

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

محمدتقی طغایی^{1*}، سعید شریفی²، سنبه دارابیان³

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

پذیرش: 1394/10/30

دریافت: 1393/10/16

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، تگرشهای 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 می‌باشد 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 می‌باشد. نتایج بدست 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.

۱- 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).

می‌بر 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 روشنی 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 (کلامر^۱، 2011). به

1. Klamer



نظر می‌رسد که 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، انگیزاندها، 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 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 شهری و اثربخشی و کارایی سازمانی رابطه مستقیم دارند (یilmaz و Bokoglu², 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 بر حسب 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 (راپینز³، 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، به طور ویژه آنها در شغل خود نسبت به آنها یک 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 به طور شخصی ارزش‌ها و اهداف سازمانی را پذیرفته‌اند و فعالانه در فعالیت‌های سازمانی درگیر می‌شوند (کیم و ری⁵، 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 هماندسازی 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 (ییلماز و بکوگلو²، 2008)، غیبت و رضایت شغلی (یانگ و چانگ³، 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		
سازمان‌ها	گروه‌ها	فرد
1. افزایش اثربخش	1. ثبات عضویت	1. احساس تعلق و وابستگی
2. کاهش تأخیر و غیبت	2. تجانس و همبستگی	2. احساس امنیت
3. جذابیت برای افراد خارج از سازمان	3. اثر بخشی گروهی	3. تصور مثبت از خود
افزایش تعارضات	4. کاهش تعارضات	4. تلاش و کوشش فردی

3- گرایش کارآفرینانه

کوین و اسلوین⁴ (1998) شرکت‌های کارآفرینانه را به عنوان شرکت‌هایی معرفی کردند که در آنها مدیران عالی رتبه روش‌های مدیریتی کارآفرینانه دارند، در حالی که شرکت‌های غیر کارآفرینانه شرکت‌هایی هستند که در آنها سبک مدیریتی عالی رتبه، غیرنحوآورانه است.

1. Jaramillo, Mulki & Marshal

2. Yilmaz & Bokeoglu

3. Yango & Chang

4. Covin & Slevin

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

در بسیاری از مطالعات کارآفرینی، عملکرد شرکت به عنوان یک متغیر وابسته و فعالیت‌های کارآفرینی شرکت به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است (ال سوالیکا²، 2011؛ نیلی و گرگیری³، 2005: 1228). به طور 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 آغاز کننده 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 استقلال طلبی 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 (عموماً 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 (Aageson¹, 2008). زوالا (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 (زوالا، 2010: 4). کلامر (2011) معتقد است کارآفرینان فرهنگی در پی تحقق ارزش‌های فرهنگی هستند و اقتصاد ابزاری به منظور تحقق ارزش‌های فرهنگی می‌باشد (کلامر، 2011: 154). یک کارآفرین فرهنگی چشم‌اندازی برای ایجاد یک سازمان فرهنگی و همچنین اشتیاقی برای به دست آوردن منابع، افراد و مشتریان به منظور 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 و 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 به عنوان 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 به عنوان 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 هنگاری نشان‌دهنده یک نوع احساس تکلیف برای ادامه همکاری با سازمان است. مجموعه فشارهای هنگاری برای عمل کردن به روشنی 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 (خط‌پذیری، نوآوری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال طلبی) 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، کوگلایسر و اشتایدر، 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 خط‌پذیری رابطه وجود دارد؛

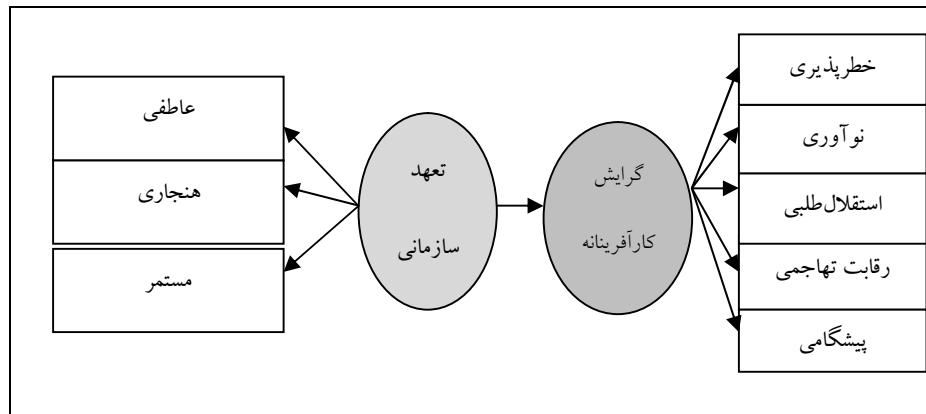
فرضیه سوم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با پیشگامی رابطه وجود دارد؛

