

بررسی رابطه میان موفقیت سازمانی و ویژگیهای کارآفرینان در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین

محسن آقاعلی خانی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

محسن آقاعلی خانی

mohsen.a.alikhani@gmail.com

چکیده

در شرایطی که توسعه سریع اقتصادی واجتماعی یک هدف کلان و آرزوی دیرینه برای تمامی کشورهای صنعتی و در حال توسعه است، تحقق این هدف منوط به تولید انبوه و صادرات و به تبع آن افزایش درآمد ملی، توسعه عدالت اجتماعی و گسترش اشتغال مولد در کشورها است. در جواب این سوال که چه کسی و یا چه کسانی می توانند هدفهای فوق را محقق سازند، تجربه موفق کشورهای صنعتی و کشورهای شتاب دار در توسعه اقتصادی نشان داده است که کلید حل این معما در دست مدیران کارآفرین است. لذا این تحقیق با هدف بررسی ویژگیهای کارآفرینان و نقش آن در موفقیت در بخش صنعت استان قزوین تعریف شده است. بدین منظور پرسشنامه-ای در دو بخش تنظیم گردید که در بخش اول آن به بررسی موفقیت سازمانی و در بخش دوم به بررسی ویژگیهای کارآفرینان می پردازد. پس از تأیید روایی و پایایی، پرسشنامه در دو بخش خصوصی و غیرخصوصی در سطح صنعت استان قزوین توزیع گردید. پس از جمع آوری پرسشنامهها به تجزیه و تحلیل دادهها پرداخته شد. در تجزیه و تحلیل دادهها از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده گردید. در روشهای توصیفی از میانگین میانه و مد استفاده شد و در روشهای استنباطی به منظور بررسی فرضیهها از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده شد که بر اساس آن برخی از روابط تأیید گردید. با بررسی این روابط در دو بخش خصوصی و غیرخصوصی نیز این نتیجه حاصل گردید که میزان همبستگی در بخش خصوصی به مراتب بیشتر از بخش غیر خصوصی می باشد.

کلمات کلیدی: موفقیت سازمانی، کارآفرینی، انگیزه و عزم، خلاقیت، ریسک پذیری، استقلال طلبی، توفیق طلبی

مقدمه

عصر کنونی دوره تحولات شتابنده و غیر قابل پیش‌بینی است. تحولات و دگرگونی‌های نظام‌های اجتماعی- اقتصادی عصر حاضر ریشه در پیشرفت و تغییرات بوجود آمده در علم و تکنولوژی دارد که این به نوبه خود منجر به تغییر در علائق و ذائقه‌ها گردیده است. بدون تردید سازمانهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدهای گسترده بین‌المللی روبرو هستند. از این رو تضمین و تداوم بقاء سازمانها نیازمند یافتن راه‌حلهای و روشهای جدید مقابله با مشکلات می‌باشد. (احمدپور داریانی، ۱۳۷۷، ص ۱)

در میان عوامل مختلف که باعث ایجاد تغییر می‌گردند، نقش عامل انسانی بی‌بدیل است. در میان عوامل انسانی نیز کارآفرینان دارای نقش برجسته و برتری می‌باشند. امروزه کارآفرینان را موتور توسعه اقتصادی می‌دانند تلاش برای تشویق محیط به معرفی تعداد بیشتری از کارآفرینان و ظهور استعدادهای کارآفرینان از جمله مسائلی است که خیلی به آن توجه شده است. لذا تغییر و تحولات در دهه اخیر و افزایش روز افزون رقابت، پیچیدگی و پویایی و عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده تا سازمانهای بزرگ نتوانند با شرکتهای کوچک که از انعطاف‌پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند رقابت کنند. به همین خاطر در چنین شرایطی حیات و بقای سازمانهای بزرگ در گرو تحول اساسی و شرایطی است که افراد خلاق و کارآفرین را هرچه بیشتر در کشور پرورش دهند. (رحیمی فیلی‌آبادی، ۱۳۸۳، ص ۱)

لذا آنچه بیش از گذشته اکنون احساس نیاز می‌شود پرداختن به مقوله کارآفرینی است. موفقیت سازمانها کنونی در گرو یاری جستن از کارآفرینان است. کارآفرینان باید دارای ویژگیهایی باشند تا بتوان از نیروهای آنها در جهت موفقیت سازمانها یاری گرفت. تحقیق حاضر در جهت یافتن این رابطه است.

