

نقش مدیران کارآفرین بر نوآوری کارکنان

(مطالعه دانشگاه پیام نور)

صفر فرهنگ : عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور
سیده طاهره حسینی سورکی : عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور

چکیده:

هدف کلی این پژوهش، بررسی نقش مدیران کارآفرین بر نوآوری کارکنان دانشگاه پیام نور منطقه ۹ (استان های مازندران - گلستان - سمنان) در سال تحصیلی ۸۴-۸۳ می باشد. از نظر هدف این تحقیق کاربردی و از نظر روش توصیفی - زمینه یابی می باشد. جامعه ی آماری این تحقیق کلیه مدیران و کارکنان دانشگاه پیام نور منطقه ۹ کشور (استانهای مازندران - گلستان - سمنان) بوده است. در این تحقیق از تعداد ۱۰۰۰ نفر از کارکنان پیام نور منطقه ۹ تعداد ۳۸۴ نفر از طریق فرمول انتخاب حجم نمونه گزینش شده اند و درخصوص مدیران چون نمونه با جامعه برابر بوده است همه ۱۷ نفر از مدیران مورد بررسی قرار گرفته اند. در این تحقیق از کتابخانه برای مطالعات نظری و تدوین ادبیات تحقیق و آراء اندیشمندان و نظر صائب صاحب نظران در مورد کارآفرینی و نوآوری استفاده شده است. و همچنین از پرسشنامه ی استاندارد شده سنجش کارآفرینی استفاده شده است .

روشهای آماری شامل آمار توصیفی شامل جداول فراوانی - درصدها و رسم نمودارها. و نیز آمار استنباطی: شامل ضریب همبستگی پیرسون می باشد. روائی پرسشنامه ی کارآفرینی توسط «اسکار بوروف و زیمرر» و روایی پرسشنامه ی نوآوری توسط «رند سیپ» انجام گرفته است. اعتبار پرسشنامه ی کارآفرینی با استفاده از نرم افزار SPSS $\alpha = 99/9$ و اعتبار پرسشنامه ی نوآوری با ضریب $\alpha = 84/30$ تعیین گردیده است.

با توجه به یافته ها، کارآفرینی فرایندی پویا، پایا و پایدار است و پیش در آمد توسعه و بالندگی سازمانی است که هسته اصلی آن را نوآوری تشکیل میدهد مدیران عالی سازمان بایستی به مفهوم کارآفرینی اهتمام ورزیده و در شرایط پر تلاطم و شدید رقابتی دنیای امروز آن را در نظر بگیرند از این منظر محقق پس از اجرای تحقیق دریافته است که سوالات ویژه ی وی فی نفسه از مصادیق بارز کارآفرینی بوده اما جامعه ی آماری تحقیق مورد نظر فاقد ویژگیهای لازمه بوده اند .

کلید واژه ها: کارآفرینی، مدیران کارآفرین، نوآوری کارکنان، دانشگاه پیام نور

۱- مقدمه

آیا بدون خلاقیت و نوآوری، جهان پیشرفته امروز در جایگاه کنونی اش قرار داشت؟ بدون شک پیشرفت های جدید در عرصه زندگی بشر، از طریق خلاقیت و نوآوری حاصل شده است. جامعه جهانی امروز پیوسته دچار تحول و دستخوش دگرگونی است. برای زیستن در چنین محیط متغیر و بی ثباتی، مدیریت خلاق ضرورت می یابد.

صاحب نظران یکی از مهمترین و بارزترین ویژگی های عصر اطلاعاتی و نرم افزاری را که ما هم اکنون در آن به سر می بریم پیش بینی ناپذیری و عدم ایقان و روشنی روند امور و تحولات آینده می دانند. در این شرایط تنها خلاقیت و نوآوری مدیران است که می تواند حتی از ابهام و عدم وضوح نیز فرصت بسازد و راه به سوی قله های پیروزی بگشاید.

برای پاسخگویی به تقاضای اداره سازمانهای متولد شده در شرایط پیچیده به مدیریت خلاق نیاز است، جامعه ی ما اکنون برای اداره سازمانهایش نیازمند نونگری، نواندیشی، و نوآفرینی و به بیان دیگر خلاقیت و نوآوری در روش ها و نظام های مدیریت است، نکته مهم این است که مدیریت یک مفهوم عصر جدید است. لازمه ی مدیریت تغییر است و لازمه ی تغییر نوآوری و خلاقیت است. خلاقیت جزء ذات مدیریت است و یک مدیر نه تنها باید خلاق باشد و الهام

بخشی کند باید خلاقیت را در سازمان تزریق کرده و از دانائی های موجود نیز استفاده کند، زیرا خلاقیت یعنی بوجود آوردن یک انگاره یا اندیشه جدید در بحث مدیریت است و کارآفرینی نیز به معنی توسعه فعالیت ها بر پایه نوآوری است و نتیجه خلاقیت نوآوری است.

وقتی بستر مناسب برای پرورش خلاقیت نباشد " کارآفرینی " نیز وجود نخواهد داشت و این هر دو نیازمند آزاداندیشی، پشتکار، مخاطره جوئی، و حسابگری است.

" کاربردی کردن و نتیجه گیری از خلاقیت نوآوری خوانده می شود " خلاقیت و نوآوری از ویژگی های سازمان خلاق و کارآفرین است و خلاقیتی که بوجود می آورد یک خلاقیت پویا و پیشرو است، و هنر مدیران خلاق عبارت است از استفاده از خلاقیت دیگران و بیدار کردن ذهن های خلاق.

