مقاله پژوهشی اصیل

مجلـه‌ی توســعه‌ی آمـوزش در علـوم پزشـــکی
دوره‌ی ۱۰، شماره ۲۵، بهار ۹۶ ، صفحات ۸۲ تا ۹۲

شکاف میان ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه علوم پزشکی زاهدان)

فاطمه مودی [۱]، عزیزالله اربابی سرجو [۲]، ناصر ناستی زایی [۳]

نویسنده‌ی مسول: زاهدان ، دانشگاه علوم پزشکی زاهدان :arbabisarjou2007@gmail.com

دریافت: ۹۵/۵/۱۰ پذیرش: ۹۵/۹/۳۰ چاپ: ۹۶/۳/۳۱

چکیده

زمینه و هدف: *هنگامی که دانشگاهی می‌خواهد به سمت کارآفرینی حرکت کند، باید فرهنگ کل دانشگاه به فضای کارآفرینانه تبدیل شود. بر اساس اهمیت فرهنگ کارآفرینانه و عوارض شناخته شده آن و بنا بر گزارشاتی که از نامطلوب بودن آن در بعضی دانشگاه‌ها ارایه شده است، مطالعه‌ی حاضر با هدف بررسی شکاف میان ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان انجام گرفت.*

روش بررسی: *این مطالعه توصیفی-مقطعی است. جامعه‌ی آماری تمامی اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای تعداد ۲۰۵ عضو هیات علمی در خردادماه ۱۳۹۵ انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ی توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تی گروه‌های هم‌بسته با کمک نرم افزار SPSS21 استفاده شد.*

یافته‌ها: *میانگین ادراکات از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی و هر سه مولفه‌ی آن (عامل مدیریتی، عامل انسانی-روان‌شناختی و جهت‌گیری‌های استراتژیک) از میانگین انتظارات اعضای هیات علمی پایین‌تر بود ($P<0/05$). هم‌چنین بین ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی بر حسب جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود نداشت ($P>0/05$).*

نتیجه‌گیری: *بین وضع موجود و مطلوب توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی شکاف معنی‌داری وجود دارد و برای کاهش این شکاف، مدیران عالی دانشگاه باید به عوامل موثر در توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی یعنی عامل مدیریتی، عامل انسانی-روان‌شناختی و جهت‌گیری‌های استراتژیک توجه بیشتری داشته باشند.*

واژگان کلیدی: ***فرهنگ کارآفرینی، ادراکات، انتظارات، اعضای هیات علمی.***

این مقاله بدین صورت ارجاع داده شود:

Moodi F, Arbabi Sarju A, Nastiezaie N. The Gap between the Perceptions and Expectations of Faculty Members of Entrepreneurship Culture Development (Case Study: Zahedan University of Medical Sciences). J Med Edu Dev. 2017; 10 (25) :82-92

۱- گروه مدیریت آموزشی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی ، زاهدان، ایران.

۲- گروه پرستاری و مامائی، دانشگاه علوم پزشکی زاهدان ، زاهدان ، ایران.

۳- گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی ، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان ، ایران.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

مقدمه

گسترش بیکاری و نگرانی در زمینه‌ی اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی یکی از مسایلی است که موجب شده است محققان به مباحث مربوط به کارآفرینی (Enterpereneurship) دامن بزنند و به آن توجه کنند به طوری که صاحب‌نظران، توسعه‌ی کارآفرینی را راهکاری اثربخش برای حل معضلات بیکاری می‌دانند (۱). کارآفرینی در عمل توانایی خلق یک چیز از هیچ است. به عبارتی هر نوع کوشش در ایجاد کسب وکار جدید یا فعالیت‌های جدید مخاطره‌آمیز هم‌چون خوداشتغالی، ایجاد یک سازمان جدید و یا توسعه‌ی سازمانی، با استفاده از یک فرد، یک گروه و یا سازمانی که از قبل تاسیس شده، کارآفرینی نامیده می‌شود (۲). کارآفرینی فرایندی است که لازمه‌ی آن برنامه‌ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی بوده و اجرای برنامه های آن از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان‌ها گسترده شده است و باعث می‌شود تا افراد با استفاده از تخصص و قدرت ابتکار و خلاقیت، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کند (۳).

