

علوم مدیریت و توسعه

مطالعات کاربردی در دو ماهنامه علمی-تخصصی

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال دوم، شماره ۸، اسفند ۱۳۹۶
شاپا: ۶۴۰۹ - ۲۵۳۸

بررسی تاثیر مصرف کنندگان فقیر بر ساختار خانواده (حضور کودکان)، نرخ
آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار؛ مطالعه موردی: مصرف کنندگان
کم درآمد فروشگاه های زنجیره ای شهروند
سید قاسم سلیمی زاویه

بررسی نقش صندوق های سرمایه گذاری مشترک در توسعه اقتصادی کشور
مهدی محمدی نسب، کامران مستوفی

نقش و شیوه های تاثیر گروه های ذی نفوذ و فشار در نظام آموزشی
زهرا لبادی، ابوالفضل صغیعی پور

بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی و فرسودگی شغلی پرستاران در شرق
استان مازندران
ربابه دیانتی، سیده فاطمه شفیع پور، علیرضا زارع زیدی، مهرداد متانی

ارائه مدلی برای تاثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی؛
مطالعه موردی: آموزش و پرورش شهرستان بناب
غلامرضا رحیمی، فرهاد نژاد ایرانی، اصغر اصغرزاده

بررسی نقش و جایگاه آموزش کارآفرینی در سازمان ها
جمشید عدالتیان، سعید عبدی بوسجین، علی عبدی جمایران، سمیه صابونی زیارانی

انتخاب بهترین روش های استفاده از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره
محمد مهدی جربنی، حامد شاکریان



مطالعات کاربردی در دو ماهنامه اقتصادی

علوم مدیریت و توسعه

نشریه علمی-تخصصی مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه،

سال دوم، شماره شش (پیاپی: ۸)، اسفند ۱۳۹۶

ISSN: 2538-6409

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر داخلی: مهرداد فتاحی

اعضای شورای علمی نشریه:

سرکار خانم دکتر مریم اخوان خرازیان، دانشگاه شهید بهشتی

سرکار خانم دکتر طیبه امیرخانی، دانشگاه شهید بهشتی

جناب آقای دکتر روحاله بیات، دانشگاه بین المللی امام خمینی

جناب آقای دکتر محمد تابان، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر مهدی حیدری، دانشگاه ارومیه

جناب آقای دکتر هاشم زارع، دانشگاه شیراز

جناب آقای دکتر سجاد شکوه یار، دانشگاه شهید بهشتی

جناب آقای دکتر داود طالبی، دانشگاه شهید بهشتی

سرکار خانم دکتر زینب طولابی، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر حسین عظیمی، دانشگاه زنجان

سرکار خانم دکتر عالیہ کاظمی، دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر حسین کاظمی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

سرکار خانم دکتر نرگس مرادخانی، دانشگاه زنجان

جناب آقای دکتر سیدرضا میرعسکری، دانشگاه گیلان

جناب آقای دکتر عباس نرگسیان، دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر علی یاسینی، دانشگاه ایلام

جناب آقای دکتر محمد مهدی مظفری، دانشگاه بین المللی امام خمینی



۰۲۱ ۳۳ ۲۰ ۲۴ ۸۷

۰۲۶ ۳۲ ۷۲ ۴۷۸۷



۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

۰۲۶ ۳۲ ۷۴ ۷۱ ۵۸

کرج: چهارراه هفت تیر، خیابان لاله ۱، پلاک ۱۴، طبقه همکف

فراخوان پذیرش مقاله

علوم مدیریت با توجه به نفوذ فراگیر در میان علوم انسانی نقشی بی‌بدیل در توسعه و رشد کشور ایفا می‌کند. بشر در شروع قرن بیست و یکم با تحول شگرفی مواجه شد. این تحول محصول تغییر مفهوم ارتباط، اطلاعات و رسانه بوده است. دگرگونی در ارتباط و انتقال اطلاعات، امکانات آموزشی و پژوهشی را در اختیار بخش بسیار بزرگتری از مردم جهان قرار داد. توسعه آموزش، منجر به ظهور مفاهیم جدیدی در رسانه شد و افراد مختلف را قادر ساخت تا به منابع علمی بروز دسترسی پیدا کنند. تغییر فناوری در کنار افزایش دانشجویان و محققین باعث شد تا مقالات علمی زیادی در مجامع علمی، همایشها و نشریات پژوهشی منتشر شود.

با این نگاه نشریه «مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه» توسط موسسه مدیریت دانش شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مدیریت، اقتصاد و حسابداری می‌پردازد. از اینرو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌نماید با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.asmd.ir در پربارتر کردن این نشریه ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله به نشریه کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید. پس از بررسی اولیه و داوری علمی از طرف تحریریه جهت انتشار مقاله با نویسندگان رابط تماس گرفته می‌شود.

محورهای نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه:

- مدیریت دولتی
- مدیریت بازرگانی
- مدیریت صنعتی
- مدیریت مالی
- مدیریت بیمه
- مدیریت گردشگری
- مدیریت فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت توسعه
- مدیریت MBA، اجرایی و شهری
- کارآفرینی و مدیریت کسب و کار
- مدیریت دانش و مطالعات میان رشته‌ای

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بررسی تاثیر مصرف‌کنندگان فقیر بر ساختار خانواده (حضور کودکان)، نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار (مطالعه موردی: مصرف‌کنندگان کم درآمد فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند) سید قاسم سلیمی زاویه
۱۷	بررسی نقش صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک در توسعه اقتصادی کشور مهدی محمدی نسب، کامران مستوفی
۳۳	نقش و شیوه‌های تاثیر گروه‌های دین‌فوذ و فشار در نظام آموزشی دکتر زهرا لبادی، ابوالفضل صغیعی پور
۴۷	بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی و فرسودگی شغلی پرستاران در شرق استان مازندران ربابه دیانتی، سیده فاطمه شفیع پور، علیرضا زارع زیدی، مهرداد متانی
۵۵	ارائه مدلی برای تاثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی (مطالعه موردی: آموزش و پرورش شهرستان بناب) غلامرضا رحیمی، فرهاد نژاد ایرانی، اصغر اصغرزاده
۶۷	بررسی نقش و جایگاه آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها جمشید عدالتیان، سعید عبدی بوسجین، علی عبدی جمایران، سمیه صابونی زیارانی
۷۹	انتخاب بهترین فروشنده با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره محمد مهدی جرینی، حامد شاکریان

بررسی تاثیر مصرف کنندگان فقیر بر ساختار خانواده (حضور کودکان)، نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار (مطالعه موردی: مصرف کنندگان کم درآمد فروشگاه های زنجیره ای شهروند)

سید قاسم سلیمی زاویه^{۱*}

کارشناس ارشد، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
sg.salimi@gmail.com

چکیده

در نظریه های اقتصاد خرد که شامل کاهش سود و کاهش هزینه می باشد، مصرف کنندگان کم درآمد (فقیر) باید دارای سود بیشتر و هزینه های کمتری نسبت به مصرف کنندگان با درآمد بالا باشند. لذا لازم است در نرخ آزاد سازی یارانه مصرف کنندگان با درآمد پایین بیشتر از مصرف کنندگان با درآمد بالا مورد توجه قرار گیرند. علاوه بر این، ترکیب و ساختار خانواده مصرف کنندگان فقیر (به ویژه کودکان) و اندازه سبد خانوار نیز در نرخ آزاد سازی یارانه مورد توجه قرار گیرد. با این حال مطالعات نرخ آزاد سازی یارانه تاکنون موفق به حمایت از ساختار خانواده مصرف کنندگان با درآمد کم نشده است. مطالعه حاضر نشان می دهد که در نظریه اقتصاد خرد نرخ آزاد سازی یارانه تاثیر اندازه سبد خانوار، ترکیب خانوار ویژگی کلیدی مصرف کنندگان با درآمد پایین می باشد. در این مطالعه از طریق تحلیل عاملی تاییدی به بررسی مدل معادلات ساختاری بین مصرف کنندگان کم درآمد، ساختار ترکیب خانوار، نرخ آزاد سازی یارانه و اندازه سبد خانوار خواهیم پرداخت. بدین منظور به عنوان مطالعه موردی مصرف کنندگان کم درآمد فروشگاه های زنجیره ای شهروند در سطح شهر تهران در نظر گرفته شده است. تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مدل معادلات ساختاری با نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۸ صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل مقاله حاضر از نرخ آزادسازی یارانه در مصرف کنندگان کم درآمد نشان می دهد که تاثیر نرخ آزاد سازی یارانه بر مصرف کنندگان کم درآمد خیلی بیشتر از دهک های پردرآمد جامعه می باشد. علاوه بر این عوامل تاثیر عاملی دیگری چون ترکیب ساختار خانوار و اندازه سبد خانوار و میزان فقر مصرف کنندگان کم درآمد در این امر دخیل می باشد. بنابراین پیشنهاد می گردد که خرده فروشان، تولید کنندگان و به ویژه دولت به دنبال راهکارهای تبلیغاتی برای بهینه سازی اندازه سبد خانوار مصرف کنندگان کم درآمد باشد.

واژگان کلیدی: مصرف کنندگان فقیر، ترکیب ساختار خانوار، نرخ آزاد سازی یارانه، اندازه سبد خانوار، مدل معادلات ساختاری

طبقه بندی (JEL) : M31, M21

۱. مقدمه

مصرف کنندگان فقیر (کم درآمد) به دلایل مختلف از جمله فرصت های بزرگ برای کسب و کارها محسوب می شوند، این دلایل عبارتند از: (۱): اندازه مطلق بازار مصرف کنندگان کم درآمد (CIA)، (۲): بازار مصرف کنندگان فقیر تمایل مکرر به تخصیص منابع کمیاب مالی برای رفع نیازهای اساسی را بارها نشان داده است (اندرسون و مارکیدس^۱، ۲۰۰۷)، (استیفل و کریستیانسن^۲، ۲۰۰۷). مصرف کنندگان فقیر کم درآمد به خرید محصولات که به نیازهای اجتماعی و نیازهای اساسی آنها

^۱ Anderson, J., & Markides

^۲ Stifel, D., & Christiaensen

مربوط می باشند تمایل نشان می دهند (هیل^۱، ۲۰۱۲). در نتیجه بیش از سه دهه است که بازاریابان راهکارهایی را برای این رویکرد مصرف کنندگان فقیر طراحی کرده اند این راهکارها شامل تکنیک‌هایی چون: توسعه اعتبارات، توسعه محصولات عمومی یا بدون نام تجاری و فعالیت های تبلیغاتی که به نوعی به بخش مصرف کنندگان کم درآمد متصل است می باشد. (هیل، ۲۰۰۲) تحقیقات کنونی انجام شده فقط روی نرخ آزادسازی کوپن و توزیع کوپن برای جذب مصرف کنندگان کم درآمد در فروشگاه های بزرگ زنجیره ای می باشد این رویکرد نرخ آزاد سازی کوپن در مقاله مشابه بررسی شده است (استفانیه و همکاران^۲، ۲۰۱۷). هدف تحقیق حاضر بر روی نرخ آزاد سازی کوپن مشابه تحقیق (استفانیه و همکاران، ۲۰۱۷) نمی باشد بلکه در این تحقیق بیشتر تأکید بر روی مصرف کنندگان کم درآمد، نرخ آزادسازی یارانه ها و اندازه سبد خرید خانوار می باشد. نوع نرخ آزاد سازی یارانه ها که مورد بحث این مقاله می باشد عمدتاً به سمت ساختارهای جمعیتی و ترکیب ساختار خانوار می باشد و رابطه بین مصرف کنندگان کم درآمد و ترکیب ساختار خانوار و تاثیر نرخ آزادسازی یارانه ها را مورد بررسی قرار می دهد. براساس تحقیق صورت گرفته در سال (۲۰۱۴) تنها ۶/۸ درصد از نرخ آزادسازی ها توزیع شده برای مصرف کنندگان فقیر و کم درآمد رایگان بوده است (اینمار^۳، ۲۰۱۷). خصوصیات مهم مصرف کنندگان فقیر و کم درآمد اساساً با خصوصیات مصرف کنندگان با درآمد بالا متفاوت می باشد به عنوان مثال در این زمینه مصرف کنندگان کم درآمد در اواخر هر ماه پس از آنکه به نوعی از کمک های مالی دولتی برخوردار می شوند بیشتر خرید می کنند (رنک و هیرسچل^۴، ۱۹۹۵)، (بلی لاک^۵، ۱۹۸۹).

براساس نظریه اقتصاد خرد مصرف کنندگان کم درآمد بیشترین آسیب های مالی را تجربه می کنند و باید در نرخ آزاد سازی یارانه ها به این گروه مصرف کنندگان توجه بیشتری گردد در نتیجه اندازه سبد خانوار باید مهم تلقی شود. برای واکاوی در این زمینه اصل کاهش بهره وری حاشیه ای نشان می دهد که مصرف کنندگان با درآمد کم از سود نرخ های آزادسازی یارانه نسبت به مصرف کنندگان با درآمد بالاتر بیشتر برخوردار می شوند و باید احتمال خرید بیشتری پس از دریافت سود نرخ آزاد سازی یارانه ها داشته باشند. مشابهاً نظریه فرصت هزینه بیان می کند که گروه های با درآمد بالاتر باید هزینه های فرصت بیشتری نسبت به گروه های درآمد پایین داشته باشند (گونل و اسمیت^۶، ۱۹۹۹). با این وجود این چنین مفهوم سازی ساده و شهودی در علم اقتصاد خرد و تحقیقات بازاریابی موجود ادامه پیدا نکرده است یا امارهای خلاف واقع اثرات ناچیزی را نشان داده است (باوا و شومیکر^۷، ۱۹۸۷)، (چیو و اینمان^۸، ۲۰۰۸)، (گودوین^۹، ۱۹۹۲)، (ناریشنهان^{۱۰}، ۱۹۸۴)، (لی و برون^{۱۱}، ۱۹۸۵).

از طریق این مطالعه نشان خواهیم داد که میان مصرف کنندگان کم درآمد، ترکیب ساختار خانوار، نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. حتی اگر این مصرف کنندگان بیشترین نیاز به منابع مالی از طریق نرخ آزادسازی یارانه را داشته باشند، از خصوصیات برجسته مصرف کنندگان فقیر اندازه سبد خرید خانوار است. مصرف کنندگان فقیر به دلیل منابع مالی محدودشان احتمالاً باید اندازه سبد خرید کوچکتری از مصرف کنندگان با درآمد بیشتر داشته باشند. با این وجود فقدان تحقیقات قبلی صورت گرفته حاکی از عدم بررسی رابطه مصرف کنندگان کم درآمد با اندازه سبد خرید خانوار می باشد. از سوی دیگر این فقدان تحقیق بیان می کند که تصمیمات مدیریتی بدون در نظر گرفتن این ویژگی ها صورت گرفته است. نتیجه تاسف بار این بی توجهی این است که به دلایل سیاسی استراتژیک و رویکردهای خاص بازاریابی که باید به بخش های مصرف کنندگان کم درآمد و ساختار خانوار توجه داشته باشند همراه شده اند. برای اصلاح این موضوع در این مقاله ما این سوال را مطرح کرده ایم که چه رابطه ای ساختاری میان مصرف کنندگان کم درآمد، ترکیب ساختار خانوار، نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار وجود دارد؟ لذا در این مقاله بیان می کنیم که مطالعات قبلی موفق به شناسایی روابط مورد نظر بین مصرف کنندگان کم درآمد، ترکیب خانوار و نرخ آزادسازی نشده است دلیل اول این است که اندازه سبد خانوار نشان دهنده تعداد

¹ Hill

²Stephanie et al

³ Inmar

⁴ Rank & Hirschl

⁵ Blaylock

⁶ Gönül & Smith

⁷Bawa & Shoemaker

⁸ Chiou & Inman

⁹ Goodwin

¹⁰ Narasimhan

¹¹ Lee & Brown

محصولاتی است که مصرف کنندگان در یک بازدید از خرید خریداری می کنند و نشان داده شده است که این اندازه سبد خرید خانوار بر رفتار مصرف کنندگان تاثیرگذار است (اشتیلن و کاهن^۱، ۱۹۹۲)، (بل و لاتین^۲، ۱۹۹۸).

مصرف کنندگان کم درآمد ناخوشایند معمولاً محصولات کمتری را در طی یک خرید خریداری می کنند و این احتمالاً به دلیل درجه فقر و ساختار خانواده و تاثیر نرخ آزاد سازی می باشد. اما دلیل دوم ترکیب ساختار خانوار به ویژه کودکان در یک خانواده مصرف کنندگان کم درآمد به شدت بر رفتار مصرف کننده تاثیرگذار است و میان این عامل ها رابطه برقرار است و باید در هنگام طراحی استراتژی های تبلیغاتی مورد توجه بازاریابان واقع گردد. در تحقیق صورت گرفته حضور کودکان مصرف کنندگان فقیر رابطه مثبت با درجه فقر در کشورهای صنعتی دارد (کیم و کیوریوس^۳، ۲۰۱۳). در تحقیق دیگری یکی از محققان حضور کودکان در ساختار خانواده مصرف کنندگان یک تهدید متمایز امنیت مالی خانواده است (اسچیلر^۴، ۲۰۰۳). بدین ترتیب مصرف کنندگان کم درآمد به دلیل حضور کودکان در ساختار و ترکیب خانوار علاوه بر تاثیر نرخ آزاد سازی یارانه ها از حضور کودکان نیز آسیب خواهند دید. اگرچه مصرف کنندگان با درآمد کم به طور کلی ممکن است هزینه های فرصت کم در ارتباط با نرخ های آزاد سازی یارانه ها داشته باشند اما از طرفی برای مصرف کنندگان با درآمد کم که در آن بزرگسالان زمان قابل توجهی برای اشتغال صرف می کنند وقت کافی برای مراقبت از کودکان نخواهند داشت، در این صورت ممکن است تلاش این مصرف کنندگان به نتایج مطلوبی نرسد حال این سوال پیش میاد آیا میان مصرف کنندگان فقیر کم درآمد و ترکیب ساختار خانوار (کودکان) رابطه معنی داری وجود دارد؟ در واقع تحقیق حاضر شامل این سوال مفهومی کلی می باشد که مصرف کنندگان کم درآمد در مقایسه با پردرآمد وقتی ترکیب ساختار خانوار، نرخ آزاد سازی یارانه ها و اندازه سبد خانوار رو در نظر بگیریم چه رابطه ای میان این عوامل حاکم خواهد بود؟ از دیدگاه نظری نتایج این تحقیق به بررسی رابطه کلی مصرف کنندگان کم درآمد، ترکیب ساختار خانواده (حضور کودکان) نرخ آزاد سازی یارانه ها و اندازه سبد خرید خانوار پرداخت (مربوط به نظریه اقتصاد خرد). از نظر دیدگاه روانشناسی این امر که چرا ویژگی مانند اندازه سبد خرید خانوار باید لحاظ گردد؟ علاوه بر این مورد اثرات غیر خطی فقر مصرف کنندگان را نشان می دهد و سرانجام از دیدگاه مدیریتی می توان گفت که سه گروه خرده فروشان، تولید کنندگان، به ویژه دولت از این مطالعه ما سود می برند.

۲-مرور ادبیات تحقیق

۲-۱- مصرف کنندگان کم درآمد و ترکیب ساختار خانوار و نرخ آزاد سازی یارانه

ترکیب و ساختار خانوار (مصرف کنندگان کم درآمد) در ادبیات نرخ آزاد سازی ها قابل ملاحظه می باشد. احتمالاً مصرف کنندگان با درآمد بالاتری توان بالاتری از خرید نسبت به مصرف کنندگان کم درآمد دارا می باشند. براساس پیش بینی نظریه اقتصاد خرد، افرادی که درآمد کمتری دارند از محل نرخ آزاد سازی یارانه ها باید سود بیشتری نسبت به افراد پردرآمد بدست آورند. یکی از مشکلات اخیر درباره این موضوع تحقیق (چیو اینمان^۵، ۲۰۰۸) درباره اینکه درآمد پیش بینی قابل توجهی از نرخ آزاد سازی در بین مصرف کنندگان تایوانی نیست. در تحقیق دیگری با استفاده از داده های ایالت متحده آمریکا نتایج مشابهی را گزارش نمودند برای مطالعه بیشتر رجوع گردد به: (میتال^۶، ۱۹۹۵)، (باوا و همکاران^۷، ۱۹۹۷). محققان دیگری هم نشان دادند که سطح درآمد با نرخ های آزاد سازی رابطه مثبت دارد، این محققان تاثیر مثبت درآمد را در نرخ آزاد سازی کوپن در مرکز فلوریدا پیدا کردند (لی و برون^۸، ۱۹۸۵). محقق دیگری در سال ۱۹۸۴ اثر درآمد را بر نرخ آزاد سازی مورد بررسی قرار داد، این محقق بیان می کند که استفاده از عامل درآمد نقش مهم در نرخ آزاد سازی دارد (نارایشان^۹، ۱۹۸۴) دو دلیل عمده برای نتایج

^۱ Kahn & Schmittlein

^۲ Bell & Lattin

^۳ Kim & Quiros

^۴ Schiller

^۵ Chiou & Inman

^۶ Mittal

^۷ Bawa et al

^۸ Lee & Brown

^۹ Narasimhan

متفاوت بیان شده است: دلیل اول: ویژگی خرید و اندازه سبد مصرف کنندگان فقیر را از مصرف کنندگان پردرآمد متمایز می کند، از طرفی هم در نظریه های اقتصاد خرد تفاوت در اندازه سبد خانوار منجر به ایجاد رابطه منفی بین درآمد و استفاده از نرخ آزادسازی شده است اما این مساله دلیلی برای رد نتایج متضاد این تحقیق و تحقیقات گذشته محسوب نمی شود. اکثر ادبیات گذشته اثرات درآمد را به صورت یک متغیر خطی بر نرخ آزادسازی را بررسی کرده اند (چیو اینمان، ۲۰۰۸)، (میتال، ۱۹۹۵)، (باوا و همکاران، ۱۹۹۷).

فرضیه اول: میان مصرف کنندگان کم درآمد و ساختار ترکیب خانوار رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

۲-۲- ترکیب خانوار (حضور کودکان) در ساختار مصرف کنندگان کم درآمد

تاثیر درآمد مصرف کنندگان کم درآمد و حضور کودکان در خانوار احتمالاً در تعامل با نفوذ کردن نرخ آزادسازی یارانه ها می باشد. هنگامی که حضور کودکان در ساختار خانوار مصرف کنندگان کم درآمد توجه گردد مسائل مربوط به بودجه به شدت بر این خانواده ها افزوده خواهد شد در نتیجه بر نرخ آزادسازی نیز تاثیر خواهد گذاشت. لذا مصرف کنندگان کم درآمد که در ساختار خانواده خود کودکان بیشتری دارد در نرخ آزادسازی یارانه ها باید بیشتر مورد توجه دولت قرار گیرند. لذا انتظار می رود این الگو برای خانواده های بدون کودک پایدار باشد (چیو اینمان، ۲۰۰۸). سطح درآمد مصرف کنندگان، ترکیب خانوار (به ویژه کودکان) می تواند بر میزان زمان موجود و درآمد قابل دسترس برای خرید مصرف کنندگان کم درآمد اثر بگذارد. تحقیقات نشان داده است افرادی که دارای کودکان کمتری هستند زمان بیشتری نسبت به افراد بدون کودکان در خرید خانوار های مصرف کنندگان در نرخ آزادسازی دارا می باشند (کانلوسکی و همکاران، ۲۰۱۱). در تحقیق نمونه دیگری ثابت بودن حضور فرزندان منجر به درآمد کم در مصرف کنندگان فقیر در ساختار خانوار می شود که نرخ آزادسازی یارانه می تواند برای آنان مفید باشد (اسچیلر، ۲۰۰۳). محققان دیگری دریافتند که بودجه و درآمد مسائل مربوط زمان را تضعیف می کند به طوریکه مصرف کنندگان فقیر کم درآمد با کودکان موجود در ساختار خانوار باید تاثیر بیشتری از نرخ آزادسازی یارانه ها داشته باشند (ناریشهان، ۱۹۸۴،^۴ (لی و برون، ۱۹۸۵).^۵ در مورد محققان، (ناریشهان، ۱۹۸۴،^۶ (لی و برون، ۱۹۸۵). مطالعات مربوط به اندازه سبد نمی باشد. در واقع خانواده های با کودک احتمالاً باید اندازه سبد خرید بزرگتری داشته باشند. بنابراین می تواند استدلال نمود که تاثیر نرخ آزادسازی یارانه ها برای این گروه مصرف کنندگان بیشتر می باشد و در شرایطی که اندازه سبد خرید خانوار کنترل شود مقایسه مستقیم مصرف کنندگان کم درآمد با حضور کودکان و بدون حضور کودکان امکان پذیر است (چیو اینمان، ۲۰۰۸).

فرضیه دوم: بین مصرف کنندگان کم درآمد و نرخ آزادسازی یارانه ها رابطه مثبت و معنی وجود دارد.

فرضیه سوم: بین ساختار و ترکیب خانوار و نرخ آزادسازی یارانه ها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

۲-۳- اندازه سبد خرید خانوار مصرف کنندگان کم درآمد

همان طور که قبلاً ذکر شد اندازه سبد تعداد محصولاتی است که مصرف کنندگان در یک بازدید از خرید خریداری می کنند. این ویژگی نشان می دهد که مصرف کنندگان با درآمد پایین را از مصرف کنندگان با درآمد بالا تعیین می کند. اندازه سبد خرید مربوط به انتخاب گزینه های مسائل مربوط به قیمت گذاری را بیان کردند در حالی که متوجه شدند که استفاده از نرخ اندازه سبد بیشتر برای مصرف کنندگان در سفرهای خرید عمده شایع است (بل و لاتین، ۱۹۹۸).^۶ مهمتر از همه این موارد اندازه سبد خریدار یک متغیر محسوب می شود. برای یک سفر خرید مصرف کنندگان کم درآمد به احتمال زیاد تعداد کمتری از اقلام سبد خرید خانوار رو به خود اختصاص می دهند، هنگامی که ویژگی اندازه سبد خرید خانوار مصرف کنندگان فقیر باید به طور متوسط بر میزان استفاده از نرخ آزادسازی نسبت به سایر گروه ها تاثیر گذار باشد.

فرضیه چهارم: بین نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

¹ Chiou & Inman

² Kalenkoski et al

³ Schiller

⁴ Narasimhan

⁵ Lee & Brown

⁶ Bell & Lattin

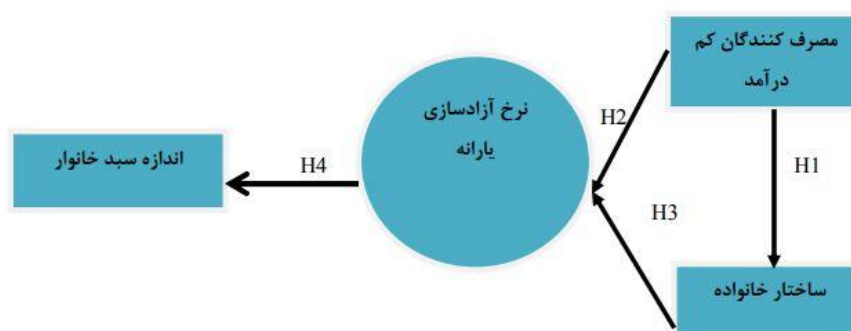
جدول ۱- مروری بر تحقیقات پیشین مشابه (مطالعات داخلی و خارجی)

منبع و سال تحقیق	موضوع مورد مطالعه
(رحیمی نیا و اکبری مقدم، ۱۳۹۵)	آثار اصلاح یارانه ها بر نابرابری رفاهی در ایران را مورد بررسی قرار دادند.
(فطرس و همکاران، ۱۳۹۳)	در مقاله‌ای به بررسی تحرک درآمدی در ایران طی سالهای پیش از اجرای قانون هدفمندی یارانه های ۱۳۹۲-۱۳۹۳ پرداختند.
(رنجبر و همکاران، ۱۳۹۳)	بررسی تأثیر هدفمندی یارانه ها بر تغییرات معادل رفاه مصرف کننده.
(دادگر و نظری، ۱۳۹۰)	آثار رفاهی و تبعات اقتصادی و اجتماعی هدفمندسازی یارانه ها در اقتصاد ایران را مورد مطالعه قرار دادند.
(بهرامی و سیف، ۱۳۸۹)	تأثیر هدفمندسازی یارانه ها بر رفاه اجتماعی در ایران.
(شهسوار، ۱۳۸۷)	شهسوار در مقاله ای تحت عنوان: ارزیابی یارانه ها و مالیات های غیرمستقیم از جنبه ی فقر و رفاه اجتماعی به بررسی فقر و رفاه اجتماعی پرداخته است.
(پیرانی و اکبری مقدم، ۱۳۸۴)	بررسی اثر کاهش یارانه بخش کشاورزی و تغییر در نرخ مالیات بر کار، بر تولید بخشی و رفاه خانوارهای شهری و روستایی ایران را بررسی کردند
(اسلامی، ۱۳۷۹)	اسلامی در مقاله ای بررسی یارانه و خط فقر و اثر حذف یارانه کالاهای اساسی را با تأکید بر خط فقر مورد مطالعه قرار داده است
(سون ^۱ ، ۲۰۰۳)	سان در مطالعه خود با عنوان آیا نظام مالی کشور تایلند به نفع فقرا است؟ اجزای درآمد و مخارج، یارانه ها و مالیات های غیرمستقیم را از دیدگاه رفاه اجتماعی ارزیابی نموده است.
(باهاسکار و همکاران ^۲ ، ۲۰۱۲)	دوتا و راماسوامی در پژوهشی با عنوان اصلاح الگوی پرداخت یارانه ی مواد غذایی، برآورد عواید ناشی از پرداخت هدفمند در کشور هند تأثیر پرداخت هدفمند یارانه ها را در دو ایالت کشور هند مورد بررسی قرار داده اند. در این مطالعه، نشان داده می شود که انتقال یک واحد از یارانه کالاهای مشمول به کالاهای غیرمشمول چه اثری بر رفاه اجتماعی دارد
(آدامز ^۳ ، ۲۰۰۵)	آدامز در مطالعه خود به بررسی آثار توزیعی نظام اصلاح شده پرداخت یارانه مواد غذایی در کشور مصر پرداخته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که در کشور مصر، بیشترین مقدار یارانه به کالاهایی اختصاص می یابد که اقشار فقیر و ثروتمند جامعه کم و بیش به یک میزان از آنها بهره می برند.
(برینسگل و همکاران ^۴ ، ۲۰۱۲)	مطالعه ای اثرات اصلاح کامل یارانه ها را در یمن با استفاده از یک مدل تعادل عمومی را بررسی کردند. نتایج این تحقیق به صورت کلی اثرات افزایش تعدیل یارانه ها را مثبت ارزیابی می کند، اما افزایش و یا کاهش فقر به نوع برنامه اصلاح یارانه ها بستگی دارد. محققین استراتژی خوشبینانه از اصلاح را، به صورت پرداخت یارانه نقدی به سه دهک کم درآمد جامعه در طول دوره گذار معرفی می کنند.
(صالحی اصفهانی ^۵ ، ۲۰۱۲)	بررسی اثر اصلاحات یارانه ای ایران بر خانوارها مقاله ای دیگر در این زمینه می باشد که نویسنده در ادامه نتیجه می گیرد که این برنامه در مجموع، فقر و نابرابری را کاهش داده است.
(بریل و آلیسون ^۶ ، ۲۰۱۵)	در مقاله ای در سال (۲۰۱۵) تحت عنوان تله های سیاسی: نرخ آزاد سازی یارانه های مصرف کننده پس از بحران در کشور آرژانتین بررسی شده است.
(سلیمانی ^۷ ، ۲۰۱۶)	در مقاله ای تأثیر اصلاحات یارانه انرژی بر فقر و نابرابری درآمد در مالزی را مورد بررسی قرار دادند.
(مصطفوی و اصفهانی ^۸ ، ۲۰۱۷)	در مقاله ای تحت عنوان یارانه های مصرف کنندگان در جمهوری اسلامی ایران: شبیه سازی اصلاحات بیشتر بررسی شده است.

¹ Son² Bhaskar et al³ Adams⁴ Breisingel et al⁵ Salehi Esfahani⁶ Bril & Alison⁷ Solaymani⁸ Mostafavi & Salehi-Isfahani

۴-۲. چارچوب مفهومی پژوهش

براساس مطالعات نظری و ادبیات پژوهشی که در بخش های قبلی تبیین شد و با توجه به دستاوردهایی که تحقیقات پیمایشی در این حوزه به دست داده اند. لذا مدل مفهومی تحقیق به شکل زیر بیان می گردد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق [۱۴]، [۲۰]

۳- روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ روش تحقیق، توصیفی- پیمایشی- همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی است. برای گردآوری داده های لازم برای آزمون فرضیات، جامعه آماری این پژوهش مصرف کنندگان کم درآمد فروشگاه های زنجیره ای شهروند در سطح شهر تهران می باشد. با توجه به حجم جامعه مورد نظر، حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۴۰ نفر انتخاب شد. برای جمع آوری داده های مورد نیاز جهت آزمون فرضیه های پژوهش از پرسشنامه، به عنوان یکی از متداولترین ابزارهای سنجش در تحقیقات پیمایشی استفاده شده است. برای ارزیابی کلیه گویه ها از مقیاس پنج امتیازی لیکرت استفاده می شود. برای بررسی روایی پرسشنامه ها از روایی صوری و محتوایی استفاده شد. در این راستا، یک نسخه ابتدایی از پرسشنامه در اختیار ۱۵ نفر از متخصصان مدیریت بازاریابی قرار گرفت و پیشنهادات اصلاحی آنان اعمال گردید. برای محاسبه پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که یکی از معتبرترین و متداولترین آزمون ها در زمینه سنجش پایایی پرسشنامه می باشد، میزان ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS، مقدار ۰/۷۴۷ بوده و نشان دهنده پایایی قابل قبول پرسشنامه تحقیق می باشد. برای بررسی و توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از روشهای آمار توصیفی استفاده شده است. همچنین از روش های آماری استنباطی مانند آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک برای بررسی نرمال بودن داده ها، آزمون کفایت مقدار نمونه (KMO)، تحلیل عاملی تاییدی (CFA)، مدل معادلات ساختاری (SEM) برای بررسی روابط بین متغیرهای پنهان و یا روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار استفاده شده است. تحلیل عاملی تاییدی ارتباط گویه ها (سوالات پرسشنامه) را با سازه ها مورد بررسی قرار می دهد. در واقع تا ثابت نشود سوالات پرسشنامه، متغیرهای پنهان را به خوبی اندازه گیری کرده اند، نمی توان فرضیه های تحقیق را مبتنی بر داده های پرسشنامه مورد استفاده قرار داد. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده بوسیله بار عاملی نشان داده می شود. اگر بار عاملی کمتر ۰/۲ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین ۰/۲ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است. جهت بررسی معناداری از آماره T استفاده شده است. چنانچه آماره آزمون از مقدار بحرانی ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بزرگتر باشد در اینصورت بارعاملی مشاهده شده معنادار است. همچنین در این پژوهش برای تحلیل واثبات فرضیه ها و تایید الگوی پیشنهاد شده از روش الگویابی مدل معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل نسخه ۸/۸ استفاده شده است.

جدول ۱- پایایی و مآخذ طراحی پرسش های پرسشنامه

پایایی	پرسش	متغیرها
۰/۷۱۳	۴ پرسش	مصرف کنندگان کم درآمد
۰/۷۹۷	۴ پرسش	ساختار خانواده
۰/۷۴۰	۴ پرسش	نرخ آزادسازی یارانه
۰/۷۶۹	۴ پرسش	اندازه سبد خانوار
۰/۷۴۷	۱۶ پرسش	کل پرسشنامه

۴- روش تجزیه و تحلیل آماری داده ها

جهت توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از شاخص های آمار توصیفی استفاده شده است. فراوانی پاسخ دهندگان براساس جنسیت، میزان تحصیلات مورد بررسی قرار گرفته است. تعداد ۸۵ نفر یعنی بیش از پاسخ دهندگان مرد و ۵۵ نفر زن بوده اند. همچنین تعداد ۲۵ نفر از افراد دارای مدرک تحصیلی کاردانی و پائین تر دارند. تعداد ۸۰ نفر نیز مدرک تحصیلی کارشناسی دارند. افرادی که مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و یا بالاتر دارند نیز ۳۵ نفر می باشند.

۴-۱. آزمون کفایت مقدار نمونه (KMO)

یکی از روش های برای آزمون کفایت نمونه و تشخیص مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی استفاده از ضریب کفایت مقدار نمونه (KMO) است که مقدار آن همواره بین صفر و یک در نوسان می باشد. در صورتی که مقدار به دست آمده کمتر از ۰/۵ مناسب نخواهند بود. و اگر مقدار آن بین ۰/۵ و ۰/۶۹ باشد می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت. اما صورتیکه مقدار آن بزرگتر از ۰/۷ باشد همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود. در این تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS عدد به دست آمده ۰/۷۱۰ می باشد که که نشان دهنده کفایت نمونه می باشد.

جدول ۲- آزمون کفایت مقدار نمونه

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.710
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	614.030
	df	120
	Sig.	.000

۴-۲. آزمون نرمال بودن داده ها

پیش از استفاده از آزمون های آماری پژوهش ابتدا باید آزمون نرمال بودن داده انجام شود. زیرا قبل از هر گونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده ها صورت می گیرد باید از نرمال بودن داده ها اطمینان حاصل شود. هنگام بررسی نرمال بودن داده ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده ها نرمال است در سطح خطای ۵٪ آزمون می شود. بنابراین اگر مقدار معناداری بزرگتر مساوی ۰/۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده ها نرمال خواهد بود. فرض نرمال بودن داده ها در سطح معناداری ۵٪ با تکنیک کولموگروف-اسمیرنف^۱ آزمون شده است. برای آزمون نرمال بودن داده ها فرض های آماری به صورت زیر تنظیم می شود:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{توزیع داده ها نرمال است} \\ H_1: \text{توزیع داده ها نرمال نیست} \end{array} \right.$$

^۱ Kolmogorov-Smirnov

چون تحقیقات مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها هستند بنابراین نخست آزمون نرمال بودن صورت گرفته است. در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری نیازی به نرمال بودن تمامی داده‌ها نیست بلکه باید عامل‌ها (سازه‌ها) نرمال باشند. (کلاين^۱، ۲۰۱۰).

جدول ۳- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک (نرمال بودن داده‌ها)

سازه تحقیق	کولموگروف-اسمیرنوف (معناداری)	شاپیرو-ویلک (معناداری)
مصرف کنندگان کم درآمد	۰,۱۲۵	۰,۹۶۱
ساختار خانواده	۰,۱۱۱	۰,۹۶۸
نرخ آزادسازی یارانه	۰,۱۱۰	۰,۹۷۶
اندازه سبد خانوار	۰,۱۰۰	۰,۹۷۷

۳-۴. مدل اندازه‌گیری یا تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

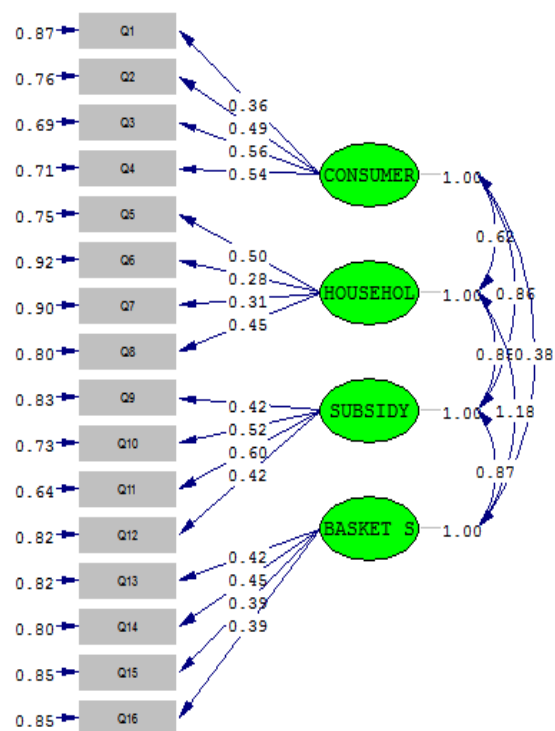
در روش شناسی مدل معادلات ساختاری، ابتدا لازم است تا روایی سازه مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود نشانگرهای انتخاب شده برای اندازه‌گیری سازه‌های مورد نظر خود از دقت لازم برخوردار هستند. برای این منظور از تحلیل عاملی تأییدی می‌شود. در این مطالعه برای سنجش متغیرهای تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق مبتنی بر این مقیاس، نخست باید صحت مقیاس مورد استفاده تأیید شود. بنابراین از تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه‌های سنجش آنها استفاده شده است. برای سنجش متغیرهای تحقیق از ۴ عامل اصلی (متغیر پنهان) و ۱۶ پرسش (متغیر قابل مشاهده) استفاده شده است. هریک از متغیرهای قابل مشاهده با اندیس Q_1 تا Q_{16} در شکل نمایش داده شده است.

بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از ۰/۲ دارد که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای پنهان (ابعاد هر یک از سازه‌های اصلی) با متغیرهای قابل مشاهده قابل قبول است. همچنین، شاخص‌های سنجش هر یک از مقیاس‌های مورد استفاده در سطح اطمینان ۰/۵ درصد مقدار آماره آزمون بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آماره T-value استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای ۰/۰۵ بررسی می‌شود بنابراین اگر آماره آزمون T-value از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر باشد، رابطه معنادار است.

براساس نتایج شاخص‌های سنجش هر یک از مقیاس‌های مورد استفاده در سطح اطمینان ۰/۵ مقدار آماره T-value بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. گام بعدی نیکویی برازش مدل است. یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص‌های برازش شاخص‌های دو-به‌نجار است که از تقسیم ساده‌خی-دو بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود. چنانچه این مقدار بین ۱ تا ۵ باشد مطلوب است.

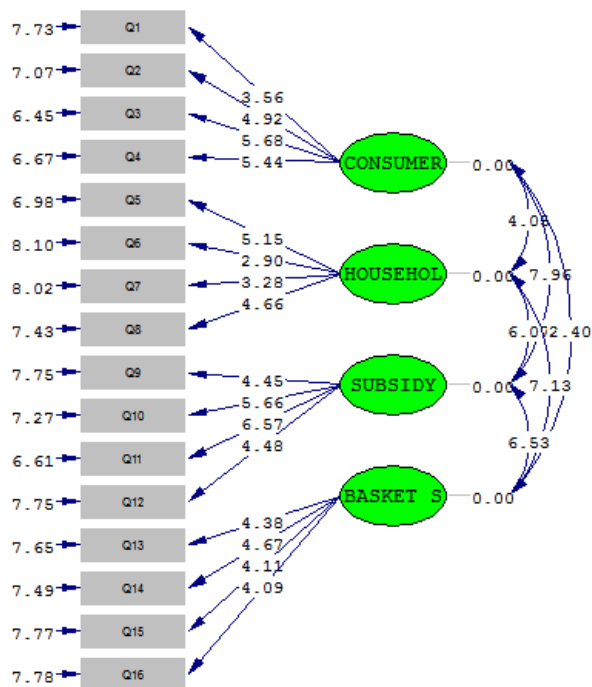
در این تحقیق شاخص RMSEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تأییدی و مدل‌های معادلات ساختاری به عنوان یک شاخص برازش اصلی استفاده می‌شود. اگر این شاخص کوچکتر از ۰/۱ باشد مطلوب است. در مدل تحقیق حاضر برای سازه تحقیق نیز شاخص RMSEA برابر ۰/۰۷۸ بدست آمده که نشان می‌دهد برازش سازه برای مدل مطلوب است. بارهای عاملی و آماره آزمون مربوط به سازه‌های تحقیق در شکل (۲) و (۳) داده شده است.

