

## بررسی رابطه رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی کرمان)

سمیه شیر علی نژاد<sup>۱</sup>، سمانه مهدیزاده<sup>۲</sup>، اعظم محکمی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران  
<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران  
<sup>۳</sup> نویسنده مسئول، گروه مدیریت، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران  
<sup>۴</sup> کارشناس ارشد مطالعات زنان

### چکیده

علمای مدیریت و رفتار سازمانی، موفقیت سازمانهای امروزی را به نسبت زیاد متکی بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی میدانند. بنابراین به منظور تحقق این امر، باید فعالیتهای کارآفرینانه را در سازمانها ترویج داد و روحیه کارآفرینی را در مدیران پرورش داد و در نهایت یک محیط کارآفرینانه در سازمان ایجاد نمود؛ این امر مستلزم شناخت، مفهوم رهبری تحول آفرین است. هدف از این پژوهش، بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی کرمان است. جامعه آماری در این تحقیق کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان که تعداد آن ها ۳۲۰ نفر می باشد. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده و براساس جدول مورگان ۱۷۵ نفر انتخاب شد. روش پژوهش از نوع همبستگی بوده و ابزار اندازه گیری شامل دو پرسشنامه، رهبری تحول آفرین و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی است. به منظور برآورد پایایی ابزار جمع اوری داده های تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب پایایی برای پرسشنامه رهبری تحول آفرین باس و اولیو ۰/۹۴ و برای کارآفرینی سازمانی ۰/۸۴ به دست آمد. نتایج این تحقیق نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

**واژگان کلیدی:** رهبری، رهبری تحول آفرین، کارآفرینی سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی

## ۱- مقدمه:

تغییرات مهم در محیط کسب و کار، از مشخصه‌های اصلی قرن حاضر است. تغییرات سریع محیط، صنعت، مشتریان، ارباب رجوع، رقبا، همکاران، محصولات و خدمات همگی نیروهایی هستند که بر سازمان اثر می‌گذارند و نیاز به برتری را موجب می‌شوند. در این بین، شناخت محیط، تشخیص و درک تحولات و آگاهی از فرصت‌ها، تهدیدها، محدودیت‌ها و امکانات که از ضروریات سازمان‌های جدید محسوب می‌شوند که از طریق رویکردهای سنتی مدیریت امکان‌پذیر نیست. تغییرات گسترده و جهانی شدن در دنیای امروز مستلزم سبک رهبری متفاوت و جدیدی است که با استفاده بهینه از منابع و دارایی‌های مادی و انسانی، اهداف سازمان را تحقق بخشیده و قادر به توسعه ظرفیت‌ها و استفاده از آن‌ها باشد (مونتور و همکاران، ۲۰۱۱).

رهبری تحول آفرین یک فرایند آگاهانه اخلاق و معنوی است که الگوهای مساوی روابط قدرت میان پیروان و رهبران را جهت رسیدن به یک هدف جمعی، تحول واقعی سازمان یا سیستم اجتماعی از طریق طرح مشارکتی قابل اعتماد بیان می‌کند. این نوع رهبری در سازمان‌های امروزی نیازمند تغییر معنا دار در روابط قدرت در سازمان‌ها یا سیستم‌های اجتماعی از سلسله مراتبی به افقی و همراه تساوی می‌باشد. رهبری تحول آفرین فرایند تاثیرگذاری و تغییرات اساسی در نگرش‌ها و فرضیات اعضای سازمان و ایجاد تعهد در آنها برای رسیدن به هدف‌ها و مأموریت سازمانی است. رهبری تحول آفرین برای عملی شدن به چهار مؤلفه یا عامل که به عنوان عناصر تشکیل دهنده این نظریه نیز شناخته شده اند نیاز دارد (شامیر، ۱۹۹۳).

