

بررسی ارتباط رفتار شهروندی سازمان و فرهنگ کارآفرینی در

سازمان های دولتی

• گزارشی از ارائه مقاله دکتر سیدمحمد مقیمی
عضو هیأت علمی دانشگاه تهران در اولین همایش کارآفرینی



دولتی سنتی به سرآمده است. لذا عناوینی که برای مدیریت دولتی نوین انتخاب می کنند، مدیریت کارآفرینانه یا دولت کارآفرینانه از تمام عناوین و اسامی بیشتر مورد مشاهده، قرار می گیرد. نکته مسلم این است که باید در اداره امور دولتی روشهای کارآفرینانه دنبال شود و ساختارهای سنتی که فرهنگهای بروکرات را در سازمانهای خود تشویق می کنند، تغییر یابند. با توجه به چالش عظیمی که در دنیا با آن مواجه هستیم، در عصر کار آفرینانه به سر می بریم گریزی از این عصر نیست لذا باید تمام اجزای سیستم را متناسب با عصر کار آفرینانه متحول سازیم، مکانیزمهای عملی و کاربردی ارائه کنیم و فرهنگ سازمانی سنتی را به فرهنگ کارآفرینانه تبدیل کنیم منتها نیازمند ظرفیت سازی هستیم. یکی از زیرساخت های اساسی، بحث رفتار شهروندی سازمانی است که با استناد به دیدگاه یکی از صاحب نظران آن را توضیح خواهیم داد. فرهنگ سازمانی مهم است و جایگاه آن بسیار رفیع می باشد. صاحب نظران معتقدند فرهنگ تعیین کننده ترین عنصر کارآفرینی است. فرهنگ مبنای فکری، ارزشی، نگرشی و پایه مفروضات فعالیت هایی که اداره می کنند، است. لذا تا نگرش ها و مفروضات ذهنی دچار تحول و دگرگونی نشود، هر گونه تلاش و سرمایه گذاری صورت بگیرد بی نتیجه خواهد بود. نخستین گام در ایجاد فعالیت های کارآفرینانه در جامعه ایجاد فرهنگ نگرش های کارآفرینانه است. به هر حال شروع اصلاحات از کارآفرینی می باشد، اصلاحات در جامعه و سازمان ها باید از کارآفرینی

است که در تعاریف صاحب نظران مورد اشاره قرار می گیرد. زمانی که بحث از عوامل توسعه در حوزه اقتصادی به عمل می آمد، اقتصاد دانان ها عامل توسعه را زمین، سرمایه و مواد اولیه قلمداد می کردند با توجه به کوشش های صاحب نظران مدیریت مانند دراکر، اقتصاد دانان متقاعد شدند عامل مهمی در این میان که نقش پر رنگتری دارد و آن هم کارآفرینی است. به اعتقاد دراکر اگر شاهد توسعه و پیشرفت جوامع هستیم به دلیل مواد اولیه، ذخایر غنی منابع طبیعی، نیروی انسانی و ازدیاد جمعیت نیست بلکه نکته مهم کارآفرینی است. در واقع کارآفرینی عبارت است از «ایجاد همه چیز از هیچ». امکان دارد در جامعه ای هیچ چیز وجود نداشته باشد، مواد اولیه مرغوب، نیروی انسانی توانمند، و ... در اختیار نداشته باشند ام به کشوری تبدیل شده اند که توسعه یافته و یکی از دو قطب اصلی دنیا محسوب می شود. کارآفرینان هستند که از هیچ چیز، همه چیز خلق می کنند. امروزه دیدگاهی به نام «مدیریت دولتی نوین» مطرح می شود و دیگر عصر دوران مدیریت

های رشته ای که دارند، دانشمندان آن براساس علایق و سلیق رشته ای کمک های خاص را داشته اند، روان شناسان به روی ویژگی های شخصیتی این علم مطالعه کردند که در سطح آنها مک کلند قرار دارد. در حوزه مدیریت پیتر دراکر و سایر صاحب نظران مدیریت که امروزه شاید که تئوری های کارآفرینی را دنبال کنیم نقش صاحب نظران مدیریت در این تئوری پردازی بسیار برجسته تر از گذشته است. شاید اولین بار تئوری مربوط به کارآفرینی را جوزف شومپتر - پدر علم کارآفرینی - مطرح کرده است لذا شکل گیری تئوری های کارآفرینی را مدیون اقتصاددانانی مانند وی و دیگران هستیم. در حوزه جامعه شناسی بستر های مربوط به کارآفرینی از موضوعات مهمی است که باید به آن توجه شود. رشته های مختلف علم یدر حوزه های مختلف کمکهای متعددی را داشته اند.