¹ Kline



Chi-Square=180.45, df=98, P-value=0.00000, RMSEA=0.078

شکل ۱- بارهای عاملی مربوط به سازه تحقیق



Chi-Square=180.45, df=98, P-value=0.00000, RMSEA=0.078

شکل ۲- آماره آزمون مربوط به سازه تحقیق در حالت معناداری

۴-۴. آزمون فرضیه‌های تحقیق

بطور کلی از تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸٫۸ و نرم افزار SPSS نسخه ۱۸ فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گرفته‌اند. برای نیل به این منظور نخست آزمون نرمال بودن (تکنیک کولموگروف-اسمیرنف) داده‌ها صورت گرفته است. پیش از استفاده از آزمون‌های آماری پژوهش ابتدا باید آزمون نرمال بودن داده انجام شود. زیرا قبل از هر گونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت می‌گیرد باید از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل شود. هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۵٪ آزمون می‌شود. بنابراین اگر مقدار معناداری بزرگتر مساوی ۰/۰۵ بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. فرض نرمال بودن داده‌ها در سطح معناداری ۵٪ با تکنیک کولموگروف-اسمیرنف آزمون شده است. چون تحقیقات مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها هستند بنابراین نخست آزمون نرمال بودن صورت گرفته است. در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری نیازی به نرمال بودن تمامی داده‌ها نیست بلکه باید عامل‌ها (سازه‌ها) نرمال باشند. براساس نتایج بدست آمده در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین دلیلی برای رد فرض وجود ندارد یعنی توزیع داده‌های سنجش هریک از ابعاد نرمال است. بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک و تحلیل عاملی تأییدی استفاده کرد. در نهایت نیز مدل مربوط به فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی تحقیق اجرا شده است.

۴-۵. تحلیل عاملی تأییدی مدل مفهومی تحقیق

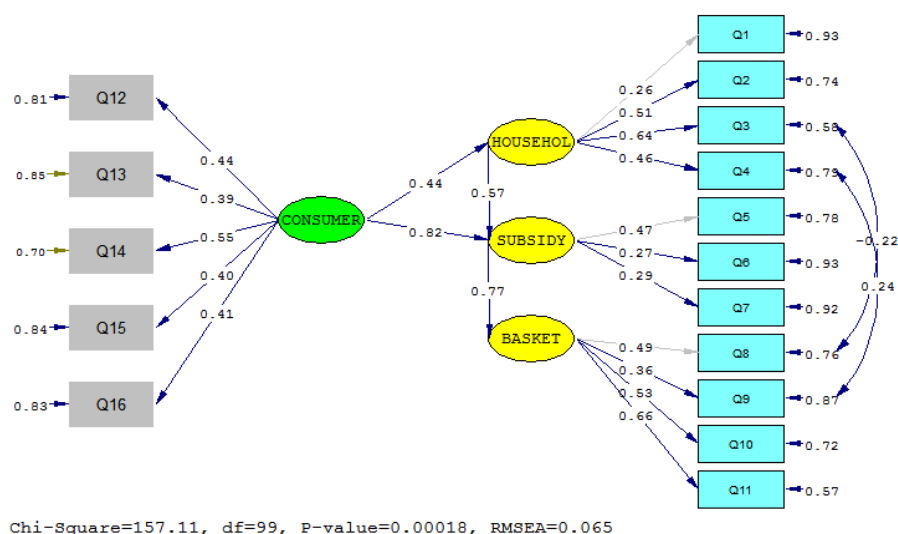
در این مطالعه برای سنجش متغیرهای تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. از تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه‌های سنجش آنها استفاده شده است. برای سنجش متغیرهای تحقیق از ۶ عامل اصلی (متغیر پنهان) و ۱۶ پرسش (متغیر قابل مشاهده) استفاده شده است. بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از ۰/۲ دارد که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای پنهان (ابعاد هر یک از سازه‌های اصلی) با متغیرهای قابل مشاهده قابل قبول است. همچنین، شاخص‌های سنجش هر یک از مقیاس‌های مورد استفاده در سطح اطمینان ۵٪ درصد مقدار آماره آزمون بزرگتر از ۱/۹۶ میباشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مقیاس سنجش در شکل (۲) ارائه شده است. برای سنجش گویه‌ها از ۴ عاملی اصلی (متغیر پنهان) و ۱۶ پرسش (متغیر قابل مشاهده) استفاده شده است. هریک از متغیرهای قابل مشاهده با اندیس Q_1 تا Q_{16} در شکل نمایش داده شده است. بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از ۰/۲ دارد که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای پنهان (ابعاد هر یک از سازه‌های اصلی) با متغیرهای قابل مشاهده قابل قبول است. پس از اینکه همبستگی متغیرها شناسائی گردید باید آزمون معناداری صورت گیرد. جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آماره t -value استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای ۵٪ بررسی می‌شود بنابراین اگر آماره آزمون t -value از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر باشد، رابطه معنادار است. براساس نتایج شاخص‌های سنجش هر یک از مقیاس‌های مورد استفاده در سطح اطمینان ۵٪ مقدار آماره t -value بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. گام بعدی نیکویی برازش مدل است. یکی از شاخص‌های عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص‌های برازش شاخص‌های دو-به‌نجار است که از تقسیم ساده‌خی-دو بر درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود. چنانچه این مقدار بین ۱ تا ۵ باشد مطلوب است (هنسلر و چین^۱، ۲۰۱۰). در این تحقیق شاخص-دو-به‌نجار ۱/۵۸۶ بدست آمده است. همچنین شاخص RMSEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تأییدی و مدل‌های معادلات ساختاری به عنوان یک شاخص برازش اصلی استفاده می‌شود. اگر این شاخص کوچکتر از ۰/۰۸ باشد مطلوب است. در مدل تحقیق حاضر نیز شاخص RMSEA برابر ۰/۰۶۵ بدست آمده که نشان می‌دهد برازش مدل مطلوب است.

۴-۶. تخمین مدل (مدل معادلات ساختاری)

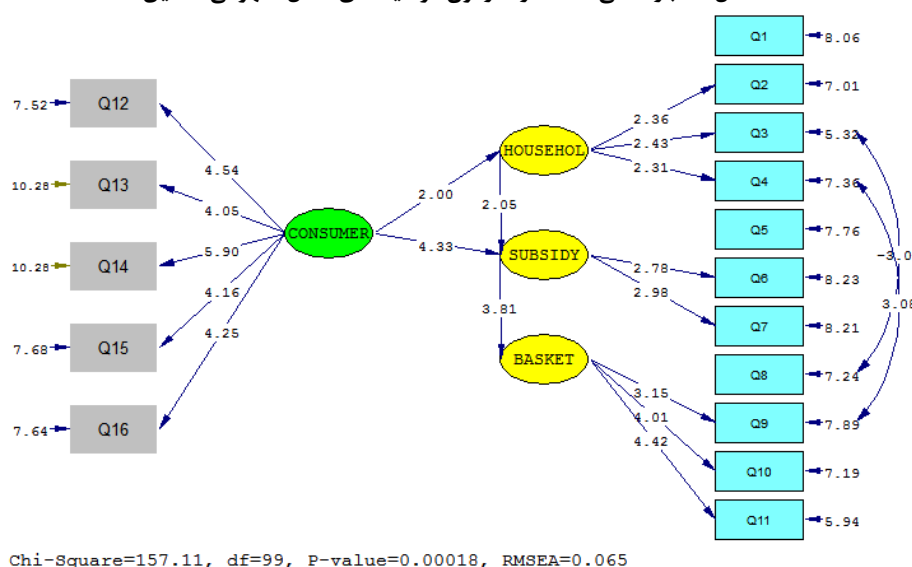
یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم مدیریت تجزیه و تحلیل چند متغیره است، زیرا ماهیت اینگونه موضوعات چند متغیره بوده و نمی‌توان آنها را با شیوه دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر مستقل با یک

¹ Henseler & Chin

متغیر وابسته در نظر گرفته می شود) حل نمود. از تکنیک معادلات ساختاری و از نرم افزار لیزرل که یکی از مشهورترین نرم افزارها جهت اجرای اینگونه مدل ها می باشد. مدلیابی معادلات ساختاری رویکرد آماری جامعی برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای مکنون می باشد. از طریق این رویکرد می توان قابل قبول بودن مدل های نظری را در جامعه های خاص با استفاده از داده های همبستگی، غیرآزمایشی و آزمایشی آزمود. در این پژوهش به منظور تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های تحقیق از روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. مدلیابی معادلات ساختاری به دو فاز کلی مدل اندازه گیری (تحلیل عاملی تاییدی) و مدل ساختاری (تحلیل مسیر) تقسیم می شود. در قسمت اندازه گیری، ارتباط نشانگرها یا همان سوالات پرسشنامه با سازه ها مورد بررسی قرار می گیرد و در قسمت ساختاری ارتباط عامل های مورد بررسی با یکدیگر جهت آزمون فرضیات مورد توجه هستند. روابط بین متغیرها در قالب چهار فرضیه مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آنها در ادامه بیان خواهد شد. شکل های (۴) و (۵) نمودارهای تحلیل مدل اصلی را نشان می دهد.



شکل ۴- بارعاملی استاندارد آزمون فرضیه های مدل مفهومی تحقیق



شکل ۵- آماره آزمون مدل اصلی تحقیق در حالت معناداری

۴-۶-۱- رابطه بین مصرف کنندگان کم درآمد بر ساختار خانواده (فرضیه ۱)

بارعاملی استاندارد رابطه بین ۰/۴۴ بدست آمده است که مقدار قابل قبولی است. مقدار آماره آزمون هم ۲/۰۰ بدست آمده است که از ۱,۹۶ بزرگتر بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین مصرف کنندگان کم درآمد و ساختار خانواده رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

۴-۶-۲- رابطه بین مصرف کنندگان کم درآمد و نرخ آزادسازی یارانه (فرضیه ۲)

بارعاملی استاندارد تاثیر مصرف کنندگان کم درآمد بر نرخ آزادسازی یارانه ۰/۸۲ بدست آمده است که مقدار خیلی خوبی است. مقدار آماره آزمون نیز ۴/۳۳ بدست آمده است که از ۱,۹۶ کوچکتر بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ بین مصرف کنندگان کم درآمد و نرخ آزادسازی یارانه رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

۴-۶-۳- رابطه بین ساختار خانواده و نرخ آزادسازی یارانه (فرضیه ۳)

بارعاملی استاندارد رابطه ساختار خانواده و نرخ آزادسازی یارانه ۰/۵۷ بدست آمده است که مقدار قابل توجهی است. مقدار آماره آزمون نیز ۲/۰۵ بدست آمده است که از ۱,۹۶ بزرگتر بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است.

۴-۶-۴- رابطه بین نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خانوار (فرضیه ۴)

بارعاملی استاندارد نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خانوار ۰/۷۷ بدست آمده است که مقدار بسیار مطلوبی است. مقدار آماره آزمون نیز ۳/۸۱ بدست آمده است که از ۱,۹۶ بزرگتر بوده و نشان می دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است.

جدول ۴- خلاصه آزمون فرضیات و ضرایب مسیر و معنی داری پارامترهای برآورد شده

فرضیه تحقیق	ضریب مسیر	اماره آزمون
مصرف کنندگان کم درآمد ← ساختار خانواده	۰/۴۴	۲/۰۰
مصرف کنندگان کم درآمد ← نرخ آزادسازی یارانه	۰/۸۲	۴/۳۳
ساختار خانواده ← نرخ آزادسازی یارانه	۰/۵۷	۲/۰۵
نرخ آزادسازی یارانه ← اندازه سبد خانوار	۰/۷۷	۳/۸۱

۴-۷- شاخص های برازش مدل (نیکویی برازش مدل)

بعد از مدل سازی و تخمین پارامترهای آن، اولین سوال اساسی که مطرح می شود این است که آیا مدل اندازه گیری، مدل اندازه گیری مناسبی می باشد یا خیر. پاسخ به این سوال تنها از طریق بررسی برازش امکان پذیر است. منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل باداده های مربوطه سازگاری و توافق دارد. در جدول (۳) خلاصه ای از مهمترین شاخص های برازش مدل ارائه شده است. نتایج ارائه شده در جدول، حاکی از آن است که مدل از نظر تبیین و برازش، از وضعیت مناسب و قابل قبولی برخوردار می باشد. با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۳)، در مدل مورد آزمون اگر شاخص کای دو بر درجه آزادی کوچکتر از ۳ باشد نشان دهنده این امر است که مدل از برازش قابل قبولی برخوردار است که در این مطالعه، مقدار این شاخص عدد ۱/۵۸۶ را نشان می دهد. همچنین برای مدل مورد آزمون هر چه شاخص (RMSEA) برابر با ۰/۰۶۵ و بیانگر خطای معقول برای تقریب در جامعه است. همچنین مقادیر سه شاخص برازندگی فزاینده (IFI) و شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) و برازندگی نرم نشده (NNFI) نیز بر باید دست کم ۰/۹ باشد تا مدل مورد نظر پذیرفته شود، بنابراین با جدول (۳) می توان نتیجه گرفت که تمامی شاخص ها، در این تحقیق نشان می دهند که مدل دارای برازش قابل قبول است.

جدول ۵- نیکویی برازش مدل

نام شاخص	مقدار محاسبه	مقدار مجاز	نتیجه
(کای دو بر درجه آزادی)	۱/۵۸۶	کمتر از ۳	برازش مناسب
RMSEA (جذر برآورد واریانس خطای تقریب)	۰/۰۶۵	کمتر از ۰/۰۸	برازش مناسب
SRMR (ریشه استاندارد میانگین مجذور پس ماندها)	۰/۰۷۰	کمتر از ۰/۰۸	برازش مناسب
CFI (برازندگی تطبیقی)	۰/۹۱	بالتر ۰/۹	برازش مناسب
NFI (برازندگی نرم شده)	۰/۹۴	بالتر ۰/۹	برازش مناسب
IFI (برازندگی فزاینده)	۰/۹۰	بالتر ۰/۹	برازش مناسب
NNFI (برازندگی نرم نشده)	۰/۹۳	بالتر ۰/۹	برازش مناسب
GFI (شاخص برازندگی)	۰/۹۰	بالتر ۰/۹	برازش مناسب

۵. نتیجه گیری و پیشنهادات

نظریه اقتصاد خرد بیان می کند که با صرفه جویی در اندازه سبد خرید خانوار و کنترل نرخ آزاد سازی یارانه ها و لحاظ نمودن ترکیب خانوار مصرف کنندگان فقیر کم درآمد به نوعی می توان میزان درجه فقر را پیشبینی و کنترل نمود. با این حال محدودیت های بودجه و درآمدی و زمان به طور متفاوتی بسته به تعامل ویژگی های جمعیت شناختی (ساختار خانواده) مصرف کنندگان کم درآمد دارد. لذا برای مصرف کنندگان فقیر (کم درآمد) با فرزندان در ساختار خانوار، نظریه های ابزار (مسائل بودجه) توانایی پیش بینی بهتر را از نظریه هزینه فرصت (مسائل زمان) فراهم می کند. همان طور که در بخش های قبلی بیان نمودیم هدف این مطالعه بررسی رابطه میان مصرف کنندگان کم درآمد (فقیر)، ترکیب و ساختار خانوار (به ویژه حضور کودکان)، نرخ آزادسازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار می باشد که نتایج این تحقیق به عنوان مطالعه موردی مصرف کنندگانی بودند که برای خرید سبد خانوار به فروشگاه های زنجیره ای شهروند در سطح شهر تهران مراجعه می نمودند. نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری برای چهار فرضیه پژوهش نشان می دهد که در فرضیه اول: بین مصرف کنندگان کم درآمد و ترکیب ساختار خانوار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد که یافته های تحقیق حاضر با یافته های محققان (چیو اینمان، ۲۰۰۸)، (میتال، ۱۹۹۵)، (باوا و همکاران، ۱۹۹۷) مطابقت دارد. برای فرضیه دوم تحقیق میان مصرف کنندگان کم درآمد و نرخ آزاد سازی یارانه ها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد که با یافته های محققان مطابقت دارد (ناریشهان، ۱۹۸۴)، (لی و برون، ۱۹۸۵). در فرضیه سوم بیان شد که بین ترکیب ساختار خانوار (کودکان) و نرخ آزاد سازی یارانه ها نیز رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد که این امر نیز با نتایج محققان مطابقت دارد. در نهایت فرضیه چهارم نشان داد که میان نرخ آزاد سازی یارانه و اندازه سبد خرید خانوار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد که با نتایج و یافته های محققان مطابقت دارد (اشتیلن و کاهن، ۱۹۹۲)، (بل و لاتین، ۱۹۹۸). لذا تولید کنندگان، خرده فروشان و به ویژه دولت باید در نرخ آزادسازی یارانه ها کالا های اساسی مصرف کنندگان فقیر (کم درآمد) و ترکیب ساختار خانوار و اندازه سبد آنان را در نظر بگیرد تا از آسیب های دوباره (یک بار برای درجه فقر و یک بار آسیب نرخ آزاد سازی) این گروه متضرر و جریمه نشوند.

منابع

۱. بهرایی خسرو، سیف سید بهروز (۱۳۸۹)، تأثیر هدفمندسازی یارانه ها بر رفاه اجتماعی در ایران، پژوهشنامه مالیات / دوره جدید / شماره نهم / (مسلسل ۵۷)، پاییز و زمستان ۱۳۸۹
۲. پیرائی، خسرو و اکبری مقدم، بیت اله (۱۳۸۴)، اثر کاهش یارانه بخش کشاورزی، زراعت و تغییر در نرخ مالیات بر کار، بر تولید بخشی و رفاه خانوارهای شهری و روستایی در ایران (بر اساس روش شبیه سازی تعادل عمومی محاسباتی و ماتریا حسابداری اجتماعی سال ۱۳۵۷). فصلنامه پژوهشهای اقتصادی ایران، سال ۷، شماره ۲۲، ۱-۳۰
۳. دادگر، یداله و نظری، روحاله (۱۳۹۰)، تحلیل رفاهی سیاست های یارانه ها در اقتصاد ایران، معادله رفاه اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی، دوره ۱۱، شماره ۴۲، ۳۳۷-۳۸۰

۴. رنجبر، همایون؛ فطرس، محمد حسن و کبیریان، مهری (۱۳۹۳)، تأثیر هدفمندی یارانه ها بر تغییرات معادل رفاه مصرف کننده، فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، دوره ۳، شماره ۹، ۱۳۹۳
۵. رحیمی نیا و اکبری مقدم (۱۳۹۵)، آثار اصلاح یارانه ها بر نابرابری رفاهی در ایران (مدل سازی CGE و شاخص تغییرات معادل EV)، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال پنجم، شماره ۱۷، ۲۴۳-۲۷۱.
۶. سیف ... اسلامی (۱۳۷۹)، "ارزیابی یارانه و خط فقر"، پژوهش ها و سیاست های اقتصادی، سال هفتم، شماره ۴،
۷. شهسوار محمد رضا (۱۳۸۷)، ارزیابی یارانه ها و مالیات های غیرمستقیم از جنبه ی فقر و رفاه اجتماع در ایران، پایان نامه ی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز به راهنمایی دکتر خسرو پیرایی
۸. فطرس، محمدحسن و شهبازی، فاطمه (۱۳۹۳)، بررسی تحرک درآمدی در ایران طی سالهای پیش و پا از اجرای قانون هدفمندی یارانه های نقدی ۱۳۶۳-۱۳۹۲، فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، دوره ۳، شماره ۱۲، ۱۳۹۳
9. Anderson, J., & Markides, C. (2007). Strategic innovation at the base of the pyramid. **MIT Sloan Management Review**, 49, 83-88.
10. Blaylock, J. R. (1989). An economic model of grocery shopping frequency. **Applied Economics**, 21(June), 843-852.
11. Bawa, K., & Shoemaker, R.W. (1987). The coupon-prone consumer: Some findings based on purchase behavior across product classes. **Journal of Marketing**, 51, 99-110.
12. Bell, D. R., & Lattin, J. M. (1998). Shopping behavior and consumer preference for store price format: Why "large basket" shoppers prefer EDLP. **Marketing Science**, vol 7, 66-88.
13. Bawa, K., Srinivasan, S. S., & Srivastava, R. K. (1997). Coupon attractiveness and coupon proneness: A framework for modeling coupon redemption. **Journal of Marketing Research**, 34, 517-525.
14. Bhaskar Dutta and Bharat Ramaswami, (2004), "Reforming Food Subsidy Schemes, Estimating the Gains from Self-targeting in India", **Review of Development Economics**, 8(2).
15. Breisinger, C.; Engelke, W. and Ecker, O. (2012); "Leveraging Fuel Subsidy Reform for Transition in Yemen", **Sustainability, USA**, 4, 2862-2887, 2862-2887.
16. CIA (2013, December 10). <http://www.cia.gov/library/publications>
17. Chiou-Wei, S., & Inman, J. J. (2008). Do shoppers like electronic coupons?: A panel data analysis. **Journal of Retailing**, 84(3), 297-307.
18. Gönül, F. F., & Smith, A. A. (1999). A method to infer coupon availability from coupon redemption in the supermarket scanner panel data. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 6(2), 107-115.
19. Goodwin, B. K. (1992). An analysis of factors associated with consumers' use of grocery coupons. **Journal of Agricultural and Resource Economics**, 17(1), 110-120.
20. Hill, R. P. (2012). Impoverished consumers and social marketing. **The SAGE handbook of social marketing** Menlo Park, CA: Sage Publication.
21. Hill, R. P. (2002). Stalking the poverty consumer a retrospective examination of modern ethical dilemmas. **Journal of Business Ethics**, 37(2), 209-219.
22. Henseler, j. & Chin, w. (2010). "A comparison of approaches for the analysis of interaction effects between latent variables using partial least squares path modeling", **Structural equation modeling**, 17(1), pp: 82-109.
23. Hyun H. Son, (2003), "Is Thailand's Fiscal System Pro-Poor? Looking from Income and Expenditure Components", **The World Bank**
24. Inmar (2015). Inmar 2015 promotion industry analysis: Coupon trends, shopper behavior, marketplace outlook. Inmar, Inc.
25. Kahn, B. E., & Schmittlein, D. C. (1992). The relationship between purchases made on promotion and shopping trip behavior. **Journal of Retailing**, 68(3), 294-315.
26. Kim, T. K., & Quiros, L. L. (2013). Uncovering the dynamics of poverty in Korean households: A typology of the poor. **International Journal of Business and Social Science**, 4(2), 29-38
27. Kline, R. B. Principles And Practice Of Structural Equation Modeling, New York, **Guilford Press**, 1998.
28. Kalenkoski, C., Hamrick, K., & Andrews, M. (2011). Time poverty thresholds and rates for the US population. **Social Indicators Research**, 104(1), 129-155.
29. Lee, J., & Brown, M. G. (1985). Coupon redemption and the demand for frozen concentrated orange juice: A switching regression analysis. **American Journal of Agricultural Economics**, 67(3), 647-653.
30. Mittal, B. (1994). An integrated framework for relating diverse consumer characteristics to supermarket coupon redemption. **Journal of Marketing Research**, 31(4), 533-544.

31. Mohammad H. Mostafavi-Dehzoeei Djavah Salehi-Isfahani , (2017), Consumer Subsidies in the Islamic Republic of Iran: Simulations of Further Reforms . The Quest for Subsidy Reforms in the Middle East and North Africa Region pp 259-289 .**Part of the Natural Resource Management and Policy book series (NRMP, volume 42).**
32. Narasimhan, C. (1984). A price discrimination theory of coupons. **Marketing Science**, 3(2), 128–147.
33. Rank, M. R., & Hirschl, T. A. (1995). The food stamp program and hunger: Constructing three different claims. In J. Sobal, & D. Maurer (Eds.), **Eating agendas (pp. 241–258). New York: Aldine de Gruyter.**
34. Richard H. Adams, (2005), “Self-targeted Subsidies, The Distributional Impact of Egyptian Food Subsidy”, **World Bank.**
35. Stifel, D., & Christiaensen, L. (2007). Tracking poverty over time in the absence of comparable consumption data. **The World Bank Economic Review**, 21(2), 317–341.
36. Stephanie M. Noble, Russell Zaretzki (2017). Coupon clipping by impoverished consumers: Linking demographics, basket size, and coupon redemption rates , **International Journal of Research in Marketing** . Volume 34, Issue 2, June 2017, Pages 553-571.
37. Schiller, B. R. (2003). The economics of poverty and discrimination. Upper Saddle River NJ: **Prentice Hall.**
38. Salehi Esfahani , J. (2012). The impact of Iran's subsidy reform on households Evidence from survey data. Virginia Tech, **The Brookings Institution and the Economic Research Forum**
39. Saeed Solaymani , (2016), Impacts of energy subsidy reform on poverty and income inequality in Malaysia in **Quality & Quantity (2016). (DOI 10.1007/s11135-015-0284-z).**
40. Tomás Bril-Mascarenhas & Alison E. Post ,(2015), Policy Traps: Consumer Subsidies in Post-Crisis Argentina. Studies in Comparative **International Development** page 98-120.

بررسی نقش صندوقهای سرمایه گذاری مشترک در توسعه اقتصادی کشور

مهدی محمدی نسب^۱، کامران مستوفی^{۲*}

^۱عضو هیات علمی و استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه قم

^{۲*} دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت مالی - دانشکده اقتصاد و مدیریت - دانشگاه قم

(نویسنده مسئول: k.mostofi@stu.qom.ac.ir)

چکیده

صندوق های سرمایه گذاری از مصادیق نهادهای مالی فعال در بازار اوراق بهادار شمرده شده اند که می توانند نقش بسزایی در اقبال عمومی به بازار بورس داشته باشند و با اتخاذ سیاست های مناسب می توانند در کاهش تورم، افزایش تولید و رونق اقتصاد ملی نقش اساسی ایفا نمایند. هم اکنون در اکثر کشورهای توسعه یافته صندوق های سرمایه گذاری مشترک به عنوان هسته مرکزی بازار سرمایه محسوب می شوند و ماهانه مبالغ هنگفتی از سرمایه های سرگردان را به بخش های مولد و فعال جامعه هدایت می کنند. صندوق های سرمایه گذاری مشترک در ایران نیز از جمله نهادهای مالی نوپا در بازار سرمایه ایران می باشند که در طی سال های اخیر به جایگاه ویژه ای در این بازار دست یافته اند که عملکرد و رشد سریع آنها از ابتدای ورود به بازار سرمایه خود گواهی بر اهمیت آنهاست. با توجه به اهمیت و جایگاه مهم این نهاد در بازار های مالی و در اقتصاد ملی، این مقاله به نقش و عملکرد این نهادهای مالی می پردازد برای این کار ابتدا به ارائه تعاریف، انواع سرمایه گذاری و سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار و انواع صندوق ها می پردازد و در ادامه به عملکرد و نقش صندوقها در بهبود جذب سرمایه گذاریها و رشد اقتصاد ملی پرداخته است.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری، بازارهای مالی، صندوق سرمایه گذاری مشترک، توسعه اقتصادی

۱- مقدمه

ارتباط مستقیم و تاثیر مثبت و معنی دار توسعه بازارهای مالی بر رشد و توسعه اقتصادی مبین این مطلب است که بدون داشتن بازارهای مالی سازمان یافته، رقابتی و کارآمد، امکان داشتن اقتصادی توسعه یافته بعید به نظر می رسد. بنابراین فراهم کردن زمینه وجود بازارهای مالی پویا، رقابتی و کارآمد به منظور تجهیز منابع پس اندازی و هدایت و تخصیص بهینه آن بین فعالیت های متعدد اقتصادی باید جزء مبانی پایه ای و اصولی در هر نظام اقتصادی و در کانون توجه مسئولین و سیاست گذاران قرار گیرد. این موضوع در کشورهای در حال توسعه که محدودیت و پراکندگی منابع پس اندازی و سرمایه گذاری از ویژگی های بارز آنها است باید در جایگاه به مراتب مهم تری قرار گیرد. صندوق های سرمایه گذاری با جوهی که از پس انداز کنندگان بزرگ و کوچک جمع آوری کرده اند به پس انداز کنندگان اجازه می دهند که با سرمایه ای اندک در پرتفویی بزرگ مشارکت داشته باشند. با توجه به این که هدف از سرمایه گذاری کسب سود و یا حداقل حفاظت از دارایی های مالی است. بررسی عملکرد شرکت های سرمایه گذاری از مهمترین موضوعات مورد توجه مدیران، سرمایه گذاران، اعتبار دهندگان و سایر اشخاص ذینفع محسوب می شود و نتایج حاصل از آن مبنای بسیاری از تصمیم گیری هاست در نتیجه چگونگی عملکرد پرتفوی این شرکت ها از جنبه های مختلف هم برای سرمایه گذاران و هم برای سرمایه پذیران مهم است (قاضی فرد و همکاران، ۱۳۹۱).

هم اکنون در اکثر کشورهای توسعه یافته، صندوق های سرمایه گذاری مشترک^۱، به عنوان هسته مرکزی بازار سرمایه محسوب می شوند و ماهانه مبالغ هنگفتی از سرمایه های سرگردان را به بخش های مولد و فعال جامعه هدایت می کنند (عبده تبریزی و

^۱Mutual funds

شریفیان، ۱۳۸۶). این صندوق ها با اتخاذ سیاست های مناسب می توانند در کاهش تورم، افزایش تولید و بهبود کارایی مدیران نقش اساسی ایفا نمایند (شیرازیان، ۱۳۸۴). این صندوقها با هدف ایجاد مدیریت تخصصی برای خرید و فروش اوراق بهادار و کاهش ریسک سرمایه گذاران و در نهایت تشویق برای توسعه بازار سرمایه ایجاد شدند. با ایجاد صندوقهای مذکور، جذابیت سرمایه گذاری هایی از این دست، موجب توسعه آنها را فراهم نمود بطوریکه تا پایان سال ۲۰۰۸ تعداد صندوقهای سرمایه گذاری مشترک در آمریکا بالغ بر ۸۰۰۰ صندوق شد.

با توجه به پیچیدگی های موجود در ساختار مدیریتی و ورود و خروج سرمایه گذاران در این صندوقها امکان شکل گیری آنها در ایران تا چند سال اخیر فراهم نشده بود. ایجاد این صندوقها به عنوان یکی از انواع نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه نیاز به فراهم نمودن بستر قانونی مناسب و تنظیم مقررات اجرایی و نظارتی مربوط به خود داشت. شرایط اولیه برای ایجاد صندوقهای سرمایه گذاری با تصویب قانون بازار اوراق بهادار در مجلس شورای اسلامی در آذرماه ۱۳۸۴ فراهم شد. پس از تنظیم و تصویب مقررات مربوطه در سازمان بورس اوراق بهادار در اواخر سال ۱۳۸۶ با طراحی ساختار فعالیت این صندوقها، اولین مجوز فعالیت آنها توسط سازمان بورس اوراق بهادار صادر شد تا این صندوقها بتوانند به عنوان یکی از نهادهای مالی جدید، حضوری فعال در بازار سرمایه ایران داشته باشند (چاوشی، ۱۳۸۷). اولین صندوق سرمایه گذاری با درآمد ثابت در سال ۱۳۸۶ تأسیس شد و صندوق های سرمایه گذاری در سهام از ابتدای سال ۱۳۸۷ به عرصه بازار سرمایه قدم نهادند. تعداد صندوق سرمایه گذاری مشترک در پایان سال ۹۲ به ۱۱۹ مورد رسید که این تعداد در پایان سال ۹۳ به ۱۳۶ صندوق و در پایان تیرماه سال ۹۶ به ۱۷۵ صندوق رسیده است. عملکرد صندوقهای سرمایه گذاری مشترک و رشد سریع آنها از ابتدای ورود به بازار سرمایه خود گواهی بر اهمیت آنهاست، حضور این نهاد با عملکرد صحیح باعث ثبات و رونق بازار سرمایه خواهد شد.

بنابراین با توجه به جدید بودن حضور صندوقهای سرمایه گذاری در بازار سرمایه ایران و تاثیر مثبت آنها بر توسعه اقتصادی کشور و همچنین در نظریه های این موضوع که سرمایه گذاران به طور معمول سعی می کنند صندوقی را انتخاب نمایند که عملکرد بهتری داشته باشد، در مطالعه حاضر تلاش شده است تا اجمالاً به معرفی صندوقهای سرمایه گذاری مشترک و نقش آنها در رونق تولید و اقتصاد پرداخته شود.

۲- بورس اوراق بهادار و روشهای سرمایه گذاری در آن

بورس اوراق بهادار به عنوان یک بازار متشکل و رسمی، مهم ترین عامل جذب و سامان دادن صحیح منابع مالی سرگردان است و با جمع آوری نقدینگی جامعه و فروش سهام شرکتها، ضمن به حرکت درآوردن چرخ های اقتصاد جامعه از طریق تأمین سرمایه های مورد نیاز پروژهها، کاهش دخالت دولت در اقتصاد و نیز افزایش درآمدهای مالیاتی، منافع اقتصادی چشمگیری به ارمغان می آورد و در کنار آن، اثرات تورمی ناشی از وجود نقدینگی در جامعه را نیز از بین می برد (شجری و سادات امام، ۱۳۹۱). در ایران نیز برای بهره گیری از مزایای بورس اوراق بهادار، بورس اوراق بهادار تهران در بهمن ماه سال ۱۳۴۶ بر پایه قانون مصوب اردیبهشت ماه ۱۳۴۵ تأسیس شد (سایت بورس اوراق بهادار تهران، ۱۳۹۵). سرمایه گذاری در بورس به دو روش مستقیم و غیرمستقیم انجام می پذیرد:

۲-۱- روش مستقیم

در این روش افراد خود به صورت مستقیم به خرید و فروش سهام و اوراق بهادار می پردازند، شرط موفقیت در این روش این است که فرد تخصص و آشنایی کافی با بازار سهام و بورس را داشته باشد و البته از وقت کافی نیز برای پیگیری بازار بورس دارا باشد؛ در غیر این صورت خرید و فروش از این طریق ریسک بالایی برای سرمایه گذار خواهد داشت، به ویژه در بازارهای غیرکارا که اطلاعات به طور یکسان در اختیار همه افراد قرار نمی گیرد، این ریسک بالاتر نیز می رود؛ زیرا در بازارهای غیرکارا به دلیل وجود اطلاعات محرمانه قیمت سهام منعکس کننده تمام اطلاعات آنها نمی باشد.

۲-۲- روش غیرمستقیم

در این روش سرمایه‌گذاری، افراد با واسطه در بازارهای مالی حضور می‌یابند، بدین صورت که آن‌ها پول خود را در اختیار افراد حرفه‌ای و فعال در بازار سهام قرار می‌دهند و خود به طور مستقیم به خرید سهام نمی‌پردازند. واسطه‌های مختلفی مانند صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و اداره‌کننده‌های طرح‌های بازنشتی و امثال اینها، سرمایه‌گذاری را با سرمایه‌های جمع‌آوری شده از افراد انجام می‌دهند، این واسطه‌ها با تشکیل سبد سهام متنوع و استفاده از افراد متخصص و آشنا با بازار بورس ریسک سرمایه‌گذاری را بسیار کاهش می‌دهند تا همه افراد از فرصت سرمایه‌گذاری برابر برخوردار گردند. این روش سرمایه‌گذاری برای افرادی که تخصص کافی و یا وقت لازم برای پیگیری بازار را ندارند و به ویژه در بازارهای غیرکارا، بسیار مفید می‌باشد. (جهانبازی، ۱۳۹۳).

۳- انواع سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار

سرمایه‌گذارانی که در بازارهای معامله اوراق بهادار وجود دارند متنوع و به شرح ذیل می‌باشند:

۳-۱- **اشخاص حقیقی**. گروهی هستند که بیشتر به امید انتفاع از سرمایه‌گذاری اقدام به خرید و فروش اوراق بهادار می‌کنند. در برخی موارد، وقتی سرمایه این افراد زیاد باشد، ممکن است هدف دیگری همچون به دست گرفتن کنترل شرکت از طریق خرید درصد بالایی از سهام آن شرکت نیز دنبال شود.

۳-۲- **اشخاص حقوقی**. این اشخاص که معمولاً به دلیل وسعت عمل و حجم منابع مالی، تاثیر بسزایی در بازار سرمایه دارند، متنوع می‌باشند. انواع اشخاص حقوقی و نقش آنها در بازارهای مالی را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

۳-۲-۱- **بانک‌ها**. موسساتی هستند که معمولاً به دو دلیل وارد بازار می‌شوند. اول که بیشتر رایج است، کسب بازده از وجوهی است که به شکل سپرده نزد آنان قرار دارد و دوم، که معمولاً تابع شرایط خاصی است عبارت است از ایجاد و حفظ بازاری سیال و نقدینه برای اوراق بهادار. در این نقش بانک‌ها از طریق عرضه یا تقاضای اوراق بهادار هنگامی که برای آنها عدم تعادل وجود دارد، نقش متعادل کردن بازار را ایفا می‌کند.

۳-۲-۲- **شرکتهای بیمه**. شرکتهای بیمه با دو دسته جریان وجوه مواجه اند: اول- جریان ورودی که معمولاً شامل حق بیمه‌های وصولی بابت موضوعات بیمه اشخاص و غیر اشخاص می‌گردد. دوم - جریان خروجی که عمدتاً شامل خسارتهای پرداختی، پس انداز عمر افراد و نظایر آن است. برای اینکه بین این دو جریان تعادلی مطلوب برقرار شود، شرکتهای بیمه معمولاً سعی می‌کنند بخش عمده‌ای از وجوه خود را سرمایه‌گذاری کنند. یکی از بازارهای جذاب برای این قبیل شرکتهای، بازار اوراق بهادار می‌باشد. شرکتهای بیمه معمولاً به لحاظ حجم قابل توجه منابع مالی، تاثیر بسزایی در این بازار دارند.

۳-۲-۳- **صندوقهای بازنشتی**. این موسسات نیز مانند شرکتهای بیمه با دو دسته جریان وجوه مواجه اند یک دسته وصولی‌های مربوط به کسور بازنشتی افرادی که غالباً در مقایسه با جریان خروجی وجوه رقم کمی است و دسته دوم پرداختهای مربوط به حقوق بازنشتی که معمولاً رقم قابل توجهی می‌باشد (جریان خروجی). صندوقهای بازنشتی برای ایجاد تعادل بین این دو جریان ورودی و خروجی، وجوه در دسترس خود را برای کسب بازده و تقویت جریان ورودی به اشکال مختلف سرمایه‌گذاری می‌کنند که سرمایه‌گذاری در انواع اوراق بهادار یکی از رایج‌ترین آنها می‌باشد. این موسسات نیز به دلیل منابع قابل توجه مالی، تاثیر بسزایی در بازار دارند.

۳-۲-۴- **شرکتهای سرمایه‌گذاری**. شرکتهای سرمایه‌گذاری موسساتی هستند که از طریق فروش سهم و برخی موارد اوراق قرضه، منابع مالی پس اندازکنندگان و افراد را جمع‌آوری کرده و آنها را در سهام و اوراق قرضه سایر شرکتهای سرمایه‌گذاری می‌کنند. اهمیت این موسسات در این است که افراد با پس انداز اندک خود شاید براحتی نتوانند در اوراق بهادار مورد نظر خود سرمایه‌گذاری کنند، اما این قبیل شرکتهای، با یک کاسه کردن وجوه، آنها را در اوراق بهادار متنوع سرمایه‌گذاری و معمولاً بازده‌ای بیشتر از این مجموعه عاید می‌کنند. با توجه به مقیاس عمل گسترده، معمولاً هزینه سرمایه‌گذاری برای این شرکتهای حداقل می‌شود.

همچنین شرکتهای سرمایه‌گذاری خدمات متنوعی انجام می‌دهند که موارد زیر از اهم آنهاست:

۱- اداره حساب‌های مختلف سرمایه‌گذاران، سرمایه‌گذاری مجدد سودهای سهام آنان

- ۲- سرمایه‌گذاری وجوه جزء جمع آوری شده در اوراق بهادار متنوع و ایجاد مجموعه سرمایه‌گذاری کارا (پرتفوی)
- ۳- بررسی و کنترل مستمر سرمایه‌گذاری ها برای حفظ شرایط ارائه شده هر یک (به طور مثال حداقل بازده لازم، حداکثر ریسک قابل قبول و ...)
- ۴- ارزیابی مستمر اوراق بهادار برای انتخاب اوراق بهادار دارای بازده بالقوه بالا
- ۳-۲-۵- **شرکتهای دارنده یا مادر.** شرکتهایی هستند که سهام یک یا چند شرکت فرعی را به منظور کسب کنترل آنها در جهت تحقق یک هدف مشترک در دست دارند. از آنجا که در بازار بورس اوراق بهادار، به خاطر معاملات مستمر سهام، تغییرات مالکیتی رخ می دهد. لذا این شرکتها به منظور حفظ موقعیت کنترلی خود دائما در بازار حضور می یابند.
- ۳-۲-۶- **شرکتهای کارگزاری.** واسطه های مالی هستند که بین خریداران و فروشندگان اوراق بهادار، نقش تسهیل کننده مبادله را بر عهده دارند. در ایران اساس نامه این شرکتها به آنها اجازه داده تا به میزانی از حجم معاملات، مشروط بر اینکه از میزان سرمایه آنها تجاوز نکنند، برای خود خرید و فروش کنند.
- ۳-۲-۷- **سایر اشخاص حقوقی.** معمولا شرکتها وجوه مازاد خود را جهت کسب بازده در اوراق بهادار سرمایه‌گذاری می کنند. بعضی اوقات نیز خرید بخشی از اوراق بهادار (سهام عادی یا ممتاز) یا تمام آن، به امید جذب یا ادغام شرکت مورد نظر در راستای اهداف رقابتی شرکت اصلی می باشد (مستوفی، ۱۳۹۵).

۴- صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک

صندوق سرمایه‌گذاری مشترک، ابزاری مالی است که با فروش سهام (واحد سرمایه‌گذاری) خود به تعداد زیادی سرمایه گذار کوچک، منابع مالی آنان را تجمیع و از وجوه حاصله برای خرید ترکیب متنوعی از اوراق بهادار شامل سهام، اوراق قرضه و ابزارهای کوتاه مدت بازار پول با توجه به هدف صندوق استفاده می کند. طی فرایند نگهداری و فروش این اوراق بهادار صندوق ها می توانند سود (زیان) را از طریق نوسانات قیمت سهام و نیز بهره داراییهای موجود خود به دست آورند (جعفری سرشت، ۱۳۸۶). صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک ابزاری برای سرمایه گذاران بدون تخصص می باشند تا فرصتی را برای آنها ایجاد کنند، تا با مدیریت حرفه ای وجوه آنها و کنترل ریسک بهترین بازده ممکن را کسب نمایند (سرس^۱، ۲۰۰۱). صندوق سرمایه‌گذاری مشترک به عنوان یک واسطه مالی وجوه مردم و سرمایه گذاران را جمع آوری کرده و سبد اوراق بهادار تشکیل می دهد و بدین شکل مکان امنی را برای سرمایه گذاران نا آشنا با بازار سرمایه ایجاد می کند (ویم تاژ، ۱۳۹۱). صندوق سرمایه‌گذاری مشترک از مصادیق نهادهای مالی موضوع بند ۲۱ ماده یک قانون بازار اوراق بهادار است که با دریافت مجوز تاسیس از سازمان بورس و اوراق بهادار (سبا) و تحت نظارت همین سازمان فعالیت می نماید. بر اساس قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۴، صندوق سرمایه‌گذاری به شرح زیر تعریف شده است:

« نهادی مالی است که فعالیت اصلی آن سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار می باشد و مالکان آن، به نسبت سرمایه‌گذاری خود، در سود و زیان صندوق شریک اند».

