

علوم مدیریت و توسعه

مطالعات کاربردی در دو ماهنامه علمی-تخصصی

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال چهارم، شماره ۱۶، تیر ۱۳۹۸، جلد ۱

ISSN: 2538-6409

بررسی وضعیت اجرای راهبرد مدیریت دانش در کنترل
بحران‌های اجتماعی
سیدمهدی میرفاطمی

تشخیص فرصت کار آفرینی، زمینه‌ساز اشتغال پایدار
محمد خدامرادپور، مریم زنگنه، فاطمه رضانی

مدل‌سازی هزینه‌های ایمنی - صنعتی
حسین فیروزی، محمدرضا صمدیان

رابطه بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس
دوره ابتدایی شرق استان مازندران
ام‌کلثوم جعفری، معصومه مهرداد

بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک در
سازمان‌ها
سمیه رضایی



مطالعات کاربردی در دو ماهنامه اقتصادی علوم مدیریت و توسعه

نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال چهارم، شماره دو، (پیاپی: ۱۶)، تیر ۱۳۹۸
ISSN: 2538-6409

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر داخلی: مهرداد فتیحی

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 عالیه 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 ۳۴ ۴۳ ۶۹ ۵۹
۰۲۱ ۴۳ ۸۵ ۷۱ ۲۴

نشانی: کرج، بلوار امام خمینی (باغستان)، بین
خیابان پنجم و ششم، روبروی مجموعه ورزشی
انقلاب، پلاک ۷۳۵، ساختمان پرند، واحد ۱

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی
تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸،
پلاک ۲۹۳ تلفن: ۰۲۱ ۳۳ ۸۴ ۰۷ ۹۳



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 وضعیت اجرای راهبرد مدیریت دانش در کنترل بحران‌های اجتماعی سیدمهدی میرفاطمی
۱۳	تشخیص فرصت کارآفرینی، زمینه‌ساز اشتغال پایدار محمد خدامرادپور، مریم زنگنه، فاطمه رمضانی
۲۳	مدلسازی هزینه‌های ایمنی - صنعتی حسین فیروزی، محمدرضا صمدیان
۳۳	رابطه بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس دوره ابتدایی شرق استان مازندران ام‌کلثوم جعفری، معصومه مهرداد
۴۱	بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌ها سمیه رضایی

بررسی وضعیت اجرای راهبرد مدیریت دانش در کنترل بحران‌های اجتماعی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۱۶

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۰۱

کد مقاله: ۱۷۵۷۴

سیدمهدی میرفاطمی^۱

چکیده

یکی از عوامل عدم توفیق مدیریت و کنترل راهبردی در خصوص بحران‌های اجتماعی، ضعف در تعیین دانش مورد نیاز و به تبع آن اتخاذ رویکرد مدیریت دانش و همچنین تعیین و ایجاد نظام دانشی و اطلاعاتی مناسب با آن در سطح راهبردی است. پژوهش حاضر با تعیین هدف میزان اثرگذاری رویکردهای متفاوت مدیریت دانش بر عوامل کنترل بحران‌های اجتماعی و به جهت تقویت کنترل این بحران به رشته تحریر درآمده است. مدیریت دانش موجب بالارفتن قابلیت‌های پویایی در زمان وقوع بحران‌های اجتماعی، فرآیند درک محیط، شناسایی این بحران‌ها و تسریع در تعیین آنها و نیز تغییرات احتمالی در مفروضات اولیه می‌گردد. این پژوهش در پاسخ به این سوال اصلی که کنترل بحران‌های اجتماعی با مدیریت دانش چگونه است؟ روشی هدفمند را برمی‌گزیند. البته باید دانست که سازمان‌های ذی‌ربط در این خصوص نمی‌توانند به طور صحیح دانش را مدیریت کنند چرا که دانش افراد به صورت درونی و تلویحی است اما می‌توانند محیط عملیاتی را به منظور توسعه و اشتراک اطلاعات، مدیریت کنند. آنها باید تلاش کنند تا جای ممکن، از فنون و طرح‌های موجود مدیریت دانش به عنوان اهرم‌هایی برای راه‌اندازی مدیریت دانش خود استفاده کنند. از این رو در این مقاله مدیریت دانش و اصول آن به همراه شرحی از انواع مدل‌ها ارائه شده و در نهایت الگوی پیشنهادی عنوان و بررسی می‌شود

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، مدیریت بحران، بحران‌های اجتماعی، راهبرد، اطلاعات

۱- مقدمه

با شروع عصر فراصنعتی و یا به عبارتی عصر انقلاب اطلاعات و ارتباطات؛ تعداد زیادی از سازمان ها و شرکت های مختلف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به یکباره دچار همان سرنوشتی شدند که یک کشتی به هنگام توفان دچار آن می شود. عصر جدید به دوران آرامش سازمانی پایان داده و با شوکها و تهدیدهای غافلگیرانه ای که به ارمان آورده؛ آنها را از دوران کلاسیک و سنتی خارج نموده و وارد دوران پر مخاطره ای نمود که اصطلاحاً به دوران استراتژیک مشهور است. در واقع یکی از چالش های مهم عصر اطلاعات و ارتباطات، آهنگ پرشتاب تغییر است که همانند یک فانوس خیال و یا شهر فرنگ، دیوانه وار می چرخد و هر لحظه تصویر آن عوض می شود. پدیده تغییر می تواند هر چیزی را از خود متأثر کرده، ارزش های جامعه را دگرگون نماید و ما را وادار نماید تا نقش های تازه ای را به عهده بگیریم. تغییر، رویدادی است که خیلی ها مقهور آن می شوند و چنانچه جامعه میان آهنگ تغییرات، ظرفیت و توان خود برای انطباق با آن تعادل برقرار نکند دچار بحران ها و معضلات بسیار پیچیده ای خواهد شد.

بایستی بپذیریم که همیشه درصدی از بحران ها اجتناب ناپذیر هستند و در واقع بخش جدائی ناپذیر و طبیعی حیات سیستم ها می باشند؛ لیکن بخش عظیمی از تهدیدها، بحران ها و التهاب ها تحمیلی هستند و بایستی تحقیقات، درایت و مدیریت صحیح آن ها را قبل از وقوع، پیش بینی و پیشگیری نمود و در واقع از آنها اجتناب نمود. بنابراین بایستی در رابطه با آینده مواضع جدیدی اتخاذ کرده، چشم انداز صحیح و دقیقی از آن مجسم و پیش بینی نمود تا مدیران جامعه به یکباره غافلگیر نشده و در گرداب تغییرات غرق نشوند. (محمودی، ۱۳۸۲: ۵۹)

عصری که ما در آن زندگی می کنیم عصر ارتباطات و اطلاعات نام دارد؛ درچنین روزگاری دانستن، مزیتی بسیار بزرگ و ندانستن، ضعفی جبران ناپذیر خواهد بود مدیریت دانش و دسترسی به موقع و موثق به رویدادها و وقایع کشور با پشتیبانی فناوری های نوین، از الزامات فرآیند مدیریت بحران بوده و با ایجاد اشراف اطلاعاتی که زایده مدیریت دانش است، نقش قابل ملاحظه ای در شناخت تهدیدها، تحلیل مسائل، شناسایی الگوها، تصمیم سازی و اتخاذ تدابیر مؤثر توسط مراجع برنامه ریز و تصمیم گیرنده دارد. در نقطه مقابل موضوع غافلگیری نیز از جمله مباحثی است که عموماً در ماهیت شناسی بحران در سلسله مباحث مدیریت بحران های اجتماعی مطرح می گردد. پیاده سازی مدیریت در بعد بحرانهای اجتماعی دارای موانع و مشکلاتی است که در صورت عبور از این موانع نظام کنترلی افزایش یافته و به نوبه خود می توان تاحدودی بر بحران های اجتماعی فائق آمد. اکنون سوالاتی که به ذهن خطور می کند این است که موانع و مشکلات پیش روی راهبرد مدیریت دانش در مدیریت بحران های اجتماعی چیست؟ و پیاده سازی این راهبرد چگونه می باشد؟ و استقرار مدیریت دانش به جهت پیشگیری در غافلگیری و کنترل بحران های اجتماعی چیست؟

این نوشتار برآن است تا با تاکید بر مدیریت دانش؛ وضعیت کنترلی بحران اجتماعی و عوامل تولیدی آن را (اعم از تهدید، تصمیم گیری و آگاهی) مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد و با استفاده از الگوهای حاصله از مدیریت دانش بر این موارد مانور دهد و راهکارهای اجرایی و سازکارهای متناسب با موضوع را ارائه دهد. و از آنجایی که بحران های اکتسابی از جنس بحران های اجتماعی با عصر مدرن در حال تغییر است ضرورت امنیت ملی ایجاب می کند تا بحران ها بصورت موردی و بادقت واکاوی گردد تا علاوه بر پیشگیری؛ عواقب سوء ناشی از آنها به منصفه ظهور نرسد. در خصوص مدیریت دانش و نیز مدیریت بحران تحقیقات و پژوهش های زیادی انجام شده؛ اما در خصوص راهبرد مدیریت دانش، اجراء و پیاده سازی آن در بحران های اجتماعی نوشتار خاصی وجود ندارد و مقاله حاضر علاوه بر پژوهشی بودن از جنبه کاربردی و اجرایی نیز برخوردار است که براساس رویکرد علمی و روشمند و با استفاده از منابع کتابخانه ای و تحلیل موارد مشاهده ای سعی در پیاده سازی راهبرد مدیریت دانش در بحران های اجتماعی می نماید. لازم به ذکر است که این نوشتار روشی هدفمند با رویکرد توصیفی تحلیلی را بر می گزیند و براساس یک نمودار علمی و تجربیات دانشی در راستای استقرار مدیریت دانش در بحران های اجتماعی تلاش می نماید.

۲- مفاهیم اولیه و مبانی نظری

۲-۱- دانش

ابتدا برای تعریف دانش باید داده را تعریف نمود. داده ها منبع حیاتی به شمار می روند که با بهره برداری صحیح از آنها می توان داده ها را به اطلاعات با معنی تبدیل نمود. اطلاعات، داده های پردازش شده یا داده های با معنی می باشند. تبدیل داده ها به اطلاعات توسط یک پردازنده اطلاعات انجام می شود پردازنده اطلاعات یکی از عناصر کلیدی سیستم ادراکی است و این پردازنده می تواند شامل عناصر رایانه ای و غیر رایانه ای یا ترکیبی از آن دو باشد (McLeod. 1988: 15-16)

داده ها نقاط بی معنی در فضا و زمان هستند که هیچگونه اشاره ای به فضا و زمان ندارند. داده ها شبیه رویداد، حرف یا کلمه ای خارج از زمینه (بدون رابطه) می باشند بدین ترتیب اطلاعات می توانند به دانش و در نتیجه حکمت تبدیل شود. دانش

مجموعه ای از شناخت ها و مهارت های لازم برای حل مسئله است؛ لذا اگر اطلاعاتی که در دست است بتواند مشکلی را حل کند می توان گفت دانش وجود دارد ضمن اینکه دانش باید امکان تبدیل به دستورالعمل اجرایی و عملی شدن را نیز داشته باشد.

۲-۲- مدیریت دانش

مدیریت دانش، ناظر بر مجموعه ای از فرآیندها است که طی آن جریان دانایی در یک جامعه به صورت مستمر و فزاینده هدایت می شود

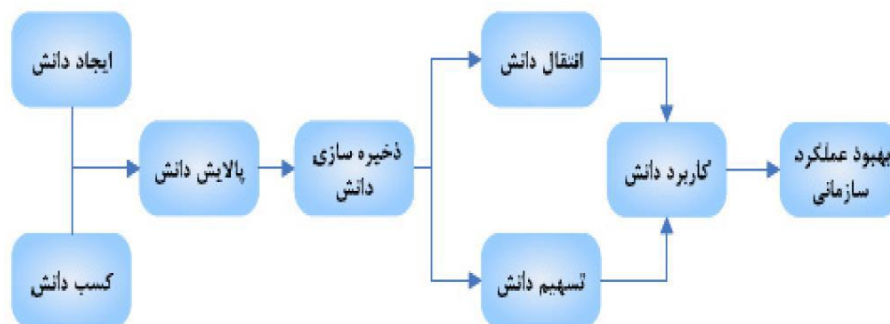
تعاریف مختلفی برای واژه و اصطلاح مدیریت دانش بیان شده است که برخی از آنها عبارتند از:

- ۱- بخشی از مجموعه سلسله مراتب، متشکل از داده، اطلاعات، دانش و معرفت می باشد؛
- ۲- موقعیتی است که به اطلاعات داخل سازمان ارزش می بخشد؛
- ۳- مسیری است که در آن دانش، خلق و کسب شده و برای نیل به اهداف استفاده می شود؛
- ۴- روند آگاهانه ایجاد، اعتبار بخشی، ارائه، توزیع دانش و کاربرد آن است؛
- ۵- فرآیند نظام مند نمودن، انتخاب، سازماندهی و ارائه دادن اطلاعات و دانش به گونه ای است که درک فرد را در زمینه خاص و مورد نظر بهبود بخشد؛

۶- به سازمان کمک می کند تا از مجموعه تجربیات حاصله، درک مدون و شفاف به دست آورده و انعطاف پذیری را افزایش می دهد؛

۷- مجموعه ای از اعمال منظم و نظام مند است که برای به دست آوردن با ارزش ترین نتیجه از دانش در دسترس انجام می شود

به کارگیری تعاریف فوق در یک سازمان، مستلزم داشتن راهبرد مدیریت دانش است که بر مبنای آن خلق دانش، بقای دانش، انتقال دانش و بهره گیری از دانش در سازمان به طور مشخص تعریف و روابط حوزه های عملکردی هریک نیز تعیین می گردد.



شکل ۱: چرخه مدیریت دانش (عطوفی نجف آبادی و بنی هاشمی، ۱۳۹۲: ۵۸)

با فرآیند چرخه دانش؛ کسب، خلق، کدگذاری، ذخیره سازی، نگهداری، بازیافت، نشر و تسهیم، بهره گیری و ارتقای دانش در مباحث مربوط به مدیریت بحران ها سرکار دارد. تولید و خلق دانش موجب ارزش آفرینی دستاوردها و بهتر عمل کردن در مواقع بحرانی بخصوص بحران های اجتماعی خواهد شد.

استفاده از مدیریت دانش در تصمیم گیری بحرانهای اجتماعی؛ کارآمدی ورود دانش در فرایندها، سازکارها و فناوری پیشبرد امور همراه با مستندسازی و کدگذاری تجربیات، طبقه بندی اسناد و مدارک ارزشی نرم افزارها و پایگاه های داده های دانشی در این خصوص را شکل می دهد (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۰)

۳-۲- بحران

بحران، اصطلاحی است که از علم پزشکی وارد علوم اجتماعی و اقتصادی شده است در پزشکی، بحران وضعیتی است که ارگانیزم بدن دچار بی تعادلی می شود و سلامت انسان در معرض خطر قرار می گیرد برخی عقیده دارند که این تعریف در زمینه اجتماعی نیز مصداق دارد و زمانی که جامعه از حالت تعادل و نظم عادی خارج و دچار آشفتگی می شود، وضعیت بحرانی حاکم می گردد (اسدی، ۱۳۷۰: ۹)

بحران، رویدادی است که به طور طبیعی یا به وسیله بشر، به طور ناگهانی یا به صورت فزاینده به وجود می‌آید و سختی و مشقتی را به جامعه انسانی تحمیل می‌کند که برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری اساسی و فوق العاده می‌باشد. (ناطق الهی، ۱۳۷۸: ۹)

بحران به معنای عام، عبارت است از وضعیت ناپایدار؛ گرچه در اقتصاد به پایین ترین نقطه سطح فعالیت های اقتصاد، بحران می‌گویند اما آن نیز بیشترین ناپایداری را در خود دارد (پاشایی، ۱۳۶۹: ۱۵۸) و وضعیتی است که در آن نظم سیستم اصلی یا قسمت هایی از آن را که ما سیستم فرعی می‌نامیم، مخل نموده و پایداری آن را به هم زده باشد (کاظمی، ۱۳۶۶: ۱۷)

به طور کلی بحران، یک واژه فراگیر برای توصیف هرگونه آشفتگی و بی نظمی در عرصه اجتماعی است و هرگاه پدیده ای به طور منظم، معمولی و آن طور که از قبل پیش بینی می‌شود جریان نیابد، حالتی نابسامان پدید می‌آید (بیرو آلن، ۱۳۷۰: ۷۳)

۲-۴- مدیریت بحران

برابر تعریف ارائه شده در قانون تشکیل سازمان مدیریت بحران کشور در سال ۱۳۸۷ مدیریت بحران عبارت است از فرآیند برنامه ریزی، عملکرد و اقدامات اجرایی که توسط دستگاه های دولتی، غیر دولتی و عمومی پیرامون شناخت و کاهش سطح مخاطرات مدیریت خطرپذیری و مدیریت مقابله و بازسازی و بازتوانی مناطق آسیب دیده مدیریت بحران صورت می‌پذیرد

در این فرآیند با مشاهده پیش نشانگرها و تجزیه و تحلیل آنها و منابع اطلاعاتی در دسترس، تلاش می‌شود به صورت یکپارچه، جامع و هماهنگ با استفاده از ابزار های موجود، از بحران ها پیشگیری نموده یا در صورت بروز آنها با آمادگی لازم برای کاهش خسارات جانی و مالی به مقابله سریع با آنها پرداخته تا شرایط به وضعیت عادی بازگردد (قانون تشکیل سازمان مدیریت بحران، ۱۳۸۷)

مدیریت بحران در واقع عبارت است از بکارگیری راهبردهایی جهت ایجاد آمادگی و فراهم نمودن زمینه و تدارکات لازم سازمانی برای رویارویی با بحران و به حداقل رساندن آثار تخریبی آن است (صالحیان، ۱۳۸۳: ۷)

مدیریت بحران در واقع به مجموعه ای از مهارت ها و یا فرآیند تحقیقی گفته می‌شود که در هنگام وقوع مخاطرات غیرمعتاد و یا وضعیت مشکل به کار گرفته می‌شوند (Longman, 2003: 322) به عبارت دیگر مدیریت بحران به مجموعه طرح ها و روش های پیشرفته و خاصی گفته می‌شود که جهت پیشگیری و مهار بحران مورد استفاده قرار می‌گیرد (nudell, 1988: 5)

برخلاف مدیریت کلاسیک که عموماً از روش های متداول و ساختار یافته ای استفاده می‌کند، مدیریت بحران عمدتاً مبتنی بر شیوه ها و رویکردهای اقتضایی، ابتکاری و هوشمندانه است (محمودی، ۱۳۸۲: ۶۲) و بسیاری بر این باور هستند که عکس العمل های بعدی و دراز مدت در مقابل بحران است که مفهوم مدیریت بحران را تحقق می‌بخشد (امیری، ۱۳۸۷: ۳۴) در مجموع، مدیریت بحران فعالیتی است یکباره و منحصر به زمان وقوع بحران نیست بلکه این شکل از مدیریت به عنوان یک فرآیند مشخص و تعریف شده در قبل، حین و بعد از بحران جریان دارد (همان: ۳۷) در یک تقسیم بندی دیگر فرآیند مدیریت بحران را از لحاظ زمانی و عملیاتی به چهار مرحله تقسیم می‌کنند که عبارت است از: پیش از بحران، آغاز بحران، حین بحران و پس از بحران (احمدوند، ۱۳۹۱: ۱۱۶)

۳- ویژگی ها و ابعاد بحران

بحران ها دارای سه ویژگی یا بعد قابل اندازه گیری به شرح ذیل می‌باشند

۱- تهدید

۲- زمان تصمیم گیری

۳- آگاهی

بر این اساس می‌توان بحران ها را به چند دسته تقسیم کرد:

۱- بحران درجه یک: عبارت است از هر رویداد پیش بینی نشده و غیر منتظره ای که یک واحد به تنهایی و با امکانات معمول خود قادر به مقابله با آن باشد

۲- بحران درجه دو: هرگونه رویداد غیرمنتظره ای که برای مقابله با آن دو یا بیش از دو نهاد با قابلیت بیش از حد معمول لازم باشد

۳- بحران درجه سه: هرگونه رویداد غیر منتظره ای که ابعاد آن به حدی باشد که برای مقابله با آن نیاز به تجهیز کلیه امکانات و نهاد های مسئول در سطح شهر و هماهنگ کردن و همکاری این نهاد ها و نهاد های دیگر خارج از این حوزه باشد (ابهری، ۱۳۸۸: ۵-۶)

۳-۱- تهدید

تهدید از نظر لغوی به معنی ترسانیدن، بیم دادن یا بیم کردن است و در سطح ملی عبارت است از هرگونه نیت، قصد شرایط، حادثه، قابلیت و اقدامی که منافع و اهداف ملی و از جمله ثبات سیاسی یا هر یک از ابعاد امنیت ملی کشور را به خطر اندازد (محمد نژاد، ۱۳۸۱: ۲۱۱)

تهدید به پدیده یا خطری اطلاق می شود که استعداد بالقوه ایجاد اختلال یا آسیب به افراد، تجهیزات و محیط را دارا باشد و یا قابلیت ها، نیت و گاه اقدام دشمنان بالفعل و بالقوه برای ممانعت از دستیابی موفقیت آمیز خودی به علایق و مقاصد امنیت ملی به نحوی که ثبات سیاسی و امنیت ملی کشور به خطر افتد. (محمد نژاد، ۱۳۸۱: ۹۵)

در مجموع تهدید مفهومی انتزاعی است که درهم تنیدگی عمیقی با مفهوم امنیت ملی دارد. بحث از امنیت و امنیت ملی همراه با موضوع تهدید است و همچنین نمی توان از تهدید صحبت به میان آورد و امنیت ملی و تأثیر آن را نادیده گرفت. به دلیل انتزاعی بودن مفهوم تهدید، تعریف تصمیم گیرندگان و مردم هر کشور از امنیت ملی تأثیر بر درک آنها از تهدید دارد (گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی، ۱۳۸۸: ۱۵)

۳-۲- زمان تصمیم گیری

از نظر مؤلفان، کوتاهی زمان به ویژه در آغاز بحران ها، قابل تشخیص و اندازه گیری فشار نیست و از بحرانی به بحران دیگر فرق دارد به همین دلیل، شاید فشار زمانی باشد

فشار زمانی همچون ویژگی های قبلی، امری ذهنی و ادراکی و در درجه اول، حاصل تجزیه و تحلیل و تعاطی بین دو عامل در ذهن تصمیم گیرنده است:

۱- زمان لازم برای واکنش ۲- زمان موجود برای تصمیم گیری

مهمترین نکته این است که زمان بحرانی همان زمان ساعتی نیست زمان بحرانی بیشتر به زمان موجود با فشار زمانی تصمیم گیری بستگی دارد. بر این اساس می توان چنین فرضیه سازی کرد که هر چه فاصله بین دو زمان بیشتر باشد، احتمالاً فشار و محدودیت زمانی مورد ادراک تصمیم گیرنده نیز بیشتر است (حسینی، ۱۳۸۵: ۳۷-۳۸)

برای تصمیم گیرندگان مختلف، زمان معنای متفاوتی دارد و تأثیر آن بر تصمیم گیرنده نیز فرق می کند با توجه به تفاوت های افراد از نظر پیچیدگی های شناختی، سبک های تصمیم گیری، انعطاف پذیری یا قاطعیت و تجربه، برخی تصمیم گیران به زمان کمی برای انجام یک کار نیاز دارند و برخی دیگر به زمان بیشتر.

