

سنجش میزان کارآفرینی مدیران صنعت

مطالعه موردی: استان خراسان^۱

دکتر مصطفی کاظمی *

یعقوب مهارتی **

چکیده

با توجه به نقش اساسی کارآفرینی در تداوم، رشد و توسعه بخش های مختلف اقتصادی در سطح ملی و جهانی، ایجاد بستر و فضای مناسب برای حمایت از کارآفرینی و کارآفرینان در خور توجه است. در این مقاله سنجش میزان کارآفرینی مدیران، اعم از مدیران نمونه و سایر مدیران صنعت، به منظور کمک به انتخاب درست و صحیح مدیران نمونه صنعت، مدنظر می باشد.

جامعه آماری این تحقیق؛ مدیران شاغل در بخش خصوصی صنعت خراسان طی سال ۱۳۸۱ و ۵ سال قبل از آن بوده اند. روش تحقیق به صورت توصیفی و پیمایشی بوده و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد سنجش میزان کارآفرینی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که مدیران نمونه صنعت استان خراسان کارآفرین فعال و سایر مدیران صنعت بالقوه کارآفرین هستند و بین میزان کارآفرینی این دو دسته از مدیران تفاوت معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: سنجش میزان کارآفرینی، مدیران صنعت استان خراسان، دستورالعمل انتخاب مدیران نمونه صنعت.

طبقه بندی JEL: C02, C12, C13, L25, L26

۱ - مقدمه

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفا می کند لذا ایجاد بستر و جو مناسب در جهت حمایت های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشور ما احساس می گردد. اقتصاددانان کارآفرینان را

(۱) انجام این تحقیق با استفاده از پشتیبانی مالی و معنوی مرکز کارآفرینی دانشگاه فردوسی مشهد صورت پذیرفته است.

* استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد Kazemi@Ferdowsi.am.ac.ir
** کارشناس آموزشی گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد maharati 2001@Yahoo.com

موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌داندند (شومپتر، ۱۹۳۴) و دانشمندان مدیریت، آنان را از مهمترین عوامل تحول و نوآوریهای سازمانی در عصر حاضر به شمار می‌آورند لذا هر محیطی که افرادش برخوردار از تفکر و هنر کارآفرینی باشند اقتصادی پویا و متنوع خواهد داشت.

آهنگ فزاینده تغییر و تحولات در دهه های اخیر و در حوزه های گوناگون شرایط را به کلی دگرگون نموده و ما را با چالشهای نوینی روبه رو ساخته است. در بخشهای مختلف این مقاله مباحث زیر را خراهم داشت: در قسمت دوم به بیان مسأله و اهمیت موضوع پرداخته شده است. قسمت سوم اختصاص به تشریح مبانی نظری و پیشینه تحقیق دارد. فرضیه های اصلی در قسمت چهارم و روش تحقیق در قسمت پنجم مطرح شده و در قسمت ششم خلاصه ای از دستورالعمل و ضوابط کلی انتخاب واحدهای نمونه قید شده و در بخش هفتم به توصیف داده ها پرداخته شده است. تجزیه و تحلیل نتایج در قسمت هشتم و نتیجه گیری در بخش نهم آمده است.

۲- بیان مسأله و اهمیت موضوع

در مقوله کارآفرینی تکلیف سازمانها و مؤسسات کشورمان سنگین بوده و آنها بایستی این نکته را پذیرفته باشند که نقش سنتی مدیر، کارآمدی خود را از دست داده و امروز به کارآفرینان مدیر نیاز مبرم دارند (صمد آقایی، ۱۳۷۸)، از سوی دیگر پایین بودن سطح بهره وری در استان (مهدوی، ۱۳۷۸)، این چالش را پیش روی مدیران مخصوصاً مدیران صنعت قرار می‌دهد که بیش از گذشته به این مقوله پرداخته و با به کارگیری طرحهای کارآفرینانه بتوانند در این شرایط پیچیده به کار خود ادامه دهند.

استان خراسان با داشتن ویژگیهای خاص و ظرفیتهای بالقوه و بالفعل بیش از سایر استانها ضرورت وجود کارآفرینان را احساس می‌نماید. از این رو مشخص و روشن بودن ویژگیهای کارآفرینانه و مسلح بودن مدیران به این ویژگیها و یا گماردن افراد کارآفرین به عنوان مدیران صنایع استان می‌تواند از جمله ضرورتهای انجام این تحقیق باشد که به دنبال خود رشد و پویایی صنعت در خراسان را در بر خواهد داشت، همچنین کمک و راهنمایی مسئولان ذی ربط در انتخاب مدیران نمونه صنعت استان خراسان با تأکید بر ویژگیهای کارآفرینانه می‌تواند از جمله اهدافی باشد که در این مقاله پی گیری می‌گردد، قابل ذکر است که همه ساله تعدادی از مدیران صنعت استان به عنوان نمونه انتخاب می‌شوند که براساس ضوابط و ملاکهایی است که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد.