بیان مسأله

نیروی انسانی به عنوان مهمترین عنصر سازمانی نقش مهمی در ایجاد و اداره پیچیدگی‌ها و تغییرات دارد. در این میان نیروی انسانی کارآفرین از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که با بکارگیری کارآفرینی راه را برای ایجاد خلاقیت و نوآوری در امور مختلف باز می‌کند. کارآفرینی قابلیت است که می‌تواند نظامهای امروزی را در این برهه حساس نجات داده و بقای آنها را تضمین می‌کند. اهمیت کارآفرینان به خاطر ارزشی است که به اشکال گوناگون توسط آنها ایجاد می‌شود. این ارزش ممکن است کشف دانشی جدید، ایجاد تکنولوژی جدید، بهبود تولیدات یا خدمات موجود یافتن راههای گوناگون برای تولید کالا یا خدمات با صرف منابع کمتر و ... باشد. در واقع پیدا کردن راههای جدید ارضای نیازهای مشتریان و ایجاد نگرشی جدید نسبت به تولیدات و خدمات موجود از مهمترین کارهای کارآفرینان محسوب می‌شود. کارآفرین کسی است که توانایی آنرا دارد تا فرصتهای کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند؛ منابع لازم را جمع‌آوری و از آنها بهره‌برداری نماید و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی نماید. (احمدپور داریانی، ۱۳۷۷، ص ۲)

صنعت نیز به عنوان یکی از محورهای توسعه در جوامع مطرح می‌باشد و بسیاری از خلاقیت‌ها در آن روی می‌دهد، صنعت روز به روز پیشرفت میکند و تکنولوژی‌های جدیدی در آن ایجاد میگردد و در اینجاست که به نقش کلیدی کارآفرینان می‌توان پی برد.

حال این افرادی که از آنها به عنوان کارآفرین یاد میشود باید دارای چه ویژگیهای شخصیتی باشند تا بتوانند در میسر تحول گام بردارند و صنعت پویای امروزی را به سمت موفقیت هدایت کنند. موفقیت کنونی سازمانها در برابر پیچیدگیها مدیون بهره‌برداری صحیح از کارآفرینان و ویژگیهای آنان می‌باشد. داشتن ویژگیهای کارآفرینانه (خلاقیت، نیاز به توفیق، نیاز به استقلال، ریسک‌پذیری و انگیزه و عزم و ...) ضروری به نظر میرسد. مدیرانی که دارای چنین ویژگیهایی باشند از آنها می‌توان به عنوان مدیران کارآفرین بالقوه یاد کرد. با این تفاسیر یافتن مهمترین ویژگیها و اهمیت هر کدام و اولویت‌بندی آنها ضروری به نظر می‌رسد.

حضور کارآفرینان در عرصه صنعت استان قزوین به عنوان یکی از قطبهای صنعت کشور، بسیار حایز اهمیت است. از این رو محقق بر آن شد تا رابطه میان موفقیت سازمانی و ویژگیهای کارآفرینان را در میان مدیران صنعت استان مورد بررسی قرار دهد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی: هدف اصلی در این تحقیق یافتن راهی برای موفقیت سازمان است.

اهداف فرعی: اهداف فرعی این تحقیق شامل شناسایی ابعاد و ویژگیهای کارآفرینان، شناسایی وضعیت موفقیت سازمانی و شناسایی رابطه کارآفرینی با موفقیت سازمانی در واحدهای صنعتی استان قزوین.

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

بین موفقیت سازمانی و ویژگیهای کارآفرینان در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین رابطه وجود دارد و میزان آن با توجه به نوع مالکیت تغییر می کند.

فرضیات فرعی

- ۱- اگر مالکیت خصوصی باشد بستگی بین خلاقیت و موفقیت سازمانی در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین بیشتر می شود.
- ۲- اگر مالکیت خصوصی باشد بستگی بین ریسک پذیری و موفقیت سازمانی در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین بیشتر می شود.
- ۳- اگر مالکیت خصوصی باشد بستگی بین نیاز به استقلال و موفقیت سازمانی در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین بیشتر می شود.
- ۴- اگر مالکیت خصوصی باشد بستگی بین توفیق طلبی و موفقیت سازمانی در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین بیشتر می شود.
- ۵- اگر مالکیت خصوصی باشد بستگی بین انگیزه و عزم و موفقیت سازمانی در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین بیشتر می شود.