نکته مهم این است که زمان در اینجا امری نسبی است و این درک از زمان است که اهمیت دارد چون فشار زمانی مورد ادراک، و نه فشار زمانی واقعی، باعث شکل گیری احساس محدودیت زمانی که تصمیم گیری در بستر آن انجام می شود می گردد (همان: ۳۸-۳۹)

۳-۲-۱- غافلگیری

واژه غافلگیری را نباید با فقدان اطلاعات خام اشتباه گرفت چرا که این معنا به سبب احاطه ما با انبوهی از اطلاعات خام در جامعه نوین اطلاعاتی شیوع ندارد در واقع تردید از چه چیزی باعث آن شده و سولاتی را همچون چه پیش آمده؟ چه پیش خواهد آمد؟ چطور مسأله را حل کنیم؟ نتایج چه خواهد بود؟ را در پی دارد

و این سردرگمی موجبات تعارض و ناسازگاری را فراهم خواهد ساخت در این حین، تردید چنان است که تصمیم گیرندگان حتی نمی توانند ببینند مسأله ای وجود دارد (Koraeus, 2008: 22)

وقتی موضوع مدیریت بحران مطرح می شود در حقیقت تمرکز بیشتر روی محدود کردن آسیب ها است، آسیب هایی که در اثر غافلگیری ناگهانی به پیکره امنیت اطلاعات وارد می شود؛ اما یک مدیریت بحران مؤثر می تواند با تحقیق در مورد شرایط حاد و غیر منتظره، اوضاع موجود را کنترل و از غافلگیری پیشگیری نماید و یا آن را به حداقل برساند

مواجهه با موقعیت های پیش بینی نشده نیاز به مطالعه و دانش کافی دارد برای موفقیت در این امر بایستی با استفاده از ابزار مدیریت دانش و درک جامع از موقعیتی که در آن هستیم، بتوان به سرعت و با حداقل خطا از حداکثر امکانات، تصمیم بهینه را اتخاذ نمود و با موقعیت های پیش بینی نشده و شرایط وخیم بالقوه نگران کننده، یعنی غافلگیری ناگهانی مقابله کرد (ibid: 4)

با احصاء مجموعه احتمالاتی که در این زمینه قابل تصور است می توان موضوعات مورد غافلگیری را به شرح ذیل فهرست کرد:

۱- غافلگیر شدن در مورد بازیگر یا عناصر تهدیدگر (کدام بازیگر یا چه عامل)

- ۲- غافلگیر شدن در مورد متحدان یا عناصر همراه عنصر اصلی (با چه متحدانی یا در هم افزایی با چه عناصری)
 - ۳- غافلگیر شدن در مورد قدرت و توان تهدیدگر (با چه توانی، اعم از توان شروع و توان پایداری)
 - ۴- غافلگیر شدن در مورد زمان بروز تهدید (کی، در چه زمانی)
 - ۵- غافلگیر شدن در مورد میزان تداوم و طول کشیدن تهدید (تا چه مدتی)
 - ۶- غافلگیر شدن در مورد ارزش های مورد تهدید (کدامین ارزش با چه اهمیتی)
 - ۷- غافلگیر شدن در مورد شدت و ابعاد تهدید (چه میزان)
 - ۸- غافلگیر شدن در مورد مکان بروز تهدید (کجا)
 - ۹- غافلگیر شدن در مورد شیوه و ابزار اعمال تهدید (چطور)
- اما آنچه که در مورد غافلگیری گفته ایم به معنای نفی امکان وقوع بحران بدون عنصر غافلگیری نیست می توان صحنه ای را تصور کرد که بازیگر مورد تهدید و با وجود آگاهی کم و بیش صحیح در مورد تهدید، باز هم به دلیل قدرت تهدید و ضعف مقابله و نیز احساس فشار زمانی و ضرورت؛ تصمیم گیری فوری بنماید و در این صورت آیا چنین صحنه ای را نمی توان بحران نامید؟^۱

۳-۳- راهبرد مدیریت دانش در مقابله با غافلگیری در بحران های اجتماعی

- در ذیل به بخشی از راهکارها و راهبردهایی که بواسطه بکارگیری ابزار مدیریت دانش می توان بر شرایط غافلگیرانه در راستای ارتقای سطح امنیت عمومی در جامعه فایق آمد، اشاره شده است
- ۱- استفاده از تجارب دانش امنیتی و تعیین نحوه تعامل بین واجا، ناجا، وزارت کشور، سپاه پاسداران و غیره جهت تعیین حدود و ثغور فعالیت هر سازمان
 - ۲- ضرورت ارتباط دانش محور معنی دار بین همه ارگان هایی که در امنیت عمومی نقش دارند
 - ۳- تعریف چارچوب دقیق علمی ابعاد عینی و واقعی امنیت عمومی در جامعه جهت تعیین وظایف ارگان ها بر اساس اصول مدیریت دانش
 - ۴- شناخت و اشراف اطلاعاتی بر جامعه و محیط داخلی، اجتماعی، فردی، ملی و بین المللی
 - ۵- ضرورت تبادل تجارب دانش افزا و هماهنگی مدیریت ها در ارگانهایی که متولی امنیت عمومی هستند
 - ۶- افزایش صحت و دقت آمارها بر اساس اصول شفاف سازی به عنوان زیربنای مدیریت دانش
 - ۷- نیل مدیران به سمت فرهنگ دانش پژوهی و استفاده از ابزار مدیریت دانش در تصمیمات کلان
 - ۸- افزایش سطح دسترسی به جراید و رسانه ها در سطح مدیران و افراد زیرمجموعه به منظور افزایش سطح دانش عمومی و استفاده از آن در مواجهه با بحران
 - ۹- آینده پژوهشی مدیریت دانش در پیش بینی و مدیریت بحران ها

۴- نقش مدیریت دانش در بحران های اجتماعی مبتنی بر امنیت

- بدیهی است بحران های اجتماعی یکی از عوامل مهم کاهش سطح امنیت عمومی در جامعه است، بنابراین مدیریت بحران اجتماعی بر پایه مبانی دانش می تواند در ارتقاء سطح امنیت عمومی و توسعه آن نقش بسزایی داشته باشد. در این راستا و در توسعه امنیت دانش محور، مدیریت دانش از ارکان اصلی محسوب می شود برای این ادعا دلایلی ذکر می شود:
- ۱- پیشرفت فوق العاده سریع فناوری های مختلف در قرن جدید
 - ۲- سرعت خلق نوآوری ها و رقابت شدید در جامعه
 - ۳- کاهش اندازه نیروی کار تحت تأثیر افزایش عنصر بهره وری
 - ۴- کاهش طول زمان جهت کسب دانش و تجربه
- این ارکان اساسی در توسعه آنگاه به صورت مؤثر و کارا ظاهر می شود که در برنامه توسعه ای، راهبردهای ویژه ای برای مدیریت دانش منظور گردد
- باید اظهار داشت هر راهبرد از یک طرف دارای اثرات مجرد و مربوط به خود بوده و از طرف دیگر راهبردهای مختلف در سیستم، روی همدیگر تأثیر خواهند گذاشت.

^۱ در ادامه همین مقاله بیشتر بررسی می شود.

۵- موانع و مشکلات پیش روی مدیریت دانش

در سازمان ها، مدیریت دانش جهت بهینه سازی ارتباطات میان کارکنان و رده های بالای مدیریت در راستای اتخاذ تصمیمات بهینه و اجرای صحیح عملیات بکار گرفته می شود. مدیریت دانش به ایجاد فرهنگ اشتراک دانش میان کارمندان کمک می کند گرچه دانش می تواند توسط افراد کسب شود ولی برای اینکه سودمند واقع شود لازم است همه اعضای گروه در آن سهیم شوند و بر اساس مبانی مدیریت دانش در سازمان ها، تأکید بسیاری بر ارتقای فرهنگ سازمانی به سمت اشتراک دانش و تجربیات شده است.

یکی از موانع عمده اشتراک دانش در سازمان ها، فرهنگ سازمانی موجود است در سازمان هایی که حفظ و ارتقای موقعیت شغلی بستگی به دانش افراد دارد و دانش کسب شده به آنان قدرت می دهد، اشتراک دانش برابر با به خطر افتادن و آسیب پذیری موقعیت شغلی تلقی می شود؛ لذا فرهنگ سازمانی را باید به سمتی ارتقاء داد که کارمندان مطمئن شوند تمام نظراتشان ارزشمند است و نگران این نباشند که با انتقال دانش به سایر کارکنان، وجهه خود را از دست می دهند و موقعیت شغلی خود را به خطر می اندازند. یکی دیگر از موانع ناشی از فرهنگ سازمانی این است که سازمان های امروزی به صورت مداوم با کوچک سازی و تغییر ساختار خود، ادغام ها و خرد کردن مسئولیت ها، تعداد زیادی از راهبردهای مدیریت دانش را دچار تزلزل می کنند. این تحولات به رغم منفی که در بردارند، باعث تغییر روابط سازمان و کارکنان شده اند تغییر این روابط، موانعی در بارورسازی سرمایه دانشی به شمار می آیند.

۵-۱- موانع و مشکلات پیش روی مدیریت بحران های اجتماعی

- ۱- عدم تشریح وظایف مشروح قانونی ارگان های مرتبط با امور امنیتی و بعضاً تلافی وظایف
- ۲- عدم تعریف دقیق و جزئی ارتباط متقابل و دانش محور ارگان ها در مواجهه با بحران های اجتماعی، در قوانین مربوطه
- ۳- عدم وجود یکپارچگی اطلاعاتی به صورت سیستمی (یکپارچگی اطلاعات سیستمی به مدیریت دانش کمک می کند)
- ۴- برخورد سلیقه ای با بحران های اجتماعی در دستگاه های متولی امنیت که عمدتاً دانش بنیان نیست؛
- ۵- کم رنگی اعتقاد به کار اطلاعاتی و دانش محور، قبل از عملیات ها در بین مدیران؛
- ۶- ضد ارزش بودن کارهای اطلاعاتی به عنوان یکی از اصول مدیریت دانش (در اذهان عمومی برخی از مردم)
- ۷- ضعف در کیفیت و کمیت کارهای علمی و پژوهشی انجام شده بر اساس اصول مدیریت دانش در مدیریت بحران های اجتماعی
- ۸- ضعف توجه مدیران عالی، میانی و اجرایی به مبانی علمی و دانش بنیان در مواجهه با بحران

۵-۲- نظام کنترلی و راهکارهای مدیریت دانش در بحران های اجتماعی

- درخصوص مشخصات نظام کنترلی و راهکارهای مدیریت دانش در بحران های اجتماعی می توان موارد زیر را احصاء نمود:
- ۱- درست بودن اطلاعات مربوط به عملیات
 - ۲- به موقع بودن اطلاعات؛ که مستلزم سرعت در جمع آوری اطلاعات مقتضی و استفاده و بهره برداری از اطلاعات است و نتیجه آن اقدام به موقع قبل از دست رفتن فرصت اصلاح و تغییر است.
 - ۳- قابل درک بودن؛ هر قدر افراد مسئول کنترل آگاهی و دانش بیشتری از کار خود داشته باشند اشتباه و سوء تفاهم کمتری رخ خواهد داد.
 - ۴- توجه به نظام راهبردی و کنترل؛ که شامل توجه بیشتر به نقاطی که انحرافات احتمالی خسارت بیشتری به بار می آورد و یا به نقاطی که اصولاً اصلاح پذیر بوده و امکان اصلاح داشته باشد.
 - ۵- اقتصادی بودن، در این مقوله باید هزینه اعمال کنترل از نظر اقتصادی کمتر یا برابر با منافع اقتصادی ناشی از نظام کنترل باشد
 - ۶- هماهنگی با جریان کار
 - ۷- مقبولیت نظام کنترلی؛ برای مقبول بودن نظام کنترلی و پذیرش آن توسط اعضای جامعه باید کنترل با اهداف شناخته شده مرتبط باشد (حسن بیگی، ۱۳۹۰: ۴۶۴)

۶- عوامل و عناصر مؤثر بر تحقق و موفقیت مدیریت دانش در مدیریت بحران های اجتماعی

عناصری که می تواند بر موفقیت مدیریت دانش در بحران های اجتماعی و مدیریت این بحران نقش بسزائی ایفا کند عبارتست از:

۶-۱- در بُعد زیرساخت ها

همخوانی سامانه ها و پایگاه های دانش که امکان تبادل و انتقال سامانه ای و مقیاس پذیر دانش و به اشتراک گذاری دانش در سطح سامانه ها را فراهم می کند مهم تری مولفه فناوری اطلاعات است. نظام منابع انسانی و نظام مالکیت فکری به عنوان اثرگذارترین مولفه های نظام های پشتیبان بر بعد فرایندها معرفی می شود. وجود اعتماد در بین اجزاء شبکه، مهم ترین مولفه فرهنگی شناسایی شده که بر فرایندهای مدیریت دانش اثر بیشتری دارد. در بین عوامل رهبری راهبردی، مولفه قدرت رهبری شبکه ارزش یا بازآیی اجزاء مختلفی از شبکه برای تحقق یک هدف مقطعی به عنوان مهم ترین مولفه تلقی می شود. در عوامل ساختار شبکه ملاحظات امنیتی به عنوان مهمترین مولفه مطرح می شود. در بین مولفه های توسعه سرمایه انسانی، انگیزش و تشویق سرمایه انسانی بیشترین اثر را بر فرایندهای مدیری راهبردی دانش در مدیریت بحران دارد.

۶-۲- در بُعد فرآیندهای مدیریت دانش

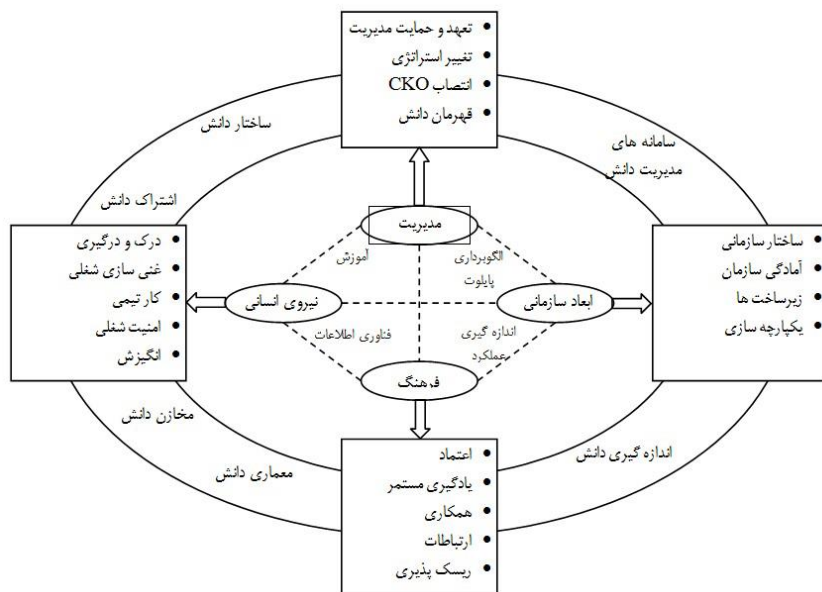
از این منظر فرآیند تولید دانش از بیشترین اثر در مدیریت بحران برخوردار است.

۶-۳- در بُعد تولید ارزش برای ذینفعان

مهمترین ارزش خلق شده برای ذینفعان نوآوری های دانشی در زمینه بحران های اجتماعی است.

۶-۴- در بُعد مدیریت راهبردی دانش در بحران های اجتماعی

در این زمینه باید موارد زیر ملحوظ شود
در زمان برنامه ریزی باید روند از بالا به پایین مشخص گردد و حوزه های راهبردی در خصوص حل بحرانهای اجتماعی بهبود یابد و مشخص شود که چه فرایندهای راهبردی در این خصوص مورد نیاز است و پس از آن بر اساس نیازمندی های فرآیندی مدیریت دانش باید بهبود ها و برنامه های توسعه ای در سطح زیرساخت ها تعریف گردد
در زمان پایش، موفقیت برنامه های تعریف شده در هر بُعد بر اساس شاخص های مرتبط در هر بُعد سنجیده شود و به دلیل وجود روابط علی و معلولی می توان عدم دستیابی به اهداف در ابعاد بالا را در عدم موفقیت برنامه ها در مولفه های ابعاد پایین جست جو کرد (سنجقی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۶-۱۰۷)
جعفری و همکاران (۲۰۰۷) نیز به توسعه یک مدل مفهومی برای مدیریت دانش با تکیه بر عوامل کلیدی موفقیت پرداخته اند این مدل برپایه فرهنگ سازمانی، مدیریت، نیروی انسانی، آموزش، ابعاد سازمانی، پایلوت، فناوری اطلاعات، اندازه گیری عملکرد، الگوبرداری و ابعاد مدیریت دانش شکل گرفته است.



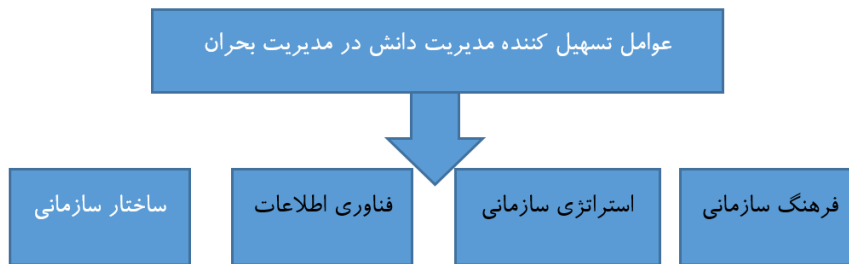
شکل شماره ۲: مدل مفهومی عوامل موفقیت در مدیریت دانش (جعفری و همکاران، ۲۰۰۷)

از دیگر عوامل و مشخصه های موفقیت مدیریت دانش در بحران های اجتماعی و مدیریت بحران می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- توجه عمومی مردم برای اطلاع رسانی از اخبار و اطلاعات موجود در جامعه
- ۲- ایجاد سازوکار سریع و روان جهت دریافت اطلاعات مردمی و ارگانی
- ۳- تهیه لایحه برای رفع خلاءهای قانونی تعیین وظایف و نحوه ارتباط ارگان های امنیتی و اطلاعاتی با یکدیگر
- ۴- جهت دهی کلیه اطلاعات، به خصوص اطلاعات مرتبط با بحران های اجتماعی در همه ارگان ها به سمت اصول مدیریت دانش
- ۵- تحلیل اجتماعی و مدیریت بر اخبار سوخته ارسالی از هر ارگان به ارگان دیگر، مخصوصاً اخبار عادی ارسالی از سایر ارگان ها
- ۶- ایجاد مدیریت یکپارچه منابع اطلاعاتی برای ایجاد اشراف اطلاعاتی و ارتقاء سطح مدیریت دانش
- ۷- ایجاد شبکه اطلاعاتی در تمامی ارگان ها در راستای افزایش سطح مدیریت دانش و کاهش خطر بحران های اجتماعی

۷- عوامل تسهیل کننده مدیریت دانش در بحران

ارزشمندی دانش و تجارب افراد در بحران های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست و این موضوعی است که به شدت مورد توجه مدیریت دانش قرار دارد. مدیریت دانش به عنوان یک رویکرد که بر اساس آن به شناسایی، خلق، دست یابی و بکارگیری دانش به منظور بهبود و ارتقاء مدیریت می پردازد، معرفی می گردد. امروزه نقش و اهمیت مدیریت دانش بیش از پیش آشکار شده و اجرای موفق آن می تواند تأثیر بسزایی در افزایش کارایی و اثربخشی در بحران ها داشته باشد، از این رو مطابق با شکل زیر شناخت عواملی که باعث تسهیل در پیاده سازی مدیریت دانش می گردد؛ می تواند یک نقشه و راهنما برای مدیریت بهتر آن تلقی شود لازم است گفته شود که در بین عوامل تسهیل کننده مدیریت دانش، عوامل فناوری اطلاعات و فرهنگ سازمانی برای تسهیل مدیریت دانش معنی دار بوده و در عوامل استراتژی و ساختار، بعنوان عامل تأثیرگذار بر تسهیل مدیریت دانش معنی داری وجود ندارد.



شکل ۳- عوامل تسهیل کننده مدیریت دانش در مدیریت بحران

مفاهیم فوق در جدول ذیل بیان می گردد:

زیر ساختار بر اساس تکنولوژی اطلاعاتی در فراهم کردن حمایت مستمر برای مدیریت دانش متمر ثمر است.	سیستم های اطلاعاتی	فناوری اطلاعات
	زیرساخت های ای تی	
	شبکه مدیریت دانش	
	سخت افزار و نرم افزار	
استراتژی بر اساس مدیریت دانش در دستیابی به فعالیت های هماهنگ و کارایی و یکپارچه سازی عملکرد مدیریت دانش و هماهنگی فعالیت های مربوط به آن در مدیریت بحران تاثیرگذار است.	استراتژی مدیریت دانش	استراتژی
	استراتژی بهینه کاوی	
	استراتژی نقشه دانشی	
	استراتژی معماری دانشی	
در برخی از سازمان ها حرف زدن همکاران با هم ممکن است به عنوان یک فعالیت غیرارزش افزوده ملاحظه شود منتها سازمانهای متولی حل بحران های اجتماعی باید جهت پخش دانش از کانال های ارتباطی غیر رسمی استفاده کنند	جایگاه ساختار مدیریت دانش	ساختار
	زیرساخت های سازمانی	
مدیریت دانش باید وظیفه مشکل تر تغییر فرهنگ یک سازمان مرتبط با بحران اجتماعی را در دستیابی به تسهیم دانش وانتقال آن برای محقق کردن ارزش واقعی منابع دانش سازمانی داشته باشد اما فرهنگ یکی از مفادی می باشد که در چندگانگی ابعادی خود وضعیت های متفاوتی را پوشش می دهد. فرهنگ باید به نوعی تغییر یابد تا کارایی مدیریت دانش بر حل بحران های اجتماعی افزایش یابد	آموزش علم مدیریت به کارکنان	فرهنگ
	فرهنگ تسهیم و به اشتراک	
	گذاری دانش	
	کار گروهی	
	تعهد اجرایی و حمایت فکری و معنوی مدیران ارشد	

نتیجه گیری و پیشنهادات

در گذشته مدیریت اثربخش و موفق در فضای پیشگیری و مقابله با موقعیت های بحرانی به صورت سنتی منوط به توانایی و استعداد مدیران در صحنه عمل بود. اما امروزه در عصر انفجار اطلاعات و با وجود ناپایداری ها و تهدیدهای متنوع و روزافزون، تخصصی شدن فعالیت ها و خطر از دست رفتن متخصصان و سرمایه های فکری اتخاذ تصمیم مناسب و اعمال مدیریت اثر بخش توسط مدیران سازمانی مستلزم تجهیز به ابزار مدیریت دانش و مدیریت بحران است که به عنوان مهمترین سرمایه و نیروی محرکه سازمانی همچون خونی در رگ های انسان به سازمان حیات می بخشد.

بنابراین ضرورت دارد سازوکارهایی ایجاد شود تا با بصیرت و درک لازم از محیط و تجربه های سازمانی به دست آمده در بحران ها؛ این گنج پنهان به دانش سازمانی تبدیل تا مجموعه وسیعی از افراد که در حوزه های سیاست گذاری و اجراء دخیل هستند از امکان مدیریت دانش در مقابله با بحران های اجتماعی بهره برداری نمایند.

مدیریت دانش در بحران اجتماعی به عنوان راهبردی ضروری در محیطی پویا و غیر ایستا موجبات ارتقاء بهره وری و بهبود عملکرد فردی و سازمانی و جلوگیری از زوال دانش سازمانی را فراهم می سازد.