از عوامل موثر بر فرهنگ کارآفرینی می‌توان به عوامل فردی، خانوادگی، فرهنگی-اجتماعی و آموزشگاهی اشاره کرد. کارآفرینی به طور معمول به عنوان یک ویژگی فردی شناخته شده است، زیرا موفقیت کارآفرینی به تصورات، بینش، نوآوری و خطر کردن وابسته می باشد (٤). از عوامل فردی کارآفرینی می‌توان به تمایل به موفقیت، تمایل به خطرپذیری، خلاقیت، چالش‌طلبی، سلاست فکری، (۵)، شور و هیجان، انعطاف‌پذیری، (٦)، سخت‌کوشی و پذیرای ایده‌های جدید بودن (۷) اشاره کرد. از عوامل خانوادگی در توسعه‌ی کارآفرینی می‌توان به آموزش‌های اولیه برای استقلال، اتکا به خود، تصمیم‌گیری، و سخت‌کوشی، آموزش زود هنگام برای کارآفرینی، آموزش زودهنگام برای کسب و صنعت اشاره کرد (۸). در رابطه با عوامل اجتماعی و محیطی موثر در توسعه کارآفرینی باید گفت که هر چه ارزش‌ها و عقاید موجود در جامعه، افراد جامعه را به کار، تولید مداوم فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد، در این جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می‌شود (۹). عوامل محیطی هم می‌توانند مانع یا تسهیل‌کننده‌ی کارآفرینی باشند (۱۰). در واقع پنج عامل کلیدی محیط‌های کارآفرینانه شامل سیاست‌ها و رویه‌های دولتی، شرایط اجتماعی - اقتصادی، مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار، مساعدت مالی و مساعدت غیرمالی و قصد کارآفرینی در توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی نقش دارند (۱۱). شراط و عوامل سازمانی نیز می‌توانند در رشد و توسعه‌ی کارآفرینی نقش داشته باشند. توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌تواند تحت تاثیر دو عامل نهادی رسمی و عامل نهادی غیررسمی قرار بگیرد. از عوامل نهادی رسمی می‌توان به قوانین، ساختار و حاکمیت دانشگاه، برنامه‌های آموزش کارآفرینی و کسب و کار، سیاست‌ها و قوانین دولتی، ارتباط دانشگاه و صنعت، قوانین مالکیت فکری، ساختار آموزشی و پژوهشی دانشگاه و از عوامل نهادی غیررسمی می‌توان به نحوه‌ی اجرای قوانین، ملاحظات سیاسی، الگوی نقش، سیستم پاداش دانشگاهی و نگرش جامعه دانشگاهی اشاره کرد (۱۲).

در رابطه با اهمیت و ضرورت پژوهش باید گفت که توجه به فرایند کارآفرینی در دانشگاه‌ها تا بدانجاست که سازمان علمی آموزش ملل متحد در چشم‌انداز آموزش عالی برای قرن بیست و یکم، دانشگاه‌های نوین را این گونه تعریف کرده است: جایگاهی که در آن مهارت‌های کارآفرینی به منظور تسهیل قابلیت‌های دانش‌آموختگان و برای تبدیل شدن به ایجاد کنندگان کار، توسعه می‌یابد (۱۳). در حال حاضر، مسیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه‌ی فناوری و توسعه‌ی اقتصادی در همه کشورها قرار داده که کشور ما هم در سالیان اخیر برنامه‌ریزی‌های مثبت و کارآمدی را در این رابطه انجام داده است. انتظارات جدید از دانشگاه‌ها ایجاب می‌کند که دانشگاه‌ها با ترویج فرهنگ کارآفرینی و

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

آموزش مهارت‌های کارآفرینانه، زمینه‌ی لازم را برای شروع فرایند کارآفرینی در دانشجویان فراهم کنند (۱۳). امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه های خارجی تبدیل شده است. آنچه در این دوره‌ها بیشتر مورد توجه قرار گرفته است،اتدوین اهداف و محتوای آموزشی کارآفرینی، ایجاد و گسترش مفهوم و فرهنگ کارآفرینی در محیط دانشگاه، ایجاد تحرک برای توسعه‌ی اقتصادی، ترغیب دانشگاه‌ها به برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزش کارآفرینی، گسترش پژوهش‌ها در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان است (۱۴). توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی که متولی و مجری طیف وسیعی از مراقبت‌های سلامتی در سطوح چهارگانه پیشگیری، درمان، بازتوانی و تسکینی هستند و ماموریت مهم آموزش و پژوهش در سطوح عالی علوم پزشکی را نیز بر عهده دارند و از سوی دیگر چالش‌های متعددی در رویکرد و نظام مدیریتی حاکم بر آن‌ها وجود دارد، اجتناب ناپذیر است (۱۵). مطالعات اندکی به مقایسه‌ی وضعیت موجود و مطلوب فرهنگ کارآفرینی دانشگاه‌های کشور پرداخته‌اند و در این مطالعات هم مشخص شده است که وضعیت موجود فرهنگ کارآفرینی دانشگاه‌ها مناسب نیست (۱۸ و۱۷). هم‌چنین از آن‌جا که محیط داخلی و خارجی هر دانشگاه با سایر دانشگاه‌ها متفاوت است، بنابراین باید هر دانشگاه به بررسی وضعیت فرهنگ کارآفرینی خود بپردازد. متاسفانه مطالعه‌ای که به بررسی توسعه‌ی فرهنگ سازمانی کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان بپردازد، مشاهده نگردید. همین موضوع سبب گردد که خود پژوهشگر به عنوان عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان این موضوع را به عنوان کار پژوهشی انتخاب نماید تا یافته‌های خود در زمینه‌ی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان را به منظور تدوین راه‌کارها و برنامه‌هایی جهت بهبود آن به اطلاع مدیران عالی دانشگاه برساند. از این رو هدف این مطالعه بررسی شکاف میان ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآف‌یرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان می‌باشد.