طی سال‌های دهه ۱۹۸۰، اهمیت تفکر کارآفرینانه و ترویج روحیه کارآفرینی در سازمان‌ها مورد تاکید واقع شد و اهمیت و نقش آن در نوسازی سازمانی، نوآوری و ایجاد کسب و کار جدید در سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفت. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و با شناسایی فرصت‌های جدید و بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کارهای نو، سازمانی جدید، نوآور و رشدیابنده می‌کند که توأم با پذیرش مخاطره است و منجر به معرفی محصول و خدمتی جدید به جامعه می‌گردد. (یعقوبی، ۲۰۰۹). همچنین کارآفرینی از این لحاظ اهمیت مورد توجه است که با معرفی فرصت‌های نوآورانه برای به دست آوردن عملکرد موثر و کارآمد به عنوان یک نیروی محرکه در سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود و تلاش‌های کارآفرینانه موجب پاسخگویی سریع به تغییرات محیطی می‌شود که موجب رشد اقتصادی نیز می‌شود. کارآفرینان سازمانی موجب فرایند نوآوری در سازمان و پیشتاز و حامی توسعه محصولات جدید هستند و گاه از ابتدای ایده تا انتهای نوآوری (انتشار محصول یا خدمت) را خود اجرا و نظارت می‌کنند. سازمان‌های امروزی با تعداد اندک افراد خلاق و کارآفرین نمی‌توانند در عرصه‌های داخلی و خارجی بر رقبا فائق آیند و نیازمند ایجاد بستری مناسب کارآفرینی برای تمام کارکنان خود هستند. در واقع بهترین راه جهت پرورش ایده‌های نو و کارآفرین بنیان نهادن فرهنگ کارآفرینی در سازمان است. (فرهنگی، ۱۳۸۹).

برای دستیابی به کارآفرینی سازمانی، رونق بخشیدن به آن نیاز به ابزار است. یکی از ابزارهای مناسب برای رشد کارآفرینی سازمانی وجود سبک رهبری مناسب و منطبق بر مفاهیم کارآفرینی در سطح سازمان است. رهبری به عنوان فرایند تاثیر گذاری بر اهداف و استراتژیها، تعهد و پذیرش کار در جهت رسیدن به اهداف، حفظ و نگهداری گروه، گروه و تاثیر گذاری بر فرهنگ سازمان تعریف می‌شود (آلوسون، ۲۰۰۲). رهبران تحول آفرین با خلق ایده‌ها و چشم اندازهای جدید و با ایجاد اعتماد و شور و شوق در میان مدیران و کارکنان در جهت تغییر و تحول در سازمان‌ها عمل می‌نمایند و نوید بخش توسعه و بهبود عملکرد سازمان هستند (مطلبی، ۱۳۸۲). براساس نظر پاور و ایستمن، اثربخشی یک رهبر تحول آفرین نتیجه سه عامل است؛ موقعیت نسبی سازمان در پیوستار پذیرش سازمانی (پذیرش تغییر)، درجه تطبیق فرایند تحول آفرینی لازم برای موفقیت سازمان و فرایند رهبری تحول آفرینی که در سازمان در حال اجراست و قابلیت‌های رهبران تحول آفرین برای اجرای فرایند مناسب تحول آفرینی. انعطاف پذیری این اطمینان را می‌دهد که سازمان ظرفیت فعالیت پویا یا پاسخ سریع به شرایط رقابتی در حال تغییر را دارد و بنابراین یک مزیت رقابتی ایجاد کرده یا مزیت رقابتی موجود را حفظ می‌کند. یک رهبر تحول آفرین،

تغییر را در کل سازمان القا کرده و چشم اندازی هم برای مدیران و هم کارکنان خلق می‌کند. (یانگ، ۲۰۰۷). لذا این پژوهش به بررسی و سنجش رابطه بین بررسی رابطه رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی می‌پردازد.

