

بررسی رابطه ابعاد فرهنگی هافستد با شکل گیری شبکه های خط

مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران

سنجر سلاجقه^{۱*}، محمد صفری دشتکی^۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۱/۱۴ صص ۲۶-۱ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۱۵

چکیده

این مقاله به بررسی رابطه ابعاد فرهنگی هافستد با شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران پرداخته است. از نظر هدف، توسعه ای و کاربردی است که به روش کتابخانه ای و پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش اساتید دانشگاهها و کارشناسان اداری نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور می باشد؛ با توجه به حجم بالای جامعه آماری و عدم دسترسی به آمار آن، حجم نمونه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای به تعداد ۸۳۷ نفر انتخاب گردیده است. داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه سنجش نگرش های فرهنگی هافستد و پرسشنامه محقق ساخته شبکه های خط مشی جمع آوری شده است. روایی محتوایی پرسشنامه های مذکور به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۹۰ و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۴۸ و ۰/۸۲۵ محاسبه گردیده است. تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی با کمک نرم افزار SPSS انجام شده است نتایج این پژوهش نشان می دهد که بین خصوصیات فرهنگی جمع گرایی، فاصله کم قدرت، عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان و زن سالاری و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد.

کلمات کلیدی: ابعاد فرهنگی هافستد، شبکه های خط مشی، نظام آموزش عمومی کارآفرینی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

۲- دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی

*-نویسنده مسئول: تلفن: ۰۹۱۷۷۰۳۳۹۷۳ پست الکترونیک: s.salajegheh2009@gmail.com

مقدمه

عصر حاضر عصر پیچیدگی^۱ و شبکه‌هاست و برای برخورد با مسائل پیچیده و شبکه‌ای باید به راه‌حل‌های پیچیده و شبکه‌ای روی آورد (danaeifard, 2013, p101). بسیاری از اندیشمندان، شبکه‌ها را پارادایمی جدید در معماری پیچیدگی^۲ می‌دانند و معتقدند که شبکه‌ها تنها شکل حکمرانی بوده که قادر به برخورد مناسب با مسائل پیچیده جوامع امروزی است (Khajeh Naeini and et al, 2014, p6). با اتخاذ رویکرد شبکه‌ای می‌توان نقایص و کاستی‌های بوروکراسی دولتی نظیر چشم اندازه‌های محدود، کمبود منابع، عدم انعطاف، دانش محدود و منسوخ شده و نیز نقایص نظام بازار، نظیر ناتوانی در ارائه کالا و خدمات عمومی، ایجاد نابرابری‌های اجتماعی و... را جبران و چنین نارسایی‌ها را مرتفع کرد (p57). (Ranaei Kordshooli and Mortazavi-2012). به همین علت در دهه گذشته واژه‌های شبکه و شبکه‌سازی در بیشتر مباحث مدیریت دولتی و خط‌مشی عمومی دولت متداول شده است (danaeifard, 2013, p71). رویکرد شبکه‌ای با توسعه روابط و همکاری بین دولت و بخش خصوصی ظرفیت‌های ملی را در برخورد با مسائل و نیز تحقق اهداف، توسعه بخشیده و با ایجاد هم‌افزایی بیشتر، امکان ارائه کالا و خدمات عمومی را به نحو مؤثرتری فراهم می‌کند (Ranaei Kordshooli and Mortazavi, 2012, p2)

از طرفی در سطح کلان، رشد و توسعه اقتصادی جوامع مرهون کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه توسط شرکت‌های کارآفرین است (Zali and Kordnaeich, 2007, p5). کارآفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته شده است، از اینرو دولت‌ها موظفند خط‌مشی‌های گوناگونی را در راستای ایجاد، حمایت و توسعه کارآفرینی تدوین نمایند. (Daneshfard and Jalili, 2010, p181). دولت‌ها از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌توانند موجب رشد کارآفرینی شوند (Alvani, 2011, p8) and et al). به همین دلیل کارآفرینی یکی از اولویت‌های اصلی خط‌مشی‌گذاران دولتی است. (Davari and rezaei, 2006, p111) خط‌مشی‌های کارآفرینی^۳، اصولی هستند که به منظور جهت‌دهی به تصمیم‌ها، اقدامات و تلاش‌های سازمان‌های مختلف با هدف ایجاد و توسعه کارآفرینی به کارگرفته می‌شوند. خط‌مشی کارآفرینی شامل حوزه‌های ترویج کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، موانع ورود و خروج کارآفرینی، پشتیبانی و راه‌اندازی کسب و کار، تامین سرمایه‌گذاری اولیه و گروه‌های هدف خاص می‌گردد (p148).

1 - Age of complexity

2 - Architecture complexity

3--Entrepreneurship Policy

(danaeifard, 2013). شواهد موجود نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه برنامه‌های آموزشی پرورش یابد. از نظر هالم و مایلی (۱۹۹۶) لازم‌ه توسعه کارآفرینی آموزش آن است. آموزش کارآفرینی کلید اصلی ارتقاء، درک و توسعه دیدگاه افراد در جامعه نسبت به کارآفرینی است (DehmordeGhaleno and et al, 2015, p1). منظور از آموزش کارآفرینی، مهارت‌های کسب و کار اعم از آموزش‌های تخصصی و عمومی می‌باشد که برای سطوح مختلف جامعه ارائه می‌شود. در همین راستا یکی از عوامل موثر در توسعه کارآفرینی توجه به آموزش کارآفرینی است. امروزه در تمامی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در همه پایه‌های تحصیلی، آموزش و ترویج کارآفرینی جایگاه ویژه‌ای دارد، از سوی دیگر این که نظام آموزش کارآفرینی به چه شکلی عمل می‌کند تحت تاثیر تصمیمات کلانی است که توسط مراجع این حوزه تخصصی اتخاذ می‌شود. به عبارت دیگر خط‌مشی‌های وضع شده، تعیین‌کننده جهت و مسیر این حرکت هستند. از جمله مسائلی که برخی از نظام‌های اجرایی کشور ایران با آن درگیر می‌باشند فقدان یک سیستم جامع خط‌مشی‌گذاری است (Alvani and et al, 2011, p6). خط‌مشی آموزش کارآفرینی به کلیه برنامه‌ها و طرح‌هایی که در کشورهای جهان به منظور افزایش گرایش به کارآفرینی اجرا شده‌اند؛ شامل تدوین سیاست، اجرا و ارزیابی سیاست اطلاق می‌شود. (Alvani and et al, 2011, p13). خط‌مشی‌های آموزش کارآفرینی در جهان انواع متعددی دارد برخی از این خط‌مشی‌ها عبارتند از:

- معرفی الگوهای برتر کارآفرینی
- تدوین سند ملی آموزش و توسعه کارآفرینی
- ایجاد دانشکده‌های کارآفرینی
- تقویت آموزش عمومی کارآفرینی
- ایجاد تغییر و تحول در نظام آموزش و پژوهش کارآفرینی

تغییر شیوه‌های آموزش در دانشگاه‌ها از نظری به عملی (Vander Veld, 2004, p28). در حوزه خط‌مشی‌گذاری در نظام کارآفرینی بخش‌ها و شبکه‌های مختلف همکاری بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار هستند و از آن پیش‌تیبانی می‌کنند، یکی از این شبکه‌ها و بخش‌ها دولت است که با تدوین و اجرای خط‌مشی‌های مناسب نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کند. اما با توجه به اینکه موضوع کارآفرینی و ارزش‌آفرینی از طریق توسعه کسب و کارها از موضوعات مهم و مطرح کشور حداقل طی دو دهه گذشته بوده است؛ اما عملاً شاهد پیشرفت و توسعه این بخش نبوده و رشد و توسعه اقتصادی کشورمان شاهد تأثیر اندک این بخش بر فعالیت‌های کلان اقتصادی بوده است. (Atarodian, 2013, p1-2).

