



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت

گروه مدیریت دولتی

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

رشته مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی

عنوان:

بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی

در بانک کارآفرین

استاد راهنما:

دکتر عباس منوریان

استاد مشاور:

دکتر علیرضا امیرکبیری

پژوهشگر:

مهدی احمدی تنکابنی

شهریور 1390



ISLAMIC AZAD UNIVERSITY
Central Tehran Branch

Faculty of Management Department of Governmental Management

M.A Thesis
On Human Resource Management

Subject:
Investing the effect of Organizational Culture on Entrepreneurial
Orientation (EO) in Karafarin Bank

Supervisor
Dr. Abbas Monavvarian

Advisor
Dr. Alireza Amirkabiri

By
Mahdi Ahmadi Tonkaboni

September 2011

تقدیم به

او که همراهیش و مهربانیش را پایانی نیست

پدرم

و

مادرم

که دعای خیرشان و وجود پر مهرشان همیشه یاورم بوده است

تشکر و قدر دانی

خدای را سپاس که به بنده مرحمت عطا فرمود تا در مسیر علم آموزی گام برداشته و به میزان وسع خویش در این راه پیش روم و این پژوهش را به سرانجام برسانم. لازم است از جناب آقای دکتر منوریان که در کسوت استاد راهنما نصایح ارزشمندشان را از بنده دریغ ننموده و با راهنماییهای علمی و دلسوزانه خویش مرا در این امر مهم یاری فرمودند و همچنین از جناب آقای دکتر امیر کبیری به سبب اشارات حکیمانه و نکته سنجی دقیقشان کمال تشکر و امتنان را داشته باشم. در نهایت بر خود لازم می دانم از مدیران ، کارشناسان و کارکنان بانک کارآفرین به ویژه جناب آقای کیان مدیر محترم آموزش که در تکمیل و پربار شدن این تحقیق نقش بسزایی داشته اند قدردانی نمایم.

فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
1	1-1 مقدمه
2	2-1 بیان مسئله تحقیق
3	3-1 اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
5	4-1 اهداف تحقیق
5	1-4-1 هدف اصلی
5	2-4-1 اهداف فرعی
5	5-1 سوالها یا فرضیه های تحقیق
5	6-1 قلمرو تحقیق
6	7-1 حجم جامعه، حجم نمونه و روش نمونه گیری
6	8-1 روش تحقیق
6	9-1 ابزار گردآوری داده ها
6	10-1 تعریف متغیرهای تحقیق
6	1-10-1 تعریف متغیرها (نام گذاری، دسته بندی)
7	2-10-1 تعریف نظری متغیرها
10	3-10-1 تعریف عملیاتی متغیرها
12	4-10-1 مدل مفهومی
	فصل دوم: مبانی نظری
13	1-2 مقدمه
14	2-2 بخش اول: فرهنگ سازمانی، مفاهیم و الگوها
14	1-2-2 تعریف فرهنگ
15	2-2-2 تعریف و مفهوم فرهنگ سازمانی
17	3-2-2 ویژگی های فرهنگ سازمانی
18	4-2-2 فرهنگ کلان