## ۲- ادبیات تحقیق:

### ۲-۱- رهبری تحول آفرین:

یک چالش بزرگ برای رهبران تحول آفرین در هزاره سوم، یافتن راههایی برای تشویق هر یک از کارکنان برای به فعل درآوردن پتانسیل‌های بالقوه آنهاست. رهبری تحول آفرین فرآیند نفوذ آگاهانه در افراد یا گروهها برای ایجاد تغییر و تحول نا پیوسته در وضع موجود و کارکردهای سازمان به عنوان یک کل است. رهبری تحول آفرین از طریق گفتار و کردارش کل جامعه را دچار تحول می‌کند و نفوذ فراوانی در میان پیروانشان دارند. این نوع رهبری زمانی تحقق می‌یابد که رهبران علایق پیروانشان را به کار افزایش دهند، آنان را از اهداف و ماموریت‌ها آگاه سازند و تشویقشان کنند که فراتر از منافع فردی بیندیشند. بس و اولیو<sup>۱</sup> رهبری تحول آفرین را چنین توصیف می‌کنند: رهبری تحول آفرین وقتی تحقق می‌یابد که یک رهبر، پیروان را برای بینش مشترک بر می‌انگیزد آن‌ها را در رسیدن به چشم انداز تشویق می‌کند و منابع لازم را برای رشد پتانسیل شخصی آن‌ها فراهم می‌نماید. رهبران نیز همان طور که بر نیازهای پیروان برای رشد تاکید داند به عنوان یک مدل، خوش بینی ایجاد کرده و تعهد را بیشتر می‌کنند این نوع رهبری بر اساس نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام بخش و ملاحظات فردی تحقق می‌یابد (موغلی، ۱۳۸۲).

**- ویژگی های آرمانی:** این شاخص شامل: القای افتخار و غرور به اعضا برای همکاری و مشارکت با دیگران، صرف نظر کردن از تمایلات فردی به خاطر گروه، عمل به شیوه ای که احترام دیگران را برانگیزد، نشان دادن احساس قدرت و شایستگی، فدا کردن منافع شخصی به خاطر منافع دیگران و اطمینان خاطر دادن از بر طرف شدن موانع به دیگران می‌باشد.

**- رفتارهای آرمانی:** این شاخص شامل: صحبت کردن در مورد مهمترین ارزش‌ها و اعتقادات کادکنان، تصریح در اهمیت داشتند یک احساس قوی نسبت به هدف، توجه به منابع معنوی و اخلاقی و تصمیمات و گفتگو درباره‌ی اهمیت اعتماد نسبت به یکدیگر می‌شود.

**- ترغیب ذهنی:** عبارت است از برانگیختن پیروان به وسیله ی رهبر به منظور کشف راه حل های جدید و تفکر محدود در مورد حل مشکلات سازمانی توسط پیروان. در واقع رفتار رهبر، چالشی را برای پیروان ایجاد می‌کند که دوباره در مورد کاری که انجام می‌دهند، کوشش و تلاش نمایند و در مورد چیزی که می‌تواند انجام یابد، دوباره تفکر کنند.

**- انگیزش الهام بخش:** عبارت است از برانگیختن و بالا بردن انگیزش در پیروان که با توسل به احساسات زبردستان صورت می‌پذیرد. تاکید انگیزش الهام بخش بر احساسات و انگیزه های درونی است نه بر تبادلات روزانه بین رهبر و پیرو.

**- ملاحظات فردی:** رهبران تحول آفرین توجه ویژه‌ای به نیازهای هر پیرو به عنوان رفتار مربی یا استاد برای دستیابی به موفقیت یا رشد دارند. پیروان رشد یافته به صورت پیاپی سطوح توانمندی های بالقوه شان را بالاتر می‌برند، فرصت های جدید یادگیری به همراه یک جو حمایت کننده از رشد و پیشرفت ایجاد می‌شوند (اسپاکتور<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴).