بر اساس گزارش موسسه توسعه جهانی کارآفرینی (G.E.D.I) در سال ۲۰۱۶ ایران در شاخص کارآفرینی در بین ۱۳۰ کشور جهان رتبه ۸۰ و در بین ۱۵ کشور خاورمیانه رتبه ۱۴ را به خود اختصاص داده است (Global Report on the state of , 2015) . عوامل متعددی می تواند علت این ناکارآمدی باشد، یکی از این عوامل، عدم شکل گیری منسجم ارتباطات بین سازمانی در سازمان های مسئول در نظام آموزش عمومی کارآفرینی در قالب شبکه های خط مشی می باشد. نظام فعلی آموزش عالی بطور عام و آموزش عمومی کارآفرینی بطور خاص در حال حاضر از سوی مشکلات عدیده ای مورد تهدید واقع می شود از جمله این مشکلات می توان به برنامه ریزی های کوتاه مدت، موازی کاری ها و عدم انسجام در برنامه های آموزشی کارآفرینی اشاره نمود. جهت رفع این مشکل نیاز به خط مشی گذاری علمی و صحیح است و نیل به این هدف مستلزم مطالعه هدفمند و علمی نظام خط مشی گذاری در این حوزه است (p6 , Alvani and et al,2011). برخی دیگر از پژوهشگران نیز معتقدند که در حال حاضر دستگاهها و نهاد های متعددی در تدوین خط مشی برای نظام آموزش کارآفرینی دخالت دارند این تنوع و تعدد نهادها به همپوشانی ها، دوباره کاری ها و نابسامانی در سیاستگذاری این نظام منجر شده است. از طرف دیگر، گسترش سازمان ها موجب استقلال سیاستگذاری در آنها گردیده این موضوع وحدت خط مشی را سلب می کند و فرایند خط مشی گذاری را وارد مرحله دشوارتری می گرداند (Taslimi, 2013, p26). به همین علت یکی از مشکلات موجود در نظام خط مشی گذاری سلسله مراتبی، بروز پدیده شکاف خط مشی^۱ یا عدم انسجام^۲ بین خط مشی هاست. عدم انسجام خط مشی زمانی رخ می دهد که دیگر خط مشی ها تعمداً و یا تصادفاً اثرات یک خط مشی را تخریب کرده یا در جهت مخالف آن عمل کنند (Ashoff, 2005، p115). این پدیده که ناشی از نظام خط مشی گذاری سنتی است به وفور در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران قابل مشاهده است به نحوی که برنامه های دانشگاهها، سازمان ها و نهادهای دولتی و خصوصی و مردم نهاد را در زمینه های آموزش کارآفرینی، علی رغم سرمایه گذاری های هنگفت کم اثر نموده است. یکی از راهکارهای مقابله با پدیده عدم انسجام خط مشی، شکل دهی شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی است. شبکه های خط مشی مجموعه ای از روابط و وابستگی های متقابل بین نهاد ها، سازمان ها و مراجع ذی مدخل در یک حوزه توأم با روابط

1 - Policy Gap

2 -Coherence

غیر سلسله مراتبی است که در فرایند تدوین، اجراء و ارزیابی خط مشی ایفای نقش می کنند (Ranaei Kordshooli and Mortazavi, 2012, p72). شبکه های خط مشی دارای فواید متعددی هستند. از جمله اینکه کانال های ارتباطی گسترده ای را فراهم می آورند و اقدام جمعی را تسهیل می کنند. (Gilchrist, 2009, p170). هزینه های دسترسی مدیران را به اطلاعات لازم کاهش می دهند. (Barzel, 1997, p240). شبکه ها موجب مشارکت گروههای ذی نفع و سازمان های اجرایی در خط مشی گذاری می شوند و بنابراین موجب افزایش اثربخشی دولت ها می گردند (Kickert et al, 1997, p150). شبکه ها از طریق مشارکت باعث افزایش مشارکت و پذیرش خط مشی در اجتماع شده و اجرای آن را تسهیل می نمایند (Hazlehurst, 2001). همچنین در شبکه ها، مشکلاتی بررسی می شود که هیچ یک از گروهها به تنهایی نتوانسته اند آن ها را حل کنند (Whit all, 2007). از سوی دیگر شبکه های خط مشی دارای ویژگی های خاص خود هستند که آن ها را از ساختارهای سنتی و سلسله مراتبی متمایز می گرداند. آلتز و هیچ (۱۹۹۳) داشتن هدف و آرمان مشترک، همکاری مشترک، ساختار افقی یا غیر سلسله مراتبی، همکاری داوطلبانه، همکاری مستمر و نسبتاً پایدار، همکاری تخصصی و مکمل، استقلال کاری، خود تنظیمی و خود کنترلی را به عنوان ویژگی های مهم شبکه های خط مشی برشمردند (Alter and Hage, 1993). در نتیجه با توجه به فواید شبکه های خط مشی در نظام خط مشی گذاری، می توان از این مدل برای رفع نارسایی های موجود در نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور استفاده کرد و اقدامات پرانگه، ناهماهنگ، موازی کاری ها و تلاش های جزیره ای و غیر منسجم دانشگاهها، سازمان ها، نهاد های عمومی و مردم نهاد و بخش خصوصی را هماهنگ، منسجم و یکپارچه نمود. استقرار شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی مستلزم فراهم نمودن عوامل و بسترهای لازم در سازمانها، نهاد ها، دانشگاهها و سایر دستگاههای اجرایی مسئول در حوزه آموزش کارآفرینی است. یکی از این عوامل مهم و زمینه ساز، عوامل فرهنگی است. هافستد (۱۹۹۴) فرهنگ را یک برنامه ذهنی جمعی که اعضای یک گروه یا دسته ای از افراد را با یکدیگر متفاوت می کند تعریف می کند (Hoseini, 2016, p3-4). فرهنگ سازمانی یک دسته از ارزش هاست که اغلب مورد پذیرش و تایید قرار می گیرند و در داخل یک سازمان به اشخاص کمک می کنند تا نسبت به اقداماتی که قابل قبول تلقی می شوند و اقداماتی که غیر قابل قبول به حساب می آیند معرفت پیدا کنند. (Griffin, 2011, p51). از نظر رابینز فرهنگ سازمانی، شیوه انجام گرفتن امور در سازمان را برای کارکنان مشخص می کند. فرهنگ سازمانی ادراکی یکسان از سازمان است که وجود آنها در همه اعضای سازمان مشاهده می گردد و نشان دهنده مشخصات معمول و

ثابتی است که سازمان را از دیگر سازمان ها متمایز می نماید به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی، هویت اجتماعی سازمان را مشخص می کند (Seyed Javadein, 2007, p418). یکی از کارکردهای مهم نظام فرهنگی ایجاد هماهنگی، انسجام و همبستگی بین نهاد ها و اجزای مختلف نظام اجتماعی است به گونه ای که یکپارچگی آن حفظ شود. (Panahi, 2006, p101 and Morseli). امروزه ملاحظات فرهنگی با شتاب به درون جهان اندیشه و عمل توسعه، در ابعاد گوناگون سیاسی و اقتصادی منتقل شده و راهبرد های مردم محور توسعه انسانی را جایگزین راهبردهای کالامحور توسعه اقتصادی کرده است. بر پایه گزارش کمیسیون جهانی سازمان ملل (۱۹۹۵) مفهوم پردازی مجدد توسعه در پرتو مفاهیم انسانی، فرهنگ را از حاشیه تفکر اقتصادی به کانون صحنه آورده و مفاهیم توسعه اقتصادی و انسانی و فرهنگی را در نظریه جامع تری، در جهان رو به توسعه، مورد توجه قرار داده است (Saljoghi, 2009, p59). ظهور و توسعه کارآفرینی یک پدیده تصادفی نبوده بلکه این پدیده وابسته به فاکتور های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است (Kord, Abtin, 2009, p75) عمده رویکردهای کارآفرینی، رویکرد اقتصادی بوده است؛ اما امروزه صاحب نظران دو رویکرد دیگر را در کنار رویکرد اقتصادی مطرح می کنند که عبارتند از: رویکرد فرهنگی - اجتماعی و رویکرد روان شناختی یا شخصیت کارآفرینانه، رویکرد فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی را به محیط یا زمینه فرهنگی - اجتماعی مرتبط می کند و به فرهنگ به عنوان عامل تعیین کننده کارآفرینی می نگرد و برای رشد کارآفرینی در یک جامعه تناسب بین سازه های ایدئولوژیکی و رفتار اقتصادی را ضروری می داند. (Zameni, 2013) در نتیجه یکی از عوامل موثر بر کارآفرینی فرهنگ است. تاکنون مطالعات متعددی در مورد رابطه بین فرهنگ ملی و کارآفرینی انجام شده است در این خصوص می توان به مطالعات میشل و همکاران (۲۰۰۰)، مگ گراث و مک میلان (۱۹۹۲)، مولر و توماس (۲۰۰۰)، دیوید سون و ویکالند (۱۹۹۷)، و همچنین به تحقیقات استفان و اولانر (۲۰۱۰) و پاتریک و ونبرگ (۲۰۱۰) اشاره نمود (Hoseinia, 2016, p2). از آنجایی که فرهنگ به عنوان یکی از مؤلفه های تاثیرگذار بر شکل گیری ارتباطات بین سازمانی و شبکه های خط مشی قلمداد می گردد، در نتیجه این پژوهش به دنبال بررسی رابطه ابعاد عوامل فرهنگی هافستد با شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران می باشد تا سازمان ها و مراجع خط مشی گذار بتوانند با استفاده از ظرفیت های فرهنگی، قابلیت های لازم برای شکل گیری و توسعه شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور، فراهم سازند. یکی از روش

