



پیش بینی خوشه های کسب و کار بر اساس سبک تفکر مدیران و فضای اخلاقی در بین مراجعین کارآفرین شهرداری شهر بجنورد (خراسان شمالی)

لیدا انصاری اردلی^۱

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، کارمند شهرداری، بجنورد

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، پیش بینی خوشه های کسب و کار بر اساس سبک تفکر مدیران و فضای اخلاقی در بین مراجعین کارآفرین شهرداری شهر بجنورد (خراسان شمالی) بود. در این مطالعه همبستگی، جامعه آماری را کلیه کارآفرینان مراجعه کننده به شهرداری شهر بجنورد تشکیل دادند که به روش نمونه گیری هدفمند تعداد ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه سرمایه فکری، پرسشنامه محقق ساخته (فرج پور و حریری) و پرسشنامه فضای اخلاقی بود. جهت تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که تفکر مدیران و فضای اخلاقی سازمان با تفکر مدیران رابطه مثبت و معنادار داشتند. سبک تفکر مدیران و فضای اخلاقی ۵۸ درصد از واریانس مربوط به خوشه های کسب کار را پیش بینی کردند که فضای اخلاقی سهم بیشتری در ارتقاء سطح خوشه های کسب و کار داشت. با توجه به نتایج به دست آمده اهمیت توجه به تفکر مدیران و فضای اخلاقی برای ارتقاء سطح خوشه های کسب و کار که در امر اقتصادی روستا، شهر، استان و کشور مثر ثمر باشد بیش از پیش مهم قلمداد می شود، همچنین به نظر می رسد که خوشه های کسب و کار تحت تأثیر عوامل دیگری نیز، می تواند به پیشرفت بسیار خوبی برسد.

کلید واژه: تفکر مدیران، خوشه های کسب و کار، فضای اخلاقی

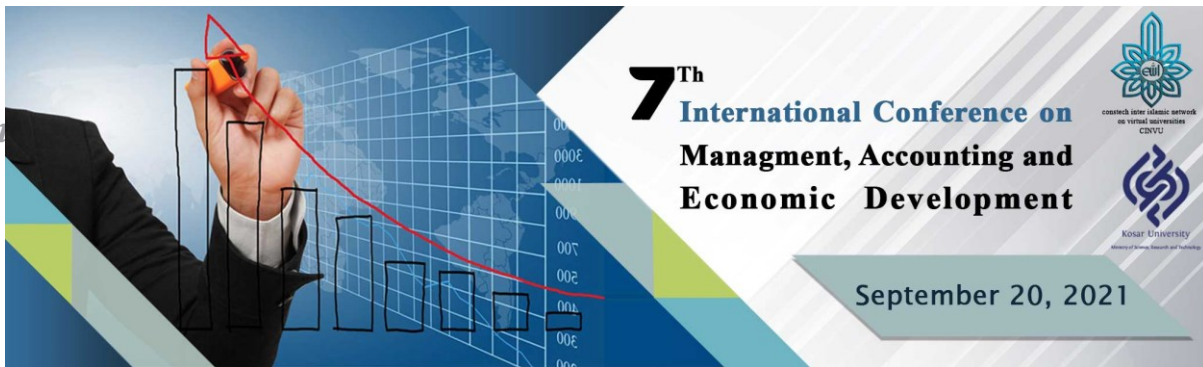


۱- مقدمه

یک خوشه^۱ مجموعه‌ای از شرکت‌ها، سازمان‌ها، تشکلهای آنها و نهادهای تخصصی فعال در یک رشته صنعتی است که از طریق روابط متراکم شبکه‌ای قادر به برهم افزایی قابلیت‌های آن مجموعه می‌شود. خوشه‌های کسب و کار^۲ الگویی نوین در توسعه اقتصاد جهانی شماره شده می‌شود. کسب و کارهای کوچک در اندازه و ظرفیت برای رشد بسیار گوناگون بوده و ویژگی‌های متفاوتی از نظر استقلال عملکرد، ساختارهای سازمانی و شبکه‌های مدیریتی دارند. اما با دقت نظر، روشن می‌شود که این کسب و کارها مسائل مشترکی را نیز در مراحل مشابه توسعه تجربه می‌کنند. این نکات شباهت می‌تواند چارچوبی را به وجود آورد که فهم ما از ماهیت، ویژگی‌ها و مسائل کسب و کارهای کوچک افزایش یابد. چنین فهمی می‌تواند مدیران و مالکین کسب و کارهای کوچک را در ارزیابی چالش‌های کنونی و پیش‌بینی نیازهایشان در مراحل مختلف توسعه یاری رساند.