تصمیمات مدیران و دیگر کادر عملیاتی صندوق اثر مستقیم بر روی عملکرد آن می گذارد مدیران با انتخاب درست و به موقع در خرید و فروش سهام و دیگر اوراق دارائی موجبات کسب بازده مناسب را فراهم می نمایند (چیوالیر، الیسون^۲، ۱۹۹۹). بنابراین مدیران سرمایه‌گذاری صندوق ها باید از تخصص و مهارت لازم برخوردار باشند، آنها باید افراد حرفه ای در بازار سرمایه باشند تا صندوقهای سرمایه‌گذاری به عملکرد دلخواه و سرمایه گذاران در صندوق ها نیز به حداکثر سود سرمایه‌گذاریشان دست یابند (ویشوانف و کریشنامورتی^۳، ۲۰۰۹). صندوق سرمایه‌گذاری مشترک با توجه به هدف و امید نامه خود در ترکیب متنوعی از ابزارهای مالی قابل معامله و اوراق بهادار مانند: اوراق مشارکت، سهام، حق تقدم ها و دارائی های دیگر سرمایه‌گذاری می کند و صاحبان واحدهای سرمایه‌گذاری به نسبت سهم خود، مالکان صندوق می باشند و در سود و زیان آن شریک می باشند.

^۱ Sorros

^۲ Chevalier & Ellison

^۳ Vishwanath & Krishnamurti

۵- انواع صندوقهای سرمایه گذاری

صندوقهای سرمایه گذاری، براساس مبانی مختلف، به شیوه های گوناگون تقسیم بندی می شود.

۵-۱- انواع صندوقهای سرمایه گذاری بر اساس ماهیت

الف - صندوق سرمایه گذاری باز^۱ (صندوق سرمایه گذاری مشترک). صندوقهایی هستند که سرمایه آنها متغیر است و ارزش هر سهم صندوق، براساس مجموعه متنوعی از سهام و اوراق بهاداری که در سبد سرمایه گذاری وجود دارد، در پایان هر روز محاسبه می شود. این صندوق ها که بیشتر به صندوقهای سرمایه گذاری مشترک معروف اند، همواره آماده اند که به عموم مردم سهام جدید بفروشند، و در صورت تقاضای سهامدار، به قیمتی که برابر ارزش خالص دارایی است، و در خاتمه هرروز محاسبه می شود، سهام موجود را بازخرید کنند. قیمت سهام صندوق سرمایه گذاری مشترک متکی به ارزش خالص دارایی هر سهم است (سایت بورس اوراق بهادار تهران، ۱۳۹۵).

ب - صندوق سرمایه گذاری بسته^۲ (شرکت سرمایه گذاری). سرمایه این صندوقها مشخص و ثابت است و سهام آن به عموم عرضه و قیمت این سهام براساس عرضه و تقاضا تعیین می شود. در این صندوقها، اگر سرمایه گذاری قصد مشارکت داشته باشد، باید سهام صندوق را در بازار از افراد دیگری که قصد فروش سهامشان را دارند بخرد و به صندوق پولی پرداخت نمی کند. در نتیجه، سرمایه صندوق نیز تغییری نمی کند. به همین سبب، این گونه صندوق ها را « صندوق سرمایه گذاری بسته » می نامند. این نوع صندوق در بریتانیا «تراست سرمایه گذاری» نامیده می شود. برخلاف صندوقهای سرمایه گذاری مشترک، صندوق های با سرمایه ثابت، مثل هر شرکت سهامی دیگر سهم می فروشند، و معمولاً سهام خود را بازخرید نمی کنند. سهام صندوق های با سرمایه ثابت می تواند در بورس اوراق بهادار دادوستد شوند. قیمت سهم صندوق با سرمایه ثابت را عرضه و تقاضا تعیین می کند. و قیمت می تواند کمتر و یا بیشتر از ارزش خالص دارایی هر سهم باشد (سایت بورس اوراق بهادار تهران، ۱۳۹۵).

فرق اساسی یک صندوق سرمایه گذاری باز با یک صندوق سرمایه گذاری بسته (شرکت سرمایه گذاری)، باز بودن سرمایه آن است؛ به این معنا که در یک صندوق سرمایه گذاری باز، هر سرمایه گذار می تواند در چارچوب اساسنامه، در هر زمان به صندوق وارد یا از آن خارج شود و سرمایه صندوق افزایش یا کاهش یابد، اما در یک صندوق سرمایه گذاری بسته، ورود و خروج سرمایه فقط در قالب افزایش یا کاهش سرمایه و با طی تشریفات قانونی صورت می پذیرد.

۵-۲- انواع تخصصی صندوقهای سرمایه گذاری

الف - صندوق های سهام عادی^۳. این صندوقهای سرمایه گذاری، در سهام عادی انواع شرکتها سرمایه گذاری می کنند. مدیران این شرکتها، از سیاستهای جسورانه ای پیروی می کنند و حدود ۶۰ درصد مبالغی که وارد این صندوقها می شود، برای خرید سهام عادی به کار می رود. بیش از ۵۸ درصد صندوقهای سرمایه گذاری فعال کشور، در این دسته جای دارند.

ب - صندوق های متوازن^۴. این صندوقها در سهام عادی، سهام ممتاز و اوراق قرضه شرکتها تولیدی سرمایه گذاری می کنند و برای کاهش مخاطره تلاش می کنند بین اوراق بهادار تحصیل شده توازن برقرار شود.

پ - صندوق های اوراق قرضه یا ممتاز^۵. این صندوقها تنها در اوراق بهاداری که درآمد ثابت دارد، سرمایه گذاری می کنند. سرمایه گذاران در سهام این صندوقها، از امنیت نسبی برخوردارند و با مخاطره کمتری روبه رو می شوند. اولین صندوق سرمایه گذاری که در کشور شروع به کار کرد، در این گروه از صندوق ها می گنجد.

ت - صندوق های تخصصی^۶. فعالیت این صندوقها، همانند شرکتها یا صندوقهایی است که در سهام عادی شرکتها صنعتی سرمایه گذاری می کنند. این نوع صندوقها، معمولاً در صنایع ویژه ای مثل صنایع شیمیایی یا پتروشیمی فعالند و اعتبار

^۴ Fund Open – Ended

^۱ Fund close – Ended

^۲ Stock Funds

^۳ Funds Balanced / Hybrid

^۴ Bond Funds

^۵ Special Purpose Funds / Sector Funds

بالایی دارند. این صندوقها، مورد توجه سرمایه‌گذارانی است که علاقه مند به سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌های فعال در یک صنعت خاص هستند.

ث - صندوق های با هدف دوگانه^۱ سیاست این صندوق ها به گونه ای است که اهداف گروه‌های مختلف سرمایه‌گذار را برآورده کند. این صندوقها دو نوع سهام منتشر می‌کنند. سهام نوع الف و سهام نوع ب. وجوه حاصل از این دو نوع سهام، در سبد معینی از سهام عادی سرمایه‌گذاری می‌شود. این صندوقها برای مدت معینی مثلاً پنج سال تشکیل و پس از پنج سال منحل می‌شود. کل سود سهامی که صندوق هر سال دریافت می‌کند، به سهامداران طبقه (الف) پرداخت می‌شود و به سهامداران طبقه (ب) هیچ سودی پرداخت نمی‌شود. در پایان سال پنجم، کل سهام موجود در پرتفوی فروخته و ارزش اسمی سهام طبقه (الف) به دارندگان آن سهام و مابقی کلاً به دارندگان سهام طبقه (ب) پرداخت می‌شود. بنابراین، کل سود به سهامداران (الف) و کل منفعت سرمایه به سهامداران (ب) تعلق می‌گیرد. سهام (الف) در این صندوقها با ریسک کمتری روبه‌رو است. زیرا ۱۰۰ درصد سود به ۵۰ درصد سهام که سرمایه را تأمین کرده، تعلق می‌گیرد و امکان بازگشت اصل سرمایه نیز هست. ولی، سهام (ب) مخاطره بیشتری دارد. زیرا بازده آن فقط از محل منفعت سرمایه تأمین می‌شود که غیرقابل پیش‌بینی است.

ج - صندوق های بازار پول. این صندوقها شرکت‌هایی هستند که فقط روی اوراق بهادار کم مخاطره و با سررسید کوتاه مدت فعالیت دارند. از جمله این اوراق بهادار به اوراق خزانه، گواهی سپرده بانکی و اوراق تجاری می‌توان اشاره کرد.

چ - صندوق های در حال رشد. گونه ای دیگر از صندوقهای سرمایه‌گذاری هستند که رویکرد آنها خرید سهام شرکت‌هایی است که در یک صنعت روبه‌رشد و با فرصتهای سرمایه‌گذاری فراوان، قرار دارند؛ لذا، قیمتهای سهام آنها متناسب با فرصتهای سرمایه‌گذاری و میزان رشدی که در فروش دارند، افزایش می‌یابد. این نوع صندوقها، ریسک بسیار زیادی دارند.

ح - صندوق های شاخصی. صندوقهای شاخصی، نهاد سرمایه‌گذاری هستند که عملکرد آنها مبتنی و برابر با شاخص خاصی از قیمت سهام است. با توجه به اینکه رفتار، عملکرد و نرخ بازده این صندوقها دقیقاً منطبق با رفتار و عملکرد شاخص موردنظر است، باید قید شود که این شاخص کدامیک از شاخصهای موجود است (مانند شاخص «داوجونز» و «استاندارد و پورز»). مهمترین ویژگی صندوقهای شاخصی، هزینه و کارمزد کمتر نسبت به صندوقهای با مدیریت فعال است زیرا این صندوقها از افراد متخصص برای تعیین سبد خود استفاده نمی‌کنند و صرفاً از شاخص مورد نظر پیروی می‌کنند. مخاطره سرمایه‌گذاری در این صندوقها، تقریباً معادل مخاطره سهام موجود در شاخص است.

خ - صندوق های قابل معامله در بورس. صندوقهای قابل معامله در بورس بسیار شبیه به صندوقهای شاخصی هستند و همانند آنها، در سهام زیر مجموعه یک شاخص، یا سبد انتخابی از آن، سرمایه‌گذاری می‌کنند. این صندوقها اگرچه از نظر ساختاری به شکل شرکت سرمایه‌گذاری با بنیان باز یا یونیت تراست تشکیل می‌شوند، اما از جهاتی با آنها متفاوتند:

- صندوقهای قابل معامله در بورس، سهام خود را مستقیماً به سرمایه‌گذاران انفرادی نمی‌فروشند سهام صندوقهای قابل معامله در بورس، در گروههای بزرگ که اصطلاحاً به «یونیت ایجاد و انتشار» معروف است، منتشر می‌شود و در اختیار سرمایه‌گذاران نهادی قرار می‌گیرد.

- فروش «یونیت‌های ایجاد و انتشار» به سرمایه‌گذاران نهادی، غیرنقدی انجام می‌شود و سرمایه‌گذاران در مقابل یونیت‌های دریافتی، سبدي از اوراق بهادار را که به طور معمول همانند پرتفوی صندوق است، در اختیار صندوق قرار می‌دهند.
- سرمایه‌گذاران نهادی، پس از خرید یونیت‌های ایجاد و انتشار آنها را تفکیک و در بازار دسته دوم به سرمایه‌گذاران انفرادی واگذار می‌کنند.

د - صندوق های بین المللی. صندوقهای بین المللی در اوراق بهادار شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذاری می‌کنند. بعضی از آنها، فقط در اوراق بهادار یک کشور خاص سرمایه‌گذاری می‌کنند. سهام این نوع شرکتها، بیشتر مورد تقاضای آن دسته از سرمایه‌گذارانی است که قصد دارند از رشد اقتصادی یک کشور خاص بهره‌مند شوند. این صندوقها، به خاطر مدیریت حرفه‌ای و آشنایی با مقررات خاص آن کشور، فرایند تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری‌های خارجی را آسان می‌کنند (پیرایش و زارع زاد ۱۳۹۴).

^۱Funds Dual Purpose

۶- ارکان صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک

برای ایجاد شرایط اجرایی و نظارتی لازم برای عملکرد مناسب و هر چه بهتر صندوق‌ها در اساسنامه آنها چند رکن در نظر گرفته شده که هر کدام وظیفه معینی در راستای اهداف صندوق‌ها بر عهده دارند.

۶-۱- مجمع صندوق. بالاترین رکن صندوق مجمع صندوق می باشد که از تجمع دارندگان واحدهای سرمایه‌گذاری ممتاز تشکیل می گردد و وظیفه آن انتخاب مدیر، ضامن، متولی، حسابرس و یا تغییر آن‌ها و نیز تغییر اساسنامه و امیدنامه صندوق می باشد.

۶-۲- مدیر صندوق. مدیر صندوق رکن اجرایی صندوق می باشد که توسط مجمع انتخاب می گردد و باید به تایید سازمان بورس اوراق بهادار برسد. بر طبق اساسنامه صندوق مدیر وظیفه دارد، اطلاعات و گزارش‌های لازم را در اختیار سازمان بورس، متولی و حسابرس قرار دهد، همچنین مدیر باید یک یا چند نفر متخصص و آشنا با بازار سرمایه را به عنوان مدیر یا مدیران سرمایه‌گذاری صندوق انتخاب کند تا وظایف خرید و فروش اوراق بهادار را انجام دهند.

۶-۳- متولی صندوق. متولی توسط مجمع صندوق انتخاب می گردد و رکن نظارتی صندوق‌ها می باشد. متولی وظیفه نظارت بر مدیر و ضامن صندوق و اجرای وظایف آن‌ها مطابق با اساسنامه صندوق را بر عهده دارد و نیز عزل و نصب حسابرس، افتتاح حساب بانکی از دیگر وظایف متولی می باشد، در حقیقت متولی حافظ حقوق و منافع سرمایه‌گذاران است.

۶-۴- ضامن صندوق. ضامن نیز توسط مجمع انتخاب می گردد و در واقع یکی از مزایای جذاب صندوق‌ها؛ یعنی، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری را ایجاد می کند. ضامن وظیفه دارد در صورت کمبود وجه نقد صندوق، نقدینگی لازم برای ابطال واحدهای سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران متقاضی ابطال را فراهم گرداند و نیز ضامن تضمین می نماید که در صورت انحلال صندوق و فروش نرفتن دارائی‌های آن، دارائی‌ها را از صندوق خریداری کرده و ارزش روز آنها را به صندوق پرداخت نماید.

۶-۵- حسابرس صندوق. یکی دیگر از ارکان نظارتی حسابرس می باشد که توسط متولی به مجمع معرفی می گردد. حسابرس باید گزارش‌ها و صورت‌های مالی صندوق را بررسی کرده و بر محاسبه قیمت روز، صدور و ابطال واحدهای سرمایه‌گذاری و درستی ثبت حساب‌های صندوق اطمینان یابد.

۶-۶- کارگزار صندوق. کارگزار صندوق یک رکن اجرایی در صندوق‌ها است که توسط مدیر صندوق انتخاب می گردد و از میان کارگزاری‌های دارای مجوز سازمان بورس و اوراق بهادار می باشد. صندوق، خرید و فروش اوراق بهادار بورسی خود را به وسیله کارگزار انجام می دهد.

۶-۷- مدیر سرمایه‌گذاری صندوق. مدیر صندوق برای انتخاب دارائی‌های صندوق یک یا چند نفر خبره در زمینه سرمایه‌گذاری را به عنوان مدیر یا مدیران سرمایه‌گذاری مشخص می کند تا این افراد مدیریت دارائی‌ها و عملیات صندوق را برعهده بگیرند. مدیر سرمایه‌گذاری وظیفه خرید و فروش و یا حفظ دارائی‌های صندوق را در چارچوب مقررات، اساسنامه و امیدنامه صندوق از طرف مدیر بر عهده دارد، همچنین تعیین قیمت خرید و فروش اوراق بهادار صندوق با رعایت دستورالعمل نحوه تعیین قیمت خرید و فروش اوراق بهادار در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مصوب سبا برای محاسبه ارزش روز دارائی‌ها و یا قیمت‌های صدور و ابطال واحدهای سرمایه‌گذاری از وظایف مدیر یا تیم مدیریت سرمایه‌گذاری می باشد و نیز سایر وظایف و اختیارات تفویضی که از سوی مدیر صندوق برای مدیر سرمایه‌گذاری تعیین شده اند، بر عهده مدیر سرمایه‌گذاری صندوق می‌باشند.

مدیران سرمایه‌گذاری حداقل باید گواهینامه اصول مقدماتی کارگزاری و نیز حداقل یک سال سابقه کاری مرتبط با بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار داشته باشند و سازمان بورس اوراق بهادار نیز آن‌ها را تایید کرده باشد. (جهانبازی، ۱۳۹۳).

۷- امید نامه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک

امید نامه در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک یک مجموعه از اطلاعات ارزشمند برای سرمایه‌گذاران مهیا می‌کند. این مجموعه از اطلاعات زمینه انتخاب صندوق سرمایه‌گذاری را برای سرمایه‌گذار با توجه به اهدافی که در نظر دارد فراهم می‌کند. هر امید نامه شامل اطلاعاتی در مورد اهداف سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری است. (بازدهی مورد نظر، درآمدهای احتمالی و غیره).

همچنین در امید نامه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک به سرمایه‌گذاران اطلاعاتی در مورد انواع ریسک‌هایی که به صورت احتمالی با آن روبرو خواهند شد، داده می‌شود. از جمله ریسک‌های احتمالی می‌توان به تأثیرات دوره‌های رونق و رکود بازارهای مختلف، بالا و پایین آمدن نرخ بهره و افزایش هزینه‌های معاملاتی اشاره کرد.

از جمله الزاماتی که کمیسیون بورس و اوراق بهادار (SEC)^۱ برای امید نامه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک تعیین کرده است می‌توان به ارائه عملکرد صندوق در دوره‌های زمانی یک، پنج و ده سال گذشته اشاره کرد. همچنین در دوره زمانی مزبور، باید عملکرد صندوق با متوسط عملکرد صندوق‌های سرمایه‌گذاری که اهداف مشابهی با صندوق دارند و عملکرد یکی از شاخص‌های معتبر مورد مقایسه واقع شود. همچنین بازدهی صندوق در سه دوره قبل و بعد از کسر کارمزدهای مربوط، ارائه شود. نکته مهم دیگری که در امید نامه صندوق‌ها به آن اشاره می‌شود هزینه‌ها و کارمزدهایی است که سرمایه‌گذار ملزم به پرداخت آنها می‌شود.

این هزینه‌ها نشان می‌دهد که چه ميزانی از بازدهی صندوق صرف هزینه‌هایی مثل پرداخت کارمزدهای معاملاتی، پرداخت هزینه‌های مدیریت صندوق، هزینه تبلیغات و سایر هزینه‌های عملیاتی شده است (روحانی، ۱۳۹۱).

۸- الزامات گزارشگری مالی در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک

به طور کلی هدف از تهیه صورتهای مالی، آرایه اطلاعات تلخیصی و طبقه‌بندی شده درباره وضعیت مالی، عملکرد مالی و انعطاف پذیری مالی واحد تجاری برای طیفی از استفاده‌کنندگان صورتهای مالی است که در اتخاذ تصمیمات اقتصادی مفید می‌باشد.

صورتهای مالی شفاف و صحیح نماینده عملکرد مدیران صندوقها است و گویای چشم انداز فراروی سرمایه‌گذاران و سایر مشارکت‌کنندگان بازار سرمایه جهت اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری است. لازمه گزارشگری بیطرفانه و مربوط، وجود استانداردها یا رهنمودهایی است که صورتهای مالی بر مبنای آن تهیه می‌شوند. تاکنون در استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی (IFRS)^۲ اصول پذیرفته شده حسابداری (GAAP)^۳ و همچنین در استانداردهای حسابداری در ایران، استاندارد ویژه ای برای گزارشگری مالی صندوقهای سرمایه‌گذاری وجود نداشته است، اما صندوقهای سرمایه‌گذاری بر اساس رهنمود حسابداری و حسابرسی برای شرکتهای سرمایه‌گذاری (AAG-Inv) صندوقها را ملزم می‌نماید که صورتهای مالی ذیل را در دوره‌های اعلام شده برای سرمایه‌گذاران تهیه و افشا نمایند:

- ۱- صورت دارائیه‌ها و بدهی‌ها به همراه جدول سرمایه‌گذاریه‌ها
- ۲- صورت سود و زیان
- ۳- صورت تغییرات در خالص دارائیه‌ها
- ۴- صورت جریان وجوه نقد
- ۵- یادداشتهای همراه صورتهای مالی شامل خلاصه اهم رویدادهای حسابداری و سیاستهای مالی (روحانی، ۱۳۹۱).

۹- نحوه سرمایه‌گذاری در صندوقها

برای خرید واحدهای سرمایه‌گذاری صندوقها می‌توان به یکی از شعب معرفی شده در پیوست اساسنامه هر صندوق مراجعه کرده، فرم پذیره نویسی/ درخواست صدور واحد سرمایه‌گذاری را تکمیل نمود. بدین ترتیب مالکیت واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق در دو زمان ممکن است صورت گیرد. اول دوره پذیره نویسی اولیه و قبل از شروع فعالیت صندوق که هر واحد سرمایه‌گذاری به ارزش پایه ۱۰۰۰۰۰۰ ریال فروخته خواهد شد. دوم، پس از موفقیت در جذب حداقل سرمایه در مرحله پذیره نویسی و آغاز فعالیت صندوق سرمایه‌گذاری است. از آن پس صدور واحدهای سرمایه‌گذاری برای متقاضیان به قیمت صدور اعلام شده یک روز پس از تکمیل فرم درخواست مربوطه نزد شعب معرفی شده توسط مدیر در اساسنامه صورت خواهد گرفت. حداقل سرمایه‌گذاری

^۱ Securities & Exchange commission

^۲ International Financial Reporting Standards

^۳ United States Generally Accepted Accounting Principle

لازم در صندوقهای سرمایه‌گذاری حاضر، خرید ۱۰ واحد سرمایه‌گذاری توسط هر سرمایه‌گذار و بیشترین مقدار مجاز برای سرمایه‌گذار خرید ۵٪ حداکثر واحدهای سرمایه‌گذاری یک صندوق است.

برای خروج از سرمایه‌گذاری و اصطلاحاً ابطال واحد سرمایه‌گذاری نیز همانند مرحله صدور، لازم است که سرمایه‌گذار با مراجعه به یکی از شعب معرفی شده توسط مدیر در اساسنامه، فرم مربوطه را از نماینده شعبه دریافت نموده و با تکمیل این فرم تقاضای ابطال تمام یا مقداری از واحدهای سرمایه‌گذاری خود را ارائه نماید. مبنای محاسبه قیمت ابطال واحد سرمایه‌گذاری روز بعد از تاریخ درخواست ابطال خواهد بود و پس از کسر هزینه‌های مربوط به ابطال حداکثر ظرف ۷ روز کاری از تاریخ درخواست ابطال وجه مربوطه به حسابی که صندوق سرمایه‌گذاری معرفی نموده است واریز خواهد گردید (سایت بورس اوراق بهادار تهران، ۱۳۹۵).

۱۰- اهداف سرمایه‌گذاری صندوق‌ها

صندوقها به طور کلی یکی از سه هدف یا سیاست زیر را برای خود در نظر می‌گیرند و برای دستیابی به هدف تعیین شده، برنامه سرمایه‌گذاری مناسب آن را نیز طراحی می‌کنند:

۱) درآمد: صندوقهای این گروه با هدف ایجاد جریانهای درآمدی جاری یا کوتاه مدت، در اوراق بهاداری سرمایه‌گذاری می‌کنند که درآمدهای مستمری را در طول سال به دنبال داشته باشند. در این استراتژی اغلب بر روی اوراق قرضه سرمایه‌گذاری می‌شود و در صورت سرمایه‌گذاری در سهام، آن گروه از شرکتها که از فرصتهای رشد کمتر (در نتیجه نیاز کمتری به سرمایه‌گذاری) برخوردار باشند و قسمت عمده سود خود را توزیع کنند در اولویت قرار می‌گیرند. بدیهی است که هر چه ماهیت شرکت، به گونه‌ای باشد که سود آوری بالاتری در کوتاه مدت ایجاد کند، خرید سهام چنین شرکتی ارجحیت خواهد داشت. مشتریان واحدهای سرمایه‌گذاری این گروه از صندوق‌ها، غالباً افرادی هستند که برای امرار معاش و تامین مخارج روزمره خود، روی مبالغ دریافتی از صندوق حساب باز کرده‌اند.

۲) رشد: صندوقهای رشدی به دنبال منافع آتی یا بلند مدت هستند و در سبد داراییهای خود اوراق بهاداری را قرار می‌دهند که انتظار می‌رود از رشد بالاتر و سودآوری بالاتری در آینده برخوردار باشند و در بین انواع اوراق بهادار، اولویت بالاتر را به سهام می‌دهند. این گروه از صندوقها در انتخاب سهام شرکتهایی را در اولویت قرار می‌دهند که از درجه بلوغ کمتر و فرصتهای سرمایه‌گذاری و رشد بالاتری برخوردار باشند.

۳) درآمد و رشد: صندوقهایی که کسب درآمد جاری و امید به افزایش درآمد در آینده را به طور همزمان دنبال می‌کنند به دنبال ایجاد تعادل بین عایدات کوتاه مدت و بلندمدت و جلب نظر گروه‌های بیشتر و متنوع‌تری از سرمایه‌گذاران هستند (رشیدی زاده، ۱۳۹۱).

۱۱- نحوه قیمت‌گذاری دارایی‌های صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک

بسیاری از صندوقهای سرمایه‌گذاری نیز مداوم سهام جدیدی را به سرمایه‌گذاران عرضه می‌کنند. بسیاری از شرکتهای سرمایه‌گذاری نیز به سهامداران خود اجازه انتقال پول یا مبادله از یک صندوق به صندوق دیگری در همان گروه را می‌دهند. صندوقهای سرمایه‌گذاری مشترک به پردازش فرایند فروش سهام سرمایه‌گذاران، باز خرید و مبادلات به عنوان بخشی از فرایند طبیعی امور بازرگانی روزمره خود پرداخته و باید اطمینان حاصل کنند که تمام مبادلات با قیمت مناسبی انجام شده‌اند. قیمت سهمی که بازخرید می‌شود در قالب خالص ارزش دارایی‌ها (NAV)^۱ بیان می‌شود. NAV صندوق، حاصل مجموع ارزش فعلی بازار تمام دارایی‌های صندوق منهای تعهدات آن (مثل هزینه صندوق) تقسیم بر کل تعداد سهام موجود است. این محاسبه تضمین می‌کند که ارزش تمام سهام موجود در صندوق یکسان باشد. سرمایه‌گذار می‌تواند ارزش نسبی سهم خود در صندوق سرمایه‌گذاری مشترک را با ضرب تعداد سهام موجود در NAV صندوق بدست آورد.

NAV صندوق در هر روز کاری مورد محاسبه قرار می‌گیرد، قیمتی که در آن سهام صندوق خریداری می‌شود برابر است با NAV هر سهم به علاوه هزینه فروش نهایی منظور شده برای آن سهم. (قیمت عرضه سهام بدون هزینه‌های فروش معادل NAV

¹ Net Asset Value

سهام است). NAV باید منعکس کننده ارزش فعلی اوراق بهادار صندوق باشد. ارزش این اوراق یا از طریق استعلام بهای اوراق بهادار موجود در بازار صورت گرفته یا در صورت موجود نبودن چنین قیمتی، با یک قیمت عادلانه توسط صندوق تعیین می شود. (روحانی، ۱۳۹۱)

۱۲- مزایای صندوق های سرمایه گذاری مشترک

این صندوق ها با توجه به تعریف صورت گرفته در قانون بازار اوراق بهادار مصوب مجلس شورای اسلامی در آذر ماه سال هزار و سیصد و هشتاد و چهار به عنوان جایگزین مناسبی برای سبدهای مشاع ایجاد گردیده اند. با ایجاد صندوق های سرمایه گذاری مشترک سبدهای مشاع که پیش از این به وسیله تعدادی از کارگزاری که مجوز سیدگردانی از سازمان بورس و اوراق بهادار دریافت کرده اند تشکیل شده بودند به کار خود خاتمه دادند. صندوق ها برای دستیابی به بازدهی بیشتر از بازدهی متوسط بورس اوراق بهادار تهران طراحی شده اند.

صندوق های سرمایه گذاری مشترک برای سرمایه گذاران خود نیز مزایایی دارد که به چند مورد اشاره می کنیم:

۱۲-۱- مدیریت حرفه ای^۱. استفاده از مدیران و تحلیل گران حرفه ای و آشنا با بازار سرمایه، یکی از بارزترین مزایای صندوق های سرمایه گذاری مشترک می باشد. با توجه به ساختار کارمزد و پاداشی که صندوق های سرمایه گذاری برای مدیران طراحی کرده اند و ارتباط مستقیم رشد ارزش دارایی های صندوق و بهرمندی مدیران، انگیزه لازم برای بالا بردن ارزش دارایی های صندوق توسط مدیران حرفه ای صندوق ها وجود دارد.

۱۲-۲- تنوع بخشی^۲ و کاهش ریسک. صندوق های سرمایه گذاری با تجمیع سرمایه های خرد و ایجاد سبد متنوعی از سهام، ریسک سبد را تا حد ممکن پایین می آورند، همچنین نگهداری اوراق بهادار نزد موسسه امین، یکی دیگر از عواملی است که منجر به کاهش ریسک می گردد، این ویژگی صندوق ها برای سرمایه گذاران ریسک گریز جذاب می باشد و باعث جذب سرمایه های آنان می گردد.

۱۲-۳- نقد شوندگی بالا^۳. باتوجه به مقررات صندوق های سرمایه گذاری، سرمایه گذاران و خریداران واحدهای سرمایه گذاری صندوق ها، در هر زمانی که بخواهند، می توانند هر مقدار از واحد های خود را به صندوق بفروشند و ارزش دارایی های خود را (با توجه به ارزش روز دارایی های صندوق) پس از کسر هزینه های مربوطه دریافت کنند. وجود ضامن نقد شوندگی در سازوکار صندوق موجب تضمین نقدشوندگی صندوق ها و وجود نقدینگی برای واحد های خریداری شده می گردد.

۱۲-۴- صرفه جویی در مقیاس. انباشت حجم بالای سرمایه قدرت چانه زنی صندوق های مشترک را در خریدهای عمده سهام و اوراق قرضه افزایش داده و اغلب در خرید هایی که در اندازه های بزرگ صورت می گیرد امکان دریافت تخفیفات یا تسهیلاتی را از مؤسسات عرضه کننده این اوراق دارا می باشند. از طرفی در بسیاری از کشور ها نرخ های کارمزد کارگزاران متغیر بوده که استفاده از نرخ های کارمزد پایین تنها در خریدهای بزرگ امکان پذیر بوده و برای سرمایه گذاران انفرادی امکان پذیر نمی باشد. از دیگر مصادیق کاهش هزینه های هر واحد در مقایسه با سبدهای اوراق بهاداری که بصورت انفرادی مدیریت می شوند، کاهش هزینه های تحقیقات و مطالعات بازار می باشد بطوریکه هرچه تعداد واحدهای نزد سرمایه گذاران بیشتر باشد سهم کمتری از هزینه های تحقیق برای شناسایی فرصت های سود آور بر روی هر کدام از واحدهای سرمایه گذاری سرشکن می شود. جمع موارد مذکور باعث صرفه جویی هایی در اداره دارایی های صندوق گردیده که از آن به عنوان صرفه جویی های ناشی از مقیاس یاد می شود (بیور و همکاران ۲۰۰۲).

۱۲-۵- سهولت و آسانی. سرمایه گذاری در صندوق ها حتی با مبالغ کم نیز امکان پذیر می باشد و خرید و فروش واحدهای سرمایه گذاری صندوق ها به آسانی امکان پذیر است و نیز سرمایه گذاری در صندوق ها به تحلیل پیچیده که در خرید و فروش اوراق بهادار وجود دارد، نیاز ندارد.

^۲ Professional Management

^۱ Diversification

^۳ High Liquidity

۱۳- معایب صندوق‌های سرمایه‌گذاری

در صورتی که دارائی‌های صندوق‌ها به صورت صحیح اداره نشود با تمام مزایایی که برای صندوق‌ها ذکر کردیم سرمایه‌گذاری در آنها معایبی نیز در بر خواهد داشت. در اینجا به چند مورد از این معایب اشاره می‌کنیم.

۱۳-۱- مدیریت حرفه‌ای. همانطور که در مزایای صندوق‌ها گفتیم، مدیریت حرفه‌ای صندوق‌ها جز ویژگی‌های جذاب صندوق‌ها می‌باشد؛ اما همواره مدیران در راستای اهداف سرمایه‌گذاران اقدام نمی‌کنند، گاهی منافع آن‌ها با سرمایه‌گذاران هم راستا نمی‌باشد و همچنین همواره این ریسک وجود دارد که مدیران نیز تصمیمات نادرستی بگیرند و به زیان سرمایه‌گذاران تمام گردد.

۱۳-۲- رقیق شدن سرمایه. تنوع در ضمن اینکه یکی از محاسن صندوق‌ها برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری می‌باشد؛ اما گاهی بازده خوب بعضی سهام در کنار بازده پایین اوراق دیگر گم می‌گردد، اگر در یک سهم سود بالایی به دست آید، به دلیل اینکه، آن سهم جزء کوچکی از سبد می‌باشد، تاثیر کمی بر بازده دارد، البته صندوق‌های بزرگ نیز که با سرازیر شدن وجوه فراوان سرمایه‌گذاران به سمت خود روبرو هستند، نمی‌توانند سرمایه‌گذاری‌هایی با بازده قبل داشته باشند و به دلیل سرمایه‌گذاری‌هایی با بازده کمتر نسبت به قبل بازده آنها کاهش می‌یابد.

۱۳-۳- عدم امکان بازخرید واحدها سرمایه‌گذاری در ساعات اداری. بازخرید و ابطال واحدهای سرمایه‌گذاری پس از بسته شدن بازار امکان‌پذیر می‌باشد، این ممکن است برای بعضی از سرمایه‌گذاران ایجاد محدودیت کند.

۱۳-۴- هزینه‌های مختلف: سرمایه‌گذاری در صندوق‌ها بدون هزینه نیست و مجموعه‌ای از هزینه‌های معین مانند: هزینه‌های صدور و ابطال، کارمزد ارکان و هزینه‌های عملیاتی را شامل می‌گردد. (سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۳۸۹).

۱۴- انواع هزینه‌ها در صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک

بطور کلی هزینه‌های هر صندوق سرمایه‌گذاری مشترک به سه گروه هزینه‌های ارکان، هزینه‌های دوره‌ای و هزینه‌های صدور و ابطال تقسیم می‌شوند:

۱۴-۱- هزینه‌های ارکان. مهم‌ترین هزینه مربوط به صندوق‌های سرمایه‌گذاری کارمزدی است که ارکان اجرایی و نظارتی صندوق (مدیر، متولی و ضامن) به علت خدمات ارائه شده و ریسک متحمل شده بابت ضمانت نقد شوندگی دریافت می‌کنند. روش محاسبه کارمزد ارکان مذکور مبتنی بر دارایی^۱ است. یعنی کارمزد هر کدام به صورت درصدی از خالص ارزش روز دارایی‌های صندوق که در امید نامه مشخص شده است محاسبه شده و به صورت روز شمار از دارایی‌های صندوق کسر و هر سه ماه یکبار در صورت تایید حساب‌ها حداکثر تا ۹۰ درصد قابل پرداخت می‌باشد. به عنوان مثال در ایران، ارکان صندوق‌های فعال در بازار سرمایه در حال حاضر، کارمزد مدیر برابر با ۲ درصد از مجموع ارزش روز سهام و حق تقدم تحت مالکیت صندوق به انضمام ۳ درصد از ارزش روز اوراق بهادار با درآمد ثابت، کارمزد متولی ۵ درصد از مجموع ارزش روز دارایی‌های صندوق و کارمزد ضامن ۲٫۵ درصد از ارزش روز سهام و حق تقدم تحت مالکیت صندوق را تشکیل می‌دهد که پس از تصویب مجمع موسس این صندوق‌ها در امید نامه آنها درج و وزن اصلی هزینه‌های تحمیلی به صندوق را به خود اختصاص می‌دهد. البته صندوق‌ها می‌توانند به صلاح دید موسسین و با توافق ارکان صندوق سقف کارمزدهای پرداختی را کاهش دهند تا مزیت رقابتی مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاران فراهم کنند.

۱۴-۲- هزینه‌های دوره‌ای^۲. هزینه‌های دوره‌ای شامل هزینه حسابرسی، هزینه تاسیس و تسویه، هزینه مجامع و عضویت در کانونها و سایر هزینه‌ها می‌باشد. هزینه حسابرسی مربوط به دستمزد خدماتی است که بابت یکسال مالی به حسابرس صندوق پرداخت می‌شود. میزان این دستمزد ها توسط متولی به مجمع پیشنهاد می‌شود و مبلغ تصویب شده در امیدنامه صندوق ذکر خواهد شد هزینه تاسیس و تسویه هزینه‌هایی هستند که قبل از دریافت مجوز فعالیت و شروع فعالیت صندوق پرداخت شده و یا هزینه‌هایی که برای انجام امور مربوط به تسویه و پایان فعالیت صندوق در امیدنامه پیش بینی می‌شود.

^۱ Asset Based Fee

^۲ Level loads

این هزینه ها در طول دوره فعالیت صندوق به صورت روزانه مستهلک می شود. هزینه مجامع و عضویت در کانونها نیز که سقف آن در امیدنامه صندوق ها پیش بینی می شود و در صورت محقق شدن و پس از پرداخت برای ادامه دوره مربوطه به صورت روز شمار مستهلک شده و از خالص ارزش دارایی های صندوق کسر می شود. سایر هزینه ها نیز همچون هزینه های دعاوی حقوقی در صورت پیش بینی در اساس نامه و امید نامه صندوق ها در محاسبات خالص ارزش روز دارایی های صندوق منظور می شود. شایان ذکر است که سهم هزینه های مذکور در صندوق های سرمایه گذاری مشترک در سهام دارای مجوز فعالیت در بازار اوراق بهادار تهران تقریباً بالغ بر ۶ درصد خالص ارزش دارایی های این صندوق ها در سال خواهد بود.

۱۴-۳- هزینه های صدور و ابطال. در حالیکه هزینه های کارمزد و دوره ای از محل دارایی های صندوق پرداخت و منجر به کاهش خالص ارزش دارایی های صندوق متناسب با هزینه های روزانه می شوند. برخی هزینه های دیگر مربوط به زمان و تعداد فرایند صدور و ابطال سرمایه گذار می شوند. بنابراین چنین هزینه هایی به طور مستقیم به سرمایه گذار تحمیل شده و سرمایه گذار می تواند با برنامه ریزی صحیح خود آن را به حداقل برساند. این هزینه ها با هدف افزایش دوره سرمایه گذاری صندوق صورت می گیرد چرا که لازمه نتیجه گیری از هر سرمایه گذاری، صرف هزینه و برنامه ریزی مناسبی است که با گذشت زمان محقق می شود و با ورود و خروج سریع سرمایه هزینه های مازادی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر صندوق تحمیل می شود. بخشی از این هزینه ها مربوط به جریمه تعجیل در خروج^۱ است.

این هزینه ها از سرمایه گذارانی که مدت سرمایه گذاری آنها کمتر از ۹۰ روز باشد بصورت پلکانی از ۵ درصد تا ۱ درصد نسبت به قیمت ابطال دریافت خواهد شد. بنابراین سرمایه گذارانی که حداقل ۹۰ روز از زمان صدور واحدهای سرمایه گذاری آنها سپری شده باشد و برای ابطال واحد سرمایه گذاری خود اقدام کنند، این هزینه را پرداخت نخواهند کرد (چاوشی، ۱۳۸۷).

۱۵- مسایل و مشکلات موجود برای تشکیل و فعالیت صندوق های سرمایه گذاری مشترک

- ✓ عدم تعریف صریح جایگاه حقوقی صندوق ها در قانون تجارت.
- ✓ متغیر یا باز بودن سرمایه صندوق و ثابت بودن سرمایه طبق قانون تجارت.
- ✓ بسته شدن نمادها و نبود امکان محاسبه دقیق خالص ارزش دارایی ها^۲ جهت تعیین قیمت واحدهای سرمایه گذاری صندوق.
- ✓ ناآگاهی مردم با ماهیت و سازوکار فعالیت صندوق.
- ✓ احتمال بی اعتمادی مردم به صندوقها با توجه به زمینه ذهنی و سوابق برخی صندوق ها.
- ✓ نبود متخصصان مالی با آشنایی کافی بر روی نحوه اداره صندوق.
- ✓ مسایل مالیاتی ناشی از معاملات واحدهای سرمایه گذاری صندوقها در خارج از بورس.
- ✓ نوسانات و بی ثباتی بازار و تأثیر منفی آن بر بازده صندوقها.

بازار سرمایه کشور نیز که عمدتاً در سازمان بورس اوراق بهادار خلاصه می شود و سایر نهادهای مالی مشارکت فعال و کارآمدی در آن ندارند، دارای عملکرد محدود و ضعیفی در مقابل نیازهای گسترده مالی اقتصاد است. عدم تنوع ابزارهای موجود در بازارهای اوراق بهادار (اولیه و ثانویه) از اصلی ترین کاستی های این بازار است (منتظری، ۱۳۸۷).