روش بررسی

مطالعه‌ی حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-مقطعی است. جامعه‌ی آماری آن کلیه‌ی اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان در نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹٤ به حجم ٤۳۸ نفر بود که به شیوه‌ی نمونه‌گیری طبقه‌ای در دسترس و بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد ۲۰۵ نفر (٤۳ زن و ۱٦۲ مرد) در خردادماه ۱۳۹۵ مورد مطالعه قرار گرفتند. پژوهشگر به دانشکده‌های مختلف مراجعه کرده و بر حسب جنسیت و گروه‌های آموزشی نمونه‌های مناسب را که تمایل به همکاری داشتند و دسترسی آسان‌تری به آن‌ها داشت را از طریق پرسشنامه مورد مطالعه قرار داد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی ویسی و کریم‌زاده بود که در سال ۱۳۸۹طراحی شده است. این پرسشنامه عوامل موثر در توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی را در قالب ۲۸ گویه و سه مولفه‌ی: عامل مدیریتی (۱٦ گویه‌ی: وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی، مناسب‌سازی نوع کار با علایق و تخصص کارکنان، دادن فرصت‌های شغلی برابر به کارکنان، ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره‌برداری از آنها، برنامه‌ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان، نظام تشویقی مناسب در سازمان، توزیع مناسب قدرت در سازمان، ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت های دست و پاگیر، اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان، نظام حقوق و دستمزد عادلانه، رسمیت پایین در سازمان، وجود استراتژی متفاوت‌سازی، پویایی گروهی در سازمان، وجود فضای خلاق در سازمان، تفکر کار گروهی در سازمان، وجود فضای سازمانی رقابت‌جو)، عامل انسانی-روان‌شناختی

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

(۷ گویه‌ی: داشتن شخصیت توفیق‌گرا در میان کارکنان، روحیه‌ی استقلال فردی در میان کارکنان، فرهنگ انعطاف‌پذیری در جامعه، سبک مدیریتی مشارکتی، گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان، درک تغییرات جدید و کشف فرصت‌های مناسب خلاقانه، ارزشگذاری به رضایتمندی مشتری) و عامل جهت‌گیری استراتژیک (۵ گویه‌ی: برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان، برنامه‌ریزی مبتنی بر تکنولوژی‌های جدید، برنامه‌های تمرکززدایی در سازمان، وجود چشم‌انداز سازمانی، حمایت سازنده و موثر مدیریت عالی) مورد ارزیابی قرار می‌دهد. پرسشنامه بر اساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد تنظیم شده است و نمره‌گذاری آن از ۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد می‌باشد. از آن‌جا که هدف اصلی این مطالعه، مقایسه‌ی وضعیت موجود (ادراکات) و وضعیت مطلوب (انتظارات) توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان بود از اعضای هیات علمی خواسته شد که یک بار میزان اهمیت هر یک از عوامل موثر در توسعه فرهنگ کارآفرینی دانشگاه را از دید خودشان بیان کنند (بررسی انتظارات) و سپس میزان بکارگیری آن عوامل را در دانشگاه خود ارزیابی کنند (بررسی ادراکات). به عنوان مثال در قسمت بررسی انتظارات از آزمودنی پرسیده می‌شد که مواردی از قبیل وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی، مناسب‌سازی نوع کار با علایق و تخصص کارکنان (عوامل مدیریتی)، داشتن شخصیت توفیق‌گرا در میان کارکنان، روحیه‌ی استقلال فردی در میان کارکنان (عوامل انسانی-روانشناختی)، برنامه‌های تمرکززدایی در سازمان، وجود چشم‌انداز سازمانی (عامل جهت‌گیری استراتژیک) تا چه میزان در توسعه فرهنگ کارآفرینی دانشگاه می‌تواند موثر باشد و در قسمت بررسی ادراکات از آزمودنی پرسیده می‌شد که هر یک از موارد قبلی تا چه میزان در دانشگاه خودشان به کار گرفته می‌شود. برای تعیین روایی پرسش‌نامه از روش روایی محتوا استفاده شد. جهت بررسی شاخص روایی محتوا از روش والتز و باسل (Waltz & Bausell) استفاده شد. بدین صورت که متخصصان «مربوط بودن»، «واضح بودن» و «ساده بودن» هر گویه را بر اساس یک طیف لیکرتی ٤ قسمتی مشخص کردند. متخصصان مربوط بودن هر گویه را از نظر خودشان از ۱ «مربوط نیست»، ۲ «نسبتا مربوط است»، ۳ «مربوط است»، تا ٤ «کاملاً مربوط است» مشخص می‌کردند. ساده بودن گویه نیز به ترتیب از ۱ «ساده نیست»، ۲ «نسبتا ساده است»، ۳ «ساده است»، تا ٤ « کاملا ساده است» و واضح بودن گویه نیز به ترتیب از ۱ «واضح نیست»، ۲ «نسبتا واضح است»، ۳ «واضح است»، تا ٤ « کاملا واضح است» مشخص شد. شاخص روایی محتوا (CVI: Content Validity Index) به صورت فرمول زیر اندازه‌گیری می‌شود:

$$CVI = \frac{\text{تعداد متخصصینی که به گویه نمره‌ی ۳ و ۴ داده اند}}{\text{تعداد کل متخصصین}}$$

حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص CVI برابر با ۰/۷۹ است و اگر شاخص CVI گویه ای کمتر از ۰/۷۹ باشد آن گویه بایستی حذف شود (٤۳). برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد. در مطالعه ویسی و کریم‌زاده (١٦) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ و در این مطالعه ضریب ۰/۷۱ بدست آمد. ضریب بدست‌آمده نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه مورد نظر از پایایی لازم برخوردار است. قبل از اجرای پرسشنامه، با دانشگاه علوم پزشکی زاهدان هماهنگی لازم به عمل آمد و هیچگونه تضاد منافعی از طرف دانشگاه گزارش نشد و به پژوهشگر اجازه اجرای پرسشنامه‌ها داده شد. با توجه به این که در این مطالعه، یک گروه از اعضای هیات علمی دو بار، یک‌بار ادراکات‌شان و بار دیگر

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]
[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

انتظارات‌شان از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه، مورد مطالعه قرار گرفتند، برای بررسی و مقایسه این دو وضعیت (اداراکات و انتظارات) از آزمون تی گروه‌های هم‌بسته استفاده شد. هم‌چنین برای مقایسه‌ی اداراکات و انتظارات اعضای هیات علمی بر حسب جنسیت از آمون تی برای گروه‌های مستقل استفاده شد. داده‌ها با کمک نرم افزار $SPSS_{21}$ تحلیل شدند.

یافته‌ها

در مطالعه‌ی حاضر ۲۰۵ نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان از طریق پرسشنامه، مورد مطالعه قرار گرفتند که بر حسب جنسیت ۱٦۲ نفر (۷۹/۰۳٪) مرد و ٤۳ نفر (۲۰/۹۷) زن، بر حسب تاهل، ۱۸۳ نفر (۸۹/۲٦٪) متاهل و ۲۲ نفر (۱۰/۷٤٪) مجرد، بر حسب تحصیلات، ٥٤ نفر (۲٦/۳٤٪) کارشناسی ارشد و ۱٥۱ نفر (۷۳/٦٦٪) دکترای تخصصی، برحسب سنوات خدمت، ٥۱ نفر (۲٤/۸۸٪) زیر ۱۰ سال، ۹۱ نفر (٤٤/٤٪) بین ۱۱ تا ۲۰ سال، ٦۳ نفر (۳۰/۷۲٪) بالای ۲۰ سال، بر حسب شیوه استخدامی ۱٦۷ نفر (۸۱/٤٦) به صورت رسمی و ۳۸ نفر (۱۸/٥٤) به صورت پیمانی استخدام شده بودند. برای بررسی شکاف میان انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان از آزمون تی گروه‌های هم‌بسته استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ گزارش شده است.

جدول ۱: شکاف میان انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآفرینی دانشگاه علوم پزشکی

متغیر	وضعیت	میانگین	انحراف معیار	تفاوت میانگین	t	df	p
عامل مدیریتی	انتظارات	٤/۱۸	۰/٦۲٤	۰/۷۱	۱۳/۰۹٤	۲۰٤	۰/۰۰۱
	ادراکات	۳/٤۷	۰/٦۸۱				
عامل انسانی-روان‌شناختی	انتظارات	٤/۱۳	۰/٦۳۸	۰/۸۱	۱۲/۳۲۹	۲۰٤	۰/۰۰۱
	ادراکات	۳/۳۲	۰/۷٤٦				
عامل جهت‌گیری استراتژیک	انتظارات	٤/۱	۰/۷۰٦	۰/۷۲	۱۳/۲٦٥	۲۰٤	۰/۰۰۱
	ادراکات	۳/۲۸	۰/۷۳۷				
توسعه فرهنگ کارآفرینی (کل)	انتظارات	٤/۱٤	۰/٥۳۷	۰/۷۸	۱٦/۲۳	۲۰٤	۰/۰۰۱
	ادراکات	۳/۳٦	۰/٥۹٥				

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد که با وجودی که میانگین ادراکات (وضع موجود) توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در مقیاس کل (۳/۳٦) و سه عامل مدیریتی (۳/٤۷)، انسانی-روان‌شناختی (۳/۳۲) و جهت‌گیری استراتژیک (۳/۲۸) از میانگین نظری (۳) بالاتر می‌باشد که نشان می‌دهد دانشگاه علوم پزشکی زاهدان از لحاظ وضعیت توسعه فرهنگ سازمانی کمی بالاتر از متوسط قرار دارد، اما با توجه به این‌که میانگین انتظارات (وضعیت مطلوب) توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در مقیاس کل (٤/۱٤) و سه عامل مدیریتی (٤/۱۸)، انسانی-روان‌شناختی (٤/۱۳) و جهت‌گیری استراتژیک (٤/۱) از میانگین‌های ادراکات همان مولفه‌ها بالاتر است می‌توان پذیرفت که بین ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی شکاف معنی‌داری وجود دارد. برای مقایسه‌ی انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی بر حسب جنسیت از آزمون تی گروه‌های مستقل استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: مقایسه‌ی انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآفرینی بر حسب جنسیت

متغیر	وضعیت	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تفاوت میانگین	t	df	p
توسعه فرهنگ کارآفرینی	انتظارات	مرد	۱۶۲	٤/۱۲	۰/۵۳۸	-۰/۹	-۰/۹۵۵	۲۰۳	۰/۳٤۱
		زن	٤۳	٤/۲۱	۰/۵۳۵				
	ادراکات	مرد	۱٦۲	۳/۳۵	۰/۵۷۵	-۰/۰۳	-۰/۲۸۱	۲۰۳	۰/۷۷۹
		زن	٤۳	۳/۳۸	۰/٦۷۲				