الگوی ارائه شده در این پژوهش علاوه برطرف کردن یا کاهش مشکلات و مسائل عنوان شده در کلیات، موارد دیگری را نیز در فرآیند نوآوری موجب می شود که به برخی از آنها تحت عنوان پیشنهادات اشاره می گردد:

- بهبود زمان انتقال دانش
- سازمان دهی و ساماندهی بهتر زیرساخت های دانشی در راستای توسعه قابلیت های کلیدی
- تسهیل نظارت و پایش
- مدیریت، راهبری و تصمیم گیری به موقع
- درک بهتر نیازهای ذینفعان
- توسعه خلاقیت و ابتکار
- کاهش خطرپذیری و مخاطرات در روند نوآوری
- بالا بردن توانمندی و رقابت پذیری و حفظ مزیت رقابتی در بین دستگاه های متولی
- بهبود همکاری بخش های مختلف و تعاملات ساختاری
- جلوگیری از دوباره کاری ها
- افزایش کیفیت و اثربخشی اطلاعات و دانش مدیریت شده
- کاهش هزینه های دوره ارائه شده بودجه و اعتبارات
- بهره وری گروه های کاری و اشتراک مساعی و همگامی هر چه بیشتر آن ها
- افزایش بهره وری ساختار شبکه

- ابهری، مریم، (۱۳۸۸) مدیریت بحران نظامی، انتشارات دانشگاه صنعتی مالک اشتر، چاپ سوم
- احمدوند، علی محمد و همکاران، (۱۳۹۱)، مدیریت بحران های اجتماعی اعتصابات، تظاهرات و...، فصلنامه توسعه سازمانی پلیس، سال ۹، شماره ۴۰
- اسدی، علی، بحران شناسی و جامعه شناسی بحران (۱۳۷۰) دانشنامه، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، سال دوم شماره ۳
- امیری، عبدالرضا، (۱۳۸۷)، بحران های طبیعی و نظم و امنیت اجتماعی، انتشارات ناجا
- بیرو آرن، (۱۳۷۰) فرهنگ علوم اجتماعی، باقر ساروخانی، کیهان چاپ دوم
- پاشایی، علی (۱۳۶۹) فرهنگ اندیشه نو، انتشارات مازیار
- حسن بیگی، ابراهیم (۱۳۹۰)، مدیریت راهبردی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)
- حمیدی زاده، احمد رضا، سلمانی، احمد، حاجی زاده، هوشنگ، باقرزاده، اصغر (۱۳۹۷)، الگوی شناخت ویژگی دانش راهبردی برای تدوین تجارب راهبردی مدیران، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال پنجم، بهار
- سنجقی، محمد ابراهیم، حسنوی، رضا، اخوان، پیمان، وحیدی، احمد (۱۳۹۶)، الگوی مدیریت دانش در وزارت دفاع، مطالعات دفاعی استراتژیک، سال پانزدهم، شماره ۶۹ پاییز
- حسینی، سید حسن، (۱۳۸۵) بحران چیست و چگونه تعریف می شود؟، فصلنامه امنیت، سال پنجم، شماره ۱ و ۲، پاییز و زمستان
- صالحیان، علیرضا، (۱۳۸۴) مدیریت در شرایط بحران، مجله مدیریت، فروردین و اردیبهشت
- عطوفی نجف آبادی، مریم، بنی هاشمی، سید علی، (۱۳۹۲)، ارائه مدل استقرار مدیریت دانش در صنایع کشور بر اساس فاکتورهای زمینه ای، مدیریت دولتی، دوره ۵ شماره ۲
- محمدنژاد، محمد، (۱۳۸۱)، شناخت تهدیدهای امنیتی، انتشارات دانشگاه دفاع ملی
- محمودی، محمود، (۱۳۸۲) فرهنگ مدیریت، سال اول، شماره ۴، پاییز و زمستان
- ناطق الهی، فریبرز، (۱۳۷۸)، شناخت بحران و مدیریت بحران، مجله بنا، شماره ۹، مهرماه
- Koraeus, Mats who knows? The use of knowledge management in crisis, (2008), p22, Swedish national defense college and crismart, crisis management Europe research program, volume 36
- Longman, (2003), Dictionary of Contemporary English British
- Mcleod, Raymand, (1998), Management in formation systems⁷
- Seventhed ' Newjersy ' prentise Hall
- Nudell (Mayer), (1988), The hand book for, effective Emergency and Crisis Management, Lexington Books, USA

تشخیص فرصت کارآفرینی، زمینه‌ساز اشتغال پایدار

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۹

کد مقاله: ۳۰۱۵۱

محمد خدامرادپور^۱، مریم زنگنه*^۲، فاطمه رضانی^۳

چکیده

یافتن یک ایده و راه‌اندازی یک کسب‌وکار بر پایه آن را فرصت کارآفرینانه می‌گویند. در واقع فرصت، مرکز ثقل و پایه تمام فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشد. فعالیت‌های کارآفرینی با فرصت شروع می‌شود. انجام پژوهش‌های مرتبط با تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در رشته‌ها، جوامع و محورهای مختلف کسب‌وکار نیز موجب بازاریابی و جهت‌دهی به فعالیت‌های کارآفرینی می‌شود. در این پژوهش که به صورت مروری و با استفاده از منابع مکتوب کتابخانه‌ای و سایت‌های اینترنتی تهیه شده، مسأله کارآفرینی، فرصت کارآفرینی، اشتغال و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بررسی و راهکارهایی در پایان ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فرصت کارآفرینی، اشتغال، تشخیص فرصت کارآفرینی

۱- کارشناس ارشد زراعت دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

۲- کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان: zanganeh424@yahoo.com

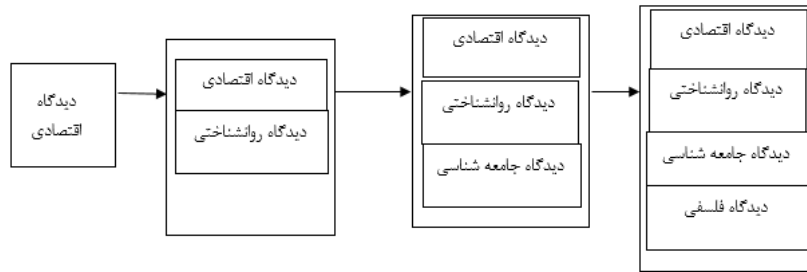
۳- کارشناسی تاریخ دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

انسان به طور طبیعی، گرایش به رشد و تکامل دارد و اصلی‌ترین تفاوت او با دیگر موجودات، داشتن تفکر و خلاقیت است و بر اساس تفکر علمی، روش‌های نوین و شیوه‌های جدید در زندگی و محیط مادی اطراف خویش می‌افزاید. در نتیجه، پویا بودن، آفریدن و خلق کردن و حرکت به سوی تکامل جزو ذاتی انسان است (امیرنژاد و محسن‌نسب، ۱۳۸۷: ۷۵). اشتغال و بیکاری از جمله موضوع‌های اساسی اقتصادی هر کشور است. به گونه‌ای که افزایش اشتغال و کاهش بیکاری به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی جوامع تلقی می‌شوند. از طرفی اشتغال‌زایی مستلزم برنامه‌های کارآفرینی به ویژه در محیط‌های آموزش عالی می‌باشد. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌آید، زیرا یک فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا منجر به توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال، نوآوری، رقابت‌پذیری و غیره می‌شود (احمدی و امیدو نجف‌آبادی، ۱۳۸۸: ۶۴). جهان در اواخر قرن بیستم شاهد تغییرات بسیار گسترده در تمامی عرصه‌های کسب‌وکار بوده است. به طوری که اداره امور بخش دولتی را با چالش‌های جدی روبرو نموده است. از جمله کارهای اثربخش دولت‌ها برای رویارویی با این چالش‌ها، توسل به کارآفرینی شناخته شده است (فروزانمهر، ۱۳۹۶: ۱۰). تقریباً تمامی سازمان‌ها با محیطی پویا که تغییرات سریع فناوری، کوتاه شدن چرخه‌ی تولید و جهانی شدن از مشخصه‌های بارز آن تلقی می‌شود، رو به رو هستند. در چنین محیطی، سازمان‌های نوآور برای بقا به رقابت پرداخته و توسعه کارآفرینی را به عنوان یک سازکار مهم در نظر گرفته‌اند. با افزایش فعالیت‌های اقتصادی و تشدید رقابت در دنیای امروز در سطح جوامع و مطرح شدن مسائلی مانند بهره‌وری، کیفیت و حرکت به سوی اقتصاد مبتنی بر دانش، برخی معتقدند که بازارهای جهانی فردا از آن سازمان‌هایی هستند که به ریسک‌پذیری کارآفرینانه بها می‌دهند. کارآفرینی، بخش زنده‌ی پیشرفت اقتصادی در جوامع امروزی است (عابدی و همکاران، ۱۳۹۵). در دنیای مدرن امروزی، کارآفرینی به عنوان یک منبع کلیدی در بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی دیده می‌شود. کارآفرینی همان فرآیند تأسیس یک کسب‌وکار بر مبنای یک فکر و ایده‌ی نو است. یک یا گروهی از افراد که به آن‌ها کارآفرین گفته می‌شود، فرصتی نوین را کشف کرده و یا خلق می‌کنند و بر پایه‌ی آن، شرکت یا مؤسسه‌ای خصوصی را بنیان نهاده و دل را به دریا زده و وارد عرصه بازار و رقابت می‌شوند (الفت‌پور، بی‌تا: ۱۶). یکی از راهکارهای مهم توسعه‌ی اقتصادی کشورها ایجاد اشتغال است و مهم‌ترین سازوکار و ابزار در این زمینه، توسعه‌ی کارآفرینی می‌باشد. توسعه‌ی کارآفرینی نیز امروزه محرک توسعه و افقی نوین در مطالعات سازمان و مدیریت است که بسیاری از کشورها به آن توجه کرده‌اند (امیدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۱). آن چه ادبیات کارآفرینی را از دیگر حوزه‌های مدیریت متمایز کرده است، موضوع فرصت‌های کارآفرینانه است. تعریف‌های چندی از فرصت‌های کارآفرینانه ارائه شده است که هر یک از جنبه‌ی خاصی به این موضوع پرداخته‌اند. فرصت‌های کارآفرینانه، شانس برای فرد یا گروه است تا ارزش جدیدی را که اغلب با معرفی کالا و خدمات جدید و نوآورانه صورت می‌گیرد به جامعه ارائه کنند (اخلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۱). به رسمیت شناختن فرصت‌های شغلی در قلب تحقیق کارآفرینی قرار دارد، فرآیند کارآفرینی همیشه با شناسایی یک ایده بالقوه برای شروع یک کسب‌وکار آغاز می‌شود که می‌تواند مورد بررسی قرار بگیرد و به یک محصول جدید، خدمات یا فرآیند جدید تبدیل شود. بنابراین، مفهوم فرصت تبدیل به نقطه کانونی تحقیقات کارآفرینی شده است (آقاجانی افروزی و علیزاده، ۱۳۹۶: ۵۷).

۲- مفهوم کارآفرینی

بحث اشتغال و پیدا کردن شغل مناسب برای جوانان، یکی از چالش‌های اصلی هر حکومت در جهان امروز محسوب می‌شود. همچنین، ایجاد اشتغال به عنوان یکی از مهم‌ترین راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی ناشی از بیکاری و سایر آسیب‌ها، همواره مورد تأکید صاحب‌نظران اجتماعی و اقتصادی قرار داشته است. از این رو، یافتن راه‌حلی نوین برای مبارزه با بیکاری و کنترل آسیب‌های اجتماعی در رشد و توسعه‌ی جامعه تأثیر شایانی دارد. موضوع اشتغال تنها یک بحث اقتصادی یا مربوط به یک کشور خاص نیست. به طور کلی، تمامی جوامع با معضل بیکاری به نوعی دست به گریبان هستند و ابعاد این معضل، بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی را نیز متأثر ساخته است (کاووسی، ۱۳۹۷: ۴۳). رشد جمعیت و افزایش نیروهای کاری در مقابل آن، منجر به محدود شدن فرصت‌های شغلی در جامعه و افزایش بیکاری شده است. در نتیجه، بررسی توانایی‌ها و شناخت پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود در کشور به منظور سرمایه‌گذاری مولد و جذب نیروی کار در فعالیت‌های اقتصادی، برای ایجاد اشتغال ضروری است. این پدیده با ایجاد تحول در جامعه می‌تواند فرصت‌های شغلی جدیدی را ایجاد کند، طی فرآیند کارآفرینی فرصت‌های جدید برای اشتغال هم ایجاد می‌شود که ویژگی آن تولید یا عرضه محصولات و خدمات به شیوه‌های خلاقانه و مبتنی بر نوآوری است. بنابراین می‌توان به این نکته اشاره کرد اشتغال‌زایی به دنبال کارآفرینی در جامعه ایجاد می‌شود (فراهانی، ۱۳۹۷: ۳۴). کارآفرینی به عنوان فرآیندی پویا برای ایجاد ارزش افزوده، دنیای اقتصاد و صنعت را متحول ساخته است. این پدیده فنی و اقتصادی به دلیل سوق جامعه به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه و تبدیل دانش جدید به خدمات و محصولات جدید، گسترش

خلاقیت، ایجاد محیط رقابتی، رشد اقتصادی و ایجاد فعالیتهای اشتغال‌زا حائز اهمیت بسیار است (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۹۱). شواهد مکرر نشان‌دهنده آن است که کارآفرینان خطرات و ریسک احتمالی مسیر کاری خود را پذیرا هستند (فاکس و واده‌بنزونی، ۲۰۱۷: ۱).



شکل ۱: سیر تحول دیدگاه‌ها نسبت به مقوله‌ی کارآفرینی (عابدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۹)

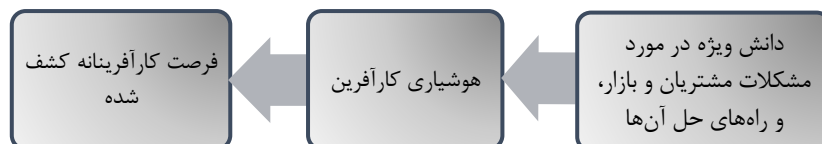
از دیدگاه انصاری (۱۳۸۷: ۶۴) کارآفرینی (مستقل یا فردی) فرآیندی است که یک فرد کارآفرین با تشخیص فرصت‌ها، بسیج منابع و پذیرش خطرهای احتمالی (مالی، روانی، اجتماعی و غیره)، با ایجاد یک کسب‌وکار جدید، اقدام به عرضه‌ی محصول، خدمت یا فرآیند جدیدی می‌کند. مشاهده می‌شود که عنصرهای مهم در تعریف کارآفرینی عبارتند از: فرصت، خطرپذیری، منابع و نوآوری. بنابراین، خلاقیت و نوآوری، پویایی، عشق به کار و تلاش مستمر، خطرپذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت‌اندیشی و رقابت‌مندی زیربنا و اساس فعالیت کارآفرینانه است. یک فعالیت وقتی کارآفرینانه تلقی می‌شود که حداقل به واسطه یکی از راه‌های زیر ایجاد ارزش اقتصادی کند:

- نوآوری در محصول (یا خدمت)
- نوآوری در روش و فرآیند (تولید، فروش، بسته‌بندی، توزیع و غیره)
- کشف منابع جدید
- کشف بازارهای جدید (داخلی یا خارجی)

امروزه، کارآفرینی به عنوان یک استراتژی و راهبرد در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی به جایگزین بی‌بدیلی تبدیل شده است که از طریق آن، همه عوامل، منابع و امکانات یک جامعه به صورت خودجوش و از راه قرار گرفتن در یک روند تکاملی برای نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی تلاش می‌کنند تا منشأ بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی-اجتماعی شوند. بنابراین، اگر با توجه به فایده‌های بی‌شمار مترتب بر این پدیده، آن را در همه ابعاد تسرس دهیم، سریع‌تر به اهداف و مختصات یک الگوی کارآمد توسعه‌ای دست خواهیم یافت (قمبرعلی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۴).

۳- فرصت چیست؟

کارآفرینی را می‌توان به صورت خلاصه تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها تعریف نمود و تشخیص فرصت نقشی اساسی را در این فرآیند ایفاء می‌نماید. کارآفرین می‌بایست محیط بازار را خوب درک نموده، نیروهای مشتق و عوامل بحرانی را شناسایی کرده و به رابطه پویای واقعی در بین این اجزا پی ببرد (ابوالحسنی، ۱۳۹۲: ۱۵۷).



شکل ۲: تاثیر دانش بازار و مشکلات مشتری بر تشخیص فرصت کارآفرینی (منبع: ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶۰)

هانسن^۱ و همکاران در بررسی جامعی که در ادبیات تشخیص فرصت در خصوص تعاریف گسترده، متفاوت و گاهاً متضاد و متناقض انجام داده‌اند، در نهایت با در نظر گرفتن کلیه این تعاریف، اقدام به ارائه‌ی تعریفی مفهومی از فرصت‌های کارآفرینی نموده‌اند. آنان معتقدند که یک فرصت کارآفرینی:

- احتمال معرفی یک محصول جدید به بازار برای کسب سود است.
- شرایطی است که در آن کارآفرین چارچوب ابزار-روش جدیدی را پیش‌بینی و یا خلق می‌کند.
- ایده‌ای است که منجر به راه‌اندازی یک کسب‌وکار می‌شود.
- ادراک کارآفرینان از روش‌ها و ابزارهای امکان‌پذیر و محتمل برای کسب سود است.
- توانایی کارآفرینان برای خلق راه‌حلی به منظور حل مشکلات است.
- امکان خدمت به مشتری به گونه‌ای متفاوت و بهتر از دیگران است (خوش‌مرام، ۱۳۹۶: ۶۳).

دراک کارآفرین را به عنوان حساس و باهوش‌بودن در برابر تغییر تعریف می‌کند و کارآفرین را به عنوان کسی که همیشه در جستجوی تغییر است و به آن واکنش نشان می‌دهد و آن را به عنوان یک فرصت کشف می‌کند، مدنظر قرار می‌دهد (فرهادی‌نهاد و سلیمانی ۱۳۹۳: ۱۹۴). فرتوک‌زاده و رجبی‌نهوجی (۱۳۸۸: ۱۰۱) با استفاده از مفهوم فرصت و نیز با توجه به نقش فرصت‌ها، دامنه کارآفرینی را این گونه تعریف می‌کنند: دامنه کارآفرینی عبارت است از تحصیل منابع فرصت‌ها از طریق فرآیند اکتشاف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و چیدمان افراد در راستای کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از آن‌ها؛ بنابراین نحوه‌ی شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها اهمیت فراوانی یافته است. بسیاری از فرصت‌ها در دل تغییرها نهفته‌اند و بخش عمده‌ای از تغییرها تحت تأثیر پیشرفت‌ها هستند.

تأثیر نوآوری بر فرآیند اقتصادی را فرصت نوع اول و تأثیر کشف فرصت‌های بازار را بر فرآیند اقتصادی فرصت نوع دوم می‌نامیم؛ بنابراین، فرآیند اقتصادی هر دو نوع فرصت را دربردارد. فرصت‌هایی که در اثر عوامل درونی فرآیند اقتصادی از جمله نوآوری یا تغییر در سلیقه به وجود می‌آید، فرصت‌های درونزا گفته می‌شود. به فرصت‌هایی که در اثر عوامل و شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و اجتماعی و از بیرون فرآیند اقتصادی شکل می‌گیرد، فرصت‌های برونزا می‌گوییم. هر دو نوع فرصت، موجب ارزش‌زایی می‌شود، مشروط بر این که از آن‌ها بهره‌برداری شود؛ بنابراین، فرصت‌ها یا در اثر عوامل درونی فرآیند اقتصادی یا در اثر عوامل بیرونی به وجود می‌آید، ولی تا از آن‌ها بهره‌برداری نشود، ارزش‌آفرینی صورت نمی‌گیرد؛ بنابراین کارآفرینی، یا خلق و بهره‌برداری از فرصت‌های درونزا در فرآیند اقتصادی است یا کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها برون‌زای ناشی از محیط اقتصادی است (رضایی میرقائد، ۱۳۹۴: ۲۳۱-۲۱۵). دانش کارآفرینی و به خصوص دانش محلی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها نقش مهمی را ایفاء می‌نماید (دی‌بروین و فرانته، ۲۰۱۱: ۱). فعالیت کارآفرینانه با مقوله‌ی فرصت، پیوند تنگاتنگی دارد، به گونه‌ای که برخی کارآفرین را فردی فرصت‌شناس، بهره‌گیرنده از فرصت، فرصت‌ساز و کارآفرینی را فرآیند شناسایی و تحلیل، بهره‌برداری و توسعه‌ی فرصت‌ها تعریف کرده‌اند. در این بین، دو دسته تحول‌های نهادی (مرتبط با بازار، سیاست‌های ملی، مناسبت‌های بین‌المللی، فعالیت شبکه‌ها و غیره) و فنی (رشد و توسعه‌ی فناوری‌های جدید) نقش مهمی در شکل‌گیری و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی ایفاء می‌کند. در این بین، رشد و توسعه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات پارادایم جدید را در عرصه‌ی توسعه شکل داده و در عرصه‌ی کسب‌وکار، تحولی انقلاب‌گونه را به بار آورده است، چنان که شکل‌دهی و توسعه‌ی یک کسب‌وکار کارآفرینانه بدون بهره‌گیری مقتضی از این فناوری‌ها امکان‌پذیر نیست. در مجموع، برای تبیین کارآفرینی بر پایه‌ی مفهوم فرصت، لازم است تعامل دو فرآیند "کشف" و "بهره‌برداری" از فرصت مدنظر قرار گیرد (عربیون و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۱). خلق فرصت یعنی ایجاد فضایی جدید در محیط کسب‌وکار؛ این فرآیند دارای پیچیدگی و سختی زیادی است و کارآفرین متحمل ابهام زیادی در این فرآیند است، مانند معرفی تکنولوژی جدیدی به بازار و یا به بیان بهتر تجاری‌سازی فناوری و یا فرآیند جدیدی در بازار. کشف فرصت نیز به معنای شناسایی خلاء و شکاف موجود در بازار است. عزیززاده‌مجد (۱۳۹۴: ۱۴) با بیان این مطلب، این پرسش را مطرح می‌نماید که آیا فرصت‌ها خلق می‌شوند یا کشف؟ و در ادامه پاسخ می‌دهد که کشف و خلق فرآیندی باینری (صفر و یک) نیست. خاکستری معنا دارد. یعنی در حوزه فرصت‌های کارآفرینی هم کشف صورت می‌گیرد و هم خلق. شاید سهم احتمال هر دو، برابر باشد و شاید هم کفه ترازو به سمتی سنگینی کند. کارآفرین دانشگاهی هم از کشف و هم از خلق بهره می‌برد، اما زیر چتر تئوری اقتضاء، از فضایی به فضای دیگر تفاوت وجود دارد.

2- Hanssen et al

3- de Bruin & Ferrante

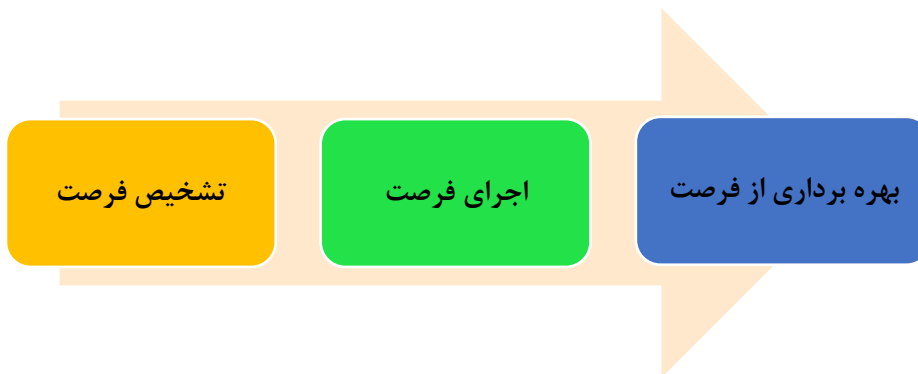
۴- تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه

از نظر محققان کارآفرینی، شناسایی فرصت نقش بسیار اساسی در فعالت‌های کارآفرینانه دارد (میرواحدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۴). در ۳۰ سال گذشته جهان شاهد انجام قوی‌ترین فعالیت‌های کارآفرینی بوده است. کارآفرینان به مثابه فعالان پر جنب‌وجوش جهان اقتصادی امروزی معرفی می‌شوند. افرادی که فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند، در حالی که افراد دیگر همان فرصت‌ها را به چشم یک آشفتگی، مغایرت و سردرگمی می‌بینند (کوراتکو، ۲۰۰۷: ۲۰). اهمیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به عنوان یکی از عناصر حیاتی کارآفرینانه و همچنین به عنوان یکی از مفاهیم محوری تعریف کارآفرینی، در بسیاری از تحقیقات حوزه کارآفرینی ذکر شده است و از آن به عنوان قلب کارآفرینی نام می‌برد. اندیشمندان در تقسیم‌بندی که از فرصت‌ها انجام داده‌اند، تشخیص فرصت را این گونه تعریف نموده‌اند: اگر هر دو طرف عرضه و تقاضا مشخص باشند، در این صورت فرصت جمع کردن آن‌ها در کنار هم باید «تشخیص داده شده» و بین عرضه و تقاضا هماهنگی به وجود آید. این گونه فرصت‌ها را هم می‌توان از طریق بنگاه موجود و هم از طریق راهاندازی بنگاه جدید بهره‌برداری نمود. تشخیص فرصت را به توانایی شناخت یک ایده‌ی خوب و انتقال آن به کسب‌وکار به گونه‌ای که ارزش‌افزوده و درآمد تولید کند، تعریف کرده‌اند (صحت و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۴). به عبارت دیگر فرصت‌ها تا تشخیص داده نشوند نمی‌توانند به بهره‌برداری برسند. فرصت‌ها در محیط در دسترس هستند و در انتظار کشف شدن هستند (عبدی‌جمایران و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۹).

جدول ۱: تعاریف تشخیص فرصت (سالاری: قابل دسترس در Saleh. Salari@ ut.ac.ir)

ردیف	تعریف تشخیص/فرصت	ارائه	تاریخ
۱	درک امکانی برای منفعت جدید از طریق: الف. تأسیس و تشکیل یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید، یا به بهبود چشم‌گیر یک کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدید.	کریستنسن، مادسن و پیترسن	۱۹۸۹
۲	آنچه در ادبیات کارآفرینی، " تشخیص فرصت " نامیده می‌شود، شامل سه مرحله متفاوت است: ۱. احساس یا درک نیازهای بازار و/ یا منابع استفاده نشده، ۲. تشخیص یا کشف یک " تناسب " بین نیازهای بازارهای خاص و منابع ویژه، ۳. ایجاد و خلق یک " تناسب " جدید بین نیازها و منابعی که تا کنون در شکل دادن مفهوم یک کسب‌وکار، از هم جدا بوده‌اند. این فرآیندها، به ترتیب، شامل ادراک، کشف و خلق بوده و نشان‌دهنده " تشخیص " می‌باشند.	آردیچویل و همکارانش	۲۰۰۳
۳	تشخیص فرصت فرایندی است که طی آن اشخاص به این نتیجه می‌رسند که توان بالقوه‌ای برای خلق چیز جدید شناسایی کرده‌اند که ظرفیت تولید ارزش اقتصادی را نیز دارد.	بارون و شین	۲۰۰۵
۴	تشخیص فرصت اشاره دارد به فرایند درک امکان یک کسب‌وکار جدید سودآور یا یک محصول یا خدمت جدید.	بارینگر و ایرلند	۲۰۰۶
۵	فرایندی که از طریق آن کارآفرینان ایده‌های جدیدی که منجر به فرصت‌های کسب‌وکار می‌شود را جستجو می‌کنند، در دست می‌گیرند و پالایش می‌کنند، تشخیص فرصت نامیده می‌شود.	گاندری و کیکول	۲۰۰۷

اوربان^۱ (۲۰۱۸: ۱) در پژوهشی رابطه بین اثربخشی و تشخیص فرصت را مورد بررسی قرار داد و اظهار داشت که ارزیابی نتیجه‌ی حاصله روش مناسبی برای افزایش دیدگاه‌ها نسبت به آینده‌ی یک تشخیص فرصت است، زیرا فرآیندهای مؤثر مربوط به تشخیص فرصت و سودآوری ناشی از آن در کسب‌وکارهای جدید که سود نهایی آن‌ها قطعیت ندارد، بسیار حائز اهمیت است. همچنین بیان نمود کارآفرینان در محیط‌های فعال و پرتنش، چارچوب‌ها و اصول منفعت‌زایی را برای تشخیص فرصت و بهره‌برداری از آن به کار می‌گیرند.



