

بررسی رابطه تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های فرهنگی - هنری استان اصفهان

محمدتقی طغرای^{1*}، سعید شریفی²، سنیه داراییان³

1- دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

2- دکتری مدیریت فرهنگی، دانشگاه علوم و تحقیقات اصفهان، اصفهان، ایران

3- کارشناس ارشد کارآفرینی فرهنگی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

دریافت: 1393/10/16

پذیرش: 1394/10/30

چکیده

امروزه توجه به عواملی که موجب افزایش کارایی و اثر بخشی سازمان‌ها می‌شوند، همواره شایان توجه بوده است. به نظر می‌رسد یکی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی در سازمان‌های فرهنگی، نگرش‌های سازمانی است که می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای را در ایجاد تمایل یا عدم تمایل به کارآفرینی در سازمان ایفا کند. هدف از این پژوهش حاضر بررسی رابطه تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های فرهنگی - هنری است. به این منظور روش اجرای تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی است و جامعه آماری پژوهش شامل تمامی کارکنان سازمان رفاهی تفریحی شهرداری و حوزه هنری اصفهان است. نمونه آماری به تعداد 91 نفر می‌باشند که از جامعه فوق به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند و با استفاده از ابزار پرسشنامه اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است. پایایی پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی آلن و می‌یر با آلفای کرونباخ 0/76 و پایایی پرسشنامه استاندارد گرایش کارآفرینانه لامپکین و دس با آلفای کرونباخ 0/9 محاسبه شده است که از اعتماد بالایی برخوردار می‌باشند. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین ابعاد تعهد عاطفی و تعهد



مستمر با ابعاد گرایش کارآفرینانه وجود دارد. لیکن رابطه معناداری بین تعهد هنجاری با گرایش کارآفرینانه وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: گرایش کارآفرینانه، تعهد سازمانی، کارآفرینی فرهنگی، سازمان‌های فرهنگی.

1- مقدمه

مطالعه و بررسی تاریخچه توسعه و تحول جوامع صنعتی نشان می‌دهد که نیروی انسانی ماهر و پرورش‌یافته در فرایند تحول جامعه تأثیر انکارناپذیری داشته است، به‌گونه‌ای که بهبود کیفی نیروی انسانی احتمال موفقیت، بقا و ارتقای سازمان را فراهم خواهد نمود اما تنها آموزش‌های تخصصی شامل این اقدام نمی‌گردد بلکه از یک طرف، بهبود نگرش‌ها را نیز شامل می‌شود. یکی از این نگرش‌ها، تعهد سازمانی است (اقدسی و همکاران، 2011).

می‌یر و آلن (1993) تعهد سازمانی را از سه جنبه، تعهد عاطفی شامل وابستگی عاطفی کارکنان به تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن در فعالیت‌های سازمان با داشتن احساس مثبت است؛ تعهد هنجاری مجموعه فشارهای هنجاری درونی شده برای عمل کردن به روشی است که فرد اعتقاد دارد از نظر اخلاقی صحیح است و تعهد مستمر که در این نوع تعهد فرد به علت بالا بودن هزینه‌های ناشی از ترک سازمان به سازمان متعهد می‌ماند. تعهد به‌طور صرف بر مبنای ملاحظه‌های اقتصادی و عملی است (اقدسی و همکاران، 2011).

از طرف دیگر در جهان مملو از رقابت امروز، کیفیت سرمایه‌های انسانی از عوامل مهم ایجاد مزیت رقابتی و همچنین افزایش توان کارآفرینی در سازمان تلقی می‌شوند. سهم قابل توجه عوامل انسانی نسبت به سرمایه‌های فنی و مالی در قالب سرمایه‌های فکری، اجتماعی و انسانی در افزایش کارایی و اثربخشی سازمانی بر کسی پوشیده نیست (کانگ و همکاران، 2011). از این‌رو توجه به عواملی که به تقویت آن کمک کند برای سازمان‌ها همواره شایان توجه است. این امر به واسطه اهمیت یافتن مفهوم فرهنگ و به تبع آن لزوم کارآفرینی در سازمان‌های فرهنگی به یک ضرورت تبدیل شده است (کلامر¹، 2011). به

1. Klammer



نظر می‌رسد یکی از عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی در سازمان‌های فرهنگی نگرش‌های سازمانی می‌باشد که می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای در ایجاد تمایل یا عدم تمایل به کارآفرینی در سازمان ایفا کند. نگرش‌های شغلی می‌تواند از طریق ایجاد انگیزه‌های درونی، ایجاد حس تعلق و تعهد به سازمان و تمایل به پیشرفت، خلاقیت و نوآوری کار، تمایلات کارآفرینی را گسترش دهد. اغلب سازمان‌ها علی‌رغم هزینه‌های زیادی که در بخش منابع انسانی، انگیزاننده‌ها، مسائل بهداشت شغلی، توسعه شغلی و... انجام می‌دهند، همچنان با مسائل عدیده‌ای چون ترک خدمت، تأخیر و غیبت بیشتر، از بین رفتن تمایل ماندن در سازمان، پایین آمدن کمیت و کیفیت کار، عدم وفاداری کارکنان نسبت به سازمان (یانگ و چانگ¹، 2008)، انجام فعالیت‌های غیر قانونی، برخوردهای ناشایست با مشتریان و... که ناشی از تعهد و رضایت شغلی پایین به سازمان است، مواجهند. مسائلی که در بالا مطرح شد با افزایش رفتار شهروندی و اثربخشی و کارایی سازمانی رابطه مستقیم دارند (ییلماز و بکوگلو²، 2008).

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه تعهد سازمانی و ابعاد آن در گرایش به کارآفرینی در سازمان‌های فرهنگی - هنری است و همچنین بررسی اینکه ابعاد تعهد سازمانی تا چه اندازه‌ای قدرت پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه این سازمان‌ها را دارد. با توجه به اینکه امروزه یکی از مؤلفه‌های مهم توسعه جوامع مباحث فرهنگی است، از این رو سازمان‌های فرهنگی نیازمند تحول، تغییر و نوآوری‌اند، لذا نتیجه این پژوهش از این جهت که می‌تواند گرایش‌های کارآفرینانه را برحسب نگرش‌های شغلی پیش‌بینی نماید، در سازمان‌های فرهنگی با هدف کارآفرینی فرهنگی کاربرد خواهد داشت.

