

بررسی زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در کارآمدسازی عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی براساس مدل چهار عاملی زاویر مندوز (4E) (۲۰۰۷) (مطالعه موردی، سازمان های دولتی استان مازندران)

ابراهیم حلاجیان^۱

چکیده

زمینه: تحقیق در زمینه کارآفرینی و در سه مقوله؛ کارآفرینی فردی (مستقل)، کارآفرینی درون سازمانی و کارآفرینی سازمانی طبقه بندی می شود تمرکز دارد.

هدف: بررسی زایش نوآوری های مدیریتی و به کارگیری آنها که در کارآمدسازی عواملی که براساس مدل 4E زاویر مندوز (۲۰۰۷) در تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی مؤثر می باشند.

روش تحقیق: تحقیق در قالب توصیفی - پیمایشی و به صورت مطالعه موردی بر مبنای نظرات ۱۱۸ نفر نمونه، که از میان ۱۸۰ نفر جامعه آماری شامل مدیران ارشد سازمان های دولتی استان مازندران تعیین شده اند و نظرات با استفاده از ابزار پرسشنامه خود ساخته جمع آوری شد و تجزیه و تحلیل داده ها حول یک فرضیه اصلی و چهار فرضیه اختصاصی (چهار فرض) براساس مدل چهار عاملی (4E) زاویر مندوز در زمینه کارآفرینی سازمانی انجام شده است.

یافته ها: ۱- زایش نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی معنادار می باشند و این نوآوری ها موجب کارآمدی عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی نظیر عوامل: الف) اثربخش سازی عملکرد کارکنان، ب) برابر سازی پاداش و مزایای کار، ج) توانمندسازی کارکنان و د) تساوی سازی اختیارات و آزادی عمل کارکنان، می شود.

۲- عامل اثربخش سازی عملکرد کارکنان، بیشترین و برابر سازی پاداش و مزایای کار، کمترین کارآمدپذیری را در تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی سازمان های دولتی دارند.

۱- دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، گروه مدیریت، تهران، ایران. hallajian@iauet.ac.ir

نتیجه‌گیری: در سازمان‌های دولتی باید امکان زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی بیشتر فراهم آید تا کارآمدی تاثیرگذاری بیشتر عوامل چهارگانه (4E) مدل زاویر مندوز در تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی بیشتر شوند.

کلید واژه ها:

نوآوری، نوآوری مدیریتی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، مدل (4E) زاویر مندوز.

مقدمه

با توجه به محیط پیچیده و رقابتی امروز، یکی از راه‌های پاسخگویی سازمان‌ها به الزامات محیطی، روی آوردن به رفتارهای کارآفرینانه به صورت عام و کارآفرینی سازمانی به صورت خاص است. در کسب و کار جدید، کارآفرینی سازمانی در محیط رقابتی امروز اهمیت فراوانی یافته است تا جایی که برخی از صاحب‌نظران، آن را یکی از عوامل تولید مانند کار، سرمایه، طبیعت و زمین می‌دانند. مدیران باید تلاش کنند تا برای بقا و رشد سازمان خود در محیط‌های رقابتی، ضمن بهره‌گیری خلاقانه، ابتکاری و نوآورانه از سرمایه‌های فکری خود برای انواع کارآفرینی‌ها سمت‌گیری موثر نمایند. اساساً بخش عمده‌ای از دانش سازمانی در سرمایه‌های فکری و عمده سرمایه فکری، در نوآوری‌های مدیریتی نهفته است و کنترل و به کارگیری اینگونه منابع مؤثر می‌تواند هر چه بیشتر رفتارهای کارآفرینی مبتکرانه ایجاد نماید. منابع منحصر به فرد سرمایه فکری با هدایت سرمایه‌گذاری‌های جدید، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا در بازارهای جدید وارد شده و با تولید محصولات برتر و به مزیت رقابتی بالاتری دست یابند. بنابراین مبحث کارآفرینی سازمانی و اینکه چگونه و به چه میزان و یا با کدام نوآوری درون سازمانی و درون مدیریتی می‌تواند توسعه یابد؟ و چگونه می‌توان بر مبنای آن در جاذبه‌های رقابتی بازار و حوزه‌های اجرا و عمل به رقابت پرداخت و ارزش آفرینی نمود بسیار بااهمیت تلقی می‌شود. این پژوهش براساس نظریه زاویر مندوز

(۲۰۰۷) و تاسی از مدل چهار عاملی (4E) تلاش کرده است تا وضعیت کارآمدسازی تحقق هدف‌های کار آفرینی سازمانی را با تأکید بر زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی استان مازندران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد. با این پرسش که اولاً وضعیت زایش نوآوری‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی استان مورد مطالعه چگونه است؟ و چگونه می‌توان با زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی کارآمدسازی عوامل تحقق هدف‌های کار آفرینی سازمانی بر اساس مدل (4E) زاویر بیشتر کرد؟