فرضیه چهارم: بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با استقلال طلبی 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. Cogliser & Schneider



شکل ۱ مدل مفهومی تحقیق

6- روش تحقیق

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

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

ابزار اصلی سنجش این تحقیق، پرسشنامه است که یکی از ابزارهای رایج برای کسب داده‌های تحقیق است. پرسشنامه مورد استفاده دارای 42 گویه می‌باشد که گویه‌های 1 تا 18 برای سنجش گرایش کارآفرینانه و گویه‌های 19 تا 42 برای سنجش تعهد سازمانی طراحی شده برای مقیاس اندازه‌گیری از طیف لیکرت استفاده 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 $\alpha=0.9$ محاسبه شده است که هر دو از اعتماد بالایی برخوردارند. همچنین از ضریب همبستگی برای تعیین نوع رابطه بین رابطه بین دو متغیر کمتر 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 پرسون 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	
درصد فراوانی تجمعی	درصد فراوانی	فراوانی	
84/61	84/61	77	مرد
100	15/39	14	زن
15/39	15/39	14	دیپلم
26/38	10/99	10	فوق دیپلم
91/21	64/83	59	لیسانس
100	8/79	8	فوق لیسانس و بالاتر
48/35	48/35	44	زیر 10 سال
78/02	29/67	27	11 تا 20 سال
100	21/98	20	21 تا 30 سال



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

گرایش کارآفرینانه			متغیر ملک
سطح معناداری	مجلدor ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	شاخص آماری
0/001	0/205	/453**	تعهد سازمانی
0/001	0/182	/427**	تعهد عاطفی
0/014	0/067	0/259*	تعهد مستمر
0/016	0/065	0/254*	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 ($r=0/453$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین ($r^2=0/5$) 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

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

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) ۱۳/۸ 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

متغیر ملاک			شاخص آماری متغیر پیش‌بین
سطح معناداری	مجلدor ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	
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) ۱۶/۷ 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

متغیر ملک			متغیر پیش‌بین شاخص آماری
سطح معناداری	مجدور 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 استقلال طلبی رابطه وجود دارد.

جدول 7 ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با استقلال طلبی

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

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

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

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 ($r^2=0/8$) 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