۱۶- خلاصه ای از عملکرد صندوق های سرمایه گذاری از سال ۱۳۹۲ تا تیرماه سال ۱۳۹۶

خلاصه ای از عملکرد صندوق های سرمایه گذاری به شرح جداول زیر می باشد:

^۱ Exit Fee

^۲ NAV

جدول ۱ - مقایسه عملکرد صندوق ها در سالهای ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ (سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۳۹۶)

نوع صندوق های سرمایه گذاری	تعداد		ارزش میلیارد ریال		تعداد سرمایه گذار حقیقی				خرید میلیارد ریال		فروش میلیارد ریال		ارزش سهام میلیارد ریال	
	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳	پایان سال ۹۲	پایان سال ۹۳
اوراق بهادار با درآمد ثابت	۳۰	۳۴	۲۸۶۱۷	۵۷۵۸۶	۷۷۳۳۸	۱۴۶۸۸۲	۵۲۷	۷۵۷	۷۹۳۱	۱۶۳۳	۷۲۶۹	۳۳۵۷	۲۲۳۶	۱۰۸۱
مختلط	۱۰	۱۲	۴۶۹	۵۴۲	۱۱۰۹	۲۲۴۳	۹۵	۱۰۳	۹۷۴	۸۶۱	۸۲۵	۸۹۶	۲۹۲	۲۰۵
سهام (اندازه بزرگ)	۹	۱۰	۱۹۶۸	۶۵۷۷	۴۷۱۸	۳۳۴۷	۴۴	۵۶	۳۶۹۲	۲۱۳۹۲	۳۳۴۹	۱۵۲۶۸	۱۵۶۸	۵۵۷۹
سهام (اندازه کوچک)	۶۴	۷۲	۶۶۵۱	۳۹۱۱	۱۳۹۵۱	۶۶۲۶	۳۰۵	۲۶۸	۱۵۶۷۰	۶۱۹۶	۱۲۴۱۰	۷۵۲۲	۶۲۶۸	۳۹۰۷
شاخصی	۱	۱	۹۶	۷۴	۳۹	۳۵	۴	۴	۳۳	۹	۲۸	۶	۹۵	۶۷
قابل معامله	۵	۷	۱۹۸۷	۱۴۴۱	۱۱۶۶۲	۸۶۶۴	۱۳۹	۱۲۹	۱۷۹۵	۱۵۶۳	۶۸۵	۱۴۸۱	۱۰۶۸	۸۴۲
جمع	۱۱۹	۱۳۶	۳۹۷۸۸	۷۰۱۳۱	۱۰۸۸۱۷	۱۶۷۷۹۷	۱۱۱۴	۱۳۱۷	۳۰۰۹۵	۳۱۶۵۳	۲۴۵۶۶	۲۷۶۴۰	۱۱۵۲۷	۱۱۶۸۱

جدول ۲- مقایسه عملکرد صندوقها در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ (سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۳۹۶) (میلیارد ریال)

نوع صندوق های سرمایه گذاری	تعداد		ارزش		تعداد سرمایه گذار			خرید		فروش	ارزش سهام	
	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵	پایان سال ۹۴	پایان سال ۹۵
با درآمد ثابت	48	59	604.979	1.282.467	1.840.566	1.763	3.536	10.164	32.875	14.623	9.868	28.494
مختلط	15	17	1.245	9.193	13.43	141	152	1.486	2.101	1.334	817	1.420
سهام	94	98	20.163	17.399	11.091	496	536	17.339	16.230	13.054	18.068	14.905
کل	157	174	626.386	1.309.061	1.865.086	2.400	4.224	28.989	51.206	32.103	28.754	44.820

جدول ۳- عملکرد صندوقها تا پایان خرداد و تیرماه سال ۱۳۹۶ (سازمان بورس و اوراق بهادار، ۱۳۹۶)

نوع صندوق سرمایه گذاری	تعداد		ارزش (میلیارد ریال)		تعداد سرمایه گذار		تعداد سرمایه گذار		تعداد سرمایه گذار	
	پایان تیر ماه ۱۳۹۶	پایان خرداد ۱۳۹۶	پایان تیر ماه ۱۳۹۶	پایان خرداد ۱۳۹۶	حقوقی	جمع	حقوقی	جمع	حقوقی	جمع
اوراق بهادار با درآمد ثابت	۶۲	۶۲	۱,۲۷۱,۸۱۷	۱,۲۹۸,۲۱۳	۲,۰۱۰,۹۱۷	۳,۵۷۹	۲,۰۱۴,۱۴۰	۱,۹۹۱,۵۷۹	۳,۶۹۶	۱,۹۹۵,۲۷۵
مختلط	۱۹	۱۸	۷,۸۹۵	۷,۷۸۶	۱۲,۴۶۲	۱۶۶	۱۲,۶۲۸	۱۲,۵۵۳	۱۵۹	۱,۷۱۲
سهام	۹۴	۹۶	۷۸۰۲	۱۷,۳۸۸	۱۰,۴۹۷	۴۴۵	۱۰,۹۴۲	۱۰,۸۳۱	۴۶۳	۱۱,۲۹۴
کل	۱۷۵	۱۷۶	۱,۲۸۷,۵۱۴	۱,۳۲۳,۳۸۷	۲,۰۳۳,۸۷۶	۴,۱۹۰	۲,۰۳۷,۷۱۰	۲,۰۱۴,۹۶۳	۴,۳۱۸	۲,۰۱۹,۲۸۱

همانطور که مشاهده می شود، تعداد ۱۱۹ صندوق سرمایه گذاری در پایان سال ۱۳۹۲ به ۱۷۵ صندوق سرمایه گذاری در پایان تیرماه ۱۳۹۶ رسیده است. (جداول ۱ و ۳) و به همین نسبت تعداد سرمایه گذاران و مجموع ارزشهای سرمایه گذاری شده به طور چشمگیری افزایش داشته است. که این خود نشانی از گسترش اقبال عمومی به سرمایه گذاری در صندوقهای سرمایه گذاری، رشد روز افزون آنها و درجه اهمیت آنها می باشد.

نتیجه گیری

صندوق های سرمایه گذاری مشترک از مصادیق نهادهای مالی فعال در بازار اوراق بهادار شمرده شده اند که در کشورمان از نهادهای مالی نوپا شناخته می شوند. عملکرد صندوق های سرمایه گذاری مشترک و رشد سریع آنها از ابتدای ورود به بازار سرمایه خود گواهی بر اهمیت آنهاست، حضور این نهاد با عملکرد صحیح باعث ثبات و رونق بازار سرمایه خواهد شد. این صندوق ها نقش مهمی را در افزایش حجم و ارزش معاملات در بورس اوراق بهادار و افزایش عمق این بازار و در نتیجه رونق تولید ملی و توسعه اقتصادی پایدار به همراه خواهند داشت و همچنین باعث کاهش ریسک سرمایه گذاری می شوند.

به این ترتیب صندوقهای سرمایه گذاری با ایفای نقش واسطه گری خود در جذب سرمایه ها، امکان سرمایه گذاری تمامی گروهها و سطوح درآمدی مختلف را فراهم می آورند و با امکان تجمیع این سرمایه ها و سرمایه گذاری در بورس و دیگر بازارها و عرصه های اقتصادی، ایجاد سود و مزیت اقتصادی کرده و زمینه اقبال و روی آوردن به سرمایه گذاری بیشتر و رشد و شکوفایی اقتصادی کشور به این ترتیب میسر می گردد. با توجه به آمارها و یافته های تحقیق و ارقام مربوط به رشد روز افزون این صندوقها که خود بیانگر افزایش فرهنگ سرمایه گذاری در این صندوقها می باشد، نیاز به توجه بیشتری جهت معرفی این صندوقها و ارتقاء عملکرد آنها احساس می شود.

منابع

- ۱- پیرایش، رضا و زارع زاد، مریم (۱۳۹۴). نقش و عملکرد صندوق های سرمایه گذاری مشترک در اقتصاد ملی- پنجمین کنفرانس ملی و سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکردهای کاربردی و پژوهش نوین.
- ۲- جهانبازی، فاطمه (۱۳۹۳). رابطه خبرگی کارشناسان با عملکرد صندوق های سرمایه گذاری مشترک دانشگاه علامه طباطبائی - دانشکده مدیریت و حسابداری.
- ۳- جعفری سرشت، داود (۱۳۸۶). گزارش: شناخت صندوق مشترک سرمایه گذاری، تهران، مدیریت پژوهش توسعه و مطالعات اسلامی، ص ۱۴.
- ۴- چاوشی، بهنام؛ (۱۳۸۷). صندوق های سرمایه گذاری مشترک در سهام در ایران. مجله بورس، شماره ۷۸.
- ۵- روحانی، اکرم (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد صندوقهای سرمایه گذاری مشترک با استفاده از معیارهای ترکیبی عملکرد پرتفولیو - پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت- دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
- ۶- رشیدی زاده، بابک (۱۳۹۱). «تاثیر اندازه، ساختار مالکیت و عمر صندوقهای سرمایه گذاری بر عملکرد آنها». (پایان نامه کارشناسی ارشد).
- ۷- سازمان بورس و اوراق بهادار (۱۳۸۵). صندوق سرمایه گذاری مشترک، ماهیت و ضرورت ایجاد در ایران. تهران: انتشارات شرکت خدمات رسانی و خدمات بورس.
- ۸- سایت بورس اوراق بهادار تهران (۱۳۹۵). تاریخچه بورس اوراق بهادار تهران، صندوقهای سرمایه گذاری مشترک www.tse.ir.
- ۹- سازمان بورس اوراق بهادار (۱۳۹۶) - اطلاعات صندوقهای سرمایه گذاری: <http://www.seo.ir/>
- ۱۰- سعیدی، علی و مقدسیان، ایمان (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد صندوقهای سرمایه گذاری سهام در ایران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، سال سوم، شماره ۹، ص ۵-۲۴.
- ۱۱- شجری، هوشنگ و سادات امام، سولماز (۱۳۹۱). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر تصمیم گیری سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی های بازرگانی، شماره ۵۳، صص ۱۳-۱۰.

- ۱۲- شیرازیان زهرا (۱۳۸۴). بررسی ارتباط میان عملکرد شرکت های سرمایه گذاری با اندازه و رتبه نقدشوندگی آنها در بورس تهران بر اساس شاخصهای شارپ، ترینر و جنسن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- ۱۳- عبده تبریزی، حسین؛ شریفیان، روح الله (۱۳۸۶). بررسی اثر ریسک نامطلوب در ارزیابی عملکرد شرکت های سرمایه گذاری پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات مالی، ش ۲۴، دوره نهم.
- ۱۴- قاضی فرد، امیر مهدی؛ جمشیدی، حمید و پورمصطفی خشکرویی، مهدی (۱۳۹۱). اولویت بندی عوامل موثر بر عملکرد صندوق های سرمایه گذاری به کمک مدل تلفیقی QFD و AHP در محیط فازی. فصلنامه علمی - پژوهشی کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال چهارم پاییز و زمستان ۱۳۹۱ شماره ۸.
- ۱۵- مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران (۱۳۹۶). اطلاعات مربوط به صندوقهای سرمایه گذاری : <http://www.fipiran.com/>
- ۱۶- مستوفی، کامران (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر عملکرد صندوقهای سرمایه گذاری مشترک. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مدیریت مالی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه قم
- ۱۷- منتظری، شهریار (۱۳۸۷). نقش مدیران مالی و نهادهای مالی در رشد و توسعه اقتصادی. مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی مشاوران و مدیران مالی.
- ۱۸- ویم تاژ، محمد (۱۳۹۱). رابطه جریانهای نقدی صندوق های سرمایه گذاری و نوسانات بازده بازار. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.

- 19-Bauer, Rob; Koedijk, Kess; Otten, Rojer; (2002) "International evidence on ethical mutual funds performance and investment style".
- 20-Chevalier, J., & Ellison, G. (1999). Are some mutual fund managers better than others. The Journal of Finance, Vol 3, pp 875-899.
- 21-Gremillion, Lee., & Khand, boo; (2005) "Mutual Fund Industry" Pp 4-6.18.
- 22-Sorros, John N. (2001). Equity Mutual Fund Managers Performance In Greece, Journal of Managerial Finance, Vol 26, pp 68-74.
- 23-Shawkey, Harry. (1991). An Update on Mutual fund, Better Grades. Journal of Portfolio Management 8 no. 2.
- 24-Vishwanath, S.R., & Krishnamurti, C. (2009). Investment Management: A Modern Guide to Security Analysis and Stock Selection Springer: Berlin.

نقش و شیوه‌های تاثیر گروه‌های ذینفوذ و فشار در نظام آموزشی

دکتر زهرا لبادی، ابوالفضل صفیعی پور

استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، کرج، ایران،

(zahra_lebady@yahoo.com)

دانشجوی مقطع دکترای تخصصی، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، کرج،

ایران (aboufazel.safieepoor@yahoo.com)

چکیده

از نظر بسیاری از متخصصان و صاحب‌نظران نظام آموزش، مهمترین عامل نا کارآمدی سیاست‌گذاری نظام آموزش ایران در حال حاضر، منطبق نبودن سیاستها و تصمیم‌های این حوزه با پشتوانه‌های علمی، نظری و پژوهشی است. سیاست‌پژوهی به‌عنوان فرایندی پژوهشی، معطوف به ارائه گزینه‌های سیاستی و ناظر به عمل، به سیاست‌گذاران، تعریف می‌شود و می‌تواند در سیاست‌گذاری منطقی و عقلایی در حوزه آموزش بسیار مؤثر باشد. همچنین در بدنه نظام سیاست‌گذاری گاه‌گاه شاهد رخنه و رسوخ یکسری افکار و ایده‌هایی هستیم که از محیط بیرون بر سیاست‌گذاران تحمیل شده و همانند یک اهرم فشار، به آن می‌نگرند و افراد ذینفوذ می‌توانند اهداف خود را پیش ببرند. گاه‌گاه مشاهده شده است که این اهداف کاملاً در عناد و تضاد با اهداف ماهوی نظام سیاست‌گذاری آموزشی است، لیکن به سبب درهم‌تنیدگی‌هایی که بین افراد نفوذی صورت گرفته است، این چالش به وجود آمده است. به دلیل اهمیت بالای این موضوع، در این پژوهش اهتمام بر آن است تا انواع راه‌های نفوذ و همچنین تاثیر گروه‌های ذینفوذ در حیطه سیاست‌گذاری آموزشی که همچون یک اهرم فشار هستند، بازشناخته شوند و با راهکاری مناسب، به سمت سیاست‌گذاری عمومی منطبق بر منطق سوق داده شوند.

کلید واژگان: سیاست‌گذاری آموزشی، برنامه ریزی آموزشی، گروه ذینفوذ و فشار در سیاست‌گذاری

مقدمه

خط‌مشی‌گذاری عمومی از سوی نهادهای دولتی و رسمی در راستای تحقق اهداف جامعه و منافع عمومی صورت می‌گیرد. سیاست‌های عمومی نتیجه اقتدار رسمی در یک نظام سیاسی هستند. مطالعات خط‌مشی‌گذاری عمومی درصدد پاسخ به این پرسش‌هاست که چه عواملی، چرا و چگونه سیاست‌های عمومی را شکل می‌دهند، این سیاست‌ها چگونه اجرا می‌شوند و چه نتایج و تاثیراتی را به دنبال دارند؟ دانشمندان و پژوهشگران خط‌مشی‌گذاری عمومی برای پاسخ به این پرسش‌ها، رویکردهای مختلفی را انتخاب می‌کنند و متناسب با آن رویکرد و به اقتضای موضوع مورد مطالعه بر عوامل مشخصی متمرکز می‌شوند. بعضی بر عوامل نهادی و قانونی تاکید می‌کنند و به بررسی نقش نهادها در گزینش سیاست‌ها و شیوه اجرای سیاست‌ها می‌پردازند، بعضی دیگر شرایط اقتصادی و اجتماعی را تعیین کننده می‌دانند و تاثیر این شرایط را بر سیاست‌ها بررسی می‌کنند. برخی از پژوهشگران نیز اندیشه و تفکر خط‌مشی‌گذاران را مورد توجه قرار داده و نگرش‌ها، ارزش‌ها، انگیزه‌ها و الگوهای رفتار خط‌مشی‌گذاران را به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته و تاثیر آن را بر سیاست‌های عمومی مورد بررسی قرار می‌دهند. در همین راستا نیز می‌توان گفت که به دلیل ماهیت بسیار مهم سیاست‌ها و نوع خط‌مشی‌های مورد استفاده برای پیشبرد مقاصد و اهداف در پهنه آموزشی عالی

کشور، در حال حاضر مطالعات سیاست‌گذاری^۱ به جنبه‌ای پر اهمیت از صنعت نشر دانشگاهی تبدیل شده است (فریدون، ۱۳۸۵: ۱۹)

دلیل این ادعا را می‌توان شمار فزاینده عناوین نوشته‌های مرتبط با سیاست‌گذاری دانست. بدین‌سان سیاست‌گذاری بخش مهمی از دروس و برنامه‌های تحصیلی در بسیاری از رشته‌ها را به خود اختصاص داده است. که یکی از دلایل ظهور سیاست‌گذاری عمومی را با چنین هیبتی می‌توان توانایی و ناتوانی همگان دانست. زیرا رشته‌های مختلف از طریق حد و مرزهای قدیمی خود، سیاست‌گذاری عمومی را درک می‌کنند. به‌طور کلی سیاست‌گذاری عمومی به این مسئله می‌پردازد که مسائل چگونه تعریف و ساخته می‌شوند و چگونه در تقویم سیاسی و سیاست‌گذاری جای می‌گیرند. همچنین سیاست‌گذاری را می‌توان مطالعه چگونگی، چرایی و میزان تأثیر فعالیت یا عدم فعالیت دولت در زمینه‌هایی خاص نیز دانست یا به گفته «دای»^۲، آن را «کار دولت، چرایی انجام آن و تأثیر انجام آن» تعریف کرد (تسلیمی، ۱۳۷۸: ۴۹).

تعاریف

یکی از نکاتی که باید در بحث سیاست‌گذاری عمومی به آن توجه کرد، بحث تعریف مفاهیم دخیل در حوزه سیاست‌گذاری است.

سیاست‌گذاری: «درور»^۳ معنای سیاست‌گذاری را «نوعی آگاهی هوشمندانه» در زمینه انتخاب میان دو راه جایگزین می‌داند. برای اداره جوامع یا مجموعه‌ای از فعالیتها، طرح‌ها یا مجموعه‌ای از مقاصد سیاسی است که در مقابل «امور اداری» قرار می‌گیرد (پارسونز، ۱۳۸۵: ۱۰).

خط مشی عمومی: خط مشی، در معنی خاص عبارت است از تصمیمات و سیاست‌هایی که به وسیله مراجع مختلف بخش عمومی از قبیل: مجلس، دولت و قوه قضائیه اتخاذ می‌گردد. به بیانی دقیق‌تر خط مشی عمومی، اصول کلی است در مورد هدف‌های نظام و مسئولیت‌هایی که هر بخش باید عهده‌دار گردد (الوانی، ۱۳۹۳: ۲۶).

برنامه‌ریزی استراتژیک: واژه استراتژی از معادل یونانی آن «استراتگوس» گرفته شده و در اصل به معنای رهبری می‌باشد. یکی از عمده مفاهیم آن، روش شناسی و منفک نبودن از زمان است. توجه به عامل زمان و تفکیک آن به دو سطح: «زمان تاکتیک»^۴، که گردش آن بدون توقف و پیوسته است و انجام امور خرد و بی نهایت مولد در حیات یک بنگاه، شرکت یا سازمان است. «زمان استراتژیک»^۵، که گردش آن ناپیوسته است و برای تصمیمات بزرگ و عمده تنظیم می‌شود (مشایخ، ۱۳۸۹: ۳۱)

ماهیت سیاست‌گذاری

از آنجا که فرآیند سیاست‌گذاری، یک عنصر مهم در برنامه‌ریزی آموزشی است، تبیین مفاهیم «سیاست» و «سیاست‌گذاری» قبل از آن که به مطالب دیگر بپردازیم، ضرورت دارد. وجود تعاریف متعدد و گوناگون از واژه سیاست امری قابل درک است. اما در این جا مراد ما از سیاست یک تعریف عملی و کارکردی است: سیاست، تصمیم گروهی یا انفرادی آشکار یا غیرآشکاری است که مجموعه‌ای از رهنمودها برای هدایت تصمیمات آینده، شروع یا کند نمودن یک اقدام، یا راهنمایی اجرایی در مورد تصمیمات قبلی را فراهم می‌آورد. سیاست‌گذاری، گام اول یک چرخه برنامه‌ریزی است و برنامه‌ریزان قبل از آن که اجرا و ارزیابی یک فرآیند را به طور اثربخش طراحی کنند، باید یک ارزیابی پویا از چگونگی تنظیم سیاست‌ها، به عمل آورند (تسلیمی، ۱۳۷۸: ۶۳)

سیاست‌گذاری و تعیین سیاست دولتی به دلیل ماهیت پیچیده مسائل عمومی، نیازمند ابزارها و روش‌های علمی است. سیاست (خط مشی) عمومی به مجموعه‌ای از اقدامات نسبتاً پایدار، ثابت و هدفمند دولت برای حل مشکلات یا دغدغه‌های عمومی اطلاق می‌شود (اندرسون، ۲۰۱۱، ۷). «دای»^۶، از صاحب‌نظران عرصه مدیریت دولتی و سیاست‌گذاری عمومی، سیاست عمومی را

¹ policy

² Dye

³ Deruro

⁴ Tactical time

⁵ Strategic time

⁶ Dye

هر عملی که دولتها تصمیم بر انجام دادن یا انجام ندادن آن می‌گیرند، تعریف می‌کند(دای، ۲۰۱۶، ۲۱). «پیترز^۱، در تعریفی ساده، سیاست‌های عمومی را مجموعه اقدامات دولت در نظر می‌گیرد، خواه مستقیم و یا به نمایندگی که بر زندگی عموم شهروندان جامعه، تأثیرگذار است (پیترز، به نقل از بریکلند^۲، ۲۰۱۵: ۸). سیاست‌های عمومی، نوعی مداخله در حیطه منابع و اختیارات و حقوق ذینفعان اجتماعی است و منافع شهروندان و گروه‌های اجتماعی و حتی نسل‌های آتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین، انتظار معقول این است که نه تنها دلایل هنجاری رضایتبخش و مشروعیت اجتماعی لازم برای این کار خطیر را داشته باشند، بلکه باید اهداف سیاسی را بر مبنای مدلی علی توجیه کنند. به بیان دیگر، سیاست‌گذاری باید مبتن بر تفکری علی و با پشتوانه پژوهش‌های معتبر علمی و اجتماعی باشد (فراسخواه، ۱۳۹۲، ۲).

لذا از منظری دیگر، سیاست‌گذاری پیش از آنکه قبل از گزینشی آگاهانه و بر اصول منطقی استوار باشد یک اقدام و عمل سیاسی به شمار می‌آید. فرایند سیاسی، فرایند اصلی در خط مشی‌گذاری عمومی است. این فرایند مجموعه‌ای از قدرت و نفوذ در جامعه است که در آن بازیگران زیادی می‌کوشند تا به اهداف معینی دست یابند و در این راستا سیاست به عنوان هنر تحت نفوذ درآوردن عملکردها با مسأله قدرت در ارتباط می‌باشد. خط مشی عمومی زاینده ائتلاف‌ها، بده بستان‌ها و متقاعد ساختن‌های بی شماری است. خط مشی خوب خط مشی است که بازیگران صحنه سیاست و صاحبان قدرت روی آن به توافق رسیده باشند (شالک^۳، ۲۰۱۱: ۱۱). لذا در حیطه نظام آموزش و ارتباط آن با سیاست‌گذاری می‌توان به این موضوع پرداخت که اصولاً مجموعه کلی چارچوب نظام آموزشی کشور برای دستیابی به اهداف و مأموریت‌های مطرح شده، می‌بایست سیاست‌ها و خط‌مشی‌های مناسبی را در زمینه‌های آموزش، پژوهش، فرهنگ و... در عرصه سازمانهای آموزشی طراحی کند. در پیش گرفتن چنین سیاست‌هایی مستلزم این است که نظام آموزش، دارای شیوه‌ها و الگوهای مناسب برای سیاست‌گذاری در سطوح عالی تصمیم‌گیری باشد، به گونه‌ای که هم استانداردهای علمی و عقلانیت و هم شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه را مورد توجه قرار دهد و یکی از الزامات آن چیدمان صحیح افراد و گروه‌های درگیر سیاست‌گذاری است (پیکانی، ۱۳۹۴: ۷). به همین نسبت باید اشاره داشت به اینکه اساساً سیاست‌گذاری و اجرا آن باید چارچوب و قاموس مشخصی جهت شروع و پیاده‌سازی آن، داشته باشد. زیرا بدیهی است که وجود برنامه و نظم در گام‌های اجرای سیاست‌گذاری نشانه پویندگی و استوار بودن آن است. لذا عمده مولفه‌های موجود در حیطه سیاست‌گذاری نسبت به اولویت وجودی آن، به صورت ذیل خواهد بود:

شناخت ارزشها و اولویت بندی آنها براساس اهمیت

شناخت واقعیات و امکانات محدود جامعه

شناخت مسایل و تنگناهای عمومی

مطالعه امکانات بالفعل و بالقوه جامعه

ارزیابی نظام خط مشی‌گذاری موجود

تعیین واحدهائی که می‌توانند وظیفه خط مشی گذاری راعهده دارباشد

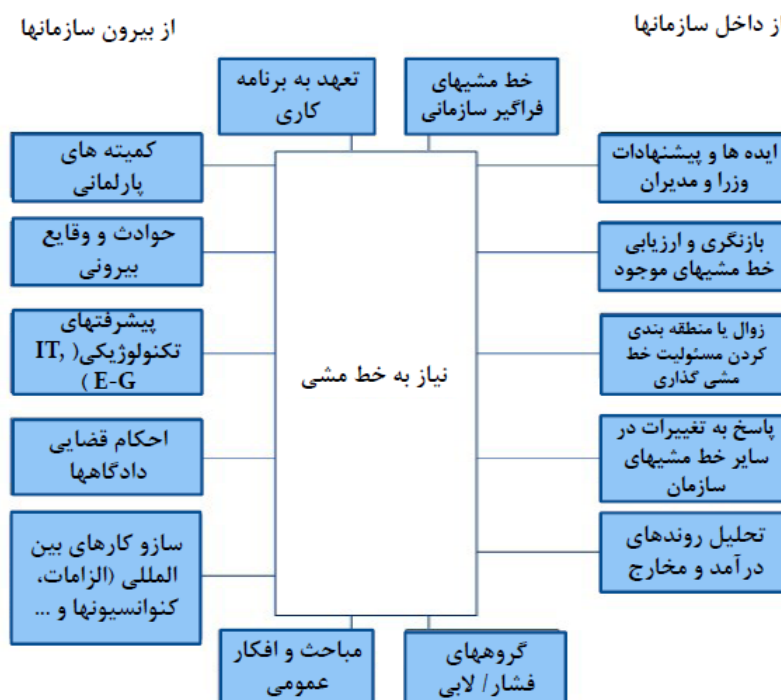
تعیین رویه کلی خط مشی گذاری(دانش فرد، ۱۳۸۸: ۵۹).

¹ Peters

² Brikland

³ Schalk

شکل ۱- دلایل نیاز به سیاست‌گذاری (برگرفته از کتاب فرآیند خط مشی گذاری عمومی الوانی، شریف‌نبا، ۱۳۹۳)



فرایند شکل‌گیری خط مشی عمومی

وجود خط مشی عمومی، سازمانها را در انجام اقدامات و برنامه‌هایشان مدد میدهد و هادی آنان در عملیاتشان میباشد. ارزیابی و کنترل برنامه‌ها و فعالیت‌های بخش عمومی، جزء شاخصه‌های خط مشی عمومی است و به عنوان شاخص و معیاری برای سنجش و ارزیابی و کنترل عمل می‌نماید (شریف‌زاده، ۱۳۹۵: ۶۸). از این‌رو، عمده ویژگی‌های خط مشی عمومی را می‌توان در شئون زیر متجلی نمود:

- پایداری
- آینده نگری واقع بینانه
- هدف داربودن
- عام بودن (شریف زاده، ۱۳۹۵: ۷۴)

بر همین اساس در شکل‌گیری خط‌مشی عمومی، عواملی از قبیل میزان قدرت و نفوذ سیاسی، ارتباط بین گروه‌های قدرت و چگونگی شیوه‌های مذاکره و سازش و مولفه‌های توافق و ارباب تأثیر می‌گذارند و خط‌مشی‌های عمومی به صورت نمودی از قدرت و نفوذ سیاست‌گذاران در می‌آید. لذا می‌توان آنها را تبلوری از قدرت دانست. لذا مسأله قدرت و نفوذ برای روشن شدن فرایند سیاسی خط‌مشی‌گذاری عمومی ضروری به نظر می‌رسد که در اینجا به صورت اجمالی بر این روند و همچنین ملزومات و عوامل دخیل در حوزه تصمیم‌گیری و خط مشی‌گذاری اشاره خواهد شد (الوانی، ۱۳۸۰: ۲۱).

فرایند عقلانی سیاست‌گذاری عمومی

استفاده درست از منابع و امکانات برای تحصیل بهترین نتیجه جهت تحقق آرمانها، خط مشی گذران با بهره‌گیری از فرایند عقلانی خط مشی گذاری، با ترازوی منطق گزینه‌های مختلف را می‌سنجد و بهترین را انتخاب می‌کند.

فرایند ماورای عقلایی مبتنی بر قدرت فردی

تصمیم‌گیری‌هایی که با تکیه بر قدرت فردی ناشی از صفات ذاتی و استعدادهای خارق‌العاده شخصی انجام می‌پذیرد، تصمیم‌گیری به شیوه ماورای عقلایی نامیده‌اند، با مدل‌های فرایند عقلایی کاملاً متفاوت است. این الگو به عنوان یک شیوه تصمیم‌گیری

و خط مشی گذاری مطرح است و نمونه‌های بسیاری از آن موجود است. (در میان رهبران، زمامداران، مدیران و...). تصمیم‌گیری بر مبنای شهود، نبوغ فردی و دریافتهای ذهنی تصمیم‌گیرنده صورت می‌گیرد. از این متد تصمیم‌گیری گاهاً در گروه‌های فشار جهت مدیریت و سازماندهی افکار برای تصمیم‌گیری استفاده می‌شود (هاولت^۱، رامش^۲، به نقل از منوریان، ۱۳۸۰: ۷۹).

ارکان خط مشی و سیاست‌گذاری عمومی

سه رکن مهم خط مشی گذاری عمومی

- مرجعیت: معمولاً کنش و واکنش‌های دولتی در مسیر مرجعیت صورت می‌گیرد تصاویری از واقعیت هستند که سیاست‌ها با ارجاع به آنها معنا می‌یابند. خط مشی گذاران برای دفاع از چرایی شکل‌گیری خط مشی به مرجعیت آن خط مشی اشاره می‌کنند. مرجعیت کلی حاکی از ارزشهای اساسی جامعه که هر جامعه بدان وسیله خود را برای دیگران تعریف و ترسیم می‌کند.

- واسطه‌گری و واسطه‌ها: واسطه‌ها رابط بین مردم و مرجعیت هستند که مسایل و مشکلات حال و آینده مردم را تشخیص، درک و به مرجعیت بیات می‌کنند، حتی راه حل‌های خود را برای حل مسئله پیشنهاد می‌کنند. نمایندگان مجلس نمونه‌ای از واسطه‌هاست.

- چرخه خط مشی گذاری: بیشترین خط مشی گذاری عمومی در چرخه خط مشی گذاری است، از تشخیص دریافت مسئله، طراحی، اجرا و ارزیابی و اصلاح و تغییر و خاتمه خط مشی در چرخه خط مشی می‌گنجد (گیوران، ربیعی، ۱۳۸۰: ۲۹).

توسعه رویکرد سیاست‌گذاری

«لاسول^۳»، عقیده دارد که افکار عمومی، بخشی کلیدی از مطالعات سیاست‌گذاری محسوب می‌شود. در یک نظام دموکراتیک، سیاست‌گذاری عمومی در واقع یکی از کارکردهای افکار عمومی است. افکار عمومی مفهومی است که با توسعه نهادهای سیاسی و اشکال مختلف گسترش آن تحول یافت. در قرن بیستم، ویژگی اصلی تغییر شکل مفهومی افکار عمومی نوعی تمایل به اندازه‌گیری آن و حساب باز کردن بر تغییرات و تأثرات آن بود. همچنین «پارسونز» در کتاب سیاست‌گذاری عمومی عقیده دارد که توسعه تحلیل سیاست‌ها باید در بافت عقلانیت سیاسی و حکومت به مثابه یک فعالیت سیاست‌گذاری جای داده شود. این مفهوم روشنگر که جهان سرشار از معماها و مسائلی است که از خلال کاربست خرد و دانایی انسان حل می‌شود، پیشینه رشد رویکرد سیاست‌گذاری را شکل می‌دهد. بنابراین می‌توانیم توسعه علوم سیاست‌گذاری را در شکل یک حکومت دانایی محور به تصویر کشید؛ حکومتی که در آن به کسب حقایق و دانایی در خصوص مسائل پرداخته می‌شود تا آن که راه حل‌های بهتر شکل گیرند (خانیک، به نقل از لاسول، ۱۳۹۴: ۶۲). همچنین یکی از مشخصات بارزی که سیاست‌گذاری عمومی دارد این است که در هر زمان معین، سیاست‌گذاری عمومی برآیند توازن یا تفاهم بین منافع رقیب است و این یعنی «سیاست‌گذاری عمومی در جهت خواست گروه‌های متنفذ و دور از خواسته گروه‌هایی که نفوذ خود را از دست داده‌اند می‌باشد» (دای، ۲۰۱۶: ۴۲).

جایگاه برنامه‌ریزی استراتژیک

یکی از مفاهیم پرکاربرد که هم‌جهت و مترادف با سیاست‌گذاری می‌باشد، برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشد. اصولاً برنامه‌ریزی استراتژیک یک فرایند پویاست که با دور نگری نسبت به واقعیت‌های موجود، راهبردها و تاکتیک‌های موثری برای رسیدن به فردای بهتر ارائه می‌دهد. از برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان روشی برای بهبود نتایج حاصل از کارکرد یک نهاد یا سازمان در رویارویی با رقابت‌ها، موانع و یا تهدیدها یاد می‌شود. خاصیت بسیار مهم برنامه‌های استراتژیک این است که هرگز به پایان نمی‌رسد و معمولاً در مقاطع مختلف، پیوسته ادامه دارد. برنامه‌ریزی استراتژیک در جهت کمک به سازمان‌های دولتی و غیر انتفاعی و همچنین جوامع برای ارائه عکس‌العمل نسبت به موقعیت‌های جدید طراحی شده است. برنامه‌ریزی استراتژیک تلاشی سازمان

^۱ hawolett

^۲ Rameish

^۳ Lasswell

یافته و منظم برای اتخاذ تصمیمات بنیادی و انجام دادن اقدامات اساسی که سرشت و سمت گیری فعالیت های یک سازمان با دیگر نهادها را در چارچوبی قانونی شکل می دهند، می باشد (کافمن^۱، ۱۳۷۴: ۵۱).

برنامه ریزی استراتژیک، در بهترین شکل خود، نیازمند جمع آوری اطلاعات بسیار وسیع، جست و جوی گزینه های مختلف، و تاکید بر مدل های آینده تصمیماتی که امروز اتخاذ می شوند، خواهد بود. برنامه استراتژیک، ارتباطات و مشارکت را سهولت بخشیده، علائق و ارزش های ناهمگرا را با یکدیگر همسو و منطبق می کند، و تصمیم گیری منظم و اجرای موفقیت آمیز را ترویج و تشویق خواهد کرد. مشخصاً، برنامه ریزی استراتژیک را می توان در زمینه های زیادی مورد استفاده قرار داد. از جمله در نظام آموزشی کشور که رویکرد استراتژیکی در این نظام خواهد توانست آینده نگری را رقم زده و بهترین خروجی را حاصل نماید (امیدوار، ۱۳۸۷: ۴۱). لازمه برنامه ریزی استراتژیک برخورداری از تفکر استراتژیک است. منظور از تفکر استراتژیک ژرف نگری بخردانه در حیطه سیاست گذاری در سه سطح فراسوی کلان (جهان)، کلان (جامعه)، و خرد (نهاد یا سازمان) است. با تفکر استراتژیک حتی اگر عمل در سطح خرد (تدریس در کلاس درس یا مدیریت نهاد آموزشی) انجام پذیرد تفکر و اندیشه (در سطح فراسوی کلان) معطوف به هستی وندان و شهروندانی خواهد بود که در نهایت به جامعه تحویل داده می شود (مشایخ، ۱۳۸۹: ۶۲).

نفوذ و فشار در حیطه سیاست گذاری در آموزش

سیاست گذاری در زمینه نظام آموزش در سال های اخیر، در مجموع از منطق موجه و پایداری پیروی نمی کند و فاقد ویژگی های بایسته ای بوده که معمولاً از یک نظام سیاسی انتظار می رود. ویژگی هایی مانند سنت نظری قابل دفاع، سازگاری خلاق با تحولات محیط بین المللی، ظرفیت پیش بینی رفتار کنشگران، یکپارچگی، قابلیت اجرایی، کارآمدی، اثربخشی، عناصر اخلاقی، توانایی حل رضایت بخش تعارض ها و تأثیر مطلوب اجتماعی. آسیب های ساختاری که صاحب نظران و پژوهشگران این عرصه، بر آن صحنه می گذارند؛ درحالی که ریشه بسیاری از این چالش ها، مستقیم یا غیرمستقیم برآمده از سیاست گذاری و تصمیم گیری در حوزه نظام آموزش ایران است (فراستخواه، ۱۳۹۲: ۳). در کلیه نظام های سیاسی، قدرت سیاسی، افکار عمومی را مهم می شمارد؛ یعنی با اثر گذاردن بر روی مردم می توان به طور غیر مستقیم بر روی قدرت اثر گذارد و تصمیمات دولت را در جهت خواسته های خود هدایت کرد. (فراستخواه، ۱۳۹۲: ۷).

گروه های ذینفوذ با استفاده از قدرت خود که لازمه تأثیر گذاری است، به اشکال مختلف به نفوذ در ابعاد جامعه و خط مشی ها می پردازد. به عنوان مثال وقتی انجمن معلمان به دنبال ایجاد قانونی در مجلس برای افزایش حقوق معلمان است، یک گروه ذینفوذ شناخته می شود. هدف گروه های ذینفوذ کسب مستقیم قدرت نیست، این گروه ها به دنبال آن نیستند که در اعمال قدرت شرکت جویند، بلکه هدف آنها این هست که زمامداران را زیر نفوذ آورند و بر آنها فشار وارد آورند تا در جهت منافع گروه ذینفوذ گام بردارند (جاودانی^۲، ۱۳۹۴: ۲۰). همچنین برای اجرایی شده این نفوذ ها، یکسری مولفه هایی است که گروه های نفوذ جهت تأثیر گذاری و اعمال فشار از آنها بهره می برند که این مولفه ها عبارتند: ارتباطات شخصی، ائتلاف و احزاب سیاسی، حضور در مراکز تصمیم گیری، رسانه های جمعی و تظاهرات اعتراضی و اقدامات نامشروع. این گروه ها نسبت به شرایط و موقعیت از هر یک از این مولفه ها به نوعی استفاده می کنند تا اهداف خود را پیاده سازی نمایند (فراستخواه، ۱۳۹۲: ۱۱).

احزاب، گروه های نفوذ و ذینفوذ

احزاب در پی دستیابی و فتح قدرت و سهم شدن در قدرت دولتی اند و اهداف اقتصادی و مسلکی برای آن ها در رتبه های کم اهمیت تری است. احزاب سیاسی به صورت سازمان هایی رسمی از برنامه ای مشخص تبعیت می کنند و مستقیم بر سیاست گذاری ها تأثیر می گذارند (جاسبی، ۱۳۹۲: ۱۴). همچنین گروه های نفوذ، تشکیلاتی غیر سیاسی اند و به دنبال کسب قدرت در دولت نیز نیستند؛ بلکه بیرون از دولت بر آن فشار می آورند تا به امتیاز های مادی و غیرمادی دست یابند. این گروه ها دارای تشکیلات رسمی و مرامنامه خاص نیستند و هر اندازه که نظام ها از خصیصه کثرت گرایی برخوردار باشند، به همان نسبت بر نقش این گونه گروه ها افزوده می گردد (بشیری، ۱۳۷۹: ۲۶). از طرفی گروه های ذینفوذ از افراد یا سازمان هایی تشکیل شده است که هدف مشترکی دارند و از نفوذ و قدرت مسلطی در یک زمینه برخوردارند و تلاش می کنند از راه های سیاسی، اهداف خود را تحقق بخشند یا بر

^۱ Charlie Kaufman

خطمشی‌گذاری‌ها تأثیر گذار باشند. گروه‌های ذینفوذ به علت داشتن نفوذ و قدرت می‌توانند در به جریان انداختن، توافق و تصویب قوانین دخالت داشته باشند (الوانی، ۱۳۹۳: ۹۷). به طور کلی، گروه ذینفوذ به گروهی اطلاق می‌شود که هدف اصلی آن (صرف‌نظر از هدف مدون و قانونی آن) معطوف به اثرگذاری بر فرایند خطمشی‌گذاری باشد و در این راه، منافع خود را مدنظر داشته باشد (شریف‌زاده، ۱۳۹۵: ۵۱). بدیهی است که گروه‌های ذینفوذ بر حسب ماهیت و نوع کارکرد شعباتی را شامل می‌شود که به اهم آنها بیان خواهد شد.

گروه‌های کاملاً ذینفوذ و گروه‌های نسبی

گروهی کاملاً ذینفوذ است که اختصاصاً در حوزه سیاست عمل کرده و بر قوای عمومی نفوذ نماید. بر عکس گروهی نسبی است که فشار سیاسی تنها بخشی از فعالیت‌هایش بوده و فعالیت دیگری هم داشته باشد. گاهی گروه نفوذ شامل گروه‌های اقتصادی (سازمان‌های اقتصادی، حرفه‌ای، شغلی و اتحادیه‌ها) و گروه‌های فرهنگی (دانشگاه‌ها، سازمان‌های علمی و روشنفکران) می‌شوند که ممکن است اهدافشان سیاسی نباشد اما، فعالیت‌های سیاسی وسیله‌ای برای نیل به اهداف غیر سیاسی باشد. همچنین گروه نفوذ از حیث علایق تشکیل دهنده، به گروه‌هایی که بر علایق عینی یا مادی تکیه دارند مثل اتحادیه‌ها و گروه‌هایی که مبتنی بر نگرش‌ها یا ارزش‌های ذهنی هستند، مثل انجمن‌های حمایتی تقسیم می‌شوند (علیزاده، ۱۳۹۴: ۷۹).

جدول ۱- طبقه‌بندی گروه‌های نفوذ

بر پایه اهداف	مثال	بهره‌مندان
گروه‌های ذینفوذ حمایتی	اتحادیه‌های کارگری	افراد خاص
گروه‌های ذینفوذ ارتقایی	گروه‌های حافظ محیط	جمعی
بر پایه‌ی نحوه عضویت	مثال	بهره‌مندان
گروه‌های ذینفوذ بسته	اتحادیه‌های کارگری	افراد خاص
گروه‌های ذینفوذ باز	گروه‌های حافظ محیط	جمعی
بر پایه‌ی موقعیت	مثال	بهره‌مندان
گروه‌های ذینفوذ داخلی	گروه‌ها و انجمن‌های ملی	آحاد مردم کشور
گروه‌های ذینفوذ بین‌المللی	گروه‌ها و انجمن‌های بین‌المللی	افراد و گروه‌های خارجی

ممکن است بخشی از سازمانهای عمومی یا بروکراسی‌های دولتی به عنوان گروه نفوذ عمل کنند. از همین رو می‌توان از این حیث گروه‌های نفوذ را به گروه‌های ذینفوذ رسمی و غیررسمی تقسیم کنیم. گروه‌های رسمی مرکب از کارمندان و کارگزاران رسمی سازمانهای عمومی هستند و گروه‌های ذینفوذ غیررسمی شامل افرادی که خارج از سازمانهای عمومی بوده و صاحب مشاغل غیردولتی هستند (الوانی، ۱۳۹۳: ۱۱۴).

الگوی ارتباط بین احزاب و گروه‌های ذینفوذ

رابطه نزدیک مثال: رابطه بین حزب کارگر و اتحادیه‌های تجاری در انگلستان (حزب کارگر بیشتر بودجه خود را از اتحادیه‌ها تأمین میکند)

در این الگو گروه‌های ذینفوذ هرگونه ارتباط و تعهد را با احزاب سیاسی انکار می‌کنند. حد وسط دو الگوی افراطی قبلی، در این الگو گروه‌های ذینفوذ سیاسی‌اند ولی حزبی نیستند (کاملاً غیر حزبی نیستند بلکه دو حزبی می‌باشند) (علیزاده، ۱۳۹۴: ۸۵).

نقش و جایگاه گروه فشار در زمینه تصمیم‌گیری و خط‌مشی

به مجموعه‌ای از افراد اطلاق می‌شود که با به کارگیری خشونت و از طریق غیر قانونی درصدد تغییر اوضاع سیاسی به نفع قدرتمندان حامی خود می‌باشند. آنها به دنبال این هستند تا از نفوذ خود نه تنها به منظور حراست از منافع خویش بلکه تحمیل خواسته‌های خود و در مواردی، به قیمت تضییع حقوق دیگران استفاده کنند. معمولاً بین منافع دولت و گروه‌های فشار باید

تعارض وجود داشته باشد، اما در بسیاری از مقاطع تاریخی گروه‌های فشار همسو با منافع دولت می‌باشند. رهبران و گردانندگان گروه‌های فشار برای قالب بندی نیروهای جذب شده به سوی خود از فنون نظامی بهره می‌گیرند (الوانی، ۱۳۸۰: ۷۴).

