

بررسی رابطه خلاقیت در مدیریت با قانون کسب و کار و رقابت ناقص

شکوفه عبدیانی

دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران

abdiani_sh@yahoo.com

دکتر علی صفدریان

استاد راهنما، پژوهشگر و محقق حوزه منابع انسانی

ali.saf_2657@yahoo.com

چکیده:

مدیریت مهمترین بخش هر سازمان است و هیچ سازمانی نمی‌تواند اهداف خود را بدون مدیریت مناسب بدست آورد. نحوه مدیریت می‌تواند به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب شود و در راستای کارآمدتر بودن سازمان می‌توان از طریق افزایش میزان خلاقیت و نوآوری عمل کرد. کسب و کارهای امروزی و قوانین و مقررات مربوط به آن بیش از پیش ضرورت مدیریت صحیح امور را ایجاد می‌کند، در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن می‌شود که مدیریت تنها یک علم آکادمیک نبوده بلکه مدیریت واقعی دربرگیرنده عوامل متعددی از جمله دانش کسب و کار و مهارت‌های مناسب فردی است. در بازارهای کنونی که وجود بازار از نوع رقابت کامل دور از دسترس به نظر می‌رسد ایجاد خلاقیت در رهبری سازمان در راستای قوانین کسب و کار می‌تواند راهگشا بوده و افراد را به اهداف و منافع خود برساند. در این پژوهش که به روش مروری و بررسی اسناد و مدارک کتابخانه‌ای و نیز بررسی از سایت‌ها و مجلات معتبر علمی جمع‌آوری شده، رابطه خلاقیت در مدیریت و قوانین کسب و کار و رقابت ناقص موجود در بازار بررسی شده است. که با توجه به نتایج این مطالعه می‌توان به رابطه مثبت تاثیر خلاقیت در راستای قوانین و مقررات کسب و کار جهت دستیابی به منافع و سود بیشتر سازمان و مقابله با رقابت بازار و به ویژه رقابت ناقص موجود اشاره کرد.

واژه‌های کلیدی: خلاقیت، قانون کسب و کار، رقابت، رقابت ناقص

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



مقدمه :

عصر حاضر، عصر تحولات و تغییرات شگرف در فناوری هاست. عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به دانش و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش گرا به جای نیروی انسانی عملکردی است. از این رو، مدیریت اندیشمند بر آن است تا هر چه بیشتر و بهتر، از ابزاری به نام دانش برای رویارویی و مقابله با عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت برای گسترش عرصه رقابتی خود استفاده نماید. این امر مستلزم آن است که سازمان با ارج نهادن به مدیریت دانش و خلاقیت، آن را به عنوان یک نیاز استراتژیک و ضروری برای پیشگامی در عرصه رقابت‌پذیری، در زمره برنامه‌های اولویت‌دار خود قرار دهد (سیادت و همکاران، ۱۳۹۰).

خلاقیت باید به طور اساسی با هوش، دانش، اطلاعات و داده مربوط شود. خلق داده‌های جدید، اطلاعات جدید، دانش جدید و هوش‌های جدید، از سطوح خلاقیت می‌باشد. این سطوح، سلسله مراتب خلاقیت در عمل و تفکر را نشان می‌دهد. پدید آمدن چالش‌های جهانی شدن، تحول، آموزش، خلاقیت، تفکر و هوش‌های چندگانه، اصلاح سازمان‌ها را ضروری ساخته است. در این عصر، تفکر در یادگیری فعال همراه با گردآوری دانش، توسعه خلاقیت و استفاده از هوش افراد در محیط با تغییرات سریع است. تفکر در یادگیری، به توسعه خلاقیت افراد و سازمان‌ها در عمل وابسته است. خلاقیت، توانایی کاربرد دانش برای حل مسأله و نوآوری در محیط کاری است (رحیمی، ۱۳۸۶).

در فرهنگی که به کار گروهی و مشارکت در امور اهمیت داده می‌شود لازم است قدرت و اختیار کافی نیز جهت مشارکت به کارکنان داده شود زیرا افرادی که به مسایل و مشکلات نزدیک تر بوده و با آن سروکار دارند معمولاً بهترین راه حل‌ها را نیز ارائه می‌دهند (محمدپور، ۱۳۸۸).