بر اساس یافته‌های جدول فوق، تفاوت میانگین توسعه فرهنگ کارآفرینی در بعد انتظارات و ادراکات به ترتیب ۰/۹ و ۰/۰۳ می‌بود که به لحاظ آماری معنادار نبود ($p>۰/۰۵$). بنابراین می‌توان پذیرفت که در زمینه‌ی توسعه فرهنگ کارآفرینی بین انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی دانشگاه بر حسب جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود نداشت و هر دو گروه انتظارات و ادراکات تقریبا یکسانی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه داشتند. برای بررسی شکاف میان انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی بر حسب دانشکده‌های مختلف از آزمون تی گروه‌های هم‌بسته استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول۳: مقایسه‌ی انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآفرینی بر حسب دانشکده‌های دانشگاه علوم پزشکی

متغیر	دانشکده	وضعیت	میانگین	انحراف معیار	تفاوت میانگین	t	df	p
توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی	پزشکی	انتظارات	٤/۱٤	۰/۵۳۵	۰/۹	۱۳/٦۰٦	۱۰۷	۰/۰۰۱
		ادراکات	۳/۲٤	۰/۵٦۵				
	دندانپزشکی	انتظارات	٤/۲۲	۰/۵۳۳	۰/٦۲	۵/۸٦	۳٤	۰/۰۰۱
		ادراکات	۳/٦	۰/۵۸۱				
	پیراپزشکی	انتظارات	٤/۰۱	۰/٤۳٦	۰/۵	۳/۵۱	۷	۰/۰۱۰
		ادراکات	۳/۵۱	۰/٤۸۵				
	بهداشت	انتظارات	٤/۲۷	۰/۵٤۵	۱/۰۵	٤/۹٦	۱٦	۰/۰۰۱
		ادراکات	۳/۲۱	۰/۷٦۹				
	توانبخشی	انتظارات	۳/۹۸	۰/۵۸۷	۰/۷٤	٤/٦۳	۱۱	۰/۰۰۱
		ادراکات	۳/۲٤	۰/٤۹۵				
	پرستاری و مامایی	انتظارات	٤/۰٤	۰/۵۵۵	۰/٤	۳/۵۵	۲٤	۰/۰۰۲
		ادراکات	۳/٦٤	۰/۵۲۳				

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]
[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد که میانگین ادراکات (وضع موجود) توسعه فرهنگ کارآفرینی در تمامی دانشکده‌های مورد بررسی پایین‌تر از میانگین انتظارات (وضعیت مطلوب) می‌بود و این تفاوت میانگین‌ها در تمامی دانشکده‌ها معنی‌دار می‌بود ($p<۰/۰۵$). بنابراین می‌توان پذیرفت که از دید اعضای هیات علمی تمامی دانشکده‌ها، اعضای هیات علمی از وضعیت موجود توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در مقایسه با وضعیت مطلوب آن در سطح پایین‌تری قرار داشت.

بحث

مطالعه-ی حاضر با هدف بررسی شکاف میان ادراکات و انتظارات اعضای هیات علمی از توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که وضعیت موجود توسعه فرهنگ سازمانی و عوامل سه گانه‌ی آن (مدیریتی، انسانی-روان‌شناختی و جهت‌گیری استراتژیک) با وضعیت مطلوب آن‌ها فاصله معنی‌داری دارد. در بررسی پیشینه پژوهش مطالعات اندکی به مقایسه‌ی وضعیت موجود و مطلوب فرهنگ کارآفرینی دانشگاه‌ها پرداخته‌اند و در این مطالعات هم مشخص شده است که وضعیت موجود فرهنگ کارآفرینی دانشگاه‌ها مناسب نیست. به عنوان نمونه قناتی و همکاران (۱۷) مطالعه‌ای با هدف بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران انجام دادند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در دانشگاه تهران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. تنها دو بعد تفریح و سرگرمی، و ارزش‌مندی کار در وضعیت مطلوب بوده و سایر ابعاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه شامل جسارت، تحمل انحراف خلاق، آینده نگری جسورانه، خطرپذیری، ارتباط باز، همکاری و تشریک مساعی، نوآوری پیش گام، تحمل شنیدن اظهارنظرهای مخالف در وضعیتی نامطلوب هستند. در مطالعه‌ی خواجوی خان و قاضی میرسعید (۱۸) که با هدف بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از نظر کارکنان دانشکده‌های طب سنتی انجام گرفت یافته‌ها نشان داد میزان همبستگی بین فرهنگ و ساختار سازمانی کارآفرینانه برابر با ۰/۸۱ بود، اما در ابعاد دهگانه و فرهنگ کارآفرینانه همبستگی متفاوتی وجود داشت و کمترین همبستگی مربوط می‌شد به تعارض‌پذیری، انسجام، هویت، هدایت و خلاقیت و بیشترین تعداد همبستگی بین عناصر کنترل و حمایت مدیریت با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بود. نهایتا محققان نتیجه‌گیری می‌کنند که همبستگی بین عناصر ساختار سازمانی و فرهنگ کار آفرینانه در دانشکده‌های طب سنتی نامطلوب است.