اگر به فهرست تعاریفی ارائه شده نگاهی بیندازید، به این نتیجه خواهید رسید که در طیف متنوع رشته ها، صاحب نظران تعاریف متنوعی ارائه کرده اند. هر کدام از صاحب نظران به یک جنبه ای اشاره کرده اند مثلاً بحث بهره برداری از فرصت ها، ایجاد ترکیبات جدید، مواجهه با ابهامات و عدم اطمینان ها، منشأ تغییر بودن و ... مؤلفه هایی

در این مقاله ارتباط میان دو مؤلفه مهمی که امروزه در ادبیات دنیا و حوزه مدیریت و کارآفرینی مطرح می باشد مورد بررسی قرار می گیرد یعنی رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ کارآفرینی موضوع مورد مطالعه بنده در سازمان های دولتی ایران است.

در بیشتر مطالعات کارآفرینی به این نتیجه رسیده ام که یکی از معضلات اساسی در توسعه کارآفرینی کشور بحث هماهنگ کارآفرینی است. متأسفانه در بررسی مؤلفه کارآفرینی (در حوزه های مختلف صنعتی، خدماتی، دولتی و ...) شاهد این هستیم که مؤلفه های فرهنگ کارآفرینی در کشور ها از ضعف اساسی برخوردار است. بنابراین یک بعد این عنوان در حقیقت ناشی از مشکلاتی بود که در نتایج تحقیقاتی به آن دست یافتیم. راجع به این که تعریف کارآفرینی چیست و خاستگاه آن کجاست، موارد متعددی ارائه شده است و در این مقاله هم به آن نمی پردازم، زیرا این مقوله نیازمند مباحث مختلفی است اما به طور خلاصه کارآفرینی، موضوعی میان رشته ای است که به عنوان یک رشته علمی در نظر گرفته می شود، خوشبختانه با شکل گیری دانشکده کارآفرینی در کشور این واقعیت علمی به تدریج جامه عمل خواهد پوشاند و این رشته علمی از زمینه های گوناگون علمی برای تئوری سازی و بحث تئوریک خود، کمک گرفته است. موارد مهمی که می توانم به عنوان رشته علمی کمک کننده به تئوری پردازان در کار آفرینی از آن یاد کنم شاید ۴ رشته عمده مدیریت، اقتصاد، جامعه شناسی و روان شناسی باشد. در حقیقت هر کدام از این علوم با توجه به زمینه

نکته مسلم این است که باید در اداره امور دولتی روشهای کارآفرینانه دنبال شود و ساختارهای سنتی که فرهنگهای بروکرات را در سازمانهای خود تشویق می کنند، تغییر یابند.

آغاز شود و در واقع شرط اول اصلاحات سازمانی به سوی کارآفرینی است و حرکت به سوی فعالیت های کارآفرینانه مستلزم ایجاد نگرش های کارآفرینانه در افراد می باشد.

یکی از اجزا زیر ساختارهایی که کارآفرینی و فرهنگ آن را تقویت می کند، ارتقا رفتار شهروندی سازمانی است.

سازمان ها به کارشناسی نیازمند هستند که تمایل دارند از محدوده الزامات و تکالیف شغلی و رسمی خود پای را فراتر گذارند و این نوع رفتارها، رفتار شهروندی سازمانی است. به تعبیر دیگر تلاش هایی که فراتر از وظایف تعریف شده باشد تحت عنوان «رفتار شهروندی» از آن یاد می شود. صاحبان مدیریت این رفتارها را نوآورانه، خودجوش، تمایل به همکاری، مددکارانه و خودجوش، توصیف می کنند.

رفتار شهروندی، رفتاری است که از روی میل و اراده فردی است و به طور مستقیم و یا صریح از طریق سیستم پاداش سازمانی مورد تقدیر قرار نمی گیرد ولی باعث ارتقا عملکرد اثربخش سازمانی می شود.

برای رفتار شهروندی سازمانی عناصر مختلفی مطرح می شود که فراتر از وظایف رسمی سازمانی است. این رفتارها اختیاری و ارادی بوده، پاداش مستقیمی در بر ندارد و از طریق ساختار رسمی هم مورد قدردانی قرار نمی گیرد. این رفتار در عملکرد و موفقیت سازمان بسیار مهم است و به عنوان مولفه های رفتاری شهروندی محسوب می شود. این مولفه ها مانند آداب اجتماعی، مشارکت، وجدان کاری، نوع دوستی، جوانمردی، نزاکت و ... است.