یکی از مولفه‌هایی که به نظر می‌رسد بر خوشه‌های کسب و کار تاثیر گذار باشد، شبکه‌های تفکر مدیران^۳ است که آن را میتوان بر اساس مطالعات استرنبرگ^۴ که در سال ۲۰۰۷ تدوین کرد به شبکه‌های قانون گذار، قضاوتی و اجرایی دسته بندی نمود. افرادی که شبکه تفکر قضایی بهره می‌برند به داوری و قضاوت دیگران در قبال کارهایشان علاقمندند و در این راه وسواس به خرج داده و دوست دارند بهترین قضاوت در مورد ایشان صورت گیرد. این افراد سعی دارند تا فعالیت‌های خود را در معرض قضاوت دیگران قرار دهند. این افراد از ارائه آزمون و یا امتحانات تحصیلی همواره واهمه و یا اضطراب نسبی از کم تا زیادی در درون خود احساس می‌کنند. در شبکه تفکر اجرایی، افراد کمتر متوجه قضاوت دیگران هستند و تمایل دارند که بیشتر به فعالیت‌های عینی و عملی در قبال کارهایشان بپردازند و عمدتاً نتیجه‌گرا بوده اند. در این شبکه تفکر، همواره فرد به دنبال پیاده کردن تمایلات خود به فعل و یا تعلق خاطر واقعی به منظور ارائه نتیجه در قالب امتحان می‌باشد. در شبکه تفکر قانون گذارانه، افراد کمتر در قید و بند نتایج کار هستند و تمایل دارند که هر گونه نتایج کار را از خود دور کرده و کمتر به دنبال حساسیت نشان دادن به برآیند کار می‌باشند. این افراد دارای کمترین تعارض رفتاری و فکری می‌باشند. مدیر به کسی گفته می‌شود که مسئول کار در همکاری با دیگران است و فعالیت‌های انسانی را به کمک دیگر منابع موجود در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده ای مشخص می‌نماید (Coventry et al, 2003). مدیران در هر صورت به روشی سازمانهای خود را اداره خواهند کرد اما امروزه با پیچیدگی روز افزون مهارت‌ها، موفقیت سازمان‌ها بدون استفاده از شبکه‌های شایسته مدیریت امکان پذیر نخواهد شد، به همین دلیل از گذشته تاکنون دیدگاه‌های متفاوتی در ارتباط با مدیریت ارائه شده است که این نگرش‌ها متشکل از نگرش دیرینه و نگرش رفتاری است.

1. Cluster
2. Business clusters
3. Thinking Styles
4. Stenberg



مولفه مهم دیگری که احتمال دارد، که در جهت دهی به سیاست های خوشه های کسب و کار تاثیر گذار باشد، فضیلت اخلاقی سازمانی^۱ است. به همین منظور جهت توسعه ارزش های اخلاقی در دیدگاه و بینش تفکری مدیران به ویژه در تلفیق فضیلت های اخلاقی با تفکر قضاوتی و اجتناب از پیش داوری، سبک های قانونی و تعدیل شرایط سازمان با قوانین مشخص و نیز کاربرست فضیلت های اخلاقی با تفکر در مرحله اجرا در یک سازمان امری مهم تلقی می شود. نقش سرمایه انسانی یک کشور در میزان رشد و توسعه اقتصادی آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است. به طور کلی می توان گفت سرمایه گذاری در خوشه های کسب و کار، کارآفرینان یکی از اساسی ترین راهها برای دست یافتن به توسعه اقتصادی- اجتماعی به حساب می آید. بنابراین، هدف از انجام پژوهش حاضر، پیش بینی کسب و کار بر اساس سبک تفکر مدیران و فضای اخلاقی در بین مراجعین کار آفرین شهرداری شهر بجنورد (خراسان شمالی) است. به این ترتیب، پژوهش حاضر، از طریق فرضیه های زیر هدایت می شود:

- ۱- تفکر مدیران با خوشه های کسب و کار در مراجعین کار آفرین شهرداری رابطه مثبت و معناداری دارد.
- ۲- فضای اخلاقی با خوشه های کسب و کار در مراجعین کار آفرین شهرداری رابطه مثبت و معناداری دارد.

۲. مواد و روش ها

۲-۱- روش پژوهش

برای انجام پژوهش، بعد از اخذ مجوز توسط مدیران و مسئولین شهرداری شهر بجنورد و توضیح ضرورت پژوهش حاضر و همچنین نیز، هماهنگی با مراجعین کار آفرین، افرادی که رضایت نامه کتبی حضور در پژوهش و ملاک های ورود را دارا بودند، انتخاب شدند. در ضمن به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی و حفظ حریم شخصی افراد به آنها این اطمینان داده شد که اطلاعات بدست آمده از پژوهش به صورت بی نام، محرمانه و در سطح کلی گزارش شود. سپس پرسشنامه ها بین مراجعین کار آفرین شهرداری توزیع گردید.