همچنان که تکنولوژی پیچیده می شود، مسایل انسانی و مدیریت نیز دچار پیچیدگی خاص خود می گردد، لذا با توجه به روبرویی با چالش های واقعی، خلاقیت و نوآوری در تکنولوژی و نظام مدیریتی نیز باید سازگار با آن رشد کند.

پارادایم کارآفرینی در حال گسترش روز افزون است و ترویج و اشاعه مفهوم کار آفرینی و ایجاد بستر مناسب جهت بنا و استقرار چنین فرهنگی از اهم اولویت های توسعه ای پایدار کشور است و اکثر کشورهای توسعه یافته در حال گذار از حالت بوروکراتیک به وضعیت کارآفرینی هستند و بهبود و توسعه مدیریت های خلاق خطر پذیر و کارآفرین از مهمترین ارکان توسعه و از محور های استراتژیک در تمام دنیا محسوب شده و نقشی مهم در پروسه پویای سازمانی دارد .

هر اندازه نقش و اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی جامعه بیشتر آشکار می شود، یا به عبارت دیگر هر قدر پارادایم - کارآفرینی بیشتر گسترش می یابد ضرورت شناخت ویژگی های مدیران کارآفرین و سازمان های کارآفرین و تبیین علل توفیق آنها بیشتر احساس می شود.

این باور که مدیران نخستین عامل در موفقیت یا عدم موفقیت سازمانها هستند و اینکه بهبود و توسعه مدیریت های ریسک پذیر، خلاق، و کارآفرین از مهمترین ارکان توسعه و از محورهای استراتژیک توسعه شتابان در تمامی کشورهای صنعتی و در حال توسعه است؛ امروزه مورد توافق و قبول تمامی سیاستگذاران و برنامه ریزان کلان اقتصادی و صنعتی و توسعه فرهنگی و اجتماعی در آن کشورها می باشد، (مدیران کارآفرین) رهبران واقعی و عوامل کلیدی در توسعه کشورها محسوب و در واقع آنان هستند که تاریخ را رقم می زنند افرادی که اساس زندگیشان بر مبنای خلاقیت، نوآوری، پویائی، عشق به کار، مخاطره پذیری، فرصت گرایی، آرمان گرایی ارزش آفرینی، نیاز به پیشرفت و رقابت قرار دارد؛ در زندگی کارآفرینانه، شکست مفهومی به جز " موقعیتی برای آموختن " تصویر ناقصی از واقعیت " یا "ابهامی که در هدف وجود دارد" ندارد. (مردیث، نلسون، ۱۹۹۲، ص ۱۶)

۲- مبانی نظری:

۲-۱- اهمیت کارآفرینی در ایران :

کشور ما با داشتن منابع کانی و طبیعی فراوان و برخورداری از نیروهای جوان و کارآمد به صورت بالقوه دارای ظرفیت و توان بالایی در جهت ایجاد رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی است. بنابراین مدیران و دولت مردان کشوری توانند با برنامه ریزی های صحیح و اتخاذ سیاست های اصولی در جهت تقویت روحیه کارآفرینی - جذب - و آموزش افراد کارآفرین و با استعداد و انگیزش آنها توان بالقوه آنها را به بالفعل تبدیل نموده و با حمایت از افراد کارآفرین و بنای فرهنگ کارآفرینی بر مشکلات و معضلات فائق آمده و موجبات رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه شوند - جهت ایجاد پویایی، خلاقیت، نوآوری، کارآئی و کارآفرینی در سازمانها وجود مدیرانی توانمند و کارآفرین با بسترسازی فرهنگی از الزامات اساسی است.

در کشور ما نیز اخیرا محققان و صاحب نظران علم مدیریت اقداماتی را جهت آشناساختن مردم و سازمانها با مفهوم کارآفرینی انجام داده اند و از سوی برخی از سازمانها نیز اقداماتی جهت ایجاد و گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه صورت گرفته است.

محققان و نویسندگان با چاپ مقالاتی در مجلات و روزنامه‌ها و تهیه‌ی برنامه‌های تلویزیونی در شناساندن مفهوم کارآفرینی و معرفی کارآفرینان به جامعه سعی در آموزش این فرهنگ و جانداختن این مسأله دارند که انسان‌ها همواره باید در فکر طرح نو باشند و کارکنان و مدیران سازمانها همیشه به دنبال شیوه‌های جدید کاری و دستیابی به فنون و تکنولوژی جدید برای کارایی و کارآمدی بهتر و بیشتر باشند، در زمینه آموزش کارآفرینی نیز مسئولان وزارت آموزش و پرورش برنامه‌های جدیدی را طرح ریزی اند که از جمله آنها می‌توان به رشته‌های فنی کار و دانش در دبیرستان‌ها اشاره کرد. علاوه بر آن در سال تحصیلی ۷۹-۷۸ جهت آشنایی دانش آموزان با مفهوم کارآفرینی و خصوصیات افراد کارآفرین و آموزش این خصوصیات به دانش آموزان کتابی تحت عنوان “کارآفرینی” به چاپ رسیده و در حال حاضر در دبیرستانهای فنی و حرفه‌ای تدریس می‌شود. در ضمن کتابها و مقالاتی در این زمینه ترجمه و تالیف شده که چشم انداز روشنی پیش روی آیندگان خواهد بود.