2- تعهد سازمانی

تعهد سازمانی یک عنصر کلیدی برای سنجش تناسب میان افراد و سازمان‌ها می‌باشد. هنگامی که افراد به سازمان خود متعهد می‌شوند، مایلند تلاش بیشتری به سازمان خود اختصاص دهند؛

1. Yango & Chang

2. Yilmaz & Bokeoglu



ارزش‌های خود را با ارزش‌های سرپرست خود یکی کنند و به دنبال حفظ وابستگی با سازمان خود هستند (کریستوف-برون، زیمرمن و جانسن¹، 2005). مدیران نیز به دنبال کارکنان متعهد هستند، زیرا چنین کارکنانی اغلب سطح تلاش بیشتر و عملکرد بهتر و میل به ترک شغل کمتر دارند (چیو و چان²، 2007).

تعهد سازمانی عبارت از نگرش درباره وفاداری کارکنان به سازمان و یک فرایند مستمر است که به واسطه مشارکت افراد در تصمیمات سازمانی، توجه افراد به سازمان و موفقیت و رفاه سازمان را می‌رساند (رابینز³، 2005). پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که کارکنان متعهد سطوح بالاتری از توجه به سازمان و سابقه بیشتری را نسبت به کارکنان با تعهد کمتر دارا می‌باشند، به‌طور ویژه آنها در شغل خود نسبت به آنهایی که تعهد ضعیفی دارند، سخت‌تر و بهتر کار می‌کنند (کانگ، استوارت و کیم، 2011).

سولو، سیلان و کایناک⁴ (2010)، بیان می‌کنند که کارکنان متعهد به سازمان حتی اگر با گزینه‌های جذاب‌تری مواجه شوند، ماندن در سازمان را ترجیح می‌دهند. افراد متعهد تمایل شدیدی به ماندن در سازمان دارند، زیرا آنها به‌طور شخصی ارزش‌ها و اهداف سازمانی را پذیرفته‌اند و فعالانه در فعالیت‌های سازمانی درگیر می‌شوند (کیم وری⁵، 2010). سیچی، چا و کیم⁶ (2009) تعهد سازمانی را درجه‌ای که یک شخص ارزش‌ها، اهداف، حس وفاداری و وظیفه‌شناسی به محل کار خود را درونی می‌کند، تعریف می‌کنند. وان‌دیک و دیگران⁷ (2008) نیز تعهد سازمانی را عبارت از همانندسازی کارکنان با اهداف و ارزش‌های سازمانی دانستند. تعهد سازمانی یک سازه چند بعدی است و مرتبط با پیوستن کارمندان به سازمان و یک فرایند دائمی است که نشان‌دهنده حضور افراد در سازمان است. بنابراین تعهد سازمانی خصوصیات فردی و حضور افراد در یک سازمان را مشخص می‌کند (مهدی و همکاران، 2014: 1076). تعهد سازمانی یک نگرش مهم شغلی و سازمانی است که در طی سال‌های گذشته مورد علاقه بسیاری از محققان رشته‌های رفتار سازمانی بوده است. تأثیر مثبت تعهد سازمانی بر عملکرد

1. Kristof - Brown, Zimmerman & Johnson
2. Chew & Chan
3. Robbins
4. Sulu, CCeylan & Kaynak
5. Kim & Rhee
9. Cichy, Cha & Kim
10. Van Dick & et al



سازمان‌ها در بسیاری از تحقیقات مورد تأیید قرار گرفته است و نیز افرادی که دارای تعهد کمتری هستند، خروج از کار در آنان بیشتر است. پیشینه پژوهش‌هایی که بر شیوه‌های بهبود و افزایش تعهد در میان کارکنان تمرکز یافته‌اند، نشان می‌دهد که سازمان‌ها روز به روز بیشتر به این متغیر اهمیت می‌دهند. پژوهش‌های متعددی حاکی از این است که میان تعهد و رفتارهای کاری متنوع از قبیل عملکرد کارکنان (جارامیلو، مولکی و مارشال،¹ 2005)، رفتار شهروندی سازمانی (بیلماز و بکوگلو،² 2008)، غیبت و رضایت شغلی (یانگ و چانگ،³ 2008) رابطه وجود دارد. تعهد سازمانی یک عنصر کلیدی برای سنجش تناسب میان افراد و سازمان‌ها می‌باشد. جدول 1 به‌طور خلاصه پیامدهای تعهد سازمانی در سطوح مختلف تجزیه و تحلیل را نشان می‌دهد.

جدول 1 پیامدهای مثبت تعهد سازمانی (وان دیک و دیگران، 2008)

سطح تجزیه و تحلیل		
فرد	گروه‌ها	سازمان‌ها
1. احساس تعلق و وابستگی	1. ثبات عضویت	1. افزایش اثربخش
2. احساس امنیت	2. تجانس و همبستگی	2. کاهش تأخیر و غیبت
3. تصور مثبت از خود	3. اثر بخشی گروهی	3. جذابیت برای افراد خارج از سازمان
4. تلاش و کوشش فردی	4. کاهش تعارضات	افزایش بهره‌وری

3- گرایش کارآفرینانه

کوپن و اسلوین⁴ (1998) شرکت‌های کارآفرینانه را به‌عنوان شرکت‌هایی معرفی کردند که در آنها مدیران عالی‌رتبه روش‌های مدیریتی کارآفرینانه دارند، در حالی‌که شرکت‌های غیر کارآفرینانه شرکت‌هایی هستند که در آنها سبک مدیریتی عالی‌رتبه، غیرنوآورانه است.

1. Jaramillo, Mulki & Marshal
2. Yilmaz & Bokeoglu
3. Yango & Chang
4. Covin & Slevin



گرایش کارآفرینانه که در جامع‌ترین حالت، شامل پنج بعد (خطرپذیری، نوآوری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال‌طلبی) می‌باشد، مربوط به آگاهی و هوشیاری شرکت‌ها در مواجهه با فناوری‌های جدید است، به‌طوری که آنها را از روند بازار آگاه می‌کند و به شرکت‌ها در جهت شناسایی فرصت‌ها و راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی کمک می‌کند (لامپکین، کوجلایسر و اشنایدر¹، 2009: 47).

در بسیاری از مطالعات کارآفرینی، عملکرد شرکت به‌عنوان یک متغیر وابسته و فعالیت‌های کارآفرینی شرکت به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است (ال سووالیکا²، 2011؛ نیلی و گرگیری³، 2005: 1228). به‌طور کلی، توافق نظری که در میان پژوهشگران وجود دارد، این است که فعالیت‌های کارآفرینی منجر به بهبود عملکرد سازمان می‌شود. محققین ادعا کرده‌اند که سطح بالای فعالیت‌های کارآفرینانه منجر به عملکرد بالاتر می‌شود (آنتانچیچ و هیسریچ⁴، 2003: 197). آنتانچیچ و هیسریچ (2003) گرایش کارآفرینانه را متشکل از یک پدیده سازمانی می‌دانند که مرتبط با توانایی‌های مدیریتی است که در آن شرکت‌ها به منظور پیشی گرفتن در رقابت آغازکننده رقابت تهاجمی‌اند و پیشگامانه عمل می‌کنند. پیترز و همکاران⁵ (2010) گرایش کارآفرینانه را مجموعه‌ای از تمایزات اما رفتارهای مرتبطی که کیفیت‌هایی از نوآوری، پیشگامی، رقابت تهاجمی، خطرپذیری و استقلال‌طلبی را به همراه دارند، بیان می‌کنند.