بیان مسأله

سازمان‌ها اساساً برای کار آفرین شدن خود نیاز به زایش و تغییر در نوآوری‌های موثر دارند تا بتوانند در نوع روابط خود با دیگر سازمان‌ها و ارگان‌ها در جامعه اثربخش شوند. کارآفرینی در کسب و کارها و در سازمان‌ها، چه در مقیاس کوچک، متوسط یا بزرگ جایگاه ویژه‌ای در رشد و توسعه اقتصادی هر کشور و هر جامعه دارد، اما باید توجه داشت که بخش عظیمی از نیروهای شاغل در بسیاری از کشورها را شاغلان سازمان‌های بزرگ دولتی تشکیل می‌دهند که این مسأله در تمام کشورهای در حال رشد و توسعه، بویژه کشورهایی که قسمت اعظم فعالیت‌های اقتصادی آنها دولتی است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (آران سیبیا، ۲۰۰۸).

ایران یکی از کشورهای جهان است که ساختار آن به شدت دولتی است. تقریباً بیش از ۸۰ درصد از فعالیت‌های اقتصادی و اجرایی آن در بخش دولتی متمرکز شده است و سهم مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور کمتر از ۲۵ درصد تجاوز نمی‌کند (زاهدی مازندرانی، ۱۳۸۳). کاهش فزاینده حمایت‌های مالی از طرف دولت و تقاضاهای شدید عمومی برای خدمات بیشتر، روش‌های نوآورانه‌ای را برای ایجاد درآمد بیشتر به منظور ارائه خدمات ضروری می‌نماید. در نتیجه نقش مدیران دولتی در عرصه کارآفرینی، ریسک‌پذیری، نوآوری و همچنین پذیرش مسئولیت‌های بیشتر برای یافتن منابع جایگزین حساس‌تر

می شود. از طرفی در ارتباط با ویژگی‌های ساختار درونی و فشارهای محیط خارجی نیز سازمان‌ها با ماهیت دولتی در وضعیتی قرار دارند که مانع کارآمدی و کارآیی ظرفیت‌ها و توانایی‌های سایر سازمان‌ها برای تغییر می شوند (دوبل ۱۹۸۹).

تصمیم‌گیری در شرایط و موقعیت‌های نافذ بورکراسی و یا قوانین پیش‌بینی شده، ابتکاراتی در نظر می‌گیرد که هدف آن بهبود و پیشرفت شرایط عمومی سازمان‌های دولتی است. بایت (۱۹۹۶) پذیرش و انطباق شکل‌هایی از سازمان‌های بازرگانی، به کارگیری تکنولوژی‌های پیشرفته و شکستن ساختارهای بزرگ و همچنین تأمین فعالیت دولتی و عمومی را به عنوان کارآفرینی در سازمان‌های دولتی قلمداد می‌کند. وی معتقد است این فرآیند حداقل می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینی در سازمان‌ها را تشویق کند. گراهام و هارکر (۱۹۹۶) رهبری، خلاقیت، نوآوری، فرصت‌طلبی، خطرپذیری و تسهیل‌سازی فرایندهای سازمانی در سازمان‌های دولتی را تحت عنوان کارآفرینی سازمانی در این سازمان‌ها تعریف می‌کنند. ساکسنا (۱۹۹۱) سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در سازمان‌ها را به گونه‌ای که باعث ایجاد و توسعه روحیه مدیران و کارآفرینان در سازمان شود، کارآفرینی سازمانی دولتی می‌نامد و معتقد است که دیدگاه مدیریت و رهبری سازمان‌ها در هدایت افراد به سوی اینگونه فرصت‌ها، نقش اساسی ایفا می‌نماید. ون میرلو (۱۹۹۶) تغییر در مدیریت و فعالیت‌های سازمانی و حرکت به سوی خودگردانی، نوآوری، انعطاف‌پذیری و افزایش مسئولیت‌پذیری مدیران و کارکنان را کارآفرینی سازمانی دولتی دانسته و معتقد است که شیوه‌های مدیریت که بتواند پاسخگوی نیازهای در حال حاضر و آتی جامعه باشد، رویکرد کارآفرینانه را طلب می‌کند و سازمان‌ها را به صورت ساده (با قدرت تمرکز و تجانس)، انجام وظیفه‌ای منظم و کارآمد (با تمرکز بر کنترل) و ارگانیک (ادهو کراسی‌های نامتجانس با اختیار تفویض شده) طبقه‌بندی کرده و معتقد است که سازمان‌ها در بخش‌های دولتی ممکن است مجبور شوند تا از جنس و نوع برنامه‌ای و کنترل شده خارج شده و به جنس سازمان پویا و ارگانیک مبدل شوند (بای‌گریو، ۲۰۰۸).