۱-۱- خصوصیات و ویژگی‌های کارآفرینان:

کارآفرینان عموماً محرک برای نوآوری - سازماندهی بخش‌های استراتژیک سازمان هستند، آنها دارای ویژگی‌های یک رهبر کارآمد مانند تجربه، انگیزه و تواناسازی هستند، الگوی رفتاری آنها نمادهای زیر را نشان می‌دهد. (احمدپور، ۱۳۷۹: ص ۹)

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| ۱- اعتماد به نفس | ۲۰- ثروت گرایی |
| ۲- ریسک پذیری | ۲۱- خودکنترلی |
| ۳- آرمان گرایی | ۲۲- حلال مشکلات |
| ۴- عزم و اراده | ۲۳- دوراندیشی |
| ۵- پشتکار زیاد | ۲۴- مسئولیت پذیری |
| ۶- استعداد | ۲۵- آرزومندی |
| ۷- رهبری - پویایی | ۲۶- تعهد |
| ۸- خوش بینی | ۲۷- کارآمدی |
| ۹- دانش تولید | ۲۸- بصیرت |
| ۱۰- قابلیت تغییر | ۲۹- قدرت تخیل |
| ۱- ابتکار عمل | ۳۰- توانایی تصمیم‌گیری سریع |
| ۱۲- هوش | ۳۱- پاسخ مثبت به چالش‌ها |
| ۱۳- انعطاف پذیری | ۳۲- قدرت گرایی |
| ۱۴- هدف گرایی | ۳۳- رشدگرا |
| ۱۵- توانایی نفوذ بر دیگران | ۳۴- صداقت و یکپارچگی |
| ۱۶- آینده گرایی | ۳۵- بلوغ و تعادل |
| ۱۷- قاطعیت | ۳۶- ثبات در هیجانات |
| ۱۸- فرصت جوئی | ۳۷- انعطاف پذیری |
| ۱۹- نوآوری | ۳۸- نتیجه گر بودن |

۲-۱- مقایسه مدیران و کارآفرینان :

۱-۲-۱- کارآفرینان

۱- در آینده زندگی می کنند. ۲- اشتیاق به کنترل دارند. ۳- علاقه به تغییر دارند. ۴- در هر مسئله به دنبال فرصت مناسب می گردند. ۵- یک خانه می سازند و بلافاصله برای خانه بعدی و جدید برنامه ریزی می کنند. ۶- چیزها را خلق می کنند. ۷- بدون کارآفرین همه چیز سر جای خودش است و به هم نمی خورد.

۱-۲-۲ - مدیران

۱- در گذشته زندگی می کنند. ۲- اشتیاق به دستوردادن دارند. ۳- علاقه به ثبات دارند. ۴- تهدیدگرا هستند. ۵- یک خانه می سازند و می خواهند همیشه در آن زندگی کنند. ۶- شسته و رفته بودن را خلق می کنند. ۷- مدیران بعد از کارآفرینان مشغول نظم بخشیدن و تمیز کردن شلوغ کاریهای آنان می شوند.

۱-۲-۳ - ویژگی های مدیران کارآفرین :

۱- از توان خود اطمینان دارد. ۲- به قبول مخاطره تمایل دارد. ۳- فرصت ها را تشخیص می دهد. ۴- انتظار انجام کارهای شگفت انگیز را دارد. ۵- توان به انجام رساندن کارها را دارد. ۶- مدیران کارآفرین نوآوری را تشویق می کنند و از نوآوران حمایت می کنند.

۳- روش پژوهش:

۱-۳- هدف کلی این پژوهش، بررسی نقش مدیران کارآفرین بر نوآوری کارکنان دانشگاه پیام نور منطقه ۹ (مازندران - گلستان - سمنان) در سال تحصیلی ۸۴-۸۳ می باشد.

اهداف جزئی این تحقیق عبارتند از:

- ۱- تشخیص فرصت ها و از بین بردن تهدیدات محیطی بر نوآوری کارکنان.
- ۲- تاکید بر افق زمانی بلندمدت برای ثمربخشی نوآوری.
- ۳- ایجاد افکار و دانسته های جدید سازمانی در افزایش نوآوری.
- ۴- ایجاد خلاقیت و کارآفرینی در هدایت فراگرد نوآوری.
- ۵- تاکید بر ارتباطات گسترده تر با مدیریت عالی سازمان برای بالارفتن نوآوری.
- ۶- ارائه راه حل ها و راهکارهای مناسب جهت نوآوری.