در متون دینی به عنوان فردی مسلمان در محیط اجتماعی خود یکسری تکالیفی داریم. بحث آداب اجتماعی، نزاکت، جوانمردی و ... را بزرگان دینی ما مورد تاکید قرار داده اند.

ارتباط نزدیکی میان رفتارهای اجتماعی و رفتارهای سازمانی وجود دارد. واژه رفتار شهروندی، واژه ای است که در محیط شهر، اجتماع و سازمان هایی مانند شهرداری مصداق بیشتری دارد. ترویج کارآفرینی منوط به تغییر نگرش ها، ارزش ها و باورهاست، همگان می دانیم در این حوزه مشکلات متعددی وجود دارد و تبدیل باورها به عمل بسیار مهم است.

از آن سو رفتار شهروندی سازمانی جایگاه بالایی دارد یعنی انسان ها فراتر از وظیفه خود عمل کنند و به شرح وظایف رسمی خود اکتفا ننمایند.

یکی از زیرساختارهای اساسی توسعه کارآفرینی بحث شهروندی سازمانی است در مطالعه خود، می خواهیم به سوالات اساسی پاسخ دهیم که با توجه به اهمیت رفتار سازمانی، آیا شاهد پیوند و همبستگی فرهنگ کارآفرینی و رفتار شهروندی در سازمان های دولتی کشور هستیم. مهم تر از آن اگر پیوند و همبستگی وجود دارد در چه حوزه هایی از قوت بیشتری برخوردار است؟

اهداف اصلی

در این تحقیق یک هدف اصلی وجود دارد و آن

بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است و سپس اهداف فرعی مختلفی وجود دارد مانند تجزیه و تحلیل عناصر رفتار شهروندی و فرهنگ کارآفرینی، ارتباط هر دوی این موارد با مولفه های جمعیت شناختی و در نهایت اولویت بندی آنها در سازمان های کشور.

ما برای یک مطالعه علمی نیازمند یک مدل مفهومی هستیم که چارچوب فکری باید براساس آن شکل بگیرد، از مطالعاتی که در حوزه رفتار شهروندی و فرهنگ کارآفرینی انجام داده ام به یک مدل محقق ساخته است یافتیم که براساس آن ۷ مولفه، آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری، جوانمردی، نزاکت، هماهنگی متقابل و محافظت از منابع سازمان در رفتار شهروندی سازمانی موثر می باشد. و ۴ مولفه هم در فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به دست آمد. این ۳ مولفه براساس تلفیقی از مدل های مختلف استخراج شده است.

می باشد. سوالات نیز براساس مدل مفهومی و متغیرهای آن طرح شده است. جامعه آماری ۱۱۰ نفر از مدیران و کارکنان وزارت نیرو و بود. نمونه گیری از روش طبقه بندی شده و به صورت تصادفی از هر طبقه به طور نمونه براساس فرمول نمونه گیری انتخاب شد. محدوده موضوعی مولفه های ۷ گانه رفتار شهروندی سازمانی است و در سال ۱۳۸۵ و ۱۳۸۴ این داده ها جمع آوری شد.

یافته های تحقیق

میان رفتار شهروندی با کل فرهنگ سازمانی ارتباط وجود دارد که طبق نتایج به دست آمده، ارتباط بسیار تنگاتنگ است. هر کدام از مولفه های فرهنگ کارآفرینانه با توجه به رفتار شهروندی سازمانی، فرضیات ما را تایید می کند. در این تحقیقات یک سوال مطرح بود که افراد در سازمان ها از لحاظ رفتار شهروندی و فرهنگ سازمانی، چگونه هستند. نتایج تحقیق نشان می دهد که

رای رفتار شهروندی سازمانی عناصر مختلفی مطرح می شود که فراتر از وظایف رسمی سازمانی است. این رفتارها اختیاری و ارادی بوده، پاداش مستقیمی در بر ندارد و از طریق ساختار رسمی هم مورد قدردانی قرار نمی گیرد. این رفتار در عملکرد و موفقیت سازمان بسیار مهم است و به عنوان مولفه های رفتاری شهروندی محسوب می شود

فرضیات

تمام متغیرهای رفتار شهروندی ما نامطلوب است. متاسفانه علیرغم اینکه جامعه اسلامی هستیم و مولفه های مورد توجه در دین عنوان شده است، این مولفه ها در سازمان ها وضعیت مطلوبی ندارند. افراد در سازمان ها از آداب اجتماعی، نوع دوستی، وجدان کاری و ... چندان برخوردار نیستند. برای بهبود بخشیدن به این وضعیت، پیشنهاد می شود که افراد تلاش کنند روابط صمیمانه ای برقرار سازند و یکدیگر را در حل مشکلات یاری نمایند. باید جهت ارتقای آداب اجتماعی، حضور افراد در سازمانها را پررنگ تر کنیم و تصویر مثبتی از سازمان به آنان به وجود آوریم.