<sup>۱</sup> Bass, B. M

<sup>۲</sup> Spector

## ۲-۲- کارآفرینی سازمانی :

واژه کارآفرینی ابتدا در سال ۱۸۴۸ توسط استوارت میل از فرانسه به زبان انگلیسی ترجمه شد. او وظایف کارآفرین را شامل هدایت، نظارت و خطرپذیری میدانست و عامل اخیر را به منزله عامل متمایزکننده مدیر و کارآفرین در نظر گرفت (سهرابی، ۱۳۸۵).

همچنین لغت کارآفرینی نزدیک به ۲۰۰ سال است مورد استفاده قرار میگیرد که مفهوم سنتی تأکید بر تلاشهایی داشت که یک فرد، بینشی را به کسبوکاری موفق تبدیل می نمود. اما اخیراً کارآفرینی به عنوان فرایندی که میتواند در سازمانهای گوناگون بدون در نظر گرفتن نوع و اندازه رخ دهد، مفهوم پردازی شده است (مقیمی، ۱۳۸۴).

از نظر گورول و آستان (۲۰۰۶)، کارآفرینی یک زمینه تحقیقاتی مهمی در میان اقتصاددانان سراسر دنیا بوده است. این اهمیت به دلیل تأثیر فعالیت کارآفرینانه بر اقتصاد و غلبه بر مسائل ناشی از بیکاری و ایجاد فرصتهای شغلی جدید است. از این رو رشد کسب-وکارهای کوچک و ایجاد کسبوکارهای جدید بطور گستردهای توسط سیاستهای اقتصادی ملی برای ایجاد ثروت و رشد اقتصادی مورد تشویق قرار گرفته است. بنا بر گفته کورتانکو، تعداد دانشکدهها و دانشگاههایی که رشته های کارآفرینی را ارائه میکنند، از تعداد انگشت شماری در دهه ۱۹۷۰ به بیش از ۱۶۰۰ عدد در سال ۲۰۰۳ رسیده است. کار آفرینی درون سازمانی فرایندی هست که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان فعالیت های کارآفرینانه خود را به ثمر می رساند. با وجود اینکه کار آفرینی درون سازمانی به عنوان یک مفهوم، اخیراً در ادبیات مدیریت وارد شده، مفهومی است که به رویکرد کار آفرینی یک سازمان مرتبط بوده، ریشه در ادبیات کار آفرینی دارد.

از دیدگاه شین و ونکاتارامان<sup>۳</sup>، کارآفرینی فرایندی است که فرصتها برای تولید محصولات و خدمات آینده کشف، ارزیابی و مورد بهرهبرداری قرار میگیرند. دراکر، کارآفرینی را منظری برای تغییر میدانند و کارآفرین را فردی میدانند که همواره در جستجوی تغییر است، نسبت به آن از خود واکنش نشان میدهد و آن را یک فرصت و شانس میدانند.

به طور کلی کارآفرینی سازمانی فرایندی است که افراد یا گروهی در داخل سازمان موجود اقدام به ایجاد یک کسب وکار جدید نموده و یا در سازمان به خلاقیت و نوآوری تازه ای دست بزنند و علاوه بر منابع تحت اختیارشان در سازمان به دنبال فرصت های دیگر مانند انجام کارهای جدید و خارج از روش های مرسوم انجام کار برای جستجو فرصت های تازه، ریسک پذیری و تاسیس سازمان های جدید به وسیله یک سازمان بزرگتر شوند. این اتفاق می تواند از طریق نوآوری در محصولات یا فرایندها و یا تغییر بازار صورت گیرد. این فعالیت ها می توانند در بخش های مختلفی شکل بگیرند از جمله در واحدهای عملیاتی، سطوح پروژه ای و واحدهای کسب وکار شرکت، در همه این بخش ها ارتقا مدیریت، سطح رقابت پذیری و بهبود عملکرد به عنوان یک هدف مشترک دنبال می شود (بارت، ۲۰۰۶).