4- کارآفرینی در سازمان‌های فرهنگی - هنری

هاگورت⁶ (2003) کارآفرینی فرهنگی را یک رویکرد سازمانی می‌داند که از مأموریت فرهنگی برای مردم جدا می‌باشد. وی فرصت‌ها را در جامعه برای دستیابی به کارکرد بهینه مدیریت فرهنگی شناسایی می‌کند و به سازمان‌ها اجازه می‌دهد که بخشی از یک زیرساخت فرهنگی باز و قابل دستیابی باشند. هاگورت سه عنصر اصلی را برای کارآفرینی فرهنگی مشخص می‌کند: مأموریت فرهنگی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و نوآوری. مأموریت فرهنگی به معنی تعهد

-
1. Cogliser & Schneider
 2. Al Sawalqa
 3. Neely & Gregory
 4. Antoncic & Hisrich
 5. Pearce et al
 6. Hagoort



عاطفی و ایدئولوژیک به هنر و فرهنگ (معمولاً برای یک نوع و سبک خاص) می‌باشد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی، یعنی تعهد شخصی و حرفه‌ای برای بهبود زندگی افراد، گروه‌ها و جامعه از طریق هنر و فرهنگ و نوآوری نیز عمل یا فرایند تولید یک روش، ایده و محصول جدید است. فاتو (2011) کارآفرینی فرهنگی را فصل مشترک بین کارآفرینی، هنر و اقتصاد می‌داند. این مفهوم مبهم اما مفید نشان می‌دهد که کارآفرین فرهنگی همواره هنرمند نیست، اما همواره دارای خلاقیت است (ایگسون¹، 2008). زاوالا (2010) کارآفرینان فرهنگی را کسانی می‌داند که برای تولید زنجیره ارزش کار می‌کنند و هدف آنها در این مسیر ایجاد زیرساخت‌ها و شبکه‌های فرهنگی می‌باشد (زاوالا، 2010: 4). کلامر (2011) معتقد است کارآفرینان فرهنگی در پی تحقق ارزش‌های فرهنگی هستند و اقتصاد ابزاری به‌منظور تحقق ارزش‌های فرهنگی می‌باشد (کلامر، 2011: 154). یک کارآفرین فرهنگی چشم‌اندازی برای ایجاد یک سازمان فرهنگی و همچنین اشتیاقی برای به‌دست آوردن منابع، افراد و مشتریان به‌منظور توسعه آن دارد (فاتو²، 2011). بخش هنری اغلب فاقد این ارتباط است و از این رو نتیجه این می‌شود که هنرمند نمی‌تواند کسب‌وکار خلاق خود را راه‌اندازی کند. تاکنون کسی اثرات مهم اصلی کارآفرینی و رویکردهای کارآفرینانه را در حمایت از کسب‌وکارهای فرهنگی و هنری را در کشورهای در حال توسعه بررسی نکرده است.

5- چارچوب نظری تحقیق

در پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه، با بررسی جامع ادبیات پژوهش برای سنجش تعهد سازمانی از مدل تعهد سازمانی آلن و می‌یر (1993) به دلیل کاربرد در پژوهش‌های مختلف و برای سنجش گرایش کارآفرینانه از مدل لامپکین و دس (1996) به دلیل جامعیت و فراگیری استفاده شده است.

آلن و می‌یر (1993) تعهد سازمانی را به‌عنوان یک حالت روانی که بیانگر تمایل و نیاز به ادامه کار در یک سازمان مطرح می‌کنند که شامل سه نوع تعهد سازمانی می‌باشد: عاطفی، مستمر و هنجاری. تعهد عاطفی به‌عنوان وابستگی عاطفی فرد به سازمان و تعیین هویت شدن

1. Aageson
2. Fatou

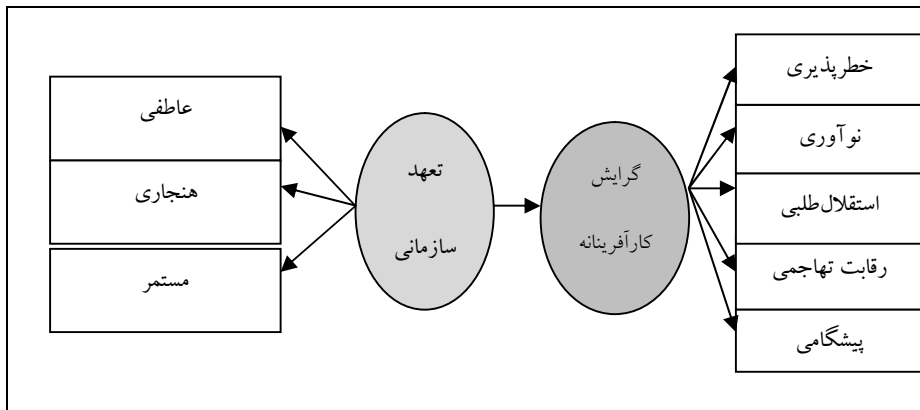


با آن بررسی می‌شود. تعیین هویت شدن فرد از طریق سازمان، زمانی رخ می‌دهد که ارزش‌های فردی افراد با ارزش‌های سازمان سازگار باشد. تعهد مستمر مبتنی بر فواید حاصل از مشغول شدن به انجام کار و هزینه‌های ناشی از ترک آن کار در سازمانی است که فرد در آن مشغول به کار است، به عبارتی با صرف وقت، عمر و تلاش بیشتر، افراد به راحتی حاضر به عوض کردن شغل و حرفه خود در یک سازمان خاص نمی‌باشند و تعهد هنجاری نشان‌دهنده یک نوع احساس تکلیف برای ادامه همکاری با سازمان است. مجموعه فشارهای هنجاری برای عمل کردن به روشی است که فرد اعتقاد دارد از نظر اخلاقی ادامه دادن به کار را وظیفه، تکلیف و مسئولیت خود می‌داند (آلن و می‌یر، 1993).