شماره صفحه	عنوان
19	5-2-2 عناصر و مولفه های فرهنگ سازمانی
20	6-2-2 اثرها و کارکردهای فرهنگ سازمانی
21	7-2-2 فرهنگهای متفاوت سازمانها
21	8-2-2 فرهنگهای قوی و ضعیف و تفاوتهای آن
22	9-2-2 تئوری های فرهنگ سازمانی
22	1-9-2-2 فرهنگ قوی و فرهنگ ضعیف (دیل و کندی)
23	2-9-2-2 طبقه بندی «کوپن و مک گارس»
23	3-9-2-2 طبقه بندی از دیدگاه «فرن هام و گاتر»
24	4-9-2-2 مدل فرهنگ سازمانی «پیترز» و «واترمن»
26	5-9-2-2 الگوی AGil پارسونز
27	6-9-2-2 الگوی ویلیام اوچی
29	7-9-2-2 الگوی میلر
29	8-9-2-2 الگوی فرهنگ سازمانی «جفری سانی فیلد»
30	9-9-2-2 الگوی «لینوین و استرینگر»
31	10-9-2-2 الگوی «هافستد» «هاریسون»
31	11-9-2-2 الگوی «ادگار شاین»
32	12-9-2-2 الگوی استیفن رایبنز
33	13-9-2-2 الگوی فرهنگ سازمانی دنیسون
33	1-13-9-2-2 درگیر شدن در کار
34	2-13-9-2-2 سازگاری (ثبات و یکپارچگی)
34	3-13-9-2-2 انطباق پذیری
35	4-13-9-2-2 رسالت یا ماموریت
37	10-2-2 مقایسه مدل دنیسون با دیگر مدل های فرهنگ سازمانی
37	3-2 بخش دوم: کارآفرینی، مفاهیم و الگوها
37	1-3-2 مفهوم واژه کارآفرینی

39	2-3-2 سیر تکاملی و تاریخی کارآفرینی
41	3-3-2 کارآفرینی از دیدگاه علوم مختلف
41	1-3-3-2 کارآفرینی از دیدگاه اقتصاد دانان
46	2-3-3-2 کارآفرینی از دیدگاه محقق علوم رفتاری
48	3-3-3-2 کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
50	4-3-2 تحلیلی بر تعاریف کارآفرینی
50	5-3-2 انواع کار آفرینی
51	1-5-3-2 کارآفرینی مستقل
51	2-5-3-2 کارآفرینی سازمانی
52	3-5-3-2 کارآفرینی شرکتی
53	4-5-3-2 کارآفرینی دولتی
53	5-5-3-2 کارآفرینی از راه دور
53	6-5-3-2 کارآفرینی ارزشی (اجتماعی)
53	7-5-3-2 کارآفرینی اطلاعاتی
54	8-5-3-2 کارآفرینی زوجی
54	9-5-3-2 کارآفرینی تکنولوژیکی
54	10-5-3-2 کارآفرینی زنان
54	6-3-2 فرایند کارآفرینی
56	7-3-2 گرایش کارآفرینانه
59	8-3-2 ابعاد گرایش کارآفرینی
59	1-8-3-2 استقلال
60	2-8-3-2 نوآوری
62	3-8-3-2 ریسک پذیری
63	4-8-3-2 پیشگامی

شماره صفحه	عنوان
65	2-3-8-5 رقابت تهاجمی
66	2-4 بخش سوم: فرهنگ سازمانی و کارآفرینی
66	2-4-1 فرهنگ کارآفرینانه
68	2-4-2 ابعاد فرهنگی کارآفرینی
72	2-5 بخش چهارم: آشنایی با جامعه آماری و بررسی پیشینه و مدل مفهومی تحقیق
72	2-5-1 مروری بر تاریخچه بانک کارآفرین
74	2-5-2 بررسی پیشینه تحقیق
80	2-5-3 جمع بندی فصل دوم
	فصل سوم : روش تحقیق
81	3-1 مقدمه
82	3-2 روش تحقیق از نظر نوع شناسی
82	3-3 جامعه آماری و روش نمونه گیری
82	3-3-1 جامعه آماری
83	3-3-2 نمونه و روش نمونه گیری
84	3-4 ابزارها و روشهای جمع آوری اطلاعات
86	3-5 بررسی اعتبار پرسشنامه
86	3-5-1 روایی ابزار اندازه گیری
86	3-5-2 سنجش روایی
87	3-5-3 پایایی (اعتماد پذیری)
87	3-5-4 سنجش پایایی
88	3-6 روشهای تحلیل اطلاعات
	فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده های تحقیق
90	4-1 مقدمه
91	4-2 تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی