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



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

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

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

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

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

جدول 11 شاخص‌های کلی برآذش مدل نهایی برآذش شده

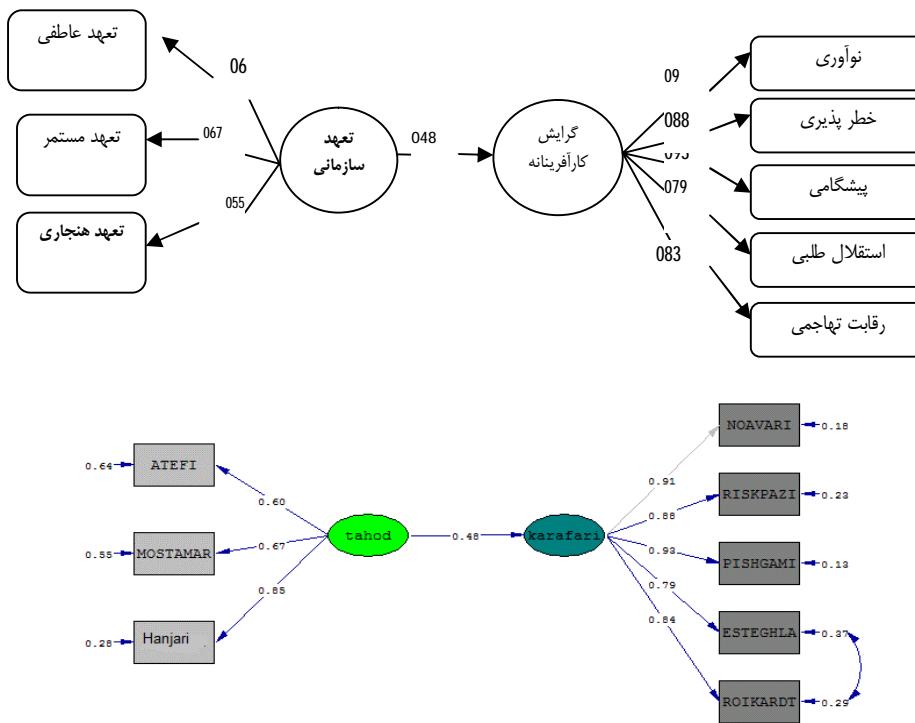
شاخص	مقدار
کای اسکوئر	32/86
درجه آزادی	18
(CMIN/DF)	1/82
P	0/097
شاخص نیکویی برآذش (GFI)	0/92
ریشه میانگین مریعات باقیمانده (RMR)	0/057
(CFI)	0/96
ریشه میانگین مریعات خطای برآورد (RMSEA)	0/095
شاخص نیکویی برآذش اصلاح شده (AFGI)	0/93

نتایج حاصل از اطلاعات ارائه شده جدول 11 نشان می‌دهد. شاخص کای اسکوئر نسبی مدل از مقدار قابل قبول 1/82 برخوردار و نشان‌دهنده برآذش 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 برآذش خوب الگو دارد. ریشه دوم میانگین مریعات باقیمانده یا RMR برای الگوی مذکور 0/057 است و مقدار کمی است که این نیز بیانگر خطای اندازه‌گیری برآذش قابل قبول آن است. مقدار CFI برای الگو 0/96 و برآذش بسیار خوب است. شاخص ریشه دوم میانگین مریعات 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 برآذش خوب الگوها توسط داده‌ها



دارد. بنابراین با توجه به جدول 11 می‌توان نتیجه گرفت که شاخص‌های کلی نشان از برآشن خوب الگو توسط داده‌ها دارد یا به عبارتی می‌توان گفت که داده‌های جمع‌آوری شده بهخوبی الگو را مورد حمایت قرار می‌دهند. الگوی معادلات ساختاری به همراه ضرایب رگرسیونی در شکل 2 ارائه شده است.



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

بر طبق شکل 2، نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری میان تعهد سازمانی و مؤلفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های 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 مبنایکی 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 به عنوان اهداف و ارزش‌های خود در نظر می‌گیرند، لذا این افراد به راحتی ایجاد تغییر و نوآوری در سازمان را پذیرا هستند و مدیران عالی سازمان مطمئن هستند که در ارائه پژوهش‌های نوآورانه در سازمان با واکنش کارکنان مواجهه نمی‌شوند و این افراد به راحتی 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 به عنوان 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 هیچ گاه 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 زیده و با مهارت بالا هستند، با پژوهش‌های 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، خبره و کاربldی 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، حسن 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 (بالفور 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، به طور تهاجمی موقعیت رقابتی خود را با به کارگیری 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 بر حسب 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 می شود:

- 1- باید راهکارهای افزایش تعهد سازمانی را در کنار راهکارهای مربوط به افزایش گرایش کارآفرینانه در اولویت کاری سازمان قرار داد. برنامه ریزان استراتژیک سازمان می توانند 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 می تواند از طریق برقراری روابط دوجانبه بین کارکنان و روسا، انگیزه و حسن جمعی و یگانگی بین آنان و به کارگیری 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 می باشد. 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 پر هزینه 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 می شود؛
- 5- با توجه به عدم وجود گرایش به کارآفرینی در سازمان پیشنهاد می شود 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 دلستگی 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 بخوبی 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.