لامپکین و دس¹ (1996) معتقدند که گرایش کارآفرینانه به فرایندها، تمرینات و فعالیت‌های جدید اشاره می‌کند. گرایش کارآفرینانه که شامل پنج بعد (خطرپذیری، نوآوری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال‌طلبی) است به آگاهی و هوشیاری شرکت‌ها در مواجهه با فناوری‌های جدید کمک می‌کند و آنها را از روند بازار آگاه می‌کند و به شرکت‌ها در جهت شناسایی فرصت‌ها و راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی کمک می‌کند (لامپکین، کوگلیسر و اشتایدر²، 2009: 47). بر این اساس گزاره‌های تحقیق به صورت زیر بیان می‌شوند:

- فرضیه اصلی: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه رابطه وجود دارد؛
- فرضیه اول: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه وجود دارد؛
- فرضیه دوم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با خطرپذیری رابطه وجود دارد؛
- فرضیه سوم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی رابطه وجود دارد؛
- فرضیه چهارم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با استقلال‌طلبی رابطه وجود دارد؛
- فرضیه پنجم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با رقابت تهاجمی رابطه وجود دارد؛
- فرضیه ششم: ابعاد تعهد سازمانی قابلیت پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه را دارد.

1. Lumpkin & Dess
2. Coglisier & Schneider



شکل 1 مدل مفهومی تحقیق

6- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش اجرای تحقیق در گروه تحقیقات توصیفی - همبستگی قرار می گیرد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران و کارمندان حوزه هنری و سازمان رفاهی تفریحی شهرداری استان اصفهان اعم از زن و مرد و متشکل از مدیران و معاونان و کارشناسان بوده که تعداد آنها در مجموع 120 نفر گزارش شده است. روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی ساده می باشد که در این روش تمامی اعضای جامعه آماری یک شانس معین برای انتخاب شدن دارند و حجم نمونه براساس فرمول کوکران محاسبه می شود.

$$n = \frac{Nt^2pq}{Nd^2 + t^2pq} = \frac{120 \times 3.84 \times 0.5 \times 0.5}{120 \times 0.0025 + 3.84 \times 0.5 \times 0.5} = 91$$

ابزار اصلی سنجش این تحقیق، پرسشنامه است که یکی از ابزارهای رایج برای کسب داده های تحقیق است. پرسشنامه مورد استفاده دارای 42 گویه می باشد که گویه های 1 تا 18 برای سنجش گرایش کارآفرینانه و گویه های 19 تا 42 برای سنجش تعهد سازمانی طراحی شده برای مقیاس اندازه گیری از طیف لیکرت استفاده شده است. پایایی پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی آلن و می یر با آلفای کرونباخ 0/76 و پایایی پرسشنامه استاندارد گرایش



کارآفرینانه لامپکین و دس با آلفای کرونباخ 0/9 محاسبه شده است که هر دو از اعتماد بالایی برخوردارند. همچنین از ضریب همبستگی برای تعیین نوع رابطه بین رابطه بین دو متغیر کمی استفاده شده است. ضریب همبستگی، یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی دو متغیر است. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد و از آن جایی که رابطه بین دو متغیر مورد بررسی قرار می‌گیرد، از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است.

7- تجزیه و تحلیل نتایج و یافته‌های تحقیق

در قسمت تجزیه و تحلیل نتایج ابتدا با استفاده از آمار توصیفی اطلاعات جمعیت‌شناختی مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، سابقه خدمت و میزان تحصیلات نشان داده شده است (جدول 2). سپس با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب، فرضیه‌های تحقیق و مدل نهایی تحقیق ارائه شدند.

جدول 2 آمار توصیفی مربوط به داده‌های جمعیت‌شناختی

شاخص‌های آماری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
جنسیت	مرد	77	84/61
	زن	14	100
تحصیلات	دیپلم	14	15/39
	فوق دیپلم	10	26/38
	لیسانس	59	91/21
	فوق لیسانس و بالاتر	8	100
سابقه خدمت	زیر 10 سال	44	48/35
	11 تا 20 سال	27	78/02
	21 تا 30 سال	20	100



در بخش استنباطی، یافته‌های تحقیق براساس فرضیه‌های تحقیق تنظیم و به آن پرداخته شده است. فرضیه اصلی: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

جدول 3 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه

متغیر ملاک			گرایش کارآفرینانه
شاخص آماری متغیر پیش‌بین			
ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
0/453**	0/205	0/001	تعهد سازمانی
0/427**	0/182	0/001	تعهد عاطفی
0/259*	0/067	0/014	تعهد مستمر
0/254*	0/065	0/016	تعهد هنجاری

یافته‌های جدول 3 نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه معنادار است، به این معنا که بین تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین ($r^2=0/453$) درصد واریانس تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه مشترک بوده است. لذا فرضیه اصلی مبنی بر اینکه بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود. فرضیه اول: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری رابطه وجود دارد.

جدول 4 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با نوآوری

متغیر ملاک			نوآوری		
شاخص آماری متغیر پیش بین					
			ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	سطح معناداری
تعهد سازمانی			0/372**	0/138	0/001
تعهد عاطفی			0/301**	0/091	0/004
تعهد مستمر			0/148	0/022	0/160
تعهد هنجاری			0/293**	0/086	0/005



برطبق جدول 4 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های تعهد عاطفی و هنجاری با نوآوری معنادار است؛ یعنی بین تعهد سازمانی با نوآوری ($r=0/372$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) $13/8$ درصد واریانس تعهد سازمانی با نوآوری مشترک بوده است. لذا فرضیه اول مبنی بر اینکه بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های تعهد عاطفی و هنجاری با نوآوری رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود. رابطه بین تعهد مستمر با نوآوری معنادار نیست.

فرضیه دوم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با خطرپذیری رابطه وجود دارد.

جدول 5 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با خطرپذیری

خطرپذیری			متغیر ملاک
			شاخص آماری
سطح معناداری	مجذور ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	متغیر پیش‌بین
0/001	0/167	0/409**	تعهد سازمانی
0/001	0/172	0/415**	تعهد عاطفی
0/027	0/053	0/231*	تعهد مستمر
0/044	0/044	0/210*	تعهد هنجاری

برطبق جدول 5 ضریب همبستگی تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با خطرپذیری معنادار است؛ یعنی بین تعهد سازمانی با خطرپذیری ($r=0/409$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) $16/7$ درصد واریانس تعهد سازمانی با خطرپذیری مشترک است.

فرضیه سوم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی رابطه وجود دارد.