مروری بر ادبیات تحقیق

الف: کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه " وبستر" کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان بوجود آورد کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست. سازمانی هم می تواند باشد حتی شرکت های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است. به عقیده «ارتو کول» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. «روبرت نشات» کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می داند. از نظر «پیتر دراگر» کارآفرینی یک رفتار می باشد و در واقع بکاربردن مفاهیم و تکنیک های مدیریتی، استانداردهای محصول، بنا نهادن کار بر پایه آموزش می باشد.

در ادامه به بررسی ویژگیهای کارآفرینان که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است می پردازیم:

۱- خلاقیت: خلاقیت همانا توانایی خلق ایده های جدید است که این ایده ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید منجر شوند. از خلاقیت تعاریف دیگری نیز ارائه شده است:

" برخی آن را توانایی هستی بخشیدن به پدیده ای جدید تعریف نموده اند و عده ای دیگر نه به عنوان توانایی بلکه به عنوان فرایند روان شناختی و یا فرایندهایی که از طریق آنها محصولات جدید و ارزشمند خلق می شود، تعریف کرده اند.

۲- ریسک پذیری: تمایل به مخاطره پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره های معتدل که می توانند از طریق تلاشهای شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند، یکی سطح در ک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره آمیز و دیگری احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است.

۳- نیاز به استقلال: نیاز به استقلال از ویژگیهایی است که به عنوان یک نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. در واقع نیاز به استقلال را می توان به صورت عباراتی نظیر " کمتر داشتن بر سرنوشته خویش"، " کاری را برای خود انجام دادن" و " آقای خود بودن" تعریف کرد. تمایل به استقلال، یک نیروی انگیزشی برای کارآفرینان معاصر است.

۴- نیاز به توفیق: " نیاز به توفیق" عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیتهای رقابتی. مک کله لند، با تحقیقات خود چنین نتیجه گیری نمود که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیتهای اقتصادی خود را آغاز می نمایند، بالاتر می باشد. این افراد مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس و همچنین نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند

۵- انگیزه و عزم : هر فرد موفق انگیزه نیرومند دارد که پیوسته او را به دنبال خود می کشاند و موجب پیشرفت او می گردد فرد برای حرکت فعالیت و تلاش خود دلیلی یافته که موجب می گردد ، از تواناییهای بالقوه خود استفاده نمود و استعدادهای درونی خود را شکوفا کند. وجود انگیزه افراد موفق را از افراد عادی متمایز می کند و سبب می شود که زندگی رنگ و روی خاصی بگیرد. هیچ عظمتی بدون انگیزه بزرگ به دست نمی آید ، خواه در زمینه ورزشی باشد خواه هنری و علمی و

ب : موفقیت سازمانی

مدیریت سازمانهای عمومی و خصوصی در جهان امروز و در چند دهه گذشته دگرگونیهای ژرفی را تجربه نموده که ضروری است همه بویژه مدیران از نزدیک با آنها آشنا شوند تا به خوبی دریابند که راز موفقیت کشورهای صنعتی در امر توسعه و اقتصاد چیست. و نیز بتوانند با اتکا به ذوق و استعداد خویش این یافته‌ها را با نیازهای سازمان خویش و فرهنگ بومی خود بسنجند و راههای نوینی را برای بهتر اداره کردن سازمانها انتخاب و تجربه نمایند.

در تحقیق انجام شده که در سطح واحدهای صنعتی استان قزوین انجام گرفته است موفقیت سازمانی با متغیرهای زیر مورد بررسی قرار گرفته است:

۱- نوآوری

به نظر محققین، کامل‌ترین و جامع‌ترین تعریف نوآوری را یکی از محققین به نام شومپتر ارائه نموده است. به تعبیر وی نوآوری در را در پنج بعد زیر می‌توان مشاهده و ارزیابی نمود :

نوآوری در محصول، نوآوری در روش و فرایند تولید، نوآوری در توزیع و فروش، نوآوری در استراتژی موسسه تولیدی و نوآوری در ساختار

۲- رشد

در خصوص معیار رشد، بیشتر به دستیابی به موفقیت‌های مالی و شاخصهای کمی عملکردی توجه شده است. از جمله این شاخصها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