با وارد شدن جهان به هزاره سوم، اکثر مدیران در صدد ایجاد دگرگونی و تحول در شیوه اداره سازمان تحت مدیریت خود برآمده‌اند. هزاره سوم با مشخصه‌هایی مانند: پیشرفت روزافزون فناوری، تغییرات سریع در نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی استفاده از بهره‌گیری از منابع خارجی برای فرآیندهای داخلی، ادغام و یکی شدن شرکت‌ها، سرعت تغییر تکنولوژی و کوتاه شدن چرخه حیات محصول و از همه مهمتر میدان رقابتی بی‌حد و مرز، نوعی از مدیریت را می‌طلبد که در آن سازمان‌ها می‌بایست با ایجاد انگیزه در سرمایه‌های انسانی و ارائه آموزش‌های لازم به آن‌ها، زمینه بروز خلاقیت و پرورش فکرهای نوین را فراهم نمایند.

سازمان‌های عصر حاضر در یک محیط کاملاً رقابتی و بسیار پویا فعالیت می‌کنند که مهمترین سرمایه آن‌ها کارکنانشان می‌باشد. استمرار و تداوم مزیت رقابتی سازمان‌ها، در چنین شرایطی در داشتن کارکنان دانش‌گرا، خلاق و نوآور است که میتوانند با اصلاح یا تغییر آگاهانه در کارکردها و فرآیندها مزیت پایدار برای سازمان خود خلق نمایند (طیبی شیرمرد و میرزایی، ۱۳۹۶).

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریتی و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



اهمیت خلاقیت و نوآوری در موفقیت سازمان‌ها فقط به بخش‌های تولیدی کشور محدود نمی‌شود بلکه این مسئله در بخش‌های خدماتی و از جمله دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی که پرورش دهنده منابع انسانی آینده هستند، صادق است و اهمیت بیشتر نیز می‌یابد (Wong, 2003؛ آقامحمدی و شاه حسینی، ۱۳۹۵).

امروزه خلاقیت و نوآوری و مدیریت آن، یک نیاز راهبردی برای سازمان‌های رسانه‌ای است. این سازمان‌ها نیازمند نوعی ساز و کار ویژه هستند تا بتوانند خلاقیت را خلاقانه مدیریت کنند (صلواتیان و منصور، ۱۳۹۵).

خلاقیت به معنی اختراع یک چیز کاملاً جدید نیست. بلکه به وجود آوردن یک سری ارتباطات همسو است (ولی زاده قره قوزلو، ۱۳۹۵).

تعاریف متنوعی از خلاقیت وجود دارد. بیشتر مطالعات و پژوهش‌های انجام گرفته در مورد خلاقیت دارای جهت‌گیری‌های روانشناسانه است و پژوهش‌های اندیشمندی چون آمابیل (۱۹۹۶)، میهالی (۱۹۸۷) و رانکو (۲۰۱۰) از این دسته هستند. اصولاً خلاقیت جنبه‌ای ذهنی دارد و قضاوت در مورد اینکه "چه چیزی دقیقاً خلاق است؟" بسیار سخت و پیچیده است. علیرغم توافق عمومی محدود، در مورد تعریف نظری و عملیاتی خلاقیت، این اعتقاد که خلاقیت مفهومی چند بعدی است در حال تکوین است (امامی، جمالی و اصفهانی، ۱۳۹۲).

خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها است و نوآوری فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است. به عبارت دیگر خلاقیت از به کارگیری تواناییهای ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است و نوآوری عبارت است از عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو ناشی از خلاقیت، به عبارت دیگر، در خلاقیت اطلاعات به دست می‌آید و در نوآوری، آن اطلاعات به صورت‌های گوناگون عرضه می‌شود (رضائیان، ۱۳۷۳).

فضای کسب و کار به آن دسته از عوامل موثر بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی گفته می‌شود که مدیران بنگاه‌ها نمی‌توانند آن‌ها را تغییر داده یا بهبود بخشند. در تعریف دیگری، فضای کسب و کار به مجموعه‌ای از سیاست‌ها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی اطلاق می‌شود که بر فعالیت‌های اقتصادی حاکم است (زارعی و همی، ۱۳۹۱).

کسب و کار به هر نوع فعالیت تکرارشونده و مشروع اقتصادی از قبیل تولید، خرید و فروش کالا و خدمات به قصد کسب منافع اقتصادی اطلاق می‌شود.

محیط کسب و کار عبارت است از مجموعه عوامل موثر در اداره یا عملکرد بنگاه‌های تولیدی که خارج از کنترل مدیران آن‌ها می‌باشند (مجله اقتصاد کار و جامعه، ۱۳۹۲).

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



تعاریف متعددی از رقابت پذیری ارائه شده است، اما در یک تعریف جامع رقابت پذیری عبارت است از توانایی سازمان در جهت ماندگاری در کسب و کار، حفاظت از سرمایه‌های سازمان، « بازگشت سرمایه و تضمین شغلها در آینده که نتیجه آن افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه رقابت برای مدت طولانی می باشد (Akimva, 2000).