جدول 6 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی

پیشگامی			متغیر ملاک
			شاخص آماری متغیر پیش‌بین
سطح معناداری	مجذور ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	
0/001	0/131	0/362**	تعهد سازمانی
0/004	0/090	/300**	تعهد عاطفی
0/037	0/048	0/219*	تعهد مستمر
0/025	0/055	0/235*	تعهد هنجاری

برطبق جدول 6 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی معنادار است؛ یعنی بین تعهد سازمانی با پیشگامی ($r=0/362$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) 13/1 درصد واریانس تعهد سازمانی با پیشگامی مشترک بوده است.

فرضیه چهارم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با استقلال‌طلبی رابطه وجود دارد.

جدول 7 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با استقلال‌طلبی

متغیر ملاک			استقلال طلبی
شاخص آماری متغیر پیش‌بین			
ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	سطح معناداری	
**/334	0/112	0/001	تعهد سازمانی
**/377	0/142	0/001	تعهد عاطفی
0/157	0/025	0/134	تعهد مستمر
0/158	0/025	0/133	تعهد هنجاری

برطبق جدول 7 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه تعهد عاطفی با استقلال‌طلبی معنادار است؛ یعنی بین تعهد سازمانی با استقلال‌طلبی ($r=0/334$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) 11/2 درصد واریانس تعهد سازمانی و مؤلفه تعهد عاطفی با استقلال‌طلبی مشترک بوده است. رابطه بین مؤلفه‌های تعهد مستمر و تعهد هنجاری با استقلال‌طلبی معنادار نیست.



فرضیه پنجم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با رقابت تهاجمی رابطه وجود دارد.

جدول 8 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با رقابت تهاجمی

متغیر ملاک			رویکرد تهاجمی
شاخص آماری			
		ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی
متغیر پیش‌بین	سطح معناداری	0/004	0/158
تعهد سازمانی	0/397**	0/027	0/054
تعهد عاطفی	0/232*	0/096	0/031
تعهد مستمر	0/176	0/052	0/042
تعهد هنجاری	0/205		

طبق جدول 8 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه تعهد عاطفی با رقابت تهاجمی معنادار است؛ یعنی بین تعهد سازمانی با رقابت تهاجمی ($r=0/397$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) 20/8 درصد واریانس تعهد سازمانی با رویکرد تهاجمی مشترک بوده است. رابطه بین مؤلفه‌های تعهد مستمر و تعهد هنجاری با رقابت تهاجمی معنادار نیست.

فرضیه ششم: ابعاد تعهد سازمانی قابلیت پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه دارد.

جدول 9 جدول ضریب همبستگی چندگانه ابعاد تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه

شاخص آماری متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	ضریب همبستگی چندگانه	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	همبستگی چندگانه تعدیل شده	ضریب F	س. معناداری
گرایش کارآفرینانه گام اول گام دوم	تعهد عاطفی	0/427	0/182	0/173	19/590	0/001
	تعهد عاطفی	0/498	0/248	0/231	14/368	0/001
	تعهد مستمر					



برطبق جدول 9 از بین متغیرهای مورد مطالعه در رگرسیون بهترین پیش‌بینی کننده گرایش کارآفرینانه در گام اول تعهد عاطفی و در گام دوم تعهد مستمر بوده است. براساس نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام ارتباط بین تعهد عاطفی و تعهد مستمر با گرایش کارآفرینانه معنادار است. بر این اساس در گام اول ضریب تعهد عاطفی $18/2$ درصد واریانس گرایش کارآفرینانه و در گام دوم ضرایب تعهد عاطفی و تعهد مستمر $24/8$ درصد واریانس گرایش کارآفرینانه را تبیین می‌کند. F مشاهده شده در سطح $p < 0/05$ معنادار است. بنابراین رگرسیون قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد.

یافته‌ها در جدول 10 حاکی از آن است که ضریب بتا به ازای یک واحد افزایش در بعد تعهد عاطفی، گرایش کارآفرینانه را $0/426$ واحد افزایش و ضریب بتا به ازای یک واحد افزایش در بعد تعهد مستمر، گرایش کارآفرینانه را $0/257$ واحد افزایش می‌دهد.

جدول 10 جدول ضریب بتا در پیش‌بینی ابعاد تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه

متغیر ملاک	شاخص آماری	متغیر پیش‌بین	ضرایب بتای غیر استاندارد		ضریب بتای استاندارد	ضریب t	سطح معناداری
			بتا	خطای معیار			
گرایش کارآفرینانه	گام اول	تعهد عاطفی	$1/386$	$0/313$	$0/427$	$4/426$	$/001$
	گام دوم	تعهد عاطفی	$1/382$	$0/302$	$0/426$	$4/578$	$/001$
		تعهد مستمر	$1/243$	$0/449$	$0/257$	$2/768$	$/007$

معادله پیش‌بینی فرضیه ششم پژوهش به شکل زیر قابل ارائه است:

$$\text{گرایش کارآفرینانه} = \text{ضریب ثابت } (-3/451) + \text{تعهد عاطفی } (1/382) + \text{تعهد مستمر } (1/243)$$

این معادله نشان می‌دهد که پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه مبتنی بر تعهد عاطفی و تعهد مستمر است ولیکن تعهد عاطفی پیش‌بینی کننده بهتری برای گرایش کارآفرینانه است.



جدول 11 شاخص‌های کلی برازش مدل نهایی برازش شده

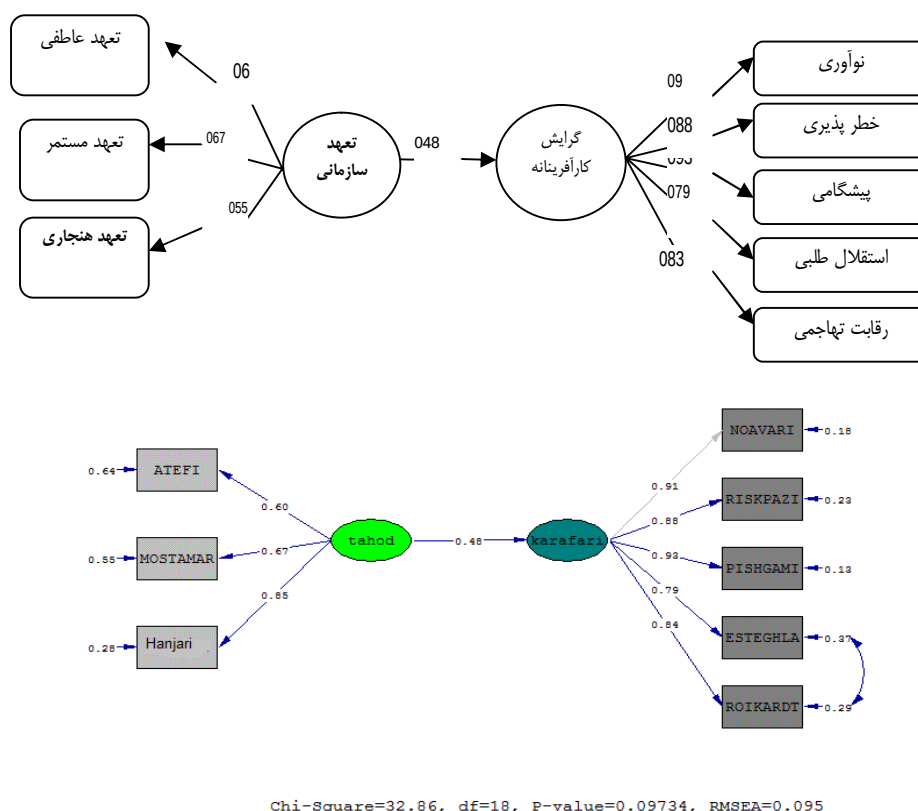
مقدار	شاخص
32/86	کای اسکوئر
18	درجه آزادی
1/82	کای اسکوئر نسبی (CMIN/DF)
0/097	P
0/92	شاخص نیکویی برازش (GFI)
0/057	ریشه میانگین مربعات باقیمانده (RMR)
0/96	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
0/095	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
0/93	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AFGI)