۲-۲- جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری را کلیه کارآفرینان مراجعه کننده به شهرداری شهر بجنورد تشکیل دادند که به روش نمونه گیری هدفمند تعداد ۱۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در نهایت ۱۲۰ پرسشنامه، واجد شرایط برای ورود به پژوهش شناسایی شدند.

۲-۳- ابزار پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. جمع آوری اطلاعات حاصل از این پژوهش به وسیله ابزار زیر صورت گرفت.

الف) پرسشنامه ی فضای اخلاقی

1. Ethical Climate



این پرسشنامه از پنج مولفه مراقبت و توجه، قوانین و مقررات، ضوابط، ابزاری، کارآیی مدار و مستقل طراحی شده است که متشکل از ۲۶ شاخص یا گویه می باشد که مرتبط با فضای اخلاقی سازمان است که بر طبق طیف عقیده سنج لیکرت با ۵ گزینه کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم به دست آمده است. از شرکت کنندگان خواسته شد تا فضای عمومی محل کارشان را با جملات نوشته شده قیاس نمایند، نه با چیزی که خودشان ترجیح می دهند. بر اساس پاسخ های آزمودنی ها به گزینه های این گویه ها، برای هر پاسخگو یک امتیاز به دست می آید (در واقع امتیاز حاصله، نمره ای است که پاسخگو به میزان فضای اخلاقی سازمان داده است). در پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ بدست آمد و روایی این ابزار هم در مطالعه تایید و ۰/۸۹ گزارش شد.

ب) پرسشنامه سرمایه فکری

پرسشنامه سرمایه فکری که در سال ۱۳۸۳ توسط قمریان اجرا گردید. این پرسشنامه بر اساس الگوی استرنبرگ ۳ ویژگی سبک تفکری به عبارتی، سه بعد قانون گذارانه، سبک تفکر اجرایی و سبک تفکر قضایی رهبری را بررسی نمود. روایی این پرسشنامه با استفاده از روایی محتوایی مورد بررسی قرار گرفته و توسط کارشناسان به تأیید درآمد. پایایی پرسشنامه مذکور در پایان نامه قمریان در سال ۱۳۸۳ به راهنمایی دکتر علی دلاور برابر با ۰/۹۶ محاسبه گردید که حاکی از پایایی بالای آن می باشد.

ج) پرسشنامه محقق ساخته (فرج پور و حریری)

در این پژوهش نیز از پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری داده ها و اطلاعات استفاده می شود. داده های مورد نیاز در مورد متغیرهای پژوهش از طریق پرسشنامه ای که توسط فرج پور و حریری در سال ۱۳۹۳ طراحی شد و شامل ۲۴ سوال و ۷ مقیاس هم می باشد مورد بررسی قرار گرفتند. روش های مختلفی برای تعیین روایی ابزار اندازه گیری وجود دارد که یکی از آن ها پرسش از متخصصان و خبرگان است (بازرگان و همکاران، ۱۳۷۶). پرسشنامه پژوهش حاضر دارای اعتبار است زیرا اجزاء متغیرهای مورد اندازه گیری از ادبیات موضوعی پژوهش گرفته شده اند و بر این اساس که توافق خبرگان امر در مورد آن ها به اثبات رسیده است. به منظور تعیین پایایی ابزار اندازه گیری نیز روش های مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آن ها سنجش سازگاری درونی آن است (Conca and et al, 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه گیری می تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه گیری شود. این روشی است که در اغلب پژوهش ها مورد استفاده قرار می گیرد (Peterson, 1994). که در پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ کل سوالات ۰/۸۴ به دست آمده است. جهت تحلیل و ارزیابی داده های پژوهش حاضر، از نرم افزار SPSS-25 استفاده شد.

۳- یافته ها

جهت بررسی فرضیه های پژوهش حاضر، در سطح توصیفی از میانگین و انحراف معیار و در سطح استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام برای بررسی پیش بینی خوشه های کسب و کار بر اساس تفکر مدیران و فضای اخلاقی در بین مراجعین کارآفرین شهرداری بجنورد استفاده شد. که در زیر جدول محاسبات به ترسیم در آمده است.