بازار عبارت است از شبکه روابط بین مبادله کنندگان یا تمرکز سازمان یافته برخورد عرضه و تقاضای مربوط به کالاها و خدمات معین است (منتظر ظهور، ۱۳۶۹).

بازار همچنین اقسام بسیاری دارد: بازار رقابت کامل (perfect competition)، بازار رقابت ناقص (imperfect competition)، بازار انحصاری (monopoly) که عنصر رقابت (competition) در آن اساسی ترین نقش را ایفا می کند. کارگزاران اقتصادی بر اساس رقابت بر سر سود بیشتر تولید می کنند و مصرف کنندگان نیز بر اساس رقابت بر سر دستیابی هر چه بیشتر به لذت به مصرف مبادرت می ورزند. گرچه رقابت از دیرباز بین اقتصاددانان مطرح بوده، آدام اسمیت نخستین کسی است که این مفهوم را بصورت دقیق مطرح کرده است. بر اساس نظریه اسمیت دولت نباید در بازار دخالت کند. در این صورت افراد بر اساس منافع خصوصی خود عمل خواهند کرد و یک دست نامرئی این فعالیت ها را هماهنگ می کند و در نتیجه منافع جامعه تامین خواهد شد.

رقابت یعنی گروهی برای دستیابی به امکانات اقتصادی با یکدیگر مبارزه کنند و هر کدام در پیشی گرفتن بر دیگران بکوشد (معصومی نیا، ۱۳۸۳).

بهبود فضای کسب و کار نقش تعیین کننده ای در رشد و توسعه اقتصادی از طریق فراهم کردن شرایط رقابت پذیری و بسترسازی مناسب برای ورود موثر بخش خصوصی در اقتصاد کشور ایفا می کند. در سال های اخیر، اهمیت فضای کسب و کار بیشتر مورد توجه و تاکید محافل اقتصادی و سیاستگذاری کشور واقع شده است (زارعی و همتی، ۱۳۹۱).

بیش از ۳۰٪ از تولید ناخالص داخلی کشور را در سنوات گذشته سرمایه گذاری کرده ایم ولی متوسط رشد اقتصادی کشور در سه برنامه و سه سال اول برنامه چهارم به میزان ۵/۷۵ درصد و پس از آن تا کنون متوسط رشد اقتصادی حدود ۲ درصد داشته ایم. چنانچه فضای کسب و کار مساعد می بود می توانستیم رشد اقتصادی بالای ۸ درصد داشته باشیم و نرخ بیکاری را تک رقمی می نمودیم، همانطور که کشورهای چین و هند با سرمایه گذاری به میزان حدود ۴۰٪ تولید ناخالص داخلی خود به رشد اقتصادی ۱۰٪ رسانیده اند. سهم نیروی کار در تولید ناخالص داخلی در ایران حدود ۲۵ درصد است و این شاخص در آمریکا ۵۵ درصد می باشد. عمده مشکلاتی که فرا راه واحدهای اقتصادی در ایران می باشند و بدین واسطه فضای کسب و کار را برای آن ها نامساعد نموده بشرح ذیل می باشند:

۱. مشکلات قانون کار و رویه های اعمال شده در اجرای آن

۲. مشکلات قانون مالیات و رویه های اعمال شده در اجرای آن

۳. مشکلات قانون تامین اجتماعی و رویه های اعمال شده در اجرای آن

این مشکلات واحدهای کوچک و متوسط اقتصادی در کشور را از رسالتی که در کشورهای صنعتی به آن‌ها واگذار شده باز داشته است.