شکل ۳: فرآیند کارآفرینی در سه گام (ضیایی، بی تا: ۶)

ویژگی و یا قانون خاصی که بتواند روند موفقیت یک کارآفرین را تضمین کند، وجود ندارد. در واقع موفقیت همان غلبه بر ناکامی‌هایی است که تبدیل به موفقیت شده‌اند. تاکنون هیچ سازوکار محرز و مطمئنی که بتواند افراد جویا را به فرد کارآفرین تبدیل نماید، شناسایی نگردیده است (مانوچ جوشی، ۲۰۱۷: ۱). تغییرات شگرف جهانی، ضرورت ایجاد نوآوری در کارآفرینی را مطالبه می‌کند. بر این اساس شرکت‌ها و کارکنان آن‌ها نیازمند تفکر خلاقانه و اقدام ماهرانه هستند تا پاسخگوی چالش‌های نوین باشند. تشخیص فرصت در حقیقت نشانگر نقطه شروع فرآیند کارآفرینی است (کروزر و وبر، ۲۰۱۷: ۱).

۵- مبانی نظری

نظر به این که تشخیص و استفاده از فرصت، اولین و مهم‌ترین مرحله در کارآفرینی است، به همین دلیل تحقیقات بسیاری در رشته‌ها، جوامع و حوزه‌های مختلف برای استفاده از فرصت‌های کارآفرینانه و راه‌اندازی کسب‌وکار انجام شده است. نتایج تحقیق علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد میزان تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی کم بوده است و این زنگ خطری است که جوانان روستا قابلیت تشخیص فرصت‌های موجود در راستای کارآفرینی را ندارند و این یافته با تعداد بالای بیکاری جوانان روستایی همپوشانی و مطابقت دارد. نتایج حاصله، گویای آن است که متأسفانه ۵۶ درصد از جوانان روستایی قدرت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه را در جامعه‌ی اطراف خود را ندارند و تنها ۲۰ درصد از آن‌ها، این توانایی را در حد زیاد دارند که به احتمال قوی همان گروهی هستند که در مشاغل دولتی یا گاه، آزاد مشغول به فعالیت هستند. این پژوهشگران توصیه می‌نمایند که دوره‌های آموزشی مناسبی جهت تقویت قابلیت‌های فرصت‌شناسی دانشجویان در برنامه‌های آموزشی لحاظ شود، به گونه‌ای آن‌ها با تجهیز به سلاح این قابلیت‌ها بتوانند از منابع گوناگون برای کشف یا خلق فرصت بهره‌گیرند. این دوره‌ها عبارتند از: آموزش مهارت‌های اجتماعی؛ به طوری که بتوانند نیت و انگیزه‌های دیگران را شناسایی کنند، مدیریت بر برداشت‌های ذهنی دیگران به طوری که بتوانند از دیگران واکنش مثبت بگیرند، مهارت بیانگری؛ در دیگران علاقه و اشتیاق ایجاد کنند، متقاعدسازی؛ بتوانند رفتارها یا دیدگاه‌های دیگران را تغییر دهند، سازگاری اجتماعی. انتظار می‌رود تا با بهبود نیت کارآفرینی در جوانان روستایی، مهارت‌های کارآفرینی در آنان ارتقاء یابد، بنابراین نیاز به ارتقای ویژگی‌های کارآفرینانه در جوانان روستایی به منظور کارآفرین شدن در آینده و امکان اشتغال مولد و مؤثر در آنان بیش از پیش ضرورت دارد. فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۹۳: ۱۹) با انجام تحقیقی نتیجه گرفتند که یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای توسعه روستایی، گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است. شناسایی فرصت یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرآیند کارآفرینی و یکی از عوامل اساسی در بقاء و توسعه به شمار می‌رود. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که در نواحی روستایی شهرستان ورزقان فرصت‌های مناسبی برای کارآفرینی در بخش گردشگری وجود دارد. در مقاله‌ی قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۸: ۱۲۳) بیان شده است با توجه به این که تشخیص فرصت به عنوان اولین و مهم‌ترین مرحله در کارآفرینی است، از این رو شناسایی عامل‌های مؤثر بر تشخیص فرصت موضوع بسیار با اهمیتی می‌باشد. این محققین ضمن بیان این مطلب، عامل‌های مؤثر فردی و اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی فناوری اطلاعات تحقیقی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که متغیرهای مستقل دانش سابق، وجود مربی در صنعت فناوری اطلاعات و احساس خوداثربخشی، تأثیر مثبت بر تشخیص فرصت کارآفرینانه دارند؛ اما متغیرهای مستقل دیگر تأثیر معناداری بر تشخیص فرصت در این حوزه نداشته‌اند. همچنین مقایسه‌ی پیوندهای ضعیف و قوی اجتماعی نشان می‌دهد که پیوندهای ضعیف اجتماعی تأثیر بیش‌تری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه در مقایسه با پیوندهای قوی دارند.

بر اساس عقیده برخی صاحب‌نظران تاکنون چندین عامل مؤثر بر تشخیص فرصت کارآفرینی شناسایی شده که در میان این عوامل، نقش دانش سابق کارآفرین از اهمیت بیش‌تری برخوردار بوده و در بیش‌تر تحقیقات نظری و تجربی از آن حمایت شده

است. با توجه به رویکرد فرصت‌محور در کارآفرینی و اهمیت تشخیص فرصت به عنوان مهم‌ترین مرحله در فرآیند کارآفرینی، بسیاری از محققان به اهمیت آموزش قابلیت تشخیص فرصت به کارآفرینان اذعان کرده‌اند. بیش‌تر مطالعات بر این مسئله تأکید داشته‌اند که شناسایی فرصت به عنوان قابلیت است که می‌تواند همانند دیگر قابلیت‌ها، توسعه پیدا کرده و این که آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها جایگاه مناسبی برای توسعه مهارت‌های لازم به منظور تشخیص فرصت در دانشجویان است. در همین راستا، مطالعاتی نیز در خصوص طراحی محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی در جهت ارتقای قابلیت تشخیص فرصت انجام گرفته است (قلی‌پور و کرامتی کریمی، ۱۳۸۸: ۵۲). محمودزاده و ارجمندیان (۱۳۹۶: ۱۳۱) با هدف شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی منطقه آب اسک در استان مازندران، که با برخورداری از پتانسیل‌های فراوان طبیعی و موقعیت مکانی مناسب از نقاط مستعد برای توسعه کسب‌وکارها در حوزه گردشگری روستایی است، تحقیقی انجام دادند تا با رویکردی کاربردی این فرصت‌ها را برای ورود به بازار گردشگری معرفی نمایند. نتایج این پژوهش، ۵۹ فرصت کارآفرینی را در صنعت گردشگری روستای آب اسک مشخص کرد و بر اساس نتایج حاصله، این محققین برای توسعه فرصت‌های کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی آب اسک راهکارها و پیشنهادهایی ارائه نمودند. نتایج تحقیق میگویند پوری و همکاران (۱۳۹۳: ۲۵۸) نشانگر آن است که ابعاد مختلف دانش پیشین با ارتقای سطح هوشیاری کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی رابطه‌ی معنی داری دارند و تنها رابطه‌مندی مؤلفه‌های مهارت استفاده از فناوری با هر دو متغیر وابسته و نیز سطح تحصیلات مرتبط با هوشمندی کارآفرینانه مورد تأیید قرار نگرفت. با توجه به نتایج بدست آمده پیشنهاد گردید با تقویت و زمینه‌سازی مناسب آموزشی و دانش افراد می‌توان موجب ارتقای سطح هوشیارانه کارآفرینانه تشخیص فرصت‌های کارآفرینی شد. هنجاریایی و بومی‌سازی ابزارهای اندازه‌گیری هوشیاری کارآفرینانه در این راه می‌تواند کمک‌کننده باشد. همچنین پیشنهاد شد تا سیاستگذاران و دست‌اندرکاران توسعه‌ی کارآفرینی در بخش سلامت کشور به بحث آموزش‌های علمی و عملی در دانشگاه‌های کشور توجه ویژه مبذول دارند تا با تقویت و زمینه‌سازی مناسب آموزشی و دانشی موجبات ارتقای کارآفرینی و رشد کسب‌وکارهای حوزه کلیدی سلامت بیش از پیش فراهم گردد.

پژوهشی با هدف طراحی الگوی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در بیمه‌های عمر و به روش آمیخته انجام شد. بر اساس نتایج پژوهش، میزان سودآوری فرصت‌های شناسایی‌شده، محصول و منابع انسانی و توانمندی‌های اجرایی موجود و مورد نیاز، مهم‌ترین عوامل در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در بیمه‌های عمر هستند (یداللهی‌فارس و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۷۹). ارزیابی مناسب فرصت‌های کارآفرینی می‌تواند به بالا رفتن احتمال موفقیت کسب‌وکار و سهل‌انگاری در این فرآیند می‌تواند به شکست آن بیانجامد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که معیار صنعت و بازار مهم‌ترین معیار در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی بوده و معیارهای صنعت و بازار ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، ویژگی‌های تیم کارآفرین، مالی و فنی به ترتیب در درجه‌ی اهمیت بعدی قرار دارند. چارچوب ارائه‌شده در این پژوهش که بیانگر معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی است، راهنمایی برای تحقیقات پیمایشی آتی تلقی می‌گردد (یداللهی‌فارس و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵). دیانتی و همکاران (۱۳۹۷: ۷۶) در مقاله‌ای با موضوع تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها بیان نمودند که با توجه به ضرورت و جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان در افق ۱۴۰۴ و سند چشم‌انداز ۲۰ ساله‌ی کشور (به گونه‌ای پیش‌بینی شده است که در سال ۱۴۰۴، باید پنجاه درصد از تولید ناخالص داخلی کشور از محل اقتصاد دانش‌بنیان تولید شود) و با توجه به جوان بودن جمعیت کشور می‌توان با شناسایی عوامل اثرگذار بر کشف و تشخیص فرصت‌ها در صنعت‌های مختلف و تقویت خود کارآمدی آنان در میان کارآفرینان، بازارهای موجود را برای پرکردن خلأهای کاری موجود و رقابت در عرصه جهانی غنی کرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نظر به این که فرصت مرکز ثقل کارآفرینی است، شناسایی و تشخیص فرصت‌ها شاه‌کلید فعالیت‌های کارآفرینی نامیده می‌شود. مرور پژوهش‌های انجام شده در خصوص شناسایی فرصت‌های کارآفرینی نشان‌دهنده آن است که میزان تشخیص فرصت‌های کارآفرینی عموماً کم است و این یافته با تعداد بالای بیکاری همپوشانی دارد. شناسایی فرصت‌های گردشگری برای توسعه روستا و بسط فعالیت‌های کارآفرینی نقش مهمی دارد. همچنین ارزیابی مناسب فرصت‌های کارآفرینی می‌تواند به بالا رفتن احتمال موفقیت کسب‌وکار کمک نماید. بر این اساس و با توجه به مطالعه انجام شده پیشنهاد می‌گردد:

- ۱- معرفی فرصت کارآفرینانه به عنوان هسته‌ی اولیه شروع یک فعالیت کارآفرینی در تمام موضوعات و رشته‌های شغلی می‌تواند موجب ترغیب همگانی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی شود و شروعی برای یافتن فرصت‌های جدید گردد.
- ۲- با توجه به این‌که پژوهش‌های جامعی در خصوص تشخیص فرصت کارآفرینی انجام نشده است، انجام مطالعه همه‌جانبه در مورد این مقوله ضرورت دارد تا ضمن شناخت تشخیص فرصت، فرصت‌های موجود در کشور شناسایی و مورد استفاده قرار گیرند.

- ۳- با توجه به بروز تغییرات شگرف در جهان، هر چند دانش کارآفرینی به‌طور نسبی فرآیند جدیدی می‌باشد، لیکن برای پویا ماندن این پدیده، ضرورت نوآوری در کارآفرینی کاملاً به چشم می‌خورد.
- ۴- توجه به بحث کارآفرینی و تشخیص فرصت‌ها در شرایط فعلی کشور برای خنثی کردن یا کم کردن تاثیر تحریم‌های همه‌جانبه علیه ایران بیش از گذشته به چشم می‌خورد. تأکیدات مقام معظم رهبری بر توجه بیش‌تر بر ظرفیت‌های داخلی برای حفظ استقلال کامل کشور، توجهات را به مقوله کارآفرینی برای استفاده از ظرفیت‌های داخلی افزایش داده است و تشخیص فرصت در این روند، نقش مهمی را اجراء می‌کند.
- ۵- توجه ویژه به مناطق روستایی که دارای جاذبه‌های طبیعی، آب‌وهوایی و گردشگری هستند، می‌تواند به شناسایی و تشخیص فرصت‌های جدید کارآفرینی در این مناطق کمک بسیاری نماید.

منابع

- ۱- آقاجانی‌افروزی، علی‌اکبر. علیزاده، مهدی. (۱۳۹۶)، « شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی»، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، سال چهارم، شماره ۷، صص: ۶۵-۵۷.
- ۲- ابوالحسنی، حسین. فروزنده‌دهکردی، لطف‌اله. بدالهی‌فاریسی، جهانگیر. داوری، علی. (۱۳۹۲)، «مدل نقش دانش بازار و ابعاد آن در تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه»، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، سال دوازدهم، شماره ۳۷، صص: ۱۶۹-۱۵۷.
- ۳- احمدی، حیدر. امیدی‌نجف‌آبادی، مریم. (۱۳۸۸)، « بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)»، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال دوم، شماره ۳، صص: ۷۲-۶۳.
- ۴- اخلی، محمد. دیده‌خانی، حسین. شریف‌زاده، محمدشریف. (۱۳۹۷)، « الگوی مفهومی تشخیص فرصت کارآفرینان نوپای فنآور دانشگاهی کشاورزی»، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۵، صص: ۱۵۷-۱۳۹.
- ۵- الفت‌پور، ساهره. (بی‌تا)، « کارآفرینی سازمانی»، فصلنامه دیدگاه مهندسیین صنایع، مقالات، صص: ۱۹-۱۶.
- ۶- امیدی، نبی. محمدی‌پور، رحمت‌الله. امیدی، محمدرضا. (۱۳۹۵)، « شناسایی موانع توسعه کارآفرینی در میان دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی (مطالعه‌ی موردی: فارغ‌التحصیلان دانشگاه ایلام)»، فصلنامه علمی-ترویجی فرهنگ ایلام، دوره‌ی هفدهم، شماره ۵۲ و ۵۳، صص: ۵۰-۴۰.
- ۷- امیرنژاد، قنبر. محسن‌نسب، محمدرحمن. (۱۳۸۷). «دانشگاه کارآفرین، اشتغال زنان و کارآفرینی». ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۰۱، صص: ۸۹-۷۸.
- ۸- انصاری، محمدتقی. (۱۳۸۷). « دانشگاه کارآفرین نمودی از ارتباط عینی دانشگاه و صنعت». مجله صنعت لاستیک ایران، شمار ۵۱، صص: ۶۹-۶۱.
- ۹- ایمانی، عبدالمجید. حسینی‌فر، اعظم. آهنگ، فرح‌ناز. (۱۳۹۷)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کارآفرینی دیجیتال با نقش میانجی تشخیص فرصت (مطالعه‌ی شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان)»، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۳۱۲-۲۸۷.
- ۱۰- خوش‌مرام، مژگان. زرافشانی، کیومرث. خوش‌خوی، شهاب. علی‌بیگی، امیرحسین. میرک‌زاده، علی‌اصغر. (۱۳۹۶)، «تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه‌ی کشاورزی: نقدی بر تعاریف موجود و معرفی مقیاسی برای سنجش آن»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد چهارم، شماره سوم، صص: ۷۰-۵۵.
- ۱۱- دیانتی، مژگان. کریمی، آصف. اکبری، مرتضی. (۱۳۹۷)، «تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌ها: با ملاحظه‌ی نقش اشتیاق کارآفرینانه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران»، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۱، صص: ۸۰-۶۱.
- ۱۲- رضایی‌میرقائد، محسن. (۱۳۹۴)، «فرآیند خلق و کشف فرصت کارآفرینانه»، توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۲، صص: ۲۳۱-۲۱۵.
- ۱۳- سالاری، صالح. (بی‌تا)، «تبیین نقش فرصت در فرآیند کارآفرینی»، قابل دسترس در: Saleh. Salari@ ut.ac.ir
- ۱۴- صحت، آذرچهر. عبدی‌جمایران، علی. حسینی، الهه. (۱۳۹۶)، «بررسی فرآیند و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه»، دو فصلنامه علمی-ترویجی کارافن، شماره چهل‌ویکم، صص: ۸۶-۶۷.

- ۱۵- ضیایی، رضا. (بی تا). «شناسایی ایده‌های کارآفرینی»، سیری در تفکر کارآفرینی، قابل دسترسی در: www.cetka.ir
- ۱۶- عابدی، بهاره. برادران، مسعود. خسروی پور، بهمن. (۱۳۹۵)، «طراحی دانشگاه کارآفرین کشاورزی و منابع طبیعی، از نظریه تا عمل»، رساله دکتری آموزش کشاورزی. دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان.
- ۱۷- عابدی، بهاره. برادران، مسعود. خسروی پور، بهمن. (۱۳۹۶)، «دیدگاهی کارآفرینانه به آموزش عالی»، چاپ اول، تهران، انتشارات تحقیقات آموزش کشاورزی.
- ۱۸- عبدی جمایران، علی. حسینی، الهه، روایی، سلطنت. (۱۳۹۶)، «بررسی مدل‌های تشخیص فرصت در فرآیند کارآفرینی»، دو ماهنامه پژوهش در هنر و علوم انسانی، سال دوم، شماره سه (پیاپی پنج)، صص: ۷۹-۸۸.
- ۱۹- عربیون، ابوالقاسم. عبدالله‌زاده، غلامحسین. شریف‌زاده، محمدشریف. (۱۳۹۶)، «برنامه‌ریزی راهبردی پژوهش‌های کارآفرینی در ایران»، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۷، شماره ۱، صص: ۱۴۸-۱۲۵.
- ۲۰- علی‌آبادی، وحید. عطائی، پوریا. موحدی، رضا. (۱۳۹۵)، «بررسی تأثیر تفکر استراتژیک و سرمایه‌ی اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: شهرستان کنگاور)»، مجله‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۵، شماره‌ی ۲، شماره‌ی پیاپی ۱۴، صص: ۹۵-۱۱۰.
- ۲۱- عزیززاده‌مجدد، امیررضا. (۱۳۹۴). «دانشگاه کارآفرین خلق یا کشف فرصت کارآفرینی». ارزش، شماره ۴۴، ص: ۱۴.
- ۲۲- فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۷)، «عوامل بازدارنده ساختاری اشتغال و کارآفرینی در ورزش ایران مطالعه موردی: باشگاه‌های خصوصی»، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال ششم، شماره ۳ (۲۷ پیاپی)، صص: ۳۳-۴۴.
- ۲۳- فرتوک‌زاده، حمیدرضا. رجبی‌نهوجی، میثم. (۱۳۸۸)، «الگوسازی پویای فرصت کارآفرینی "توزیع فیزیکی درون شهری"»، نهفته در ترافیک کلان‌شهرها»، توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، صص: ۹۷-۱۲۴.
- ۲۴- فرجی‌سبکبار، حسنعلی. مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن. یداللهی‌فارس، جهانگیر. کریم‌زاده، حسین. (۱۳۹۳)، «شناسایی و تحلیل فضایی بسترهای مناسب فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری نواحی روستایی مطالعه موردی نواحی روستایی شهرستان ورزقان»، نشریه فضای جغرافیایی، سال ۱۴، شماره ۴۵، صص: ۱۹-۴۶.
- ۲۵- فروزانمهر، مجید. (۱۳۹۶)، «کارآفرینی دولتی»، ماهنامه امواج برتر، شماره ۸۳، سال چهاردهم، صص: ۱۰-۱۲.
- ۲۶- فرهادی‌نهاد، رومینا. سلیمانی، مریم. (۱۳۹۳)، «دیستکتیا: مدل ناکارایی تکنولوژی و پیشنهادات برای فرصت کارآفرینی»، سومین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ۲۸ اردیبهشت ۱۳۹۳، صص: ۱۲۰-۱۹۱.
- ۲۷- قلی‌پور، رحمت‌الله. آقاجانی، حسنعلی. کرامتی‌کریمی، محمدعلی. (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی فناوری اطلاعات»، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، صص: ۱۵۸-۱۲۳.
- ۲۸- قلی‌پور، رحمت‌الله. کرامتی‌کریمی، محمدعلی. (۱۳۸۸)، «نقش دانش سابق کارآفرین بر تشخیص فرصت کارآفرینانه (با تکیه بر نقش دانشگاهها در ایجاد و توسعه این دانش)»، مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۴۴ / سال سیزدهم، شماره ۴، صص: ۵۶-۲۵.
- ۲۹- قمبرعلی، رضوان. زرافشانی، کیومرث. علی‌بیگی، امیرحسین. (۱۳۸۸)، «بررسی سلسله مراتب نظام ارزشی کارآفرینان (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)»، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره چهارم، صص: ۱۱۳-۱۳۷.
- ۳۰- کاووسی، رضا. (۱۳۹۷)، «کارآفرینی، فرصتی برای حل آسیب‌های اجتماعی»، رشد آموزش فنی و حرفه‌ای و کار دانش، دوره چهاردهم، شماره ۱، صص: ۴۳-۴۶.
- ۳۱- محمودزاده، سیدمجتبی. ارجمندیان، ساناز. (۱۳۹۶)، «شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای آب اسک)»، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره‌ی ۲۰، صص: ۱۴۹-۱۳۱.
- ۳۲- میرواحدی، سیدسعید. طغرای، محمدتقی. سنجریان، زهرا. (۱۳۹۶)، «بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد چهارم، شماره اول، صص: ۵۳-۷۴.
- ۳۳- میگون پوری، الهه. میگون پوری، محمدرضا. سیدعلی‌روته، احتشام. (۱۳۹۳)، «نقش دانش پیشین در ارتقای سطح هوشیاری کارآفرینانه و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در حوزه سلامت»، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، دوره ۸، شماره ۳-۳۴، صص: ۲۶۸-۲۵۸.
- ۳۴- یداللهی‌فارس، جهانگیر. حسینی‌نیا، غلامحسین. اسداللهی‌شاد، مژده. (۱۳۹۳)، «بررسی معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنایع غذایی ارگانیک»، کارآفرینی و کشاورزی، سال اول، شماره ۱، صص: ۱۵-۲۴.
- ۳۶- یداللهی‌فارس، جهانگیر. دقیقی‌اصلی، علی‌رضا. نظمی‌شرامین، ولی‌اله. (۱۳۹۲)، «طراحی الگوی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در بیمه‌های عمر»، پژوهشنامه بیمه، سال ۲۸، شماره ۴، صص: ۱۷۹-۲۰۰.

- 37- de Bruin, A. and Ferrante, F. (2011) Bounded Opportunity: A Knowledge-Based Approach to Opportunity Recognition and Development, *Entrepreneurship Research Journal*, Volume 1, Issue 4. pp:1-21.
- 38- Fox, M. and Wade-Benzoni, K. (2017) The creation of opportunity is an opportunity to create: Entrepreneurship as an outlet for the legacy motive, *Research in Organizational Behavior*, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2017.10.003>
- 39- Koratko, D. (2007) Entrepreneurial Leadership in the 21st Century, *Journal of Leadership and Organizational Studies* Vol. 13, No. 4. pp: 1-11.
- 40- Kreuzer, Ch. and Weber, S. (2017) Modelling Opportunity Recognition Competence as a Foundation for Teaching and Learning in Vocational Education, *Vocations and Learning*, Available at: <https://doi.org/10.1007/s12186-017-9194-7>
- 41- Manoj Joshi, F. (2017) Entrepreneurial Success, Orientation and Opportunity recognition, Available at: <https://ssrn.com/abstract=2993092>
- 42- Urban, B. (2018) Effectuation and opportunity recognition in the renewable energy sector in South Africa: focus on environmental dynamism and hostility, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 23, No.2, pp: 1-17.