از عوامل تاثیرگذار بر توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها، که مدنظر پژوهش حاضر بود، عامل مدیریتی است. کارآفرینی از کارآمدترین روش‌های تغییر عملیات و سبک مدیریتی است، که طی آن، حرکت از عملیات دیوان‌سالار به نگرش، فرهنگ و مدیریت کارآفرینانه تبدیل می‌شود. مدیران کارآفرین نقش بسیار مهمی در تغییر و رشد اقتصادی دارند. حال آن‌که دیوان‌سالارها موجب رکود اقتصادی و نزول سازمانی می‌شوند؛ این موضوع واقعیتی جهانی و عام است (۱۹). از سوی دیگر مدیران کارآفرین به آشوب‌ها و ناآرامی‌های محیطی واکنش نشان داده و تلاش می‌کنند تا یک موقعیت استراتژیک قوی را ایجاد کنند (۲۰). مطالعات نشان می‌دهد مدیری که: کار کردن را دوست داشته و برای رسیدن به اهداف مخاطره می‌کند؛ خلاق و نتیجه‌گراست؛ مسوولیت‌پذیر بوده و آن را با عشق و علاقه می‌پذیرد؛ اعتماد به نفس دارد؛ اندیشمند، برنامه‌ریز، مجری و انجام دهنده‌ی کار است؛ استعداد مالی دارد و قادر است آینده را پیش‌بینی کند به توسعه فرهنگ کارآفرینی کمک خواهند نمود (۲۱). علاوه بر ویژگی‌های ذاتی و شخصیتی کارآفرین، نیمی از معادله به فلسفه و ذهنیت کارآفرینی مدیران بستگی دارد که این بخش قابل یادگیری است (۲۲).

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

با تمام اهمیتی که توضیح داده شد، متاسفانه در کشور ما سبک رهبری مدیران در مطالعات انجام شده نه تنها مشوق کارآفرینی نیست بلکه از جمله موانع توسعه ی کارآفرینی در سازمان‌های دولتی محسوب می‌شوند (۲۳).

از دیگرعوامل تاثیرگذار بر توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها،که مدنظر مطالعه حاضر بود، عامل انسانی- روان‌شناختی است. باید توجه داشت که فعالیت‌های کارآفرینانه درون سازمان‌ها به وسیله افراد آغاز و تداوم پیدا می‌کند. سازمان‌ها به خودی خود هیچ چیز نیستند. فعالیت‌های جمعی در سازمان، ترکیب فعالیت‌های افراد سازمان است. در نتیجه سازمان می‌تواند از راه فعالیت اعضای خود، نوآور، فعال و خطرپذیر باشد. کارکنان مستعد نوآوری، خطرپذیری و تبادل دانش در سازمان به عنوان یک ضرورت مطرح هستند (۲٤). به طور خاص دیدگاه مبتنی بر منابع شرکت، بر این باور است که دارا بودن منابع کلیدی نظیر نیروی انسانی با ویژگی‌هایی نظیر ارزش آفرینی، موانع کپی برداری (تقلید)، منحصر به فرد بودن، عدم جانشین‌پذیری و قابلیت کاربرد می‌تواند به خلق مزیت رقابتی، بهبود فرهنگ نوآوری، خلاقیت، ابتکار عمل و توسعه نگرش‌های کارآفرینانه در درون سازمان کمک کند (۲۵). لیتونن (Littunen) بیان می‌کند که کارآفرین بودن اتفاقی نیست و کارآفرینی افراد با توجه به موفقیت‌های مختلف و نحوه‌ی قرارگرفتن در گروه‌های اجتماعی متفاوت خواهد بود. او دو متغیر انگیزه توفیق‌طلبی و تاکید بر کنترل را مورد آزمون قرار داد. از نظر لیتونن توانایی ریسک‌پذیری، نوآوری، دانش در زمینه‌ی فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت های مدیریت کسب وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب وکار و توانایی برای شکار فرصت، از جمله‌ی مشخصات یک کارآفرین است (۲٦). اما متاسفانه شواهد نشان می دهد که مدیران به جای آن که از ایده‌ها و نوآوری‌های کارکنان حمایت کنند، آن را تهدید و یک حرکت درک‌ناشدنی می‌دانند و اهمیت دادن به این دیگاه‌ها را خطریبرای خود و موقعیت آینده خود قلمداد می‌کنند. از این رو کارآفرینان با محیط بسیار خسته‌کننده روبه رو شده و روزمرگی، فرهنگ آن و تغییر و تنوع و بهبود روش‌ها و نوآوری، ضد فرهنگ آن سازمان محسوب می‌شود. به همین دلیل افراد کارآفرین، یا بعد از مدتی مثل سایر افراد بی‌تفاوت و بی‌انگیزه می‌شوند یا در بهترین وضعیت، سازمان را ترک می‌کنند (۲۷).