نقش قدرت در فرایند سیاسی خط مشی گذاری

در بیان و توصیف قدرت، تعریفی موجود نیست که مورد قبول همه اهل نظر باشد و صاحب‌نظران به گونه‌های متفاوتی آن را توصیف و تعریف کرده‌اند: قدرت در یک رابطه اجتماعی، موقعیتی است که فرد بتواند اراده و نظر خود را به دیگران بقبولاند حتی اگر آن نظر مخالف نظر سایرین باشد (الوانی، ۱۳۸۰: ۸۳). قدرت در پروسه سیاست‌گذاری در واقع توانایی است به منظور تأثیرگذاران بر جریان امکانات و منابع به سمت یک سلسله اهداف مورد نظر که بر خلاف اهداف دیگر می‌باشد. بر اساس این تعریف، قدرت زمانی تحقق می‌یابد که اهداف با هم حداقل در بخشی متعارض باشند و فرد بتواند هدف خویش را عملی سازد و سایر اهداف را به کنار نهند (تبریزنیا، ۱۳۷۱: ۵۵). به عبارت دیگر، قدرت ناشی از مقام و مرتبه سازمانی، اداری و منزلت سیاسی و تخصص و در نهایت وقوف به اطلاعات سازمانی می‌باشد که ماحصل آن اجبار و ترغیب دیگران بر رفتار خاصی است که در تضاد با منافع کلی شکل می‌گیرد که یکی از اقسام بروز قدرت در بدنه تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، گروه‌های ذینفوذ می‌باشد (الوانی، ۱۳۸۰: ۹۰).

گروه‌های نفوذ و فشار در سیاست‌گذاری آموزشی

گروه‌های ذینفوذ به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند. هر یک از دانشمندان علوم سیاسی و خط مشی گذاری عمومی، گروه‌های ذینفوذ را از جنبه‌ای خاص مورد عنایت قرار داده‌اند. «گابریل الموند»^۱، گروه‌های ذینفوذ را به صورت زیر طبقه‌بندی می‌کند: گروه‌های ذینفوذ فردی: وقتی فردی به علت نفوذ و قدرت زیاد بتواند نظرات خود را در خط مشی گذاری اعمال نماید، در واقع نقش گروه ذی‌نفوذ را ایفا کرده است. گروه‌های ذینفوذ فردی را معمولاً افراد ثروتمند و صاحب جایگاه در دستگاه‌های حکومتی تشکیل می‌دهند.

گروه‌های نهادینه: احزاب سیاسی، شرکت‌های تجاری، مجالس قانونگذاری، ارتش‌ها، بوروکراسی‌ها و نهادهای مذهبی، نمونه‌هایی از گروه‌هایی نهادینه هستند. این گروه‌ها رسمی بوده و دارای جایگاه و وظایف قانونی در سطح جامعه می‌باشند. زمانی که گروه‌های نهادینه خارج از وظایف رسمی خود در روند امور سیاسی و خط مشی گذاری عمومی مؤثر واقع شوند، در واقع ایفاگر نقش گروه‌های ذینفوذ هستند.

گروه‌های انجمنی: گروه‌های انجمنی آشکارا برای آن تشکیل شده‌اند که نماینده و حافظ منافع گروه خاصی باشند. گروه‌های ذینفوذ انجمنی در جوامع دموکراتیک نقش مهمی ایفا می‌کنند. این گروه‌ها شامل اتحادیه‌های کارگری، اتاقهای بازرگانی، اتحادیه‌های صنفی تولید کنندگان، انجمن‌های مربیان و کارکنان مدارس و آموزشگاه‌ها، انجمن‌های قومی، انجمن‌های مذهبی و گروه‌های مدنی و یا دینی هستند (آلموند و دیگران، ۱۳۷۶: ۱۲۰ - ۱۲۷).

یکی از عمده گروه‌هایی که می‌توانند به عنوان یک مولفه ذینفوذ در حیطه سیاست‌گذاری آموزشی و همچنین برنامه‌ریزی و تعیین خط مشی آموزشی نقشی بارز داشته باشد، انجمن‌های اولیاء و مربیان است. انجمن اولیا و مربیان گسترده‌ترین دستگاه ارتباطی حاکمیت با خانواده است. از آنجا مسئولیت خطیر تربیت و پرورش روانی و اجتماعی دانش‌آموزان به صورت نسبی بین نهادهای آموزشی و اولیاء دانش‌آموزان تقسیم شده است، این گروه ذینفوذ قطعاً دارای برنامه و سازمان فکری خاصی خواهد بود. به همین دلیل می‌توان گفت انجمن اولیا و مربیان بهترین ظرفیت برای تحقق اهداف و پل ارتباطی بین اولیا و مدرسه است. زیرا از طریق این کانال، می‌تواند نظرات و اندیشه‌های جمعی کثیر به گوش مسئولین و سیاست‌گذاران حوزه آموزش برسد. همچنین این دسته از انجمن‌ها با روابط اجتماعی و گاهاً ائتلافی و فردی که دارند نیز خواهند توانست با قدرت بیشتری اعمال نظر نمایند. این مورد در خصوص آموزش عالی و دانشگاه‌ها نیز صادق هست. البته ناگفته نماند که در دانشگاه‌ها انجمن‌های اولیا و مربیان به همین شکل متداول وجود ندارد و به جای آن انجمن‌های دانشجویی، اسلامی و بسیج دانشجویی نیز به عنوان نهادهای مؤثر

^۱ Gabriel Almond

می‌توانند در سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی‌های آموزشی در حوزه‌ای محدود، ذینفوذ بوده و ایفای نقش نمایند (خانیکی، ۱۳۹۴: ۶).

در یک جمع‌بندی کوشش‌های گروه‌های ذینفوذ در دو سطح متمایز انجام می‌شود که شامل: اقدام مستقیم در سطح قدرت (وزرا، نمایندگان مجلس و کارکنان عالی‌رتبه)، اقدام غیر مستقیم در سطح مردم (برای برانگیختن واکنش مردم) می‌باشد (تسلیمی، ۱۳۷۸: ۱۷).

در کلیه نظام‌های سیاسی، قدرت سیاسی، افکار عمومی را مهم می‌شمارد؛ یعنی با اثر گذاردن بر روی مردم می‌توان به طور غیرمستقیم بر روی قدرت اثر گذارد و تصمیمات دولت را در جهت خواسته‌های خود هدایت کرد (پورتنی^۱، ۲۰۰۸: ۳۳). بر همین مبنا، گروه‌های ذینفوذ با استفاده از قدرت خود که لازمه تأثیرگذاری است، به اشکال زیر به نفوذ در ابعاد جامعه و خط‌مشی‌ها می‌پردازد.

ارتباط شخصی: فرد ذینفوذ به دلیل داشتن ویژگی مشترک با قانونگذاران مثلاً هم منطقه بودن، می‌تواند اعمال نفوذ کند این ارتباط می‌تواند رو در رو یا از طریق نامه‌نگاری باشد.

ائتلاف: گاهی اوقات گروه‌های ذینفوذ به این نتیجه می‌رسند که به تنهایی قادر به اعمال نفوذ نیستند. در ائتلاف گروه‌های ذینفوذ موقتاً اختلافات خود را کنار گذاشته و برای رسیدن به هدف مشترک کوشش می‌کنند (استایلی^۲، ۲۰۰۶: ۱۱).

به طور کلی حکومت‌ها می‌توانند ضمن فراهم آوردن بستر مناسب جهت فعالیت گروه‌های ذینفوذ، آنها را در مسیر اهداف خط‌مشی‌های عمومی قرار دهند؛ بنابراین شفاف‌ترین رابطه بین گروه‌های ذینفوذ، دولت و مردم همان شناخت اهداف گروه از سوی مردم، فراهم آوردن شرایط مساوی از سوی دولت برای همه گروه‌ها و رعایت مسائل بازی گروهی از سوی گروه‌های ذینفوذ در جامعه است (ریاحی، ۱۳۷۹: ۱۲).

پیشنهادهای

با توجه به اینکه هدف از سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی و متعاقباً برنامه‌ریزی در حیطه آموزش، رسیدن به کمال مطلوب و تعالی آموزشی است، اما مهمترین چالش سیاست‌گذاری در آموزش و پرورش در هزاره‌ی سوم، سیاست تحول و تبدیل نظام آموزش فعلی به «آموزش و پرورش کارا و اثربخش» است. کارآمد کردن نظام آموزشی مستلزم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری آموزشی بر اساس واقعیات است. بهره‌گیری درست و به دور از هرگونه افراط و تفریط و یا تعصب کورکورانه از سیاست‌گذاری می‌تواند موجب تحقق رسالت اصلی آموزش و پرورش گردد که همانا تربیت و رشد تک تک انسان‌ها به منظور کمال نفس آنهاست. سعی و کوشش با هدف اصلاحات در آموزش و پرورش، مشروط بر ایجاد هماهنگی و تجانس در لایه‌های مختلف نظام آموزش، دگرگونی‌های سازنده و تأثیرگذاری را در نظام آموزشی ایجاد خواهد کرد. محتوای سیاست‌گذاری در نظام تعلیم و تربیت نوین از رویکردی کل گرایانه پیروی کرده و به تناسب ویژگی‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی با حفظ سیاست‌های کلی کشور باید انعطاف پذیر باشد. در سایه تعلیم و تربیت نوین است که فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هنجارها از نو بازسازی و بازآفرینی می‌شوند. (سیادت و همکاران، ۱۳۹۵). از آنجایی که در نظام‌های سیاسی دموکراسی همچون نظام سیاسی ایران، منابع قدرت گروه‌های ذینفوذ، آنها را به اعضای کلیدی نظام‌های فرعی خط‌مشی تبدیل می‌نماید. گرچه این امر ممکن است تحقق خواسته‌های این گروه‌ها را تضمین نکند ولی به جز در موارد استثنائی که قوه مجریه به رغم مخالفت‌های گروه‌های ذینفوذ تصمیمی سطح بالا در مورد یک خط مشی اتخاذ می‌کند، احتمال نادیده گرفتن این گروه‌ها وجود ندارد. با توجه به این موضوع، حکومت‌ها می‌توانند با فراهم آوردن بستر مناسب جهت فعالیت گروه‌های ذینفوذ، آنها را در مسیر اهداف خط‌مشی‌های عمومی قرار دهند. بنابراین شفاف‌ترین رابطه بین گروه‌های ذینفوذ، دولت و مردم همان شناخت اهداف گروه از سوی مردم، فراهم آوردن شرایط مساوی از سوی دولت برای همه گروه‌ها و رعایت مسائل بازی گروهی از سوی گروه‌های ذینفوذ در جامعه است (ریاحی، ۱۳۷۹؛ الوانی، ۱۳۸۰). همانطور که تبیین گردید، نظام سیاست‌گذاری عمومی کشور و به تبع آن نظام سیاست‌گذاری آموزش دچار اختلالاتی است که با برنامه‌ریزی و همچنین

^۱ Portney

^۲ Staley

بازشناسی پتانسیل‌های موجود، می‌توان در زمینه حل معضل گروه‌های نفوذی در سیاست‌گذاری آموزشی در کشور اقدامات مثبتی را انجام داد. خط مشی گذاری در همه عرصه‌ها باید از نظرات و خواسته‌های مردم نشأت گیرند و به نیازهای آنان پاسخ دهند. (الوانی، ۱۳۹۳) به همین منظور چند مولفه شاخص که تا حد قابل قبولی به عنوان عوامل نفوذ و فشار و در واقع عامل محرک در حوزه سیاست‌گذاری آموزشی نقش داشته و پرداختن به آنها سهم عمده‌ای از این چالش‌ها را مرتفع ساخته و به نوعی به ایجاد رغبت و انگیزش جهت همفکری و بازوی اندیشه‌ای در نهاد سیاست‌گذاری آموزشی منجر خواهد شد، به قرار ذیل می‌باشد:

استفاده از تجربیات اصحاب فکر و همچنین صاحب‌نظران حوزه آموزش و تلاش برای به خدمت گرفتن نیروی استعداد و پتانسیل رابطه‌ای آنها بر حسب منطق سازمان، می‌تواند زمینه‌ساز سیاست‌گذاری مطلوب باشد.

استفاده از تشکلهای دانش‌آموزی و دانشجویی جهت انتقال اندیشه، افکار و تئوری‌های گروه‌های ذینفع به مسئولین بالادستی در حیطه سیاست‌گذاری که از طریق مسالمت آمیز و قانون‌مند، نیازمندیهای قانونگذاری و تعیین سیاست‌های آموزشی صورت پذیرد.

استفاده از قدرت اجتماعی انجمن‌های اولیا و مربیان در حیطه نهاد آموزش و پرورش و همچنین دیگر شوراهای موجود، جهت تبیین نیازمندیها و ارجاع آن به مراجع ذیربط جهت اعمال در حوزه سیاست‌گذاری، به نحوی که این اعمال نظرات از کالبد فشار و نفوذ خارج شده و به یک همفکری و هم‌اندیشی بین انجمن‌ها و سیاست‌گذاران مبدل گردد.

سازمان‌های خیریه‌ای (انجمن خیرین مدرسه ساز، سازمان‌های بهزیستی و آموزشی، سازمان خدمات خیریه غیرانتفاعی) در حوزه سیاست‌گذاری آموزشی که بیشتر حامیان مدارس و دیگر موسسات آموزشی می‌باشند، تا میزان قابل توجهی می‌تواند به عنوان یک نهاد ذینفوذ، در سیاست‌گذاری آموزشی ظهور پیدا نمایند. بدیهی است که همراه نمودن این اقشار و توجه به آرا و نظرات آنان، تاثیر مستقیمی را در سیاست‌های محلی و منطقه‌ای آموزشی خواهد داشت.

بهره‌مندی از ظرفیت علمی قابل ملاحظه تشکلهای همچنین اعضا هیئت‌های علمی دانشگاه‌ها، موسسات آموزشی عالی و دیگر سازمان‌های پژوهشی و آموزشی به منظور اعتبار بخشیدن به سیاست‌گذاری‌های کلی آموزشی با رویکرد علمی و منطقی. بدیهی است که اعضا هیئت‌های علمی بنا به پتانسیل علمی و وجهه شاخصی که در جامعه و نظام آموزشی دارند، سیاست‌گذاران می‌توانند در توان فکری و استدلال علمی این گروه‌ها استفاده نموده و مجموعه سیاست‌های آموزشی موجود را پالایش نماید در به دستاوردی مطلوب تبدیل شود. لذا شرکت دادن این گروه از افراد جامعه، اثربخشی مثبتی را در حوزه سیاست‌گذاری آموزشی به ارمغان خواهند آورد.

لایه‌ها نقش منفی گاه‌ها در حدوث یک سیاست آموزش دارند. زیرا اعمال سلايق گروهی و فراگروهی ممکن است همه ابعاد لازم برای سیاست‌گذاری را فراهم ننماید. حکومتها می‌توانند ضمن فراهم آوردن بستر مناسب جهت فعالیت گروه‌های ذینفوذ که بعنوان مثال در امر آموزش دخیل هستند و به نوعی تشکیل لایه داده‌اند مقابله اخلاق مدار نموده، آنها را در مسیر اهداف خط‌مشی‌های عمومی قرار دهند.

با توجه به ماهیت عوامل دخیل در سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی نظام آموزشی و همچنین نقش گروه‌های ذینفوذ در مورد تصمیم‌گیری آموزشی که پیشتر بدان‌ها اشاره شد، می‌توان گفت که در ارتباط با سیاست‌گذاری آموزشی و برنامه‌ریزی عمومی برای این نهاد، تقریباً همه عوامل از جمله معلمان و دانش‌آموزان در سیاست‌گذاری آموزشی نفوذ موثری داشته و توجه به آنها حائز اهمیت است. چرا که آموزش و پرورش نیاز به تغییر تحول و توسعه دارد. مثلاً در بخش معلمان با مواردی چون، ارتقاء منزلت اجتماعی و سازمانی معلمان از طریق حرفه‌ای و تخصصی شدن معلمی و اشتغال تمام وقت معلمان و بازنگری اساسی در نظام پرداخت حقوق و مزایا و ارائه تسهیلات و امکانات رفاهی و معیشتی، تدوین نظام جامع گزینش و جذب نیرو براساس معیارهای علمی، تحول در رویکردها و برنامه‌های تربیت معلم و حذف رویکردهای بوروکراتیک و تحقیر کننده معلمان در نظام اداری از شرایط لازم برای دستیابی به وضع مطلوب در زمینه نیروی انسانی خواهد بود. (مشکانی و همکاران، ۱۳۹۵) موارد یاد شده به صورت بالافعل منجر به ایجاد تشکلی خواهد شد که جهت دفاع و تحصیل از خواسته‌های معلمان، به عنوان یک گروه ذینفوذ، مقوله سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی را به سمت خواسته‌های خود سوق دهند که این یک نمود عینی در حیطه عامل نفوذ و فشار سیاست‌گذاری آموزشی است.

نتیجه‌گیری

برحسب آنچه بیان شد، دانستیم که اساساً گروه‌ها دینفوذ در همه ادوار سیاسی جهت اتخاذ سیاستگذاری‌ها و تعیین خطوط مشی حضور داشته‌اند، اما آنها مستقیماً در به دست گرفتن زمام قدرت و اعمال آن مشارکت نمی‌کنند. در واقع گروه‌های دینفوذ در پی آنند که از خارج، بر زمامدازان و سیاستگذاران اثر بگذارند و از این طریق جهت تخصیص خواسته‌های خود سیاستگذاران را تحت فشار قرار دهند. معمولاً گروه‌های دینفوذ از اهرم فشار جهت فعالیت‌های سیاسی محض بهره نمی‌جویند، بلکه عمده فعالیت آنها، نفوذ بر قدرت هست نه رسیدن به خود قدرت حتی می‌توان فعالیت گروه‌های دینفوذ و نقش اثربخشی آنان را در حوزه تصمیم‌گیری و نفوذ و فشار به فعالیت‌های صنفی نیز یادآور شد (الوانی، ۱۳۷۹). بر همین اساس می‌توان گفت که گروه‌های نفوذ در همه ارکان تصمیم‌گیری و سیاستگذاری حضور دارند و این موضوع دور از انتظار نیست. از منظر دیگر باید گفت که قاعده‌تاً گروه‌های دینفوذ با ماهیت سازمان‌یافتگی خود و با نفوذ و قدرتی که در اختیار دارند به فرآیند خط مشی‌گذاری جهت می‌دهند. آنها با اعمال نفوذ در بوروکراسی، حکومت و سازمان‌های دولتی، نظرات و منافع خود را در فرآیند تدوین و تصویب خط مشی و حتی اجرا و ارزیابی آن تحمیل می‌کنند. علاوه بر این گروه‌های دینفوذ، با ارائه اطلاعاتی از دیدگاه سیاسی خود یا چکیده‌ای از مطالعات به عمل آمده در تصمیم‌گیری‌های قانون‌گذاران اعمال نفوذ می‌کنند (قلی‌پور، ۱۳۸۷). همچنین در حوزه موضوعات نظام آموزشی باید عنوان نمود که اصولاً مسائل آموزشی بنا بر ماهیت خود، خاستگاه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی دارند. علاوه بر ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی مؤثر بر نظام آموزشی در سطح یک کشور تحولات سیاسی و اقتصادی جهان خواه ناخواه بر سیاستگذاری و تصمیم‌گیری نظام آموزشی کشور سایه می‌گستراند. تحقق اهداف کلان توسعه هر کشوری نیازمند بسترسازی و فراهم کردن مقدمات است. اثرگذاری در حوزه سیاستگذاری آموزش از زوایا و عوامل مختلفی بوده که این عوامل شامل دانش‌آموزان، معلمان، انجمن اولیا، سیاسیون، احزاب، گروه‌های نفوذ و فشار و دینفعان دخیل در حوزه آموزشی کشور می‌باشد. (علاقه‌بند، ۱۳۹۲) از منظر دیگر، نظام آموزش عموماً بعنوان یک نهاد فرابخشی در خدمت خرده سیستم‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جوامع به ایفای نقش می‌پردازد و این نهاد در کنار وظایف اساسی خود همانند تولید دانش و ارتقاء مهارت و پرورش نیروی انسانی، سهم چشم‌گیری نیز بر فرهنگ و تأثیر بر تربیت نسل آینده دارد. از اینرو، نوع سیاست‌گذاری در این نهاد، نیازمند برنامه بسیار دقیق، شفاف و قانونمند و مبرا از هرگونه کج سلیقه و یا اعمال نظرات شخصی و جناحی باید باشد. لذا به طور کلی، این نهاد می‌بایست خط‌مشی‌عاری از هرگونه دسیسه و فشار را تجربه کند. بنابراین شفاف‌ترین رابطه بین گروه‌های دینفوذ، دولت و مردم همان شناخت اهداف گروه از سوی مردم، فراهم آوردن شرایط مساوی از سوی دولت برای همه گروه‌ها و رعایت مسائل بازی گروهی از سوی گروه‌های دینفوذ در جامعه است.

با توجه به همه مولفه‌هایی که در ارتباط با جایگاه سیاستگذاری و تعیین خط مشی آموزش تبیین گردید، جا دارد تا این مسئله مبرهن گردد که به صورت خاص، مجموعه همه این عوامل به منظور تصمیم‌گیری و سیاستگذاری، اساساً چه هدفی را تعقیب می‌کنند. پاسخ این سوال روشن است که بیشترین نقش را در حوزه کاربردی سیاستگذاری آموزشی، برنامه‌ریزی کیفیت آموزش خواهد داشت. زیرا به سبب بهینه‌سازی و هم‌افزایی در حوزه برنامه‌ریزی آموزشی، شاهد ترقی کشور خواهیم بود. به دنبال این موضوع، نکته دیگری که رخ می‌نماید، مولفه‌های دخیل در برنامه‌ریزی کیفیت آموزشی و همچنین سطوح تصمیم‌گیری است که در این خصوص نقش دارند. به طور کلی در برنامه‌ریزی‌های آموزشی در مقیاس ملی، متناسب با امکانات هر نظام برای بهبودهای زیربنایی، تجهیزات، نیروی انسانی و ... چاره جویی می‌شود. در حالی که جریان گردش روزانه امور و تصمیم‌گیریه‌ها در مقیاس خرد (مدرسه)، تعیین‌کننده کیفیت آموزش است. لذا بدیهی است که برای بهبود کیفیت آموزش، یزنامه‌ریزان و سیاستگذاران آموزشی، مدیران و تصمیم‌گیران باید باور داشته باشند که گروه اطلاعات و تصمیم‌گیری درباره کیفیت آموزش مستلزم تمرکز زدایی در سطح سازمانی است. برای روشن شدن نقش تصمیم‌گیری غیرمتمرکز در کیفیت آموزش، «راس»^۱ (۱۹۹۵) چهار سطح مشخص نموده است. در هر یک از سطوح چهارگانه نوع اطلاعات مورد نیاز و تصمیم‌هایی که اتخاذ می‌شود نسبت به سطوح دیگر غالباً بسیار متفاوت است. این چهار گروه عبارتند از «اولیا، مربیان و دانش‌آموزان - مدیر مدرسه یا جامعه محلی - مسئول آموزش شهرستان یا استان و وزارت آموزش و پرورش، آموزش عالی و صاحبان مشاغل. به همین دلیل باید گفت که گروه‌های فوق‌الذکر به نوعی دینفوذ هستند و در حالت کلی، می‌بایست میان این بازیگران آموزشی، توافق جمعی

^۱ Ros

در هر یک از سطوح یاد شده ایجاد گردد تا بدین وسیله سیاست‌ها، اهداف و برنامه‌های آموزشی و متعاقباً سرمایه‌گذاری‌های آموزشی مثمر ثمر واقع گردد. (مشایخ، ۱۳۸۹)

منابع

۱. الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۹). فرایند خط مشی گذاری عمومی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی. چاپ اول.
۲. الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۰). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی. چاپ نهم. تهران: سمت.
۳. الوانی، سیدمهدی وفتاح شری‌فزاده. (۱۳۸۳). فرایند خط‌مشی‌گذاری. تهران: انتشارات علامه.
۴. الوانی، سیدمهدی. شریف‌نیا. (۱۳۹۳). فرایند خط مشی گذاری های عمومی. (ویرایش سوم). تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
۵. امیدوار، مجید. (۱۳۸۳). خلاصه‌ای از برنامه‌ریزی استراتژیک و مدل برایسون. تهران: انتشارات مدیریت
۶. بشیریه، حسین. (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی سیاسی و نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی. چاپ ششم. تهران: انتشارات نشر نی.
۷. پا رسونز، وین (۱۳۸۵) مبانی سیاست‌گذاری عمومی و تحلیل سیاستها. جلد اول. ترجمه حمیدرضا ملک محمدی. چاپ اول. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۸. تسلیمی، محمدسعید. (۱۳۷۸). تحلیل فرایندی خط مشی گذاری و تصمیم‌گیری، تهران: ناشر سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۹. جاسبی، عبدالله. (۱۳۸۰). احزاب سیاسی چه نوع تشکیلاتی هستند؟ چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۱۰. حلاجیان، ابراهیم. (۱۳۷۹). مجموعه گفتارهای برنامه‌ریزی آموزشی و استراتژیک. تهران: وزارت آموزش و پرورش دفتر همکاریهای علمی و بین‌المللی
۱۱. خانیکی، بهروز. (۱۳۹۴) نقش گروه‌های ذینفوذ در فرایند خط‌مشی گذاری. مجله مدیریت، ۱۳۹۴، شماره ۲۲۴-۲۱
۱۲. دانش‌فرد، کرم‌الله. (۱۳۸۸). فرایند خط مشی گذاری عمومی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم و تحقیقات تهران
۱۳. ریاحی، بهروز. (۱۳۷۹). نقش گروه‌های ذینفوذ در فرایند خط مشی گذاری. مجله مدیریت. شماره ۴۶ و ۴۷
۱۴. سیادت سیدعلی، نادری ناهید، علی نوروزی رضا. (۱۳۹۵). سیاست‌گذاری در آموزش و پرورش. انتشارات یارمانا.
۱۵. شریف‌زاده، فتاح. قربانی‌زاده، وجه‌الله. سیدنقوی، میرعلی. مختاری، محمدعلی. (۱۳۹۵). الگوی تدوین خط‌مشی‌های فرهنگی. تهران: مدیریت سازمان‌های دولتی. شماره ۱۶ علمی-پژوهشی
۱۶. علاقه‌بند، علی. (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی آموزش و پرورش. تهران: نشر روان.
۱۷. علیزاده، نسترن. (۱۳۹۴). مدیریت رفتارهای سیاسی و منش‌های اجتماعی. تهران: نشر سمت.
۱۸. فریدونی، محمدحسام. (۱۳۸۵). بررسی سیاست‌های دولت در تعیین راهبردهای آموزشی. سمینار کارشناسی ارشد. آمل. دانشگاه آزاد اسلامی.
۱۹. قلی‌پور، رحمت‌اله. (۱۳۸۷). تصمیم‌گیری سازمانی و خط مشی گذاری عمومی. تهران: نشر سمت.
۲۰. کافمن، راجر و هرمن، جری. (۱۳۷۴). برنامه‌ریزی استراتژیک در نظام آموزشی. ترجمه فریده مشایخ. تهران: انتشارات مدرسه
۲۱. گیوران حسن و محمد رضا ربیعی مندجین. (۱۳۸۰). تصمیم‌گیری و خط مشی. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۲۲. مشایخ، فریده. (۱۳۸۹). دیدگاه‌های نو در برنامه‌ریزی آموزشی. تهران: انتشارات سمت.
۲۳. مشکانی، علیرضا، اکبری، محمد، فضائی گاه، حسین. (۱۳۹۵). عوامل و ذینفعان موثر در آموزش و پرورش. فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری. شماره ۱۸۶
۲۴. ملک محمدی، حمیدرضا (۱۳۸۳). مدرس و سیاست گذاری عمومی. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۲۵. وی، رابرت و آکرم، گری. (۱۳۸۳). برنامه‌ریزی آموزشی (مفاهیم، استراتژیها، اقدامات). ترجمه غلامعلی سرمد. تهران: انتشارات آوای نور

۲۶. هاولت، ما کیل. رامش، ام. (۱۳۸۰). مطالعه خطمشی دولتی. ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن، تهران. مرکز آموزش مدیریت دولتی.

27. Dy e, Tomass (2016). Understanding Public Policy. New edition. Princeton UN. usa
28. Farasatkah, M. (1392/2013). Naqd-e model-e siyāsatgozāri dar āmuzeš-e āli, korsi-ye naqd-e ejtemā'i-ye āmuzeš-e āli [Critique of policy making in Iran higher education]. Anjoman-e Jāme'ešenāsi-ye Iran/Iranian Sociological Association, 1-3.
29. Javdani, H. (1394/2015). Tarrāhi-ye olgu-ye siyāsatpažuhi dar nezām-e āmuzeš-e āliye Iran [Designing a model of policy research for Iranian higher education system]. Pažuheš va Barnāmerizi dar Āmuzeš-e Āli/Quarterly Journal of Research and Planing in Higher Education, 21(2), 81-86.
30. Lasswell, Harold .(1992). La concepción emergente de las ciencias de políticas”, en Estudio de las políticas públicas, Luis F. Aguilar Villanueva (ed.), México, Porrúa.
31. Le vine, B. (2004). Bridging Research and Policy in International Development. (online) Available on: publications odi.org.uk.
32. Mo rss, Rebecca E. (2005). Problem Definition in Science Public Policy. American Politics Research. 2, pp. 181-191.
33. Portney, K. E. (2008). Education and smart growth policies in US Cities: A response to Lenahan O'Connell. Social Science Quarterly, 89(5), 1378-1383.
34. Re ed, Mark S. (2008). Stakeholder Participation for Environmental Management: A Literature Review. Biological Conservation, 141, pp. 2417-2431.
35. Re ed, Mark S.; Graves, Anil; Dandy, Norman; Posthumus, Helena; Hubacek, Klaus; Morris, Joe; Prell, Cristiana; Quinn, Claire H. & Stringer, Lindsay C. (2009). Who's in and Why? A Typology of Stake Holder Analysis Methods or Natural Resource Management. Journal of Environmental Management, 90, pp. 1933-1949.
36. Ro berts, Robin W. & Mahoney, Lois (2004). Stakeholder Conceptions of the Corporation. Business Ethics Quarterly, 14(3), pp. 399-431.
37. Sc halk, Jelmer (2011). Linking Stakeholder Involvement to Policy Performance: Nonlinear and Stakeholder Specific Effects in Dutch Local Government Policy Making. Paper to be presented at the (2011).Public Management Research Conference. Maxwell School at Syracuse University.NY. USA. June 2-4.
38. Sc hmeer, Kammi (2000). Stakeholder Analysis Guidelines. Washington, DC: Partners for Health Reform
39. Staley S. R. (2006). Institutional consideration for sustainable development policy implementation: A US case study. Property Management, 24(3), 232-250. doi: 10.1108/02637470610660138
40. Wi ldavsky, Aaron (1979). Speaking Truth to Power. Boston: Little, Brown and Co. Published in Britain as the Art and Craft of Policy Analysis.London: Macmillan 1980.

بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی و فرسودگی شغلی پرستاران در شرق استان مازندران

ربابه دیانتي^۱، سیده فاطمه شفیعی پور^۲، علیرضا زارع زیدی^{۳*}، مهرداد متانی^۴

^۱دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (مدیریت تطبیقی و توسعه)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

^۲دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (مدیریت تطبیقی و توسعه)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

^۳دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (مدیریت منابع انسانی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

^۴استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

Alirezazarez1973@gmail.com

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی ارتباط بین ویژگی های شخصیتی و فرسودگی شغلی پرستاران شاغل در مراکز درمانی شرق استان مازندران می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه پرستاران شاغل در مراکز درمانی شرق استان مازندران است که تعداد آنها ۱۹۱ نفر برآورد شد. تعداد نمونه برابر با تعداد جامعه در نظر گرفته شد و از بین جامعه آماری مذکور تعداد ۱۳۱ نفر به پرسشنامه ها پاسخ گفتند که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. روش پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی بود که اطلاعات آن به صورت میدانی و کتابخانه ای جمع آوری شد. برای جمع آوری اطلاعات برای تحلیل رفتگی یا فرسودگی شغلی، از پرسشنامه مسلج که ضریب پایایی آن با استفاده از آزمون مجدد ۰/۷۸ گزارش شده استفاده شد و از پرسشنامه گلدبرگ نیز برای بررسی ابعاد شخصیت استفاده شد که ضریب قابلیت اعتماد برای این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۹ به دست آمد. یافته های آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد شخصیت (برون گرایی، گشودگی به تجربه، وظیفه شناسی، همسازی و پایداری هیجانی) و تحلیل رفتگی شغلی نشان می دهد که بین برون گرایی و فرسودگی شغلی ($p=0.004$) و هم چنین بین گشودگی به تجربه و فرسودگی شغلی ($p=0.015$) ارتباط معنی داری وجود دارد ولی در سایر موارد ارتباط معنی داری مشاهده نشد ($p<0.05$).

واژگان کلیدی: ابعاد شخصیت، فرسودگی شغلی، پرستاران، شرق مازندران

۱. مقدمه

امروزه فشار روانی ناشی از کار و زندگی کاری در میانه عامه مردم و سایر کسانی که مسئولیت بیشتری به عهده دارند رایج بوده و در راس امور قرار دارد. در مورد فشار روانی ناشی از کار عوامل زیادی چون: خط مشی سازمانی، شیوه نگرش مدیریت، عدم وضوح نقش ها و تعارض آن و نظایر اینها عوامل اصلی این پدیده به شمار می آیند (گودرزی و همکاران، ۱۳۸۰). هم چنین زمانی که شخص به مدت طولانی در معرض فشارهای روانی قرار گیرد، دچار نوعی عارضه می شود که به فرسودگی شغلی معروف است (ساعتچی، ۱۳۷۶). مدیری که تحت فشار و استرس دائم عبوس و کج خلق می شود و به طریقی بعد از مدتی زیردستانش می کوشند تا تماس خود را با او به حداقل برسانند، حتی گاه از ترس و عصبانیت و پرخاشگری های مدیر، از دادن گزارش و اطلاعات مهم نیز خودداری می کنند (سعادت، ۱۳۷۵).

از طرف دیگر ضرورت توجه پژوهشگران به شخصیت انسان در سال های اخیر به دلیل یکی از ویژگی های مهم شخصیت، یعنی پیش بینی کنندگی عملکرد شغلی، نشأت می گیرد. در سال های گذشته اگر چه پژوهش های انجام گرفته در مورد شخصیت چارچوب قابل قبولی را در جهت توصیف ساختار و ذات شخصیت به دست داده اند، اما همچنان درباره ویژگی های شخصیتی میان پژوهشگران اختلاف نظر وجود دارد (قلی پور، ۱۳۸۸). با وجود این، امروزه توافقی حاصل شده است که می توان از مدل پنج

عاملی شخصیت، که گلدبرگ آن را معرفی کرده است، برای توصیف بیشتر جنبه های برجسته شخصیت افراد استفاده کرد (شمسایی و همکاران، ۱۳۸۸).

ارزیابی شخصیت زمینه عمده کاربرد روان شناسی در مورد مسائل دنیای عملی است (شولتز و همکاران، ۱۳۸۶). امروزه ارزش شخصیت به عنوان یکی از پیش بینی کننده های عملکرد شغلی پذیرفته شده است. شخصیت هر فرد نقش مهمی در عملکرد شغلی اش دارد، زیرا شخصیت هر فرد انگیزش و نگرش او را نسبت به یک شغل و شیوه ای که به اقتضائات شغلی پاسخ می دهد، مشخص می کند. مطالعه شخصیت، سنت طولانی در علوم رفتار سازمانی دارد (Perrewe, 2010). پژوهشگران شخصیت را الگویی از تفکر، احساس و رفتار ناشی از ویژگی های فردی همراه با سازوکارهای روانی پنهان یا آشکار که در پس آن الگوها قرار دارد، معنا می کنند (ساعتچی، ۱۳۸۹).

از طرف دیگر با پیچیده تر شدن روز افزون جوامع امروزی، رسالت سازمان ها برای برآوردن انتظارات جوامع، حساس تر و مهم تر می شود. به طوری که می توان اذعان کرد که دنیای ما دنیای سازمان هاست و آنچه امروز در بین اهل فن و به اتفاق نظر به یقین تبدیل شده، نقش اساسی نیروی انسانی به عنوان عامل گرداننده اصولی سازمان هاست (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۵).

به عبارت دیگر، سازمان ها به کالبد سازمان جان می دهند. بی تردید نیروی انسانی کارآمد و خودانگیخته می تواند برای رشد خود و توسعه و دستیابی به هدف های برنامه ریزی شده سازمان، بیشترین کارایی را داشته باشد و تعهد کاری و واکنش عاطفی فرد نسبت به کار و همچنین بالا بودن سلامت روانی، میزان تولید و قابلیت کار را بالا می برد (Garsia et al, 2004).

بنابراین نقش سازنده شغل منوط به تناسب ویژگی های شغل و شاغل و احساس ارزشمندی، کارآمدی و توانمندی شاغل است. در واقع موفقیت شغلی عبارت است از احساس فرد از میزان کارایی و توانایی اش در انجام امور محوله (جهانی، ۱۳۸۸). در این فرایند فرد به دلیل کوشش برای رسیدن به انتظارات غیرواقعی که به وسیله خودش یا ارزش های جامعه بر او تحمیل شده است، دچار افسردگی می گردد (Garsia et al, 2004).

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش ارتباط بین ابعاد شخصیت پرستاران شاغل در مراکز درمانی شرق استان مازندران با فرسودگی شغلی مورد بررسی قرار می دهیم.

۲- مبانی نظری تحقیق

۲-۱- شخصیت

یکی از عوامل تاثیرگذار در فرسودگی شغلی کارکنان، شخصیت آنان است. شخصیت عبارت است از جنبه هایی از حیات انسان که اجازه می دهد پیش بینی کنیم آدمی در اوضاع و احوال معین چه رفتاری از خود نشان خواهد داد. هر فردی به شیوه خاصی رفتار می کند و انتظارات، توانایی، نیازها و مهارت های رفتاری منحصر به فردی را دارد که بر اساس الگوی شخصیتی اوست. از طرفی همه سازمان ها بر اساس اهداف، وظایف و فعالیت های جاری خود، نیازها و توقعات خاصی را تامین می کنند. بنابراین برای هر یک از شخصیت ها، محیط کاری متفاوتی مناسب است (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۲).

امروزه شخصیت نقش تعیین کننده ای بر رفتار مشهود و آشکار فرد دارد. آلپورت^۱ شخصیت را سازمان پویای نظام های روانی- فیزیولوژی درون فرد تعریف می کند که سازگاری منحصر به فرد او را نسبت به جهات تعیین می کند. هیلگار^۲ نیز شخصیت را الگوی معینی از رفتار و شیوه تفکر تعریف می کند که سازگاری فرد با محیط تعیین می کند (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۰).

هم چنین شخصیت فرد، نقش مهمی در عملکرد شغلی وی دارد زیرا انگیزش و نگرش وی را نسبت به شغل و شیوه ای که فرد به اقتضائات شغلی پاسخ می دهد، مشخص می کند. شخصیت الگویی از تفکر، احساس و رفتار ناشی از ویژگی های فردی همراه با سازوکارهای روانی پنهان یا آشکار است که در پس آن الگوها قرار دارد. در مبحث شخصیت تاکید بر آن است که چگونه تفاوت های شخصیتی افراد در عملکرد و رفتار شغلی آنان اثر می گذارد. در سالیهای گذشته تحقیقاتی که در ارتباط با شخصیت انجام می شد مانند یک چارچوب قابل قبول در جهت توصیف ساختار و ذات شخصیت بوده و در خصوص خصیصه های شخصی میان محققین اختلاف نظر وجود داشته است (ناصح و همکاران، ۱۳۹۱).

^۱. Alport

^۲. Hillgar

در بحث شخصیت تاکید بر آن است که چگونه تفاوت های شخصیتی افراد بر عملکرد و رفتار شغلی آنان اثر می گذارد (ساعتچی، ۱۳۸۹). در سالهای گذشته تحقیقات شخصیت مانند یک چارچوب قابل قبول در راستای توصیف ساختار و ذات شخصیت بوده و در خصوص نقیصه های شخصی میان محققان اختلاف نظر وجود دارد (قلی پور، ۱۳۸۸).

مدل پنج عاملی شخصیت یکی از مسلط ترین و تاریخی ترین مدل های ساختار شخصیت است و بسیاری از روانشناسان بیان کرده اند که مدل پنج عاملی بسیاری از متغیرهای شخصیت را در بر می گیرد. مطابق نظر مک دونالد^۱ (۱۹۹۹)، این مدل ابتدا توسط گالتن^۲ (۱۸۸۴) مطرح شد. پنج عاملی که در مطالعات انجام شده به دفعات تکرار شده، عبارتند از: ثبات هیجانی، برونگرایی، گشودگی به تجربه، همسازی و وظیفه شناسی (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۰).

در این تعریف برون گرایی شامل کمیت و شدت تعامل با افراد دیگر و میزان اجتماعی بودن یک شخص است. به عبارتی برونگراها افرادی اجتماعی هستند و در عمل قاطع، فعال و اهل گفتگو می باشند. این افراد هیجان را دوست دارند و برآنند که به موفقیت در آینده امیدوار باشند (بابای خاکیان و دیگران، ۱۳۹۴). وظیفه شناسی، بعدی است که میزان مسئولیت پذیری، سخت کوشی و هدف گرا بودن را در راستای رفتارهای سازمان توصیف می کند. هم چنین وظیفه شناسی را کنترل خویشتن بر فرایند فعال طراحی، سازماندهی و اجرای وظایف می نامند و تفاوت های فردی نیز در این زمینه، مبنای شاخص وجدانی بودن است (گروسی فرشی، ۱۳۸۰). گشودگی به تجربه نیز قوه تخیل، زیبایی شناسی، احساسات، ایده ها، عمل به ارزش ها را توصیف می کند (Pervin & Cervone, 2010). هم چنین عناصر تشکیل دهنده گشودگی به تجربه نسبت به تجربه، تصورات فعال، حساسیت به زیبایی، توجه به تجربه های عاطفی درونی و داوری مستقل است. افراد انعطاف پذیر افرادی هستند که در باروری تجربه درونی و دنیای پیرامون کنجکاو بوده و زندگی آنها سرشار از تجربه است. همسازی نیز به سازگاری و ثبات عاطفی فرد معنا می شود. همسازی همانند برونگرایی بر گرایش های ارتباط بین فردی تاکید دارد. فرد موافق اساساً نوع دوست است و با دیگران احساس هم دردی می کند (بخشایش، ۱۳۹۲).

۲-۲. فرسودگی شغلی

مفهوم فرسودگی شغلی از حدود سه دهه پیش تا کنون اشاعه یافته و نظریات و رویکردهای مختلفی در مورد آن ارائه شده است. تحقیقات نشان می دهد افرادی که از فرسودگی شغلی در شغل خود رنج می برند، بهره وری و کارایی شان کاهش می یابد و مشارکت کمتری از خود نشان می دهند که به طور مستقیم بر سازمان نیز تاثیر می گذارد (بختیاری و همکاران، ۱۳۸۸). به عبارتی علائم فرسودگی ممکن است به مشکلات شخصی و سازمانی منتهی شود (Hakan & Arslan, 2009).

بر اساس اطلاعات موجود در اتحادیه اروپا همه ساله ۲۰ میلیون یورو به مخارج ناشی از تنیدگی و فرسودگی شغلی اختصاص داده می شود (وردی نژاد و حسن زاده، ۱۳۸۵). موضوع فرسودگی شغلی در حال حاضر مشکلی شایع در مشاغل خدماتی است، به طوری که طبق آمار موجود از هر هفت نفر شاغل در پایان روز، یک نفر دچار فرسودگی شغلی می شود (Hakan & Arslan, 2009).

به عبارتی تحلیل رفتگی شغلی نوعی خطر حرفه ای است که با کاهش میزان انرژی جسمی و روانی در کارکنان، همراه است (Fedai, 2010). تحلیل رفتگی شغلی یک سندروم روانی است و متشکل از خستگی عاطفی و مسخ شخصیت و کاهش احساس موفقیت فردی است که در فرد تصور منفی از خود، نگرش منفی نسبت به شغل و احساس ارتباط نداشتن با مراجعین ایجاد می کند و به شدت روابط فردی، شغلی و سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد (Bakhtiari et al, 2009).