شماره صفحه	عنوان
91	1-2-4 تفکیک پاسخگویان بر اساس جنسیت
92	2-2-4 تفکیک پاسخگویان بر اساس سابقه کار
93	3-2-4 تفکیک پاسخگویان بر اساس سطح تحصیلات
94	4-2-4 تفکیک پاسخگویان بر اساس سن
95	3-4 امتیاز سازمان از لحاظ فرهنگ سازمانی و مولفه های اصلی آن
108	1-3-4 مقایسه مولفه های اصلی فرهنگ سازمانی به تفکیک سابقه
109	2-3-4 مقایسه مولفه های اصلی فرهنگ سازمانی به تفکیک جنسیت
110	4-4 امتیاز سازمان از لحاظ گرایش کارآفرینی و مولفه های آن
114	5-4 آزمون فرضیات پژوهش
115	1-5-4 فرضیه اول (فرضیه اصلی):
117	2-5-4 فرضیه دوم:
119	3-5-4 فرضیه سوم:
121	4-5-4 فرضیه چهارم:
123	5-5-4 فرضیه پنجم:
	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
125	1-5 مقدمه
126	2-5 خلاصه و نتیجه گیری و پیشنهادات
134	3-5 محدودیت های تحقیق
134	4-5 پیشنهاد برای تحقیقات آتی
135	منابع و ماخذ
138	ضمائم

فهرست جداول

شماره صفحه	عنوان
58	جدول شماره 1 تحقیقات گرایش کارآفرینی با توجه به ابعاد بکار گرفته شده
85	جدول شماره 2 دسته بندی سوالات پرسشنامه بر اساس متغیرهای مورد سنجش
88	جدول شماره 3 آزمون اعتبار کل پرسشنامه با استفاده از آزمون کرونباخ
91	جدول شماره 4 توزیع فراوانی جنسیت
92	جدول شماره 5 توزیع فراوانی سابقه کار
93	جدول شماره 6 توزیع فراوانی سطح تحصیلات
94	جدول شماره 7 توزیع فراوانی سن
95	جدول شماره 8 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به توانمند سازی
96	جدول شماره 9 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به تیم سازی
96	جدول شماره 10 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به توسعه قابلیتها
97	جدول شماره 11 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به درگیر شدن در کار
97	جدول شماره 12 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به ارزشهای بنیادی
98	جدول شماره 13 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به توافق
98	جدول شماره 14 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به هماهنگی
99	جدول شماره 15 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط به سازگاری
99	جدول شماره 16 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با ایجاد تغییر
100	جدول شماره 17 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با مشتری گرایی
100	جدول شماره 18 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با یادگیری سازمانی
101	جدول شماره 19 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با انطباق پذیری
101	جدول شماره 20 بررسی میزان پراکندگی داده های مرتبط با جهت گیری استراتژیک
102	جدول شماره 21 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با اهداف و مقاصد
102	جدول شماره 22 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با چشم انداز
103	جدول شماره 23 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با رسالت