دیگر عوامل تاثیرگذار بر توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌ها، که مدنظر مطالعه‌ی حاضر بود، جهت‌گیری استراتژیک است. تحقیق لوک (Luke) نشان می‌دهد که درک مدیران از مفهوم کارآفرینی راهبردی، آن‌ها را از عناصر ضروری پیرامون خود آگاه می‌کنند. این عناصر شامل شناسایی فرصت، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، مأموریت و رشد سازمانی است. این امر در نهایت با عناصر پشتیبانی از قبیل راهبرد هماهنگ، اعتماد به افراد، فرهنگ سازی، دسترسی به برتری، افزایش کارایی، کاهش هزینه و انتقال دانش امکان‌پذیر می‌شود (۲۸). مدیران کارآفرین به ناآرامی‌ها و عدم اطمینان محیطی واکنش نشان داده و تلاش می‌کنند تا یک موقعیت راهبردی قوی ایجاد کنند، هر چند که ماهیت موقتی داشته باشند؛ آن‌ها هم‌چنین با ابتکارات فعالانه‌ی خود، باعث ایجاد عدم اطمینان محیطی در دیگر سازمان‌ها می‌شوند و با تخریب موقعیت موجود، فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند؛ آن‌ها زودتر از رقبای خود در پی دستیابی به فرصت‌های جدید بوده و در مقابل تهدیدات بالقوه، مترصد و هوشیار هستند (۱۹).

نتیجه گیری

نتیجه‌کلی این مطالعه نشان داد که شکاف و فاصله معناداری بین وضعیت انتظارات و ادراکات اعضای هیات علمی از توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان وجود دارد. با توجه به شکاف بین وضع مطلوب و موجود

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

عامل مدیریتی به مدیران عالی دانشگاه، طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی، مناسب‌سازی نوع کار با علایق و تخصص اعضای هیات علمی، دادن فرصت‌های شغلی برابر به اعضای هیات علمی، ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره‌برداری از آن‌ها، برنامه‌ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کاری اعضای هیات علمی، ایجاد نظام تشویقی مناسب در سازمان، توزیع مناسب قدرت در سازمان، ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت‌های دست و پاگیر، رسمیت پایین در سازمان، پویایی گروهی در سازمان، تفکر کار گروهی در سازمان پیشنهاد می‌گردد. با توجه به شکاف بین وضع مطلوب و موجود عامل انسانی-روان‌شناختی به مدیران عالی دانشگاه: توسعه‌ی روحیه استقلال فردی در میان اعضای هیات علمی، تاکید بر توفیق‌گرایی، توسعه‌ی فرهنگ انعطاف‌پذیری در دانشگاه، به کارگیری سبک مدیریتی مشارکتی، دادن فرصت ریسک به اعضای هیات علمی پیشنهاد می‌گردد. با توجه به شکاف بین وضع مطلوب و موجود جهت‌گیری‌های استراتژیک به مدیران عالی دانشگاه: گرایش به برنامه‌ریزی راهبردی در سازمان، برنامه‌ریزی مبتنی بر تکنولوژی‌های جدید، برنامه‌های تمرکززدایی در سازمان، خلق چشم‌انداز سازمانی با کمک اعضای هیات علمی، حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی از کارآفرینی و کارآفرینان پیشنهاد می‌شود. از آن‌جا که این پژوهش در دانشگاه علوم پزشکی زاهدان انجام گرفت در تعمیم نتایج به سایر سازمان‌ها محدودیت خواهد داشت.

تقدیر و تشکر

از کلیه‌ی اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان که با صبر و حوصله ما را در انجام پژوهش یاری نمودند ، تشکر و قدردانی می شود .از شورای پژوهشی گروه مدیریت آموزشی که این پرپوزال را تایید نمودند سپاسگزاری می شود. این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی است که در شورای پژوهش دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه آزاد زاهدان به تصویب رسیده، نگارش شده است .

References

1- Badsar M, Rezaei R, Salahi Moghadam N. The effect of emotional intelligence on students' entrepreneurship competencies in agricultural majors (case study: University of Zanjan). *Entrepreneurship Development*. 2014;7(25):407-25. (Persian)

2- Kamalian AR, Fazel A. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial level among students (case study: University of Sistan and Baluchestan). *Entrepreneurship Development*. 2011;3(11):127-46. (Persian)

3- Sharif M, Jamshidian R, Rahimi H, Naderi N. An analysis of entrepreneurship education status in Iran's higher education system. *Entrepreneurship Development*. 2011;3(11):87-106. (Persian)

4- Achintya Kr,Com B. Entrepreneursh Ip : Concept and Definition.2011.Available at:http:// assamagribusiness.nic.in/agriclinics/Entrepreneurship%20concept%20 & %20 definition.pdf.

5- Parsa A, Abdolvahabi M, Zarif S.An investigation into the effects of students' problem solving styles on their entrepreneurial personality (case study: students of Shahid Chamran University- Ahwaz). *Entrepreneurship*

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

Development. 2012;4(14):164-82. (Persian)

6- Clark R. Entrepreneur advantages and disadvantages. 2011. Available at: http:// ezinearticles.com.

7- Ekrami M, Safari S, Ghalamkari M. Developing the entrepreneurship factors among municipality staff (The case of the municipality of the district 7 of Tehran). *IUEAM*. 2014; 2(6): 55-71. (Persian)

8- Sadeg Amal Nik S. The role of the family in the development of creativity and entrepreneurship and environmental protection, First National Congress of Energy to the Electronic Environment and Biological Defense, Bandarabas, 10 May 2013.

9- Hoseyni Dana HR, Mir Esmaieli BS, Boland Hemat A.The role of media in promoting a culture of entrepreneurship. *Media studies*.2013;8(22):1-18. (Persian)

10- Schwarz E, Wdowiak M, Almer-Jarz D, Breitenecker R. The effects of attitudes and, perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective, *Education Training*. 2009; 51(4): 272-91.