از آنجا که سازمان‌ها و بخش‌های دولتی، اغلب به عنوان یک مجموعه بوروکراتیک، محافظه کار و غیر شفاف شناخته می‌شوند لذا افراد این سازمان‌ها اصولاً نسبت به مؤلفه کارآفرینی با تردید می‌نگرند. هرچند سازمان‌ها و بخش‌های دولتی مخالف کارآفرینی نمی‌باشند اما به واسطه ساختار سنتی و بوروکراتیک خود از ماهیت ضد کارآفرینی برخوردار بوده و با اهداف پیچیده ای که دارند اغلب مبهم، ناملموس و متضاد عمل می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۳).

کارآفرینی سازمانی ممکن است وسیله مناسبی باشد تا سازمان‌های دولتی بتوانند از طریق آن ارضای نیازهای حوزه تحت پوشش خود را تسهیل کرده و پرورش دهند؛ بنابراین کارآفرینی در سازمان‌های دولتی را می‌توان به تجدید ساختار و فرهنگ سازمانی تعریف نمود که با کاربرد شیوه‌های مدیریتی نوین، زمینه‌های مناسب برای کشف فرصت‌ها، خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها مدیریتی فراهم می‌آید که در این جهت‌گیری با اولویت تقدم گرایش به سوی مشتریان، ارباب رجوع، دوام و قوام سازمان‌های دولتی را هر چه بیشتر تقویت می‌کند (زیمر، ۲۰۰۶).

از طرفی کارآفرینی انواع مختلف دارد که عبارتند از: ۱- کارآفرینی‌های فردی (مستقل) (آران سیبیا، ۲۰۰۸)، ۲- کارآفرینی درون سازمانی و ۳- کارآفرینی سازمانی. کارآفرینی سازمانی با ماهیت و سرشتی که در سازمان‌ها و بخش‌های دولتی پیدا می‌کند و از کارکردی که در سلسله مراتب اهداف خود برخوردار می‌شود می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد، البته هدف‌های کارآفرینی سازمانی در مدل‌های نظری و ادراکی بسیاری از نظریه پردازان مرجع معرفی شده‌اند که یکی از این مدل‌ها، مدل کارآفرینی سازمانی چهار عاملی (4E) زاویر مندوز (۲۰۰۷) است که قابلیت و مطابقت بیشتری با سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی در بخش‌های دولتی دارد. در مدل مندوز به کارکرد چهار عامل مؤثر که در تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی تأکید می‌شود متمرکز شده است که عبارتند از: ۱- اثربخش سازی عملکرد کارکنان ۲- توانمندسازی کارکنان ۳- برابرسازی پاداش و مزایای کار ۴-

تساوی‌سازی اختیارات و عمل کارکنان؛ به عبارتی کارآمد سازی این چهار عامل مهم چنانچه با زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی همراه شود هدف‌های کارآفرینی سازمانی با وسعت و کارکرد بیشتری تحقق پیدا می‌کند.

در این پژوهش پرسش اصلی این است که اولاً وضعیت زایش نوآوری‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی چگونه است؟ ثانیاً نوآوری‌های مدیریتی زایشی در سازمان‌های دولتی چگونه کارآمدی عوامل تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی را براساس مدل چهارعاملی (4E) زاویر مندوز (۲۰۰۷) بیشتر می‌کنند.

مبانی نظری (کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی)

با وجود اینکه برای کارآفرینی تعریف مشخص و قطعی وجود ندارد، اما توافق عمومی بر آن است که تعریف کارآفرینی، گسترده تر از تعریف مدیریت کسب و کار و خود اشتغالی است (احمد پور، ۱۳۸۱) زیرا کارآفرینی علاوه بر مهارت‌های کسب و کار، مهارت‌های شخصی چون خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری را نیز شامل می‌شود (براون، ۲۰۰۰). این در حالیست که در موارد زیادی به اشتباه این مفهوم را صرفاً معادل اشتغال زایی تعریف کرده اند. کارآفرینی فرآیندی است که اشخاص و گروه‌ها از طریق آن، فرصت‌های پیرامون را که برای دیگران به صورت آشفتگی، تناقض و اغتشاش است به دام انداخته و به وسیله گردآوری بی نظیر مجموعه‌ای از منابع به ایجاد برون‌دادهای جدید پرداخته و سپس با ایجاد کسب و کار این برون‌دادهای جدید را به بازار می‌رسانند (جانسون، ۲۰۰۱). مک کله لند (۱۹۶۹) فرآیند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه، یک شیوه زندگی تعبیر می‌کند و معتقد است که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت و مثبت‌اندیشی، زیربنا و اساس زندگی کارآفرینانه است (صمد آقایی، ۱۳۸۲). جفری تیمونز (۱۹۹۰)