فرسودگی شغلی تنها مسئله ای برخاسته از ضعف یا ناتوانی محض در کارمندان نیست، بلکه مرتبط با محیط کار و عدم هماهنگی بین خصوصیات شخصیتی افراد و ماهیت شغلشان نیز هست. به هر میزان عدم هماهنگی بیشتر باشد، به همان میزان پتانسیل فرسودگی شغلی بالاتر می رود (مسلج، ۲۰۰۵) و باعث کاهش اهمیت و ارزش کار، ضعیف شدن اراده فرد و انگیزه وی برای ادامه کار می شود (سوارس و همکاران، ۲۰۰۴). روانشناسان صنعتی و سازمانی تشخیص داده اند که ویژگی های شخصیتی در کنترل موقعیت های کاری فشارزا متفاوت هستند (مسلج و همکاران، ۲۰۰۱). به عبارت دیگر، آنچه برای یک نفر فشارزا است برای دیگری ممکن است فشارزا نباشد.

^۱ Taylor, A. & Macdonald, D.

^۲ Gallton

تحلیل رفتگی اغلب با غیبت های مکرر، تمایل به جابجایی، ترک شغل و حرفه و هم چنین اضطراب و افسردگی همراه است (Hakan & Arslan, 2009). هم چنین فرسودگی شغلی، حالتی از خستگی جسمی، عاطفی و روحی است که در نتیجه مواجهه مستقیم و درازمدت با مردم در شرایطی که از لحاظ عاطفی طاقت فرساست ایجاد می شود. فرسودگی شغلی حالتی است که فرد از نظر شخصیتی خود را کمتر از دیگران تصور کرده و احساس می کند کار و عملش مورد توجه قرار نمی گیرد (Mills & Huebner, 1998). فرسودگی شغلی به عنوان یک پدیده مربوط به کار و محیط کاری، محصول عواملی است که وجود آنها احتمال آن را بالا می برد و عدم وجودشان به کاهش یا عدم آن منجر می شود (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۵). هنگامی که افراد تجربه فرسودگی شغلی خود یا دیگران را توصیف می کنند اغلب اشاره به تجربه خستگی دارند. خستگی نشانگر میزان استرس موجود در پدیده فرسودگی شغلی است اما این بعد در مشخص ساختن رابطه ای که افراد با خود دارند ناتوان بوده است. خستگی چیزی نیست که به سادگی تجربه شود. بلکه فعالیت هایی را به منظور دور ساختن خستگی هیجانی و شناختی فرد از شغلش بر می انگیزد که احتمالاً به عنوان شیوه ای برای فائق آمدن بر فشار کار عمل می نماید (Brich, 2003).

۳. پیشینه تحقیق

اسویدر^۱ در سال ۲۰۱۰ در پژوهشی با استفاده از روش متاآنالیز به ارائه مدلی در زمینه ارتباط بین شخصیت و فرسودگی شغلی پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که سطوح بالاتر ویژگی برون گرایی با سطوح پایین تر فرسودگی عاطفی و سطوح بالاتر موفقیت فردی در ارتباط است. ولی با بعد زوال شخصیت از فرسودگی ارتباطی ندارد. هم چنین ویژگی روان رنجوری با فرسودگی عاطفی و عدم موفقیت ارتباط مثبت و معناداری دارد. هم چنین ویژگی های شخصیتی توافق پذیری، وظیفه شناسی و گشودگی به تجارب با همه ابعاد فرسودگی ارتباط منفی و معناداری دارد (Swider & Zimmerman, 2010).

عظیم^۲ نیز در سال ۲۰۱۰ در پژوهش دیگری با عنوان "انواع شخصیت، درگیری شغلی و فرسودگی شغلی در میان مدرسان دانشگاه" نشان داد که اقسام شخصیت و درگیری شغلی، سبب فرسودگی مدرسان شده است. درگیری شغلی ارتباط منفی و معناداری با مسخ شخصیت و ارتباط مثبتی با ابعاد موفقیت شخصی فرسودگی دارد. تعهد و ابعاد مختلف شخصیتی شامل برون گرایی، ثبات عاطفی، توافق پذیری، وظیفه شناسی و گشودگی به تجارب ارتباط معکوسی با فرسودگی عاطفی دارند. هم چنین تعهد و اقسام شخصیت ارتباط منفی با زوال شخصیت داشتند (Azeem, 2010).

گروپاد^۳ و همکاران^۴ در ۲۰۰۷ در پژوهش خود بر روی استادان دانشگاههای آمریکا نشان دادند که بین فرسودگی عاطفی با ویژگی های برون گرایی ارتباط منفی و با ویژگی های روان رنجوری ارتباط مثبت و با ویژگی های وظیفه شناسی و توافق پذیری ارتباط منفی وجود دارد. در نهایت بین نقصان موفقیت فردی با ویژگی روان رنجوری ارتباط مثبت و با ویژگی های برون گرایی، وظیفه شناسی و توافق پذیری ارتباط منفی و معناداری وجود دارد (Ghorpade et al, 2007).

هم چنین در تحقیق دیگری که شیموزوتانی^۵ و همکارانش در سال ۲۰۰۸ با عنوان "بررسی ارتباط بین فرسودگی شغلی پرستاران و شخصیت و رفتار تطبیقی آنان" انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که بی ثباتی هیجانی در مقایسه با برون گرایی ارتباط بیشتری با فرسودگی شغلی مرتبط با شغل و مرتبط با مشتری دارد (Shimizutani et al, 2008).

کیم^۵ و همکاران^۶ ۲۰۰۸ رابطه تحلیل رفتگی و تعهد شغلی را در یک تحلیل مقایسه ای با در نظر گرفتن پنج بعد شخصیت، انجام دادند. در این پژوهش ۱۸۷ نفر از کارمندان مترو در شمال غربی آمریکا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند برای اندازه گیری ابعاد شخصیت از پرسشنامه گلدبرگ و برای تحلیل رفتگی از پرسشنامه مسلج استفاده شد. نتایج پژوهش ارتباطی بین برونگرایی و تحلیل رفتگی شغلی را نشان نداد (Kim et al, 2008).

فراهمانی و همکارانش نیز در سال ۱۳۹۰ در پژوهش خود، در خصوص بررسی ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی معلمان مرد تربیت بدنی شهر زنجان، به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد مسخ شخصیت با گشودگی به تجربه، فرسودگی هیجانی

^۱.Swider

^۲.Azeem

^۳.Ghorpade

^۴.Shimizutani

^۵.Kim

با گشودگی تجربه و بین مسخ شخصیت و برون گرایی رابطه ممانداری وجود دارد. این پژوهش بیشترین مقدار تحلیل رفتگی معلمان ورزش را در بعد عدم موفقیت فردی گزارش کرد (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۰).

هم چنین در تحقیق دیگری که بختیاری و همکارانش در سال ۱۳۸۸ انجام دادند، در پژوهش خود به بررسی ارتباط عوامل انگیزشی بهداشتی و تحلیل رفتگی شغلی کارشناسان تربیت بدنی مرد و زن پرداختند. بررسی تفاوت بین میزان تحلیل رفتگی زنان و مردان مورد مطالعه این پژوهش نشان داد که بین فرسودگی عاطفی، مسخ شخصیت و کاهش عملکرد شخصی زنان و مردان مورد مطالعه تفاوت ممانداری وجود نداشت اما بین عامل انگیزشی با فرسودگی عاطفی و فقدان موفقیت فردی آزمودنی ها ارتباط ممانداری وجود داشت.

۴. فرضیه و روش شناسی پژوهش

فرضیه پژوهش بدین شرح است:

آیا بین ابعاد شخصیت (برون گرایی، همسازی، ثبات هیجانی، وظیفه شناسی و گشودگی به تجربه) و فرسودگی شغلی پرستاران شبکه بهداشت و درمان شرق استان مازندران ارتباط ممانداری وجود دارد؟

در ارتباط با روش شناسی، پژوهش حاضر با توجه به هدف پژوهش از نوع کاربردی، با توجه به روش پژوهش توصیفی و به لحاظ آماری از نوع همبستگی و از نظر جمع آوری اطلاعات میدانی است. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را پرستاران شاغل در بیمارستان ها و مراکز درمانی شرق استان مازندران تشکیل می دادند. با توجه به اطلاعات بدست آمده تعداد آنها حدود ۱۹۱ نفر برآورد شد و به عنوان تعداد نمونه برابر با تعداد جامعه در نظر گرفته شد و از بین جامعه آماری مذکور ۱۳۱ نفر به پرسشنامه ها پاسخ گفتند که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

در این پژوهش ابعاد شخصیت (برون گرایی، همسازی، ثبات هیجانی، وظیفه شناسی و گشودگی به تجربه) به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد. هم چنین، فرسودگی شغلی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه مسلج برای تحلیل رفتگی شغلی و برای ابعاد شخصیت از پرسشنامه گلدبرگ استفاده شد. پرسشنامه فرسودگی مسلج، رایج ترین ابزار اندازه گیری فرسودگی شغلی است که از ۲۲ گزاره تشکیل شده است. اعتبار و پایایی علمی این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط فیلیان و در سال ۱۳۷۱ مورد تایید قرار گرفت. وی برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آزمون مجدد استفاده کرد و ضریب پایایی آن را ۰/۷۸ گزارش کرد.

پرسشنامه پنج عاملی شخصیت نیز دارای ۵۰ گویه است که هر یک پنج بعد شخصیت را توسط ۱۰ گویه می سنجد. در پژوهشی که توسط مرادی در سال ۱۳۸۴ انجام شد، ضریب قابلیت اعتماد برای این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۹ به دست آمد. در این پژوهش علاوه بر آمار توصیفی مانند میانگین و انحراف استاندارد، از آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی شغلی استفاده شد و عملیات آماری نیز با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۲ انجام شد.

۵. یافته ها و نتایج پژوهش

تعداد ۱۳۱ پرسشنامه توزیع شده پس از تکمیل برگشت داده شد. در جدول شماره یک، فراوانی و درصد فراوانی وضعیت تاهل پرستاران را نشان می دهد. همانطور که مشاهده می کنید ۷۴/۶ درصد از آزمودنی ها متاهل و ۲۵/۴ درصد از آزمودنی ها نیز مجرد هستند. در ارتباط با تحصیلات نیز، بالاترین میزان مربوط به تحصیلات کارشناسی با ۶۷/۷ درصد می باشد.

جدول ۱: میانگین و انحراف معیار مولفه های ابعاد شخصیت

ابعاد شخصیت	میانگین	انحراف معیار
برونگرایی	31.05	4.23
همسازی	29.57	3.69
پایداری هیجانی	28.36	3.23
وظیفه شناسی	28.25	3.08
گشودگی به تجربه	35.44	4.48

جدول ۲: ضریب همبستگی پیرسون در مورد ارتباط ابعاد شخصیت و فرسودگی شغلی

متغیر	برونگرایی	همسازی	پایداری	وظیفه شناسی	گشودگی به تجربه
تحلیل رفتگی	-0.458	0.138	0.046	0.002	0.033
شغلی	0.004	0.275	0.728	0.968	0.014

مطابق نتایج جداول فوق و در بررسی توصیفی میانگین نمرات آزمودنی ها در ابعاد شخصیت می توان گفت که نمونه ها در بعد گشودگی به تجربه نمرات بالایی دارند ولی میانگین نمرات آنها در سایر ابعاد شخصیت به هم نزدیک بوده و تفاوت قابل ملاحظه ای در آن ها احساس نمی شود. ضمن اینکه هر آزمودنی در هر یک از این ابعاد می تواند نمره حداقل ۱۰ و حداکثر ۵۰ را کسب کند که نمرات میانگین آزمودنی ها هر یک از ابعاد از نمره متوسط بالاتر است.

همانطور که نتایج آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون در جدول شماره چهار نشان می دهد، از بین ۵ بعد مولفه شخصیت، بعد گشودگی به تجربه با مقدار ۰,۰۱۴ با مولفه تحلیل رفتگی شغلی ارتباط معناداری دارد. هم چنین بعد برونگرایی مولفه شخصیت با مقدار ۰,۰۰۴ با مولفه تحلیل رفتگی یا فرسودگی شغلی نیز ارتباط معنی داری دارد. در سایر ابعاد شخصیت با مولفه تحلیل رفتگی شغلی رابطه معناداری مشاهده نشد ($p \geq 0.05$).

۶. بحث و نتیجه گیری

مطابق نتایج تحقیق حاضر که در جدول ۲ نشان داده شده، از بین ابعاد مختلف شخصیت تنها بین بعد برونگرایی شخصیت با تحلیل رفتگی شغلی و هم چنین، بین بعد گشودگی به تجربه با تحلیل رفتگی شغلی ارتباط معناداری وجود دارد و در سایر موارد ارتباط معناداری مشاهده نشد ($p > 0.05$). مطالعات انجام شده توسط Shimizutani (2008) و Azeem (2010) و هم چنین Swider (2010) نشان داد که بین برونگرایی با تحلیل رفتگی شغلی ارتباط معناداری و منفی وجود دارد. می توان گفت که افراد برونگرا نسبت به افراد درونگرا تجربه بیشتری از احساسات مثبت دارند. این احساسات مثبت می تواند آنان را در رابطه عملکرد کاری آینده شان امیدوار سازد. بنابراین می توان انتظار داشت که پرستاران با بعد شخصیتی برونگرا بیشتر در کارشان موفق هستند، در نتیجه سطوح کمتری از تحلیل رفتگی شغلی را تجربه خواهند کرد. کیم و همکارانش رابطه تحلیل رفتگی و تعهد شغلی را در یک تحلیل مقایسه ای با در نظر گرفتن پنج بعد شخصیت انجام دادند که نتایج پژوهش آنها نشان از عدم ارتباط بین برونگرایی شخصیت با تحلیل رفتگی شغلی بود که نتایج تحقیقات فوق با نتیجه پژوهش حاضر ناهمسو است.

هم چنین در بین ابعاد شخصیت نتایج نشان داد، بین گشودگی به تجربه با فرسودگی شغلی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد که با تحقیقات انجام شده توسط Shimizutani (2008) و Azeem (2010) و هم چنین Swider (2010) ناهمسو می باشد اما با تحقیق Ghropade (2007) همسو می باشد. بنابراین می توان عنوان کرد پرستارانی که دارای سطوح بالایی از گشودگی به تجارب هستند تمایل ندارند با کنجکاوی و خلاقیت بیشتر با محیط شان در ارتباط باشند و در نتیجه در رابطه با حرفه و شغلشان همواره با پریشانی و اضطراب مواجه خواهند بود. هم چنین بر اساس یافته های این پژوهش، در بین ابعاد مختلف شخصیتی، دو بعد شخصیت ارتباط معنی داری با تحلیل رفتگی شغلی داشتند.

۷. پیشنهادات

با توجه به اینکه فرسودگی شغلی ارتباط مستقیمی با ویژگی های شخصیتی افراد دارد لذا پیشنهاد می شود زمان استخدام به ویژگی های شخصیتی افراد توجه بیشتری شود و جهت ارتقای این خصوصیات آموزش های لازم نیز صورت پذیرد. همچنین متوازن ساختن ساعات کار کارکنان، بررسی اولویت های اساسی کارکنان، به کارگیری افراد بر حسب ضوابط و معیارهای طبقه بندی شده، تشویق افراد به شرکت در فعالیت های مختلف شغلی، اصلاح ارتباطات در سازمان، تشویق به موقع آنها، برقراری حمایت های سازمانی لازم، حمایت شغلی و عاطفی باید در تمامی سازمان ها مورد تاکید قرار گیرد.

هم چنین پیشنهاد می شود چنین بررسی را در سایر واحدهای سازمان در دیگر شهرها و استان های کشور انجام دهند تا شرایط برای انجام مطالعات تطبیقی برای قاطعیت در نتیجه فراهم شود. پژوهش حاضر را محققان دیگر تکرار کنند تا یافته های با ثبات تری به دست آید.

مراجع

۱. گودرزی، سید؛ صولتی، قدرت الله و نوری، ابوالقاسم (۱۳۸۰)، "بررسی رابطه بین نوع شخصیت و فرسودگی شغلی در مدیران"، مجله توسعه مدیریت، شماره ۳۰: ۴-۱۰.
۲. ساعتچی، محمود (۱۳۸۶)، "روان شناسی بهره وری"، تهران: ویرایش.
۳. سعادت، اسفندیار (۱۳۷۵)، "تاثیر تحلیل رفتگی بر کارایی نیروی انسانی"، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴: ۲۶-۱۴.
۴. قلی پور، آرین (۱۳۸۸)، "مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی)"، انتشارات سمت، تهران: ۱۲۶-۸۴.
۵. شمسایی، محمد مهدی؛ کریمی، یوسف؛ جدیدی، محسن و نیکخواه، حمیدرضا (۱۳۸۸)، "همنوابی: همبسته های آن با ۵ عاملی بزرگ شخصیت، جنس و وضعیت تاهل"، فصلنامه روانشناسی کاربردی، سال ۳، شماره ۱: ۶۷-۸۲.
۶. شولتز، دوان پی و سیدنی، الن (۱۳۸۶)، "نظریه های شخصیت"، ترجمه یحیی سید محمدی، نشر ویرایش، چاپ دهم، ویرایش هشتم: ۲۲۰-۱۲.
7. Perrewé, P. L. (2010). "The role of personality in human resource management". Journal of Human Resource Management Review, 21(4), p: 257.
۸. ساعتچی، محمود (۱۳۸۹)، روانشناسی کار، نشر ویرایش، چاپ هفتم، تهران: ۴۰-۱۷۰.
۹. قهرمانی، محمد؛ علیزاده، زهرا و قهرمانی، مهران (۱۳۹۵)، رابطه بین ویژگی های شخصیتی کارکنان و فرسودگی شغلی در اداره تربیت بدنی استان کرمانشاه، مجله مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، دوره دوم، شماره ۱: ۱۰۸-۱۰۰.
10. Cano-Garsia, F. J., Padilla-Munoz, E. M., Garrasco-Ortiz, M. A. (2004) Personality and contextual variables in teacher burnout. Personality and Individual differences.
۱۱. جهانی، معصومه (۱۳۸۸)، "راه های کاهش فرسودگی شغلی در آموزش و پرورش"، مجله مشاورین.
۱۲. جلالی فراهانی، مجید؛ سجادی، مجید؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم و اسلامی، یوسف (۱۳۹۰)، ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی شغلی معلمان مرد تربیت بدنی شهر زنجان، نشریه پژوهش های معاصر در مدیریت ورزشی، شماره ۱: ۴۸-۳۷.
13. Pervin, L., Cervone, D. (2010). "Personality theory and research". WILEY, eleventh edition, pp: 5-35.
۱۴. بختیاری، عاطفه؛ گودرزی، محمود؛ قربانی، مهرزاد و قربانی، محمدحسین (۱۳۸۸)، ارتباط عوامل انگیزشی بهداشتی و تحلیل رفتگی شغلی کارشناسان تربیت بدنی دانشگاه های دولتی تهران، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۳: ۱۵۰-۱۳۵.
۱۵. بخشایش، علیرضا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه سلامت عمومی و تیپ های شخصیت با رضایت شغلی کارکنان مرکز بهداشت شهرستان یزد، رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی یزد.
۱۶. گروسی فرشی، میرتقی (۱۳۸۰)، رویکردهای نوین در ارزشیابی شخصیت، نشر جامعه پژوه، تبریز.
۱۷. بابای خاکیان، زینب؛ کرمی، جهانگیر و رشیدی، علیرضا (۱۳۹۴)، رابطه ناگویی هیجانی و ویژگی های شخصیتی با فرسودگی شغلی دبیران زن، پژوهش های نوین روانشناختی، شماره ۳۸: ۲۰-۱.

۱۸. ناصح، مهتاب. جلیلود، جمشید و وحدانی، محسن (۱۳۹۱)، ارتباط بین ابعاد شخصیت و تحلیل رفتگی شغلی پرستاران، فصلنامه مراقبتهای نوین دانشگاه علوم پزشکی بیرجند، دوره ۹ شماره ۲: ۸۷-۹۴.
۱۹. نصرالهی، عباس. دادفر، رضا. احمدی، وحید. قیصریگی، فرهاد. رستمی، صادق. ویسی، حمزه. جعفری، علی (۱۳۹۲)، بررسی ارتباط فرسودگی شغلی با تیپ های شخصیتی A و B و رضایت شغلی در مربیان مهدهای کودک ایلام، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ایلام، دوره ۲۱، شماره ۶: ۲۰۸-۲۱۴.
20. Hakan koç, S., Arslan, G. T. (2009). "Differentiation of burnout syndrome by profession and job". *Journal of Review of Economic and Business Studies*, 4, pp:162-149.
21. FEDAI, MUSTAFA. demir, yeter. (2010), "the impacts of structural and psychological empowerment on burnout: a research on staff nurses in turkish state hospitals", *canadian social science*, vol. 6, no. 4, pp. 63-72.
22. Bakhtiari A, Goudarzi M, Hamidi M, Ghorbani MH. (2009). The relationship between motivation-hygiene factors and job burnout among experts of physical education in Tehran State Universities. *J Sport Management*.; 1 (3): 135-50.
23. Mills, L., Huebner, E. (1998). A prospective study of personality 62 characteristics, occupational stressors, and burnout among school.
24. Brich, P. L. (2003). The need for an operational definition of burnout. 60 *Family and community Health*, 9: 06-67.
25. Swider BW, Zimmerman RD. (2010), Born to burnout: a meta-analytic path model of personality, job burnout, and work outcomes. *Journal of Vocational Behavior*; 76 (3): 487-506.
26. Azeem SM. (2010), Personality hardiness, job involvement and job burnout among teachers. *International Journal of Vocational and Technical Education*; 2 (3): 36-40
27. Shimizutani M, Odagiri Y, Ohya Y, Shimomitsu T, Kristensen TS, Maruta T (2008), Relationship of nurse burnout with personality characteristics and coping behaviors. *Ind Health*; 46 (4): 326-35.
28. Ghorpade J., Lackritz J., Singh, G. (2007). "Burnout and personality: evidence from Academia". *Journal of Career Assessment*, 15(2), pp: 240-256.
29. Kim, K. H., Shin, H. K., Swanger, N. (2008), Burnout and engagement: A comparative analysis using the big five personality dimension, *International Journal of hospitality Management*, 28(1): 96-104.
30. Maslach, C., Schaufeli, W.B. & Leiter, M.D. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52: 397-422.
31. Soares, J.F, Jablonska, B. (2004). Psychosocial experiences among Primary care Patients with and without musculoskeletal pain. *Journal of Pain* 8.
32. Maslach C, Leiter M.P (2005). *Reversing Burnout: How to rekindle your Passion for your work*. Stanford Social Innovation Review, Graduate school of Business.

ارائه مدلی برای تاثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی مطالعه موردی: آموزش و پرورش شهرستان بناب

غلامرضا رحیمی^۱، فرهاد نژاد ایرانی^۲، اصغر اصغرزاده^۳

عضو هیئت علمی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

عضو هیئت علمی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

دانشجوی دکترای مدیریت منابع انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب (نویسنده رابط)

(Email: asgharzadeh@bonabiau.ac.ir)

چکیده

رهبری اخلاق مدار یکی از سبک‌های رهبری است که در سازمان‌ها کاربرد زیادی دارد. اندیشمندان تعاریف گوناگونی از رهبری دارند که در همه‌ی این تعاریف، نفوذ اجتماعی عامل مشترک است، چرا که رهبری فرآیند نفوذ اجتماعی است که در آن رهبر در پی دستیابی به همکاری داوطلبانه‌ی پیروان است تا به اهداف سازمانی خود برسد و این پژوهش با هدف بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی انجام شده است که از حیث هدف، یک تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت، در زمره‌ی تحقیقات توصیفی است و به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی به فرجام رسیده است. برای این منظور عوامل موثر بر انطباق پذیری سازمانی در سه بعد بر اساس انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی و شفافیت نقش تعیین گردیده است. جامعه آماری تحقیق حاضر، کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بناب می‌باشد و حجم نمونه ۳۰۲ نفر برآورد شد. ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه بوده که پس از سنجش روایی و پایایی آن، در اختیار نمونه آماری قرار گرفت و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش توسط نرم افزار LISREL8.80 استفاده شده است. نتایج حاصل حاکی از تایید فرضیه‌ها بوده و بیانگر آن است توجه به عوامل هدایت اخلاقی شامل: انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی و شفافیت نقش تأثیر مثبتی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی دارد.

واژگان کلیدی: رهبری اخلاقی، انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی، شفافیت نقش، انطباق پذیری سازمانی

۱- مقدمه

در جهان امروز تغییرات سریع است و انطباق موفقیت آمیز، بخشی مهم از موفقیت در عصر حاضر شمرده می‌شود (حاجی‌پور و مرادی، ۱۳۸۹). باتوجه به سرعت روزافزون تغییر و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی و ...، امروزه سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که از ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی بالایی برخوردار باشند و ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی، توانایی سازمان‌ها در یادگیری مستمر و پاسخ‌دهی به تغییرات درون و بیرون سازمان است که نقش اساسی در کارایی و اثربخشی سازمانی دارد (استریکمن، ۲۰۰۵). هسته اصلی ظرفیت انطباق‌پذیری، نوآوری، تفکر سیستمی، یادگیری سازمانی، بینش مشترک، مشتری‌گرایی و ایجاد تغییر است (استریکمن و مارشود، ۲۰۱۰، ۵). در واقع، ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی عامل بقای سازمان است و مفهوم یادشده نقش اساسی در ارتقای عملکرد سازمانی دارد.

یکی از اصلی‌ترین دلایل توجه به ظرفیت انطباق‌پذیری در آموزش و پرورش شهرستان بناب بر این استوار است که اگر کارکنان سازمان مذکور در محیط کاری، از ظرفیت انطباق‌پذیری و سازگاری در مقابل نوآوری‌ها، تغییرات و ... برخوردار نباشند،

^۱ . Strichman and Marshood

امکان مرتفع کردن مشکلات سازمانی، اداری و در نهایت ارتقای عملکرد سازمانی، ممکن و مقدور نخواهد بود. در این راستا، نتایج مطالعات و پژوهش‌های انجام گرفته توسط (استریکمن، ۲۰۰۵، ۶۵) نشان می‌دهد که بین متغیرهای رهبری اخلاقی و انطباق پذیری سازمانی، رابطه معنادار وجود دارد.

علاوه بر این، رهبری اخلاقی با ایجاد ارزش‌ها، آگاهی اخلاقی، اعطای اقتدار و مسئولیت به افراد، اتخاذ مدیریت مشارکتی و دموکراتیک و ایجاد جو سازمانی مناسب به منظور تحقق سلامت سازمانی، صداقت و قابل اعتماد بودن، عمل کردن به ارزش‌ها و نگرش‌ها در رفتارها، عمل کردن به ارزش‌ها در تصمیم‌گیری و رفتار عادلانه در هر موقعیتی را تشویق می‌کند (توتار، ۲۰۱۱، ۱۳۷۸).

رسالت این پژوهش این است که با رویکرد رفتار شناختی و با تکیه بر رهبری اخلاقی، ظرفیت انطباق پذیری را بررسی و تحت تاثیر قرار دهد. چراکه ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی در سازمان‌های آموزشی، زمانی ارتقا می‌یابد که مدیران آموزش دارای ویژگی‌هایی چون الگو بودن، عمل‌گرا بودن، تسهیم قدرت، هدایت اخلاقی، وضوح نقش و در یک معنا رهبران اخلاق مدار باشند. بنابراین سؤال‌های اساسی پژوهش پیش رو بر این محورها دور میزند که اولاً میزان انطباق‌پذیری سازمانی در بین کارمندان آموزش و پرورش شهرستان بناب به چه میزان است؟ و ثانیاً رهبری اخلاق مدار و ابعاد آن چه تأثیری در ارتقای ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی دارند؟ این پژوهش درصدد است از جوانب مختلف برای سؤال‌های فوق پاسخ علمی بیابد.

در فراخور موضوع می‌توان گفت که در سازمان‌های امروزی، تمامی سبک‌های رهبری از جمله رهبری علمی، رهبری خدمتگزار و مواردی مانند آن، دارای ارزش حیاتی هستند، اما نقش رهبری اخلاقی در این میان بسیار برجسته است. به خصوص در سازمان‌های دانشگاهی و آموزشی که به دنبال ارتقای فرهنگ یادگیری سازمانی، تفکر سیستمی، نوآوری و به یک معنا ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی هستند؛ بایستی به رهبری اخلاقی توجه شود (یلماز، ۲۰۱۰، ۳۹۵).

هسته اصلی ظرفیت انطباق‌پذیری، نوآوری، تفکر سیستمی، یادگیری سازمانی، بینش مشترک، مشتری‌گرایی و ایجاد تغییر است و در واقع، ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی عامل بقای سازمان است و مفهوم یادشده نقش اساسی در ارتقای بهره‌وری و عملکرد سازمانی دارد (سیدجوادین و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۶).

۲- مروری بر ادبیات تحقیق

رهبری اخلاقی

رهبری اخلاقی شکلی از رهبری است که نیازمند توسعه استانداردهای اخلاقی برای اداره رفتارهای کارکنان و اجرای استانداردهای اخلاقی به طور موثر در رفتارهایشان می‌باشد. رهبری اخلاقی می‌تواند به عنوان تلاش برای گسترش عدالت، نشان دادن احترام به ویژگی‌های فردی دیگران و ترکیبی از ویژگی‌های صداقت، قابلیت اعتماد، امین بودن، خلوص، تصمیم‌گیری دموکراتیک و مشارکت حمایتی، دلسوز بودن و مهربان بودن توصیف شود. رهبری اخلاقی رهبری به شیوه‌ای است که به حقوق و مقام دیگران احترام می‌گذارد. رهبران ماهیتاً در یک موقعیتی از قدرت اجتماعی هستند و رهبری اخلاقی بر چگونگی استفاده رهبران از قدرت اجتماعی خود برای تصمیماتی که می‌گیرند، فعالیت‌هایی که در آن درگیر هستند و شیوه‌ای که آنها بر دیگران اثر می‌گذارند، تمرکز دارد (ریسیک، ۲۰۰۶، ۳۵۰).

رهبری اخلاقی را به عنوان نشان دادن رفتار مناسب هنجاری از طریق فعالیت‌های فردی، ارتباطات بین فردی و ترویج این قبیل رفتارها به پیروان از طریق ارتباطات دوطرفه، تقویت و تصمیم‌گیری تعریف کرده‌اند.

اولین قسمت این تعریف "نشان دادن رفتار مناسب هنجاری از طریق فعالیت‌های فردی و ارتباطات بین فردی" در بردارنده این است که رهبرانی که اخلاقی تصور می‌شوند الگوهای رفتارهایی هستند که به طور اصولی و هنجاری مناسب پنداشته می‌شود (مثل صداقت، امانت، عدالت و دلسوز بودن) و همچنین تبدیل شدن رهبر به الگویی معتبر می‌باشد. قسمت دوم این تعریف "ترویج

¹ . Tutar

² . Yilmaz

³ . Resick

این قبیل رفتارها به زبردستان از طریق ارتباطات دوطرفه^۱ را بیان می‌کند که رهبران اخلاقی نه فقط به اخلاقیات توجه می‌کنند بلکه فرآیند عدالت بین فردی و رویه‌ای را به پیروان ارائه می‌دهند.

جزء "تقویت" در تعریف دربرگیرنده این است که رهبرانی که اخلاقی می‌باشند استانداردهای اخلاقی را مستقر ساخته، به رفتار اخلاقی پاداش داده و کسانی که از استانداردها پیروی نمی‌کنند را تنبیه می‌کنند.

عنصر نهایی تعریف مربوط به "تصمیم‌گیری" می‌باشد که بازتاب این حقیقت است که رهبران اخلاقی به نتایج اخلاقی تصمیمات خودشان فکر می‌کنند و تصمیماتی عادلانه و هنجاری می‌گیرند که می‌تواند به وسیله پیروان تبعیت شود (پانو و تناکن، ۲۰۰۹، ۲۲).

رهبری اخلاقی بر اساس نظریه کالشن و همکاران^۲ (۲۰۱۱)، در قالب ابعاد ذیل ارائه گردیده‌اند: انصاف سازمانی: از دیدگاه توماس آکویناس انصاف واقعی زمانی است که حاکم به هر کس مطابق شأن و شایستگی او امتیاز بدهد. انصاف در مفهوم رادیکال آن در شعار و فرمول معروف مارکس «از هرکس به اندازه توانش و به هر کس به اندازه نیازش» خلاصه می‌شود. (مرامی، ۱۳۷۸، ۱۵).

هدایت اخلاقی: اخلاق «مجموعه‌ای از فرآیندهای عینی معنوی که دخالت تام در رشد خود واقعی دارد» و «فرآیندی که طی آن، در کارکرد ارگانیزم معنوی تعادل ایجاد می‌شود» تعریف کرده‌اند.

شفافیت نقش: وضوح و شفافیت نقش می‌تواند موجب رضایت و احساس دلگرمی و مفید بودن فرد و در نهایت انجام بهتر و دقیق‌تر کارها شود.

انطباق پذیری

یکی از بارزترین خصوصیات عصر حاضر تغییرات و تحولات شگرف و مداومی است که در تمامی پدیده‌ها رخ می‌دهد و سازمان‌ها و از جمله سازمانهای پویا و در حال تغییر که در آن قرار گرفته‌اند نیز از این موضوع مستثنی نبوده و در نتیجه رمز موفقیت سازمان‌های امروزی انطباق با محیط بیرونی است. انطباق پذیری سازمانی به عنوان ظرفیت یک سازمان برای در آغوش گرفتن تغییر و یا تغییر متناسب با محیط تغییر یافته، تعریف شده است. انطباق پذیری به عنوان فرآیند متوقف کردن تغییر سازمانی نیست بلکه به عنوان یک فرآیند مستمر در طول چرخه عمر سازمان است (براون^۳، ۲۰۰۶، ۵۹۶).

تحول سازمانی یکی از مهمترین عوامل بهره‌وری در سازمان‌ها و جامعه منابع انسانی است. شکوفایی و رشد هر جامعه‌ای منوط به ارتقای و پرورش منابع انسانی و توانمند سازی نیروهای آن جامعه است. در این راستای مسئولان سازمان‌ها با یاری کارشناسان رفتاری و منابع انسانی می‌بایست توجه خاصی را به پرورش کارکنان مبذول دارند. توانمندسازی و تقویت منابع انسانی به معنی قدرت بخشیدن و ارتقای قدرت فکری و عملی کارکنان است بدین معنی که به افراد کمک کنیم تا احساس اعتماد به نفس خود را بخشند و نیز بر احساس و تفکر ناتوانی و درماندگی خود غالب شوند و در افراد شور و شوق کار و فعالیت ایجاد کنیم. در سطح سازمانی عوامل بیرونی و درونی موجبات تغییر و تحول را در سازمان‌ها فراهم می‌نماید؛ عوامل بیرونی شامل هرگونه سیاست تحمیلی قانون و مقررات سازمانی و عوامل درونی شامل رفتار مردم، نگرش‌ها، ارزش و فناوری علم روز می‌باشد. در این مرحله رهبری و مدیریت تحول می‌بایست در موقعیتهای مختلف نقش رهبری خود را بصورت کامل ایفا نماید. رهبری بیشتر از مدیریت در جریان هرگونه تغییر و تحول مورد نیاز خواهد بود. مدیریت فعالیتهای سازمان را برنامه‌ریزی و سازماندهی و کنترل می‌نماید، اما رهبری است که افراد را ترغیب می‌کند و موجب تغییرات ضروری در نگرش و رفتار در کار می‌شود (گل پرور و همکاران، ۱۳۸۹، ۳۴).

در زمینه انطباق پذیری سازمان سه محور مورد توجه می‌باشد که شامل: درگیر شدن در کار، سازگاری و مأموریت یا رسالت و سازمان‌هایی که به خوبی یکپارچه هستند به سختی تغییر می‌یابند. لذا یکپارچگی درونی و انطباق پذیری بیرونی را می‌توان مزیت و برتری سازمان به حساب آورد. سازمان‌های سازگار ریسک پذیر هستند، از اشتباه خود پند می‌گیرند و ظرفیت و تجربه ایجاد تغییر را دارند. آنها به طور مستمر در حال بهبود توانایی سازمان در جهت ارزش قائل شدن برای مشتریان هستند.

^۱ . Ponnu and Tennakoon

^۲ . Kalshoven et el

^۳ . Brown

درگیر شدن در کار: سازمان‌های اثربخشی افرادشان را توانمند می‌سازند، سازمان را بر محور گروه‌های کاری تشکیل می‌دهند و قابلیت‌های منابع انسانی را در همه سطوح توسعه می‌دهند. اعضای سازمان به کارشان متعهد شده و خود را به عنوان پاره‌ای از پیکره سازمان احساس می‌کنند. افراد در همه سطوح احساس می‌کنند که در تصمیم‌گیری نقش دارند و این تصمیمات است که بر کارشان مؤثر است و کار آنها مستقیماً با اهداف سازمان پیوند دارد. درگیری زیاد در کار به معنای درگیر شدن ذهنی کامل با کار است.

سازگاری (ثبات و یکپارچگی): تحقیقات نشان داده است که سازمان‌هایی که اغلب اثربخش هستند با ثبات و یکپارچه بوده و رفتار کارکنان از ارزش‌های بنیادین نشأت گرفته است. رهبران و پیروان در رسیدن به توافق مهارت یافته‌اند (حتی زمانی که دیدگاه متقابل دارند) و فعالیت‌های سازمانی به خوبی هماهنگ و پیوسته شده است. سازمان‌هایی با چنین ویژگی‌هایی، دارای فرهنگ قوی و متمایز بوده و به طور کافی بر رفتار کارکنان نفوذ دارند.

رسالت: شاید بتوان گفت مهمترین ویژگی فرهنگ سازمانی رسالت و مأموریت آن است. سازمان‌هایی که نمی‌دانند کجا هستند و وضعیت موجودشان چیست؟ معمولاً به بیراهه می‌روند. سازمان‌های موفق درک روشنی از اهداف و جهت خود دارند، به طوری که اهداف سازمانی و اهداف استراتژیک را تعریف کرده و چشم انداز سازمان را ترسیم می‌کنند. وقتی یک سازمان مجبور است رسالت خود را تغییر دهد تغییرات در استراتژی، ساختار، فرهنگ و رفتار الزامی است. در این وضعیت رهبر قوی چشم انداز سازمان را مشخص می‌کند و یک فرهنگ را خلق می‌کند که این چشم انداز را پشتیبانی می‌کند (دنيسون ۲۰۰۱، ۳۷).

۳- پیشینه پژوهش

سوسمن (۲۰۰۴) در تحقیقات خود بر این نتیجه رسید که ظرفیت انطباق پذیری سازمانی یکی از ابعاد بسیار مهم ظرفیت سازمانی است. مفهوم یادشده به اهداف استراتژیکی چون ثبات سازمان‌ها و خلق نظم در سازمان کمک می‌کند. او ظرفیت انطباق پذیری را دارای چنین ویژگی‌هایی می‌داند: تمرکز بیرونی، روابط شبکه‌ای و نوآوری.

دنيسون (۲۰۰۰) عنوان کرده که فرهنگ انطباق‌پذیری بر انعطاف‌پذیری تأکید دارد و از نظر راهبردی به محیط خارجی توجه می‌کند و می‌کوشد تا نیازهای مشتریان تأمین شود. او معتقد است که ظرفیت انطباق‌پذیری دارای ویژگی‌هایی چون ایجاد تغییر، مشتری‌گرایی و یادگیری سازمانی است. طبق این رویکرد، رمز موفقیت سازمان‌های امروزی انطباق با محیط بیرونی است و این مهم جز با تغییر در کارکنان و افزایش قابلیت‌های آنها میسر نخواهد شد.

ظرفیت انطباق‌پذیری برای بقای سیستم‌های محیطی اجتماعی و همچنین برای غلبه بر بی‌ثباتی و عدم قطعیت ضروری است. چرا که سازمان‌های که از ظرفیت انطباق‌پذیری برخوردارند، این پتانسیل را دارند که پیش‌بینی کنند و به تغییرات پاسخ دهند و بعد از بحران دوباره به مدیریت منابع سالم بازگردند. شناختن و ساختن ظرفیت انطباق‌پذیری، می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا سازگار شوند و از تغییرات یاد بگیرند و همچنین تغییرات بعدی را بشناسند (عباس‌زاده و بوداقي، ۱۳۹۳).

استریکمن (۲۰۰۵) در مورد پژوهش خود، رساله‌ای با عنوان ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی و تغییرات اجتماعی به صورت مقطعی نگاشته است. در پژوهش یادشده، ظرفیت انطباق‌پذیری با ابعاد نوآوری، تمرکز بیرونی، روابط شبکه‌ای، بینش مشترک و پژوهش‌گری، بررسی شده است. همچنین بخشی از یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت انطباق‌پذیری، نقش اساسی در اثربخشی سازمانی دارد.

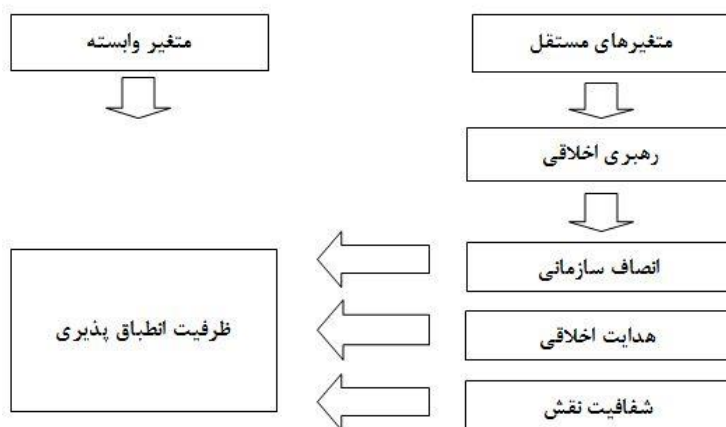
توسط کالسون و همکاران (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان رهبری اخلاقی در کار توسعه و اعتبارسنجی ابزارهای اندازه‌گیری چندگانه‌ی رهبری اخلاقی، انجام گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داده که رهبری اخلاقی نقش اساسی در عملکرد و بهبود رفتار سازمانی است.

هدف این تحقیق نیز بررسی تاثیر میان رهبری اخلاقی بر انطباق سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب و عوامل تاثیرگذار روی انطباق‌پذیری سازمان را شناسایی و اهمیت هر یک را مشخص می‌کند و نتایج آن برای بهبود انطباق‌پذیری سازمانی می‌باشد.

¹ . Denison

۴- مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی، چهار چوبی است مبتنی بر روابط نظری بین شماری از عوامل که در مورد مسائل پژوهش با اهمیت تشخیص داده می‌شوند. بر اساس آنچه تاکنون به آن اشاره شد، مدل مفهومی زیر دور از انتظار نخواهد بود.



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

۵- فرضیه‌های پژوهش

- انصاف سازمانی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.
- هدایت اخلاقی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.
- شفافیت نقش تاثیر مثبت و معنی‌داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.

۶- روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیق توصیفی-پیمایشی و از حیث هدف کاربردی می‌باشد. و براساس اطلاعات دریافت شده، تعداد کارکنان آموزش و پرورش شهرستان بناب، ۱۴۰۷ نفر گزارش شده است که براساس مقطع تحصیلی، جنسیت و محل خدمت تفکیک گردیدند. و برای محاسبه حجم نمونه از رابطه کوکران، ۳۰۲ نفر بدست آمده است که برای انتخاب نمونه آماری از جامعه آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. برای مشخص شدن روایی پژوهش از روایی نمادی یا صوری استفاده و نظرات اساتید و کارشناسان در پرسشنامه لحاظ گردید. و همچنین میزان پایایی برای پرسشنامه رهبری اخلاقی ۰/۹۶۲ و انطباق پذیری سازمانی نیز ۰/۹۰۲ بدست آمدند که نشان داد پرسشنامه‌ها پایایی مناسبی دارند. و برای تحلیل داده‌ها، از تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش توسط نرم افزار LISREL8.80 استفاده شده است.