۳-۲ - سؤالات ویژه ای این تحقیق عبارتند از :

- ۱- آیا تشخیص فرصت ها و از بین بردن تهدیدات محیطی بر نوآوری کارکنان تاثیر دارد؟
 - ۲- آیا تاکید بر افق زمانی بلندمدت در ثمربخشی نوآوری موثر است ؟
 - ۳- تا چه اندازه ایجاد افکار و دانسته های سازمانی در افزایش نوآوری تاثیر دارد؟
 - ۴- تا چه اندازه ایجاد خلاقیت و کارآفرینی در هدایت فراگرد نوآوری موثر است؟
 - ۵- آیا تاکید بر ارتباطات گسترده تر سازمان با مدیریت عالی آن در بالارفتن نوآوری کارکنان تاثیر دارد؟
- از نظر هدف این تحقیق کاربردی و از نظر روش توصیفی - زمینه یابی می باشد جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران و کارکنان دانشگاه پیام نور منطقه ۹ کشور (استانهای مازندران - گلستان - سمنان) بوده است. در این تحقیق از تعداد ۱۰۰۰ نفر از کارکنان پیام نور منطقه ۹ تعداد ۳۸۴ نفر از طریق فرمول انتخاب حجم نمونه گزینش شده اند و در خصوص مدیران چون نمونه با جامعه برابر بوده است همه ۱۷ نفر از مدیران مورد بررسی قرار گرفته اند. در این تحقیق از کتابخانه برای مطالعات نظری و تدوین ادبیات تحقیق و آراء اندیشمندان و نظر صائب صاحب نظران در مورد کارآفرینی و نوآوری استفاده شده است. و همچنین از پرسشنامه ای استاندارد شده سنجش کارآفرینی استفاده شده است روشهای آماری شامل الف) آمار توصیفی : شامل جداول فراوانی - درصدها و رسم نمودارها.

ب) آمار استنباطی: شامل ضریب همبستگی پیرسون می باشد روائی پرسشنامه‌ی کارآفرینی توسط « اسکار بوروف و زیمرر» و روایی پرسشنامه نوآوری توسط « رند سیپ» انجام گرفته است. اعتبار پرسشنامه‌ی کارآفرینی با استفاده از نرم افزار SPSS $\alpha=99/9$ و اعتبار پرسشنامه ی نوآوری با ضریب $\alpha = 8430$ تعیین گردیده است. مدیران کارآفرین - نوآوری کارکنان متغیرهای این پژوهش هستند. متغیر مستقل در این پژوهش «مدیران کارآفرین» می باشد. متغیر وابسته این پژوهش «نوآوری کارکنان» می باشد همچنین فرصت، تهدید، دانسته‌های جدید سازمانی، افق زمانی بلندمدت، ارتباطات، خلاقیت، مدیریت عالی هم از مولفه های متغیر وابسته این پژوهش محسوب می شود. متغیر کنترل در این پژوهش، دانشگاه پیام نور منطقه ۹ (مازندران - سمنان - گلستان) و سال تحصیلی ۸۳-۸۴ می باشد. متغیرهای تعدیل کننده این پژوهش، مدرک تحصیلی، سن، جنسیت، و سنوات مدیران می باشد.

۳-۳- روش تعیین حجم نمونه :

- محقق برای آزمودن فرضیه‌ی خویش نمونه ای به حجم «۱۰۰۰» نفر را براساس فرمول برآورد حجم نمونه برحسب نسبت انتخاب نموده که حجم نمونه در آزمونهای دو دامنه با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده است :

$$n = \frac{z^2 \frac{\alpha}{2} \cdot p(1-p)}{d^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (1-0.5)}{0.025^2} = \frac{3.84 \times 0.025}{0.0025} = \frac{0.096}{0.0025} = 384$$

نمونه گیری طبقه ای :

جمع	فوق لیسانس	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	مدرک تحصیلی شاخص آماری
۱۰۰	۱۵۰	۲۵۰	۲۰۰	۴۰۰	فراوانی هر طبقه (ni)
۱۰۰ %	%۱۵	%۲۵	%۲۰	%۴۰	نسبت هر طبقه به جامعه $P = \frac{ni}{N}$
۳۸۴	۵۸	۹۶	۷۶	۱۵۴	نسبت نمونه به جامعه $nk=p \times n$

۳-۴- ابزار گردآوری اطلاعات :

۳-۴-۱- کتابخانه ای

۳-۴-۲- پرسشنامه ای : در این تحقیق برای گردآوری داده ها از پرسشنامه سنجش کارآفرینی استفاده شده است که توسط اسکار بوروف و زیمرر ابداع شده است، پرسشنامه مذکور حاوی ۲۵ سؤال است که شمائی از نیمرخ کارآفرینی مدیران را ارائه می کند.
دومین پرسشنامه حاوی ۵۰ سؤال درخصوص نوآوری و خلاقیت می باشد که توسط « رند سیپ» طراحی و ابداع شده است.

۳-۵- روائی و اعتبار ابزار اندازه گیری :

۳-۵-۱ روائی : روائی نشان می دهد که آزمون برای آنچه که قرار است اندازه گیری شود مناسب است یا خیر. یا به عبارت بهتر آزمون قادر است هدفهای موردنظر را برای گروه خاصی از دانش آموزان اندازه بگیرد یا خیر. (کیامنش، ۱۳۷۸، ص ۱۰۳)

- روائی این ابزار توسط "اسکار بوروف و زیمرر" ابداع شده و استاندارد شده است.

۳-۵-۲ - اعتبار : یا پایائی بیانگر ثبات در اندازه گیری چیزی است که آزمون اندازه می گیرد، اگر نتایج حاصل از دوبار اندازه گیری یک صفت با دو وسیله همتا یکسان باشد ابزار اندازه گیری را پایا گویند. (کیامنش، ۱۳۷۸، ص ۱۰۳)

۳-۵-۳- پایائی : به منظور تعیین اعتبار پرسشنامه‌ی کارآفرینی و پرسشنامه‌ی نوآوری به صورت آزمایشی روی نمونه های ۲۰ نفری اجرا گردید و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS، ضریب آلفای پرسشنامه‌ی کارآفرینی معادل $Alpha .99/9$ و ضریب آلفای پرسشنامه‌ی نوآوری معادل $Alpha .84/30$ تعیین گردید و با اهتمام به این امر که پرسشنامه ها از ضریب اعتبار بسیار عالی برخوردار بودند جهت اجرای نهایی آماده گردیدند.