به گفته پیتر دراکر، سازمانهای بزرگتر و باسابقه تر که قصد دارند در مسیر نوآوری گام بردارند، قبل از هر اقدامی باید توجه داشته باشند ادامه کارها به همین صورتی که در حال حاضر انجام میشود، بسیار آسانتر از ایجاد تغییر در فعالیت هاست. چنین سازمان-هایی باید زیربخشهایی را طراحی نمایند تا در هر چند سال یکبار با بررسی فعالیتهای خود بتوانند موجودیت خود را توجیه نموده و در صورتی که واحدهای غیرکارآمد، فرسوده، پراشتباه و ناموفق تشخیص داده شد، طبق یک خط مشی مشخص آن را تعطیل نمود.

<sup>۳</sup> Shin and nkataraman

در سازمانهای کارآفرین، کارآفرینان نقش الگو را بازی میکنند. یعنی سازمانهای کارآفرین دائماً به دنبال افراد و واحدهایی هستند که کارها را بهتر و بصورت متفاوت از دیگر واحدها انجام دهند. این سازمانها، آنها را یافته و با مورد توجه قرار دادن آنها، این پرسشها را مطرح میکنند که «شما چه کار انجام دادهاید که باعث موفقیت شما شده است؟ شما چه کاری انجام میدید که دیگران انجام نمیدهند؟ این نحوه برخورد باعث میشود تا روح کارآفرینانه در سازمان زنده نگه داشته شود.

مقیمی (۱۳۸۴) عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را در سه عامل زیر دسته بندی می کند:

• عوامل ساختاری کارآفرینانه:

شامل مواردی از قبیل ساختار سازمانی، راهبرد سازمانی، سیستم حقوق و دستمزد، سیستم مالی و بودجه ای، سیستم اطلاعاتی، سیستم تحقیق و توسعه، سیستم منابع انسانی و فرایندها و روش ها.

• عوامل رفتاری کارآفرینانه:

مواردی از قبیل فرهنگ سازمانی، انگیزش نیروی انسانی، ویژگی های کارکنان و مدیران

• عوامل زمینه ای کارآفرینانه:

مواردی از قبیل محیط سیاسی- قانونی، محیط اجتماعی- فرهنگی و محیط اداری.