متوسط افزایش میزان تولید ، متوسط افزایش سود، متوسط افزایش رفاه کارکنان، متوسط افزایش صادرات، متوسط افزایش سرمایه‌گذاری، متوسط افزایش فروش

۳- ایجاد

در بعد ایجاد عوامل زیر مد نظر قرار می‌گیرند:

واحد تحقیق و توسعه ، واحد طراحی و مهندسی، توانایی رقابت با شرکتهای داخلی و خارجی، توانایی جایگزینی ماشین‌آلات، تعدیل نیروی انسانی، آموزش

ج : رابطه موفقیت سازمانی و کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا ، ایده ها ، محصولات ، و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گسترده وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان ، تولید کنندگان ، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند.

با توجه به مطالب ارائه شده در این قسمت بر آنیم تا نقش پارامترهای کارآفرینی مطرح شده در این تحقیق را با موفقیت سازمانی مورد بررسی قرار دهیم :

۱- خلاقیت و موفقیت سازمانی : شرکتهایی در اقتصاد نوین موفق خواهند بود که بتوانند به طور مستمر انتظارات مشتریان را برآورده سازند و از آن نیز فراتر روند. بخشی از این معادله نیازمند وجود عناصری از نوآوری و خلاقیت نزد نیروی کار است. بدون مراقبتهای مستمر از بهبود اوضاع فعلی، سازمان در یک فرایند پیشرفت جزئی و غیر متمرکز قفل می شود.

۲- ریسک‌پذیری و موفقیت سازمانی: تقریباً در همه تعاریف کارآفرینی از ریسک‌پذیری به عنوان یک عنصر اساسی یاد شده است. بدیهی است که کارآفرینان افرادی قمارباز نیستند اما ریسک‌های حساب شده را می‌پذیرند. آنها سعی می‌کنند ریسک‌هایی که مجبور به قبول آن هستند را با دقت تعریف کنند تا خطرات ناشی از آن را تا جایی که امکان‌پذیر باشد به حداقل برسانند. کارآفرینان همواره درباره

ریسک‌هایشان فکر می‌کنند اما نه در شکل‌های منفی، بلکه آنها ریسک را به عنوان چالشی تلقی می‌کنند که باید آن را کنترل و مدیریت نمود. بررسی این ریسکها و انجام ریسک عاقلانه زمینه را برای رسیدن به اهداف سازمانی فراهم می‌کند.

۳- استقلال طلبی و موفقیت سازمانی: نیاز به استقلال از ویژگیهایی است که به عنوان یک نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. در واقع نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود که کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. احساس خشم آنها از نظام خشک دیوان‌سالاری همراه با تعهد خالصانه در قبال ایجاد تغییر به شخصیت استقلال طلب آنها که می‌خواهند همه چیز را به شیوه خود انجام دهند اضافه می‌شود. پس یا این تفاسیر این عوامل باعث ایجاد انگیزه قوی در کارآفرینان گردیده و تلاش آنها را برای انجام مأموریت‌های سازمانی و رسیدن به موفقیت سازمانی چندین برابر می‌کند.

۴- توفیق طلبی و موفقیت سازمانی: یک عامل بسیار اثربخش در تسهیل تحلیل‌های علمی در مورد کارآفرینی از سوی مک کله لند صورت گرفته است. او ابتدا به شناسایی مهارت‌های کارآفرینی پرداخت و بعد به ویژگی‌های فردی کارآفرینان توجه کرد. وی عنوان کرد که نیاز به موفقیت یک عامل بالقوه در کارآفرینی است که می‌تواند باعث رشد اقتصادی شود.

۵- انگیزه و موفقیت سازمانی: کشف نیروهایی که موجب موفقیت کارکنان در اجرای وظایف آنها می‌شود کار ساده‌ای نیست. چرا برخی کارکنان هر مسئولیتی را همیشه با اشتیاق بر عهده می‌گیرند در حالیکه دیگران از انجام هر کار جدیدی گله و شکایت می‌کنند و اغلب حداقل انتظارات را نمی‌توانند برآورند؟

یکی از عواملی که در موفقیت سازمانی تأثیرگذار است انگیزش می‌باشد. اگر کارکنان توانایی‌های ضروری فردی را داشته باشند، محیط سازمانی حامی آنها باشد و به اندازه کافی انگیزه داشته باشند بهترین امکان را برای تحقق اهدافشان در اختیار دارند. اگر این عامل حیاتی وجود نداشته باشد موفقیت سازمانی آسیب می‌بیند.