11- Sadegi M, Malekineya A. Evaluation students entrepreneurial environment and its relationship with entrepreneurial intention. *Research and Planning in Higher Education*.2011,16(1):69-89. (Persian)

12- Yadolahi Farsi J, Modarresi M, Motavaseli M, Salamzadeh A. Institutional factors affecting academic entrepreneurship: The case of University of Tehran. *Economic analysis*. 2014; 47(1-2): 139-159. (Persian)

13- Ahmadi H, Farajoalalh SJ, Omodi M. Identifying Factors related with extension of entrepreneurship among graduate students at college of agricultural and natural resources,Islamic Azad University, Science and Research Branch. *Quarterly Journal Of Educational Leadership & Administration*.2009;3(3):9-24. (Persian)

14- Mosavi S, Jebel Ameli J, Babayi P. Overview of the relationship between innovation and entrepreneurship education in universities, National Conference on entrepreneurship and business management knowledge. Babolsar. 23 October 2012.

15- Dehghan R, Talebi K, Arabioun A. Organizational entrepreneurship and innovation at medical sciences universities of Iran. *Payavard*. 2012;6(1): 22-33. (Persian)

16- Veisi R, Karim-zadeh P. Entrepreneurship culture development factors and solutions: Mazandaran Provincial Payam Nour University Case Study. *The Journal of Planning and Budgeting*. 2011; 15 (2-3) :159-82. (Persian)

17- Ghanati S, Kordnaieji A, Yazdani H. Assessing the position of entrepreneurial organizational culture in the University of Tehran. *Entrepreneurship Development*. 2011;3(10):115-34. (Persian)

18- Khajavi Khan A, Gazi Mir Saied SA. The study of organizational entrepreneurial culture in schools of traditional medicine in Iran. *Journal of Islamic and Iranian Traditional Medicine*. 2012;

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

3(4):489-93. (Persian)

19- Mogimi SM. Entrepreneurship in public organizations. Tehran: Farandish, 2005; 205-07. (Persian)

20- Thompson J, Alvy G, Lees A. Social entrepreneurship: a new look at the people and the potential. *Management Decision*.2000; 38(5):328-38.

21- Zampetakis LA. Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.2007; 13(1):19-38.

22- Thornberry, N. (2006) Lead like an entrepreneur, Blacklick, OH: McGraw–Hill.

23- Vafayi F, Shafeyi R. The role of organizational factors in promoting entrepreneurship in small industrial firms. *Modarres Human Sciences*. 2010; 14(4):233-57. (Persian)

24- Montoro-Sa´nchez A, Soriano DR. Human resource management and corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*. 2011; 32(1):34–47.

25- Bratnicki M. Organizational entrepreneurship: theoretical background, some empirical tests, and directions for future research. *Human Factors and Economics in Manufacturing*. 2005; 15(1):15-33.

26- Littunen H. Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2000; 6(6):295-310.

27- Nazarian Z. Investigating factors affecting organizational entrepreneurship in the ministry of education of Gillan. *Sociology of Education*. 2013; 3(3):177-210. (Persian)

28- Luke B. Exploring Strategic Entrepreneurship in the Public Sector. Auckland University of Technology, New Zland; 2006.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]

The Gap between the Perceptions and Expectations of Faculty Members of Entrepreneurship Culture Development (Case Study: Zahedan University of Medical Sciences)

Moodi F[1], Arbabi Sarju A[2], Nastiezaie N[3]

[1] Dept. of Education Management,College of Psychological and Educational Sciences, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran.
[2] Zahedan University of Medical Sciences, Zahedan, Iran.
[3] University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.

Corresponding Author: Arbabi Sarju A, Zahedan University of Medical Sciences, Zahedan, Iran.

Email: arbabisarjou2007@gmail.com

Received: 31 Jul 2016 ***Accepted:*** 21 Dec 2016 ***Published:*** 21 Jun 2017

Background and Objective: The university culture should be changed to an entrepreneurial atmosphere if a university intends to become entrepreneurial. According to the importance of an entrepreneurial culture and its complications, according to reports from some universities it is inappropriate, this study aimed to evaluate the gap between perceptions and expectations of faculty members of entrepreneurship culture development at the Zahedan University of medical sciences.

Materials and Methods: This is a cross-sectional study. In June2016, a sample of 205 faculty members were stratified randomly selected out of a population of all faculty members of Zahedan University of medical sciences. The Data collection questionnaire entrepreneurship of culture development was with Cronbach's alpha coefficient 0/71 to analyze the data paired samples of T-test which was used by SPSS21.

Results*:* Average perceptions of the entrepreneurial culture development and its three components (the management factor, human-psychological factor and strategic orientation) were lower than the average expectations of faculty members (P<0/05). Moreove regarding their sex (P>0/05) there was no significant difference between perception and expectations of faculty members of the entrepreneurial culture development.

Conclusion*:* The results indicate there are significant gaps between the existing and desired situation of culture entrepreneurship development and to reduce these gap, university senior management should pay close attention to the factors affecting culture entrepreneurship development such as management factor, human-psychological factor and strategic orientation.

Keywords: Entrepreneurial Culture, Perceptions, Expectations, Faculty Members.

[Downloaded from edujournal.zums.ac.ir on 2026-09-15]

[DOR: 20.1001.1.22519521.1396.10.25.3.5]