در کشورهای صنعتی بیش از ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی را واحدهای کوچک و متوسط آن‌ها ایجاد می‌کنند و بیش از ۵۰ درصد نیروی آن کشورها را بکار می‌گیرند. در کشورهای صنعتی، واحدهای کوچک و متوسط نیروهای تازه وارد را بکار گرفته و با آموزش دادن آنان ضمن تامین نیروهای ماهر خود اغلب آنان پس از کسب مهارت به کارهای خود اشتغالی در جامعه مشغول و بعضاً جذب واحدهای بزرگ میشوند. اما در ایران اغلب واحدهای کوچک و متوسط برای فرار از مشکلات فرا روی خود به منظور بقای خود اقدام به بکارگرفتن کارگران بازنشسته (که اغلب مشمول قانون بازنشستگی پیش از موعد بوده و این قانون با هدف ایجاد کار برای جوانان تازه وارد به بازار کار وضع شده) نموده و یا اقدام به بکارگرفتن کارگران شاغل در سایر واحدها که حق بیمه خود را در آن واحدها پرداخت می‌کنند و بدینصورت مشمول قانون کار در این واحد قرار نمی‌گیرند، و یا از ارائه لیست واقعی پرداخت پرسنل خود به تامین اجتماعی و سازمان مالیاتی خودداری و یا به سمت اقتصاد زیرزمینی روی می‌آورند و بدین ترتیب خود را از مشکلات قانون کار و تامین اجتماعی برای بقای خود عمل می‌نمایند و بدینصورت از رسالتی که در بکارگیری جوانان تازه وارد به کار و آموزش دادن به آن‌ها می‌باشد به علت این شرایط نامساعد بازداشته می‌شوند و عمل آن‌ها موجب اضافه شدن خیل جوانان بیکار می‌شود که امور زندگی آنان را پدران چندشغله آنان اداره می‌کنند و بدین واسطه اغلب از شمار افراد جویای کار خارج می‌شوند.

برای رفع مشکلات قوانین فوق و رویه‌های اعمال شده بشرح زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. رفع مشکلات قانون کار و رویه‌های اعمال شده آن:

۱-۱ تعریف کارگر ماهر و شرایط کسب مهارت طبق قانون مشخص شود.

۱-۲ حداقل دستمزد برای کارگر ماهر تعیین شود.

۱-۳ تا قبل از کسب مهارت، دستمزد کارگر ساده و مبتدی بین کارگر و کارفرما با توافق تعیین شود.

۱-۴ حق سنوات سالیانه توسط کارفرما برای هر کارگر نزدیک یک موسسه بیمه یا یک صندوق، سپرده گذاری بلند مدت سپرده شود و پس از بازنشستگی این سرمایه گذاری به وی پرداخت شود.

۱-۵ کارفرما حق خاتمه دادن به کار کارگر را داشته باشد و فقط کارگر ساده و مبتدی حق اعتراض و مراجعه به اداره کار را داشته باشد و نظر اداره کار برای طرفین لازم الاجرا باشد.

۱-۶ طرح طبقه بندی مشاغل در هر واحد توسط خود واحد و بر اساس استانداردهای تعیین شده توسط وزارت کار تهیه شود ولی بی نیاز به تایید و تصویب وزارت کار باشد.

۲. رفع مشکلات قانون مالیات و رویه های اعمال شده آن.

۳. رفع مشکل با قانون سازمان تامین اجتماعی و رویه های اعمال شده آن (فرزانه، ۱۳۹۰).

از نظر تئوری، هر چه بنگاه اقتصادی کوچکتر باشد انعطاف بیشتری دارد ولی به دست آوردن پول، مشکل است. وام اعطایی به بنگاه ها در چین سهم کوچکی از وام بانک های دولتی را تشکیل می دهد. منبع تامین مالی بنگاه های کوچک رازی بزرگ است. ولی نشانه هایی وجود دارد. چین پر از بازارهای مالی خاکستری (سیاه) است و شرکت های کوچک صنعتی به دیگر شرکت های کوچک صنعتی وام می دهند. چون این تامین مالی، غیررسمی است، کوتاه مدت می باشد و طبیعت سرمایه گذاری را تغییر می دهد. اغلب این وام ها به روابط خصوصی با مالک موسسه بستگی دارد که آن نیز می تواند تصمیم گیری مدیریتی را مختل نماید. هیچ یک از این موانع نتوانسته جلوی رشد چین را بگیرد. در واقع روش غیرعادی که در چین پول، مردم و شرکت ها رابطه برقرار می کنند، نشانگر قابلیت انطباق و تعدیل کشور می باشد. ولی تمام آن ها موانع مشابهی می باشند (مجله تازه های اقتصاد، ۱۳۸۸).

در بازار رقابت امکانات کمی و کیفی و موقعیت یک شرکت نسبت به سایر رقباست که سیاست ها و اهداف آن را تعیین می کند. بعضی معتقدند که میدان رقابت در دنیای مدرن امروز را می توان به یک میدان جنگ تشبیه کرد. گرچه میدان جنگ و رقابت اقتصادی در اساس متفاوت هستند اما وجه های مشترکی نیز دارند. در هر دو عرصه، دستیابی به هدف از طریق روش ها و راههای کاملا حساب شده انجام می گیرد. در عرصه رقابت اقتصادی تعیین چهار مورد زیر کاملا ضروری است:

انتخاب عرصه رقابت

شرایط اجتماعی (از قبیل علایق مردم، ارزش های مورد قبول و وضعیت اقتصادی)

تواناییهای موسسات رقیب

امکانات و قابلیت های موجود (پایدار، ۱۳۷۰).