مدلسازی هزینه‌های ایمنی - صنعتی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۱۸

کد مقاله: ۴۷۶۸۴

حسین فیروزی^۱، محمدرضا صمدیان^۲

چکیده

در این پژوهش ضمن تاکید بر لزوم رعایت مسایل ایمنی از دیدگاه اقتصادی و انسانی، به ضرورت پرداختن به مسایل ایمنی و کارهای حفاظتی در احداث صنایع توجه شده و سعی شده است که هزینه های ناشی از آن در طرح عملیاتی صنعتی بر اساس یک مدل ریاضی ارائه و ساختار اقتصاد سنجی هر واحد صنعتی برای توجیه هزینه کرد ایمنی را نشان میدهد. لذا این مدل موید این واقعیت است که هزینه هایی که باید قبل از وقوع حوادث برای پیشبینی و پیشگیری صرف شود بسیار کمتر از مقدار هزینه هایی است که صنعت برای جبران خسارت مالی و جانی متحمل میشود.

واژگان کلیدی: ایمنی، هزینه و سود، خطر، خسارت مالی و جانی، مدلسازی

۱- دانشجوی دکترا مدیریت صنعتی (گرایش تحقیق در عملیات)، سایپا ستروئن: Firouzi.ho@saipa-citroen.com

۲- کارشناسی مهندسی مکانیک، دانشگاه آزاد اسلامی کاشان، سایپا ستروئن

۱- مقدمه

در دنیای پیشرفته امروز که همه امور متکی به تکنولوژی های پیشرفته و پرمخاطره است، همواره بیم آن می رود که حوادث ناشی از کار، خسارت جبران ناپذیری به بار آورد. حوادث، معمولاً بر اثر فقدان نظم و انضباط در کار، نقص دستگاهها، بی دقتی و سهل انگاری، عدم هماهنگی و سازش جسمی و روانی کارگر با نوع کار به وجود می آیند. [۱] حرکت شتابان صنعتی شدن و عدم توجه جدی به اصول ایمنی صنعتی، باعث بالارفتن نرخ حوادث شغلی در کشورهای در حال توسعه گردیده است [۲]. حادثه رویداد برنامه ریزی نشده و اغلب مخرب است که انجام پیشرفت کار یا ادامه آن را مختل می سازد. (۳). حوادثی را ناشی از کار گویند که علاوه بر ایجاد صدمات جسمانی و ناتوانی در نیروی کار، سبب از بین رفتن سرمایه و تجهیزات و در نتیجه ضررهای اقتصادی به آن می شود [۴].

وقتی صحبت از ایمنی و هزینه های آن در طرح های صنعتی می شود عموماً در ذهن اکثر آنهايي که با این رشته و صنعت سر و کار دارند مسایل ابتدایی و کمهزینه مثل کلاه ایمنی دستکش و غیر خطوطر میکند و کمتر کسی در این دیار به فکر این بوده است که اصول ایمنی و ایمنی سازی در یک طرح صنعتی در درآمدت چیست و تاثیر آن بر سودآوری طرح صنعتی چقدر میتواند باشد؟ صرف نظر از مسایل انسانی و ضررهای مالی، این مسئله مهم و حیاتی، هزینههای مالی نسبتاً زیادی به همراه دارد که بدون رعایت مسائل ایمنی در دراز مدت میتواند سودآوری یک طرح را زیر سوال ببرد. طبق گزارش ILO کشورهای در حال توسعه ۶۰ درصد کل نیروی کاری جهان را در خود جای داده اند که تنها ۵ تا ۱۵ درصد از این جمعیت به سرویس ها و خدمات بهداشت شغلی دسترسی دارند [۹].

امروزه در دنیای تکنولوژی، حفظ جان پرسنل و ابزار و ماشین آلات تعیین کننده تداوم تولید بهتر در شبکه ایده آل در محیطی آرام و ایمن می باشد. ما باید قبول کنیم که راندمان بالا در هر صنف تولیدی را زمانی خواهیم داشت که همه پرسنل دستگاه های ذریب از حداقل آسایش و ایمنی فکری و کاری برخوردار باشند. علاوه بر پیامدهای زیانبار اقتصادی، مشکلات مهم سلامتی مرتبط با این عوامل نیز نیروی کار در معرض را تهدید می کند. مطالعات نشان داده است که افراد تحت تاثیر این فاکتورها بیشتر دچار اشتباه، حادثه و جراحت های شغلی می شوند [۷].

طبق آمار، میزان حوادث ناشی از کار بعد از فعالیت های عمرانی به صنعت تعلق می گیرد که خود نیز در مراحل ساخت و سازها و جمعی از کارهای عمرانی روبرو است بنابراین این پتانسیل حوادث در مجموعه های صنعتی بالاست اما اینکه تا چه میزان میتوان ریسک خطر و حوادث را در صنعت کاهش داد و تا چه میزان مجاز به کاهش خطر هستیم مقوله ایست که باید توسط مدیریت و کارفرمایان تعریف و توضیح گردد. همه صنایع طبق مصوبه شورای عالی حفاظت فنی موظف به رعایت مسائل امنیتی مدیریت صنعتی با تعریف سطح ایمنی و مشخص کردن جایگاه آن به پرسنل و دست اندرکاران ایمنی خواهد گفت که تا چه حد و چه میزان در کدام قسمت میتوانند هزینه کند. لذا در این راستا واحدهای HSE نقش بسیار تعیین کننده ای را در جهت تحقق اهداف کلان ایمنی سازمانها ایفا میکنند.

۲- ضرورت حضور HSE در صنعت

بر اساس اعلام سازمان بین المللی کار در هر سال ۲۵۰ میلیون حادثه ناشی از کار اتفاق می افتد و در صورت تبدیل این تعداد حادثه به روز، ساعت، دقیقه و ثانیه باید بگوییم که در هر ثانیه ۸ حادثه در جهان رخ می دهد (۱۱ و ۱۰) و اگر قربانی هر حادثه را فقط یک نفر در نظر بگیریم مفهوم آن، این است که در هر ثانیه دست کم سلامتی هشت نفر به خطر می افتد. در بسیاری از موارد ممکن است یک مورد حادثه رخ دهد ولی تلفات آن بیش از یک نفر باشد. ضمن اینکه آمار ذکر شده آمار حوادث ثبت شده در سازمان های ذیصلاح است در حالی که حوادث زیادی رخ می دهد که هیچ مرجعی آنها را ثبت نمی نماید. [۶] همچنین طبق آمارهای رسمی آمار حوادث در ایران نیز طی سالهای اخیر بشرح ذیل میباشد:

جدول شماره ۱- آمار حوادث ناشی از کار

تعداد حوادث ناشی از کار	
سال	تعداد
۱۳۸۶	۲۴۰۷۵
۱۳۸۷	۲۲۱۳۴
۱۳۸۸	۲۱۷۴۰
۱۳۸۹	۲۲۵۵۹
۱۳۹۰	۲۰۳۹۹
۱۳۹۱	۲۰۵۳۲
۱۳۹۲	۱۹۴۷۷
۱۳۹۳	۱۸۹۱۶
۱۳۹۴	۱۸۷۸۶
۱۳۹۵	۱۸۵۲۲

هدف اصلی از اجرای پارامترهای HSE حفظ و ارتقا سلامت نیروی انسانی، حذف یا به حداقل رساندن عوامل موثر در ایجاد مخاطرات و حوادث بهداشت ایمنی و محیط زیست است. اما باید توجه داشت که تحقق اهداف برنامه ها و طرح های HSE در سایه تعهد و رهبری مدیران ارشد میسر می شود.

هر یک از مشاغل و فعالیت های حرفه ای در شرایط خاص خود انجام می گیرند و این شرایط گاهی اثرات نامطلوبی را ممکن است بر روی سلامت افراد مشغول به کار داشته باشد. در مجموع شرایطی که منجر به این اثرات نامطلوب می گردد را تحت عنوان عوامل زیان آور محیط کار می شناسیم.

۳- خطر

واژه خطر را میتوان انحراف از یک موقعیت و یا وضعیت عادی تعریف کرد. در چنین وضعیتی پتانسیل به وجود آمدن حادثه وجود دارد، می توان گفت که ایجاد حادثه در محیط کار نتیجه بی توجهی مدیران و مسئولان ایمنی و سرپرستان قسمت ها نسبت به خطراتی است که در آن محیط کاری وجود دارد. خطرات موجود در محیط کار می تواند مربوط به ماشین آلات و ابزار کار، راهرو، محل کار، مواد اولیه مصرفی و مواد سمی خطرناک باشد. بسیاری از خطرات بخصوص در صنعت بطور طبیعی در بطن کار وجود دارند و جزیی از ذرات کار هستند. برای اینگونه خطرات منجر به ایجاد حادثه نشود باید اقدامات اساسی زیر را انجام داد: [۵]

۳-۱- شناسه خطر

شناسایی خطر، اولین گام اساسی در رابطه با کنترل آن است. شخص با شناخت خطر می تواند از آن اجتناب کند در غیر اینصورت از طریق انجام اقدامات پیشگیرانه و کنترل کننده ایمنی، حفظ شود، برای شناسایی خطر های موجود در یک محیط می توان به چند روش زیر عمل کرد.

۳-۱-۱- بازرسی محیط کار

این روش برای شناسایی و ارائه راه حل های علمی و منطقی جهت بهبود بخشیدن شرایط محیط کار انجام می شود و افراد و گروه های مختلفی از مدیریت از جمله مدیر عامل، سرپرستان قسمتها، سرکارگران و مسئولان ایمنی در این روش دارند.

۳-۱-۲- بحث ها و مذاکرات مسئولان و کارگران

می تواند طی نشست های کمیته ایمنی انجام شود و همچنین از طریق گفتگوی غیر رسمی که بین کارگران و سرپرستان آنها اتفاق می افتد می توان به پاره ای از آنها پی برد.

۳-۱-۳- تحقیق مستقل

این روش توسط افراد مستقلی که کارمند و سرپرستان نیستند اما به صورت عمومی و خصوصی نسبت به ایمنی دستگاه ها و محیط کار تعهداتی دارند انجام میدهند.

۳-۱-۴- شناسایی خطر در قالب عملکرد سیستم

این روش بیشتر در معادن فلزی و رادیو اکتیو دارای اشعه مضر می‌شود می‌باشد که پیشنهادات لازم توسط یک تیم با تخصص های مختلف مانند متخصصین شیمی، کارشناسان ایمنی، مدیران کارگاه ها و ... صورت می‌گیرد.

۳-۱-۵- تجزیه و تحلیل ایمنی شغلی

این روش تکنیک پیشگیری از حادثه است که باید همراه با گسترش تعالیم ایمنی کار به کار گرفته شود. این تکنیک از تکنیک های مطالعه کار یا روش های مطالعه و سنجش کار مشتق می‌شود که هدف مهندسین، بهبود روشهای تولید و استخراج و بهره برداری باشد.

۳-۲- ارزیابی خطر

نتیجه ارزیابی خطر را در هر محیط کاری، لیستی از انواع خطرهاست که بر اساس اولویت تهیه شده کار کنترل بر اساس این اولویت بندی انجام خواهد شد، برای ارزیابی خطر یک فرمول ساده به شرح زیر وجود دارد:
(احتمال وقوع+بیشترین امکان آسیب+شدت)* تعداد وقوع = میزان خطر

۳-۳- کنترل خطر

عبارت است از حذف یا کاهش خطر در یک کار خاص
کنترل خطر احتیاج به طرح و برنامه ریزی دقیق دارد و دستیابی به آن از طریق اطلاعات کوتاه مدت(موضعی) و دراز مدت (دائمی) میسر است، این اقدامات به ترتیب زیر می‌تواند درجه بندی شوند:

۱. حذف خطر در منبع
۲. کاهش خطر در منبع
۳. دور کردن کارکنان از خطر
۴. جلوگیری از خطر به وسیله اطلاعات مناطقی
۵. کاهش کاربران در معرض خطر
۶. استفاده از تجهیزات حفاظتی

۴- لزوم رعایت مسائل ایمنی و حفاظتی در طرح های صنعتی

۱. دیدگاه انسانی
۲. دیدگاه اقتصادی

۴-۱- دیدگاه انسانی

صنایعی که از بیمه های مطلوب برخوردار نبوده و یا برخی از صنایع بسیار خطرناک با مشاغل سخت و زیان آور، کم نبوده و کارگرانی که جان خود را در چنین صناعی بر سر این کار گذاشته اند و از بین رفته و یا دچار نقص عضو و .. شده اند فراوانند. همچنین با استفاده از تکنولوژی های نوین، پیدایش انقلاب صنعتی، نیروی برق و سایر منابع انرژی و هم کاربرد فراوان مواد شیمیایی در صنعت، به همان نسبت که به مقدار تولید افزوده شده، به همان نسبت نیز به تعداد حوادث ناشی از کار و پیامدهای حرفه ای افزوده گردیده است.

۴-۲- دیدگاه اقتصادی

در خصوص اینکه عدم رعایت مسایل ایمنی چه هزینه های هنگفتی را به کارفرمایان و شرکتهای صنعتی تحمیل میکند، مطلب بسیار است و وسعت کار زیاد. لذا بحث در این خصوص به دو دسته تقسیم میکنیم:
الف: هزینه هایی که بواسطه ضایعات و تلفات ماشین الات، دستگاهها و نیز وقفه در روند تولید و استخراج متوجه صنعت می شود.

ب: هزینه هایی که بواسطه ضرر جانی متوجه صنعت می شود.

جالب اینکه طبق امارهای غیر رسمی برای هر دوایتم فوق، رشد بسیار بالایی در خصوص هزینه های مربوط به غرامت نقص عضو، غرامت دستمزد ایام بیماری و معلولیت و از کار افتادگی و. همچنین فوت و مرگ و میر را طی سالهای اخیر شاهد بوده ایم و سازمان تامین اجتماعی این هزینه های هنگفت را پرداخت نموده است.

۵- هزینه های ایمنی در صنایع

براساس آیین نامه ایمنی و مصوب شورای عالی حفاظت فنی، تمام صنایع موجود در سطح کشور (دولتی و خصوصی) ملزم به رعایت مفاد این آیین نامه می باشند و لذا صاحبان صنایع ناخواسته متحمل هزینه‌هایی میشوند که در ظاهر امر هیچگونه سود و یا اضافه تولید را در بر ندارد، هزینه‌هایی که در خصوص نگهداری، مبارزه با آتش سوزی، پست برق، آسانسور و بالابرها و هزاران مورد دیگر بوجود می آید.

- ۱- حفظ ظرفیت تولید
 - ۲- محیط کاری لذت بخش
 - ۳- اداره آسان مجموعه
- بنابراین در چنین صناعی وظایف و مسئولیتهای واحد ایمنی بشرح ذیل میباشند:
- ۱- اجرای قوانین و مقررات و دستورالعمل های ایمنی
 - ۲- همکاری با مدیریت برای تدوین و تهیه سیاست های ایمنی و مسئولیت های اجرایی
 - ۳- هماهنگی با بخش تولید
 - ۴- متوقف ساختن هر گونه فعالیتی که باعث بروز خطر گردد
 - ۵- تهیه گزارش دوره ای یا حتی در بازدید ها به منظور اعلام شرایط فعالیت ها
 - ۶- بررسی و رسیدگی به حوادث
 - ۷- بازدید و بازرسی به منظور کسب اطمینان از کارکرد مستمر سیستم های کنترل ایمنی
 - ۸- آموزش ایمنی
 - ۹- مشارکت و برنامه ریزی اجرایی عملیات به منظور انطباق آن با برنامه‌های ایمنی
 - ۱۰- بایگانی و نگاهداری کلیه اطلاعات و گزارش های مربوط به فعالیتهای ایمنی

۶-مدلسازی پیش بینی هزینه های بیمه ای(اقتصادسنجی)

در صورتی که بپذیریم که برای انتخاب سیستم های کنترلی مناسب با صنایع می بایست قبل از هرگونه تصمیم گیری کلان تفکرات و برنامه ریزی های لازم در این زمینه صورت گیرد، بنابراین ایده های مناسب ایمنی با توجه به خدمات مقابل آن در مراحل اولیه طراحی در صنایع مورد توجه قرار می گیرند، لذا در این مرحله میباید که نقش ایمنی با تعیین سطح و اهمیت آن در صنعت مربوطه مشخص میشود. مدنظر باشد که برای طراحی سیستم ایمنی، نیاز به هزینه کردن بوده و با مشخص شدن سطح مورد پذیرش و قبول آن، میزان و نحوه هزینه برآورد میگردد. در جریان اجرای عملیات می بایست برنامه های مداوم و منظم نظارت و بازرسی استفاده از امکانات فراهم شود، بررسی هایی که بر روی سیستم ایمنی در خلال اجرا به عمل می آید، لزوم تغییر و اصلاح مستقیم سیستم را مدنظر قرار می دهد.

همانطور که گفتیم هزینه های ایمنی، در برگزیده هزینه های ایمنی پرسنل و ایمنی تغییرات میباشد. یعنی ما با دوقطب متضاد و مخالف روبرو هستیم، اولی انسان دارای احساسات عواطف روح و جسم با چیچیدگی های خاصی که میتوان زن و فرزند داشته باشد، یعنی سرنوشتش با چند نفر غیر خودش گره خورد باشد و در آن طرف قضیه تجهیزات و ماشین آلات قرار دارد که فاقد روح هستند و فقط از ارزشهای مادی برخوردارند. گاهی می شود تجهیزات را فدای انسان کرد همانگونه که در یک هواپیمای درحال سقوط، خلبان با چتر خود را نجات میدهد ولی سرمایه چند میلیون دلاری به هدر می رود. اما آیا باید پذیرفتن چنین ریسکی منطقی و عاقلانه باشد؟ یعنی کسی در مقام کارفرما یا مدیر صنعت پیدا میشود که بدور از مسایل عاطفی و احساسی، ضریب ریسک را انقدر پایین بیاورد که احتمال حوادث به سمت صفر میل کند، در صورتیکه برای اینکار هزینه هنگفتی را متحمل شود؟

مسلماً با توجه به منافع و سود، این کار بطور کامل صورت نخواهد گرفت. بخصوص که در مجموعه های صنعتی بزرگی چون خودروسازی یا کارگرانی که قانون کار، قوانین کشوری و بیمه ... ارزش جان اور ارا با مبلغ ۲۳۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان تعیین کرده اند که در صورت فوت مبلغ مشخص است ولی اگر خسارت جانی داشته و بایستی ضریبی در نظر گرفته شود.

لذا هدف اصلی از این پژوهش و این بخش، مدلسازی متغیرهای مرتبط با مبحث ایمنی شغلی / صنعتی بوده و کمک میکند که هر صنعت با توجه به شرایط آماری خاص خود در خصوص مشکلات ناشی از حوادث کار، تصمیم گیری عدد و رقم هزینه کرد و بودجه ایمنی خود را تعیین نماید.

لذا با توجه به تعاریف ذیل برای متغیرهای استفاده شده در معادلات اصلی، داریم:

W : دیه، خون بها

d_i : تعداد فوتی در واحد روز

- l_i : تعداد فوتی در واحد روز
 k : تعداد فوتی در واحد روز
 f_i : تعداد جراحات و شکستگی در واحد روز
 Z : ضریب نسبت هزینه جراحات و شکستگی به هزینه فوت یا دیه
 S : میانگین حقوق کارگر/کارمند در هر ماه
 N : میانگین تعداد کارگران/کارمندان یک واحد صنعتی
 A : تعداد روزهای کاری در سال
 n : میانگین تعداد کارگران/کارمندان استفاده کننده از مرخصی درمان با حقوق در هر روز

الف: هزینه های خطر فوت و مرگ (دیه) در صنعت:

$$D_i = W/d_i$$

ب: هزینه های نقص عضو:

$$M_j = k * D_i * d_i/l_i$$

ج: هزینه های مداوا و جراحات سطحی و شکستگی:

$$H_i = z * D_i * d_i/f_i$$

د: هزینه فرصتی استفاده از نیروهای جایگزین در هر روز با توجه به نیروهای استفاده کننده از مرخصی های دوران درمان و ...:

$$S_n = S/n$$

ه: هزینه کل ضررهای مالی و جانی (هزینه های ایمنی) در یک واحد صنعتی نمونه:

$$C_T = D_i + M_j + H_i + T_r + S_n$$

یا

$$\left\{ \begin{array}{l} C_T = \sum_{k=0} (D_i, M_j, H_i, T_r, S_n) \\ d_i \leq l_i \\ l_i \leq f_i \\ i, j, k, l, n \in R^+ \end{array} \right.$$

و: هزینه ایمنی در سال:

$$C_P = C_T * N * A$$

با این معیار می‌تواند نقش هزینه‌های ایمنی را در سودآوری طرح‌های صنعتی تخمین زد اما ذکر چند نکته پیرامون معادلات بالا الزامی است چرا که این رقم بدست آمده از فرمولهای فوق، بر یک رقم تقریبی و پایه است زیرا اعلام آمارهای موجود از صنایع خاص می باشد و امکان دارد در هر کشوری ارقام دیگری به دست آید اما آنچه مهم است دید و نگرش مستقیم هر صنعت است و این یکی از مهمترین فرضیات این مدل است، هرچند امکان دارد این ارزیابی هزینه، اشکالات عمده داشته باشد ولی همین که به دست اندرکاران صنعت یک دید فنی و رقم معینی در هزینه های ایمنی را می دهد بسیار مورد توجه است وگرنه همگان میدانند که با خرج کردن بیشتر می‌شود ضریب ریسک حوادث را درواحد‌های صنعتی ویا هر جای دیگر حتی در خانه ها به حداقل رسانند.

توسعه صنایع و پیشرفت فن آوری علاوه بر آثار مثبت، عوارض ناگواری نیز به همراه داشته است. عوارضی همچون افزایش کمیت و کیفیت آلودگی های محیط کار و زندگی. حوادث ناشی از کار و بیماری های ناشی از شغل از جمله پیامدهایی هستند که با توسعه صنایع و فن آوری، بیش از پیش زندگی انسان و به ویژه کارکنان را مورد تهدید قرار داده است [۹] ولی دلیلی نمیشود که هزینه های پیشگیرانه را فراموش نمود و مدیریت ریسک بایستی در صدر تصمیمات کلات شرکت‌های صنعتی باشد.

سخن کوتاه اینکه هر هزینه ای بایستی معقول و منطقی باشد و ایمنی امری نیست که فقط مربوط به صنعت باشد همانگونه که هر نوع افراط در این زمینه توصیه نمی شود و قابل قبول نیست، هر نوع قصور و کوتاهی نیز علاوه بر ضرر جانی و مالی، عواقب خطرناکی را در پیش خواهند داشت.

همانطور که آمار و ارقام گزارش شده از سوی واحد صنعتی نشان میدهد به این نتیجه رسیدیم که عدم رعایت مسائل ایمنی باعث پایین آمدن میزان درآمد و در نتیجه میزان سود می شود. ضمن اینکه هزینه های هنگفتی را هم به دلیل پرداخت غرامت فوت، نقص عضو، مداوا مستمری و غیره به صنعت تحمیل می کند ولی باز برای اینکه بدانیم چه میزان مجاز به هزینه کردن هستیم تا در مرحله بهره برداری، بتوانیم حداقل مسایل ایمنی و حفاظتی را رعایت کرده و آرامش را به محیط کاریمان به ارمغان بیاوریم (از نموداری که ویژگی این کار ترسیم شده است کمک می گیریم).

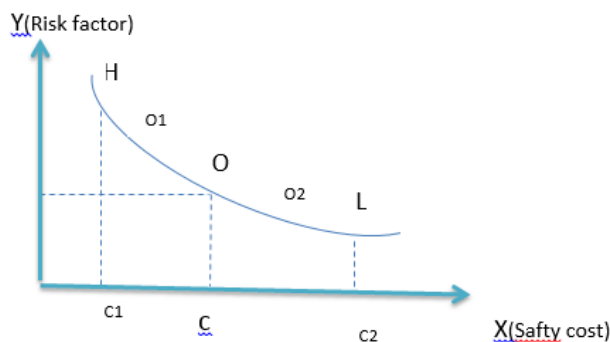
در محور افقی X هزینه های ایمنی را که به ریال در ازای هر شیفته کاری برای هر نفر است منظور میکنیم و در محور عمودی Y یا ضریب ریسک (RF) که واحد آن را درصد میگذاریم.

با توجه به شکل می توان دریافت که با افزایش هزینه سرمایه گذاری در ایمنی ضریب ریسک کاهش می یابد. این کاهش خطی نیست بلکه در ابتدا با سرمایه کم از شدت خطر کاسته می شود و سپس امکان کم شدن ریسک به صورت خطی با محور X ها به سمت بی نهایت میل می کند زیرا هرگز صنعتی را نمی توان ساخت که بروز حادثه در آن به صفر برسد. اگر در زمینه ایمنی سرمایه گذاری کمتری کنیم به نقطه H خواهیم رسید این نقطه همراه ضریب ریسک بالا می باشد اگر میزان سرمایه گذاری در ایمنی را زیاد بگیریم به L میرسیم که ضریب ریسک کمتری دارد ولی معلوم نیست که اقتصاد صنعت به ما چنین اجازه می دهد یا نه؟

آیا صنعت می تواند متحمل این مخارج شود؟ لذا بایستی یک نقطه بهینه مانند O وجود داشته باشد که حد معقول سرمایه گذاری ضریب ریسک قابل قبولی هم داشته باشد البته این نقطه در حقیقت یک بازه از محدوده $O1$ تا $O2$ را شامل می شود که به سلیقه صنعت کار نظام خصوصی و اجتماعی جامعه بستگی دارد. بدیهیست نقطه $O1$ توسط کسانی انتخاب می شود که به اقتصاد و درآمد صنعت یا سود بیشتر توجه دارند و برعکس نقطه $O2$ توسط کسانی انتخاب می شود که به ایمنی بیشتر بها می دهند.