### مدل مفهومی تحقیق

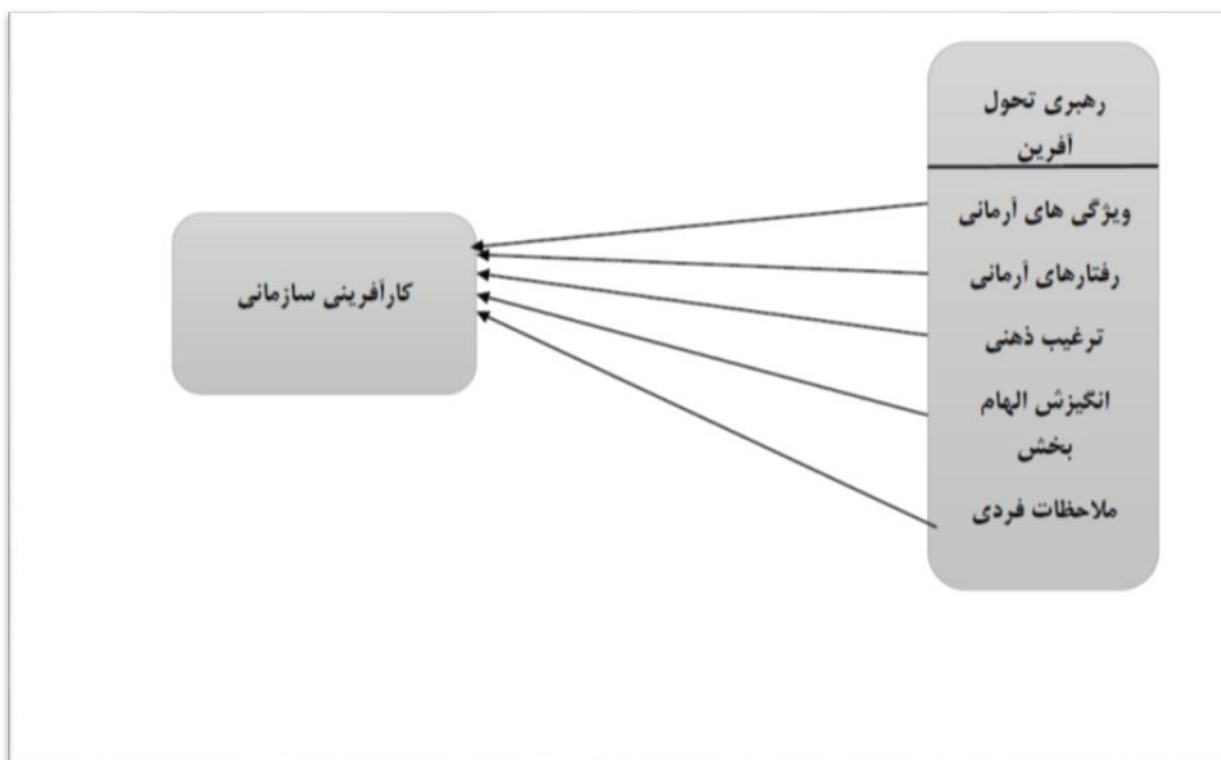
شکل شماره ۱ مدل مفهومی تحقیق حاضر را نشان می دهد که در آن " رهبری تحول آفرین " به عنوان متغیر مستقل، " کارآفرینی سازمانی " به عنوان متغیر وابسته بکار رفته است. با توجه به مدل فوق، تحقیق حاضر قصد دارد به بررسی فرضیه های زیر در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان بپردازد:

#### فرضیه اصلی:

بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

#### فرضیه های فرعی:

۱. بین ویژگی های آرمانی با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.
۲. بین رفتار های آرمانی با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.
۳. بین ترغیب ذهنی با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.
۴. بین انگیزش الهام بخش با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.
۵. بین ملاحظات فردی با کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.



شکل شماره ۱. مدل تحقیق

#### روش تحقیق

#### ۴-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

روش تحقیق حاضر، پیمایشی، از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش از نوع همبستگی می باشد جامعه آماری در این تحقیق کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان که تعداد آن ها ۳۲۰ نفر می باشد که طبق جدول مورگان ۱۷۵ نفر انتخاب شدند. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

#### ۴-۲- ابزار

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از دو روش استفاده شده است.

الف: روش کتابخانه ای: این روش جهت بررسی و مطالعه مبانی نظری موضوع پژوهش ، پیشینه تحقیق و دستیابی به اطلاعات اولیه با استفاده از کتب، پایان نامه، نشریات داخلی، خارجی و همچنین اینترنت استفاده گردیده است.

ب : روش میدانی: این روش با استفاده از دو پرسشنامه استاندارد و به منظور جمع آوری اطلاعات مربوط به شیوه پیمایشی استفاده گردید. که یکی پرسشنامه رهبری تحول آفرین باس و آوولیو این پرسشنامه با در هم آمیختن سؤالات مربوط به سه شیوه رهبری؛ تحول آفرین، مبادله ای و عدم مداخله گر، تکمیل کنندگان پرسشنامه را در موقعیتی قرار می دهد تا آنچه را که

به واقعیت نزدیک تر است علامت گذاری کنند دیگری پرسشنامه کارآفرینی سازمانی صمدآقایی (۱۳۸۶) شامل ۳۶ سؤال است و در قالب مقیاس پنج گزینه ای لیکرت تنظیم شده است .

#### ۴-۳- روایی (سازه و محتوا) و پایایی:

برای تعیین روایی پرسشنامه ها از نظرات ۶ نفر از اساتید گروه مدیریت بهره گرفته شده است. و پایایی آنها از طریق روش آلفای کرونباخ تعیین شده است به طوری که پایایی پرسشنامه رهبری تحول آفرین ۹۴٪ و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ۸۴٪ می باشد.