کارآفرینی را خلق یک چیز ارزشمند از هیچ می داند و از دیدگاه او کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توان پیدا کردن فرصت ها را دارد و می تواند از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر به یک محصول جدید، اقدام به ارزش آفرینی از هیچ نماید (سعیدی کیا، ۱۳۸۶). تیمونز (۱۹۹۰) معتقد است که کارآفرینی معادل یک شبه پولدار شدن نیست و «سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی» کارآفرینی را هر تلاشی برای ایجاد کسب و کاری جدید یا راه اندازی یک فعالیت اقتصادی تازه همچون خوداشتغالی سازمانی و تشکیلات کسب و کار جدید یا توسعه آن، توسط یک فرد، گروهی از افراد و یا یک بنگاه تثبیت شده تعریف می کند. با طرح شدن رویکرد کارآفرینی اقتضائی و لحاظ شدن عوامل موقعیتی و وضعیتی در مطالعات کارآفرینی، در واقع از کارآفرینی به عنوان یک استراتژی نوین جهت دستیابی به نوآوری ها، موفقیت ها، رشد، بقاء و دیگر مزایای مرتبط در سازمان- های بزرگ یاد می شود (فورن هام، ۱۹۹۰).

سیر تطور کارآفرینی در سازمان ها

فرای (۱۹۹۳) معتقد است که کارآفرینی در سازمان ها فرایندی است که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرآیندها می انجامد. در مجموع کارآفرینی در سازمان ها به این معنا است که سازمان ها می توانند نوآوری های سودآور را از طریق تشویق مدیران و کارکنان برای فکر کردن توسعه و به آنها به منظور تعقیب برنامه هایشان، آزادی و انعطاف عمل داده و بدون اینکه اعضا را در تنگناهای باز دارنده بوروکراتیک قرار دهند به آنان کمک و پشتیبانی فکری و ایده سازی نمایند. کارآفرینی در سازمان ها از طریق تجدید عملیات سازمان ها، تعریف مجدد مفهوم کسب و کار و افزایش ظرفیت های نوآوری در سازمان ها و محصولات جدید، برای اطمینان از بقا در یک محیط رقابتی توسعه پیدا می کند و کرونوال و پرلمن (۱۹۹۰) معتقدند که اصول کارآفرینی در سازمان ها صرفاً به سازمان های انتفاعی و بخش های خصوصی محدود نمی

شود بلکه می توان همین فرآیندها را در قبال سازمان های غیر انتفاعی و غیردولتی نیز به کار برد.

اما کارآفرینی در سازمان ها، فرایندی است که با اقدامات نوآورانه از طریق خلق فرهنگ کارآفرینانه در سازمان انجام می شود. در این فرآیند، موقعیت داخل سازمان ها مورد بررسی و آسیب شناختی مدیریتی قرار می گیرد تا بستر و شرایط لازم به منظور بروز و زایش نوآوری ها و بلندگی های سازمانی فراهم شود (آقاجانی، ۱۳۸۵). در واقع کارآفرینی در سازمان ها، فرایندی است که یک سازمان طی کند تا تمام مدیران و کارکنان آن بتوانند در نقش کارآفرین در سازمان انجام وظیفه نمایند و تمام فعالیت های کارآفرینانه فردی و یا گروهی خود را به طور مستمر، سریع و راحت تر به ثمر برسانند (مدهوشی، ۱۳۸۲).

برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات سازمانی ادامه داد باید به زایش و به کارگیری نوآوری ها و خلاقیت ها روی آورد و سازمان ها برای بقا و توسعه و همچنین دستیابی به اهداف کوتاه مدت و بلند مدت خود، باید به افراد خلاق و کارآفرین خود اهمیت بیشتری دهند و سایر مدیران و کارکنان را نیز در این زمینه یاری نمایند (اندرو، ۲۰۰۲). زیرا افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ های توسعه اقتصادی و ارائه خدمات بهینه به عهده دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح جامعه، سازمان ها محسوب می شوند. بیان داشتند که فرهنگ سازمانی مبتکر و آشنا با بازار از مهم ترین عوامل کارآفرینی در سازمان ها به شمار می آید که باید همواره مورد توجه قرار گیرد. کارت و کلون (۲۰۰۷) اشاره کرده اند که مدیریت کردن بر تغییرات محیطی و واکنش نشان دادن به موقع به حوادث و پدیده ها، به عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر بر موفقیت سازمان ها و شرکت ها به حساب می آید (کارت و کاوین، ۲۰۰۷).

خاویر مندوز (۲۰۰۷) در نظریات خود تبیین و تحلیل می کند "عواملی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر خود قرار می دهند جو کارآفرینی است که این جو باید با زایش و به کارگیری نوآوری ها، عواملی که مشخصاً زمینه را برای جلب و جذب ایده های جدید و

کارآفرینی های نو در سازمان فراهم می نماید تقویت کند و از این طریق منابع لازم در اختیار افراد کارآفرین قرار داده شود تا آنان بتوانند نظریات و ایده های خود را در سازمان عملی و پیاده سازی نمایند (دهقانی زاده، ۱۳۸۵).