اکثر کارکنان در سازمان های دولتی وقتی در محافل عمومی ظاهر می شوند، از سازمان خود به خوبی یاد نمی کنند. یکی از مولفه های آداب اجتماعی این است که آنها به عنوان نماینده سازمان، تصویر مثبتی از آن ارائه دهند.

سازمان های ژاپنی، کارکنان خود را به نحوی تربیت کرده اند که یک کارمند هویت خود را با سازمان متبوع خود، مشخص می کند در حالی که در سازمان های ما برخی از افراد عضویت خود در سازمان را کتمان می کنند و گروهی نیز از سازمان به خوبی یاد نمی کنند. مور دیگر اینکه وجدان کاری نیز وضعیت نابسامانی دارد و باید به روی این مولفه هم سرمایه گذاری کنیم.

متاسفانه هماهنگی متقابل شخصی هم وجود ندارد، افراد پشت سر یکدیگر غیبت می کنند و به دنبال فرصت هستند تا مچ همدیگر را باز کنند، قدردانی وجود ندارد و افراد سعی می کنند با قدرت خود، دیگران را تحت نفوذ قرار دهند.

وضعیت متغیرهای کارآفرینی از نظر ریسک پذیری مطلوب نیست. افرادی که در سازمان های دولتی، اندکی از قوانین سازمان در جهت منافع سازمان تخطی می کنند، با برخوردهای مناسبی مواجه نمی شوند.

سایر مولفه ها مانند دانش کاری، اخلاق و درستی، تعهد سازمانی، مفرح شدن کار، کار مانند بازی هم در وضعیت مطلوبی قرار ندارند. وضعیت کار در سازمان ها به نحوی است که افراد می خواهند ساعات کاری هر چه زودتر به اتمام برسد.

رهبری کارآفرینانه، مشتری مداری، خود کنترلی، هماهنگی، مسئولیت پذیری، خلاقیت و نوآوری، اعتماد متقابل و روند توسعه طلبی هم بسیار پائین است بنابراین ملاحظه می شود که فرهنگ کارآفرینانه ما، فرهنگ مناسبی نیست. وجود امتیاز ۲/۵ برای ریسک پذیری (که محور کارآفرینی است) بسیار نازل می باشد و باید به روی تمام مولفه های کارآفرینی کار کنیم.

یکی دیگر از مسائل این است که افرادی در سازمان ها مسئولیت پذیر نیستند، ما معمولاً از نظر فرهنگی، انسان هایی با مرکز کنترلی بیرونی هستیم. برای کارآفرین شدن به مرکز کنترل درونی نیازمند هستیم. یعنی همیشه تمایل داریم مقصر را غیر از خودمان بدانیم بنابراین در درجه اول برای مسئولیت پذیری افراد باید مرکز کنترلی آنها را درونی سازیم.

در محیط سازمانی و دانشگاهی ما به نکته مسلم این که افراد باید خلاق، ریسک پذیر و نوآور باشند. یکی از صاحبان نظر معتقد است که در سازمان ها عموماً روی نیمکره چپ مغز انسان ها سرمایه گذاری می کنیم. همیشه مهارت های عقلانی، منطقی و قانونی بر اساس روند عقلایی مورد توجه قرار می گیرد اما از نیمکره راست مغز بهره نمی بریم، باید شرایطی ایجاد شود که انعطاف پذیری در سازمان های دولتی به وجود آید تا از نیمکره راست مغز افراد یعنی مرکز مهارت های شهروندی، خلاقیت و ... استفاده شود.

زمینه ایجاد فرهنگ کارآفرینانه این است که مولفه های رفتار شهروندی سازمانی را ارتقاء بخشیم. این مؤلفه ها می تواند در سطح خانواده، شهر، سازمان و ... مصداق یابد، لذا نیازمند توسعه فرهنگ کارآفرینی هستیم لازمه توسعه فرهنگ کارآفرینانه، توسعه فرهنگ شهروندی سازمانی در سطح جامعه و سازمان ها است.

خوشبختانه برای ایجاد این نوع رفتار، پشتوانه دینی، فکری، مذهبی و علمی متنوعی داریم که باید تقویت شوند.