نتایج حاصل از اطلاعات ارائه شده جدول 11 نشان می‌دهد. شاخص کای اسکوئر نسبی مدل از مقدار قابل قبول 1/82 برخوردار و نشان‌دهنده برازش خوب مدل است. همچنین مقدار P بزرگ‌تر از 0/05 است، به همین دلیل مقدار کای اسکوئر برای الگو قابل قبول است و می‌توان نتیجه گرفت که بین ماتریس واریانس و کواریانس مشاهده شده با ماتریس واریانس و کواریانس باز تولید شده تفاوت معناداری وجود ندارد. با توجه به اینکه مقدار P برای الگوی مذکور بزرگ‌تر از 0/05 است، می‌توان نتیجه گرفت که مقدار کای اسکوئر نسبی برای الگو قابل قبول است.

GFI برابر 0/92 است که نشان می‌دهد بین ماتریس واریانس و کواریانس باز تولید شده و ماتریس واریانس و کواریانس مشاهده شده تفاوت چندانی وجود ندارد و این نشان از برازش خوب الگو دارد. ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده یا RMR برای الگوی مذکور 0/057 است و مقدار کمی است که این نیز بیانگر خطای اندک الگو و برازش قابل قبول آن است. مقدار CFI برای الگو 0/96 و برازش بسیار خوب است. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد RMSEA نیز همانند شاخص RMR بر مبنای تحلیل ماتریس باقیمانده دارد. الگوی قابل قبول دارای مقدار 0/05 یا کوچک‌تر برای این شاخص هستند. مقدار این شاخص برای الگو 0/095 می‌باشد که این شاخص نیز نشان از برازش خوب الگوها توسط داده‌ها



دارد، بنابراین با توجه به جدول 11 می توان نتیجه گرفت که شاخص های کلی نشان از برازش خوب الگو توسط داده ها دارد یا به عبارتی می توان گفت که داده های جمع آوری شده به خوبی الگو را مورد حمایت قرار می دهند. الگوی معادلات ساختاری به همراه ضرایب رگرسیونی در شکل 2 ارائه شده است.



شکل 2 مدل نهایی تحقیق (رابطه تعهد سازمانی و مؤلفه های آن با گرایش کارآفرینانه)

بر طبق شکل 2، نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می دهد که رابطه مثبت و معناداری میان تعهد سازمانی و مؤلفه های آن با گرایش کارآفرینانه در سازمان های فرهنگی - هنری وجود دارد، به طوری که از میان ابعاد تعهد سازمانی تعهد عاطفی و تعهد مستمر به ترتیب نقش آفرینی



بیشتری در گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان دارند. بر این مبنا یکی از پیش‌شرط‌های ضروری سازمان‌ها برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، وجود تعهد عاطفی و مستمر قوی در سازمان است.

8- نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از فرضیه اول (طبق جدول 4) نشان داد که بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های تعهد عاطفی و هنجاری با نوآوری با ضریب همبستگی (0/372) رابطه وجود دارد و رابطه بین تعهد مستمر با نوآوری معنادار نیست. براین اساس، نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد هرچه پیوستگی عاطفی در سازمان بیشتر باشد و افراد خود را با سازمان خود تعیین هویت نمایند (تعهد عاطفی)، افراد متعهد اهداف و ارزش‌های سازمان را به‌عنوان اهداف و ارزش‌های خود در نظر می‌گیرند، لذا این افراد به‌راحتی ایجاد تغییر و نوآوری در سازمان را پذیرا هستند و مدیران عالی سازمان مطمئن هستند که در ارائه پروژه‌های نوآورانه در سازمان با واکنش کارکنان مواجهه نمی‌شوند و این افراد به‌راحتی پذیرای اهداف سازمان هستند و نیز از هرگونه تلاشی برای موفقیت سازمان فروگذار نیستند این یافته همسو است با دیدگاه می‌یر و آلن (1993) که اذعان می‌کنند تعهد عاطفی در سازمان منجر می‌شود که افراد متعهد پذیرای اهداف و ارزش‌های سازمان به‌عنوان اهداف و ارزش‌های خود می‌باشند. همچنین نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد هنگامی که افراد متخصص و با مهارت بالا، احساس تعلق نسبت به سازمان داشته باشند و هیچ‌گاه تصمیم به ترک سازمان ننمایند (تعهد هنجاری) با فراغ بال به ارائه ایده‌های نوآورانه و جدید در سازمان خود می‌پردازند و مدیران عالی سازمان از این حیث که دارای کارکنان زبده و با مهارت بالا هستند، با پروژه‌های نوآورانه و جدید موافقت می‌نمایند. می‌یر (2003) مطرح می‌کند که تعهد سازمانی منعکس‌کننده احساساتی نظیر پیوستگی، شناسایی و وفاداری به سازمان است که تعهد سازمانی توسط مؤلفه‌های مثبت مطلوب در مورد سازمان توصیف می‌شود. بنابراین تعهد سازمانی میزانی است که در آن کارمند مشتاق است تا با توجه به علاقه و پیوستگی او با اهداف و ارزش‌های نوآورانه، عضو سازمان شود.



