: جانان. یاسینی، علی. (۱۳۹۲). نقش سبک رهبری توزیع شده در رفتار شهروندی سازمانی در سطح گروه (مطالعه‌ی موردی مدارس راهنمایی شهر تهران). رفتار سازمانی در آموزش و پرورش، ۱(۱)، ۵-۱۸.

یاسینی، علی؛ زین‌آبادی، حسن رضا؛ نوه ابراهیم، عبدالرحیم و آراسته، حمیدرضا. (۱۳۹۱). تأثیر سبک رهبری توزیع شده بر تعهد سازمانی، رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی: بررسی نقش میانجی متغیر اعتماد در مدرسه. مدیریت بر آموزش سازمان‌ها، ۱، ۹-۴۷.

یاسینی، علی؛ عباسیان، عبدالحسین و یاسینی، طاهره. (۱۳۹۲). نقش سبک رهبری توزیعی مدیران بر عملکرد شغلی معلمان مدارس متوسطه شهر مهران: ارائه یک مدل. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۴(۱۳)، ۳۳-۵۰.

Antonic, B. (2007). Intrapreneursip: acomparative structural equation modeling study. *Industrial management & data system*, 107 (3), 309-325.

- Archibong, A. (2004). Technology, Infrastructure and Entrepreneurship: Role of the Government in Building a sustainable Economy, *School of Business and Economics North Carolina A & T State University*, 82, 582-593.
- Chan, W. (2007). Emotional intelligence and components of burnout among Chinese secondary school teachers in Hongkong. *Teaching and Teacher Education*, 22(8), 1042-1054.
- Drucker, P. F. (2001). The next society - A survey of the near future. *The Economist*, 361 (8246), 1-5
- Floyd, S. W., Wooldridge. B. (1999). Knowledge creation and Social Networks in corporate entrepreneurship: The renewal of organizational Capability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 123-144.
- Gronn, P. (2000). Distributed properties: A new architecture for leadership. *Educational Management and Administration*, 28(3), 317-337.
- Harris, A. (2008). Distributed leadership: according to the evidence. *Journal of Educational Administration*, 46(2), 172-188
- Harris, A. (2010). *Distributed leadership: Current evidence and future direction*. In T. Bush, L. Bell and D. Middlewood (eds), *The principle of Educational Leadership and management*, London: sage.
- Hunt, J. G. (1991). *Leadership: a new synthesis*. Newbury Park, CA: Sage
- Jong, J., & Hartog, D. (2007). How leaders influence employee s innovative behavior? *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- Kautz, J. (1999). *Intrapreneurship*. Available at: www.Entrepreneurs.about.com/library/weekly/1999/n040999.html.
- Louis, K. S., Mayrowetz, D., Smiley, M., & Murphy, J. (2009). *The Role of Sensemaking and Trust in Developing Distributed Leadership*. In A. Harris, *Distributed Leadership*. London: springer.
- Luke, B. (2006). Exploring strategic entrepreneurship in the public sector, *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3(1), 4-26.
- Mayrowetz, D. (2008). Making Sense of Distributed Leadership: Exploring the Multiple Usages of the Concept in the Field. *Educational Administration Quarterly*, 44(3), 424-435.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper & Rowe.
- Robinson, V. (2009). *Fit for Purpose: An Educationally Relevant Account of Distributed Leadership*. In A. Harris, *Distributed Leadership* (pp. 219-240). London: springer.
- Rutherford, M. W. & Holt, D. T. (2007). Corporate entrepreneurship, an empirical look at the innovativeness dimension on its antecedents, *Journal of organizational Change Management*, 20(3), 429-446
- Sehat, A. (2010). The relationship between principals creativity and personnel's productivity in technical occupational colleges, *Social and Behavioral Sciences*, 5, 2277-2281.

- Shetty, P. (2004). Attitude towards Entrepreneurship in Organizations, *Journal of Entrepreneurship*, 13(1), 53-68.
- Spillane, J. P. (2002). *Distributed leadership*. San Francisco: John Wiley & Sons press.
- Timperley, H. S. (2005). Distributed leadership: developing theory from practice. *Curriculum Study*, 37(4), 395-420.
- Woods, P. A., Bennett, N., Harvey, J. A., & Wise, C. (2004). Variabilities and Dualities in Distributed Leadership. *Educational Management Administration & Leadership*, 32(4), 439°45 7.
- Woods, P. A., & Gronn, P. (2009). The Contribution of Distributed Leadership to a Democratic Organizational Landscape. *Educational Management Administration Leadership*, 37(4), 430°4 51.