بنابراین هر حرکتی که بخواهد ما را به طرف راست نقطه $O2$ حرکت دهد غیر قابل قبول است همچنین کلیه مواردی که ما را به سمت چپ نقطه $O1$ پیش می برند نیز مردود است زیرا هزینه ایمنی را در نظر می گیرد، یعنی ما باید به انتظار حادثه بنشینیم.

در نمودار ترسیم شده بایستی ارقام را با مشخصات صنعت تطبیق داده و آنها را آنقدر تغییر داد تا بتوان به سوال "چقدر هزینه ایمنی کنیم؟" پاسخ داده و در هر صورت باید بازار کار بازار کار و رقم ریاضی داشت و پولی است که نقطه ای "CO" در منحنی می باشد. اما در این میان نقطه بهینه همان هزینه CO می باشد که مقدار آن ریال به دست آمده (.....) برای هر نفر- روز) که به نظر می رسد رقم معقولی است.



نمودار شماره ۱- رابطه هزینه های ایمنی و ریسک

نتیجه گیری

- مساله ایمنی در صنایع مختلف یکی از موضوعات مورد علاقه مدیران و شرکتهای بوده و علت ان تاثیرات جهت گیر این موضوع بر راندمان عملیات مختلف و شرایط علمی اقتصادی صنعت میباشد. به هر حال نتایج بحث به ترتیب زیر میباشد:
- ۱- حوادث خواسته و ناخواسته در بطن کارهای صنعتی موجود و در هر لحظه احتمال وقوع آنها وجود دارد. لذا بایستی بررسی کرد که با چه هزینه ای می توان احتمال وقوع این حوادث را پیشگیری کرد که مدل ارائه شده در این پژوهش کمک شایانی به صنایع در این امر خواهد کرد.
 - ۲- خسارات انسانی و اقتصادی در بعضی موارد جبران آن امکان پذیر نخواهد بود. تحقیقات نشان داده است که این هزینه ها در اکثر موارد بیش از ۴ برابر هزینه تحقیقاتی مربوط به شناخت علل حوادث و کنترل آنها می باشد.
 - ۳- با داشتن دید و نگرش سیستمی و ایمنی در صنایع و به موازات طراحی صنعت و نیز بهره برداری و پرداختن به هزینه ها و پتانسیل های ایمنی، با توجه به آمار و ارقام ریاضی، ما را در رسیدن به بهره‌وری حداکثری صنایع یاری خواهد کرد.
 - ۴- هزینه های ایمنی در ظاهر امر، میزان هزینه های کل صنایع را افزایش می دهند اما با مراجعه به تعداد حوادث و آمار آنها، بیانگر این واقعیت است که هزینه های ایمنی شاید تنها رقم هزینه باشند که باعث افزایش سود و درآمد در واحدهای صنعتی میشوند.
 - ۵- آمار حاصله نشان دهنده این واقعیت است که بیش از ۷۰ درصد حوادث در اثر بی احتیاطی به وقوع می پیوندند اما با مدت زمان کم و تشکیل کلاسهای آموزش کوتاه مدت فشرده، میتوان پرسنل را از خطرات آگاه نمود.
 - ۶- علترغم موارد ذکر شده هزینه ایمنی بایستی معقول و منطقی بوده و ضریب ریسک خطر از یک رقم متوسط برخوردار باشد
 - ۷- اگر بخواهیم به طور کلی تاثیر هزینه های ایمنی را بر سودآوری صنایع مختلف بررسی کنیم، میتوانیم مطابق جدول زیر داشته باشیم:

جدول شماره ۲- تاثیر هزینه های ایمنی بر سودآوری

با صرف هزینه های ایمنی			بدون صرف هزینه های ایمنی		
سود	درآمد	هزینه کل	سود	درآمد	هزینه کل
بیشتر	بیشتر	کم	کم	کم	بیشتر

پیشنهادهای

- ۱- برای کاهش هزینه های ایمنی و در برنامه ریزی ها برای ایجاد صنعت در ابتدا طراحی صنعتی بایستی به فکر ایجاد سیستم ایمنی مناسب باشیم.
- ۲- نظم کاری در صنایع در اولویت برنامه ریزی تولید قرار گیرد.
- ۳- کار نظارت و بازرسی ایمنی و حفاظت در صنایع توسط ستاد مستقلی از صنعت صورت بگیرد.
- ۴- سعی شود در صنایع هزینه‌های غیر ضرور حذف و در عوض به فکر سلامتی کارگران باشیم، زیرا راندمان بالا را موقعی خواهیم داشت که پرسنل صنعت از آرامش فکری و روحی سالم برخوردار باشد.
- ۵- در تصمیم گیری های مدیریت صنعت برای تعریف سطح ایمنی در صنایع، یا مسائل انسانی، احساسی و عواطف یک موجود که دارای روح است و سرنوشتش می تواند با یک عده دیگر گره بخورد توجه شود.
- ۶- آموزش صحیح نیروی انسانی در در صنایع به طور منظم و مستمر صورت بگیرد و سعی شود به صورت کلاسهای هفتگی پرسنل صنعت را با خطرات درونی و بیرونی کارهای صنعت آشنا کرد. همچنین دستورالعملهای استفاده از ابزار بصورت کاملا مدون تدوین و در اختیار پرسنل قرار گیرد [۱۲]

- 1- Mehrabi A, Pourtaghi G, Sadeghialavi H. Study of epidemiologic factors of accidents in Sepah. Mil Med 2008; 10: 229-36
- 2- MohammadFam I. Evaluation of occupational accidents and their related factors in Irania Aluminum company in 1999. Scientific J Kurdistan Uni Medi Sci 2004; 5(19): 18-23 [Persian]
- 3- Emamirazavi S. Survey of validation standards in hospitals. Nashreseda Publication. 1998. [Persian]
- 4- Asefzade S. Management and hospital study. Ghozvin : Hadise emrooz Publication, 2003. [Persian]
- 5- Bordbar gholamreza; Industrial Safety, Yazd University
- 6- Basir S. Hasan; Mining principles, Isfahan University of Technology
- 7- Kim H-C, Min J-Y, Min K-B, Park aS-G. Job Strain and the Risk for Occupational njury in Small- to Medium-Sized Manufacturing Enterprises: A Prospective Study of 1,209 ,Korean Employees. Am J Ind Med. 2009; 52: 322-30h
- 8- Takala J. Introductory report of the International Labor Office. Inter Occup Safe Health Inf Cen 1999: 10.
- 9- Hedayat A, Shahniani M; Investigating the safety culture and costs of non-compliance with safety in construction workshops; Conference 1395.
- 10- Jahangiri M, Adl J, Nasleseragi J. Detection and analysis if human error by PHEA method in an industrial site. Proceedings of the 1th national Congress of ports safety Kerman, Iran: 2004. [Persian]
- 11- Saari J, Lahtela J. Work conditions and accidents in three industries. Scandinavian J Work Environ Health 1981; 7(4): 97-105.
- 12- Molk M, Mohammadi S, Aghilhnezhad M, Attarchi M, Rahimpoor F. Alizadeh S. Evaluate the pattern of occupational accidents in the Iranian miners 2011; 3(1): 22-28. [Persian]

رابطه بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس دوره ابتدایی شرق استان مازندران

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۰۲

کد مقاله: ۵۰۳۳۲

ام کلثوم جعفری^۱، معصومه مهردادی^۲

چکیده

هدف تحقیق حاضر، تعیین رابطه بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس دوره ابتدایی شرق استان مازندران بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری آن راه کلیه مدیران مدارس شرق استان مازندران (نکا، بهشهر، گلوگاه) در سال ۱۳۹۶ که برابر ۳۲۰ نفر بودند و بر اساس جدول کرجسی مورگان تعداد ۱۷۵ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برحسب جنسیت به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش تحقیق از نوع همبستگی و نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی ساده انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه خلاقیت هیجان آوریل (۱۹۹۹) و پرسشنامه تعهد سازمانی می‌یر و آلن (۱۹۹۰) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. لذا توجه مسئولان و مدیران سازمانی به مؤلفه‌های خلاقیت هیجانی و نیز تعهد سازمانی جهت افزایش سطح بهره‌وری سازمانی ضرورت دارد.

واژگان کلیدی: خلاقیت هیجانی، تعهد سازمانی، مدیران مدارس، دوره ابتدایی، شرق استان مازندران

۱- دانشجوی کارشناس ارشد علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نکا: kolsoumj@gmail.com

۲- کارشناس آموزش دوره ابتدایی

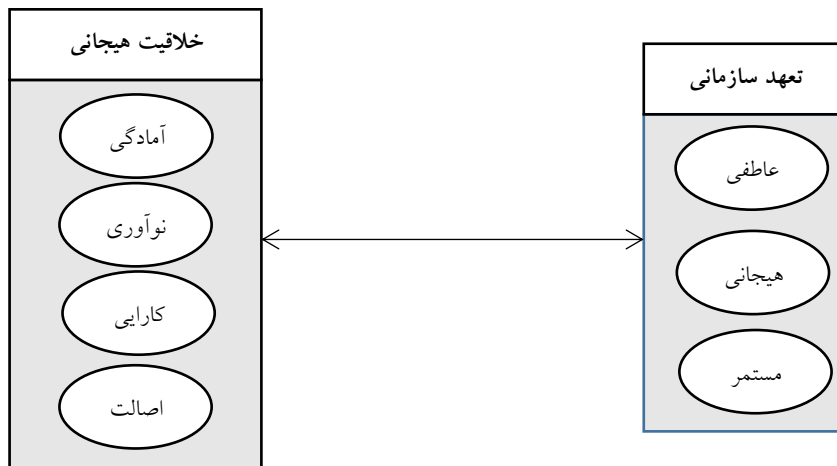
۱- مقدمه

امروزه با توجه به پیشرفت روزافزون، توجه به نیروی انسانی از جنبه‌های روانی و ذهنی و نیز ایجاد وابستگی به سازمان جهت دستیابی به اهداف سازمانی امری لازم است. در زمینه روانشناسی مفاهیم مهمی از قبیل خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی مطرح شده است که هر کدام به نوعی در دستیابی به اهداف سازمان مؤثر هستند (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۱).

خلاقیت که به‌عنوان یک نیاز عالی بشری در تمام ابعاد زندگی انسان مطرح است، عبارت است از تحولات دامنه‌دار و جهش در فکر و اندیشه انسان. واقعیت این است که به خلاقیت نمی‌توان با تمرکز بر یک بعد نگریست. ابعاد فردی، محصولی و فرایندی نمی‌توانند بیانگر ماهیت خلاقیت باشند (حاجی‌ها و همکاران، ۱۳۹۳). از بعد شناختی، خلاقیت اغلب در میان بزرگ‌ترین فرآیندهای فکری عالی جای می‌گیرد و از بعد هیجانی، خلاقیت به‌عنوان حالتی هوشیارانه در برخی از شدیدترین تجارب عاطفی از عمیق‌ترین باس‌ها و سرخوردگی‌ها تا بزرگ‌ترین شادی‌ها در نظر گرفته می‌شود. در زبان عامیانه، شناخت به معنای فرآیند به دست آوردن دانش است و هیجان به معنای راهی است که ما از طریق آن روی وقایعی که با آن مواجه می‌شویم ارزیابی و عمل می‌کنیم (راهی و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه به همه مفاهیم برگرفته از زبان عامیانه، شناخت و هیجان در نهایت روی رفتار قابل مشاهده‌ای که در یک بافت اجتماعی تفسیر می‌شود، پایه‌ریزی می‌گردد. این‌طور نیست که آن‌ها به‌عنوان سازوکارهایی صرفاً روان‌شناختی یا عصب‌شناختی معنی شوند (آوریل، ۱۹۹۹). نکته دیگری که در مورد ابعاد شناختی و هیجانی خلاقیت اهمیت دارد، بر اساس این گفته‌ی آوریل (۱۹۹۹، ص ۳۳۵) است که می‌گوید «رفتارهای شناختی و هیجانی اساساً در مفاهیم مربوط به سازوکارهایی از قبیل ادراک، حافظه، تداعی، قضاوت و استدلال باهم تفاوتی ندارند. این سازوکارها، شناخت و هیجان متوسطی در درجات و ترکیبات متفاوت و بسته به شرایط ایجاد می‌کند. کاربرد این ایده در خلاقیت است؛ زیرا این خلاقیت است که سازوکارهای ذکر شده را هم به حوزه هیجان و هم به حوزه شناخت مرتبط می‌سازد. اکثر پژوهشگرانی که به تحقیق در زمینه خلاقیت پرداخته‌اند، خلاقیت را بیشتر به‌عنوان یک سازه ذهنی - شخصیتی با ابعاد شناختی و اجتماعی، توصیف کرده‌اند (سجادی، ۱۳۸۳). در بعد شناختی خلاقیت، تحقیقات بیشتر در حیطه‌ی سبک‌ها یا توانایی‌ها و مهارت‌های شناختی انجام شده است و در زمینه تفاوت‌های اجتماعی، هدف پژوهشگران آن است که نشان دهند؛ چگونه عوامل موقعیتی، اجتماعی و فرهنگی نظیر تسهیلات اجتماعی، انتظار فرد از خود و دیگران، تنبیه و پاداش، وضعیت فیزیکی و جو روانی می‌تواند در توسعه خلاقیت مؤثر باشد (شهرآرای، ۱۳۸۲). کی از عوامل مهم در خلاقیت هیجانی افراد، شادکامی می‌باشد.

تعهد سازمانی به حالتی اشاره دارد که در آن کارمند با سازمان خاص و اهدافش شناخته شده و علاقه دارد عضو آن سازمان تلقی شود (سلیم و همکاران، ۱۳۹۳). تعهد سازمانی نگرشی است که بیانگر این نکته است که اعضای سازمان به چه میزان خودشان را به سازمانی که در آن کار می‌کنند، تعیین هویت می‌نمایند و چقدر در آن درگیر هستند (بهروان و همکاران، ۱۳۸۸). فردی که تعهد سازمانی بالایی دارد، در سازمان باقی می‌ماند و اهداف آن را می‌پذیرد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۰). مایر و آلن (۱۹۹۱) مدل سه مؤلفه‌ای تعهد سازمانی را در چارچوب غالب برای تحقیقات تعهد سازمانی می‌داند: ۱- تعهد عاطفی: بیان‌کننده وابستگی عاطفی کارکنان به سازمان و مخصوصاً میزان حساسیت آن‌ها به تجربیات شغلی مثل حمایت سازمانی است. این حساسیت زمانی به وجود می‌آید که کارکنان به ادامه ارتباط با سازمان تمایل دارند. ۲- تعهد هنجاری: این تعهد بیان‌کننده اعتقاد کارکنان به این موضوع است که باید در سازمان بمانند و رشد کنند. ۳- تعهد مستمر: به آگاهی از هزینه‌های ناشی از خروج از سازمان اشاره دارد و به دلیل نیازشان به سازمان در آن باقی بمانند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۰).

با توجه به اهمیت نیروی انسانی و عوامل مؤثر بر آن‌ها و نیز اهمیت خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در جهت توسعه و دستیابی به اهداف سازمانی سؤال، محقق این می‌باشد که: آیا بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس ابتدایی شرق استان مازندران رابطه وجود دارد؟



شکل ۱. مدل تحقیق

۲- مبانی نظری پژوهش

۱-۲- تنظیم شناخت هیجان

نظریه پردازان و دانشمندان تعاریف متعددی از هیجان ارائه داده‌اند، اما در مجموع می‌توان گفت که هیجان رویدادی پیچیده و چندبعدی است که منجر به آمادگی برای عمل می‌شود. پکرون^۱ و همکاران (۲۰۰۵) در راستای مدل‌های فرآیند/ مؤلفه از هیجان، هیجان‌ها را به‌عنوان مجموعه‌ای از فرآیندهای روانی به هم مرتبط می‌دانند که شامل مؤلفه‌های عاطفی، شناختی، فیزیولوژیکی و انگیزشی می‌باشد (مثلاً احساس ناراحتی و تنش، نگران بودن، فعال شدن فیزیولوژیکی و خواهان رها شدن (دور شدن) به‌عنوان مؤلفه‌های هیجان، اضطراب مطرح می‌شوند). این توجه روزافزون به بحث هیجان‌ها به‌طور کلی و توجه به ارتباط بین شناخت و هیجان به‌صورت خاص، اندک‌اندک نگاه تیزبینانه‌تری روانشناسان تربیتی را نیز به خود جلب نموده است (اکبرزاده، ۱۳۹۳).

تنظیم هیجان مبتنی بر فرآیندهای درونی و بیرونی پاسخ‌دهی در برابر مهار و نظارت ارزیابی و تعدیل تعاملات هیجانی به‌خصوص خصایص زودگذر و تند آن‌ها برای به تحقق رسیدن اهداف. تنظیم هیجان می‌تواند آگاهانه یا ناآگاهانه، زودگذر یا دائمی و رفتاری و یا شناختی باشد، تنظیم هیجان رفتاری، نوعی از تنظیم هیجان است که در رفتار آشکار فرد دیده می‌شود نسبت به تنظیم هیجان شناختی که قابلیت مشاهده ندارد و زودگذر است (امین آبادی و همکاران، ۱۳۹۰). تنظیم هیجان شناختی همراه همیشگی آدمی است که به مدیریت یا تنظیم عواطف و هیجان‌ها کمک می‌کند؛ به انسان توان سازگاری بیشتر به‌خصوص بعد از تجارب هیجانی منفی را می‌دهد (بخشنده، ۱۳۹۲). در بیشتر مطالعات همسان با مقابله شناختی فرض می‌شود و در کلیه راه‌های شناختی مدیریت عواطف با استفاده از اطلاعات برانگیخته هیجانی گفته می‌شود فرآیندهای شناختی می‌توانند به ما کمک کنند تا بتوانیم مدیریت یا تنظیم هیجان‌ها و یا عواطف را بر عهده بگیریم تا از این طریق بر مهار هیجان‌ها بعد از وقایع اضطراب‌آور و تیدگی‌زا توانا باشیم (امین آبادی و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع تنظیم هیجان هم شامل فرآیندهای پایین به بالا (ادراکی) مانند ارزیابی و هم شامل فرآیندهای بالا به پایین (شناختی مانند حافظه فعال و کنترل ارادی توجه می‌باشد).

لذا تنظیم هیجانی را می‌توان به‌عنوان فرآیندهای فیزیولوژیکی، رفتاری و شناختی تعریف کرد که افراد به تنظیم تجربه و بیان هیجان‌ها قادر می‌نمایند (بکتاش، ۱۳۹۲). تنظیم هیجانی یک فرآیند محوری برای همه جنبه‌های عملکرد انسان است و نقش حیاتی در شیوه‌هایی که افراد با تجارب استرس‌زا مقابله می‌کنند و شادی را تجربه می‌کنند، ایفا می‌کند. تنظیم هیجانی دلالت‌های بالینی مهمی دارد، روش‌هایی که افراد هیجان‌هایشان را مدیریت می‌کنند، عملکرد روان‌شناختی‌شان را (مثل مشکلات بیرونی و مشکلات درونی) متأثر می‌سازد. همچنین تنظیم هیجانی دارای تلویحات رشدی و اجتماعی مهمی است، مانند رشد همدلی و روابط با همسالان (بخشنده، ۱۳۹۲).

۲-۲- ماهیت خلاقیت هیجانی

الف) تفاوت‌های فردی در خلاقیت هیجانی: در مطالعات آزمایشگاهی که توسط اوریل و همکارانش انجام گرفته است، شرکت‌کنندگانی که نمره بالا در خلاقیت هیجانی به دست آوردند، هم در نوشتن و هم به صورت تصویری بهتر قادر به بیان کردن هیجان‌اتشان به طور خلاق بودند. برای مثال افراد با نمره بالا، قصه‌های ابتکاری تر می‌نوشتند که به طور زیبایی، هیجان‌ات ناهماهنگ از (قبیل آرامش، سردرگمی و برانگیختگی) را با هم ترکیب می‌کنند. همچنین به طور زیبایی تحمیل‌های خلاق بیشتری از تعارضات حل‌نشده توصیف می‌کردند و تصویرهای خلاق تر که هیجان‌اتشان را به شکل جامعی مجسم می‌کند، ترسیم می‌کردند. همچنین این افراد گشودگی بیشتری نسبت به تجربه‌ها دارند، به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود اطمینان دارند و عزت‌نفس آن‌ها بیشتر است و همچنین تحت تأثیر سنت‌های جامعه و قدرت قرار نمی‌گیرند (امین آبادی و همکاران، ۱۳۹۰).

ب) تفاوت‌های جنسیتی در خلاقیت هیجانی: در گزارشی در زمینه پژوهش‌های مربوط به خلاقیت هیجانی، آمده است که زنان در بعد آمادگی، کارایی و اصالت نمره بالاتری از مردان در خلاقیت هیجانی آورده‌اند و تفاوت ناچیزی نیز در بعد نوآوری بین دو جنس وجود داشت که معنی‌دار نمی‌باشد. اوریل (۱۹۹۹) ولیکن در پژوهش قدیمی نژادیان (۱۳۸۱) که بر روی دانشجویان پسر و دختر ایرانی انجام گرفت، پسران و دختران در تمام ابعاد خلاقیت هیجانی از وضعیت یکسانی برخوردار بودند که قدیمی نژادیان این دو نتیجه‌گیری متفاوت را به تفاوت فرهنگی منتسب کرده است. در توضیح این نکته، این طور استنباط می‌شود که در جوامع غربی، زنان بهتر از مردان از خلاقیت هیجانی بهره می‌برند.

ج) تفاوت‌های فرهنگی در خلاقیت هیجانی: در این رابطه دو موضوع اساساً مکمل در خصوص تفاوت‌های فرهنگی در زمینه هیجان وجود دارد.

۱ - ارتباط با هیجان ۲ - نقش فرهنگ در پروراندن خلاقیت هیجانی. واژگان هیجانی دارای ماهیت با موجودیت مستقلی نمی‌باشند، بلکه این مفاهیم به وسیله همان نظریه‌های مجازی (عقاید وجودی و نقش‌های اجتماعی) که در تشکیل نشانگان هیجانی کمک می‌کنند، معنا می‌شوند. فرد به همان شکلی که یاد می‌گیرد چگونه متناسب با نشانگان هیجانی رفتار و احساس کند به همان شکل نیز معنای یک مفهوم هیجانی را یاد می‌گیرد؛ بنابراین ارتباط زبان با خلاقیت هیجانی دوطرفه است. از یک طرف واژگان هیجانی به عنوان سازمان دهنده رشد هیجان به کار می‌روند؛ یعنی یادگیری نشانگانی که در داخل یک فرهنگ معیار و رسمی هستند. از طرف دیگر، زبان هم چنین تجارب دارای بار هیجانی را در داخل مفاهیم از قبل شکل گرفته وارد می‌کند. در واقع یک تجربه هیجانی خلاق نیاز دارد که قیدوبندهای زبان متداول را بشکند. (اوریل، ۱۹۹۹) تفاوت‌های فرهنگی بزرگی در زبان هیجان وجود دارد. مثلاً زبان انگلیسی حدوداً بین ۵۵۰ تا ۶۰۰ واژه (اعم از اسم، فعل، صفت و قید) را شامل می‌شود که معنای هیجانی نسبتاً صریحی دارند. حتی برخی زبان‌ها ممکن است فرهنگ لغت هیجانی بزرگ‌تری داشته باشند، اگرچه به دلیل این که طبقه‌بندی‌های عام مربوط به آنچه شامل هیجان می‌شود، تغییر می‌باشد، لذا مقایسه‌ها دچار مشکل می‌گردند. برای شکوفای شدن فرهنگ، باید به جای از بین بردن عقاید و هیجان‌ات، کاری کنیم که انرژی هیجانی و استعداد خلاق افراد، باعث واکنش‌های عمیق در سطوح مختلف خلاقیت در آحاد جامعه شود (قاسم زاده و همکاران، ۱۳۸۹).