های مورد استفاده برای تحلیل وضعیت و شرایط فرهنگی جوامع، نوع شناسی گریت هافستد^۱ در اواخر دهه ۱۹۷۰ میلادی است. هافستد در مطالعات خود در چهل کشور مختلف جهان، ابعاد فرهنگی جوامع، را بر اساس چهار بعد زیر تقسیم کرد. (2009, p601, Ghasemi؛ Gholipour, 2014, p180-183؛ Moghimi, 2007, p167-169؛ Danaeifard, 2009)

الف: بعد فرهنگی فردگرایی در برابر بعد فرهنگی جمع گرایی^۲

این بعد فرهنگی به ماهیت روابط میان فرد با افراد دیگر ارتباط دارد. جامعه فردگرا جامعه ای است که در آن پیوند بین افراد بسیار سست، و هرکس در پی منافع خویش است و به افراد آزادی عمل زیادی داده می شود تا جهت گیری ها و فعالیت های خود را رأساً انتخاب کنند. در مقابل، جامعه ای که به بعد فرهنگی جمع گرایی ارجح می نهد از افراد انتظار دارد تا به منافع یکدیگر توجه داشته باشند. چنین جامعه ای به خانواده گسترده ای می ماند و از هر فرد انتظار دارد تا به منافع یکدیگر توجه داشته باشند. (Gholipour, 2014, p180-183)

منظور از فردگرایی وجود یک چارچوب اجتماعی نه چندان منسجم است که افراد بیشتر به منافع خود توجه می کنند و تنها به افراد نزدیک خانواده رسیدگی و کمک می کنند. در جامعه ای که فردگرایی حاکم باشد افراد به میزان زیادی احساس آزادی می کنند. برعکس، جمع گرایی به این معنی است که یک چارچوب اجتماعی محکمی وجود دارد و افراد انتظار دارند سایر کسانی که در این گروه قرار دارند مثل سازمان به آنان توجه کنند و هرگاه با مشکلی مواجه شوند به حمایت از آنان برخیزند و آنها احساس می کنند که باید به گروه وفاداری زیادی داشته باشند (Abbas Zadeh, 2014, p28)

ب: بعد فرهنگی پذیرش فاصله کم قدرت^۳ در برابر بعد فرهنگی پذیرش فاصله زیاد قدرت

فاصله قدرت به ابزاری که در یک جامعه برای مدیریت از آن استفاده می شود ارتباط دارد. این ابزار واقعیتی است که می گوید: افراد با هم برابر نیستند، در برخی جوامع نابرابری کم و در برخی دیگر نابرابری زیاد است. جامعه ای که می کوشد تا نابرابری های قدرت و ثروت را در حد امکان کاهش دهد جامعه با فاصله کم قدرت شناخته می شود، اما جامعه ای که نابرابری در ثروت و قدرت را توجیه می کند به عنوان جامعه با فرهنگ فاصله زیاد قدرت تلقی می شود. (Gholipour, 2014, p180-183). جامعه ای که در آن فاصله قدرت زیاد است

¹ - Geert Hofstede

² - Individualism VS. Collectivism

⁶ - Power Distance

تفاوت قدرت و توزیع نابرابر در سازمان را می‌پذیرند و کارکنان برای مقامات بالای سازمان احترام زیادی قائل می‌شوند. در کشورهایی که فاصله قدرت کم است افراد نابرابری‌های زیادی را در سازمان مشاهده نمی‌کنند و مقامات ارشد دارای قدرت هستند اما زیردستان از آنها ترس و واهمه‌ای ندارند. (Abbaszadeh, 2014, p28)

ج): بعد فرهنگی اجتناب از عدم اطمینان^۱ در برابر بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان

اجتناب از عدم اطمینان، بیانگر میزان مخاطره‌پذیری جامعه‌ها نسبت به همدیگر است، از نظر مواجهه با ابهام و نامعلومی جوامع با هم متفاوت‌اند. برخی از جوامع به شهروندان خود این موضوع را القا می‌کنند که ابهام یک واقعیت است و افراد نمی‌توانند برای تغییر آن کار زیادی انجام دهند. جوامع دیگر، افرادی خود را تشویق می‌کنند تا بر آینده نفوذ کنند و بر آن تأثیر بگذارند و یا حتی آن را تغییر دهند. (Ghasemi, 2009, p601) بی‌شک ما در دنیایی نامطمئن زندگی می‌کنیم و آینده ناشناخته و مبهم بوده و خواهد بود. در چنین شرایطی جوامع مختلف در برابر پدیده عدم اطمینان به روش‌های مختلف از خود واکنش نشان می‌دهند و در برخی از جوامع، افراد و اعضای جامعه تلاش می‌کنند تا پدیده عدم اطمینان را بپذیرند. افراد این جوامع از خطر نمی‌ترسند و افراد به طور نسبی احساس امنیت می‌کنند. برعکس، جامعه‌ای که از نظر اجتناب از پدیده عدم اطمینان در سطح بالایی قرار دارد اعضای آن دچار اضطراب و وحشت شدیدی هستند و در برابر آینده مبهم، تنش زیادی از خود نشان می‌دهند و پرخاشگر و ناآرام هستند. سازمان‌هایی که در این کشورها قرار دارند دارای قوانین و مقررات رسمی هستند و افراد نسبت به رفتار و عقاید مختلف، هیچگونه بردباری و شکیبایی از خود نشان نمی‌دهند (Abbaszadeh, 2014, p28).

د) بعد فرهنگی مرد سالاری در برابر بعد فرهنگی زن سالاری^۲

اساس این بعد فرهنگی چگونگی تقسیم نقش‌ها بین جنسیت‌ها مختلف در جوامع گوناگون است. در جوامع مردگرا بر ارزش‌هایی مانند مثبت‌اندیشی، به دست آوردن پول و عدم توجه به دیگران تأکید می‌شود. در جوامع با بعد فرهنگی زن‌گرا، ارزش‌های مسلط بر جامعه شامل مواردی چون همکاری میان افراد، حفظ محیط زیست، اهمیت قائل شدن برای کیفیت زندگی و... است. در برخی از جوامع مردسالار به هر دو گروه زن و مرد اجازه داده می‌شود تا نقش‌های متفاوتی به‌عهده بگیرند و بر این نکته تأکید می‌شود که افراد از نظر

¹ -Uncertainty Avoidance

² -Masculinity VS. femininity

جنس، نقشی که باید در کارها ایفا کنند به شدت از یکدیگر تفکیک شوند و بین نوع کاری که مرد یا زن باید انجام دهند تفکیک قائل شده‌اند. (Moghimi, 2007, p167-169) هافستد مدعی است که «توزیع فعالیت به گونه‌ای است که مردان عهده دار مشاغل می‌شوند که بتوانند بهتر ابراز وجود کنند و به زنان پست‌هایی داده می‌شود که جنبه خدماتی داشته و مراقبت و نگهداری را برعهده می‌گیرند.» بنابراین مردسالاری به جوامعی اطلاق می‌شود که بر مسائلی نظیر ابراز وجود، کسب پول و ثروت و اشیای مادی توجه می‌شود و به مسئله مراقبت از دیگران اهمیت زیادی نمی‌دهند. برعکس، در جوامع به اصطلاح زن‌سالار به مساله روابط، توجه به دیگران و کل کیفیت زندگی توجه می‌شود و توجه به افراد، کیفیت زندگی، حفظ محیط‌زیست و کمک به دیگران از اهمیت زیادی برخوردار است. (Moghimi, 2007, p167-169)

(Moghimi

پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی مثل عوامل فرهنگی-اجتماعی، قانونی، سیاسی و فناوری تأثیر مثبت و یا منفی بر توسعه کارآفرینی دارند. (p110 Davari and rezaei, 2006) از طرف دیگر فرهنگ بر شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام‌های مختلف خط‌مشی گذاری و از جمله شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی نیز تأثیرگذار است. بسیاری از باورهای فرهنگی مانند تقدیرگرایی و مشیت‌گرایی و قبول فاصله قدرت زیاد می‌تواند انگیزه‌های مشارکت را تضعیف کنند. عوامل فرهنگی می‌تواند منجر به روحیه سکوت و عدم تحرک‌پذیری شود. عامل فرهنگ می‌تواند مهم‌ترین موانع یا برعکس یکی از مهمترین عوامل تسهیل‌کننده مشارکت در سطح جامعه و سازمان باشد. (Givarian and Rabiee Mandijin, 2002, p304). وظیفه اصلی فرهنگ سازمانی، افزایش قابلیت افراد در برابر مسائل مربوط به انطباقات محیط بیرونی و انسجام درونی است. (Ghasemi, 2009, p567) به همین دلیل فرهنگ ارتباط مستقیم و غیر مستقیم با خط‌مشی دارد. (Taslimi, 2013, p57) دانایی فرد تشابه فرهنگی را برای تداوم حضور شرکاء (اعضاء) در شبکه حایز اهمیت می‌داند. (Alvani, 2009, p89). از نظر دانایی فرد مدیریت تفاوت‌های فرهنگی از الزامات مدیریت شبکه‌ای محسوب می‌گردد. (p89, danaeifard, 2009) کیفیت فرهنگ سازمانی از مؤلفه‌ها و عوامل امکان‌ایجاد شبکه‌های خط‌مشی در نظام خط‌مشی گذاری می‌باشد. (Ranaei Kordshooli, 2006, p57) یافته اصلی بررسی هافستد نیز مؤید آن است که سازمان‌ها به شدت تحت تأثیر فرهنگ هستند. (Ghasemi, 2009, p601). الوانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش تحت عنوان طراحی مدل خط‌مشی گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران به طراحی مدل خط‌مشی گذاری برای آموزش رسمی و غیر رسمی کارآفرینی در مراحل تدوین، اجرا و ارزیابی خط‌مشی پرداخته