یافته‌های توصیفی بیانگر سن شرکت کنندگان در دامنه ۱۸ درصد بین ۲۸ تا ۳۷ سال، ۲۲ درصد سن بین ۳۸ تا ۴۵ سال، ۶۰ درصد بین ۴۶ تا ۵۸ سال بودند. همچنین، از نظر میزان تحصیلات نیز ۱۰ درصد دکتری، ۴۰ درصد کارشناسی ارشد، ۳۵ درصد کارشناسی و ۱۵ درصد دیپلم بودند. در جدول ۱، میانگین، انحراف معیار متغیرهای پژوهش آورده شده است.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و تعداد آزمودنی‌ها در متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	تعداد
خوشه های کسب و کار	۶۴/۲۹	۲۶/۴۳	
تفکر مدیران	۱۲۰/۲۵	۴۶/۳۹	۱۲۰
فضای اخلاقی سازمان	۱۳۴/۴۱	۴۴/۴۴	

آماره‌های توصیفی شامل میانگین و انحراف معیار در جدول ۱ آمده است. در ادامه ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. ضرایب همبستگی خوشه های کسب و کار بر اساس تفکر مدیران و فضای اخلاقی

متغیرهای پژوهش	خوشه های کسب و کار
تفکر مدیران	$r=0/143$
فضای اخلاقی سازمان	$r=0/449$

$$p \leq 0/01$$

بر جدول ۲، ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش آمده است. با توجه به این نتایج، تفکر مدیران (۰/۱۴۳) و فضای اخلاقی (۰/۴۴۹) با خوشه های کسب و کار رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین برای بررسی اینکه کدام یک از متغیرها نقش مؤثرتری در پیش بینی خوشه های کسب و کار دارد از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام استفاده شد، به گونه ای که متغیرهای تفکر مدیران و فضای اخلاقی به عنوان متغیر مستقل و خوشه های کسب و کار به عنوان متغیر وابسته وارد معادله شدند که نتایج آن در جدول ۳، آمده است.



جدول ۳. خلاصه تحلیل رگرسیون با مدل گام به گام

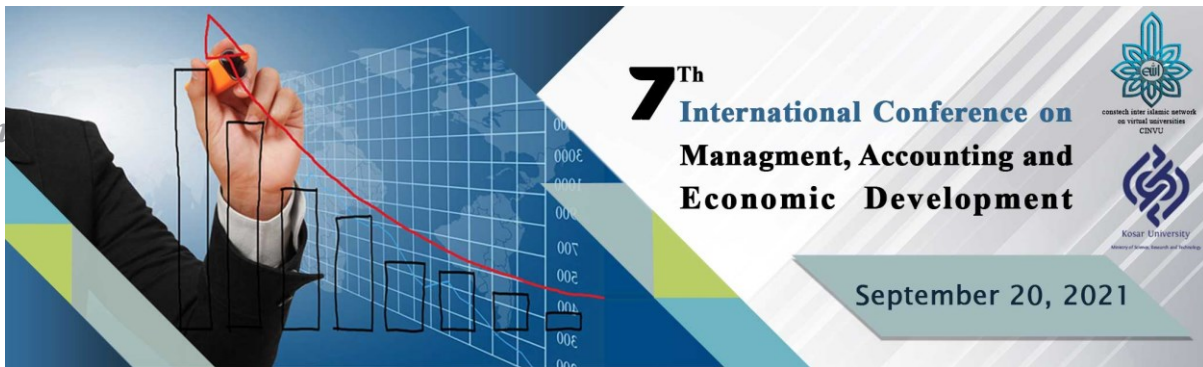
مدل	متغیر مستقل	R	R^2	β	SE	Beta	t	P
۱	فضای اخلاقی سازمان	۰/۶۹۴	۰/۳۷۲	۰/۰۵۷	۰/۰۱۲	۰/۵۴۱	۴/۱۵	۰/۰۰۱
۲	فضای اخلاقی سازمان، تفکر مدیران	۰/۷۶۴	۰/۵۸۳	۰/۰۲۷	۰/۰۱۰	۰/۳۵۲	۲/۱۸	۰/۰۰۲

همان طور که در جدول ۳، مشاهده می شود، در مدل اول، فضای اخلاقی بیشترین نقش را در پیش بینی خوشه های کسب و کار داشته است. ضریب همبستگی این متغیر با خوشه های کسب و کار ۰/۶۹ بوده و این متغیر توانسته ۳۷ درصد از خوشه های کسب و کار را پیش بینی کند. در مدل دوم پس از فضای اخلاقی، تفکر مدیران وارد معادله شده است. ضریب همبستگی این دو متغیر با خوشه های کسب و کار ۰/۷۶ بوده و این دو متغیر توانسته اند حدود ۵۸ درصد از تغییرات خوشه های کسب و کار را پیش بینی کنند. ورود متغیر تفکر مدیران توانسته ۱۲ درصد توان پیش بینی را افزایش بدهد. با پذیرش ترتیب ورود متغیرها، فضای اخلاقی با بتای استاندارد معادل ۰/۵۴ بیشترین سهم را در پیش بینی تغییرات خوشه های کسب و کار داشته، سپس متغیر تفکر مدیران با بتای استاندارد معادل ۰/۳۵ نقش مؤثری در پیش بینی خوشه های کسب و کار داشته است.