۲-۳- دیدگاه اوریل در زمینه خلاقیت

اوریل (۲۰۰۵) بر اساس دیدگاه سازنده گرایی اجتماعی خود، سه معیار اصلی برای خلاقیت تعریف می‌کند که شامل نوآوری، کارایی و اصالت هست. از دیدگاه او برای اینکه یک پاسخ خلاق شود باید این سه معیار در ترکیبات متفاوت با هم جمع شوند. او عقیده دارد که علاوه بر لزوم وجود این سه معیار برای ارائه یک پاسخ خلاق یک مرحله آغازین آمادگی نیز مورد نیاز می‌باشد. توصیفی که از چهار بعد خلاقیت (نوآوری، کارایی، اصالت و آمادگی) دارد، به این شرح است:

نوآوری: نوآوری به معنای یک پاسخ تازه در مقایسه با رفتار گذشته فرد یا به طور کلی مقایسه با رفتار عادی در جامعه سر می‌زند. همچنین باید مرتبط با اهداف کنونی ما نیز باشد بر این نکته نیز باید تأکید شود که خلاقیت ویژگی منحصر به فرد بی‌نظیری که صرفاً مخصوص تعداد کمی از افراد است نیست. برای یادگیری و پیشرفت انسان‌ها، اکتساب رفتار نو برای هر فردی و در نتیجه درجاتی از خلاقیت برای او لازم هست.

کارایی: همه پاسخ‌های نو خلاق نیستند. برخی عجیب و غیرعادی می‌باشند. برای خلاق به حساب آمدن یک پاسخ، باید برای فرد یا گروه به صورت بالقوه سودمند باشند.

اصالت: یک پاسخ خلاق که در برخی از سبک‌های ارزشی و عقیدتی فرد درباره دنیا انعکاس می‌یابد، آن یک ابزار خود است (قدیری نژادیان، ۱۳۸۱).

آمادگی: منظور از بعد آمادگی این است که قبل از این که توانایی واقعی خلاق بودن در یک زمینه خاص به دست آید، مسلماً سال‌های آمادگی مورد نیاز هست. کسب آمادگی یا تبحر به صورت طولانی مدت یک عامل مهم در تعیین کردن تفاوت‌های فردی در خلاقیت هست (قدیری نژادیان، ۱۳۸۱).

۴-۲- مفهوم تعهد سازمانی

تعهد سازمانی نوعی وابستگی عاطفی به سازمان است به گونه‌ای که کارکنان بشدت متعهد، هویت خود را از سازمان می‌گیرند، در سازمان مشارکت دارند و از عضویت در سازمان لذت می‌برند. پورتر^۱ و همکارانش (۱۹۷۴)، تعهد سازمانی را پذیرش ارزش‌های سازمان و درگیر شدن در سازمان تعریف کرده‌اند. به اعتقاد آن‌ها معیارهای اندازه‌گیری تعهد سازمانی شامل انگیزه بالا، قبول سازمان و پذیرش اهداف آن، آمادگی برای تلاش فراوان و علاقه‌مندی برای حفظ عضویت در سازمان است. اوریلی و چاتمن^۲ تعهد سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان، به خاطر خود سازمان و دوری از ارزش‌های ابزاری آن (وسیله برای دستیابی به اهداف دیگر) تعریف کرده‌اند (اوریلی و چاتمن، ۱۹۸۶).

پورتر و همکارانش اظهار می‌دارند که تعهد سازمانی می‌تواند حداقل به وسیله سه مؤلفه، مشخص و تعریف شود:

۱- اعتقاد راسخ به اهداف سازمان و پذیرش آن‌ها.

۲- تمایل به تلاش بیشتر در راه تحقق اهداف سازمانی.

۳- تمایل شدید به باقی ماندن و حفظ عضویت خویش در آن سازمان (پورتر و همکاران، ۱۹۷۴).

کوهن (۱۹۹۳)، «تعهد» را به منزله‌ی احساس تعلق قوی و مؤثر، دارای سه بعد در نظر گرفت. هویت‌یابی^۳، پیوستگی^۴ و وابستگی اخلاقی^۵. او می‌نویسد که هویت‌یابی و پیوستگی مؤلفه‌های اول و سوم پورتر و همکارانش را منعکس می‌سازد در حالی که وابستگی اخلاقی عبارت است از درونی کردن نقش‌هایی از سازمان که احساس علاقه و توجه فرد را به سازمان بروز می‌دهد. برخی از صاحب‌نظران اظهار می‌دارند که به جزء جنبه‌های نگرشی، تعهد سازمانی ابعاد رفتاری نیز دارد که به قصد کارکنان به ماندن یا رفتن از سازمان را در برمی‌گیرد (آلن و مایر^۶، ۱۹۹۱).

۵-۲- انواع تعهد سازمانی

۵-۲-۱- تعهد عاطفی

مایر و آلن (۱۹۹۱)، تعهد عاطفی را بیانگر پیوستگی عاطفی کارمند و تعیین هویت وی با ارزش‌ها و اهداف سازمان و میزان درگیری وی با سازمان داشته‌اند. آن‌ها معتقد بودند کارکنانی که دارای تعهد عاطفی قوی هستند در سازمان می‌مانند، برای این که می‌خواهند بمانند. آن‌ها عضویت خود را در سازمان حفظ نموده و به فعالیت در آن ادامه می‌دهند. شلدن^۷ تعهد عاطفی سازمانی را یک نگرش و جهت‌گیری می‌داند که هویت فرد را به سازمان مرتبط یا وابسته می‌کند. کانتر^۸ (۱۹۷۵)، تعهد عاطفی را به عنوان تمایل افراد به در اختیار گذاشتن انرژی و وفاداری خویش به نظام اجتماعی تعریف می‌کند. بوکانان^۹ تعهد عاطفی را نوعی وابستگی عاطفی و تعصب‌آمیز به ارزش‌ها و اهداف سازمان می‌داند، وابستگی به نقش فرد در رابطه با ارزش‌ها و اهداف و به سازمان، فی-نفسه جدا از ارزش ابزاری آن است (لالیان پور و همکاران، ۱۳۹۰).

۵-۲-۲- تعهد مستمر

مایر و آلن معتقدند کارکنانی که ارتباط اولیه‌ی آن‌ها با سازمان بر مبنای تعهد مستمر است، در سازمان می‌مانند؛ زیرا نیاز دارند بمانند و باقی ماندن برای آن‌ها یک ضرورت است.

تعهد مستمر در بردارنده‌ی هزینه‌های متصور ناشی از ترک سازمان است؛ یعنی تمایل فرد به ماندن در سازمان بیانگر آن است که وی به آن کار احتیاج دارد و کار دیگری نمی‌تواند انجام دهد. هر چه میزان سرمایه‌گذاری‌های فرد در سازمان بیشتر باشد احتمال ترک خدمت در او کاهش و لذا میزان تعهد سازمانی (به معنای میل به ماندن) افزایش می‌یابد و هر قدر زمان ادامه کار افراد

- 1 Porter
- 2 O'Reilly & chatman
- 3 Cohen
- 4 Identification
- 5 Affiliation
- 6 Meyer & Allen
- 7 Sheldon
- 8 Kanter
- 9 Buchanan

در یک سازمان طولانی‌تر شود احتمال از دست دادن چیزهایی که طی این سال‌ها سعی کرده‌اند آن‌ها را بر خود حفظ کنند، بیشتر می‌شود. بسیاری از مردم خود را متعهد و ملزم به ادامه کار می‌دانند فقط به این سبب که نمی‌خواهند آن را از دست بدهند چون جایگزینی ندارند. این افراد دارای درجه بالایی از تعهد مستمر کاری هستند. امروزه افزایش ابزار تمایل به ترک کار بازتابی است از کم‌اهمیت شدن تعهد مستمر (قهرمانی، ۱۳۹۱).

۲-۵-۳- تعهد هنجاری

تعهد هنجاری عبارت است از احساس مسئولیت، دین و احساس تعهد اخلاقی در برابر سازمان، در این بُعد از تعهد، افراد خدمت و فعالیت در سازمان را وظیفه خود می‌دانند تا دین خود را نسبت به سازمان ادا کنند. به عبارت دیگر این نوع تعهد به‌عنوان یک وظیفه‌ی درک شده برای حمایت از سازمان و فعالیت‌های آن تعریف می‌شود و بیانگر احساس دین و الزام به باقی ماندن در سازمان است؛ که در آن کارکنان فکر می‌کنند در ادامه‌ی فعالیت و حمایت از سازمان، دینی بر گردن آن‌هاست. آن‌ها که دارای درجه‌ی بالایی از تعهد هنجاری هستند، به‌شدت نگران آن هستند که اگر کار خود را ترک کنند دیگران درباره‌ی ایشان چه قضاوتی خواهند داشت. این‌گونه اشخاص میل ندارند مدیر یا کارفرمای خود را ناراحت سازند و نگران‌اند که استعفایشان موجب ایجاد نگرش نامطلوبی از سوی همکارانشان شود. به‌طور خلاصه در این مفهوم‌سازی، کارکنان در سازمان می‌مانند (تعهد سازمانی) چون «می‌خواهند بمانند» (تعهد عاطفی) یا «نیاز دارند که بمانند» (تعهد مستمر) و یا احساس می‌کنند که «می‌بایست بمانند» (تعهد هنجاری) (قهرمانی، ۱۳۹۱).

۳- روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف از جمله تحقیقات کاربردی می‌باشد. تحقیقات کاربردی تحقیقاتی هستند که در پی ارائه شناخت سودمند و قابل کاربرد درباره حل مسائل سازمانی بکار می‌روند. همچنین از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران مدارس دوره ابتدایی شرق استان مازندران (نکا، بهشهر، گلوگاه) که بنا بر استعلام از کارگزینی اداره آموزش و پرورش استان مازندران برابر با ۳۲۰ نفر است که در سال ۱۳۹۷ مشغول به کار بودند. حجم نمونه از طریق جدول کرجسی مورگان تعداد ۱۷۵ نفر، به روش نمونه‌گیری تصادفی بر حسب جنسیت انتخاب شدند. پرسشنامه خلاقیت هیجانی توسط آوریل در سال ۱۹۹۹ صرفاً برای اهداف غربالگری در زمینه خلاقیت هیجانی طراحی گردیده است. این ابزار دارای سی عبارت اصلی شامل ۷ عبارت برای آمادگی، ۱۴ عبارت برای نوآوری، ۵ عبارت برای کارایی و ۴ عبارت برای اصالت می‌باشد. چهار ملاک مزبور در چارچوب سه خرده مقیاس آمادگی، نوآوری، اثربخشی در آزمون خلاقیت هیجانی سنجیده می‌شود. استفاده از این ابزار در ایران برای با توجه به تفاوت‌های فرهنگی و دیگر عوامل تغییراتی در کلید این ابزار انجام داده است که طبق پژوهش جوکار و البرزی (۱۳۸۸) این پرسشنامه شامل ۲۲ سؤال و ۳ بعد می‌باشد که دامنه نمرات این پرسشنامه بین ۲۲ تا ۱۱۰ در نوسان می‌باشد که نمرات بالاتر آزمودنی نشان‌دهنده خلاقیت هیجانی بالای وی می‌باشد. در مقابل هرگونه طیف پنج گزینه‌ای از خیلی تا خیلی زیاد قرار دارد. آوریل با روش آلفای کرونباخ پایایی نمره کل خلاقیت هیجانی را ۰/۹۱ و پایایی ابعاد آمادگی، اثربخشی، صداقت و بداعت را به ترتیب ۰/۸۰، ۰/۸۹، ۰/۸۰ و ۰/۸۵ به دست آورد.

پرسشنامه تعهد سازمانی توسط می‌یر و آلن (۱۹۹۰) تدوین گردید و دارای ۲۴ گویه می‌باشد. این پرسشنامه دارای سه بعد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری می‌باشد. گزینه‌های سؤالات آن به‌صورت پنج‌درجه‌ای لیکرت (خیلی موافقم، موافقم، نه موافقم و نه مخالفم، مخالفم و خیلی مخالفم) تدوین شده است. نحوه نمره‌گذاری این پرسشنامه از ۵ به ۱ می‌باشد. آلن و مایر اعتبار مقیاس تعهد عاطفی را ۰/۸۷، مقیاس تعهد مستمر را ۰/۷۵ و مقیاس تعهد هنجاری را ۰/۷۹ گزارش کردند. تحلیل عاملی ۲۴ سوال نشان داد که این سه عامل به ترتیب ۵۸/۸، ۲۵/۸ و ۱۵/۴ درصد واریانس کل را تشکیل می‌دهد (آلن و مایر ۱۹۹۰، به نقل از فروتن، ۱۳۸۶). با توجه به موضوع تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS20 استفاده گردید که این بخش به دو قسمت تقسیم می‌شود: بخش اول، نتایج یافته‌های توصیفی که شامل (میانگین، واریانس، انحراف معیار، و جداول توزیع فراوانی و غیره) و بخش دوم، نتایج یافته‌های استنباطی که آزمودن فرضیه‌ها هست، از آزمون پارامتریک همبستگی پیرسون برای تعیین همبستگی بین متغیرهای تحقیق استفاده گردید.

۴- یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج جدول (۱) می‌توان گفت که چون ضریب همبستگی محاسبه‌شده خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی برابر با ۰/۴۸۰ می‌باشد با اطمینان ۹۵٪ از ضریب همبستگی جدول بحرانی ۰/۳۲۵ بزرگتر است و مقدار سطح معنی‌داری (۰/۰۰۰)

کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین با ۹۵٪ اطمینان فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و فرضیه صفر رد می‌گردد و نتیجه گرفته می‌شود که بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی رابطه وجود دارد. از آنجایی که مقدار این ضریب همبستگی محاسبه شده خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی برابر با ۰/۴۸۰ مثبت است، لذا می‌توان عنوان کرد که این دو متغیر در جهت هم تغییر می‌کنند یعنی با افزایش یکی باعث افزایش دیگری می‌شود و برعکس.

جدول (۱): رابطه بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی

شاخص آماری	R	R	میزان خطا (α)	Sig
خلاقیت هیجانی	۰/۴۸۰***	۰/۳۲۵	۰/۰۵	۰/۰۰۰

نتیجه گیری

با توجه به یافت های تحقیق می‌توان نتیجه گرفته می‌شود که بین خلاقیت هیجانی و تعهد سازمانی در مدیران مدارس ابتدایی شرق مازندران رابطه وجود دارد. هیجان نقش مهمی در جنبه‌های مختلف زندگی نظیر سازگاری با تغییرات زندگی و رویدادهای تنیدگی‌زا ایفا می‌کند. اصولاً، هیجان را می‌توان واکنش‌های زیست‌شناختی به موقعیت‌هایی دانست که آن را یک فرصت مهم یا چالش برانگیز ارزیابی می‌کنیم و این واکنش‌های زیستی با پاسخی که به آن رویدادهای محیطی می‌دهیم، همراه می‌شوند. بنابراین خلاقیت هیجانی، یک اصل اساسی در شروع، ارزیابی و سازمان‌دهی رفتارها محسوب می‌شود. از آنجایی که خلاقیت هیجانی نقشی محوری در تحول بهنجار داشته و ضعف در آن، عاملی مهم در ایجاد اختلال‌های روانی به شمار می‌رود. نظریه‌پردازان بر این باورند، افرادی که قادر به انطباق سطح خلاقیت هیجانی‌شان در برابر رویدادهای روزمره نیستند، بیشتر نشانه‌های تشخیصی، اختلال‌های درونی سازی از قبیل افسردگی و اضطراب را نشان می‌دهند (سجادی، ۱۳۸۳). بنابراین می‌توان گفت، خلاقیت هیجانی هیجان عاملی کلیدی و تعیین‌کننده در بهزیستی روانی و کارکرد اثربخش است. در بسیاری از مباحث مدیریت سازمان آمده است که هدف از تشکیل سازمان‌ها در بسیاری از موارد برطرف کردن نیازهای اجتماعی افراد نیز است. افرادی که بهترین بستر فعالیت خود را در محیط جمعی سازمان جستجو می‌کنند، بی‌شک از رفتار سازمان تأثیر می‌پذیرند و همچنین بر آن تأثیر خواهند گذاشت (راهی و همکاران، ۱۳۹۲). کارکنان دل‌بسته و دارای تعصب به سازمان، احساس مسئولیت بیشتری در قبال موفقیت و دستیابی سازمان به اهداف خود خواهند داشت. بدیهی است این احساس دل‌بستگی و تعهد موجب افزایش بهره‌وری و کارایی سازمان خواهد شد.

- ۱- اکبر زاده، فاطمه زهرا. (۱۳۹۳). مقایسه راهبردی تنظیم شناختی هیجان و نگرش های نا سالم در مادران کودکان مبتلا و غیر مبتلا به اختلال بیش فعال و کمبود توجه. پایان نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده. دانشگاه آزاد ساری.
- ۲- امین آبادی، زهرا، دهقانی، محسن، خدایناهی، محمدکریم. (۱۳۹۰). بررسی ساختار عاملی و اعتباریابی پرسش نامه تنظیم هیجان شناختی. مجله علوم فناوری، دوره ۵، شماره ۳۷۱، ۴- ۳۶۵.
- ۳- بخشنده، بیتا. (۱۳۹۲). مقایسه خلاقیت هیجانی و عزت نفس دانش آموزان عادی و کم شنوا در مدارس متوسطه شهر های ساری و آمل. پایان نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده. دانشگاه آزاد ساری .
- ۴- بکناش، یعقوبی، یوسفی. (۱۳۹۲). طرحواره های ناسازگار اولیه و راهبرد های تنظیم شناختی در بیماران مبتلا به اختلال وسواس جبری با افراد عادی. انتشارات جهاد دانشگاهی، دوره ۱۷، شماره ۵، صفحه ۴۷۱ تا صفحه ۴۸۱.
- ۵- بهروان، حسین و سعیدی، رقیه. (۱۳۸۸). عوامل موثر بر میزان تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز نمونه مورد مطالعه: اداره مرکزی استان خراسان رضوی، شهر مشهد. علوم اجتماعی (دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد). دوره ۶ (۲): از صفحه ۱۸۱ تا ۱۹۹.
- ۶- بهزادی حسن، موسوی مریم، سنجی مجیده. (۱۳۹۱). بررسی رابطه جو سازمانی و تعهد سازمانی کتابداران کتابخانه های عمومی شهر مشهد از دیدگاه کتابداران. تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عموم. دوره ۱۸، شماره ۳ (پیاپی ۷۰). ص ۴۰۷-۴۲۶.
- ۷- حاجیها زهره، خراط زاده محدثه. (۱۳۹۳). رابطه فرهنگ سازمانی و کاربرد نوآوری های حسابداری مدیریت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. حسابداری مدیریت. دوره ۷، شماره ۲۰: ۳۵-۴۸.
- ۸- راهی فاطمه، احمدی عبدالله، برزگر مجید. (۱۳۹۲). رابطه جو و فرهنگ سازمانی با میانجی گری نقش توانمندسازی بر تعهد سازمانی کارکنان سازمان آموزش و پرورش استان فارس. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. دوره ۴، شماره ۲ (پیاپی ۱۴). ۱۹۹-۲۲۰.
- ۹- سجادی، حانیه السادات. (۱۳۸۳). عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری مدیران بیمارستان اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- ۱۰- سلیم، یونس؛ باشکوه، محمد و حسن زاده، سید فرشاد (۱۳۹۲). بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر اعتماد و تعهد سازمانی مطالعه موردی بیمارستان های اردبیل. دومین اجلاس ملی حسابداری و مدیریت مالی.
- ۱۱- شهرآرای، مهرناز. (۱۳۸۲). خلاقیت و وضعیت موجود، شرایط و راه-کارهای لازم و سایر عوامل برای ترویج آن. نشریه خلاقیت و نوآوری، شماره ۲، ص: ۳۷-۴۷.
- ۱۲- صالحی صدقیانی، پانته آه امیرکبیری، علیرضا و میرابی، وحیدرضا. (۱۳۹۰). بررسی تاثیرگذاری فعالیت های بازاریابی داخلی عناصر تعهد سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت و بهبود تحول، شماره ۶۵، صص ۴۲-۲۷.
- ۱۳- قاسم زاده نساجی، س، پیوسته گر، م، حسینیان، س، موتابی، ف. و بنی هاشم ف.س. (۱۳۸۹). اثر بخش مداخله شناختی و رفتاری بر پاسخ های مقابله ای و راهبرد های تنظیم شناختی هیجان. مجله علوم رفتاری. ۴، ۳۳-۳۵.
- ۱۴- قدیری نژادیان، فاطمه. (۱۳۸۱). بررسی و هنجاریابی مقدماتی مقیاس خلاقیت هیجانی (ECL) به روی دانشجویان روزانه دانشگاه های تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم تهران .
- ۱۵- قهرمانی، سعید (۱۳۹۱)، رابطه بین هوش معنوی مدیران و تعهد کارکنان در شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، ص ۲.
- ۱۶- لالیان پور، نوشین؛ دوستی، ناهید؛ محمدزاده؛ آزاده (۱۳۹۰). مفهوم توانمندسازی و تعهد سازمانی کارکنان (مورد مطالعه، یک شرکت بیمه ای) تازه های جهان بیمه، شماره ۱۶۳.

بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌ها

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۴

کد مقاله: ۵۲۸۲۳

سمیه رضایی^۱

چکیده

امروزه با رقابتی‌تر شدن بازارها و هوشمندتر شدن مشتریان، سازمان‌ها همواره در تلاش هستند تا بتوانند بهترین و برترین محصول را به مشتریان خود عرضه نمایند. از اینرو نیاز دارند تا به برنامه و هدف مشخصی را در ماهیت کار خود داشته باشند. برنامه‌ریزی یکی از فعالیت‌های پیچیده مدیریتی است. فرایندی است که تعیین می‌کند سازمان به آنجایی که می‌خواهد برسد، چگونه برسد. لذا ما در این پژوهش به بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌ها پرداختیم. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، از نوع پیمایشی-توصیفی می‌باشد. جامعه آماری آن‌را کلیه کارشناسان و خبرگان صنعت ساختمان تشکیل دادند که ۲۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با کمک پرسشنامه محقق ساخته انجام شد. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های معادلات ساختاری و نرم افزارهای Spss16 و Lisrel 8.5 استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که؛ موانع سازمانی بر تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک تاثیر دارد. موانع ساختاری بر تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک تاثیر دارد. و موانع زیرساختاری بر تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک تاثیر دارد. در ادامه راهکارهایی برای بهبود تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک ارائه شدند.

واژگان کلیدی: تدوین، اجرا، برنامه‌ریزی استراتژیک، سازمان

۱- مقدمه

امروزه با رقابتی تر شدن بازارها و هوشمند تر شدن مشتریان، سازمان‌ها همواره در تلاش هستند تا بتوانند بهترین و برترین محصول را به مشتریان خود عرضه نمایند. از اینرو نیاز دارند تا به برنامه و هدف مشخصی را در ماهیت کار خود داشته باشند. تغییرات و دگرگونی‌های وسیع و همه‌جانبه سیاسی، اقتصادی، تکنولوژیکی و بحرانهای ناشی از این دگرگونی‌ها، دنیای بسیار متفاوت از دنیای دیروز به وجود آورده است. دنیایی که مدیران را با چالشهای متعددی رو به رو ساخته است. با توجه به این تغییرات لزوم به کارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس می‌شود. برنامه‌ریزی داشتن در هر کاری می‌تواند موفقیت تیمی و فردی و سازمانی را بدنیال داشته باشد. برنامه‌ریزی به عنوان یکی از وظایف اصلی و با اهمیت در بحث مدیریت صحیح مورد تاکید قرار می‌گیرد. برنامه‌ریزی یکی از فعالیت‌های پیچیده مدیریتی است. فرایندی است که تعیین می‌کند سازمان به آنجایی که می‌خواهد برسد، چگونه برسد. در برنامه‌ریزی، مدیران آینده‌رامی نگرند، اهداف سازمان را مشخص می‌کنند و استراتژیها را به منظور نیل به اینگونه اهداف بسط می‌دهند. وسعت و پیچیدگی برنامه‌ریزی بستگی به پیچیدگی و کثرت اهداف دارد. اساس برنامه‌ریزی، برآگاهی از فرصتها و تهدیدهای آتی و چگونگی استفاده از فرصتها و مبارزه با تهدیدها قرار دارد. یکی از ابزارها برای نیل به اهداف و استراتژیها برنامه‌ریزی استراتژیک است. برنامه‌ریزی استراتژیک، ابزاری سودمند برای مدیران و کارشناسان سازمانها به شمار می‌رود. برنامه‌ریزی استراتژیک مدیران را به تفکر دراز مدت و آینده‌نگری و پیش‌بینی افق‌های دوردست ترغیب می‌کند. (غفوری، ۱۳۹۳) برنامه‌ریزی استراتژیک قبل از آن که یک روش و فن باشد، یک نحوه تلقی و باور است که مدیران را به تفکر دراز مدت و آینده‌نگری و پیش‌بینی افق‌های دور دست ترغیب می‌کند. اما اگر این برنامه‌ها در مراحل تدوین و اجرا با موانع و مشکلاتی روبه‌رو شوند عملی بیهوده خواهد بود. شناخت این موانع جهت دستیابی به سازمانهای موفق که به توسعه، اصول اخلاقی و شهرت سازمانی می‌انديشند، لازم است. از اینرو توجه به برنامه‌ریزی استراتژیک مقوله مهمی در سازمان‌ها بشمار می‌آید. لذا ما در این پژوهش به بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک و ارائه مدلی برای غلبه بر آن پرداختیم.