در ادامه با توجه به نظریات فوق نتیجه می‌گیریم که: $y = f(x)$

		زیاد
H1	H0	
H0	H1	موفقیت سازمانی

کم

زیاد

کم

همانطور که در شکل مشخص است خانه H1 نشان می‌دهد که با افزایش میزان ویژگی‌های کارآفرینی میزان موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد، یعنی میزان موفقیت سازمانی تابعی از میزان ویژگی‌های کارآفرینی می‌باشد.

روش‌شناسی تحقیق

۱- روش تحقیق: با توجه به دسته‌بندی تحقیقات بر اساس هدف، این تحقیق از نوع کاربردی می‌باشد. و با توجه به دسته‌بندی تحقیقات بر اساس نحوه گردآوری اطلاعات و با توجه به تعریف تحقیق توصیفی که شامل مجموعه روشهایی است که هدف آن توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی می‌باشد نتیجه گرفته می‌شود که این تحقیق از نوع توصیفی می‌باشد و چون در این تحقیق رابطه میان دو متغیر بر اساس هدف تحقیق بررسی می‌شود از دسته فرعی همبستگی دو متغیری تحقیق توصیفی می‌باشد.

۲- جامعه آماری: در این تحقیق، جامعه آماری مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین می‌باشد. جامعه آماری در این تحقیق به دو قسمت خصوصی و غیر خصوصی تقسیم می‌شوند.

۳- روش نمونه گیری و حجم نمونه : در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. به این دلیل از نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است که جامعه آماری به دو طبقه خصوصی و غیرخصوصی تقسیم شده است. در داخل هر کدام از طبقات از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

برای نمونه‌گیری ابتدا ۳۰ مدیر از واحدهای صنعتی استان در دو بخش خصوصی و غیرخصوصی انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع شد و واریانس نمونه اولیه محاسبه و حجم نمونه محاسبه گردید. میزان حجم نمونه برابر ۱۰۵ نفر از مدیران واحدهای صنعتی استان می‌باشد. در انتها با توجه به نسبت واحدهای بخش خصوصی و بخش غیر خصوصی از بین ۱۰۵ مدیر انتخاب شده ۸۵ نفر از مدیران بخش خصوصی و ۲۰ نفر از مدیران بخش غیرخصوصی به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. قابل ذکر است که نوع شغل مدیران انتخاب شده مدیریت کارخانه می‌باشد.

۴- روایی و پایایی : موضوع واقعی حاکم بر پرسشنامه ، اندازه گیری اعتبار و روایی آن است . روایی پرسشنامه به این سوال پاسخ می‌دهد که پرسشنامه تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. بدون آگاهی از روایی پرسشنامه نمی‌توان به دقت به داده های حاصل از آن اطمینان داشت. برای حصول اطمینان از روایی پرسشنامه تحقیق حاضر سوالات پرسشنامه در اختیار اساتید راهنما و مشاور و چند تن از متخصصان قرار گرفت و نظر صاحب نظران در مورد روایی آن مثبت بوده است. بدین ترتیب می‌توان انتظار داشت که پرسشنامه های مورد استفاده در تحقیق دارای روایی کافی می‌باشند.

اعتبار یا پایایی مسأله‌ای کمی و تکنیکی است و بیشتر ناظر بر این سوال است که ابزار اندازه گیری با چه دقت و صحتی پدیده مورد نظر را اندازه گیری می‌کند و در واقع اگر اندازه گیری مربوطه تحت همان شرایط تکرار شود، آیا نتایج قبلی بدست می‌آید . در این تحقیق برای سنجش میزان پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

مقدار این ضریب در پرسشنامه موفقیت سازمانی برابر ۰/۷۰۲ و در پرسشنامه موفقیت سازمانی برابر ۰/۷۴۸ می‌باشد. از آنجاییکه مقادیر بدست آمده بیشتر از ۰/۷۰ می‌باشد، پایایی ابزار اندازه گیری مطلوب تلقی می‌گردد. بنابراین پرسشنامه و در نتیجه داده های حاصل از آن و تجزیه تحلیل آنها معتبر خواهد بود.