#### یافته های تحقیق

#### بررسی ارتباط بین متغیرها

#### آزمون فرضیه اصلی:

بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

شاخص متغیرها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی	۰.۵۷۰	۰.۰۰۰

جدول شماره ۱

بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۵۷۰ است که نشان دهنده این است که این است بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با افزایش تحول آفرین ، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

#### فرضیات فرعی:

۱- بین ویژگی های آرمانی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

برای بررسی میزان رابطه بین ویژگی های آرمانی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصل در جدول شماره ۲ آورده شده است.

شاخص متغیرها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
ویژگی های آرمانی با کارآفرینی سازمانی	۰.۵۳۹	۰.۰۰۰

جدول شماره ۲

بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۵۳۹ است که نشان دهنده این است که این است بین ویژگی های آرمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با افزایش ویژگی های آرمانی ، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

۲- بین رفتار های آرمانی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

برای بررسی میزان رابطه بین رفتار های آرمانی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصل در جدول شماره ۳ آورده شده است.

شاخص متغیر ها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
رفتار های آرمانی با کارآفرینی سازمانی	۰/۴۴۷	۰.۰۰۰

جدول شماره ۳

بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۴۴۷ است که نشان دهنده این است که این است بین رفتار های آرمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با افزایش رفتار های آرمانی، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

۳- بین ترغیب ذهنی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

برای بررسی میزان رابطه بین ترغیب ذهنی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصل در جدول شماره ۴ آورده شده است.

شاخص متغیر ها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
ترغیب ذهنی با کارآفرینی سازمانی	۰/۴۴۲	۰.۰۰۰

جدول شماره ۴

بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۴۴۲ است که نشان دهنده این است که این است بین ترغیب ذهنی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با افزایش ترغیب ذهنی، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

۴- بین انگیزش الهام بخش با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

برای بررسی میزان رابطه بین انگیزش الهام بخش با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصل در جدول شماره ۵ آورده شده است.

شاخص متغیر ها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
انگیزش الهام بخش با کارآفرینی سازمانی	۰/۵۴۱	۰.۰۰۰

جدول شماره ۵



بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۵۴۱ است که نشان دهنده این است که این است بین انگیزش الهام بخش با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با انگیزش الهام بخش، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

۵- بین ملاحظات فردی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان رابطه وجود دارد.

برای بررسی میزان رابطه بین ملاحظات فردی با کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصل در جدول شماره ۶ آورده شده است.

شاخص متغیرها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معنی داری
ملاحظات فردی با کارآفرینی سازمانی	۰/۵۴۱	۰.۰۰۰

جدول شماره ۶

بر اساس نتایج حاصل از آزمون همبستگی، ضریب همبستگی اسپیرمن برابر ۰/۵۴۱ است که نشان دهنده این است که این است بین ملاحظات فردی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. از آنجا که ضریب همبستگی محاسبه شده مثبت است نشان دهنده رابطه مستقیم بین این دو متغیر است یعنی با ملاحظات فردی، کارآفرینی سازمانی افزایش پیدا میکند.