۲- ادبیات تحقیق و پیشینه پژوهش

۲-۱- ادبیات تحقیق

امروزه محیط کسب و کار به سرعت در حال تغییر است. مدیران و کارکنان به طور یکسان نیازمند یک چشم‌انداز وسیع، و آگاهی از روند فرهنگی و تحولات کسب و کار و شکل دادن به آنها هستند. بسیاری از مدیران روی نتایج کسب و کار تمرکز میکنند که بتوانند موقعیت شکستشان را به موقعیت تبدیل کنند. با رشد فوق‌العاده‌ای از شرکتهای بزرگ در دهه بعد از جنگ جهانی مدیران شرکتهای شروع به استفاده از برنامه‌ریزی استراتژیک برای مدیریت شرکت به طور موثر و تقویت عملکرد خود کردند. برنامه‌ریزی استراتژیک اغلب برای اشاره به یک فرایند تفکر تحلیلی برنامه‌ریزی به کار برده میشود. تفکر استراتژیک برای اشاره به یک روند واگرا، خلاق به کار برده میشود. تفکر استراتژیک در محیط ناپایدار یک رویکرد بی‌نظیر است. این شیوه تفکر، چشم‌اندازهایی متمایز از رقبا به همراه دارد. برنامه‌ریزی استراتژیک به محیطی باثبات و پایدار نیاز دارد. در این فصل از پژوهش مدیریت و اهمیت آن و نیز زیربخش‌های مورد بررسی قرار گرفتند. در ادامه به بیان برنامه و انواع آن پرداخته شد. پس از آن برنامه‌ریزی و زیربخش‌های آن ذکر گردید. سپس برنامه‌ریزی استراتژیک، مدل‌ها، مراحل، فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک و غیره ذکر شدند.

۲-۱-۱- برنامه‌ریزی

برای واژه برنامه‌ریزی از دیدگاه اندیشمندان مختلف تعاریف متعددی ارائه شده است که مرور برخی از آنها سبب روشن‌تر شدن گسترده مفهوم برنامه‌ریزی خواهد شد.

برنامه‌ریزی عبارت از فرایند تعیین هدفهای سازمانی و راه‌دستیابی به آنهاست و جزء یکی از پنج وظیفه اساسی مدیریت به شمار می‌رود. آن چنان که می‌توان گفت: "مدیریت عبارتست از برنامه‌ریزی برای سازمان و اجرای آن" (خلیلی شورینی، ۱۳۹۳). "برنامه‌ریزی فرایند ساماندهی کردن جزئیاتی است که می‌خواهیم در آینده آن‌ها را برای دستیابی به هدفی انجام بدهیم" (هورنی، ۲۰۰۵). برنامه‌ریزی تلاشی است که در آن، ابتدا یک سری تصمیمات اتخاذ می‌شود، سپس این تصمیمات یکپارچه و در نهایت، به طور رسمی و قبل از اجرا به همگان اعلام می‌شوند. (مینتزبرگ، ۱۳۹۲). برنامه‌ریزی فرایند تعیین اهداف و تدوین سیاستها و روشی برای رسیدن به اهداف سازمانی است، برنامه‌ریزی می‌تواند به صورت بلند مدت یا کوتاه مدت باشد. ایگور آنسوف به این مکتب فکری معتقد است که همه پیش‌بینی‌های ممکن باید برنامه‌ریزی شوند. (کلی و بوث، ۲۰۰۴)

انواع برنامه‌ریزی از دیدگاه راسل ایکاف

ایکاف برنامه‌ریزی را به چهار نوع عملیاتی، تاکتیکی، استراتژیکی، هنجاری، دسته‌بندی کرد (ایکاف، ۱۳۷۵):

۱- برنامه‌ریزی عملیاتی: عبارت است که انتخاب وسیله‌ها برای رسیدن به هدف‌های کوتاه مدت که از پیش تعیین شده‌اند، یا توسط مقام بالاتر تحمیل شده یا به طور قراردادی پذیرفته شده است ("ایکاف، ۱۳۷۵) یک مدیر با استفاده از برنامه‌ریزی عملیاتی وظایفش را انجام می‌دهد. تمرکز آن بر تعریف فعالیت‌ها به صورت روزانه برای رسیدن به اهداف بلند مدت است. (شیورز و هالپر، ۲۰۱۲).

۲- برنامه‌ریزی تاکتیکی: عبارت است از انتخاب وسیله‌ها و هدف‌های کوتاه مدت برای رسیدن به هدف‌های میان مدتی که از پیش تعیین شده‌اند، یا توسط مقام بالاتر تحمیل شده یا به طور قراردادی پذیرفته شده است ("ایکاف، ۱۳۷۵) مربوط به این است که چگونه شرکتهای بزرگ اهدافشان را برآورده می‌کنند؟ و چگونه استراتژی اجرا میشود. در واحد کسب و کار ساخته می‌شوند، بخش و یا سطح منطقه و تنها بخشی از سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهند. (کمپیل، ۲۰۱۱).

۳- برنامه‌ریزی استراتژیک: عبارت است از انتخاب وسیله‌ها، هدف‌های کوتاه مدت و هدف‌های بلند مدت و هدف‌های میان مدت، اما در اینجا ایده آل یا از پیش تعیین شده‌اند، یا توسط مقام بالاتر تحمیل می‌شوند، یا به طور قراردادی پذیرفته شده‌اند، یا آن چنان که اغلب مشاهده می‌شود اصلاً تدوین نشده‌اند. (ایکاف، ۱۳۷۵) و در جای دیگر شیوه‌ای منطقی برای تعریف آینده سازمان در یک دوره ۳ تا ۵ ساله است. (شیورز و هالپر، ۲۰۱۲).

۴- برنامه‌ریزی هنجاری: مستلزم انتخاب صریح وسیله‌ها، هدف‌های کوتاه مدت، هدف‌های میان مدت و ایده آل هاست. این برنامه‌ریزی به طور نامحدودی ادامه می‌یابد و افق مشخصی ندارد. (ایکاف، ۱۳۷۵).

۲-۱-۲- برنامه‌ریزی استراتژیک

برنامه‌ریزی استراتژیک عبارت است از تعریف دقیق تر و روشن تر خط مشی‌ها و برنامه‌ریزی اجرایی برای تحقق بخشیدن به استراتژی‌هایی که از قبل وجود داشته است. (مینتزبرگ، ۱۹۹۴). برنامه‌ریزی استراتژیک فرایند تغییر سازمانی مستمر و پیچیده‌ای است که اگر ویژگی‌های زیر ترکیب شوند. کوبین "برنامه‌ریزی استراتژیک را برنامه‌ای می‌داند که اهداف، سیاستها و مجموعه اقدامات مهم سازمانی را به شکل یکپارچه در می‌آورد و به یک مجموعه منسجم و سازگار تبدیل می‌کند." (استونر، ۱۳۷۵). برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند به عنوان تعیین اهداف اساسی بلند مدت و اهداف یک شرکت و تصویب یک دوره و تخصیص منابع ضروری برای انجام اهداف تعریف شود. (کمپیل، ۲۰۱۱). برنامه‌ریزی استراتژیک فرایندی است که شامل رهبری، خلاقیت، آنالیز موقعیت و ایجاد یک سازمان که به تغییرات پاسخ می‌دهد، سیستمی برای پاداش به کارکنان، طراحی ساختار و سیستم‌های مناسب، رقابت برای منابع مالی در بازارهای مالی و جهانی و تضمین منابع لازم برای توسعه و تخصیص دادن به فرصتهای ارزشمند است. (فیتزروی و همکاران، ۲۰۱۱).

۲-۱-۳- مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک

مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک عبارتست از:

- ۱- آغاز کار و حصول اتفاق نظر بر روی فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۲- شناسایی الزامات سازمانی
- ۳- شفاف سازی ماموریت و ارزشهای سازمانی
- ۴- ارزیابی محیط خارجی و وضعیت داخلی سازمان به منظور تعیین نقاط قوت و ضعف
- ۵- تعیین موضوعات و مسائل استراتژیک پیش روی سازمان
- ۶- تدوین استراتژی‌ها به منظور مدیریت مسائل و موضوعات استراتژیک
- ۷- اتخاذ استراتژی مناسب یا تهیه برنامه استراتژیک
- ۸- تعریف چشم انداز سازمان
- ۹- توسعه یک فرایند اجرایی موثر
- ۱۰- ارزیابی مجدد استراتژی‌ها و فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک. (برایسون، ۲۰۱۱).

۲-۲- پیشینه پژوهش

موروگی مباکا و موگامبی (۲۰۱۴) عوامل موثر بر اجرای موفقیت آمیز استراتژی در بخش آب کنیا "را بررسی نمود. نتایج پژوهش وی نشان داد که مهم ترین دلیل برای شکست اجرای استراتژی در بخش آب در کنیا طرح عملیاتی پیاده سازی شده است. ابعاد عملیاتی شامل محدودیت منابع، مدیریت بی کفایت کارکنان، برنامه‌ریزی ضعیف برای اجرا و فقدان یکپارچگی در میان سازمان، ابعاد ساختاری و متنی از دلایل اصلی برای شکست می‌باشد. گارنیز و همکارانش (۲۰۱۴) سناریوی را جهت حمایت

از برنامه‌ریزی استراتژیک در صنعت و تصمیم‌گیری بکار بردند. مبتنی بر برنامه‌ریزی سناریویی یک ابزار قوی برای صنایع و جوامع است تا بتوانند پیچیدگی و عدم قطعیت را بهتر درک کرده و استراتژیک‌هایی را برای همگام شدن با جهان کنونی خلق کنند. توحیدی و همکارانش (۲۰۱۰) برنامه‌ریزی استراتژیک را در موسسات آموزش ایران بررسی کردند. در این پژوهش از کارت امتیازی متوازن استفاده شد و مشخص شد که کارت امتیازی متوازن می‌تواند برای چهارچوب بخش به برنامه‌های سازمان می‌تواند استفاده شود. کارادال و همکارانش (۲۰۱۳) ارزش‌های شرکتی را برای فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک در دانشگاه‌های ترکیه مورد بررسی قرار دارند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که یک سری از ارزش‌های سازمانی در برخی سازمان‌ها بیشتر ارج نهاده شدند و در برخی دیگر کمتر. عبدالرشید و همکارانش (۲۰۱۶) اهمیت عناصر رهبری مشاهده شده را برنامه‌ریزی استراتژیک در دانشگاه‌های دولتی بررسی کردند. مشخص شد که عناصر رهبری در سیستم آموزشی دانشگاهی همانند یک بخش یکپارچه در سازمان‌ها عمل کرده و اینکه مهارت‌های رهبری به برنامه‌ریزی استراتژیک کمک شایانی می‌کنند.

۳- روش‌شناسی پژوهش

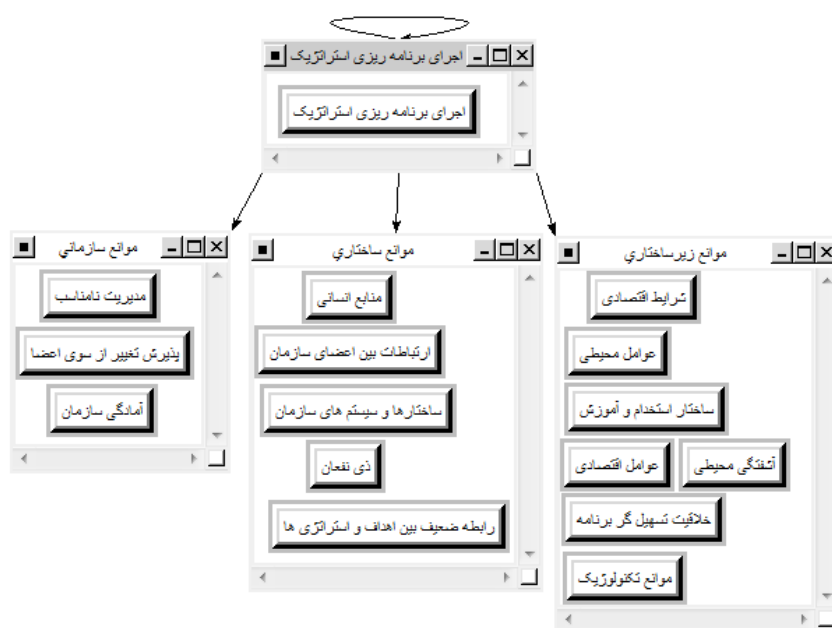
۳-۱- روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده زیرا هدف تحقیقات کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می‌باشد و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، از نوع پیمایشی-توصیفی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارشناسان و خبرگان صنعت ساختمان تشکیل دادند که ۲۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با کمک پرسشنامه محقق ساخته که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت، انجام شد. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک‌های معادلات ساختاری و نرم افزارهای 16 Sps و 8.5 Lisrel استفاده شد.

۳-۲- فرضیه‌های پژوهش

۱. موانع سازمانی بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.
۲. موانع ساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.
۳. موانع زیرساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.

۳-۳- الگوی مفهومی پژوهش

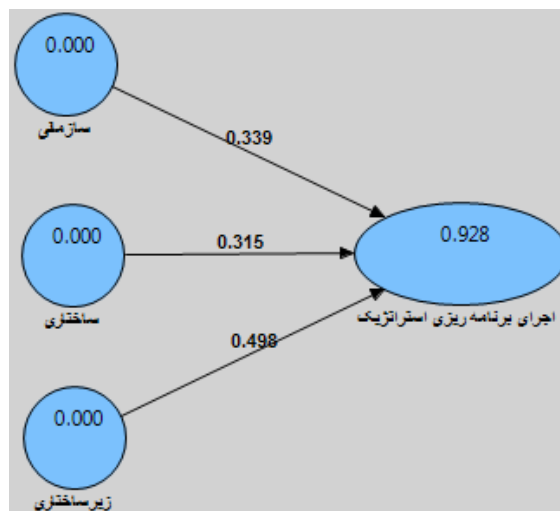


شکل (۱): الگوی مفهومی پژوهش

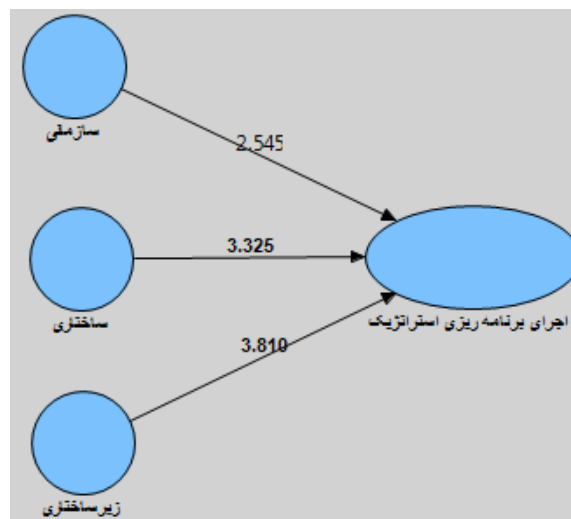
۴- تحلیل یافته ها

ابتدا آمار توصیفی شرکت کنندگان در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت که نتایج حاصل از آن به شرح زیر است؛ از نظر جنسیت؛ ۶۴ درصد مرد و ۳۶ درصد زن بودند. از نظر سن؛ ۰٪ کمتر از ۲۰ سال؛ ۰٪ بین ۲۰ تا ۳۰ سال؛ ۳۶٪ بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۴۳٪ بین ۴۰ تا ۵۰ سال از نظر میزان تحصیلات؛ ۰٪ دیپلم؛ ۱۴٪ فوق دیپلم؛ ۵۰٪ کارشناسی؛ ۲۹٪ کارشناسی ارشد و ۷٪ دکترا بودند.

برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد و نتایج حاصل از آن به شرح زیر بدست آمد؛ مولفه موانع سازمانی با مقدار معنی داری ۰٫۹۷۱؛ موانع ساختاری با معنی داری ۰٫۴۰۷ و موانع زیرساختاری با معنی داری ۰٫۵۴۰ پس از تعیین مدل های اندازه گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، مدل تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شد. نتایج آزمون مدل در نمودارهای زیر منعکس شده اند.



نمودار(۱): اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت استاندارد



نمودار(۲): اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت معنی دار

در ادامه فرضیات پژوهش مورد تحلیل قرار گرفتند که نتایج حاصل از آن به شرح زیر است؛

جدول (۱): نتایج فرضیه ها

نتیجه	معناداری	استاندارد	فرضیه ها
تایید	۲,۴۵	۰,۳۳	موانع سازمانی بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.
تایید	۳,۳۲	۰,۳۱	موانع ساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.
تایید	۳,۸۱	۰,۴۹	موانع زیرساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد.

در فرضیه اول پژوهش ادعا شده بود که موانع سازمانی بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۴-۱۱)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۲,۴۵) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه دوم پژوهش ادعا شده بود که موانع ساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۴-۱۱)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۳,۳۲) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه سوم پژوهش ادعا شده بود که موانع زیرساختاری بر تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک تاثیر دارد که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۴-۱۱)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۳,۸۱) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در ادامه با کمک آزمون فریدمن؛ متغیرهای پژوهش و مولفه های هر یک رتبه بندی شدند که نتایج حاصل از آن به شرح زیر است؛

معیار زیرساختی با وزن ۰,۱۷۵ در رتبه اول و معیار سازمانی با وزن ۰,۱۶۳ به ترتیب در رتبه های اول و آخر قرار داشتند. اولویت بندی مولفه های موانع سازمانی نشان داد؛ پذیرش تغییر از سوی اعضا با وزن ۰,۵۱۶، مولفه ای با بیشترین اثر است. اولویت بندی مولفه های موانع ساختاری نشان داد؛ منابع انسانی با وزن ۰,۳۵۰ مولفه ای با بیشترین اثر است. اولویت بندی مولفه های موانع زیر ساختاری نشان داد؛ عوامل محیطی با وزن ۰,۳۶۲، مولفه ای با بیشترین اثر است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

- برنامه ریزی عبارت از فرایند تعیین هدفهای سازمانی و راه دستیابی به آنهاست. برنامه ریزی فرایند تعیین اهداف و تدوین سیاستها و روشی برای رسیدن به اهداف سازمانی است، برنامه ریزی می تواند به صورت بلند مدت یا کوتاه مدت باشد. برنامه ریزی فرایندی است که سازمانها در قالب آن، همه فعالیت ها و تلاشهای خود را در مورد وضعیت مورد انتظار، راه رسیدن به آن و چگونگی طی مسیر را در یکدیگر ترکیب و ادغام می کنند. برنامه ریزی خود وسیله است نه هدف، به تنهایی ارزش چندانی ندارد. هدف و منظور از برنامه ریزی، تهیه و تدوین برنامه نیست بلکه هدف و مقصود اصلی، دستیابی به نتایج منطقی است. برنامه ریزی استراتژیک عبارت است از تعریف دقیق تر و روشن تر خط مشی ها و برنامه ریزی اجرایی برای تحقق بخشیدن به استراتژی هایی که از قبل وجود داشته است. برنامه ریزی استراتژیک فرایندی است که شامل رهبری، خلاقیت، آنالیز موقعیت و ایجاد یک سازمان که به تغییرات پاسخ می دهد، سیستمی برای پاداش به کارکنان، طراحی ساختار و سیستم های مناسب، رقابت برای منابع مالی در بازار های مالی و جهانی و تضمین منابع لازم برای توسعه و تخصیص دادن به فرصتهای ارزشمند است. مطالعات نه چندان زیادی در زمینه برنامه ریزی استراتژیک در سازمان و موانع اجرای آن صورت گرفته است. لذا ما در این پژوهش بررسی موانع تدوین و اجرای برنامه ریزی استراتژیک و ارائه مدلی برای غلبه بر آن پرداختیم. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که معیار زیرساختی با وزن ۰,۱۷۵، بیشترین اثر را بر برنامه ریزی استراتژیک داراست و در بین مولفه های موانع سازمانی؛ پذیرش تغییر از سوی اعضا مولفه ای با بیشترین اثر؛ در بین مولفه های موانع ساختاری منابع انسانی مولفه ای با بیشترین اثر و در بین مولفه های موانع زیر ساختاری عوامل محیطی بیشترین اثر است. در ادامه راهکارهایی برای بهبود پژوهش به شرح زیر ارائه شدند؛
۱. سازمان می تواند با تدوین چشم اندازهایی مناسب و متناسب با ساختارهای سازمانی برنامه ریزی های بهتری انجام داده و به اجرا در آورد.
 ۲. با آشنا نمودن کارکنان با مسئله تغییر و آموزش به کارکنان، می توان بر این مانع در مقابل برنامه ریزی غلبه کرد.
 ۳. با استفاده هر چه بهتر از شایستگی های سازمانی در جهت پیشبرد اهداف سازمانی بهتر می توان برنامه ریزی های را اجرا کرد.
 ۴. ایجاد محیطی خلاقانه و نو آورانه برای کارکنان می تواند به بروز خلاقیت آنان و اتخاذ تصمیمات بهتر و جدیدتر منجر گردد.
 ۵. مشارکت دادن کارکنان و مدیران در امر تدوین و اهداف و برنامه های سازمانی می تواند به تدوین برنامه های مناسب تر منجر گردد.
 ۶. نظر خواهی از مشتریان نسبت به سازمان و در نظر گرفتن دیدگاههای مشتریان در امر تدوین برنامه ها، باعث تدوین برنامه هایی متناسب تر و مناسب تر می شود.
 ۷. تدوین یک سیستم اطلاعاتی مناسب برای تبادل اطلاعات بین کارکنان با یکدیگر و با مشتریان می تواند به دریافت اطلاعات لازم و مناسب برای برنامه ریزی بهتر کمک کند.
 ۸. خلاقیت تسهیل گر برنامه ریزی برای آشنایی با ساختار سازمان و اعضا و بخش های سازمانی می تواند به تدوین برنامه های بهتر برای سازمان منجر گردد.
 ۹. ارائه حمایت های لازم و کافی از سوی مدیریت عالی سازمان برای برنامه های تدوین شده با مشارکت کارکنان می تواند به ترغیب و تشویق کارکنان در این زمینه کمک کند.

منابع

۱. خلیلی شورینی، سهراب؛ ۱۳۹۳، درنگی در مدیریت و استراتژیک، انتشارات آترا
۲. مینتزرگ، هنری؛ ۱۳۹۲، ردگیری استراتژی ها، بابایی، علی؛ حق یا علی، مهدی، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
۳. ایکاف، راسل؛ ۱۳۷۵، برنامه ریزی تعاملی: مدیریت هماهنگ با تحول برای ساختن آینده سازمان، خلیلی شورینی، سهراب، انتشارات نشر مرکز
۴. مینتزرگ، هنری؛ ۱۹۹۴، سقوط و صعود برنامه ریزی استراتژیک، بنی اسدی، محمد حسین، هاروارد بیزینس ریویو
۵. استونر، جیمز، فری من، ادوارد؛ ۱۳۷۵، مدیریت، پارسائیان، علی؛ اعرابی، سید محمد، چاپ و نشر بازرگانی
6. Abdul Rashida, Intan Maizura; Abu Samah, Irza Hanie ; Razali, Razleena ;, Muhammad Fazlee Sham ; Abdul Karim, Nursakinah ; Basri , Haslina Hassan ; Wan Norsyafawati W. Muhamad Radzi , Aida Nazima Abashah, Mohd Khairulnizam Zaharia. (2016). The Importance of Perceived Leadership Elements in Strategic Planning at Public University. *Procedia Economics and Finance* 39 .Pp 422 – 426. 3rd GLOBAL CONFERENCE on BUSINESS, ECONOMICS, MANAGEMENT and TOURISM, 26-28 November 2015, Rome, Italy
7. Brayson, John .m.,(2011) ,Strategic Planning for Public and Non Profit Organazation , Jossey-Bass
8. Campbell , David ., (2011), Business Strategy an infroduction , Palgraue Macmilla
9. Fitzroy , Peter ., M.Hulbert , James ., Chobadian , Abby , (2011) , Strategic Management The Challenge of Creating Value , Routledge
10. Greiner, Romy; Puig, Javier; Huchery, Cindy; Collier, Neil & Stephen T. Garnett. (2014). Scenario modelling to support industry strategic planning and decision making. *Environmental Modelling & Software* 55 Pp. 120-131 .
11. Hornby, chief editor: Wehmeier, Sally, editors: McIntosh, Colin, Turnbull, Joanna Phonetics editor: Ashby, Michael,(2005),Oxford Advanced Learner's Dictionary.
12. Karadal,Himmet; Jafari, Aida & Azimi Afsharb , Aslan. (2010). Strategic planning in Iranian educational organizations. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2 .Pp. 3904–3908 .
13. Kelly., Louise., Chris, Booth,(2004) , Dictionary of Strategic , Souge Publication
14. Shivers, Jay. & Halper, Joseph .(2012). Strategic Recreation Management. Routledge
15. Tohidia, Hamid; Jafarib, Aida & Afsharb, Aslan Azimi. (2010). Strategic planning in Iranian educational organizations. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2.Pp. 3904–3908 .

دوماهنامه اقتصادی

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

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

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال چهارم، شماره ۱۶، تیر ۱۳۹۸

ISSN: 2538-6409

تارنمای نشریه
ASMD.ir