به قول «کولر می یر»: از آنجا که ویژگی های شخصیتی کارآفرینان سازمانی تابع رفتار آنها است، بنابراین کارآفرینی در سازمان ها همواره با نوآوری های فکری و عملیاتی خود به دنبال پاسخ این سؤال است که "چگونه یک سازمان تازه به وجود می آید؟" (سعیدی کیا، ۱۳۸۶).

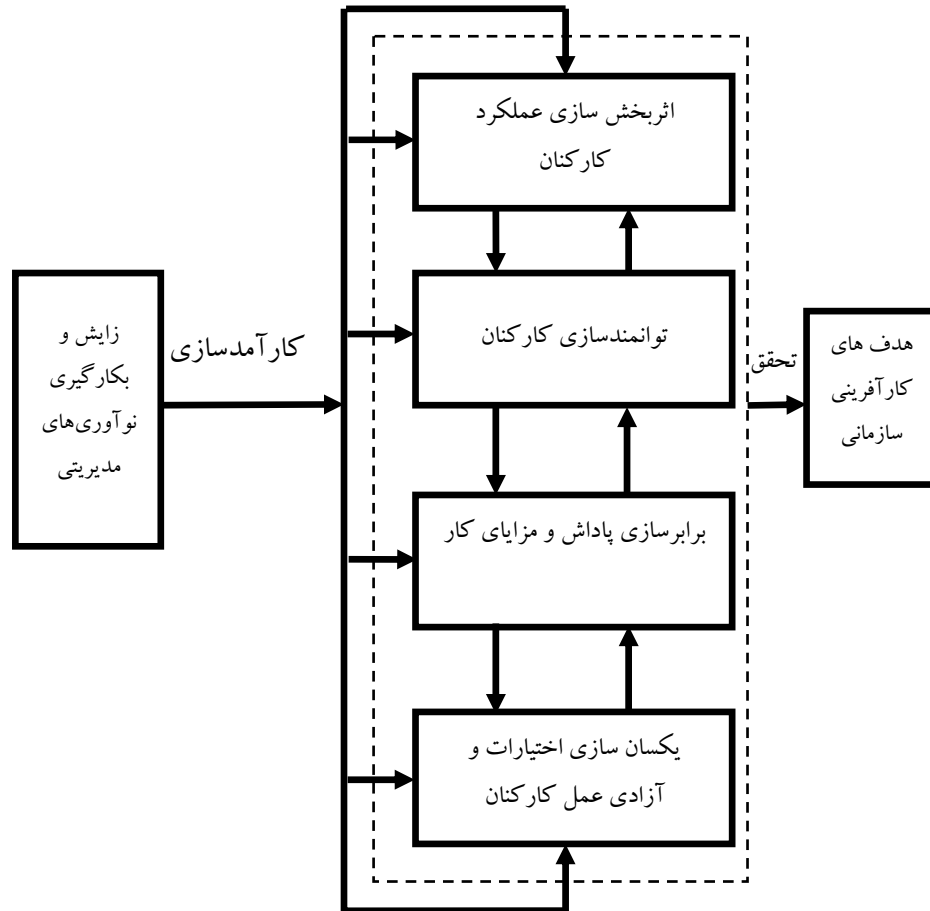
نوآوری های مدیریتی

پیتر دراگر (۱۹۸۹) می گوید مدیریت کسب و کار اساساً بر دو پایه "بازاریابی" و "نوآوری" استوار است که منجر به ارزش افزوده در کسب و کار می شوند (آهنچیان، ۱۳۸۶). مک فدونت ال (۲۰۰۵) معتقد است که نوآوری فرایندی است که از طریق توسعه روش های جدید و ایجاد راهکارها، راه حل ها، محصولات و خدمات نو، ارزش افزوده و درجه ای از تازگی برای سازمان، عرضه کنندگان، مشتریان، و ارباب رجوعان فراهم می شود (مک فدونت ال ۲۰۰۵). در واقع نوآوری، فرآیند اخذ ایده های خلاف و تبدیل آن به محصول، خدمات، فرآیند و روش های جدید است که از طریق استعداد و توانایی های افراد، گروه ها و سازمان ها تغییر یافته و یا انطباق پیدا می کند؛ یعنی معادله خطی (نوآوری + استنباط = نوآوری) (عبدالکریمی، ۱۳۸۱). بنابراین ایجاد محیط سازمانی نوآور، مستلزم فراهم سازی و بهبود و بسندگی مبانی چون؛ ۱- هزینه، ۲- کیفیت، ۳- بهره وری، ۴- مربوط بودن، ۵- آگاهی از بازار، محیط و جامعه، ۶- رقابت و ۷- انضباط است و مبانی یاد شده در انواع نوآوری های مستمر و غیرمستمر به تقسیم در می آیند (دهقان نجو، ۱۳۸۸).