#### ۶- بحث و نتیجه گیری

عصر کنونی دوره تحولات شتابنده و غیرقابل پیش بینی است. وضعیت کنونی در جامعه بیانگر عدم توازن پیچیدگیهای روز افزون سازمانها و عدم توانایی این سازمانها در پیش بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگی هاست. سازمانها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصتهای احتمالی ناچارند ظرفیتهای و توانمندیهای درونی خود را بشناسند، نقاط ضعف را ترمیم و به تقویت نقاط قوت بپردازند در این میان تعامل اجتماعی به شیوه ای شایسته و ثمربخش برای بیشتر مدیران و رهبران به عنوان کلیدی در مدیریت تغییرات سازمانی اهمیت فزاینده ای دارد. رهبران تحول آفرین تصویری از یک چشم انداز آینده را به پیروان خود ارائه میکنند. از آنجا که چنین رهبرانی قادرند یک چشم انداز روشن و مورد نیاز را شکل دهند، احتمالاً قادر به برانگیختن کارکنان برای مشارکت در آن چشم انداز هم هستند و زیردستان را برای انجام کار بیش از حد انتظار بر می انگیزانند. فرایند رهبری تحول آفرینی که در سازمان در حال اجراست و قابلیتهای رهبران تحول آفرین برای اجرای فرایند مناسب تحول آفرینی. کارآفرینی اگر مرتبط با سبک رهبری باشد، بنا به ضرورت باید سبک رهبری مناسبی اتخاذ شود تا شرایط لازم برای فضای کارآفرینی آماده شود، در صورتیکه مدیران، سبک رهبری مناسب را بکار نگیرند قادر نخواهند بود محیط و شرایط لازم برای حضور افراد خلاق و کارآفرین را فراهم آورند.

#### منابع

۱. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۴)، «کارآفرینی در سازمانهای دولتی»، تهران، فراندیش
۲. سهرابی فرد، نسرین (۱۳۸۵)، رواسازی مقیاس سنجش کارآفرینی در مدیران دستگاه های دولتی، فصلنامه روانشناسان ایرانی، سال دوم، شماره ۸
۳. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱) کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: انتشارات شرکت پردیس، چاپ دوم.
۴. مطلبی اصل، صمد (۱۳۸۱) رهبری تحول آفرین در سازمانها- یک مدل متاثر از محیط، ماهنامه تدبیر، سال هیجدهم، شماره ۱۸۱

۵. یعقوبی، جعفر (۱۳۸۹). بررسی عوامل بازدارنده ی کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی و آرایه ی سازوکارهایی برای تقویت آن، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم، تابستان، ص ۱۲۱-۱۳۹
۶. فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده حسین (۱۳۸۹). طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرایند کارآفرینی سازمانی، ماهنامه علمی- پژوهشی دانش و رفتار دانشگاه شاهد، شماره ۱۴.

۷. Spector, P., Borman, W., and Cimino, C. (۲۰۰۴). "Emotional intelligence and leadership styles", Department of Psychology College of Arts and Sciences, available at Shannon Webb
۹. Moghali, A. (۲۰۰۴). "Transformational leadership and multifactor leadership questionnaire, management study", No. ۴۳-۴۴, Pp ۹۶-۱۱۲. (in Persian)
۱۰. Bass, B. M. (۱۹۸۵). "Leadership and performance beyond expectations", New York: Free Press.
۱۱. Mackenzie, S. B., Podsakoff, P. M., and Rich, G. A. (۲۰۰۱). "Transformational and transactional leadership and salesperson performance". Journal of academy of marketing science, ۲۹, pp ۳۹۶- ۴۱۰.
۱۲. Yang, C. W. (۲۰۰۷). The relationships among leadership style, entrepreneurial orientation, and business performance. MANAGE GLOBAL TRANSIT, ۶
۱۳. Alvesson, M. (۲۰۰۲). Understanding organizational culture: Sage Publications Ltd. ۹۳-۱۱۴
۱۴. Montoro, S., Angeles, D. (۲۰۱۱) Human resource management and corporate entrepreneurship, International Journal of Manpower ۶۵. (۲۰۱۱). pp. ۲۰-۲۵
۱۵. Shamir, B., House, R. J. and Arthur, M. B. (۱۹۹۳). "The motivational effects of charismatic leadership: a self- concept based theory", Organization Science, ۴(۴), pp ۵۷۷- ۹۴.
۱۶. Bart, C. (۲۰۰۶). Product Strategy and Formal Structure in Entrepreneurship, Strategic Management Journal, Vol. ۷ No. ۴.