است. قربانی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعات خود تحت عنوان بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان غیر هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی دریافتند که بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنا دار وجود دارد. شهرکی پور و همکارانش (۱۳۸۹) به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی با کارآفرینی در بین کارکنان دانشگاه لرستان پرداخته اند نتایج حاکی از وجود همبستگی مثبت و قوی بین این دو متغیر دارد. معصومی و نورسینا (۱۳۹۵) در بررسی عوامل موثر بر عملکرد کارآفرینی در بین کارکنان واحد های صنعتی شهر دلیجان دریافتند که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به ترتیب بیشترین ارتباط با کارآفرینی افراد دارند. حسینی نیا و همکارانش (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان نگاهی جدید به تار و پود فرهنگ کارآفرینی به بررسی رابطه کارآفرینی و فرهنگ ملی پرداخته است یافته های آنان نشان می دهد که بین فرهنگ ملی و فعالیت های کارآفرینانه رابطه وجود دارد. فرهنگ ملی می تواند مشوق فعالیت های کارآفرینانه باشد. پرگو (۱۳۹۳) به بررسی رابطه فرهنگ با کارآفرینی در بین زنان در دانشگاه آزاد اسلامی واحد غرب تهران پرداخته است یافته های او نشان می دهد که فرهنگ رابطه مستقیمی با کارآفرینی زنان دارد. با توجه به مبانی نظری پژوهش و پیشینه آن فرضیه اصلی و فرعی به شرح زیر بیان می گردد.

فرضیه اصلی

بین ابعاد فرهنگی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

فرضیه های فرعی

- ۱- بین بعد فرهنگی جمع گرایی و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.
- ۲- بین بعد فرهنگی فاصله کم قدرت و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.
- ۳- بین بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.
- ۴- بین بعد فرهنگی زن سالاری و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

در خصوص چارچوب نظری این پژوهش با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق که به آن اشاره رفت ابعاد فرهنگ سازمانی هافستد به عنوان متغیر پیش بین یا مستقل در قالب: بعد فرهنگی جمع گرایی، بعد فرهنگی فاصله کم قدرت، بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده

عدم اطمینان و بعد فرهنگی زن سالاری با استفاده از پرسشنامه (استاندارد) ۲۵ سوالی سنجش نگرش های فرهنگی هافستد با مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی نظر، موافق، کاملاً موافق) و با ارزش عددی به ترتیب (۱- ۲- ۳- ۴- ۵) مورد سنجش قرار گرفته است. علاوه بر این در این پژوهش شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی به عنوان متغیرملاک یا وابسته در نظر گرفته شده است. برای شناسایی شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی، از مدل آلترو و هچ (۱۹۹۳) استفاده شده است. شناسایی شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی بر اساس پرسشنامه محقق ساخته و با طیف ۵ گزینه ای لیکرت (کاملاً مخالف، مخالف، بی نظر، موافق، کاملاً موافق) و با ارزش عددی به ترتیب (۱- ۲- ۳- ۴- ۵) مورد سنجش قرار گرفته است. با توجه به پژوهش های رعنائی کردشولی (۱۳۸۵)، دانایی فرد (۱۳۹۲) و الوانی (۱۳۸۸) می توان استنباط کرد که بین شاخص های فرهنگی و شبکه های خط مشی در نظام های مختلف خط مشی گذاری رابطه وجود دارد.

روش و ابزار پژوهش

این پژوهش به دنبال بررسی رابطه ابعاد فرهنگی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران می باشد. جهت گیری آن توسعه ای و کاربردی است از نظر روش پژوهش، همبستگی- توصیفی محسوب می گردد از نظر افق زمانی تک مقطعی^۱ است و به لحاظ شیوه جمع آوری داده ها از روش کمی استفاده شده است. ماهیت روش آن کتابخانه ای و پیمایشی می باشد. داده های پژوهش از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است. برای سنجش ابعاد فرهنگی هافستد از پرسشنامه ۲۵ سوالی سنجش نگرش های فرهنگی هافستد با طیف ۵ گزینه ای لیکرت استفاده شده است همچنین برای سنجش شبکه های خط مشی در نظام کارآفرینی از پرسشنامه محقق ساخته با طیف ۵ گزینه لیکرت استفاده شده است. روایی پرسشنامه های پژوهش با استفاده از روش روایی محتوایی و با بهره گیری از نظرات ۵ نفر از صاحب نظران رشته مدیریت و کارآفرینی انجام شده است روایی محتوایی پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد ۰/۹۲ و پرسشنامه شبکه های خط مشی ۰/۹۰ به تأیید رسیده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد (۰/۸۴۸) و برای پرسشنامه شبکه های خط مشی (۰/۸۲۵) محاسبه شده است. با

توجه به مقادیر ضریب آلفای کرونیباخ، می‌توان استنباط نمود که ابزار پژوهش از پایایی مطلوبی برخوردار است جامعه آماری این پژوهش، اساتید دانشگاهها و کارشناسان اداری نظام آموزش عمومی کارآفرینی شامل: مراکز دانشگاهی، سازمان‌های دولتی، نهادها، موسسات عمومی و مردم نهاد در ایران می‌باشد. از آنجاییکه آمار جامعه آماری در دسترس نیست تعداد نمونه آماری بر اساس روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شده است. این روش زمانی به کار می‌رود که فهرستی از افراد جامعه در دسترس نیست. در این روش ابتدا از خوشه‌ها نمونه‌گیری می‌شود و آنگاه از واحدهای درون این خوشه‌ها. (Mirzaie, 1390, p176). در این پژوهش، تعداد ۸۳۷ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده‌اند. بدین صورت که ابتدا از بین ۳۱ مرکز استان کشور، ۶ مرکز استان به صورت تصادفی انتخاب و سپس از بین ۱۹ سازمان، نهاد، مؤسسه، دانشگاه و سازمان مردم نهاد موجود در هر یک از این مراکز استانها، ۲ سازمان به صورت تصادفی انتخاب و بین تمامی کارکنان سازمان‌های منتخب، پرسشنامه توزیع شده است. پس از جمع‌آوری داده‌ها با استناد به روش‌های آماری توصیفی شاخص مرکزی و پراکندگی و آمار استنباطی کلموگروف و اسمیرنوف (K-S) از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شد. (سطح معنی‌داری آزمون مذکور برای دو متغیر ذکر شده به ترتیب ۰/۴۸۲ و ۰/۳۲۵ می‌باشد) به همین دلیل جهت تحلیل داده‌ها با کمک نرم افزار SPSS از روشهای آماری پارامتریک از جمله: تکنیک‌های t تک نمونه‌ای، رگرسیون هم‌زمان و همبستگی پیرسون استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

الف): تجزیه و تحلیل توصیفی

نمونه آماری این پژوهش شامل ۸۳۷ نفر از اساتید، مدیران و کارشناسان نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران می‌باشد از نظر تحصیلات ۴۷ نفر از آنان دارای مدرک دکترای تخصصی، ۶۴۳ دارای تحصیلات لیسانس و فوق لیسانس و ۱۴۷ نفر دارای تحصیلات دیپلم یا فوق دیپلم بوده‌اند. تخصص ۱۱۴ نفر از آنان در رشته مدیریت ۵۱ نفر در رشته علوم سیاسی، ۴۱ نفر در رشته کارآفرینی، ۶۳۱ نفر در سایر رشته‌ها (علوم اجتماعی، اقتصاد و...) بوده است. از نظر محل کار ۵۸۴ نفر از آنها در ادارات کل یا دفاتر مرکز استانها، ۲۳۱ نفر در ادارات شهرستانی و ۲۲ نفر در وزارتخانه‌ها شاغل به کار می‌باشند. ضمن اینکه برخی از پاسخگویان هم‌زمان در چند محل شاغل بوده‌اند. ۹۳ نفر از نمونه آماری از اساتید یا مدرسین دانشگاه، ۸ نفر عضو مراجع قانونگذاری، ۵۸ نفر مدیر ارشد، ۱۰۹ نفر مدیر میانی و ۱۲۸ نفر مدیر اجرایی و ۴۴۱ نفر کارشناس می‌باشند. همچنین از ۸۳۷ نفر پاسخ‌دهندگان

به پرسشنامه، تعداد ۲۴۵ نفر از آنان تجربه عضویت در مراجع خط‌مشی‌گذاری در حوزه کارآفرینی را داشته‌اند.