۷- ابزار گردآوری اطلاعات

در تحقیق حاضر برای بررسی تاثیر تحول سازمانی بر فضیلت سازمانی از دو چارچوب نظری استفاده شده است. بدین صورت که برای سنجش تحول سازمانی بر اساس تغییر در افراد، فن‌آوری، ساختاری و مدیریتی با ۲۸ گویه محقق ساخته و همچنین برای سنجش فضیلت سازمانی نیز از مدل ارائه شده توسط کامرون و همکاران (۲۰۰۴)، ۱۵ گویه استفاده و ابعاد مختلف فضیلت سازمانی یعنی خوش بینی، اعتماد، همدردی، انسجام و بخشش را می‌سنجد. آزمودنی‌ها در یک مقیاس شش گزینه‌ای از یک (کاملاً غلط) تا شش (کاملاً درست) به هر یک از گویه‌ها پاسخ می‌دهد که آلفای کرونباخ استخراج شده برای پرسشنامه ظرفیت تحول سازمانی ۰/۸۴۶ و برای پرسشنامه فضیلت سازمانی ۰/۹۱۹ بدست آمد.

۸- مفاهیم تحقیق

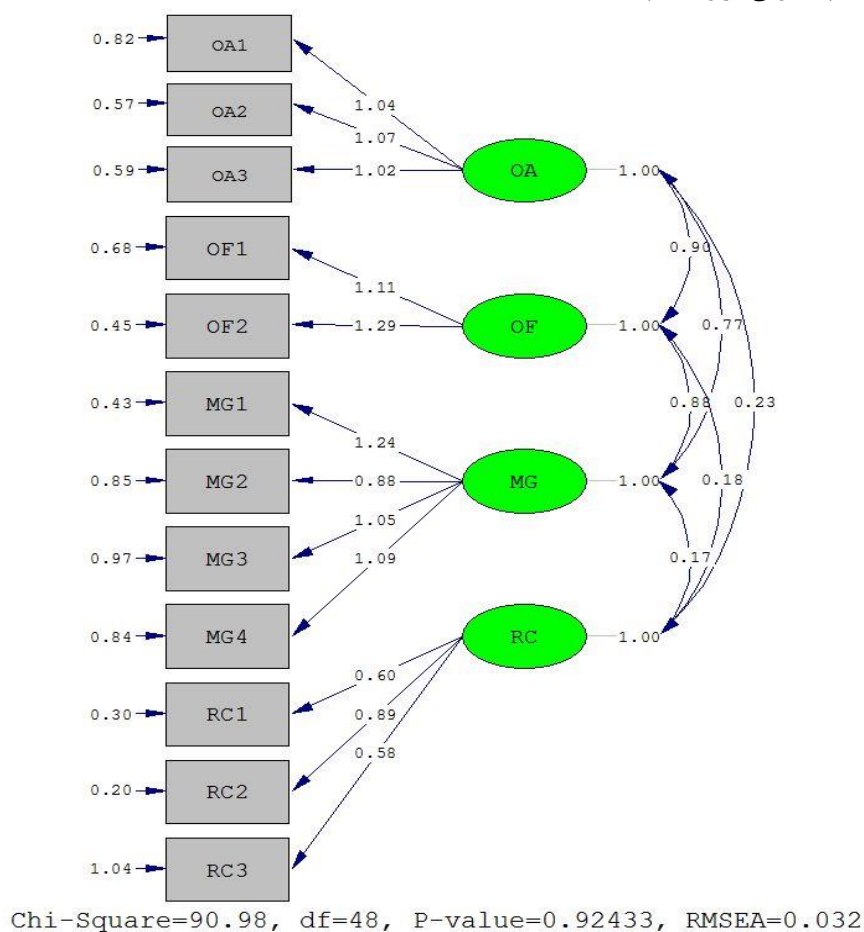
در جدول زیر مفاهیم و عوامل تحقیق به همراه معادل آنها نشان داده شده است که در هنگام مشاهده مسیرهای تحلیل عاملی از معادل آنها استفاده شده است.

جدول ۱: مفاهیم و عوامل تحقیق به همراه معادل آنها در مدل

عوامل	معادل
انطباق پذیری سازمانی	OA
انصاف سازمانی	OF
هدایت اخلاقی	MG
شفافیت نقش	RC

۹- تحلیل استنباطی یافته های تحقیق

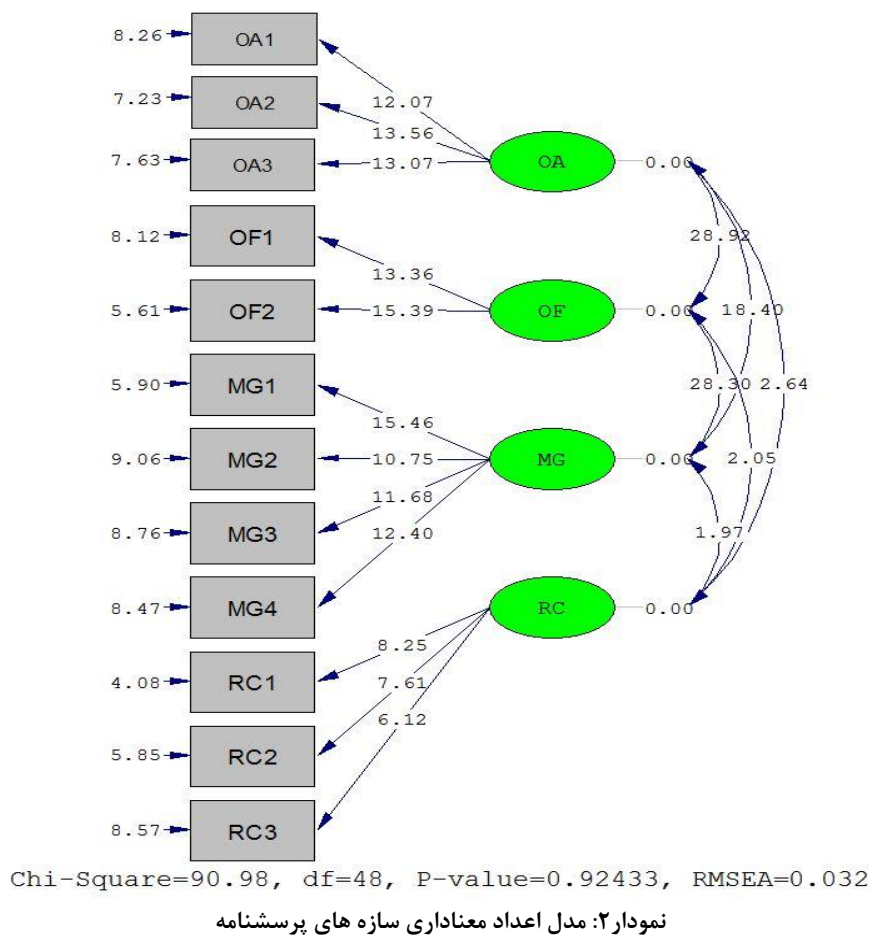
در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش توسط نرم افزار LISREL8.80 آورده شده است و نشان می‌دهد که چه سوالی مربوط به چه بعدی است.



نمودار ۱: مدل تخمین استاندارد مبتنی بر ضرایب همبستگی دوتایی سازه های پرسشنامه

از مدل اندازه گیری ضرایب استاندارد شده می‌توان این برداشت را نمود که بین متغیرهای مکنون مربوطه و شاخص‌های متناظر با آنها، همبستگی معناداری وجود دارد. و در این مدل میزان روابط بین سازه و بعد، بعد و شاخص نشان داده می‌شود.

همان طور که ملاحظه می‌شود تمامی شاخص‌های در نظر گرفته شده برای کلیه سوالات مربوط به متغیرهای مدل دارای همبستگی بالای ۰/۴۵ می‌باشند، بنابراین می‌توان گفت سوالات مورد نظر از قدرت تبیین خوبی برخوردار هستند.



مدل اعداد معناداری یا همان T-Value، میزان معنادار بودن هر یک از پارامترها را نشان می‌دهد و با توجه به اینکه تمامی اعداد معناداری از پارامترهای مدل از عدد ۱/۹۶ بزرگتر هستند، لذا روایی سازه‌های اندازه‌گیری متغیرهای مربوطه در سطح معناداری ۰/۰۵ تایید می‌شود.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل

شاخص	دامنه پذیرش شاخص	مقدار شاخص	برازش
P-Value	> 0.05	۰/۹۲۴۳۳	عالی
X ² /df	۱ - ۳	۱/۸۹	عالی
RMSEA	< 0.05	۰/۰۳۲	عالی
GFA	> 0.8	۰/۹۸	عالی
AGFI	> 0.95	۰/۹۶	عالی
SRMR	< 0.05	۰/۰۳۷	عالی
IFI	> 0.95	۰/۹۸	عالی
NFI	> 0.95	۰/۹۶	عالی
NNFI	> 0.95	۰/۹۷	عالی

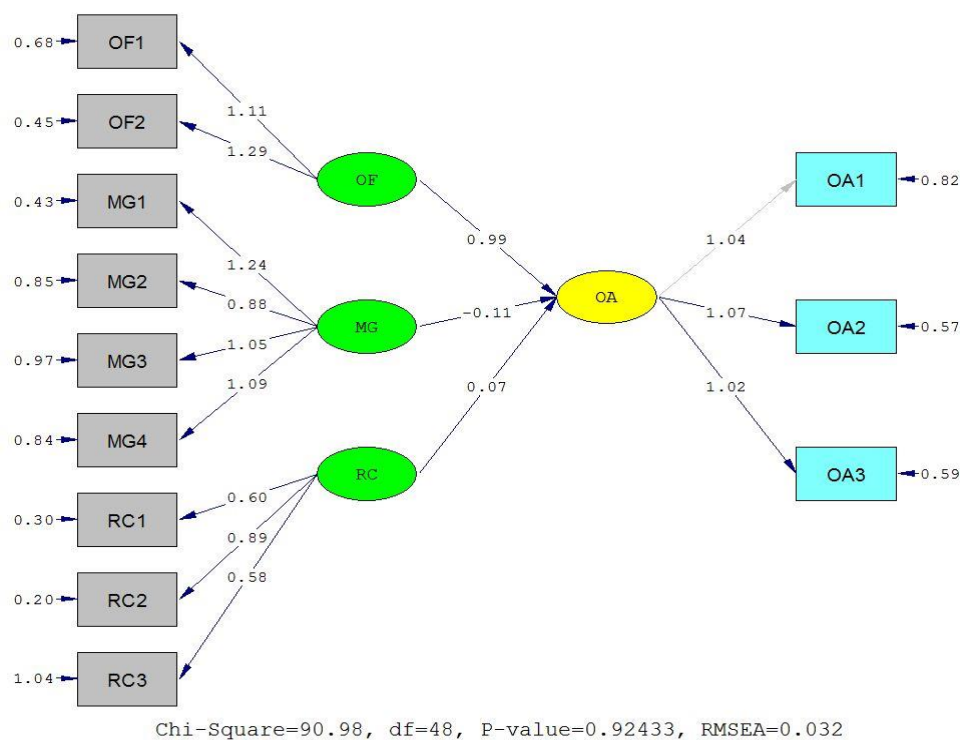
جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی تاییدی

گویه ها	بار عاملی	T-Value
انطباق پذیری سازمانی		
پیشنهادهای کارکنان و ایجاد تغییرات مناسب در این راستا انجام می پذیرد.	۱/۰۴	۱۲/۰۷
روش های منعطف برای تغییر در صورت لزوم وجود دارد.	۱/۰۷	۱۳/۵۶
سازمان نسبت به تغییرات محیط عکس العمل پاسخ گویی مناسب به کار دارد.	۱/۰۲	۱۳/۰۷
انصاف سازمانی		
سازمان مسئولیت مشکلاتی که خارج از کنترل کارکنان می باشد را می پذیرد و از آنان حمایت می کند.	۱/۱۱	۱۳/۳۶
سازمان در رسیدن به اهداف کارکنان تلاش می کند.	۱/۲۹	۱۵/۳۹
هدایت اخلاقی		
مدیریت با توضیح روشن می کند که چگونه به درستی رفتار کنیم.	۱/۲۴	۱۵/۴۶
کارکنان از دستورالعمل ها با صداقت تبعیت می کنند.	۰/۸۸	۱۰/۷۵
دستورات روشن و صریح صادر می شود.	۱/۰۵	۱۱/۶۸
در سازمان عواقب رفتار غیر اخلاقی روشن است.	۱/۰۹	۱۲/۴۰
شفافیت نقش		
مدیریت شرح می دهد که از کارکنان چه انتظاری می رود.	۰/۰۶	۸/۲۵
مسئولیت ها در شغلان شفاف و روشن است.	۰/۸۹	۷/۶۱
عملکرد هر یک از اعضای گروه مطابق انتظارات مدیریت پیش می رود.	۰/۵۸	۶/۱۲

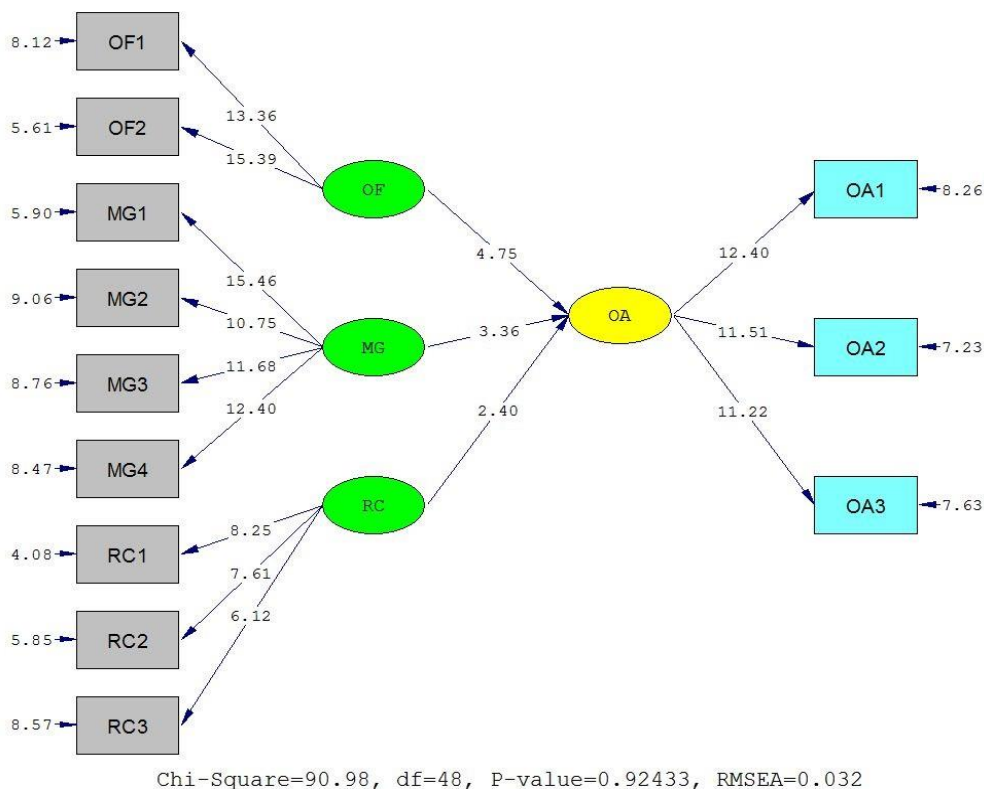
جدول فوق نشان می دهد که تحلیل عاملی تاییدی سازه های پرسشنامه بر اساس متغیرها دارای برازش مناسب بوده و سازه های پرسشنامه به خوبی متغیرهای مربوطه را نشان می دهند.

۱۰- تحلیل مسیر تاییدی مدل

برای آزمون مدل مفهومی پژوهش و فرضیات مدل از تحلیل داده ها به وسیله مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. جهت بررسی مدل پژوهش که شامل سه متغیر مستقل (انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی و شفافیت نقش) و متغیر وابسته (انطباق پذیری سازمانی) می باشد، قبل از تایید از مناسب بودن و برازش مطلوب اطمینان حاصل نموده ایم. مدل ذیل نیز اعداد معناداری و تخمین استاندارد شده مدل معادلات ساختاری، برای مدل مفهومی تحقیق را نشان می دهد.



نمودار ۳: مدل تخمین استاندارد مبتنی بر ضرایب همبستگی دوتایی مدل مفهومی



نمودار ۴: مدل اعداد معناداری مدل مفهومی

مدل اعداد معناداری میزان معنادار بودن هر یک از پارامترها را در سطح ۰/۰۵ نشان می‌دهد و چنانچه مقدار آن بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، پارامترهای مدل معنادار هستند.

جدول ۳: نتایج تحلیل عاملی تاییدی

فرضیه‌های مدل مفهومی	مقدار تی	ضریب استاندارد	فرضیات	
			فرضیه	نتیجه
انصاف سازمانی تاثیر مثبت و معنی داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.	۴/۷۵	۰/۹۹	۱	تایید
هدایت اخلاقی تاثیر مثبت و معنی داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.	۳/۳۶	— ۰/۱۱	۲	تایید
شفافیت نقش تاثیر مثبت و معنی داری بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد.	۲/۴۰	۰/۰۷	۳	تایید

۱۱- بحث و نتیجه گیری

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌ها مشخص گردید انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی، شفافیت نقش تغییرات انطباق پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۵، توسط تغییرات در رهبری اخلاقی در آموزش و پرورش شهرستان بناب تبیین و در آن تاثیر دارد. و نشان می‌دهد که هرچه به مولفه‌های رهبری اخلاقی توجه و اهمیت داده شود، میزان ظرفیت انطباق پذیری سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بناب افزایش می‌یابد. و یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های تحقیقی با عنوان «مدل تقویت احساس انرژی، توانمندی و خلاقیت کارکنان از طریق رهبری اخلاقی» توسط گل پرور و همکارانش (۱۳۸۹)، نتایج پژوهش نشان داد که رهبری اخلاقی در محیط کار باعث تقویت توانمندی، احساس انرژی و خلاقیت کارکنان (بعدی از انطباق پذیری سازمانی) در محیط کار می‌شود و همچنین عباس‌زاده و بوداقي (۱۳۹۳)، در بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی (مورد مطالعه: کارمندان دانشگاه تبریز)، بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی نتایج نشان داد، ابعاد وضوح نقش، جهت گیری مردمی، هدایت اخلاقی و سازه رهبری اخلاقی بر متغیر وابسته (ظرفیت انطباق پذیری سازمانی) معنادار می‌باشد. که با یافته‌های این پژوهش همسو می‌باشد. گاندرسون و هولینق (۲۰۰۲) نیز بر این عقیده‌اند که ظرفیت انطباق پذیری برای بقای سیستم‌های محیط اجتماعی و همچنین برای غلبه بر بی‌ثباتی و عدم قطعیت ضروری است. چرا که سازمانهای که از ظرفیت انطباق پذیری برخوردارند، این پتانسیل را دارند که پیش‌بینی کنند و به تغییرات پاسخ دهند و بعد از بحران دوباره به مدیریت منابع سالم بازگردند. شناختن و ساختن ظرفیت انطباق پذیری، می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا سازگار شوند و از تغییرات یاد بگیرند و همچنین تغییرات بعدی را بشناسند.

کالسون و همکاران (۲۰۱۱)، پژوهش دیگری با عنوان رهبری اخلاقی در کار: توسعه و اعتبارسنجی ابزارهای اندازه‌گیری چندگانه رهبری اخلاقی، انجام گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داده که رهبری اخلاقی نقش اساسی در عملکرد و بهبود رفتار سازمانی است که هم راستا با یافته‌های این پژوهش هستند.

۱۲- پیشنهادات

بر اساس نتایج حاصل از فرضیه‌ها و تأثیر معناداری که پرورش خصائص رهبری اخلاقی بر بهبود ظرفیت انطباق پذیری در آموزش و پرورش شهرستان بناب دارد، مدیران باید به رشد و توسعه تحول در سازمان‌هایشان مبادرت نمایند و سازمان با محور رهبری اخلاقی با خصائصی چون انصاف سازمانی، هدایت اخلاقی و شفافیت نقش همراه است لذا برای افزایش این تاثیرگذاری پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

به نیازهای شخصی کارکنان توجه شود.

در صورت بروز مشکلاتی که از سوی کارکنان نمی‌باشد از آنان حمایت گردد و مسئولیتش را سازمان بپذیرد.

در تصمیم گیری‌ها کارکنان شرکت داده شوند و در اعطای مسئولیت رقابت ایجاد گردد.

مدیریت رفتار مورد انتظار را به کارکنان تفهیم و عواقب غیر آن را و همچنین بر نحوه اجرای دستورالعمل‌ها نظارت نماید.

در سطوح سازمانی همبستگی و یکپارچگی را با اعتماد و پیمان بستن گسترش دید.

مسئولیت کارکنان صریح و روشن مشخص گردد تا کارکنان بدانند در چه حوزه ای مسئولیت دارند.

مراجع

۱. حاجی پور و مرادی (۱۳۸۹)، انعطاف پذیری سازمانی و عملکرد: مطالعه موردی شرکت های تولیدی ناحیه صنعتی اراک. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۲ (۶۲)، ۱۴۳-۱۶۱.
۲. سیدجوادین، امامی و رستگار (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با مدیریت دانش (مطالعه موردی: شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران). فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۴ (۱۲)، ۱۰-۳۲.
۳. عباس زاده محمد، بوداغانی علی (۱۳۹۳)، تأثیر رهبری اخلاقی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمانی (مورد مطالعه: کارمندان دانشگاه تبریز). فصل نامه علمی پژوهشی مدیریت دولتی دانشگاه تهران، ۶ (۲)، ۳۰۸-۲۸۹.
۴. گل پرور محسن، پاداش فریبا، آتش پور محمد، (۱۳۸۹)، مدل تقویت احساس انرژی، توانمندی و خلاقیت کارکنان از طریق رهبری اخلاقی، فصلنامه سلامت کار ایران، شماره ۳.
۵. مرآمی علیرضا (۱۳۷۸). "بررسی مقایسه ای مفهوم عدالت (از دیدگاه مطهری، شریعتی، سید قطب)"، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
6. Brown, M., Trevino, L. (2006). Ethical Leadership: A review and future directions, *The Leadership Quarterly* 17, pp.595-616.
7. Denison, D. R. and W.S. Neal (2000). Denison organizational culture survey, facilitator guide. Published by Denison Consulting, LLC. P:30-37.
8. Kalshoven, K. Den Hartog, D., Den Hoogh, A. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW), *The Leadership Quarterly*, 22 (1): 51-69.
9. Ponnu, C. Tennakoon, G. (2009). The association between ethical leadership and employee outcomes: the Malaysian case. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 14(1), 21-32.
10. Resick, C., Hanges, P., Dickson, M., and Mitchelson, J. (2006). A Cross-Cultural Examination of the Endorsement of Ethical Leadership, *Journal of Business Ethics* 63, pp.345-359.
11. Strichman, N.J. (2005). Adaptive Capacity in Israeli Social Change Nonprofits, University of Pittsburgh, Columbia.
12. Strichman, N., Marshood, F. (2010). Adaptive Capacity and Social Change. Introduction: A Conceptual Framework. *Organizational Learning and Longterm Stability*, *New England Journal of Public Policy*, 19 (23): 3-23.
13. Tutar, H. (2011). Is ethical leadership and strategic leadership a dilemma? A descriptive survey, 7th International Strategic Management Conference. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24: 1378-1388.
14. Yilmaz, E. (2010). The analysis of organizational creativity in schools regarding principals ethical leadership characteristics, *Procedia social and behavioral sciences* 2, pp.394-398.
15. Ponnu, C. Tennakoon, G. (2009). The association between ethical leadership and employee outcomes: the Malaysian case. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 14(1), 21-32.

بررسی نقش و جایگاه آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها

جمشید عدالتیان^۱، سعید عبدی بوسجین^۲، علی عبدی جمایران^۳، سمیه صابونی زیارانی^۴

^۱عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکز

^۲دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد تهران مرکز، saeid3375@gmail.com

^۳دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد قزوین و مدرس دانشگاه، a.abdi6769@ut.ac.ir

^۴کارشناسی ارشد روانشناسی مشاوره، S.sabouni95@yahoo.com

چکیده

نیاز به فراتر اندیشیدن در کارکنان سازمان‌ها از جمله مؤسسات کوچک و کسب‌وکارها یک نیاز روزافزون است. درواقع بهبود روزافزون کارکنان، آنان را به یک ضرورت جهانی بدل نموده، در این راستا آموزش کارآفرینی بعد از آموزش در دانشگاه‌ها، در سازمان‌ها نیز کلیدی‌ترین نقش را دارند. روش تحقیق در این پژوهش به صورت مطالعه کتابخانه‌ای و مروری می‌باشد. در این تحقیق با مطالعه ادبیات مرتبط با آموزش کارآفرینی از جمله زمینه‌های آموزش و آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها و نظام‌های آموزش عالی، نقش آموزش کارآفرینی در انواع مدل‌های دانشگاه‌های کارآفرین و همچنین مهارت مدرسان کارآفرینی و برنامه آموزشی کارآفرینی سعی گردیده تا به طور اساسی بررسی شود که در آموزش کارآفرینی چه جنبه یا بخش‌هایی وجود دارد؟ اهداف آن چیست؟ و نیز پیشنهاد‌های مبتنی یافته‌های پژوهش در آموزش کارآفرینی در ایران ارائه شده است.

کلمات کلیدی: آموزش، آموزش کارآفرینی در سازمان، نظام‌های آموزش عالی، دانشگاه کارآفرین، مهارت مدرسان، برنامه آموزشی کارآفرینی

مقدمه

برخی عقیده دارند که بازارهای آینده از آن شرکت‌هایی است که به ریسک‌پذیری کارآفرینانه بهاء می‌دهند و برای گسترش سرمایه‌های فکری خود در حد کلان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در بالندگی فردی پرتلاش‌اند و در خط‌مشی‌گذاری، شرایط محیطی را مدنظر قرار می‌دهند. بر همین اساس، توسعه کارآفرینی از جنبه‌های گوناگون مدنظر قرار گرفته است که آموزش یکی از جنبه‌های مهم آن و در راستای گسترش آن است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، تأیید شده است که ویژگی‌های کارآفرینانه اغلب اکتسابی است و نه ارثی. از این رو، در حال حاضر آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت تبدیل شده است. لذا فعالیت‌های آموزشی هر کشور را می‌توان سرمایه‌گذاری یک نسل برای نسل دیگر دانست. هدف اصلی این سرمایه‌گذاری، توسعه انسانی است. به عبارت دیگر هدف فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانایی‌های بالقوه انسان است. علاوه بر آن، به طور کلی، آموزش وسیله‌ای برای شناسایی مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و پی بردن به راه‌حل‌های مناسب برای آن‌هاست.

عوامل ضروری آموزش کارکنان عبارت است از: ۱. شتاب فزاینده علوم بشری در تمام زمینه‌ها، ۲. پیشرفت روزافزون فن‌آوری، ۳. پیچیدگی سازمان به دلیل ماشینی شدن، ۴. تغییر شغل یا جابجایی شغلی، ۵. روابط انسانی و مشکلات انسانی، ۶. ارتقاء

و ترفیع کارکنان، ۷. اصلاح عملکرد شغلی، ۸. نیازهای تخصصی حرفه‌ای نیروی انسانی، ۹. کارکنان جدید الاستخدام، ۱۰. بهره‌وری (بزاز جزایری ۱۳۷۹، ۷۵).

آموزش

آموزش و بهسازی نیروی انسانی باعث بینش و بصیرت عمیق‌تر، دانش، معرفت بالاتر، توانایی و مهارت بیشتر کارکنان در سازمان برای اجرای وظایف مسئولیت‌های شغلی می‌شود، در نتیجه موجب نیل به هدف‌های سازمانی با کارایی و اثربخشی بیشتر می‌گردد. امروزه کمتر سازمانی قادر است بدون آموزش کارکنان خود بهبود و توسعه یابد. بدین ترتیب رشد و توسعه نیروی انسانی پایانی ندارد. به فرموده پیامبر گرامی اسلام (ص): زگهواره تاگور دانش بجوی، مصداق پیدا می‌نماید.

هرگونه فعالیت یا تدبیر از پیش طرح‌ریزی شده‌ای که هدف آن ایجاد یادگیری در یادگیرندگان است (سیف ۱۳۷۴). آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری و به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد، تا او را قادر به انجام کار و بهبود بخشی از توانایی‌ها، تغییر مهارت‌ها، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی نما؛ بنابراین آموزش به مفهوم تغییر دانش، نگرش و تعامل با همکاران است. آموزش مستلزم استفاده از برنامه‌های پیش‌بینی شده‌ای است که شایستگی‌های موجود در کارکنان را تقویت و موجب کسب دانش، مهارت و توانایی‌های تازه در فرد می‌گردد، به گونه‌ای که بهبود عملکرد شغلی را تسهیل می‌نماید (سیدجوادی ۱۳۸۱).

کوشش در جهت بهبود عملکرد شاغل در ارتباط با انجام کار و مسائل مربوط به کلیه مساعی و کوشش‌هایی است که در جهت ارتقای سطح دانش و آگاهی، مهارت‌های فنی، حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان یک سازمان به عمل می‌آید و آنان را آماده انجام وظایف و مسئولیت‌های شغلی خود می‌نماید (س. ابطحی ۱۳۸۳).

استیفن پی رایبنز (استیون ۱۳۸۵) معتقد است که آموزش به مفهوم تغییر دانش و نگرش افراد در جهت همکاری با همکاران است. آموزش کوششی است در جهت تغییر دانش و بینش افراد برای کسب آگاهی‌های جدید و تغییرات عادات و رفتارها یا تغییر جهت فکری و تغییر در سرنوشت انسان است، و بالاخره آموزش تجربه‌ای است مبتنی بر یادگیری که به منظور ایجاد تغییرات نسبتاً پایدار در فرد انجام و او را قادر به انجام کار، بهبود توانایی‌ها و به‌روزرسانی مهارت‌ها، دانش و نگرش و عملکرد می‌کند (ابطحی و عباسی ۱۳۸۶).

دانش حرفه‌ای

ترکیبی از تجربیات، ارزش‌ها، اطلاعات و نگرش‌ها است. دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده‌ها سرچشمه می‌گیرد. دانش به‌عنوان مزیت رقابتی در جوامع فرا سرمایه‌ای باوری پذیرفته شده است (سروش ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی

کارآفرینی به‌عنوان عامل اصلی خلق کسب‌وکار جدید توسط افراد یا تیم‌های کوچک محسوب می‌شود و فرایندی هدفمند و خلاق برای سودآوری از طریق ایجاد یک شرکت یا واحدهای فناوری مستقل و رقابت شرکت‌های فعلی به شمار می‌آید؛ بنابراین، کارآفرین فردی است که منابع لازم برای شروع یا رشد کسب‌وکاری را بسیج می‌کند و تلاش او به ایجاد یا اداره یک واحد اقتصادی منجر می‌شود (فرشاد، و غیره ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی برای اولین بار با ارائه دروسی در دانشگاه هاروارد آغاز شد، ولی واقعیت این است که آموزش کارآفرینی به‌عنوان عامل تعیین‌کننده در دانشکده‌های کسب‌وکار از سال‌های ابتدایی دهه ۷۰ در قرن بیستم آغاز شده است (علیمیری ۱۳۸۷). در آن دوران شرایطی که ناکارآمدی نظام اداری و اقتصادی به شکل اخراج وسیع کارکنان از شرکت‌های بزرگ و چندملیتی بر همگان آشکار شده بود، مفهوم کارآفرینی و توسعه آموزش‌های مربوط به آن مورد توجه جدی قرار گرفت (سعیدی مهرآباد و مهدی ۱۳۸۷). امروزه، آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است و کمتر دانشگاهی را می‌توان یافت که دوره‌ای را در حوزه آموزش کارآفرینی نداشته باشد.

هدف اولیه از آموزش و توسعه کارآفرینی همانا تربیت افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طور کلی، افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند (Cotton 1991).

آموزش کارآفرینی که بر پایه توسعه علایق و مهارت‌های چندگانه جوانان متمرکز شده است با هدف کاهش خطرهای مرتبط با کارآفرینی و راهنمایی سرمایه‌گذاری موفق در طی مراحل اولیه تا رسیدن به مرحله بلوغ ارائه می‌شود. همچنین، آموزش‌های کارآفرینی به‌منظور برقراری ارتباطات و تلقین مهارت‌ها و ارزش‌های موردنیاز برای تشخیص فرصت کسب‌وکار، سازمان‌دهی و شروع به سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار جدید طراحی شده است (Brown 2000) [۱۲].

علاوه بر این، آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت دانش‌آموختگان به بازار کار باشد. مطالعات در اروپا در این باره نشان داده است که چنین آموزش‌هایی توانسته است افراد را مسئولیت‌پذیرتر بار آورد و آن‌ها را به کارآفرین یا متفکران حوزه کارآفرینی تبدیل کند و به‌طور موفقیت‌آمیزی آن‌ها را در چالش‌های کسب‌وکار موفق و خطرپذیر کند در. نتیجه، نرخ بیکاری و شکست کسب‌وکارها کمتر شده است (Urbano, Aponte and Toledano 2008).

بررسی‌های انجام‌شده در ایالات متحده، اروپا و کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز نشان می‌دهد که اگر آموزش‌های کارآفرینی در کنار سایر اقدامات ترغیب‌کننده و تسهیل‌کننده قرار گیرند، اثربخشی بسیاری خواهند داشت (شهرکی پور ۱۳۸۴). برخی از مطالعات نشان داده‌اند که افراد شرکت‌کننده در دوره‌های آموزش کارآفرینی نسبت به افرادی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده‌اند، کسب‌وکارهای بیشتری را راه‌اندازی کرده‌اند (Rasmussen and Sorheim 2006).

به‌طورکلی، مرور مطالعات انجام‌شده در زمینه آموزش کارآفرینی و برنامه‌های کارآفرینی شواهدی را ارائه می‌دهند که این برنامه‌ها کارآفرینان را برای شروع یک کسب‌وکار جدید تشویق می‌کنند. در صورت ارائه آموزش‌های کارآفرینی، شاخص‌ها و گرایش‌های کارآفرینان جامعه ارتقا می‌یابد و این آموزش‌ها می‌تواند به ایجاد شرایط یا محیط مناسب کارآفرینی در کشور کمک کند. در برنامه پژوهشی GEM در سال ۲۰۰۸، درباره آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع ویژه پژوهشی مطالعه شد. در مدل مفهومی GEM آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل محیط کارآفرینانه در نظر گرفته شده است که این عامل بر سطح گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه اثر می‌گذارد و این امر خود بر توسعه کسب‌وکارهای جدید در اقتصاد تأثیرگذار است (زالی، و غیره ۱۳۸۹). همچنین، تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی نیز در برنامه ارزیابی GEM موردتوجه بوده است.

(آراستی و بنادکی بهار ۱۳۹۲) با فرضیات خود به نتایج ذیل دست پیدا کرده‌اند. در این پژوهش اثر آموزش کارآفرینی که در یک دوره ۷۲ ساعته برای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه‌های گلپایگان برگزار شده است، بر قصد کارآفرینی سنجیده شده است و بر اساس مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق فرضیات زیر ارائه می‌شوند: آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی، نگرش به رفتار کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و درک کنترل رفتاری مؤثر است.

دیدگاه‌ها و نقطه نظرات پیرامون فرهنگ سازمانی تعاریف بسیار متعددی از فرهنگ سازمانی شده است؛ اما در اینجا سعی می‌شود به برخی از تعریف‌های رایج پرداخته شود. برخی از دانشمندان و صاحب‌نظران بر روی ارزش‌های فرهنگ سازمانی تأکید کرده‌اند. فرهنگ سازمانی نمایانگر ادراک مشترک اعضای سازمانی است که رفتار آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در هر سازمان، ارزش‌ها، نمادها، مراسم و اسطوره‌هایی وجود دارند که دائماً در طول زمان تغییر می‌کنند. این ارزش‌های مشترک معین می‌کنند که کارمندان چگونه جهان خود را درک کرده و به آن پاسخ می‌دهند (Robbins 2005).

هسته‌ی اصلی فرهنگ سازمانی را ارزش‌هایی تشکیل می‌دهند که اعضای سازمان همگی با هم در آن مشترک هستند و بر اساس این ارزش‌ها، رفتارهای درون سازمانی شکل می‌گیرند. فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌های کلیدی است که توسط اعضای سازمان به‌طور گسترده پذیرفته شده است (Tsui, et al. 2006).

برخی دیگر بر روی بخش‌های نامحسوس و نانوشته در سازمان متمرکز شده‌اند؛ لذا فرهنگ را همان چیزی می‌دانند که به‌عنوان یک پدیده درست، به اعضای تازه وارد آموزش داده می‌شود و نشان‌دهنده بخش نانوشته و نامحسوس سازمان است (هادیزاده مقدم و حسینی ۱۳۸۳).

امروزه، دانشگاه‌های پیشرفته دنیا درصدد تغییر نظام آموزشی و آموزش مهارت‌های تبادلی دانش به نسل بعدی دانشجویان و تغییر فرایند تحقیق هستند و با در نظر گرفتن ماهیت کاربردی توسعه به دنبال ایده‌های جدیدند. همچنین، آنان نوآوری‌های

مرتبط با تبادل دانش را مطالعه و آن‌ها را مستند می‌کنند و نحوه تفکر، سیاست‌گذاری و عمل درباره تبادل دانش و کارآفرینی در دانشگاه، صنعت و دولت را تغییر می‌دهند. توسعه مهارت‌های انسانی از طریق برنامه‌های توانمندسازی به گونه‌ای که دانش‌آموختگان قادر باشند در یک محیط ارتباطی بین صنعت و دانشگاه به‌طور نوآورانه‌ای فعالیت آن‌ها از اصلی‌ترین هدف این دانشگاه‌هاست (Torabi and Goodarzi 2009).

امروزه، نوآوری در سازمان‌ها به سه صورت مختلف طبقه‌بندی می‌شود:

الف. نوآوری اداری و فنی^۱: تمایز بین نوآوری‌های اداری و فنی بر ساختار اجتماعی استوار است. نوآوری اداری با تغییر در ساختار سازمانی و فرایندهای اداری سروکار دارد، به صورتی که نوآوری سازمان اداری ارتباط نزدیکی با فعالیت‌های اداری سازمان و ارتباط غیرمستقیمی با فعالیت‌های کاری سازمان دارد. نوآوری فنی با تغییر در محصول، خدمات و فناوری فرایند تولید ارتباط دارد؛ این نوع نوآوری سازمانی مستقیماً با فعالیت‌های کاری یک سازمان سروکار و با تغییرات در محصولات و فرایندها ارتباط دارد (Damanpour 1991).

در پژوهش حاضر از این طبقه‌بندی برای بررسی نوآوری سازمانی استفاده شده است. نوآوری اداری با روابط بین افراد و چگونگی انجام یافتن وظایف کاری و اهداف سازمان سروکار دارد و شامل نقش‌ها، قوانین، رویه‌ها و ساختارهایی است که با ارتباط بین افراد و محیط وجود دارد. نوآوری فنی با تغییر در محصول، خدمات و فناوری فرایند تولید سروکار دارد و این نوآوری مستقیماً به شکل تغییرات در تولید و فرایندهای سازمانی صورت می‌گیرد.

ب. نوآوری محصول و فرایند^۲: سازمان عموماً از این دو نوع نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی استفاده می‌کند. نوآوری محصول به «تولید محصولات تازه یا پاسخ به یک مصرف‌کننده خارجی یا نیاز بازار» اطلاق می‌شود و نوآوری‌های فرایندی درواقع عناصر جدیدی هستند که در تولیدات یا فعالیت‌های خدماتی سازمانی به کار می‌روند (Damanpour and Gopalakrishnan 2001).

ج. نوآوری بنیادی و توسعه‌ای^۳: نوآوری بنیادی به تغییر نگرش مدیران و تقویت منابع دانش ۱۲ فنی سازمان و نوآوری توسعه‌ای بر پیچیدگی ساختار و عدم تمرکز تأکید دارد. هنگامی که سازمان‌ها محصولات تازه‌ای را تولید می‌کنند و فرایندهای مدیریتی را بهبود می‌بخشند، آن‌ها به انگیزه و استعداد سرمایه انسانی برای خلق ایده‌های تازه، توسعه رویکردهای نوآوری و ایجاد فرصت‌های تازه نیاز دارند (Scarbrough 2003).

(Chang and Lee 2008) در بررسی رابطه قابلیت تجمعی دانش و نوآوری سازمانی نشان دادند که بین قابلیت تجمعی دانش و نوآوری اداری ارتباط معناداری وجود دارد و در ضمن فرهنگ سازمانی و محیط خارجی این رابطه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هانگ و چانگ (Huang and Chung 2007) در بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی مشخص کردند که سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای در این سازمان‌ها بالاتر از حد متوسط و سرمایه انسانی پایین‌تر از حد متوسط است. از طرفی، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از میان سه جزء سرمایه فکری، سرمایه انسانی تأثیر بیشتری بر سایر اجزا و نیز عملکرد سازمانی داشته است.

والکر (Walker 2007) در ارزیابی تأثیر انواع نوآوری بر ویژگی‌های سازمانی مشخص کرد که مشخصات و ویژگی‌های این سازمان‌ها برای ایجاد نوآوری اداری و فنی مناسب نیست و برای تحقق نوآوری سازمانی باید آن‌ها با تغییرات شدید محیطی سازگاری بیشتری داشته باشند و نقش مدیریت سازمان در ایجاد چنین محیط انعطاف‌پذیری بسیار اهمیت دارد.

اکانر و همکاران (O'Connor 2007) در ارزیابی قابلیت نوآوری سازمانی دریافتند که سرمایه انسانی در این سازمان‌ها با دانش و نگرش مناسب و نیز با گذراندن دوره‌های آموزش تخصصی، سرمایه ساختاری با استقرار استراتژی پویا و طراحی ساختار

¹ Administrative and Technical

² Product and Process

³ Radical and Incremental

سازمانی منعطف، سرمایه رابطه‌ای با ایجاد روابط مطلوب با مشتریان و ذینفعان داخلی و خارجی در ایجاد زمینه ظهور نوآوری سازمانی نقش مهمی دارند.

مقاله مستخرج از رساله دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان اشاره می‌کند: برای موفقیت در دنیایی پیچیده و با رقابت روزافزون فقط برخورداری از دارایی‌های دانشی کافی نیست، بلکه شناسایی این دارایی‌ها نیز امری لازم است و مهم‌ترین و اثربخش‌ترین کار این است که سازمان‌های آموزشی بتوانند علاوه بر شناسایی این دارایی‌ها، آن‌ها را به‌خوبی مدیریت کنند. برای مدیریت این دارایی‌ها لازم است سازمان‌های آموزشی از وضعیت کنونی آن‌ها مطلع شوند و برای رفع نقایص و کمبودهای آنان اقدامات لازم را به عمل آورند. از طرفی، با پیچیدگی رقابت، نوآوری یکی از مزیت‌های اصلی برای حیات سازمان‌های آموزشی محسوب می‌شود. همه سازمان‌های آموزشی برای بقای خود به ایده‌های نو و بدیع نیاز دارند. نوآوری می‌تواند به‌عنوان تغییر سازمانی برای پاسخ به محیط خارجی یا نفوذ بر آن در نظر گرفته شود. لیکن باید دانست که دانش به‌عنوان مهم‌ترین عامل تولید و عامل تعیین‌کننده در نوآوری به شمار می‌رود، زیرا با انباشت دائمی دانش اداری و فنی در طول زمان و با استفاده از فناوری ارتباطات، دانش به‌سرعت در سرتاسر جهان قابل‌دسترس شده است (بهرامی، و غیره ۱۳۹۰).