امروزه رقابت پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی میزان موفقیت بنگاهها در میدان های رقابتی سیاسی، اقتصادی و تجاری به حساب می آید. بدین معنی که هر بنگاهی که توان رقابتی بالاتری در بازارهای رقابتی داشته باشد، می توان گفت که از رقابت پذیری بالاتری نیز برخوردار است (آقازاده و همکاران، ۱۳۸۶).

فضای کسب و کار را مجموعه ای از سیاست ها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی تعریف کرده است که بر فعالیت کسب و کار حاکم است (شریعت، ۱۳۸۹).

شاخص های فضای کسب و کار بر اساس مطالعات بین المللی در ۱۰ حوزه طبقه بندی می شود:

۱. شروع کسب و کار

۲. شرایط دریافت مجوز

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



۳. استخدام و اخراج نیروی کار
۴. ثبت رسمی دارایی‌ها
۵. دریافت تسهیلات مالی
۶. حمایت از سرمایه‌گذاران
۷. پرداخت مالیات
۸. تجارت خارجی
۹. ضمانت اجرای قراردادها
۱۰. ورشکستگی و آغاز کسب و کار جدید

7

پیشینه طولانی مدت حاکمیت انحصاری دولت بر کسب و کار و بالتبع ضعف بخش خصوصی در اقتصاد، با ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی توسط مقام معظم رهبری طی سال‌های اخیر، بستر مناسبی برای بهبود فضای کسب و کار و حضور فعالانه تر بخش غیردولتی در قالب تعاونی و خصوصی را نوید می‌دهد. از جمله این قوانین:

۱. قانون برنامه چهارم توسعه، ماده ۳۷ که به رقابت‌پذیری، ماده ۴۱ بهبود فضای کسب و کار کشور را با نرخ ارز و تنظیم هزینه‌های واردات نهادهای کالای تولیدی و توسعه زیربنا و بازنگری قانون کار، جلوگیری از انحصار و گسترش بازار سرمایه و ماده ۱۰۳ برای گسترش معافیت‌های بیمه‌ای و مالیاتی برای کارفرمایان.

۲. قانون اصلاح موادی از برنامه چهارم توسعه و اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در ماده ۹۱ این قانون برای تامین شرایط هر چه مساعدتر برای مشارکت و مسئولیت‌پذیری بخش غیردولتی در فعالیت‌های اقتصادی، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و اتاق تعاون موظف به پایش و پیگیری سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی شده‌اند.

۳. سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه، ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری

۴. تصویب بند (ز) ماده ۲۱ قانون کار ج.ا.ا. ایران در مجمع تشخیص مصلحت نظام مبنی بر فسخ قرارداد در صورت کاهش تولید و تغییرات ساختاری و اثر شرایط اقتصادی و ... (شریعت، ۱۳۸۹).

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



پیشینه پژوهش:

توحید (۱۳۸۹) نیز خلاقیت را محور بنیادین تصمیم‌گیری می‌داند و سبک تصمیم‌گیری منطقی و عقلایی و خلاقیت زیر بنای تصمیم‌گیری است.

یافته‌های پژوهش سرفرازی و همکاران (۱۳۸۹) تحت عنوان تاثیر خلاقیت بر بهبود تصمیم‌گیری مدیران نشان داد که رابطه معناداری بین تصمیم‌گیری مدیران و کارایی کارکنان وجود دارد.

فراشانی (۱۳۷۸) در تحقیقی تحت عنوان خلاقیت و رابطه آن با تصمیم‌گیری و عملکرد مدیران در مدارس متوسطه شهر مشهد به این نتایج دست یافت:

بین خلاقیت مدیران و کارکرد تصمیم‌گیری آنان رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

بین خلاقیت مدیران و کارکرد برنامه‌ریزی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

بین خلاقیت مدیران و کارکرد سازماندهی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

بین خلاقیت مدیران و کارکرد کنترل و هماهنگی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

آمابیل و گریسکوئیز (۱۹۹۶) تصمیم‌گیری مدیران را به عنوان عنصر مهمی از عوامل زمینه‌ای در محیط کار و مؤثر بر خلاقیت تأثیر میدانند. از طرفی رفتار مدیر یا رئیس سازمان که باید نقش رهبری را بر عهده گیرد بر افکار، احساسات و آرزوهای کارکنان تحت نظارت خود، که موجب انگیزش و هدایت رفتار میشود، اثر میگذارد بنابراین، سبک تصمیم‌گیری به عنوان عامل تسهیل‌کننده و برانگیزنده کارکنان به طور مستقیم و غیرمستقیم بر بازده کاری سازمان اثر میگذارد.