ب): تجزیه و تحلیل استنباطی

برای بررسی وضعیت ابعاد فرهنگی هافستد در نظام آموزش کارآفرینی از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده گردید. با توجه به نتایج به دست آمده میانگین ابعاد فرهنگ سازمانی هافستد در نظام آموزش عمومی کارآفرینی بالاتر از سطح میانگین معیار ($Q_2=3$) می‌باشد و بر اساس مقدار t به دست آمده در درجه آزادی ۸۳۳ تفاوت معناداری بین میانگین ابعاد فرهنگی هافستد با میانگین معیار قابل قبول در سطح 0.001 وجود دارد. بر این اساس می‌توان گفت که در نظام آموزشی کارآفرینی ایران بعد فرهنگی زن‌سالاری بیشتر از بعد فرهنگی مرد‌سالاری رواج دارد. همچنین به بعد فرهنگی جمع‌گرایی بیشتر از بعد فرهنگی فرد‌گرایی اهمیت داده می‌شود. علاوه بر این یافته‌های این پژوهش حکایت از پیدایش نسبی نوعی بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران دارد که این بعد فرهنگی می‌تواند مشوق ریسک‌پذیری در جامعه باشد. در نهایت بر اساس نتایج این پژوهش در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران بعد فرهنگی فاصله کم قدرت در جامعه مورد مطالعه غالب است. بطور کلی یافته‌های این پژوهش در دو بعد فرهنگی جمع‌گرایی و زن‌سالاری با نتایج تحقیقات هافستد در سال ۱۹۷۵ همخوانی دارد. اما در دو بعد فرهنگی فاصله قدرت کم و عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان با یافته‌های وی همخوانی ندارد. تفاوت زمانی و جامعه‌آماری متفاوت این دو پژوهش و تغییرات به وجود آمده در فرهنگ ملی مردم ایران در دهه‌های اخیر به ویژه در نظام آموزش عمومی کارآفرینی می‌تواند علت تفاوت در نتایج این دو پژوهش در این دو بعد باشد. از طرف دیگر مذهب نوعی ابزار فرهنگی است که به ما کمک می‌کند تا عدم اطمینان‌هایی که نمی‌توانیم در برابر آنها از خود دفاع کنیم بپذیریم. (Hatch, Cunliffe, 2014, p342) نتیجه می‌توان استنباط کرد که گسترش اعتقادات دینی و مذهبی پس از انقلاب در افزایش عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان در ایران نقش داشته است. همچنین برای تحلیل وضعیت شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده گردید. با توجه به نتایج به دست آمده میانگین ابعاد ویژگی‌های شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران بالاتر از سطح میانگین معیار ($Q_2=3$) می‌باشد و بر اساس مقدار t به دست آمده در درجه آزادی ۸۳۳ تفاوت معناداری بین میانگین ویژگی‌های شبکه‌های خط‌مشی کارآفرینی با میانگین معیار قابل قبول در سطح 0.001 وجود دارد. به

عبارت دیگر وضعیت شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران در حد قابل قبول می باشد.

پاسخ به فرضیه ها:

برای پاسخ و تحلیل فرضیه ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید. در جدول شماره (۱) رابطه بین ابعاد فرهنگی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی نشان داده شده است.

جدول ۱- بررسی رابطه بین ابعاد فرهنگی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران

پیرسون		تعداد	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
ضریب همبستگی	P - مقدار			
۰/۲۱	۰/۰۰۰	۸۳۳	شکل گیری شبکه های خط مشی	بعد فرهنگی جمع گرایی
۰/۱۵	۰/۰۱			بعد فرهنگی فاصله کم قدرت
۰/۱۱	۰/۰۱			بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان
۰/۰۴	۰/۰۴			بعد فرهنگی زن سالاری

پاسخ به فرضیه اول- بین بعد فرهنگی جمع گرایی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

همان گونه که در ردیف ۱ جدول (۱) مشاهده می شود، با توجه به این که P - مقدار آزمون (۰/۰۰۰) کوچک تر از سطح معنی داری (۰/۰۵) است، لذا فرض صفر تایید می شود و می توان گفت که بین بعد فرهنگی جمع گرایی و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه معنی داری وجود دارد. و با توجه به مثبت بودن مقدار آماره آزمون ها (۰/۲۱)، می توان نتیجه گرفت که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی جمع گرایی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد.

پاسخ به فرضیه دوم- بین بعد فرهنگی فاصله کم قدرت هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

همان گونه که در ردیف ۲ جدول (۱) مشاهده می شود، با توجه به این که P - مقدار آزمون ها (۰/۰۰۰) کوچک تر از سطح معنی داری (۰/۰۵) است، لذا فرض صفر تایید می شود و می توان گفت که بین بعد فرهنگی فاصله کم قدرت هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه معنی داری وجود دارد و با توجه به مثبت بودن مقدار آماره آزمون ها (۰/۱۵)، می توان گفت که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی فاصله کم قدرت هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد.

پاسخ به فرضیه سوم- بین بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد. همان گونه که در ردیف ۳ جدول (۱) مشاهده می شود، با توجه به این که P - مقدار آزمون ها (۰/۰۰۰) کوچک تر از سطح معنی داری (۰/۰۵) است، لذا فرض صفر تایید می شود و می توان گفت که بین بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه معنی داری وجود دارد. و با توجه به مثبت بودن مقدار آماره آزمون ها (۰/۱۱)، می توان نتیجه گرفت که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد.

. پاسخ به فرضیه چهارم- بین بعد فرهنگی زن سالاری هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

همان گونه که در ردیف ۴ جدول (۱) مشاهده می شود با توجه به این که P مقدار در آزمون (۰/۰۴)، کوچکتر از سطح معنی داری (۰/۰۵) است، لذا فرض صفر تایید می شود و می توان گفت که بین بعد فرهنگی زن سالاری و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه معنی داری وجود دارد. و با توجه به مثبت بودن مقدار آماره آزمون ها (۰/۰۴)، می توان گفت که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی زن سالاری هافستد و شکل گیری خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد.

پاسخ به فرضیه اصلی پژوهش: بین ابعاد فرهنگی هافستد و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه وجود دارد.

برای پاسخ به این فرضیه از آزمون رگرسیون هم زمان استفاده شد. همانطور که در جدول (۲) نشان داده شده است. نتایج آزمون رگرسیون هم زمان نشان می دهد که بعد

فرهنگی جمع گرایی (۰/۲۶)، بعد فرهنگی فاصله کم قدرت (۰/۱۶) بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان (۰/۳۳) و بعد فرهنگی زن سالاری (۰/۲۳) بر اساس مقدار t به دست آمده در درجه آزادی (۴ و ۸۲۷) توان پیش بینی شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران را دارا می باشد. به عبارت دیگر کلیه ابعاد فرهنگی هافستد توان پیش بینی شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران را داراست.

جدول ۲- آزمون رگرسیون پیش بینی شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی توسط ابعاد فرهنگی هافستد

سطح معناداری	درجه آزادی	Beta	R ₂	R	ابعاد فرهنگی هافستد
۰/۰۰۰۱	۸۲۷ و ۴	۰/۲۶	۰/۰۴	۰/۲۲	بعد فرهنگی جمع گرایی
۰/۰۳		۰/۱۶			بعد فرهنگی فاصله کم قدرت
۰/۰۰۰۱		۰/۳۳			بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان
۰/۰۳		۰/۲۳			بعد فرهنگی زن سالاری

بحث و نتیجه گیری و پیشنهادات

توسعه تفکر کارآفرینی و نوآوری در حوزه خط مشی گذاری، آغاز تحولی عظیم به منظور خلق روش های بهتر خط مشی گذاری در راستای حکمرانی خوب قلمداد می گردد. گذر از مدل های سنتی و سلسله مراتبی خط مشی گذاری و استفاده از مدل خط مشی گذاری شبکه ای در حل مسائل عمومی محصول چنین تفکر خلاقانه ای است که خط مشی گذاران سنتی را به خط مشی گذاران کارآفرین تبدیل می کند. ماحصل این کار پژوهشی توجه به بسترهای فرهنگی به منظور شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور است. با توجه به کارکردها و دستاوردها شبکه های خط مشی که در متون نظری مقاله به آن اشاره رفت خط مشی گذاران در حوزه نظام خط مشی گذاری آموزش عمومی کارآفرینی برای رفع مسائل و مشکلات آموزش کارآفرینی کشور باید با کنار گذاشتن روش های سنتی و سلسله مراتبی خط مشی گذاری به سمت و سوی خط مشی گذاری شبکه ای رو آورند.