بر طبق جدول 5 نتایج حاصل از فرضیه دوم نشان می‌دهد که بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با خطرپذیری و با ضریب همبستگی (0/409) رابطه معنادار وجود دارد. براین اساس، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد هنگامی که مدیران ارشد و عالی سازمان ادراک کنند که کارکنان آنها نسبت به سازمان خود احساس مسئولیت دارند و به سازمان خود افتخار می‌کنند (تعهد عاطفی) و خود را عضو این خانواده می‌دانند که هیچ گاه حتی در حالت‌های بحران و اضطراری تصمیم به ترک سازمان ننمایند (تعهد هنجاری) و نسبت به سازمان خود وفادار هستند (تعهد مستمر)، با میزان خطرهای معتدل و منطقی و همچنین ایده‌های کارکنان که توأم با ابهام و عدم اطمینان است، موافقت نموده تا هم کارکنان آنها توانمند شوند و همچنین حس تعهد و وفاداری آنها به سازمان بیشتر شود.

با توجه به بالا بودن هزینه خطرپذیری، سازمان‌ها زمانی ترغیب به پذیرش این خطرها می‌نمایند که کارکنان متخصص و با مهارت بالا داشته باشند که خود را متعلق به سازمان دانسته و اهداف سازمان را بر اهداف فردی خود ترجیح می‌دهند و در هر حال نسبت به سازمان خود وفادار هستند.

نتایج حاصل از فرضیه سوم حاصل از جدول 6 نشان می‌دهد که بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی با ضریب همبستگی (0/362) رابطه معنادار وجود دارد. بر این اساس یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که هرگاه سازمانی دارای نیروهای توانمند، تجربه و کاربلدی باشد، خود را عضو همیشگی سازمان بداند و نسبت به آن وفادار باشد، این سازمان همیشه در ترغیب فرصت‌های جدید و کارآفرینانه پیشگام بوده و همیشه یک گام نسبت به رقبای خود در شکار فرصت‌های جدید و نوآورانه جلوتر است و همچنین هرگاه بهره‌برداری از فرصت‌های جدید توأم با موفقیت برای سازمان باشد و مدیران عالی و ارشد سازمان به افراد و تیم‌های درگیر در این فرایند از طریق پاداش‌های مناسب و منصفانه بازخورد ارائه دهد، هم میزان تعهد و وفاداری این افراد نسبت به سازمان خود بیشتر می‌شود و هم اینکه این فرایند کشف فرصت‌ها تداوم می‌یابد و درنهایت اینکه دیگر اعضای سازمان نیز ترغیب به این کار می‌شوند.

طبق جدول 7 فرضیه چهارم نشان می‌دهد که بین تعهد سازمانی و مؤلفه تعهد عاطفی با استقلال طلبی با ضریب همبستگی (0/334) رابطه معنادار وجود دارد. بر این اساس یافته‌های



حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد هنگامی که افراد متخصص و با مهارت بالا، احساس تعلق نسبت به سازمان داشته باشند و به سازمان خود افتخار کنند و مدیران ارشد و بالایی سازمان تصور کنند که چنین کارکنانی دارند، نسبت به آنها تفویض اختیار می‌کنند و به آنها اجازه می‌دهند که در برابر فرصت‌ها و ایده‌های جدید و نوآورانه دارای قدرت اختیار و تصمیم‌گیری باشند و مسئولیت آن را به آنها واگذار می‌نمایند و این باعث می‌شود که آنها با انگیزه بالاتری نسبت به کشف فرصت‌های جدید و نوآورانه و بهره‌برداری از آنها اقدام نمایند. این یافته همسو است با پژوهش مهدی و همکاران (2014) که در مطالعه خود دریافتند مدیران سازمان‌ها می‌توانند با بهبود تعهد سازمانی کارکنان، حس خلاقیت و نوآوری را در آنان برانگیخته و از طریق مشارکت فعالانه آنان در امور سازمان و قبول مسئولیت بیش‌تر در نیل به اهداف سازمان گام بردارند و از این طریق باعث افزایش بهره‌وری در سطح سازمان‌ها و جامعه شوند. این یافته همچنین همسو با پژوهش بالفور و وکسلر (1996) است که معتقدند هنگامی که مدیریت سازمان مشارکتی بوده و به سخنان کارکنان گوش فرا دهد، کارکنان احساس می‌کنند که در تصمیم‌گیری‌های سازمان مشارکت دارند و بنابراین تعهد آنها نسبت به سازمان افزایش می‌یابد (الفور و وکسلر، 1996: 256).

با توجه به جدول 8 فرضیه پنجم بیان می‌کند که بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با رقابت تهاجمی با ضریب همبستگی (0/397) رابطه وجود دارد. براین اساس رقابت تهاجمی نشان‌دهنده تمایل شرکت به چالش‌های سخت و مستقیم با رقبا به منظور بهبود وضعیت بازار خودشان است. شرکت‌هایی که هدف آن جلو زدن از رقباست نه ضرر زدن به آنها، به‌طور تهاجمی موقعیت رقابتی خود را با به‌کارگیری فرصت‌ها می‌سازند (لامپکین و دس، 2005: 147). لذا برای اینکه شرکتی توانایی رقابت با رقبای خود را داشته باشد و بتواند عملکرد قابل قبولی داشته باشد، نیازمند کارکنانی است که نسبت به سازمان خود احساس مسئولیت می‌کنند و خود را عضو این خانواده می‌دانند.

علاوه بر این یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر (جدول 9) نشان می‌دهد که از بین متغیرهای مورد مطالعه، بهترین پیش‌بینی کننده گرایش کارآفرینانه در گام اول تعهد عاطفی و در گام دوم تعهد مستمر بوده است. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین تعهد سازمانی



کارکنان و همچنین گرایش کارآفرینانه کارکنان برحسب جنسیت، سن، مدرک تحصیلی و سابقه خدمت، تفاوت معنادار وجود ندارد.