البته عامل مهم و مؤثری که مستقیماً می تواند در پدیده نوآوری های فردی، گروهی و سازمانی اثر گذار باشند عبارتند از: الف) ساختار سازمانی، ب) فرهنگ سازمانی، ج) منابع انسانی و متغیرهای آن (مقیمی، ۱۳۸۳)، که تأثیر این متغیرها در بروز هرگونه رفتارهای نوآورانه مانند ارائه ایده های نو و مبتکرانه بی بدیل خواهد بود (اسحاقی، ۱۳۸۷).

مدل مفهومی تحقیق

چنانچه گفته شده مدل چهار عاملی (4E) زاویر مندوز ۲۰۰۷ با معرفی چهار عامل اصلی تحلیل و تبیین می نماید که با زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی و سازمانی می توان عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی را در سازمان ها کارآمدتر کرد (حلاجیان، ۱۳۹۳). به عبارت دیگر نظریه و مدل (4E) مندوز بر این امر تأکید و تصدیق می کند، چنانچه اگر در هر سازمانی، نوآوری ها و نوآفرینی های مدیریتی و سازمانی در زمینه تجدید ساختارها، تکنولوژی نام و نشان سازمانی و تجاری، طراحی ها، فرمول و قاعده سازی ها، در ارائه خدمات تولید محصولات و همچنین نوآوری در عرضه و تقاضا و در پاسخگویی به مشتریان و ارباب رجوع همراه شود (هادی زاده و رحیمی، ۱۳۸۴) این امر باعث می شود تا عوامل چهارگانه (4E) مدل مندوز کارآمدسازی شده و از آن طریق موجب تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی در سازمان ها شوند.



مدل ۱. مدل مفهومی چهار عاملی (4E) زاویر مندوز (۲۰۰۷)

فرضیه ها

الف) فرضیه های اصلی

زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی، موجب کارآمدسازی عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی براساس مدل چهار عاملی (4E) زاویر مندوز می شود.

ب) فرضیه های اختصاصی

۱. زایش و به کارگیری نوآوری ها مدیریتی در سازمان های دولتی با "اثر بخش سازی عملکرد کارکنان" موجب تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی می شود.
۲. زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی با "توانمند سازی کارکنان" موجب تحقق هدف های کار آفرینی سازمانی می شود.
۳. زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی با "یکسان سازی اختیارات و آزادی عمل کارکنان" موجب تحقق هدف های کار آفرینی سازمانی بر اساس مدل مندوز می شود.
۴. زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی با "برابر سازی پاداش و مزایای کار" موجب تحقق هدف های کارآفرینی می شود.

روش پژوهش

مطالعه از نوع توصیفی - کاربردی بوده است که با روش پیمایشی انجام می-شود (دلاور، ۱۳۹۱). جامعه آماری پژوهش، کلیه مدیران ارشد دستگاه های اجرایی و دولتی استان مازندران به تعداد ۱۸۰ نفر که ۱۱۸ نفر آن براساس جدول مورگان به عنوان واحدهای نمونه انتخاب شدند که پس از توزیع پرسشنامه در میان آنان و ۱۱۴ پرسشنامه بدون خدشه تکمیل و برگشت داده شد.

ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه خودساخته بوده است که از پنج بخش، شامل گزاره سؤال هایی درمورد اثربخش سازی عملکرد کارکنان (۱۵ سؤال)، توانمندسازی کارکنان (۱۰ سؤال)، برابر سازی پاداش و مزایای کار (۱۳ سؤال)، یکسان سازی اختیار و آزادی عمل کارکنان (۵ سؤال) و ۲۰ سؤال نیز برای زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی ساخته شده است.

یافته ها

در این پژوهش یک فرضیه اصلی با چهار فرضیه (چهار فرض) اختصاصی براساس نظرات جمعآوری شده از واحدهای نمونه، ابتدا با شاخص های آماری میانگین وزنی، انحراف معیار، خطای معیار، توصیف و سپس با آزمون T تک نمونه ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و قبل از تجزیه و تحلیل فرضیه ها معلوم شد که اساساً وضعیت زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی تا چه حد معنا دار است؟ (جدول ۱).

جدول ۱. مقایسه میانگین نظرات مدیران ارشد نسبت به زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی

معیار	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t	معناداری
زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی	۳/۶۸	۰/۶۱	۰/۵۴	۱۲/۴۳	۰/۰۰۱

در بررسی وضعیت زایش و بکارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی استان مورد مطالعه ملاحظه شد که مقدار معناداری فراوانی نظرات کمتر از سطح آزمون است، بنابراین با رد فرض صفر و پذیرش فرض خلاف، وضعیت زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان ها و دستگاه های دولتی استان مازندران مثبت و معنادار ارزیابی شد.