لذا با توجه به یافته های حاصل از آزمون فرضیه اول این پژوهش می توان استنباط کرد که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی جمع گرایی و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد. قلی پور (۱۳۹۳) معتقد است در جوامع با بعد فرهنگی فردگرا، گروههای ذی نفع کمتر شکل می گیرند و افراد به صورت فردی در جهت دستیابی به منافع به چانه زنی سیاسی می پردازند در مقابل در جوامع با بعد فرهنگی جمع گرا، گروههای ذی نفع و تاثیرگذار در جامعه زیادند. این گروهها با برقراری روابط معنوی یا عاطفی و نوعی تعهد روانی و حس وفاداری به جامعه، عامل ایجاد حس مشترک می شوند و چانه زنی آنها در فرایند خط مشی گذاری زیاد است و عموماً در راستای منافع عمومی است. (Gholipour, 2014, p180-181) در نتیجه بعد فرهنگی جمع گرایی می تواند بستر مناسبی جهت شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش کار آفرینی کشور فراهم سازد. یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش رعنائی کردشولی (۱۳۸۵) همخوانی دارد از نظر او میزان انسجام و پیوستگی بازیگران، وجود اهداف و منافع مشابه یا مشترک بین بازیگران، وابستگی متقابل بازیگران به یکدیگر بر شکل گیری شبکه های خط مشی تاثیر گذار است. مطالعات علمی حکایت از این دارد که ویژگی های کارآفرینی نظیر نوآر بودن، ابتکار عمل و ریسک پذیری در فرهنگهایی با فردگرایی بالا رشد می کند و در هماهنگی با فرهنگهای فردگرایی پایین (جمع گرا) ظاهر می شوند. در چنین شرایطی ارزشهای کارآفرینی و فرهنگهای با فردگرایی پایین، متناسب هم هستند. چنین تناسب ارزشی، مبنای پارادایم تناسب فرهنگ- عمل است. در حمایت از این دیدگاه، محققان ادعا کرده اند که میزان موفقیت فعالیت های کارآفرینی نظیر نوآوری، ریسک پذیری و ابتکار عمل در میان سازمان های ژاپنی بالا است که از تیم های پروژه های گروه های تحقیق و توسعه و بازاریابی، حلقه کنترل کیفیت و تیم های توسعه محصول جدید استفاده می کنند و همه اینها جزو ویژگی فرهنگهایی با فردگرایی پایین (جمع گرا) هستند. همچنین موفقیت در تولید محصولات جدید در سازمانهایی که بر تیم های پروژه ای و ماتریسی به جای ساختار وظیفه ای تاکید می کنند، بیشتر است. به طور مشابه سایر پژوهشگران معتقدند که نوآوری موفقیت آمیز محصولات جدید در سازمانهایی که فعالیت های تحقیق و توسعه و نیز بازاریابی با یک چشم انداز و هدف مشترک انجام می شود، بیشتر نمایان می شود که ویژگی فرهنگهایی با فردگرایی پایین هستند.

با توجه به نتایج فرضیه دوم این پژوهش می توان گفت که رابطه مثبت و معنی داری بین بعد فرهنگی فاصله کم قدرت هافستد و شکل گیری خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران وجود دارد. یافته های این پژوهش با پژوهش قلی پور همخوانی دارد. از

نظر قلی پور (۱۳۹۳) در جوامع با فاصله زیاد قدرت، گروههای خاصی با نفوذ در فرایند خط مشی گذاری می کوشند تا حداکثر منافع را برای خود به دست آورند به این ترتیب خط مشی ها در جهت افزایش قدرت برخی گروههای ذی نفوذ و منتسب به قدرت حاکمه خواهد بود. همچنین یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش رعنائی کرد شولی (۱۳۸۵) همخوانی دارد. از نظر او با افزایش حرکت به سمت عدم تمرکز در ساختار نظام خط مشی گذاری، بستر مناسب برای ایجاد شبکه ها فراهم می شود. (Ranaei Kordshooli, 2006, p170) در نتیجه بعد فرهنگی فاصله کم قدرت زمینه ساز، شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی محسوب می گردد. همان طوری که قبلا اشاره شد فرهنگ های با فاصله قدرت پایین به دلیل عدم تمرکز، انعطاف پذیری، مشارکت و توانمندسازی موجب افزایش گرایش به کارآفرینی (نوآر بودن، ابتکار عمل داشتن و ریسک پذیری) می شوند. برعکس، فرهنگ های با فاصله قدرت بیشتر که سلسله مراتبی و مکانیکی هستند مناسب کارآفرینی برای نوآر بودن، ابتکار عمل داشتن و ریسک پذیری نیستند. بنابراین فرهنگ های با فاصله قدرت پایین، تاثیر مثبت عوامل سازمانی بر گرایش به کارآفرینی را تشدید می کنند. در صورتی که فرهنگ های با فاصله قدرت بالاتر، تاثیر منفی بر گرایش به کارآفرینی برجای می گذارند. تحقیقات از این گونه نظریات حمایت می کند. به عنوان مثال، پژوهشگران دریافته اند که موفقیت های زیاد فعالیت های کارآفرینی نظیر پذیرش ایده های جدید از هر منبعی و تحمل ریسک در میان سازمان های با بوروکراسی کمتر و فرهنگ هایی با ویژگی فاصله قدرت پایین تر وجود داشته است.

با توجه به نتایج حاصله از آزمون فرضیه سوم این پژوهش می توان پذیرفت که بین بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان و شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در نتیجه می توان ادعا کرد در جامعه ای که دارای فرهنگ مخاطره پذیری بالا می باشد، بازیگران و عوامل با نفوذ با پذیرش مخاطره و تحمل ریسک بالا در فرایند خط مشی گذاری مداخله و اعمال نفوذ می کنند. اینان ضمن قبول هزینه های سیاسی و نیز اقتصادی و اجتماعی، با حضور در عرصه های خط مشی گذاری، منافع خود یا سازمان خویش را دنبال می کنند. (p181, Ghasemi, 2014). به همین دلیل بعد فرهنگی عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان می تواند زمینه های فرهنگی لازم به منظور شکل گیری شبکه های خط مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور فراهم سازد. یافته های این پژوهش با نتایج پژوهش رعنائی کردشولی (۱۳۸۵) نیز همخوانی دارد او افزایش پیچیدگی ها، پویایی ها و نیز تنوع محیطی را زمینه ساز شکل گیری شبکه های خط مشی می داند. هافستد معتقد است که اجتناب از

عدم اطمینان پایین‌تر موجب گرایش بیشتر به کارآفرینی شده و نوآور بودن، ابتکار عمل داشتن و ریسک‌پذیری در شرایطی به وجود می‌آید که افراد تا حدی پدیده عدم اطمینان را بپذیرند. برعکس، فرهنگ‌های با اجتناب عدم اطمینان بالاتر (که در جست‌وجوی ثبات و قابلیت پیش‌بینی از طریق جلوگیری از انجام تغییر هستند) مناسب روحیه کارآفرینی نیستند. تحقیقات انجام شده در سطح سازمانی نشان داد که مدیریت استراتژی کارآفرینی، تاکید بر تکنولوژی‌های جدید، تغییرات اساسی و بهبودهای سریع، در فرهنگ‌هایی با اجتناب از عدم اطمینان بالاتر وجود ندارد.