شماره صفحه	عنوان
103	جدول شماره 24 مقایسه امتیاز شاخص های متغیر مستقل فرهنگ سازمانی
105	جدول شماره 25 مقایسه امتیاز مولفه های فرعی متغیر مستقل فرهنگ سازمانی
108	جدول شماره 26 مقایسه مولفه های اصلی فرهنگ سازمانی به تفکیک سابقه
109	جدول شماره 27 مقایسه مولفه های اصلی فرهنگ سازمانی به تفکیک جنسیت
1110	جدول شماره 28 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با استقلال طلبی
111	جدول شماره 29 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با رقابت تهاجمی
111	جدول شماره 30 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با پیشگامی
112	جدول شماره 31 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با نوآوری
112	جدول شماره 32 بررسی میزان پراکندگی و تمرکز داده های مرتبط با ریسک پذیری
113	جدول شماره 33 مقایسه امتیاز شاخص های متغیر گرایش کارآفرینی سازمانی
115	جدول شماره 34 نتیجه آزمون همبستگی بین متغیر فرهنگ سازمانی و گرایش کارآفرینی
115	جدول شماره 35 رتبه آزمون ویلکاکسون بین متغیر فرهنگ سازمانی و گرایش کارآفرینی
116	جدول شماره 36 نتیجه آزمون ویلکاکسون برای فرضیه اول (test statistics)
117	جدول شماره 37 آزمون همبستگی بین متغیر درگیر شدن در کار و گرایش کارآفرینی
117	جدول شماره 38 آزمون ویلکاکسون بین دو متغیر درگیر شدن در کار و گرایش کارآفرینی
118	جدول شماره 39 نتیجه آزمون ویلکاکسون برای فرضیه دوم (test statistics)
119	جدول شماره 40 نتیجه آزمون همبستگی بین دو متغیر سازگاری و گرایش کارآفرینی
119	جدول شماره 41 آزمون ویلکاکسون بین دو متغیر سازگاری و گرایش کارآفرینی
120	جدول شماره 42 نتیجه آزمون ویلکاکسون برای فرضیه سوم (test statistics)
121	جدول شماره 43 نتیجه آزمون همبستگی بین دو متغیر انطباق پذیری و گرایش کارآفرینی
121	جدول شماره 44 آزمون ویلکاکسون بین دو متغیر انطباق پذیری و گرایش کارآفرینی
122	جدول شماره 45 نتیجه آزمون ویلکاکسون برای فرضیه چهارم (test statistics)
123	جدول شماره 46 نتیجه آزمون همبستگی بین دو متغیر رسالت و گرایش کارآفرینی
123	جدول شماره 47 رتبه های آزمون ویلکاکسون بین دو متغیر رسالت و گرایش کارآفرینی
124	جدول شماره 48 نتیجه آزمون ویلکاکسون برای فرضیه پنجم (test statistics)

فهرست نمودارها

شماره صفحه	عنوان
22	نمودار 1 الگوی دیل و کندی
32	نمودار 2 الگوی شاین
36	نمودار 3 مدل دنیسون
38	نمودار 4 رابطه کارآفرینی و سایر شاخه های علمی
51	نمودار 5 انواع کارآفرینی
55	نمودار 6 فرایند کارآفرینی
91	نمودار شماره 7 توزیع جنسیت
92	نمودار شماره 8 توزیع سابقه کار
93	نمودار شماره 9 توزیع سطوح تحصیلات
94	نمودار شماره 10 توزیع سن
104	نمودار شماره 11 مقایسه مولفه های فرهنگ سازمانی
106	نمودار شماره 12 مقایسه مولفه های فرعی فرهنگ سازمانی
106	نمودار شماره 13 گراف راداری امتیاز بدست آمده از شاخص های دوازده گانه
107	نمودار شماره 14 تصویر عمومی از شاخص های فرهنگ سازمانی در بانک کارآفرین
108	نمودار شماره 15 مقایسه مولفه های فرهنگ سازمانی به تفکیک سابقه
109	نمودار شماره 16 مقایسه مولفه های فرهنگ سازمانی به تفکیک جنسیت
113	نمودار شماره 17 مقایسه مولفه های گرایش کارآفرینی

فصل اول

کلیات تحقیق

1-فصل اول: کلیات تحقیق

1-1 مقدمه

مرور نوشته های صاحب نظران مدیریت مبین این واقعیت است که فرهنگ سازمانی، رفتار کارکنان را در سازمان شکل می دهد. همچنین با توجه به این که فرهنگ سازمانی، تأثیری بسزا بر رفتار مدیران و کارکنان در تمام سطوح سازمان دارد، آنها با قدرت می توانند توانایی یک سازمان را در تغییر جهت گیری استراتژیک آن، تحت تأثیر قرار دهند. از طرفی دیگر گرایش کارآفرینانه را می توان به مثابه یک استراتژی در سطح بنگاه دانست که بنگاهها از آن برای تصویب اهداف سازمانی، حفظ نگرش و ایجاد مزایای رقابتی استفاده می کنند در این فصل به بررسی کلیات تحقیق پرداخته شده است. جهت حفظ انسجام مطالب این فصل، ابتدا مسئله تحقیق بیان گردیده و سپس اهداف تحقیق، و فرضیه ها و در پایان این فصل نیز مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است.