فرضیه اصلی

زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی، موجب کارآمدسازی عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی براساس مدل چهار عاملی (4E) زاویر مندوز می شود (جدول ۲).

جدول ۲. مقایسه میزان میانگین نظرات پاسخگویان در زایش به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی در کارآمدسازی عوامل تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی

معناداری	t	خطای معیار	انحراف معیار	میانگین	معیار
۰/۰۰۱	۸/۷۲	۰/۰۵	۰/۵۶	۳/۴۷	زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی در کارآمدسازی عوامل تحقق کارآفرینی‌های سازمانی بر اساس مدل (4E) زاویر مندوز

بر اساس یافته‌ها در جدول شماره ۲، چون مقدار معناداری کمتر از سطح آزمون؛ یعنی ۰/۰۵ ملاحظه شده است، لذا فرض صفر رد می‌شود و باتوجه به میانگین بزرگتر از ۳ شده است پس، این نتیجه حاصل شد که زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی در کارآمدسازی عوامل تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی مازندران معنادار است. بنابراین براساس تأیید فرضیه اصلی، چهار فرضیه (چهار فرض) تحقیق نیز به صورت مجزا مورد توصیف و آزمون قرار گرفتند (جدول ۳).

جدول ۳. مقایسه میزان میانگین نظرات پاسخگویان در چهار عامل تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی مندوز

فرضیه	معیار	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	t	معناداری
۱	اثر بخش سازی عملکرد کارکنان	۳/۶۰	۰/۵۴	۰/۰۵	۱۱/۷۴	۰/۰۰۱
۲	توانمندسازی کارکنان	۳/۵۹	۰/۶۱	۰/۰۵	۱۰/۳۶	۰/۰۰۱
۳	برابری پاداش و مزایای کار	۳/۵۵	۰/۷۴	۰/۰۶	۷/۹۷	۰/۰۰۱
۴	یکسان سازی اختیارات و آزادی عمل کارکنان	۳/۶۱	۰/۵۵	۰/۰۵	۱۱/۸۰	۰/۰۰۱

همانطور که در جدول بالا مشاهده شد، توصیف عوامل چهارگانه همگی نشان دادند که نظرات آزمودنی‌ها نسبت به عوامل چهار مدل (4E) مندوز که مشخصاً در تحقق هدف‌های کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی نقش اساسی دارند، مثبت است و این

نگرش مثبت تماماً در رابطه زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی برای کارآمدسازی چهار عامل یادشده از طریق نتایج آزمون t معنادار ملاحظه شده است. با این استنباط مشخص می شود که زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی؛ اولاً هر یک از عوامل چهارگانه مدل مندوز کارآمد می سازند، ثانیاً کارآمدسازی به کارگیری نوآوری های مدیریتی، عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

باتوجه به اینکه هدف تحقیق، بررسی زایش نوآوری های مدیریتی در سازمان های دولتی و میزان به کارگیری آنها در کارآمدسازی عوامل تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی بر اساس عوامل چهارگانه مدل زاویر مندوز (4E) بوده است لذا مطابق مدل، چهار عامل عمده و اصلی در تحقق هدف های کارآفرینی سازمانی بخش های دولتی و اجرایی نقش اساسی دارند که این عوامل عبارتند از: ۱- اثربخش سازی عملکرد کارکنان، ۲- توانمندسازی کارکنان، ۳- برابرسازی پاداش و مزایای کار و ۴- تساوی سازی اختیار و آزادی عمل کارکنان، که این عوامل با زایش و به کارگیری نوآوری های مدیریتی هر چه بیشتر کارآمد می شوند، بنابراین توصیه می شود که:

- ۱- به کارآفرینان سازمان ها به جای ارتقاء، پاداش های قابل توجه و مهم اعطا شود.
- ۲- به تغییر و تعویض نوبتی کارآفرینان در سازمان ها توجه و تمرکز شود. به عبارتی، کارآفرینان سازمانی از یک فرصت بهره برداری شده به یک فرصت در حال شکل گیری منتقل شود که این انتقال غالباً با پاداش های مهم و قابل توجهیه همراه شود. مع الوصف ماحصل کلیه یافته ها در این پژوهش نشان داد که عوامل چهارگانه (4E) مدل مندوز در تحقق هدف های کارآفرینی های سازمانی در سازمان های دولتی استان مورد

مطالعه اولاً تحقق یافته و می‌باید و ثانیاً با زایش و به کارگیری نوآوری‌های مدیریتی در سازمان‌های دولتی کارآمدتر می‌شوند و بنابراین لازم است تا سازمان‌های دولتی علاوه بر روش‌های فوق‌الذکر، نسبت به فعالیت‌های زیر نیز تمرکز نمایند:

- ۱) ارزیابی سریع مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان به منظور استمرار و ادامه توانمندسازی‌های آنها .
- ۲) تأکید بر استفاده درست از ظرفیت‌ها و استعدادها خلاق و نوآور در راستای افزایش اثربخش سازی عملکرد کاری کارکنان .
- ۳) توجه لازم به سیستم‌های انگیزشی کار با تأکید بر برابری پاداش‌ها و مزایای کاری .
- ۴) تفویض اختیار و اعطای آزادی عمل بیشتر به کارکنان به منظور بروز نوآوری‌های و مدیریتی مدیران .