با توجه به نتایج آزمون فرضیه چهارم، بین بعد فرهنگی زن‌سالاری و شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. تأثیر این بعد فرهنگی بر نظام خط‌مشی گذاری به این صورت است که در جوامع با بعد فرهنگی زن‌گرا، گروه‌های ذی‌نفوذ همه تلاش خود را در جهت منافع عموم، اقلیت‌ها و حفاظت از محیط زیست معطوف می‌دارند. منافع عمومی و منافع اقلیت‌ها را مقدم بر منافع اقتصادی خود می‌دانند در جوامع با خصوصیات فرهنگی زن‌گرا، ارزش‌های مسلط بر جامعه شامل مواردی چون همکاری میان افراد، اهمیت قائل شدن برای دیگران و کیفیت زندگی می‌باشد. (Gholipour, 2014, p180) در بعد فرهنگی زن‌سالار افراد به مشارکت اهمیت زیادی می‌دهند، افراد به تصمیم‌گیری گروهی تشویق می‌شوند. موفقیت در فرهنگ زن‌سالار عبارت است از: ارتباطات انسانی، تفویض اختیار بیشتر، آزادی بیشتر برای کارکنان (Moghimi, 2007, p169) در نتیجه بعد فرهنگی زن‌سالار می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی باشد. یافته‌های این پژوهش با نتایج پژوهش رعنائی کردشولی (۱۳۸۵) همخوانی دارد و تمایلات و گرایش‌های بازیگران و ظرفیت جذب بازیگران را یکی از بسترهای شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی می‌داند. از نظر او شبکه‌ها در (فرهنگ) فضایی شکل می‌گیرند که در آن ارزش‌ها و هنجارهای مروج همکاری و تشریک مساعی در سطح قابل قبولی حاکم باشد. (Ranaei Kordshooli, , p179) (2006) کارآفرینی ارزش‌های نوآور بودن، ابتکار عمل داشتن و ریسک‌پذیری مربوط به کارآفرینی با فرهنگ‌های مردسالاری پایین (زن‌سالار) تناسب بیشتری دارد. برخی از پژوهشگران معتقدند که شناسایی فرصت‌ها و استفاده از آن از جمله اقدامات افراد کارآفرین محسوب می‌شود و در سازمان‌هایی که کارکنانش ارتباط مستمر و سازنده‌ای با مشتریان، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، رقبا و دیگر موسسات خارجی برقرار می‌کنند، وجود دارد. بنابراین برقراری ارتباطات سازنده بین کارکنان و عوامل خارجی تاثیرگذار بر سازمان، میزان ریسک را از طریق بهبود روابط با ذی‌نفعان و پاسخگویی سریع به خواسته‌ها و نیازهای بازار کاهش

می‌دهد که این امر از جمله ویژگی‌های فرهنگ‌های با مردسالاری پایین است. (Abbas Zadeh, 2014, p28) به علاوه، محققان ادعا می‌کنند که تاثیر فعالیت‌های نوآور در فرهنگ‌های با مردسالاری بالا، ضعیف است، بنابراین کارآفرینی به‌عنوان ارزش در فرهنگ‌های با مردسالاری پایین (زن سالاری) در مقایسه با مردسالاری بالا بیشتر دیده می‌شود. (Oyserman, 2009)

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی پژوهش نشان داد که بعد فرهنگی جمع‌گرایی با ۰/۲۶، فاصله کم قدرت با ۰/۱۶، عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان با ۰/۳۳ و بعد فرهنگی زن سالار با ۰/۲۳ پیش‌بینی‌کننده معنا دار شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران می‌باشند. در نتیجه می‌توان استنباط کرد که ابعاد عوامل فرهنگی هافستد پیش‌بینی‌کننده شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی است. یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه اصلی با پژوهش‌های سایر محققان از جمله اوسرمن (۲۰۰۹)، عباس زاده (۱۳۹۳)، قاسمی (۱۳۹۳) و رعنائی کردشولی (۱۳۸۵) همسو است. برخی پژوهشگران از جمله هافستد (۱۹۹۳، ۱۹۸۰) بر این باورند که جوامع بومی بر پایه معیارهای هافستد گرایش به زن سالاری دارند و بیشتر بر کیفیت زندگی تاکید می‌کنند. در برابر فرهنگ‌های مرد سالار، به همه جوانب زندگی اهمیت می‌دهند علاوه بر این جمع‌گرایی و هماهنگی گروه برای جوامع بومی مهم شمرده می‌شود. (Saljoghi, 2009, p61) در نتیجه می‌توان استنباط کرد که خصوصیات فرهنگی جمع‌گرایی، فاصله کم قدرت، عدم پرهیز از عدم اطمینان (ریسک‌پذیری) و خصوصیات فرهنگی زن سالاری می‌تواند بستر ساز شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی در نظام‌های مختلف خط‌مشی گذاری از جمله نظام آموزش عمومی کارآفرینی ایران باشد.

در نتیجه پیشنهاد می‌گردد:

- ۱- با توجه به پتانسیل‌های فرهنگی موجود در فرهنگ ملی و سازمانی در نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور که مشوق فعالیت تیمی و گروهی است و تناسب ویژگی‌های این نوع فرهنگ (جمع‌گرا) با تصمیم‌گیری‌های جمعی و مشارکتی پیشنهاد می‌گردد دولت با شکل‌دهی شبکه‌های خط‌مشی آموزش کارآفرینی کشور، تصمیمات و خط‌مشی‌های نظام آموزش کارآفرینی کشور بالاخص آموزش عمومی کارآفرینی را هماهنگ و یکپارچه سازد. تا با رفع موازی کاری‌ها و پراکنده کارهای موجود، اثربخشی خط‌مشی‌های آموزش کارآفرینی در سطح جامعه افزایش یابد.
- ۲- در طول سال‌های اخیر توجه به آموزش کارآفرینی در کشور اهمیت قابل توجهی پیدا کرده است و تعامل بین بخش دولتی، کارآفرینان و مؤسسات کارآفرینی و مراکز

آموزش کارآفرینی بهتر شده است که این موضوع می‌تواند بیانگر رشد بعد فرهنگی کاهش فاصله قدرت در نظام اداری کشور باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد دولت با شکل دهی شورای عالی آموزش کارآفرینی کشور، سیاستگذاری‌ها و فرهنگ‌سازی‌های ملی با مشارکت همه سازمان‌های مسئول و نخبگان، کارآفرینان و صاحب‌نظران رشته‌های کارآفرینی صورت پذیرد و از ایده‌ها، پیشنهادات و نظرات آنان در برنامه ریزی‌ها و خط‌مشی‌گذاری‌های کلان کشور استفاده بعمل آید.

۳- یکی از مشکلات سازمانهای متولی آموزش کارآفرینی اجتناب از پدیده عدم اطمینان و ترس از مواجهه با ابهام و آینده ناشناخته است که مدیران ذیربط را مجبور می‌سازد تا با احتیاط بیشتری به تصمیم‌گیری مهم و کلان بپردازند این در حالی است که یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینی ریسک‌پذیری است. در این خصوص تدوین قوانین و مقررات حمایت‌کننده از مدیران و تصمیم‌سازان نظام آموزش عمومی کارآفرینی می‌تواند مشوق فرهنگ عدم اجتناب از پدیده عدم اطمینان و فراهم نمودن زمینه شبکه‌های خط‌مشی کارآفرینی و کارآفرینی در تصمیمات کلان نظام آموزش عمومی کارآفرینی کشور گردد.

۴- کشور ما به دلیل برخورداری از فرهنگ غنی دینی و ویژگی‌های ارزشمند فرهنگ ایرانی جزء جوامع با فرهنگ گرم یا زن‌گرا (مردگرایی پایین) قلمداد می‌گردد. ارزشهای مسلط در این فرهنگ مواردی چون همکاری میان افراد، داشتن تعهد و وابستگی به دیگران، داشتن روحیه کمک به دیگران می‌باشد. پیشنهاد می‌گردد با شکل‌دهی شبکه‌های نیکوکاری کارآفرینی بالاخص در حوزه آموزش عمومی کارآفرینی، از ظرفیت خیرین و نیکوکاران در زمینه آموزش گروههای هدف خاص که دارای استعداد ولی فاقد دسترسی به آموزش‌های مورد نیاز در زمینه کارآفرینی هستند استفاده گردد.

۵- شکل‌گیری شبکه‌های خط‌مشی و توسعه کارآفرینی و آموزش آن مستلزم وجود شرایط و زمینه‌های لازم فرهنگی در فرهنگ ملی است. نگرش افراد نسبت به کارآفرینی در سطح فردی، سازمانی و ملی بستگی به باورها، ارزش‌ها و اعتقادات او دارد که منبعث از فرهنگ است لذا پیشنهاد می‌گردد در برنامه‌های کلان فرهنگی کشور، برنامه ریزی‌های لازم به منظور ارتقاء شاخص‌های فرهنگی لازم جهت افزایش کارآفرینی همچون، ریسک‌پذیری، خلاقیت، سخت‌کوشی، همکاری، مشارکت جمعی و... بعمل آید.