نتایج تحقیقاتی همچون اسمیت (۱۹۹۷) و ریس (۲۰۰۳) اذعان دارند که رقابت در بازار محصول، نقش مهمی را در کاهش سوء اقدامات مدیریت در ارتباط با گزارشگری مالی ایفا می‌کند و قادر است که با کاهش دستکاری‌های فرصت طلبانه در سود و رویه‌های حسابداری، به افزایش کیفیت سود و در نتیجه کیفیت اطلاعات حسابداری کمک شایانی نماید. با این حال باگنولی و واتس (۲۰۱۰) معتقدند که گزارشگری مالی شرکت‌های رقیب در بازارهای محصول با سودآوری بالا، همراه با سوگیری و انحراف از واقعیت اقتصادی موجود است. از این رو، با توجه به اهمیت نقش کیفیت سود در بهبود سلامت واحد تجاری و نظر به اینکه فضای رقابتی در بازار محصول به عنوان مکمل بازار سرمایه می‌تواند تأثیر بسزایی بر اطلاعات حسابداری بر جای گذارد.

روش پژوهش:

این پژوهش به روش مروری و بررسی اسناد و مدارک کتابخانه‌ای و نیز بررسی از سایت‌ها و مجلات معتبر علمی جمع‌آوری گردیده است.

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



نتیجه گیری :

در عصر حاضر که تغییرات مستمر یک جز جدایی ناپذیر از آن محسوب می شود، نیاز روز افزون مدیران به خلاقیت و نوآوری در محیط کسب و کار را بیش از پیش متذکر می شود. لذا یکی از راهبردهای اساسی برای اداره کسب و کار در فضای جامعه امروزی و با قوانین و مقررات موجود و فضای رقابتی بازار کسب و کار، خلاقیت در مدیریت سازمان است. همانطور که هدف اصلی این پژوهش بررسی این رابطه در محیط کسب و کار می باشد و همانطور که نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد بین مهارت های فردی مدیریت و ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان با قانون کسب و کار جامعه و فضای رقابتی موجود رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از لحاظ رابطه بین خلاقیت و مولفه های آن از جمله ابتکار و نوآوری با یافته های طیبی شیرمرد و میرزایی (۱۳۹۶) همخوانی وجود دارد. با افزایش خلاقیت و نوآوری در مدیریت سازمان ها هر چند میزان رفاه کل جامعه افزایش می یابد ولی میزان سود و زیان تحت شرایط مختلف یکسان نیست و بعضاً قوانین و مقررات بازار منجر می گردد که برخی از این تغییرات سود برند و بنابراین از لحاظ نوع رقابت در بازارهای کنونی و عدم انگیزه لازم برای پذیرش نوآوری و خلاقیت که در سود سازمان ها نقش بسزایی ایفا می کند با یافته های مظهری ویزدانی (۱۳۸۲) همخوانی وجود دارد. در تبیین یافته های فوق نیز می توان به یافته های زارعی و همتی (۱۳۹۱) نیز اشاره کرد که بر اساس گزارش های بانک جهانی و مرکز پژوهش های مجلس، رتبه و وضعیت فضای کسب و کار ایران فاصله زیادی با وضعیت مطلوب در جهان امروز برای ورود به بازارهای رقابت جهانی را نشان می دهد. با وجود اینکه گام های اولیه جهت اصلاح وضعیت فضای کسب و کار در کشور برداشته شده است، اما این اقدامات با توجه به اهداف چشم انداز و وضعیت نامناسب کنونی بسیار ناچیز بوده است. عوامل نشان دهنده وضعیت فضای کسب و کار نوعاً ماهیتی دارند که اصلاح آن ها نه تنها نیازمند برنامه ریزی و تلاش مجدانه سیاستگذاران و متولیان اقتصادی کشور است، بلکه اغلب در کوتاه مدت تحقق نمی یابد. این امر به ویژه در مورد شاخص هایی که به زیرساخت ها یا اخلاق تجاری یا باورهای فرهنگی مربوط می شوند مصداق دارد. لذا بهبود وضعیت فضای کسب و کار در کشور نیازمند یک برنامه ریزی بلند مدت است.