1-2 بیان مسئله تحقیق

مطالعات نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی در یک سازمان مستلزم ایجاد زمینه‌های آن است و فرهنگ سازمانی یکی از مهمترین زمینه‌های رشد و توسعه کارآفرینی در یک سازمان تلقی می‌شود. با توجه به ترکیب جمعیتی جوان کشور و روند موجود در جامعه اطلاعاتی و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه به ویژه نفت خام و خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی باعث می‌شود که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کشور به منبع قابل اتکایی به جز مواد اولیه بیندیشند و بدون شک این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نمی‌باشد. (مقیم، 1388، 10)

امروزه در عرصه جهانی و بین‌المللی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی و تولیدی و خدماتی شده‌اند، چرخهای توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید. این مسئله ضرورت توسعه کارآفرینی به ویژه توسعه آن در سازمان و جامعه را بیان می‌دارد. هم در ادبیات آکادمیک (کوپن¹، 1991، 7) و هم در نشریات عمومی (پیترز²، 1982، 23) به این نکته اشاره گردیده است که کارآفرینی برای سازمانها با عملکرد بالا بسیار ضروری است.

بانکها موسساتی هستند که تعهدات کوتاه مدت را به دارایی‌های بلند مدت تبدیل می‌کنند و اجرای صحیح این فرایند، توانایی بانکها در پاسخ‌گویی به برداشت‌های مشتریان و تقاضاهای جدید برای وام را می‌طلبد، برای رسیدن به مدیریت نقدینگی کارآمد نیاز به ساختار سازمانی مناسب، ابزارهای کم‌هزینه و متنوع و سیستم اندازه‌گیری و پایش نقدینگی می‌باشد. مشکل اصلی مدیریت نقدینگی در سیستم بانکداری اسلامی مربوط به کمبود ابزارها و روش‌های تامین مالی می‌باشد که لازمه حل آن توسعه نظام تامین مالی اسلامی با رویکردی نوآورانه می‌باشد. در مورد بانکهای خصوصی اهدافی کلیدی وجود دارند که عبارتند از: اصلاح وضعیت شبکه شعب، کاهش هزینه ارائه خدمات، افزایش کارایی شبکه بانکی، گسترش تنوع خدمات بانکی، بهبود در کیفیت خدمات و افزایش در سرعت ارائه خدمات. که از همه این موارد مهمتر بهبود وضعیت نیروی انسانی است. چرا که اگر همه این عوامل و منابع مهیا باشند ولی منابع انسانی کارآمد و پویا در سازمان وجود نداشته باشد هیچ کدام از عوامل مذکور نخواهند توانست کارایی و اثربخشی موثری داشته باشند. از سوی دیگر بانکها می‌باید برای جلب رضایت مشتریان و حفظ مشتریان موجود خود تلاش وافر انجام دهند. از همین رو و با توجه به اینکه در کشور ما اجرای قانون یکسان سازی سودهای سپرده در همه بانکهای خصوصی و دولتی اجرا گردیده است، منجر گردیده تا قدرت مانور بانکهای خصوصی در زمینه استفاده از ابزار سود دهی به مشتریان و جلب نظر آنان بسیار محدود گردد. از همین رو بانکهای خصوصی برای جذب مشتریان بیشتر و جلب نظر آنها به سرمایه‌گذاری در بانکهای خود باید بدنبال راههای نوین و تازه تری باشند تا بتوانند در جهت رشد و توسعه گام بردارند. همچنین بدلیل وجود رقبای دولتی

¹ Covin

² Peters

و خصوصی در این صنعت نیاز به نوآور بودن و داشتن روحیه تغییر پذیری در تمامی سطوح سازمان به مراتب بیشتر احساس می شود. با توجه به این مسئله این پژوهش به ارزیابی تاثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین می پردازد.