سپاسگزاری:

پژوهش حاضر با صرف وقت و هزینه‌های شخصی انجام شده و هیچ فرد و سازمانی هزینه‌های آن را پرداخت نکرده است. از مرحوم پروفسور احمد احمدپور برای ارائه پیشنهادها و ارزشمند سپاسگزارم. از پروفسور دکتر علی دلاور، سردبیر محترم و معزز فصلنامه کمال امتنان و سپاسگزاری را دارد که چاپ این مقاله را تنفیذ نمودند.

منابع

- آهنچیان، محمد رضا (۱۳۸۶)، *فروپاشی روایت‌های مدیریت در دوران مدرن*، تهران: نشرنی، ۶۱۸.
- اسحاقی، سید حسین (۱۳۸۷). *نوآوری بستر شکوفایی*، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- احمدپور، محمود، (۱۳۸۱)، *کارآفرینی*، تهران: انتشارات پردیس.

- آقاجانی، حسنعلی، (۱۳۸۵)، معرفی مدیریت کارآفرینی، گاهنامه کارآفرینی و کارآفرینان دانشگاه مازندران، سال اول، شماره دوم، ۲-۳.
- دلاور، علی، (۱۳۹۰)، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات رشد، چاپ اول.
- دهقانی زاده، محمود، (۱۳۸۵)، بررسی و تبیین مدل بومی موانع کارآفرینی سازمانی در وزارت کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده، دانشگاه آزاد واحد بابل، دانشکده علوم انسانی.
- دهقان نجم، محمد (۱۳۸۸)، مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمان، ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع البسه، سال اول شماره ۱۰، ۲.
- زاهدی مازندرانی، محمد جواد، (۱۳۸۳)، ضرورت‌های کارکردی توسعه اشتغال در بخش کشاورزی، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره ۴۵، بهار ۱۳۸۳، ۴۱-۶۷.
- سعیدی کیا، مهدی، (۱۳۸۶)، اصول و مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات کیا.
- حلاجیان، ابراهیم، (۱۳۹۳)، کارآفرینی در کسب و کار خانگی، فصلنامه علمی و پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، شماره ۳۶.
- عبد الکریمی، مهوش (۱۳۸۱)، مدیریت دانش و فناوری خلاقیت و نقش آنها در بهبود کارایی و اثر بخشی فرایندها، کنفرانس توسعه منابع انسانی، ۱۳۰-۱۳۲.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲)، سازمانهای کارآفرین، تهران: انتشارات مرکز تدوین و انتشار منابع مدیریت و برنامه ریزی.
- مدهوشی، مهرداد، بخشی، غلامرضا (۱۳۸۲)، بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، سال نهم، شماره ۱، ۲۷-۲۸.
- مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- هادی زاده، اکرم، رحیمی، فرج اله (۱۳۸۴)، کارآفرینی سازمانی، تهران: نشر جامان.

- Andrew, D.(2002). *Organizational Behavior and Performance*, London: scott. Aranciba.
- Brown, C.(2000). *Entrepreneurial Education Teaching Guide*, 00-7, available at: www.celcee.edu/publications/digest/dig00-7.htm.
- Bygrave William., & Zacharakis Andrew.(2008). *Entrepreneurship*.
- Cornwall Geffery & Perlman Baron.(1990), *Organizational Entrepreneurship*, Richard Irwin.

- Dobell,A.R.(1989). *The Public Administrator: God or Entrepreneur ? or are they the same in the Public Service*, American Review of Public Administration, vol.19(1), p. 1.
- Fry Fred. (1993). *Entrepreneurship: A Planning Approach*, West publishing company.
- Furnham, A.(1990). *Personality at Work*, London Routledge Pub. Co.
- Garrett ,p & Covin, J, G. (2007). *A Model of Corporate Entrepreneurship as a Strategic Adaptation Mechanism, Advances in Entrepreneurship ,Firm Emergence and Growth* .
- Graham ,P & Harker, M.(1996).Skills for Entrepreneurial Management, theory and Practice, vol. 20(3), pp,169-190
- Johnson,D.(2001). What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for large Organization. *Industrial and Commercial Training*. Vol.33, No.4, pp.135-40.
- Timmons,J.(1990).*New Venture Creation, Boston :IRWIN ,Homewood*.
- Zimmere Thomas,W. & Scarborough, Norman,M. (2006). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* ,4th ed.