۴- تجزیه و تحلیل:

۴-۱- مقدمه :

در این بخش که به تجزیه و تحلیل داده های خام اختصاص دارد سوالات ویژه ی تحقیق مورد بررسی قرار گرفته اند و از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است که آمار توصیفی در برگیرنده نتایج آماری به صورت جداول ستونی و دایره ای برای ترسیم شمائی از پردازش اطلاعات مورد استفاده قرار گرفته است و در آمار استنباطی با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون ارتباط بین دو متغیر مورد پژوهش نمایش داده شده است.

۴-۱-۲- توصیف داده ها

۱- جدول فراوانی و درصد میزان خلاقیت کارکنان دانشگاه پیام نور برای منطقه نه

جمع	غیر خلاق	خلاقیت زیر متوسط	خلاقیت متوسط	خلاقیت بالای متوسط	خیلی خلاق		
۱۹۲	۳۰	۷۶	۴۹	۳۳	۴	فراوانی	مازندران
۱۰۰	۱۵,۶	۳۹,۶	۲۵,۵	۱۷,۲	۲,۱	درصد	
۱۰۸	۲	۱۹	۵۱	۳۰	۶	فراوانی	گلستان
۱۰۰	۱,۹	۱۷,۶	۴۷,۲	۲۷,۸	۵,۶	درصد	
۸۳	۰	۳۰	۴۷	۶	۰	فراوانی	سمنان
۱۰۰	۰	۳۶,۱	۵۶,۶	۷,۲	۰	درصد	

منبع: محاسبات محقق

۲- جدول فراوانی و درصد میزان کار آفرینی مدیران دانشگاه پیام نور برای منطقه ۹

جمع	فاقد کارآفرینی	کارآفرین متوسط	کارآفرین		
۹	۱	۰	۸	فراوانی	مازندران
۱۰۰	۱۱,۱۱	۰	۸۸,۸۸	درصد	
۴	۰	۰	۴	فراوانی	گلستان
۱۰۰	۰	۰	۱۰۰	درصد	
۴	۰	۱	۳	فراوانی	سمنان
۱۰۰	۰	۲۵	۷۵	درصد	

منبع: محاسبات محقق

۳- جدول فراوانی و درصد میزان کار آفرینی مدیران دانشگاه پیام نور مازندران

جمع	فاقد کارآفرینی	کارآفرین متوسط	کارآفرین		
۹	۱	۰	۸	فراوانی	مازندران
۱۰۰	۱۱,۱۱	۰	۸۸,۸۸	درصد	

منبع: محاسبات محقق

- جدول فوق نشان می دهد که ۸۸/۸۸ درصد مدیران دانشگاه پیام نور مازندران صفات مشخصه کارآفرینان موفق را دارا بوده و حدود ۱۱/۱۱ درصد از مدیران با این مشخصه ها فاصله زیادی دارند و در حقیقت برای کارآفرین شدن باید تلاش افزون تری را مورد امعان نظر قرار دهند .

۴- جدول فراوانی و درصد میزان کار آفرینی مدیران دانشگاه پیام نور گلستان

جمع	فاقد کارآفرینی	کارآفرین متوسط	کارآفرین		
۴	۰	۰	۴	فراوانی	گلستان
۱۰۰	۰	۰	۱۰۰	درصد	

منبع: محاسبات محقق

- جدول فوق بیانگر این واقعیت است که مدیران دانشگاه پیام نور استان گلستان به صورت ۱۰۰ درصد صفات مشخصه مشترک با کار آفرینان موفق را دارا هستند و حتی یک مورد فاقد کارآفرینی در این استان وجود ندارد .

۵- جدول فراوانی و درصد میزان کار آفرینی مدیران دانشگاه پیام نور سمنان

جمع	فاقد کارآفرینی	کارآفرین متوسط	کارآفرین		
۴	۰	۱	۳	فراوانی	سمنان
۱۰۰	۰	۲۵	۷۵	درصد	

منبع: محاسبات محقق

جدول و نمودار فوق الذکر حاکی از آن است که حدود ۷۵ درصد از مدیران دانشگاه پیام نور استان سمنان صفات بارز کارآفرینان موفق را دارا بوده و حدود ۲۵ درصد از آنان در حد متوسط هستند

۶- جدول فراوانی و درصد میزان خلاقیت کارکنان دانشگاه پیام نور مازندران

جمع	غیر خلاق	خلاقیت زیر متوسط	خلاقیت متوسط	خلاقیت بالای متوسط	خیلی خلاق		
۱۹۲	۳۰	۷۶	۴۹	۳۳	۴	فراوانی	مازندران
۱۰۰	۱۵,۶	۳۹,۶	۲۵,۵	۱۷,۲	۲,۱	درصد	

منبع: محاسبات محقق

جدول و نمودار فوق الذکر بیانگر آن است که کارکنان دانشگاه پیام نور استان مازندران ۲,۱ درصد صفات افراد خلاق و نوآور را در حد بسیار عالی دارا بوده و خیلی خلاق هستند و ۱۷,۲ درصد آنان حدود بالای متوسط ویژگی های افراد خلاق را دارا هستند و ۲۵,۵ درصد آنان به صورت متوسط و ۳۹,۶ درصد زیرمتوسط می باشند و ۱۵,۶ درصد آنان فاقد این ویژگی هستند.