با توجه به اینکه نتایج پژوهش نشان داد که بین اجزای سرمایه فکری (انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) با نوآوری سازمانی (اداری و فنی) در دانشگاه‌های دولتی استان اصفهان رابطه چندگانه معنادار وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که مدیران آموزش عالی با فراهم کردن شرایط همکاری حرف‌های بین اعضای هیئت‌علمی، طراحی دوره‌های آموزشی بر مبنای یادگیری موضوعات به‌روز، همکاری مطلوب بین دانشگاه و سایر سازمان‌های دولتی و غیردولتی، امکانات جدید آموزشی، تغییر ساختار سازمانی دانشگاه، اصلاح شیوه‌های گزینش استادان و پذیرش اظهارنظرها و انتقادات در دانشگاه‌ها، در ظهور نوآوری سازمانی نقش مؤثری ایفا می‌کنند (بهرامی، و غیره ۱۳۹۰).

ایجاد تغییرات سازمانی می‌تواند اثرات مفید و یا مخربی بر روی سطح مشارکت کارکنان پس از ایجاد تغییر جدید به وجود آورده و لذا مدیریت مشارکت افراد در زمان تغییر و آموزش آن‌ها به‌عنوان عامل کلیدی می‌باشد، بنابراین می‌توان کارکنان، میزان توانایی آن‌ها برای انطباق‌پذیری و ایجاد تغییرات و نوآوری‌های موفق سازمانی نیز افزایش یابد (Farnham, Horton and White 2003). در خصوص برنامه‌های آموزش کارآفرینی نیز می‌توان بیان داشت که با توجه به گسترش برنامه‌های آموزش کارآفرینی، هنوز توجه چندانی به ارزیابی اثربخشی کلی برنامه و بازنگری در محتوا و روش‌های آموزش نشده است. این در حالی است که ارزیابی اثربخشی آموزش کارآفرینی را نمی‌توان فقط به ارزیابی دانش قابل حصول در کلاس محدود کرد، بلکه باید در میزان تحریک سرمایه‌گذاری راه‌اندازی شرکت‌های موفق، توانایی افزایش یافته کارآفرینان یا تأثیرگذاری بر قصد کارآفرینی به کار گرفت (Graevenitza, Harhoffa and Weberb 2010).

نقش آموزش کارآفرینی در انواع مدل‌های دانشگاه کارآفرین

در ادبیات دانشگاه کارآفرین مدل‌های مختلفی وجود دارد که مبتنی بر مأموریت‌ها، نوع آموزش، پژوهش و فعالیت‌های کارآفرینانه است. به‌طور کلی، مدل مفهومی دانشگاه کارآفرین وابسته به عوامل محیطی و درونی در ایجاد و توسعه دانشگاه کارآفرین است. عوامل محیطی به عوامل غیررسمی و رسمی و عوامل درونی به امکانات و منابع گفته می‌شود. این مدل عناصر و اجزای زیر را شامل می‌شود: عوامل رسمی: سازمان کارآفرین و ساختار دولت، حمایت از کارآفرین و آموزش افراد. عوامل غیررسمی: دیدگاه دانشگاهیان در خصوص کارآفرینی، روش‌های کارآفرینی و نظام پاداش. منابع: سرمایه مالی، کالبدی، نیروی انسانی و تجاری. امکانات: شبکه‌ها و ارتباطات، ارزش و اعتبار (Guerrero and Urbano 2012) از دیگر مدل‌های نظری که کلارک ۱۹۹۸ به آن اشاره کرده است توجه به عوامل محیطی و درونی است که دارای اجزای زیر است. عوامل محیطی که شامل دو بخش رسمی و غیررسمی است. بخش رسمی شامل رهبری قدرتمند، محیط گسترش یافته و منابع مالی متنوع. در بخش غیررسمی نیز به عواملی

چون محقق بالنگیزه، عامل حیاتی، فرهنگ و کارآفرینی یکپارچه اشاره نمود. در جدول زیر به طور خلاصه به برخی از مدل‌های نظری دانشگاه کارآفرینی در دو بعد محیطی و درونی اشاره شده (Guerrero and Urbano, 2012) است.

مدل‌های نظری دانشگاه کارآفرین		
عامل محیطی		
نظریه پردازان	غیررسمی	رسمی
(Sporn 2001)	فرهنگ‌سازی	اهداف و مأموریت، ساختار، مدیریت، رهبری، ارتباطات
(Etzkowitz 2004)	نوسازی	وابستگی به دولت و صنعت، سرمایه دانش
(Hazelkorn 2007)	فرهنگ‌سازی	کاربرد، پیوستگی، ساختار، مشوق‌ها و پشتیبانی
عامل درونی		
نظریه پردازان	منابع	امکانات
(Hazelkorn 2007)	مأموریت	شبکه‌ها، محلی کردن و جایگاه
(Bramwell and Wolfe 2008)	مالی، کالبدی، تجاری و انسانی	اعتبار، جایگاه، شبکه‌ها، محلی کردن

محتوای آموزش کارآفرینی: کارآفرینان نیازمند مهارت‌های متفاوتی هستند تا بتوانند در ارتقای ابتکارات ایجاد کسب‌وکار سازمانی به موفقیت برسند. آن‌ها باید آینده سازمان و تغییراتی را که احتمالاً در توانایی‌های بنگاه برای توجیه و تأیید ایجاد کسب‌وکار سازمانی رخ می‌دهند، پیش‌بینی کنند. این توانایی نیازمند درک راهبرد، بازارها و دیگر توانمندی‌های بنگاه است. کارآفرینان باید درک کنند که چگونه ابتکارات مرتبط با کسب‌وکار می‌توانند بر واحدهای مختلف سازمانی به شکلی کاملاً متفاوت تأثیر بگذارند و چگونه حول این موضوعات کار کنند. (Zahra 2006)

دانشگاه باید به شیوه کارآفرینانه عمل نماید، مراکز رشد تجاری و پارک‌های فناوری و دیگر مراکز این چنین را ساماندهی کند و در این سازمان‌ها دخیل کند و از این طریق در راه‌اندازی کسب‌وکار کمک نماید (Schulte 2004).

آموزش کارآفرینی لازمه توسعه کارآفرینی است (میرزا محمدی، پور طهماسبی و تاجور ۱۳۸۷).

آموزش کارآفرینی به دنبال آماده‌سازی افراد برای درک موقعیت‌های کارآفرینی و استفاده از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود برای ایجاد کارآفرینی یا تفکر کارآفرینی است (کنجوری، مهدی زاده و سعیدی پور ۱۳۹۲).

برای اینکه دوره‌های آموزش کارآفرینی با موفقیت همراه باشد، باید نکاتی چند مورد توجه و اهتمام قرار گیرد که عبارت‌اند از: ترکیب شرکت‌کنندگان در کلاس‌های آموزش کارآفرینی متنوع باشد.

کلاس‌ها دربردارنده بازخورد مستمر و حتی از قبل پیش‌بینی نشده باشد.

افزون بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید بر انواع ابتکارات و خلاقیت‌های کارآفرینانه هم تأکید نماید.

جهت هر یک از بحث‌ها و مسائل کلاس، راه‌حل و جواب مشخص و معینی ذکر گردد.

امکان تغییر و اصلاح برنامه‌های آموزشی توسط معلم و یا استاد به آسانی میسر و مقدور باشد.

از سبک‌ها و روش‌های گوناگون تدریس استفاده گردد تا باعث ایجاد هیجان و جذابیت شود.

معلم‌ان و یا استادانی که کارآفرینی را تدریس می‌کنند، خودشان کارآفرین باشند (Zeiders 2003).

اهداف آموزش کارآفرینی: هدف از فعالیت‌های کارآفرینی و پرورش کارآفرینان چیست؟

(Erkkilä 2000) معتقد است هدف کارآفرینی، آموزش برای خلاقیت، نوآوری و سودمندی بیشتر است (مذبوحی ۱۳۹۱).

گاروان و اوسنید اهداف برنامه‌های آموزشی کارآفرینی را در قالب موارد زیر بیان می‌کنند:

شناسایی و آماده‌سازی کارآفرینان بالقوه برای شروع یا توسعه دانش و فناوری در کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز؛

توانمندسازی مخاطبان برای تنظیم برنامه‌های کسب‌وکار؛

تمرکز بر موضوعاتی که برای اجرای پروژه‌های کارآفرینانه همچون تحقیق بازار و تحلیل رقبای، تأمین مالی کسب‌وکار و موضوعات مالیاتی و قانونی، حیاتی هستند؛

بهبود و توسعه رفتارهای مستقلانه، ریسک‌پذیری و تقبل مسئولیت‌ها؛

توانمندسازی مخاطبان به گونه‌ای که در پایان دوره آموزشی بتوانند اقدام به تأسیس کسب‌وکار مخاطره‌آمیز دانش‌محور یا فناوری سطح بالا کنند (Garvan and Ocinnide 1994).

روش‌های تدریس کارآفرینی: نتایج اکثر مطالعات تجربی و زمینه‌یابی نشان داده‌اند که با استفاده از آموزش کارآفرینی می‌توان کارآفرینی را تعلیم داد و یا حداقل ترغیب نمود. سؤال خوبی که در اینجا می‌توان در زمینه آموزش کارآفرینی مطرح ساخت این است که چه چیز باید آموزش داده شود و چگونه؟ (Kuratko 2003)

از دیدگاه هاینس (۱۹۹۶) آموزش کارآفرینی شامل روش‌های سنتی و غیر سنتی می‌باشد و بایستی از هر دوی آن‌ها به‌صورت یکپارچه و تلفیقی استفاده نمود. وی این روش‌ها را به شرح زیر توصیف می‌کند.

روش‌های سنتی: بر جنبه‌های نظری کارآفرینی تأکید دارند و شامل شیوه‌هایی نظیر سخنرانی، تحقیقات کتابخانه‌ای، آموزش برنامه‌ای و مانند آن می‌باشد

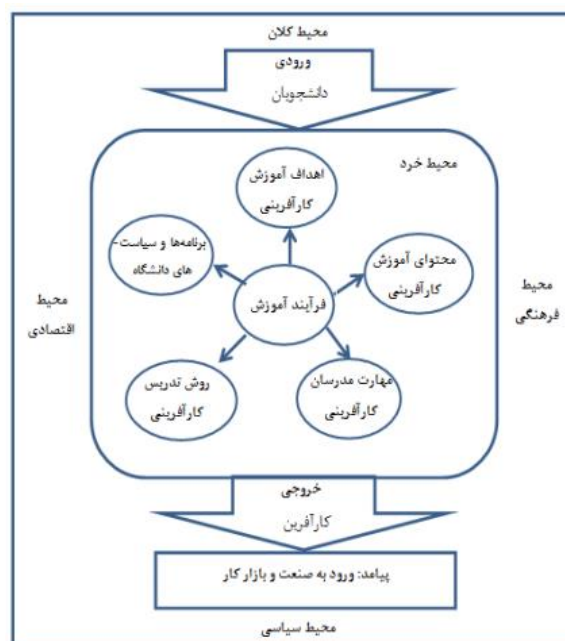
روش‌های غیر سنتی: شامل مطالعات موردی، پروژه‌های عملی، کارآموزی، یادگیری تجربی، بازدید از شرکت‌های کارآفرینانه، کار تیمی و طوفان اندیشه می‌باشد (Hayns 1996).

مهارت مدرسان کارآفرینی

(Hills 1988) از طریق نظرخواهی از آموزشگران مختلف دریافت که اکثر آن‌ها عقیده دارند که بایستی کسانی در دوره‌ها، دروس کارآفرینی را تدریس کنند که خود تجربه کار کارآفرینانه و یا حداقل سابقه کار کردن با کارآفرینان را داشته باشند. محققان متعدد اظهار داشته‌اند که یکی از چالش‌های آموزش کارآفرینی در سطح آموزش عالی، کمبود مدرس توانمند است (نبیونی، آقاجانی و الله‌وردی زاده ۱۳۸۸).

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی مقاله این‌جانب در آموزش کارآفرینی سازمانی برگرفته از مدل مفهومی (اجاقی، و غیره زمستان ۱۳۹۵)



سطح خرد

بازنگری و تجدیدنظر در محتوای دروس کارآفرینی توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به منظور همسان سازی دروس با نیازهای شغلی

- گزینش و جذب مدرسین متخصص در حوزه آموزش کارآفرینی
- فراهم آوردن امکانات و تجهیزات آموزشی مناسب
- استفاده و به کارگیری شیوه‌های خلاقانه و نوین تدریس توسط اساتید و مربیان کارآفرینی
- آماده ساختن جهت ورود به بازار کسب و کار و زندگی شغلی آینده

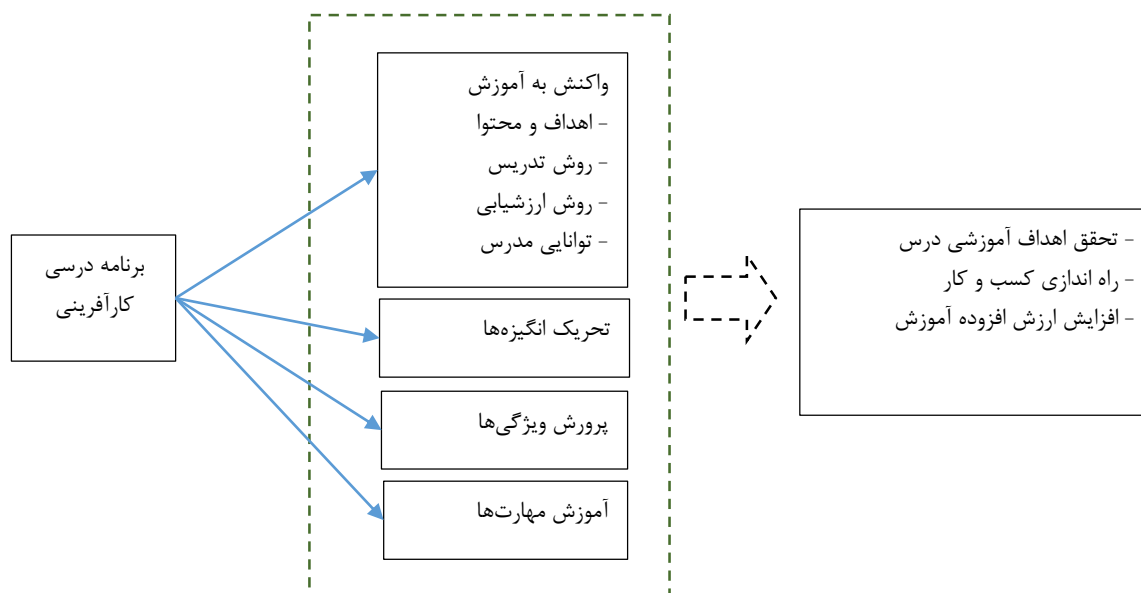
نظام آموزش و تحقیق سازمانی: باید گفت خلاقیت تا حد زیادی اکتسابی بوده و رشد این استعداد نیز مانند سایر استعدادهای بشری به شرایط و زمینه‌های خاصی نیاز دارد (آقای فیشانی ۱۳۷۷). از این رو کارآفرینی درون سازمانی نیز یک هنر و فضیلت ذاتی نیست و می‌توان آن را از طریق آموزش مناسب توسعه داد. پرورش و آموزش کارکنان در زمینه کارآفرینی می‌تواند باعث پیشرفت خارق‌العاده‌ای در سازمان شود. این آموزش‌ها نه تنها باعث افزایش درآمد، از طریق نوآوری سازمانی می‌شود بلکه افزایش و بهبود نگرش کارکنان را نیز به دنبال خواهد داشت. از این رو مدیران باید زمینه لازم برای این آزمایش‌ها را درون سازمان فراهم کنند (Pinchot 2000).

چرایی فعالیت و برنامه آموزشی کارآفرینی

پرداختن به فعالیت‌های آموزشی در هر کشوری نوعی سرمایه‌گذاری بوده که هدف اصلی آن توسعه انسانی است (Kaufman and Herman 1996). به عبارتی هدف هریک از فعالیت‌های آموزشی رشد آگاهی و توانایی‌های بالقوه انسان بوده و پیشرفت و توسعه جوامع، سازمان‌ها و مؤسسات نیز در گرو ارتقای سطح دانش، مهارت، رفتار و بینش انسانی است (Arend 2007). این امر اهمیت فعالیت‌های آموزشی را دوچندان می‌سازد. برخی معتقدند که آموزش نمی‌تواند مانع بیکاری افراد شود، حتی فارغ التحصیلان دانشگاهی نیز علی‌رغم این که آموزش‌های زیادی دیده‌اند، اما قادر به یافتن شغلی مناسب نمی‌باشند (حسینی ۱۳۸۷).

یکی از اهداف ارائه برنامه درسی کارآفرینی تحریک انگیزه است. شناخت از توانایی‌های خود و آگاهی دادن در این زمینه و برانگیختن آن‌ها از اصلی‌ترین وظایف آموزش کارآفرینی، تحریک انگیزه‌هایی از قبیل میل به کسب ثروت، توفیق طلبی، استقلال طلبی، تمایل به ساختن چیزهای نو و قبول نداشتن شیوه‌های موجود موجب می‌شود که در مسیر کارآفرین شدن قرار گیرند. یکی دیگر از اهداف ارائه درس کارآفرینی به پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه است. برخی در محیط‌هایی پرورش می‌یابند که زمینه برای تحریک انگیزه‌ها و پرورش آن‌ها فراهم است و لذا در صورتی که این افراد کسب و کاری را شروع کنند، اغلب با موفقیت همراه خواهند بود؛ اما بیشتر در چنین محیط‌هایی آموزشی قرار ندارند و لذا ایجاد انگیزه و پرورش ویژگی‌های کارآفرینی که از طریق درس کارآفرینی برای آن‌ها ضرورت دارد. این ویژگی‌ها شامل مواردی چون آموزش تفکر خلاق، بالا بردن ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی و دادن اطلاعات آموزشی درباره خصوصیات شخصی از طریق کنترل درونی است. آموزش مهارت‌های کارآفرینی سومین هدف ارائه درس کارآفرینی بوده و بر این اساس سعی می‌کنند مهارت‌های اساسی همچون مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، قوانین کار و امور اجتماعی، توانایی مدیریت توسعه و رشد شرکت و یافتن بازارهای جدید را از طریق این درس آموزش دهند. ایجاد علاقه نسبت به درس کارآفرینی چهارمین هدف ارائه واحد درسی کارآفرینی بوده و بر این اساس سعی دارند تا نسبت به درس کارآفرینی علاقه‌مند ساخته تا از آن لذت برند (صمدی میارکلائی، و غیره تابستان ۱۳۹۲).

با توجه به چارچوب نظری مطرح شده و همچنین تحقیقات انجام گرفته پیرامون موضوع، در این مقاله از مدل مفهومی زیر برای ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی استفاده شده است. مدل مفهومی ارائه شده توسط (مرادی پردنجانی و جعفری بهار و تابستان ۱۳۹۲)



بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر تبیین و ارزیابی آموزش کارآفرینی و ابعاد آن در سازمان‌ها و به معنی ساده‌تر یعنی مؤسسات و شرکت‌های کوچک و متوسط که سه متغیر تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها می‌باشد. مدل‌های مفهومی در این تحقیق بازبینی شده و در یک قالب یک کلیت یکپارچه نشان داده شده است. این امر به مدیران کمک خواهد کرد تا بهبود در فرآیندهای آموزشی کارآفرینی در متغیرهای سه‌گانه مورد مطالعه را به‌صورت مشخص پیگیری نمایند.

این دوره‌ها می‌تواند منجر به تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت شناس و به‌طور کلی افرادی که تمایل قوی و بیشتری برای کارآفرینی درون‌سازمانی و کسب‌وکارهای مستقل دارند باشد. در حقیقت هدف اصلی از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افرادی است که انگیزه‌ای قوی به فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی درون‌سازمانی داشته باشند. مدیران محترم توجه داشته باشند که آموزش کارآفرینی به کارکنان باید به بهترین نحو که مطابق با استانداردهای بین‌المللی و درعین‌حال مطابق با شرایط بومی باشد، انجام شود. از آنجایی که فرصت‌ها در حال گذار هستند، آموزش کارآفرینی می‌تواند زمینه‌های توسعه‌ی فردی و سازمانی را برای افراد مختلف فراهم نماید. از آنجایی که کارآفرینان تصمیمات مهم اقتصادی را اتخاذ می‌کنند، آموزش مهارت‌های کارآفرینی بسیار مهم است و تصمیمات کارآفرینان در عرصه‌های اقتصادی نه تنها کارآفرینان بلکه سازمان و حتی خانواده آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. در صورتی که مهارت‌های کارآفرینی آموزش داده نشود، سازمان و کارکنان متحمل هزینه‌های سنگین و بسیاری خواهد شد که و با آموزش مهارت‌های کارآفرینی، میزان شکست کارکنان به حداقل خواهد رسید.

پیشنهاد تحقیق برای مدیران آموزشی سازمان‌ها و مؤسسات آموزش عالی

۱. با توجه به یافته‌های محققان مختلف در تحقیقات مرتبط با آموزش کارآفرینی، باید توجه بیشتری به روش‌های نوین آموزشی و ابزارهای نوین اشاره کرد.
۲. مدیران و افراد مسئول در فرآیند آموزش باید با سازمان‌ها و دانشگاه‌های پیشرو کارآفرینی و آموزش آن و علی‌الخصوص اساتید مجرب استفاده کنند.
۳. مدیران باید به ابعاد تشکیل‌دهنده متغیرها (تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها)، توجه داشته باشند؛ و این ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن با توجه به ضریب اهمیت آن در دوره‌ها لحاظ و آموزش‌های برای گسترش و بهبود آن در نظر گیرند.

پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های تحقیق

۱. آموزش کارآفرینی در سازمان‌ها باید ماهیت ورود به کسب‌وکار را روشن کند و هدف اساسی هر برنامه آموزش کارآفرینی باید ارتقاء شناخت فرصت‌ها باشد و درباره توانمندی‌های حرف‌های خود به عنوان کارآفرینان سازمانی یاد بگیرند؛
۲. آموزش کارآفرینی باید با حمایت و پشتیبانی از نیروهای کارآفرین سازمانی همراه باشد تا افراد با پشت‌گرمی و فراغت بیشتری فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان پیگیری نمایند.

منابع

1. Arend, Richard J. "Abandoning Entrepreneurship: Children and Victims First." In *STRATEGIC ORGANIZATION* Vol 5(4), 409–422. Las Vegas, USA: University of Nevada, 2007.
2. Bramwell, A, and D A Wolfe. "Universities and regional economic development: the entrepreneurial University of Waterloo." *Research Policy*, 37 (8), 2008: 1175–1187.
3. Brown, C. "Entrepreneurial education teaching guide." *CELCEE Kaufman center for entrepreneurial leadership clearinghouse on entrepreneurship education*, 2000: 7.
4. Chang, S C, and M S Lee. "The Linkage between Knowledge Accumulation Capability and Organizational Innovation." *Journal of Knowledge Management*, Vol. 12, No. 1, 2008: 3-20.
5. Cotton, J. *Enterprise education experience, a manual for school-based inservice training*. Casdec: Publisher MCB UP Ltd, 1991.
6. Damanpour, F. "Organizational Innovation: A Meta-analysis of Effects of Determinants and Moderators." *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, 1991: 555–90.
7. Damanpour, F, and S Gopalakrishnan. "The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations." *Journal of Management Study*, Vol. 38, No. 1, 2001: 45–65.
8. Erkkilä, K. *Entrepreneurial education: mapping the debates*. in the United States, Kingdom and Finland: Routledge, 2000.
9. Etzkowitz, H. "The Evolution of the Entrepreneurial University." *International Journal of Technology and Globalization*, 1(1), 2004: 64-77.
10. Farnham, D, S Horton, and G White. "Organizational change and staff participation and involvement." *The International Journal of Public Sector Management*; 16(6), 2003: 434-45.
11. Garvan, T, and B Ocinneide. "Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review and Valuation." *Journal of European Industrial Training*, 18(11), 1994: 13-21.
12. Graevenitza, G, D Harhoffa, and R Weberb. "The effects of entrepreneurship education." *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 2010: 90-112.
13. Guerrero, M, and D Urbano. "The development of an entrepreneurial university." *Journal of Technology Transfer* 37(1), 2012: 43–74.
14. Hayns, R. *Industrializing Knowledge: University Industry Linkages*. Japan and the United States; London: MIT Press, 1996.
15. Hazelkorn, E. "The impact of league tables and ranking on higher education decision making." *Higher Education Management and Policy*, 19(2), 2007: 87– 110.
16. Hills, G. E. "Variations in university entrepreneurship education: an empirical study in evolving fields." *Journal of Bussiness Venturing*. No.3: 22-109, 1988.
17. Huang, C F, and S L Chung. "Study on the Relationship between Intellectual Capital and Business Performance in the Engineering Consulting Industry: A Path Analysis." *Journal of Engineering and Management*, Vol. 13, No. 4, 2007.
18. Kaufman, Roger, and Jerry Herman. "Strategic Planning in the Educational System (Reflection, Restructuring, Reprocessing)." *Prentice Hall*, 1996.
19. Kuratko, D. "Entrepreneurship Education: Emerging trends and challenges for the 21st century." *Coleman Foundation White Paper Series*, 2003.

20. O'Connor, A. et al. "Evaluating an Australian Public Policy Organization's Innovation Capacity." *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10, No. 4, 2007: 532-558.
21. Pinchot, G. *Fostering Intrapreneurial Idea*. 2000. <http://www.pinchot.com>.
22. Rasmussen, A, and R Sorheim. "Action-based entrepreneurship education." *Technovation* Vol. 26, No. 2, 2006: 185-194.
23. Robbins, S.P. *Management, eighth edition*. India: entice Hall, 2005.
24. Scarbrough, H. "Knowledge Management, HRM and the Innovation Process." *Int J Manpow*, Vol. 24, No. 5, 2003: 501-16.
25. Schulte, P. "The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development." *Higher Education in Europe*, 29(2), 2004: 187-191.
26. Sporn, B. "Building Adaptive Universities: Emerging Organizational Forms Based on Experiences of European and US Universities." *Tertiary Education and Management*, 7(2), 2001: 121-134.
27. Torabi, M, and M Goodarzi. "The Holding Knowledge & Innovation Based Companies, Transformation in Medical Sciences & Economic Growth." *Hakim Research Journal*, Vol. 12, No. 3, 2009: 10- 17(in Persian).
28. Tsui, A S, Z Zhang, H Wang, K R Xin, and J B Wu. "Unpacking the relationship between CEO leadership behavior and organizational culture." *The Leadership Quarterly*, 2006: 17, 113-117.
29. Urbano, D, M Aponte, and N Toledano. "Doctoral education in entrepreneurship: A European case study." *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 15, No. 2, 2008: 336-347.
30. Walker, R M. "An Empirical Evaluation of Innovation Types and Organizational and Environmental Characteristics: Towards a Configuration Framework." *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 18, 2007: 591-615.
31. Zahra, S H. *Chmpioning Corporate Venturing*. Michael Hitt and Duane Ireland, Entrepreneurship, Victoria: Blackwell Publishing, 2006.
32. Zeiders, M D. *Why Entrepreneurship Training? Did You Know the Following U.S. 2001*. Economic Statistics United States: Small Business Administration, Office of Advocacy, 2003.
۳۳. ابطحی، سیدحسین، و سعید عباسی. *توانمندسازی کارکنان*. تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، ۱۳۸۶.
۳۴. اجاقی، صبا، بیژن رضایی، نادر نادری، و حبیب جعفری. "ارائه الگوی مفهومی مؤلفه‌های خرد و کلان نظام آموزش کارآفرینی." *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، جلد سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۵.
۳۵. استیون، رایینز. *مبانی رفتار سازمانی*. (مترجم) علی پارسایان، سیدمحمد اعرابی: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۵.
۳۶. آراستی، زهرا، و سعید بنادکی. "ارزیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در آموزش عالی." *فصلنامه آموزش مهندسی ایران*، سال پانزدهم، شماره ۵۷، بهار ۱۳۹۲: ۷۵-۸۹.
۳۷. آقای فیشانی، تیمور. *خلاقیت و نوآوری در انسانها و سازمان ها*. تهران: انتشارات ترمه. چاپ اول، ۱۳۷۷.
۳۸. بهرامی، سوسن، سعید رحایی پور، تقی آقا حسینی، حسنعلی بختیاری نصرآبادی، و یارمحمدیان محمدحسین. "تحلیل روابط چندگانه سرمایه فکری و نوآوری سامانی در آموزش عالی." *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۶۱ این مقاله مستخرج از رساله دکتری تخصصی مدیریت آموزشی دانشگاه اصفهان می‌باشد. (۱۳۹۰): ۲۷-۵۰.
۳۹. حسینی، و همکاران. "آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی." *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*. سال ۱۴، شماره ۴، ۱۳۸۷: ۱۳۸-۱۱۹.
۴۰. زالی، محمدرضا، سید مصطفی رضوی، جهانگیر یداللهی فارسی، و اسدالله کرد نائیج. *ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران*. تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی، ۱۳۸۹.
۴۱. سعیدی مهرآباد، محمد، و محمد مهدی مهدی. "تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینی (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)." *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱۳۸۷: سال اول.
۴۲. سید حسین ابطحی. *آموزش و بهسازی سرمایه‌های انسانی (جلد اول)*. تهران: موسسه فرهنگی کتاب لاینز، انتشارات پوینده، ۱۳۸۳.

۴۳. سید رضا سیدجوادین. مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان. تهران: نشر دانش، ۱۳۸۱.
۴۴. سیداحمد بزاز جزایری. آموزش کارکنان. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، جلد اول، ۱۳۷۹.
۴۵. شهرکی پور، بنیسی. "جایگاه کارآفرینی در دانشگاه‌ها،" مجموعه مقالات دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور، تهران، ۱۳۸۴.
۴۶. صمدی میارکلائی، حمزه، حسنعلی آقاجانی، حسن خدابخشی، و حسین صمدی میارکلائی. "تبیین و ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی کارآفرینی طرح‌های زود بازده بر کارآفرینان استان مازندران." (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، سال دهم، شماره ۳۰، تابستان ۱۳۹۲: ۷۳-۹۰.
۴۷. علی اکبر سیف. روان‌شناسی پرورشی. تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۷۴.
۴۸. علیرضا سروش. "نقش توسعه دانش در فرایندگردش دانش." دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۷، ۱۳۸۷: ۳۰.
۴۹. علیمیری، مصطفی. "آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها." فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۳۸۷: س، آل اول.
۵۰. فرشاد، سیامک، محمد فتحیان، بابک ابراهیمی، و سروش نالچیگر. "مراکز رشد مجازی ابزاری در راستای توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها." فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۳۸۷: سال دهم.
۵۱. کنجوری، زکیه، حسین مهدی زاده، و بهمن سعیدی پور. "شناسایی راهبردها و راه کارهای آموزشی موثر در آموزش مهارت‌های کسب و کار به دانشجویان رشته‌های اقتصاد، مدیریت و مهندسی." ۱۳۹۲.
۵۲. مذبوحی، سعید و همکاران. "برنامه درسی کارآفرینی: هدف، محتوا، روش تدریس و روش ارزشیابی." فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. سال اول، شماره ۳، ۱۳۹۱: ۱۳۰-۹۷.
۵۳. مرادی پردنجانی، حجت‌الله، و پریوش جعفری. "ارزیابی اثربخشی برنامه درسی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی." دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی سال ۴، شماره ۷، بهار و تابستان ۱۳۹۲: ۱۶۱-۱۳۹.
۵۴. میرزا محمدی، م. س. پور طهماسبی، و آ. تاجور. "موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران." کار و جامعه، ۱۳۸۷، ۹۷ (۱۴): ۴۷-۳۴.
۵۵. نبیونی، ا. م آقاجانی، و س. الله‌وردی زاده. "بررسی تجربی پنج کشور موفق در زمینه توسعه آموزش کارآفرینی برای فارغ التحصیلان دانشگاهی." کار و جامعه، ۱۵ (۱۰۸)، ۱۳۸۸: ۹۱-۸۱.
۵۶. هادیزاده مقدم، اکرم، و ابوالحسن حسینی. "بررسی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی مولد و نوآوری در سازمان اقتصادی کوثر." پیام مدیریت، شماره نهم و دهم، ۱۳۸۳: ۷۷-۹۵.

انتخاب بهترین فروشنده با استفاده از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره

محمد مهدی جرینی^۱، حامد شاکریان^{۲*}

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی، گروه مدیریت صنعتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

email: stu.shakerian@iaut.ac.ir

چکیده

این مقاله مدل فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی را برای انتخاب بهترین فروشنده در میان گزینه های مختلف ارائه می دهد. انتخاب فروشنده مناسب تصمیمی مهم در یک زنجیره تامین است. مدل پیشنهادی این مقاله می تواند در انتخاب فروشنده خوب و کارآمد به شرکت کمک کند. فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی یک ابزار تصمیم گیری چند معیاره است که معیارهای کمی و کیفی را بررسی می کند.

واژگان کلیدی: انتخاب فروشنده، تحلیل پوششی داده ها، فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی

۱. مقدمه

۱.۱. انتخاب فروشنده

انتخاب فروشنده مناسب تصمیمی مهم در زنجیره تامین است. فروشنده نقش مهمی در دست یابی به اهداف مدیریت زنجیره تامین دارد. از این رو، شراکت استراتژیک با عملکرد بهتر فروشنده باید در زنجیره تامین وجود داشته باشد. فروشنده های منتخب باید براساس چند معیار ارزیابی شوند. ممکن است فروشنده های شخصی ویژگی های عملکردی متفاوتی برای معیارهای مختلف داشته باشند (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳). منبع صحیح منبعی است که بتواند کیفیت درست مواد را به موقع و با هزینه ای معقول فراهم کند. انتخاب منبع یا فروشنده غلط برای آشفته کردن موقعیت مالی و عملیاتی شرکت کافی است. در مراتب بالاتر زنجیره تامین، انتخاب فروشنده تا جایی پیش می رود که به یک عنصر کلیدی و اساسی در پروسه صنعتی خرید و یکی از فعالیت های عمده و مهم حرفه ای ها در صنعت تبدیل می شود. فروشنده ها بهترین دارایی های غیر پولی هر سازمان هستند. امروزه، شرکت های خریدار از فروشنده هایشان انتظار عملکرد بیشتری دارند و در عین حال، رابطه خوبی با هم دارند (dulancy, 2012). در این زمینه، مشکل انتخاب فروشنده به تصمیم گیری در مورد چگونگی انتخاب یک فروشنده از میان چندین گزینه بالقوه مربوط می شود. از این رو، شرکت های خریدار فروشنده هایشان را با اصول و قاعده انتخاب می کنند و از این رو، انتخاب فروشنده به یک تصمیم استراتژیک و بسیار مهم تبدیل می شود (دلبری و همکاران، ۱۳۹۴).

۲. زمینه فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی

فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی یک روش سیستماتیک برای استفاده از سلسله مراتب ها در ساختاردهی یک مسئله تصمیم است. اولین مرحله تعیین معیارها است. فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی در بحث معیارهای کمی و کیفی، یک نظریه اندازه گیری است. فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی از مقایسه دو تایی استفاده می کند که بسیار دقیق تر از روش امتیاز بندی است (saaty, 2014). روش مقایسه دو تایی قسمتی از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی است و جزئیات آن به شرح زیر است:

(۱) تعریف مسئله و تعیین راه حل مطلوب،

(۲) ساختاردهی سلسله مراتب با هدف کلی مدیریتی (بالاترین سطوح) از طریق سطوح متوسط و میانجی برای سطحی که در آن جا کنترل می تواند مشکل را حل یا سبک کند،

(۳) ایجاد یک ماتریس مقایسه دو تایی سهم نسبی یا تاثیر هر عنصر بر هر هدف یا معیار اصلی یا در سطح بالاتر. در این ماتریس عنصر به عنصر، عنصر ها به روش دو تایی و با توجه به معیار های سطح بعدی مقایسه می شوند. در مقایسه عنصر های i و j، قضاوت مردم نشان می دهد که در آن عدد صحیح غالب است. از این رو، اگر هنگام مقایسه i امین عنصر با j امین عنصر، غلبه در موقعیت عنصر های i، رخ ندهد، در موقعیت i، به عنوان ajz، اتفاق می افتد و معکوس آن به صورت خودکار به azj مربوط می شود،

(۴) همه $n(n-1)/2$ را به دست آورید و این عبارت با مجموعه ماتریس های موجود در (۳) تعیین می شود،

(۵) جمع آوری داده های مقایسه دو تایی و وارد کردن معکوس ها به همراه واحد n و ثبت مورب اصلی، مسئله مقادیر اصلی $aw=\lambda \max w$ حل می شود و ثبات آن بررسی می شود،

(۶) مراحل (۳)، (۴) و (۵) در همه سطوح و خوشه ها در سلسله مراتب تکرار می شود،

(۷) ترکیب سلسله مراتبی برای افزایش مقادیر ویژه، با میزان معیار ها، استفاده می شود و حاصل جمع همه مقادیر ویژه را مطابق با آن مقادیری مدیریت می کند که در سطح پایین تر هستند و به بردار کامپوزیت اولویت برای پایین ترین سطح سلسله مراتب می انجامد؛

(۸) ثبات، با ضرب و تکثیر هر شاخص ثبات با اولویت معیارهای مطابق و افزودن این محصولات در همه جا، برای کل سلسله مراتب ارزیابی می شود. نتیجه با نوع مشابهی از بیان و با استفاده از شاخص تصادفی ثبات مطابق با ابعاد هر ماتریس اندازه گیری شده با اولویت های گذشته تقسیم می شود. ضریب ثبات کلی قابل قبول باید حدوداً ۱۰ درصد (۰،۱۰) یا کمتر باشد. در غیر این صورت، کیفیت داده های قضاوتی باید بهبود یابد (دلبری و همکاران، ۱۳۹۴).

۳. کاربرد فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی برای مطالعه موردی

سه فروشنده بالقوه (فروشنده a، فروشنده b، فروشنده c) برای ارزیابی شناسایی شده است. براساس نظر متخصصان داخلی و خارجی سازمان، پنج معیار کسب و کار شناسایی شده است. معیار های مهم ارزیابی بدین شرح است: هزینه، رابطه، مهارت، اجتناب از خطر، کیفیت.

توضیح معیار های ارزیابی در ادامه آمده است:

(۱) هزینه: هزینه کلی شامل قیمت، هزینه حمل و نقل و گارانتی می شود،

(۲) رابطه: مدت ارتباط، نگرش آن ها و اطمینان مورد توجه است،

(۳) مهارت: توانایی آن ها در پاسخ به تقاضا های مختلف طراحی و کمیت،

(۴) اجتناب از خطر: میزان اجتناب از تاخیر در سرویس دهی،

(۵) کیفیت: کیفیت محصول و خدمات بررسی می شود.

مراحل مدل ارائه شده به شرح زیر است:

(۱) با توجه به معیار ها، امتیاز هر فروشنده را محاسبه کنید،

(۲) همه معیار ها را با استفاده از فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی ارزیابی کنید،

(۳) امتیاز کلی هر فروشنده را محاسبه کنید و برای انتخاب بهترین فروشنده آن ها را دسته بندی کنید.

۱،۳. معرفی پارامتر ها

sl معیار انتخاب برای فروشنده: $sl = (1, \dots, i, \dots, m)$

ssl_{ik} امتیاز برای k^{th} برای معیار انتخاب i^{th} به وسیله مقایسه دو تایی فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی به دست می آید،

$wsli$ امتیاز برای انتخاب معیار i،

ws_k امتیاز کلی برای فروشنده k^{th}

۳-۲- مدل برای امتیاز کلی انتخاب فروشنده

$$ws_k = \sum_{i=1}^m ssl_{ik} * wsl_i \quad (1)$$

مرحله ۱: این معیار های انتخاب با استفاده از روش مقایسه دو تایی فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی و توسط متخصصان داخلی و خارجی سازمان اولویت بندی می شوند، نتیجه آن در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱: معیار های انتخاب برای ارزیابی فروشنده

اولویت	کیفیت	اجتناب از خطر	مهارت	رابطه	هزینه	
۰,۰۷	۰,۲	۰,۵	۰,۵	۰,۳۳	۱	هزینه
۰,۱۱	۰,۲۵	۰,۵	۰,۲۵	۱	۳	رابطه
۰,۱۸	۰,۳۳	۰,۵	۱	۴	۲	مهارت
۰,۲۱	۰,۵	۱	۲	۲	۲	اجتناب از خطر
۰,۳۹	۱	۲	۳	۴	۵	کیفیت

مرحله ۲: هر سه فروشنده براساس معیار های منتخب انتخاب با استفاده از فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی و بنا به نظر متخصصان داخلی و خارجی ارزیابی شدند و امتیاز ارزیابی برای هر معیار انتخاب محاسبه شد. محاسبه نمونه برای دو معیار (از پنج معیار) در این جدول آمده است.

شرط	رابطه					مهارت			
	فروشنده a	فروشنده b	فروشنده c	امتیاز ارزیابی		فروشنده a	فروشنده b	فروشنده c	امتیاز ارزیابی
فروشنده a	۱	۰,۵	۰,۲۵	۰,۱۴۰		۱	۳	۴	۰,۶۰۷
فروشنده b	۲	۱	۰,۵	۰,۲۸۱		۰,۳۳	۱	۳	۰,۲۷۲
فروشنده c	۴	۲	۱	۰,۵۷۱		۰,۲۵	۰,۳۳	۱	۰,۱۱۹

براساس روش فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی، امتیاز کلی هر فروشنده محاسبه و در جدول ۲ نشان داده شده است.

معیار های انتخاب	وزن ارزیابی	امتیاز ارزیابی برای			ci	Ci/ri
		a	b	c		
هزینه	۰,۰۷	۰,۲۱۰	۰,۲۴۰	۰,۷۷۰	۰,۰۴۵	۰,۰۷۷
رابطه	۰,۱۱	۰,۱۴۰	۰,۲۸۱	۰,۵۷۱	۰	۰
مهارت	۰,۱۸	۰,۶۰۷	۰,۲۷۲	۰,۱۱۹	۰,۰۳۴	۰,۰۵۹
اجتناب از خطر	۰,۲۱	۰,۵۷۱	۰,۲۸۱	۰,۱۴۲	۰,۰۲۶	۰,۰۴۵
کیفیت	۰,۳۹	۰,۶۳۳	۰,۱۹۲	۰,۱۷۴	۰,۰۰۰۲	۰,۰۰۰۴

مرحله ۳: فروشنده a انتخاب شده است.

۴. نتیجه گیری

انتخاب فروشنده یک مسئله چند معیاره است که باید معیار های کمی و کیفی را بررسی کند. در این مقاله، معیارهایی مانند معیار کیفیت بررسی می شوند که می توانند به وسیله میزان نقص اندازه گیری شوند. به طور مشابه، معیارهایی مانند رابطه با استفاده از مقیاس فرآیند تحلیلی سلسله مراتبی به دست می آیند. پژوهش های آینده می توانند معیارهای مشابه را در یک گروه دسته بندی کنند.

۵. منابع

۱. حبیبی؛ آرش، ایزدیار؛ صدیقه، سرافرازی؛ اعظم، ۱۳۹۳، تصمیم گیری چند معیاره فازی، انتشارات کتیبه گیل
۲. دلبری؛ سیدعلی، داوودی؛ سیدعلیرضا، ۱۳۹۴، کاربرد تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در رتبه بندی شاخص های ارزیابی جاذبه های توریستی، دوره ۹، شماره ۲
3. dulancy; t, 2012, distribution's movers clamor for computerized help, distribution, pp 36-40
4. saaty; t.l, 2014, fundamentals of decision making with the analytic hierarchy process, rws publications, pittsburg

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

دوماهنامه علمی-تخصصی مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه،

سال دوم، اسفند ۱۳۹۶، شماره ۸

ISSN: 2538-6409

وبسایت نشریه
ASMD.ir