۴- بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن است که تفکر مدیران و فضای اخلاقی سازمان رابطه مثبت و معناداری با خوشه های کسب و کار کارآفرینان مراجعه کننده به شهرداری داشت. تفکر مدیران و فضای اخلاق سازمانی توانستند ۵۸ درصد واریانس خوشه های کسب و کار را پیش بینی کنند.

اولین یافته این پژوهش نشان از این داشت که تفکر مدیران با خوشه های کسب و کار مراجعین کارآفرین شهرداری رابطه مثبت و معناداری دارد. پژوهشی همسو با این یافته در دسترس پژوهشگر قرار نگرفت، در تبیین این یافته می توان گفت مدیران در هر صورت به سبک مدیریتی که انتخاب میکنند، سازمان و سیستم خود را اداره خواهند کرد، اما امروزه با پیچیدگی روز افزون مهارت ها، موفقیت سازمان ها بدون استفاده از سبک های شایسته، مدیریت امکان پذیر نخواهد شد، به همین دلیل از گذشته تاکنون دیدگاه های متفاوتی در ارتباط با مدیریت ارائه شده است که این نگرش ها متشکل از نگرش دیرینه و نگرش رفتاری است. به طور کلی یک مدیر و مسئول با تدابیری مناسبی که اتخاذ می نماید،



می تواند به صورت مستقیم سازمان را به توسعه و شکوفایی در عرصه خوشه های کسب و کار هدایت کند، که مدیران شهرداری بجنورد هم از این قاعده مستثنی نبوده است و توانسته رشد چشمگیری در بهبود و ارتقاء سطح خوشه های کسب کار مراجعین کار آفرینش داشته باشد.

دومین یافته این پژوهش نشان داد، که فضای اخلاقی سازمان با خوشه های کسب و کار مراجعین کار آفرین رابطه مثبت و معناداری دارد. پژوهشی همسو با این یافته یافت نشد. در تبیین این یافته می توان گفت، هر چه جو و فضای داخلی سازمان شهرداری قوی و اخلاقی تر باشد، مراجعین خلاق، ایده پرداز و کار آفرین بیشتری را به سمت خود سوق می دهد و همچنین در ایجاد حس اعتماد و پذیرش آنها نسب به سازمان نقش پررنگی ایفا می کند که همین امر میتواند باعث ایجاد احساس مسئولیت و تعهد بیشتری مراجعین به شهرداری گردد. در چنین وضعیتی است که با بهبود روحیه و ایجاد انگیزه در مراجعین کار آفرینان گام بسیار مهمی در رشد و توسعه خوشه های کسب و کار در شهر و سطح استان خواهیم داشت. هر کار پژوهشی با محدودیتها و موانعی مواجه است که پژوهشگر می بایست در جهت مرتفع نمودن آنها کوشا باشد. از آنجایی که در پژوهش حاضر گروه نمونه، مراجعین کار آفرین شهر بجنورد را شامل می شد، این امر تعمیم نتایج را به دیگر گروهها و جوامع دشوار می سازد. بنابراین، پیشنهاد می شود پژوهش های بیشتر بر روی نمونه های دیگر جهت تعمیم نتایج انجام گیرد.

تقدیر و تشکر

در پایان صمیمانه از تمامی مدیران شهرداری شهر بجنورد و به ویژه مراجعان کار آفرین شهرداری که با من در این پژوهش همراه بودند تقدیر و تشکر به عمل می آورم.

منابع

بازرگان، عباس و دیگران، ۱۳۷۷، روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه.
 کاونتری، ویلیام فردریک، بارکر، جان، ۱۳۸۲، اصول مدیریت به زبان ساده، ترجمه محمد رضا رئوفی و بهمن آرمان، تهران: نشر موحدین، چاپ اول، ۵.

Conca, Francisco. Llopis و Juan. Tarí, José. (2004), "Development of a measure to assess quality management in certified firms", European journal of operational research, (156), pp. 683-697.

Peterson, Robert. (1994), "A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha", Journal of consumer research, (21), pp. 381-391.