۷- جدول فراوانی و درصد میزان خلاقیت کارکنان دانشگاه پیام نور گلستان

جمع	غیر خلاق	خلاقیت زیر متوسط	خلاقیت متوسط	خلاقیت بالای متوسط	خیلی خلاق		
۱۰۸	۲	۱۹	۵۱	۳۰	۶	فراوانی	گلستان
۱۰۰	۱,۹	۱۷,۶	۴۷,۲	۲۷,۸	۵,۶	درصد	

منبع: محاسبات محقق

با توجه به جدول و نمودار فوق نشان داده می شود که کارکنان دانشگاه پیام نور استان گلستان تا حدود ۵,۶ درصد خیلی خلاق هستند و فاکتور های لازمه برای آیتم فوق را دارا هستند و ۲۷,۸ درصد آنان امتیاز بالای متوسط و ۴۷,۲ درصد در حد متوسط می باشند و ۱۷,۶ درصد زیر متوسط قرار دارند و تنها ۱,۹ درصد آنان فاقد فاکتور فوق می باشند و فردی غیر خلاق محسوب می شوند .

۸- جدول فراوانی و درصد میزان خلاقیت کارکنان دانشگاه پیام نور سمنان

جمع	غیر خلاق	خلاقیت زیر متوسط	خلاقیت متوسط	خلاقیت بالای متوسط	خیلی خلاق		
۸۳	۰	۳۰	۴۷	۶	۰	فراوانی	سمنان
۱۰۰	۰	۳۶,۱	۵۶,۶	۷,۲	۰	درصد	

منبع: محاسبات محقق

با توجه به جدول و نمودار فوق نشان داده می شود که بین کارکنان دانشگاه پیام نور استان سمنان فرد خیلی خلاق وجود ندارد و تنها ۷,۲ درصد در سطح بالای متوسط خلاقیت دارند و ۵۶,۶ درصد آنان در حد متوسط هستند و حدود ۳۶,۱ درصد آنان خلاقیت زیر متوسط دارند و فرد غیر خلاق هم وجود ندارد . و بیشتر پراکندگی در وسط نمودار مشهود است .

۴-۲-۲- تجزیه و تحلیل داده ها

سوال ویژه ی (۱): آیا تشخیص فرصت ها و از بین بردن تهدیدات محیطی بر نوآوری کارکنان تاثیر دارد؟

$$r = \frac{N \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r = 0/043$$

با توجه به عدد بدست آمده نشان می دهد بین دو متغیر فوق الذکر در جدول شماره ۱ استخراج شده از نرم افزار SPSS هیچ ارتباط معناداری وجود ندارد و سوال ویژه ی اول مردود تلقی می گردد.

البته قابل ذکر است که با توجه به اینکه فی نفسه تشخیص فرصتها و به عبارتی شکار فرصتها و شناسایی تهدیدات محیطی از محورهای اساسی فراگرد کارآفرینی می باشد.

اما متأسفانه افراد مورد تحقیق در جامعه ی آماری این پژوهش فاقد ویژگی های مشخصه بوده اند

سوال ویژه ی ۲ : آیا تاکید بر افق زمانی بلندمدت در ثمربخشی نوآوری موثر است؟

$$r = -0/193$$

با عنایت به عدد بدست آمده در جدول شماره ۲ استخراج شده از نرم افزار SPSS مشاهده می شود که ارتباط معناداری بین دو متغیر افق زمانی بلندمدت و نوآوری وجود ندارد و فرضیه ی فوق رد می شود زیرا در جامعه ی آماری موردنظر افراد فاقد فاکتورهای آینده نگری قوت حزم و دوراندیشی در مورد توجه قراردادن برنامه ریزیهای کلان و دورنگر بوده اند. و بیشتر بر هدفهای کوتاه مدت و فقط وضع موجود توجه داشته اند .

سوال ویژه‌ی ۳: تا چه اندازه ایجاد افکار و دانسته‌های سازمانی در افزایش نوآوری تاثیر دارد؟

$$r = 0/076$$

$$\text{سطح معناداری} = 0/138$$

عدد بدست آمده در جدول شماره ۳ استخراج شده از نرم افزار SPSS نشان می‌دهد که بین دو متغیر افکار و دانسته‌های سازمانی و افزایش نوآوری ارتباط معناداری وجود ندارد با اهتمام به این امر که دانش تخصصی مدیران و لحاظ کردن یادگیری سازمانی و وجود سازمان یادگیرنده در سازمان یکی از فاکتورهای اساسی برای بقا و پیشرفت سازمانها محسوب می‌شود. اما در جامعه‌ی آماری این پژوهش افراد فاقد آیتم‌های موردنظر بوده اند لذا سوال ویژه‌ی فوق رد می‌گردد.