9- پیشنهادها

در این قسمت بر مبنای نتایج حاصل از تحقیق پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

1- باید راهکارهای افزایش تعهد سازمانی را در کنار راهکارهای مربوط به افزایش گرایش کارآفرینانه در اولویت کاری سازمان قرار داد. برنامه‌ریزان استراتژیک سازمان می‌توانند زمینه ایجاد و افزایش تعهد سازمانی را در دو بعد تعهد عاطفی و تعهد مستمر فراهم نمایند تا گرایش کارآفرینانه در سازمان افزایش یابد؛

2- سازمان می‌تواند از طریق برقراری روابط دوجانبه بین کارکنان و روسا، انگیزه و حس جمعی و یگانگی بین آنان و به‌کارگیری روش‌های تشویق مادی و معنوی، تعهد سازمانی را افزایش دهد؛

3- با توجه به نتایج پژوهش، یکی دیگر از روش‌های افزایش گرایش کارآفرینانه، افزایش تعهد مستمر می‌باشد. برای این منظور سازمان باید شرایطی را فراهم کند که ماندن در سازمان برای فرد ضرورت پیدا کند و ترک سازمان برای او دشوار و پرهزینه باشد و منجر به اختلال در امور اجتماعی و اقتصادی فرد شود و علاوه بر اینکه برای ماندن در سازمان احساس ضرورت نماید، تمایل به ماندن نیز داشته باشد و از نظر اخلاقی ماندن در سازمان را وظیفه خود بداند؛

4- در صورتی که افزایش و تقویت تعهد عاطفی و مستمر دستور کار سازمان قرار گیرد به تبع تعهد بیشتر کارکنان، ابعاد گرایش کارآفرینانه نیز در کارکنان پرورش یافته و بهره‌وری سازمان بیشتر شده و به مرور زمان گرایش به کارآفرینی تقویت می‌شود؛

5- با توجه به عدم وجود گرایش به کارآفرینی در سازمان پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد واحد تحقیق و توسعه در سازمان نسبت به ترویج و توسعه مفهوم گرایش کارآفرینانه اقدام شود و رفتار کارآفرینانه مورد حمایت و تشویق مدیران ارشد سازمان قرار گیرد تا افراد نوآور و خلاق شناخته شوند و به آنها بها داده شود؛



6- از آن جایی که احساس دلبستگی و تعلق خاطر به سازمان، احساس لذت و خوشحال بودن از کار در سازمان از نشانه‌های تعهد عاطفی هستند، در نتیجه با توجه به نتایج پژوهش برای افزایش تعهد عاطفی کارکنان که منجر به افزایش ابعاد گرایش کارآفرینانه می‌شود، مدیران سازمان باید نیاز عاطفی کارکنان را تأمین نمایند و از آنها حمایت کنند تا احساس تعلق خاطر آنها به سازمان افزایش یابد و از نظر عاطفی به سازمان وابسته شوند و سازمان را بخشی از خانواده خود بدانند و مشکلات سازمان را مشکلات خود دانسته و در جهت رفع آنها تلاش نمایند که این خود منجر به نوآوری و خلاقیت در کارکنان شده و زمینه ایجاد گرایش کارآفرینانه را در سازمان فراهم می‌کند.

10- منابع

- [1] Aageson T. H. (2008) *Cultural entrepreneurs: Producing cultural value and wealth. Cultures and Globalization: The Cultural Economy*, 2: 92.
- [2] Aghdasi S., Kiamanesh A. R., Ebrahim A. N. (2011) "Emotional intelligence and organizational commitment: Testing the mediatory role of occupational stress and job satisfaction", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29(0): 1965-1976.
- [3] Allen N. J., Meyer J. P. (1996) "Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity", *Journal of Vocational Behavior*, 49(3): 252-276.
- [4] Al Sawalqa F. A. H. (2011) *The changing role of management accounting: assessment of the impact of financial and non-financial performance measures usage on organizational performance in Jordan*, The Degree of Doctor of Philosophy, Murdoch University.
- [5] Antoncic B., Hisrich R. D. (2003) "Privatization, corporate entrepreneurship, and performance: Testing a normative model", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3): 197-218.



- [6] Balfour, D. L., Wechsler B. (1996) "Organizational commitment: Antecedents and outcomes in public organizations, *Public Productivity & Management Review*, pp. 256-277.
- [7] Chew J., Chan E. C. (2007) "Human resource practices organizational commitment and Intention to stay", *International Journal of Manpower*, 29 (6): 503 – 522.
- [8] Cichy R. Jaj, CH., Kim S. (2009) "The relationship between organizational commitment and contextual performance among private club leaders", *International Journal of Hospitalist Management*, 28 (1): 53 – 62.
- [9] Covin J.G., Slevin D. P. (1998) "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16: 7-24.
- [10] Fatou J. (2011) "Reconsidering cultural entrepreneurship: Hip Hop music economy and social change in Senegal, Francophone West Africa". *London School of Economics and Political Science*.
- [11] Hagoort G. (2003) *Art management: Entrepreneurial style*, Eburon Academic Publishers.
- [12] Jaramillo F., Mulki J. P., Marshall G. W. (2005) "A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance: 25 years of research", *Journal of Business Research*, 58: 705 – 714.
- [13] Kang D., Stewart J., Kim H. (2011) "The effects of perceived, external prestige, ethical organizational climate, and leader member exchange (L M X) quality on employees", *Commitments and Their Subsequent Attitudes, Personnel Review*, 40(6): 761 – 784.
- [14] Kim Y. C., Rhee M. (2010) "The contingent effect of social network on organizational commitment: A comparison of instrumental and expressive ties in a multinational High- Technology company", *Sociological Perspectives*, 53(4): 479- 502.



- [15] Kirstof – Brown A. L., Zimmerman R. D, Johnson E. C. (2005) "Consequences of person Job, person organization, person group, and person supervisor fit", *Personal psychology*, 58: 281 – 3420.
- [16] Klamer A. (2011) Cultural entrepreneurship, *The Review of Austrian Economics*, 24 (2): 141.
- [17] Lumpkin G. T., Cogliser C.C., Schneider D. R. (2009) "Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33: 47-69.
- [18] Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- [19] Mahdi O. R., Mohd E. S. B. G., Almsafir M. K. (2014) "Empirical study on the impact of leadership behavior on organizational commitment in plantation Companies in Malaysia", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109: 1076-1087.
- [20] Meyer J. P., Allen N. J. (1993) "Testing the side bet theory of organizational commitment", *Journal of Applied Psychology*, 69: 372-378.
- [21] Pearce, I. I., John, A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219-248.
- [22] Robbins S. (2005) *Organizational behavior Gth edition, preutice – Hall, International Editions*.
- [23] Neely A., Gregory M. (2005) "Performance measurement system design: A literature review and research agenda", *International Journal of Operations & Production Management*, 25: 12- 28.
- [24] Van Dick R., Herter G., Wieseke J. (2008) "Interactive effects of work group and organizational identification", *Journal of Vocational Behavior*, 72: 388-399.
- [25] Yanga F., Chang C. C. (2008) "Emotional labor, job satisfaction and organizational Commitment amongst clinical nurses: A questionnaire survey", *International Journal of Nursing Studies*, 45: 879 – 887.



- [26] Yilmaz K., Bokeoglu O. C. (2008) "Organizational citizenship behaviors and Organizational commitment in Turkish primary schools", *World Applied Sciences Journal*, 3(5): 775-780.
- [27] Zavala A. (2010) *Instances of cultural entrepreneurship. Arts and administration program school of architecture and allied arts*, University of Oregon.