۴- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

پس از جمع آوری، استخراج و طبقه بندی داده ها، تجزیه و تحلیل داده ها ضرورت می‌یابد. در این مرحله پژوهشگر با استفاده از روشهای آماری به بررسی و نتیجه گیری از داده های جمع آوری شده می‌پردازد. در این پژوهش از روشهای تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح توصیفی (شاخصهای مرکزی و پراکندگی) و استنباطی ضریب همبستگی پیرسون) استفاده گردیده است.

نتایج تحقیق

ابتدا با استفاده از رشهای توصیفی به بررسی جامعه آماری می‌پردازیم:

نتایج تحقیق نشان داد که سطح متغیرهای کارآفرینی در بخش خصوصی از حد متوسط بالاتر بوده و در سطح مطلوبی قرار دارند. سطح متغیرهای کارآفرینی در بخش غیرخصوصی به غیر از متغیر استقلال طلبی از حد متوسط بالاتر است و متغیر استقلال طلبی از سطح متوسط پایین تر میباشد.

سطح متغیرهای موفقیت سازمانی در هر دو بخش خصوصی و غیر خصوصی در حد متوسط قرار داند.

در ادامه با استفاده از روشهای استنباطی به بررسی فرضیات تحقیق می‌پردازیم:

در این قسمت هر یک از فرضیات به صورت جداگانه در دو بخش خصوصی و غیرخصوصی مورد بررسی قرار می‌گیرند.

آزمون فرضیه اول

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین موفقیت سازمانی و خلاقیت در بخش خصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۹ ارتباط مثبت و معنی داری برقرار است. (ضریب همبستگی ۰/۵۴). یعنی افزایش در میزان ویژگیهای کارآفرینان باعث افزایش در موفقیت سازمانی در بخش خصوصی می‌شود. اما در بخش غیرخصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار نمی‌شود. لذا این نتایج بیانگر این موضوع است که بین موفقیت سازمانی و ویژگیهای کارآفرینان در بخش خصوصی رابطه مستقیم و متوسطی وجود دارد و این رابطه در بخش دولتی وجود ندارد. لذا این فرضیه به صورت مورد تأیید قرار می‌گیرد.

آزمون فرضیه دوم

نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که بین موفقیت سازمانی و ریسک‌پذیری در بخش خصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۹ رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. (ضریب همبستگی ۰/۵۴) یعنی افزایش در میزان ریسک‌پذیری باعث افزایش در موفقیت سازمانی در بخش خصوصی می‌شود. در بخش غیرخصوصی نیز بین موفقیت سازمانی و ریسک‌پذیری در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. (ضریب همبستگی ۰/۵۲) یعنی افزایش در میزان ریسک‌پذیری باعث افزایش در موفقیت سازمانی می‌شود. از آنجاییکه میزان همبستگی در بخش خصوصی بیشتر از بخش غیرخصوصی می‌باشد این فرضیه نیز به صورت کامل مورد تأیید قرار گرفت.

آزمون فرضیه سوم

نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که بین موفقیت سازمانی و استقلال‌طلبی در بخش خصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۹ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (ضریب همبستگی ۰/۴۳) یعنی با افزایش در میزان استقلال‌طلبی میزان موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد. همچنین بین موفقیت سازمانی و استقلال‌طلبی در بخش غیرخصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۹ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (ضریب همبستگی ۰/۶۰) یعنی با افزایش در میزان استقلال‌طلبی در بخش غیر خصوصی میزان موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد. همانطور که از نتایج بر می‌آید میزان همبستگی در بخش غیرخصوصی بیشتر از بخش خصوصی می‌باشد. لذا این فرضیه با توجه به متغیر میانجی رد می‌گردد.

آزمون فرضیه چهارم

نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که بین موفقیت سازمانی و توفیق‌طلبی در بخش خصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (ضریب همبستگی ۰/۲۴) یعنی با افزایش در میزان توفیق‌طلبی میزان موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد. همچنین بین موفقیت سازمانی و استقلال‌طلبی در بخش غیرخصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. (ضریب همبستگی ۰/۴۷) یعنی با افزایش در میزان توفیق‌طلبی در بخش غیر خصوصی میزان موفقیت سازمانی افزایش می‌یابد. همانطور که از نتایج بر می‌آید میزان همبستگی در بخش غیرخصوصی بیشتر از بخش خصوصی می‌باشد. لذا این فرضیه با توجه به متغیر میانجی رد می‌گردد.