سوال ویژه‌ی ۴ تا چه اندازه ایجاد خلاقیت و کارآفرینی در هدایت فراگرد نوآوری موثر است ؟

$$r = 0/154$$

$$\text{سطح معناداری} = 0/002$$

عدد r بدست آمده در جدول شماره ۴ از نرم افزار SPSS مشاهده می‌شود که در دو متغیر در سطح معناداری با هم ارتباط دارند. بیانگر آن است که بین دو متغیر ایجاد خلاقیت و کارآفرینی و هدایت فراگرد نوآوری همبستگی وجود دارد عبارتی دیگر توانایی بوجود آمدن یک ایده جدید یا عبارتی خلاقیت افراد تبدیل افکار خوب به یک موقعیت عملی (نوآوری) در جامعه‌ی آماری موردنظر این تحقیق در حد خوب بوده است.

سوال ویژه‌ی ۵: آیا تاکید بر ارتباطات گسترده سازمان با موجودیت عالی آن را در بالارفتن نوآوری کارکنان

تاثیر دارد؟

$$r = 0/070$$

$$\text{سطح معناداری} = 0/174$$

عدد بدست آمده در جدول شماره ۵ نشانگر آن است که بین متغیر تاکید بر ارتباطات گسترده با مدیریت عالی و متغیر نوآوری کارکنان ارتباط معناداری وجود ندارد و با توجه به این نکته که ارتباط با مدیرانی که در رأس هرم سازمانی قرار دارند و به برنامه ریزیهای راهبردی اهتمام دارند و دارای اقتدار و قدرت تخصص و حق تصمیم گیری هستند و مجموعه‌ی تعاملات بین رئیس و مرئوس و انتقال پیامها از بالا دست به پائین در فراگرد نوآوری تاثیر تام دارد. اما افراد مورد پژوهش در این تحقیق در جوابگوئی به پرسشنامه مورد نظر امتیاز مطلوب را اکتساب ننموده اند و فرضیه‌ی فوق رد می‌گردد.

۵- نتیجه گیری :

کارآفرینی فرایندی پویا پایا و پایدار است و پیش در آمد توسعه و بالندگی سازمانی است که هسته اصلی آن را نوآوری تشکیل میدهد مدیران عالی سازمان بایستی به مفهوم کارآفرینی اهتمام ورزیده و در شرایط پر تلاطم وشدیدا رقابتی دنیای امروز آن را در نظر بگیرند از این منظر محقق بس از اجرای تحقیق در یافته است که سوالات ویژه‌ی وی فی نفسه از مصادیق بارز کارآفرینی بوده اما جامعه‌ی آماری تحقیق مورد نظر فاقد ویژگیهای لازمه بوده اند .

۶- پیشنهادها :

الف) مبتنی بر نتایج تحقیق

۱- از آنجا که در تحقیق فوق مشخص گردید که ایجاد خلاقیت و کارآفرینی در بالارفتن نوآوری سهم بسیار بسزائی دارد به مدیران توصیه می‌شود که در ایجاد فضائی خلاق به عنوان یکی از راههای مهم ظهور نوآوری بکوشند.

۲- با به کارگیری سیستم مدیریت استعداد^۱ (TMS) مهارت‌های کارکنان مستعد را به طرز صحیحی گسترش دهند و آماده شنیدن ایده های جدید باشند و تصویرذهنی سالمی را که اساس زندگی خلاق است با احساس توانمندی بالا ایجاد نمایند.

ب) مبتنی بر تجارب محقق :

- ۱- ایجاد یک مدل برای کارآفرینی سازمانی و لحاظ کردن یک مدل مخصوص و مناسب با توجه به ویژگی خاص برای هر سازمان ارگانیک.
- ۲- تأسیس یک بخش در دپارتمان منابع انسانی برای تشویق کردن افرادی که به کارآفرینی علاقه دارند.
- ۳- ایجاد تفکرات استراتژیک به عنوان بستر لازم برای بهبود عملکرد سازمانی.
- ۴- توسعه‌ی مدیریت های خلاق - خطرپذیر - و کارآفرین به عنوان یکی از محورهای استراتژیک توسعه.
- ۵- توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در سازمانها و نهادینه کردن خلاقیت در آنها.
- ۶- استفاده از تیم های متخصص و تشکیل کارگروههای ویژه
- ۷- پاداش دادن به کارآفرینان سازمانی در توسعه‌ی پروژه های نوآورانه.
- ۸- برقراری سیستم پیشنهادات برای ترغیب خلاقیت و بوجود آوردن فضائی خلاق برای ظهور نوآوری.
- ۹- آموزش کارآفرینی در اثر جمع افزائی توسعه‌ی بلندمدت اجتماعی.
- ۱۰- ایجاد واحد تحقیق و توسعه در هر سازمان.