1-3 اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:

با توجه به اینکه کشور ما با مشکلات اقتصادی مانند نرخ تورم و بیکاری مواجه است. برای رهایی از این مسائل نیاز به کارآفرینان سازمانی دارد تا در راستای رشد و توسعه سازمان و جامعه دست به کار شوند. ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی و همچنین بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی برای جوامع در حال توسعه ای مانند ایران ضروری و حیاتی می باشد. نکته دیگری را که می توان در باب اهمیت و ضرورت انجام تحقیق بیان داشت این است که در دنیای در حال تحول امروز کامیابی برای جوامع و سازمانهایی میسر است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازند. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند و با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را برای رسیدن به رشد و توسعه هدایت نماید، محققان از دنیای امروز به عنوان عصر نبود تداوم یاد می کنند. به این معنی که دیگر تجارب و راه حل های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمان کارگشا نیستند. باید به شیوه ای دیگر اندیشید و به دنبال راهکارهای جدید سازمانی بود تا بتوان کالاها و خدمات را با کمترین هزینه و با کیفیت برتر آنگونه که در شرایط بازار جهانی بتوانیم رقابت کنیم و برنده این مسابقه جهانی باشیم تولید کرد. بانک کارآفرین به عنوان بنگاهی که بر پایه اعتمادی که افکار عمومی، مشتریان، سهامداران و کارمندان به آن دارند استوار گردیده است و این اعتماد ناشی از شفافیت، درستکاری و سلامتی است که در رفتار سازمانی کارکنان، مدیران و هیأت مدیره بانک کارآفرین همواره به آن معتقد و پایبند بوده اند ناشی گردیده است. در بانک کارآفرین کسب رضایت و حفظ منافع مشتریان دارای اهمیتی برابر با منافع بانک بوده و تضییع حقوق مشتریان به هیچوجه، حتی به دلیل کسب منافع برای بانک قابل قبول نیست. بانک کارآفرین به عنوان بنگاهی خوشنام و با امکانات بالقوه فراوان برای رشد و توسعه، برخورداری از سازمان و نیروی انسانی نسبتاً جوان، مالکیت خصوصی و امکان مدیریت حرفه ای دستیابی به افق های جدید و تعالی سازمانی را سرلوحه اهداف خود قرار داده است و برای رسیدن به این اهداف بهره گیری از راهبردهای دانش محور را با استفاده از فن آوری روزآمد، هدف گذاری صحیح، اعتماد به سرمایه های انسانی، پویایی سازمانی مدنظر قرار داده است تا با انعطاف پذیری در شرایط ناپایدار محیط بین المللی ضمن شناخت صحیح از فرصت ها با چالاکي چالش ها را با موفقیت پشت سر بگذارد. تا بتواند به ماموریتی که در سند چشم انداز بانک مبنی بر تقویت ساختار مالی بنگاه های کارآفرینی (مشتریان هدف) و کمک به رشد پایدار کسب و کار آنها از طریق ابداع و ارائه «راهنمای نوآورانه مالی» بمنظور هموارسازی مسیر توسعه اقتصادی، توانمندسازی و ارتقاء جایگاه بخش خصوصی است برسد. از این رو ضروری به نظر می رسد

که برای تحقق این اهداف در بانک کارآفرین باید به پرورش مفاهیم آموزشی و عملی شدن آن مفاهیم به صورت تغییرات رفتاری و عملکردی کوشش نمود. یکی از راهکارها ایجاد تفکر استراتژیک در سازمان است. ایجاد تفکر استراتژیک در سازمان باعث درک بهتر سازمان و محیط آن شده و به خلاقیت های مکرر منجر می شود و می توان گفت اثر سینرژیک در توسعه بلند مدت جامعه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به دنبال خواهد داشت.