در پایان پیشنهاد می گردد مدیران سازمان ها علاوه بر پرورش خلاقیت در خود باید سعی نمایند در ایجاد انگیزه و خلاقیت در کارکنان و زیرمجموعه خود بکوشند تا بتوانند در کنار قوانین و فضای رقابتی کنونی بازار به اهداف سازمانی خود دست یابند.

منابع و ماخذ :

۱. آقامحمدی، جواد و شاه حسینی. (۱۳۹۵). مقایسه تاثیر میزان استفاده از ارتباطات بی واسطه ارتباطات رسانه ای بر میزان تفکر خلاق دانشجویان کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه اراک. فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۴، ۱۲۱-۱۴۰.
۲. ابراهیم پور، جواد. (۱۳۹۵). رقابت ایران و روسیه در زمینه تامین انرژی جهانی: نگاهی بر دوره پساتحریم. ماهنامه پژوهش ملل، دوره اول، ۱۱، ۲۷-۳۹.
۳. امامی، مصطفی؛ جمالی، الهام و اصفهانی، محمدجواد. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و خلاقیت سازمانی، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۳(۳)، ۲۳-۴۴.



۴. بهرامی ارض اقدسی، محسن. (۱۳۹۰). ضرورت بهبود فضای کسب و کار. اقتصاد، مجله کار و جامعه، ۱۳۰، ۱۳۱، ۸۹-۹۲.
۵. پایدار، داوود. (۱۳۷۰). استراتژی رقابت مدیریت رقابت. علوم سیاسی، گزارش، ۱۰، ۲۹-۳۱.
۶. توحیدی، ارسطو. (۱۳۸۹). خلاقیت محور بنیادین تصمیمگیری راهبردی، مطالعات مدیریت، ۳(۴)، ۶۷-۵۶.
۷. رضایی، نادر، پیوسته، اکبر، فرضعلی زاده، اکبر. (۱۳۹۶). بررسی نقش مدیریت دانش در ارتقاء خلاقیت و نوآوری کارکنان در سازمان های نظامی. فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره هفتم، ۱، ۱۷-۴۸.
۸. رضائیان، علی. (۱۳۷۳). اصول مدیریت، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب دانشگاهی (سمت).
۹. زارعی، ژاله، همتی، مریم. (۱۳۹۱). فراز و فرود فضای کسب و کار. فصلنامه تازه های اقتصاد، ۱۳۵، ۱۶۳-۱۵۹.
۱۰. سرفرازی، مهرزاد، معمار زاده، غلامرضا، واحد پور، غلام عباس (۱۳۸۹). بررسی اثر بخشی سبک تصمیم گیری مدیران نوآور در مقایسه با مدیران سازگار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لارستان، سومین کنفرانس بینالمللی مدیریت.
۱۱. شریعت، رضا. (۱۳۸۹). آسیب شناسی فضای کسب و کار کشور برای کارآفرینان. اقتصاد، کار و جامعه، ۱۲۰، ۱۲۱ و ۲۷-۳۶.
۱۲. صلواتیان، سیاوش، منصور، حامد. (۱۳۹۵). پیشنهاد الگوی مفهومی مدیریت خلاقیت و نوآوری در تولید محتوای تلویزیونی برای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ششم، ۳، ۳۵-۷۶.
۱۳. صفت، جنان، صادق، محمد. (۱۳۹۰). اخلاق کسب و کار بر پایه آزادی. اقتصاد، اتاق بازرگانی، ۵۲۱، ۸.
۱۴. طیبی شیرمرد، مهدی، میرزایی، نورالدین. (۱۳۹۶). رابطه مولفه های خلاقیت با استقرار مدیریت دانش. فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، سال هشتم، ۲۵.
۱۵. فرزانه، رضا. (۱۳۹۰). مشکلات کسب و کار واحدهای اقتصادی. اقتصاد، نامه اتاق بازرگانی، ۵۲۴، ۱۹-۲۰.
۱۶. فراشیانی، حجت الله (۱۳۷۸). خلاقیت مدیران و رابطه آن با عملکرد آنها در مدارس متوسطه شهر مشهد، پایان نامه ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه مشهد.
۱۷. قائمی، محمدحسین، صابر، امیر. (۱۳۹۵). تاثیر غیرخطی رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود. مجله دانش حسابداری، سال هفتم، ۲۷، ۳۵-۶۲.
۱۸. کلاته سیفری، معصومه، محمدی فروغ، قاسمی، حمید. (۱۳۹۵). تدوین مدل تاثیر توانمندی های آینده پژوهی در رابطه با مهارت های فردی مدیریت زمان و ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان در اصحاب رسانه شبکه رادیو ورزش ایران. فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال بیست و هفتم، ۱۰۷، ۷۶-۸۷.
۱۹. مظاهر، لیلی، محمدی، شراره، اکرادی، احسان، پروین، احسان، فاضلی، حسن. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین سبکهای تصمیم گیری مدیران با میزان خلاقیت و مدیریت مشارکتی در مدارس راهنمایی. فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ششم، ۴، ۱۷۱-۱۹۶.
۲۰. محمدپور، نفیسه (۱۳۸۸). بررسی میزان آمادگی اجرای نظام مدیریت مشارکتی، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۲۱. معصومی نیا، علی. (۱۳۸۳). بازار مطلوب، رقابت کامل. اقتصاد اسلامی، ۱۵(ISC)، ۸۰-۵۵.
۲۲. مظهری، محمد، یزدانی، سعید. (۱۳۸۲). اثر رقابت ناقص بر سود حاصل از تغییر تکنیکی (مطالعه موردی صنعت گوجه فرنگی در استان خراسان). مجله علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی، سال هفتم، ۲، ۴۳-۵۱.
۲۳. منتظر ظهور، محمود. (۱۳۶۹). اقتصاد. تهران. سازمان انتشارات دانشگاه تهران. هشتم.