منابع وماخذ :

۱. -احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۸، "کارآفرینی شغلی که در ایران نیست" انتشارات پردیس.
۲. -احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۹، "کارآفرینی" انتشارات پردیس.
۳. -اسدنژاد، بهروز، ۱۳۸۱، "بررسی میزان کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمه ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه علامه طباطبائی.
۴. -اسکندانی، حمید، ۱۳۷۹، "ویژگی های کارآفرین و کارآفرینان ایرانی" مجله صنعت و مطبوعات، شماره ۷۶.
۵. -الوانی، سیدمهدی، ۱۳۷۲، "مدیریت عمومی" انتشارات نی.
۶. -بروس، ریمون، ویمن، شرم، ۱۳۷۹، "سازمانهای پویا"، انتشارات پژوهشهای فرهنگی.
۷. -جاسبی، عبدا...، ۱۳۷۷، "اصول مدیریت" انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۸. -جزنی، نسرن، ۱۳۷۶ "مدیریت خلاق در عصر تحولات پرشتاب" تدبیر، شماره ۱۲۰.
۹. -حسن زاده، رمضان، ۱۳۸۲، "روشهای تحقیق در علوم رفتاری"، نشر ساوالان.
۱۰. -دسلر، گری، ۱۳۷۸، "مبانی مدیریت منابع انسانی"، مترجمان: پارسائیان، علی، اعرابی، سیدمهدی ناشر دفتر نشر پژوهش های فرهنگی.
۱۱. -دلاور، علی، ۱۳۸۱، "روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی"، مؤسسه نشر ویرایش.
۱۲. -رضائیان، علی، ۱۳۷۳، "اصول مدیریت"، انتشارات سمت.
۱۳. -روابط عمومی کار وامور اجتماعی ۱۳۸۰، "مجموعه‌ی مقالات و سخنرانی‌های دومین همایش ملی کار"، انتشارات وزارت کار وامور اجتماعی.
۱۴. -سخاوی، مسعود، ۱۳۷۹، "جایگاه نوآوری در مدیریت آینده سازمانها"، تدبیر، شماره ۱۰۷.
۱۵. -سعیدی کیا، مهدی، ۱۳۸۲، "فرهنگ کارآفرینی" روزنامه اعتماد.

¹- TALENT MANAGEMENT SYSTEM

۱۶. شفیعا، محمدعلی، ۱۳۷۱، "کارآفرینی با پیوند دانشگاه و صنعت"، اولین کنگره ملی مهندس صنایع و بهره‌وری.
۱۷. شهرآرای، مهرناز، ۱۳۷۵، "مقاله سازمان خلاق و نوآور" مجله دانش مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴.
۱۸. صمدآقائی، جلیل، ۱۳۷۸، "سازمانهای کارآفرین" انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۹. طالبی، کامبیز، ۱۳۷۲، "اهمیت و نقش محیط در رشد و تقویت کارآفرینان"، ناشر وزارت صنایع.
۲۰. طباطبائی، سید مرتضی، ۱۳۷۲، "کارآفرین و کارآفرین درونی"، تدبیر، شماره ۳۸.
۲۱. فرهنگ آکسفورد
۲۲. فرهنگ وبستر
۲۳. فیشرانی، تیمور، ۱۳۷۷، "خلاقیت و نوآوری انسانها و سازمانها"، انتشارات ترمه.
۲۴. کارتر، جان پی، ترجمه دکتر طوسی، ۱۳۷۸، "رهبری کارآفرین"، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۲۵. مردیث، جفری، نلسون، رایت، ۱۳۷۱، "کارآفرینی"، ناشر مؤسسه کار و امور اجتماعی.
۲۶. مریدی، سیاوش، ۱۳۷۹، "فرصت‌ها و محدودیت‌های کارآفرینی در اقتصاد ایران"، تدبیر شماره ۱۰۹.
۲۷. مشبکی، اصغر، ۱۳۷۸، "رویکرد راهبردی و عملیاتی به مدیریت تحول سازمانی"، انتشارات هیأت.
۲۸. موسوی، سیدجلال، ۱۳۷۸، "تعیین ضوابط طراحی برنامه‌های آموزش و پرورش کارآفرینان در ایران براساس مطالعه تطبیقی برنامه‌های مشابه جهانی" پایان‌نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی.
۲۹. وارث، سیدحامد، ۱۳۷۸، "کارآفرین دولتی"، مجله تحول اداری، شماره خرداد.
۳۰. یکتا و دیگران، ۱۳۷۷، "میزگرد تخصصی توسعه‌ی کارآفرینی" تدبیر، شماره ۹۱.
۳۱. یگانه، بهزاد، ۱۳۸۱، "نقش کارآفرینان در ترویج اشتغالزایی"، استاد راهنما: دکتر احمدپور داریانی، مشاور: دکتر کامبیز طالبی.
۳۲. یوسفی، فردین، ۱۳۷۸، "نگاهی به نقش کارآفرینان در فرایند توسعه اجتماعی"، سال پنجم، شماره ۱۲۴۳.

منابع خارجی :

- 1) –Douglass, NORTH, 1984. *Structure AND Economic History of NORTON And Company*".
- 2) -Frank knight, 1921, "Risk, uncertainly and profit" Houghton, Mifflin company, New York.
- 3) J.A .Schumpeter 1981, "Capitalism , Socialism and and Democracy" , George Allen 7 unwind, Also *the Theory of Economic*
- 4) –H .Lydall 1992, "The Entrepreneurial factor in Economic Growth", Macmillan.
- 5) -I.M.Kirzner 1973, "Competition and Entrepreneurship", university of Chicago press.
- 6) -Morgan BiNSWANCER , 2000 "Social Entrepreneurial" Kauffman CENTER for Entrepreneurial IEADER Ship.
- 7) –Richard DAPT 1992 *Organization theory*, WEST Publishing Company,.
- 8) *Development t1934*, Harvard university press,.
- 9) A. Marshal 1920, "principles of economics", Eighth Ed, Macmillan, cited by H. lydall, the Entrepreneurial factor in Economic Growth 1992, Macmillan.