4-1 اهداف تحقیق

1-4-1 هدف اصلی

به طور کلی مهمترین هدف انجام این تحقیق بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین می باشد.

2-4-1 اهداف فرعی

- شناخت فرهنگ سازمانی (فرهنگ کلان) حاکم بر بانک کارآفرین
- شناخت خرده فرهنگهای موجود در بخش های مختلف بانک کارآفرین

5-1 سؤالات یا فرضیه های تحقیق:

فرضیه اهم:

فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین تاثیر دارد

فرضیات اخص:

- درگیر شدن در کار بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین تاثیر دارد.
- سازگاری (ثبات و یکپارچگی) بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین تاثیر دارد.
- انطباق پذیری بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین تاثیر دارد.
- رسالت یا ماموریت بر گرایش کارآفرینی سازمانی در بانک کارآفرین تاثیر دارد.

6-1 قلمرو تحقیق:

قلمرو مکانی این تحقیق محدود به واحد ستادی بانک کارآفرین بوده و پژوهش مزبور نیز در برگیرنده مولفه های فرهنگ سازمانی و گرایش کارآفرینی سازمانی در حوزه مدیریت کسب و کار است. قلمرو زمانی تحقیق از پاییز 1389 لغایت اسفند ماه 1389 می باشد.

7-1 حجم جامعه، حجم نمونه و روش نمونه گیری

این تحقیق مدیران و کارشناسان بانک مزبور را که جمعا 353 نفر می باشند پوشش می دهد که تعداد 106 نفر بعنوان حجم نمونه مورد سنجش قرار می گیرند و با توجه به نیروی انسانی شاغل در بانک از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده می شود. همچنین برای تجزیه و تحلیل و حصول نتایج از داده های جمع آوری شده با در نظر گرفتن روش انجام تحقیق از یک سلسله

فنون آماری مرتبط استفاده شده و برای سهولت در استفاده از این فنون آماری از نرم افزار SPSS نسخه 16 بهره گرفته می شود.

8-1 روش تحقیق

این تحقیق بر حسب هدف از نوع کاربردی و برحسب نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی-زمینه یابی می باشد.

9-1 ابزار گردآوری داده ها

در این تحقیق از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری داده ها استفاده می شود که برای سنجش فرهنگ سازمانی از پرسشنامه دنیسون و برای سنجش گرایش کارآفرینی از پرسشنامه دس و لامپکین در قالب یک پرسشنامه تلفیقی استفاده خواهد شد.

10-1 تعریف متغیرهای تحقیق:

1-10-1 تعریف متغیرها (نام گذاری، دسته بندی)

متغیر وابسته	متغیر مستقل
گرایش کارآفرینانه:	فرهنگ سازمانی:
استقلال طلبی – نوآوری – ریسک پذیری- پیشگامی و رقابت جویی	درگیر شدن در کار- سازگاری - انطباق پذیری و رسالت

2-10-1 تعریف نظری متغیرها

الف (فرهنگ سازمانی

در این تحقیق برای سنجش فرهنگ سازمانی به عنوان متغیر مستقل از مدل دنیسون که ویژگی های فرهنگی را در چهار بعد زیر تقسیم بندی نموده است استفاده شده است:

درگیر شدن در کار

سازمانهای اثر بخش افرادشان را توانمند می سازند. سازمانها را بر محور گروههای کاری تشکیل می دهند و قابلیت های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می دهند. اعضای سازمان به کارشان متعهد شده و خود را به عنوان پاره ای از پیکره سازمان احساس می کنند که در تصمیم گیری نقش دارند و این تصمیمات است که بر کارشان موثر است و کار آنها مستقیماً با اهداف سازمان پیوند دارد. (بختایی، 1384)

در مدل دنیسون این بعد با سه شاخص اندازه گیری می شود که عبارتند از:

توانمند سازی : افراد، اختیار و ابتکار و توانایی برای اداره کردن کارشان را دارند. این امر نوعی حس مالکیت و مسئولیت در سازمان ایجاد می کند.