5th National Conference on Management & Humanistic Science Research in Iran

5 July 2018 - Tehran University

پنجمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران
۱۴ تیر ۱۳۹۷ دانشگاه تهران



۲۴. نیکبخت، اکرم، صالحی، شایسته، ناجی، سیدعلی. (۱۳۹۳). رابطه بین کاربست مولفه‌های مدیریت دانش و خلاقیت در بیمارستان‌های منتخب شهر اصفهان. فصلنامه علمی پژوهشی دانشکده پرستاری و مامایی دانشکده علوم پزشکی بیرجند، سال یازدهم، ۴، ۳۴۴-۳۳۹.

۲۵. ولی زاده قره قوزلو، حسین؛ عسگری مبارکه، کریم و کلانتری، مهرداد. (۱۳۹۵). اثربخشی روش‌های القاء خلق مثبت بر بهبود خلاقیت سیالی کلامی و انعطاف‌پذیری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد. فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۶(۲)، ۱۵۸-۱۴۳.

۲۶. واعظ، سیدعلی، قلمبر، محمدحسین، فنواتی، نسرین. (۱۳۹۴). تاثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی. مجله دانش حسابداری، سال ششم، ۲۱، ۱۲۹-۱۴۹.

۲۷. مجله اقتصاد کار و جامعه. (۱۳۹۱). بهبود نسبی فضای کسب و کار. به نقل از منبع:

<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/: 968411>

۲۸. مجله اقتصاد. (۱۳۸۸). فضای کسب و کار چینی زمان تغییر قانون. به نقل از منبع:

<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/: 80710>

۲۹. مجله اقتصاد کار و جامعه. (۱۳۹۲). قانون بهبود محیط کسب و کار. به نقل از منبع:

<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/ : 1003732>

30. Aghazadeh, H., Estiri, M., and Osanlou, B., (2007). Competitiveness of Iranian Enterprises. The Economic Research, 7(3). 38-58 [in Persian].
31. Akimova, I., (2000). Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms. European Journal of Marketing, 34(9/10), 1128-1148.
32. Amabile, T. (1996). Creativity in context. Boulder: Westview Press.
33. Amabile, T. Grysiewicz .SS (1987). Creative in the R & D laboratory.(Technical Report). Greensboro, North carolina: Center for creative Leadership.
34. Bagnoli, M., and Watts, S.G. (2010). Oligopoly, disclosure, and earnings management. The Accounting Review, 85(4), 1191-1214.
35. Cheng, P., Man, P., and Cheong, H.Y., (2013). The impact of product market competition on earnings quality. Accounting and Finance, 53(1), 137-162
36. Rahimi H. A study of Creativity on the educational managers in Isfahan Medical Sciences University. [MSDisertation]. Isfahan: Isfahan University, Faculty of Human Sciences; 2007. [Persian]
37. Raith, M. (2003). Competition, risk and managerial incentives. American Economic Review, 93(4), 1425-1436
38. Siadat SA, Hoveida R, Nikbakht A, Moghadam A. [Knowledge Management paradigm]. Isfahan: Arkan-DaneshPublication; 2011. [Persian]
39. Schmidt, K.M. (1997). Managerial incentives and product market competition. The Review of Economic Studies, 64(2), 191-213.
40. Wong, S. (2003). Motivators to creativity in hotel industry. Tourism Manage Journal, 24(5), 551-9