آزمون فرضیه پنجم

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین موفقیت سازمانی و انگیزه و عزم در بخش خصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۹ ارتباط مثبت و معنی‌داری برقرار است. (ضریب همبستگی ۰/۵۵). یعنی افزایش در میزان ویژگیهای کارآفرینان باعث افزایش در موفقیت سازمانی در بخش خصوصی می‌شود. اما در بخش غیرخصوصی در سطح اطمینان ۰/۹۵ رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار نمی‌شود. لذا این فرضیه به صورت کامل مورد تأیید قرار می‌گیرد.

با توجه به نتایج بررسی متغیرهای کارآفرینی می‌توان نتیجه گرفت که بین موفقیت سازمانی و ویژگیهای کارآفرینان در مدیران واحدهای صنعتی استان قزوین رابطه وجود دارد ولی میزان آن با توجه به نوع مالکیت تغییر می‌کند.

پیشنهادات

با توجه به نتیجه فرضیه اول

مولفه خلاقیت در جامعه مورد پژوهش تقویت شود. لذا ایجاد زمینه مناسب برای حضور افراد نوآور و خلاق در عرصه تولید و صنعت در بخش خصوصی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین واحدهای صنعتی می‌بایستی با برگزاری جلسات و کنفرانس‌ها مدیران مجموعه‌های خود را به طرح ایده‌های جدید ترغیب نمایند.

با توجه به نتیجه فرضیه دوم

پیشنهاد می‌شود مولفه ریسک‌پذیری در جامعه مورد پژوهش تقویت گردد. لذا به منظور حفظ و ارتقای این متغیر تأثیرگذار شرکت در دوره‌های آموزشی و استفاده از شیوه‌های آموزشی همچون انجام یک کار همراه با مخاطره پیشنهاد می‌گردد.

با توجه به نتیجه فرضیه سوم

پیشنهاد می‌شود مولفه استقلال‌طلبی در جامعه مورد پژوهش تقویت گردد. در این راستا می‌بایستی تفویض اختیار بیشتری به مدیران انجام پذیرد و بیشتر در تصمیم‌گیریها شرکت داده شوند.

با توجه به نتیجه فرضیه چهارم

پیشنهاد می‌شود مولفه توفیق‌طلبی در جامعه مورد پژوهش تقویت گردد. در این راستا می‌بایستی شرایطی فراهم نمود تا مدیران از رضایت بیشتری در محیط کار برخوردار شوند.

با توجه به نتایج فرضیه پنجم

پیشنهاد می‌شود مولفه استقلال‌طلبی در جامعه مورد پژوهش تقویت گردد. در این راستا می‌بایستی تفویض اختیار بیشتری به مدیران انجام پذیرد و بیشتر در تصمیم‌گیریها شرکت داده شوند.



منابع و مراجع

- [۱] احمدپور داریانی . محمود ، کارآفرینی . تعاریف . نظریات و الگوها ، چاپ ششم ، نشر پردیس ۵۷ ، ۱۳۸۴
- [۲] پرداختچی . محمدحسن ، شفیعزاده . حمید ، درآمدی بر کارآفرینی سازمانی ، چاپ اول
- [۳] برومند . زهرا ، مدیریت رفتار سازمانی ، چاپ ششم ، انتشارات دانشگاه پیام نور ، ۱۳۸۵ ، نشر ارسباران ، ۱۳۸۵
- [۴] سرمد . زهره ، بازرگان . عباس ، حجازی . الهه ، روشهای تحقیق در علوم رفتاری ، چاپ نهم ، انتشارات آگاه ، ۱۳۸۳
- [۵] مومنی . منصور ، آذر . عادل ، آمار و کاربرد آن در مدیریت ، جلد اول ، چاپ چهارم ، انتشارات سمت ، ۱۳۷۸
- [6] Allender . Mary E , Anderson . Robin , Adrangi . Bahram , (2003) , An empirical analysis of the relationship between employment grows and entrepreneurial activity , Academy of entrepreneurship journal , volume 9 , number 1 and 2 (page 1 to 5)
- [7] Linda J. Cox , (2002) , Understanding Entrepreneurship , college of the tropical agriculture and human resource management university of Hawaii