تیم سازی : در سازمان به کار گروهی در جهت اهداف مشترک ارزش داده می شود، به طوری که کارکنان به مانند مدیران احساس می کنند در محل کار خود پاسخگو هستند.

توسعه قابلیت ها : سازمانها به منظور تامین نیازها و باقی ماندن در صحنه رقابت به طور مستمر به توسعه مهارتهای کارکنان می پردازند. (دنیسون، 2000)

سازگاری (ثبات و یکپارچگی):

سازمانهای اثر بخش سازمانهایی هستند که با ثبات و یکپارچه بوده و رفتارهای کارکنان از ارزشهای بنیادین نشأت گرفته باشد. رهبران و پیروان در راه رسیدن به توافق مهارت یافته و فعالیت های سازمان به خوبی هماهنگ و پیوسته است. (کاوسی، 1388، 70)

این بعد با سه شاخص به شرح ذیل اندازه گیری می شود :

ارزشهای بنیادین : اعضای سازمان در یک دسته از ارزشهایی که هویت و انتظارات آنها را تشکیل می دهند شریک هستند.

توافق: اعضای سازمان قادرند در اختلافات مهم به توافق برسند. این توافق هم شامل توافق در سطح زیرین و هم توانایی در ایجاد توافق در سطوح دیگر می باشد.

هماهنگی و پیوستگی : واحدهای سازمانی با کارکردهای متفاوت می توانند برای رسیدن به اهداف مشترک خیلی خوب باهم کار کنند. (بختایی، 1384)

انطباق پذیری :

سازمانهایی که به خوبی یکپارچه هستند به سختی تغییر می یابند. لذا یکپارچگی درونی و انطباق پذیری بیرونی را می توان مزیت و برتری سازمان به حساب آورد. (بختایی، 1384)

این بعد نیز با سه شاخص مورد بررسی قرار می گیرد:

ایجاد تغییر: سازمان قادر است راههایی برای تامین نیازهای تغییر ایجاد کند و می تواند محیط سازمان را بشناسد، به محرک های جاری پاسخ دهد و از تغییرات آینده پیشی جوید.

مشتری گرایی: سازمان مشتریان را درک می کند و به آنها پاسخ می دهد و پیشاپیش در صدد تامین آینده بر می آید. در واقع مشتری گرایی نشان دهنده اقداماتی است که سازمانها و موسسات در جهت راضی نگه داشتن مشتریان بر می دارند.

یادگیری سازمانی: میزان علائم محیطی را که سازمانها و یا موسسات دریافت، ترجمه و تجزیه و تحلیل و تفسیر می کنند و فرصتهایی را که برای تشویق، خلاقیت، سبک دانش و توسعه توانایی ها ایجاد می کنند، اندازه می گیرد. (دنیسون، 2000)

رسالت یا ماموریت:

سازمانهای موفق درک روشنی از اهداف و جهت خود دارند، طوری که اهداف سازمانی و اهداف استراتژیک را تعریف کرده و چشم انداز سازمان را ترسیم می کنند. (کاوسی، 1388، 71)

این بعد نیز توسط سه شاخص اندازه گیری می شود که عبارتند از :

گرایش و جهت گیری استراتژیک: گرایشهای استراتژیک روشن جهت اهداف سازمانی را نشان می دهد و هر شخص می تواند خودش را در آن بخش مشارکت دهد.

اهداف و مقاصد: اهداف با استراتژی ماموریت و افق دید سازمان پیوند می یابد و سمت و سوی کار افراد را نشان می دهد.