References

- Abbaszadeh, H. (2014). The role of cultural factors in tendency to entrepreneurship. The world of economy, 2(33), press date: September 21, 2017. (in Persian).
- Alayi, A. (2007). A study of the effective factors on entrepreneurship and its training practice in ministry of cooperative, labor and social welfare. Tehran, Social, economic, scientific and cultural studies of work (or labor) society monthly, 167, 47-59. (in Persian).
- Alter, C. Hage, J. (1993). 'Organizations Working Together', SAGE Publications, Newbury Park, CA.
- Alvani, S. M. (2009), "good governance network of civil society actors": Tehran: Journal of Management Development and Transformation (1), year (2009), page 1-5. (in Persian)
- Alvani, S. M. & Moghimi, S.M. & Azar, A. & Rahmati, M. H. (2011), "Iran's policy of entrepreneurship in the education system", Monthly social studies, economic, scientific and cultural and community Feb. 2011, No. 140, page 5-30. (in Persian)
- Ashoff, G. (2005). Enhancing policy coherence for development: Justification, recognition and approaches to achievement, German Development Institute.
- Atarodian, A. (2013). A study of opportunities and threats of entrepreneurship policy making in country's entrepreneurship part, national congress of entrepreneurial university, knowledge-oriented industry, Mazandaran University. (may 15-16)
- Borzel, T. (1997). "What is so special about Policy Networks? -an Exploration of the Concept and its Usefulness I Nstuding Eaurpean Contries", Available at: <http://eiop.Or.at/eiop/texte/1997-016a.htm>
- Bouncken, R.B. & Zagvozdina, J. & Golz, A. & Mrozewska, A. (2010). "A Comparative study of Cultural Influences on Intentions to found a New Venture in Germany and Poland". International Journal of Business and Globalisation, 1, 47-65.
- Danaeefard, H. (2013), "Public Administration network in Iran, a source of theoretical-practical wisdom and implications": Journal of management studies in Iran, (2013), Volume 17, Issue 2, Pages 69-104.(in Persian).
- Danaeefard, H. (2014), Fifth Edition: Tehran: the kind of book publishing. (in Persian).
- Danayi Fard, H. (2009). Methodology of formation of country's entrepreneurship national policy, Conceptual framework. Journal of entrepreneurship development. (2th ed.).

- Daneshfard, K & Jalili, S. (2010). "Entrepreneurship and entrepreneurial approach" Journal of Public Management, First Year, Fall 2010, the second edition, page 181-215. (in Persian).
- Davari, A & Rezai, H. (2006). "The role of government and public policy in the development of entrepreneurship", Journal of Management, Summer 2006, Volume I, Number 2, Pages 109-129. (in Persian).
- Davidsson, P. Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. Journal of Economic Psychology, 18, 179-199.
- Dehmorde Ghaleno. S & Fetanat Fard Haghghi, M & Gharayi Poor, R. (2015, June 5). Investigation of the models in entrepreneurship education. The first conference of management and entrepreneurship in the conditions of resistance economy, pages 1-12. . (in Persian).
- Ghahramani, M & Pardakhtchi, M.H & Hasan Zadeh, T. (2010). Organizational culture and its relationship with organizational entrepreneurship. Public administration perspective, 1, 35-39. (in Persian).
- Ghasemi, B. (2009), Management of Organizational Behavior: Tehran: Sepahan
- Gholipour, R. (2014), organizational decision making and public policy making, the sixth edition, Tehran: Publication of Study and Compilation of Humanities Books (Samt) R & D Center of Islamic Sciences.(in Persian).
- Gilchrist, A. (2009). "The well conncted community: networking approach to community development ": policy press
- Givarian, H & Rabiee Mandijin, M. R. (2002), decision-making and public policy: Tehran: Yeganeh. (in Persian)
- Global Report on the state of entrepreneurship in Iran" (2015), Tehran: Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare. (in Persian)
- Griffin, M. (2011), organizational behavior. (Translation: Alvani, Seyed Mehdi; Memarzadeh, Gholamreza), published XVI: Tehran: Morvarid. (in Persian)
- Hatch, M, J & Cunliffe, A, L. (2006), Organization Theory: Modern, symbolic and postmodern interpretation, translation: Danaeefard, Hassan (2014), Fifth Edition: Tehran: the kind of book publishing.
- Hatch, M. J. (2006), organization theory (modern, and postmodern symbolic interpretation), translation: Danaeefard, Hassan. (2008): Tehran: Afkar. (in Persian)
- Hazlehurst, D. (2001)"Network and policy making: form theory to practice in Austrlian social policy",http://www.insna.org/INSNA/PNBIBIio_graphy.Htm.
- Hoseini Nia, GH.H & Baran Dost, S & Manochehri Rad, R. (2016, march 2). New look at texture of entrepreneurial culture. International conference of management and economy in twenty one century, pages 1-8. (in Persian).
- Khajeh Naeini, A & Ashtarian, K & Mohammadi Kangarani, H. (2014), "network analysis stage to decide on the policy of Iran Nanotechnology,

Nanotechnology Development document". Tehran. Journal of Management in Iran. Volume 18, Issue 2, Pages 25-53. (in Persian).

- Kickert, W. M. & Erik-Hans Klijn, Y. & Joop F. M. Koppenjan (1997). "Managing Complex Networks", Strategics for the public Sector, London: Sage
- Kord, B. & Abtin, A. (2009). A study of priority of effective cultural impediments on entrepreneurship development. Journal of management researches (or management studies), 6, 75-96. (in Persian).
- Mahoshi, A. (2012). Cultural components in entrepreneurship education. <http://culture91.blogfa.com/post/147>. (in Persian).
- Masoodi, H. A. & Norsina, M. (2016, april). Investigation of the effective factors on entrepreneurship (case of study: Markazi province's industrial units- Delijan). Work (or labor) and society monthly. Labor and social security press, 192, 71-81. (in Persian).
- McGrath, K. G. & Macmillan, I. C. (1992) more like each other than anyone else?
- Mirzaie, KH. (2011). Research, Researcher, research writing. Tehran, Sociologists press.
- Mitchell, R. K. & Seawright, K. W. & Morse, E. A. (2000). Cross-Cultural Cognitions and the venture creation decision. Academy Of Management Journal, 43, 974-993
- Moghimi, S. M. (2007), organization and management research approach, Fifth Edition: Tehran: Termeh. (in Persian).
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2000). "Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness". Journal of Business Venturing, 16(1), 51-75.
- Oyserman, D, Coon, H. M & Kemmelmeier, M. (2009). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analysis. Psychological Bulletin, 128, 3-72
- Panahi, R. Morseli, A. (2006). Investigation of the inequality of country's urban and rural engagement during 1956-2006. Agriculture economy and development quarterly, 14 (56), 43-166. (in Persian).
- Porgo, M. (2016). A study of the relationship between culture with entrepreneurship among Islamic Azad University's women of west Tehran branch. Fourth international conference of new researches in management, economy and accounting. Berlin, Germany. 2016, July 9 (in Persian).
- Ranaei Kordshooli, H. & Mortazavi, M. (2012). the networked thinking in the government of printing: Tehran, Islamic Council Research Center. (in Persian).
- Ranaei Kordshooli, H. (2006). the feasibility of network deployment policy in policymaking, research on the Iranian Agricultural Research Policy, Public Administration PhD thesis: Allameh Tabatabai University, School of Management. (in Persian).
- Saeedikia, M. (2008). principles of business and entrepreneurship: Tehran: Kia. (in Persian)

- Saljoghi, KH. (2009). Entrepreneurship culture, cultural entrepreneurship, its importance, necessity and position. Journal of social sciences, 23, 58-75.
- Seyed Javadein, S. R. (2007). Principles of Organization and Management, Third Edition, Tehran: Negah Danesh. (in Persian)
- Seyed Javadein, Seyed Reza (2007), a comprehensive overview of the basic concepts of management and organization theory, Volume I: Tehran: Negah Danesh. (in Persian)
- Shahraki Poor, H, Noori, KH, Shirmohammadi, R. (2010). A study of the relationship between organizational culture among Lorestan University's personnel. Educational administration research quarterly, 1(4), 109-136. (in Persian).
- Shahraki, H, Movahedi, R, Yaghoubi Farani, A. (2016). A study of social and cultural components of rural entrepreneurship. Tehran, Journal of entrepreneurship development, 9, 749-767. (in Persian).
- Taslimi, M.S. (2013). Analyzing policy and decision-making, Third Edition: Tehran: Publication of Study and Compilation of Humanities Books (Samt) Research and Development Center of Islamic Sciences.(in Persian).
- Vander Veld, M, Janson, P. Anderson, N. (2004). "Guide to management Research Methods", Black well. Publishing Ltd. A cross-Cultural study Of entrepreneurial perceptions. Journal of Business Venturing. 7,719-92.
- Whit all, D. (2007). "Network Analysis of a Shared Governance System. Doctor of Philosophy in Public Administration and Policy", Portland State University
- Zali, M, R, Kord Naeich, A. (2007). "Strategies for development of entrepreneurship in Iran", Journal of Youth Studies, December 2007, Pages 42-58.(in Persian).
- Zamani, F. (2013). The influence of national culture and political factors on tendency to entrepreneurship. <http://Cultur> 91. Blogfa.com/post/197