۳- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۳-۱- مبانی نظری

مروری بر ادبیات کارآفرینی مؤید این مطلب است که کارآفرینی در سه زمینه یا قالب شکل گرفته و قابل بحث می باشد (صمد آقایی، ۱۳۷۸).

الف) کارآفرینی درون سازمانی^۱

ب) کارآفرینی برون سازمانی^۲

ج) کارآفرینی مستقل^۳

مبنای این تقسیم بندی حاکی از آن است که ابتدا اعتقاد بر این بود که کارآفرینها خود صاحب و مالک کار خود هستند اما امروزه معتقدند کارآفرینان ممکن است در استخدام شرکتها در آیند و از همین جا بود که مفهوم کارآفرینی درون سازمانی شکل گرفت (نسبی ئیان، ۱۳۷۴). لذا با توجه به این که ممکن است مدیران صنایع به استخدام صنعت درآمده باشند و یا خود صاحب و مالک کار خود باشند در این مقاله، هم کارآفرینی مستقل و هم درون سازمانی مد نظر خواهند بود.

کارآفرینی به فرآیند شناسایی فرصتهای جدید، ایجاد کسب و کار و سازمانهای جدید، نوآور و رشد یابنده برای بهره برداری از فرصتهای شناسایی شده اطلاق می شود که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی به جامعه عرضه می شود (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹).

از نظر فرد عادی، کارآفرین به کسب و کار رویکردی ماجراجویانه دارد، علاقه مند به پذیرش ریسک بوده و توانایی انجام امور خود را دارد، از نظر آنها ویژگیهای بارز افراد کارآفرین شامه قوی و تحرک زیاد است که در عمل به سهولت قابل تشخیص است، به نظر می رسد که این خصوصیات عمدتاً در مورد بنیان گذاران فعالیت و کسب و کارهای کوچک و موفق نمود می یابد، یعنی افرادی که با در نظر داشتن و کشف ایده هایی که سازمانهای بزرگ نادیده گرفته اند، به موفقیت رسیده اند.

متأسفانه این تعبیرها در مورد افراد کارآفرین گمراه کننده است؛ اکثر کارآفرینان موفق در پذیرش ریسک نسبتاً محتاط بوده و در انتقال مخاطرات کار خود به دیگران مهارت فوق العاده دارند. آنها در پذیرش ریسک تا حدی جلو می روند که در صورت شکست در فعالیتی که شروع کرده اند به اندازه شروع یک فعالیت دیگر منابع در اختیار داشته باشند.

1) Entreprenurship

2) Entrepreneurship

3) Entrepreneur

یک کارآفرین به تنهایی قادر به کسب تمام اطلاعات مورد نیاز خود نیست و برای این کار از منابع دست دوم و به ویژه از کارآفرینهای دیگر کمک می‌گیرد. او دقیقاً می‌داند که چه نوع اطلاعاتی نیاز دارد و از این رو قادر به تعیین راهبرد جمع‌آوری اطلاعات و نحوه برقراری ارتباط است. بدیهی است که هیچ فرد کارآفرینی اطلاعات دست اول و ایده‌های منحصر به فرد خود را قبل از آن که از آن برای کسب موقعیت تجاری و کسب سود استفاده کند به دیگران منتقل نمی‌کند (مهدوی، ۱۳۷۸).

به منظور مطالعه کارآفرینی به طور عمده سه رویکرد به عنوان مبنا مد نظر می‌باشد (پایان نامه دکتری اخذ شده از اینترنت، ۱۳۸۰)^۱.

الف) مطالعه براساس خصوصیات روان شناختی و جمعیت شناختی - رویکرد شخصی

ب) مطالعه براساس خصوصیات رفتاری - رویکرد رفتاری

پ) مطالعه براساس خصوصیات محیطی (اطرافیان و جامعه) - رویکرد محیطی

که در بررسی تئوریک موضوع، این سه رویکرد سه نوع شناخت مهم از فرآیند کارآفرینی را در اختیار قرار داده و اهمیت بررسی آنها را دو چندان می‌نماید.

۳-۱-۱- رویکرد شخصی

تحقیقات اخیر در کارآفرینی اشاره به خصوصیات روان شناختی کارآفرینان می‌نماید همچنین یکی از دلایل مهم و اساسی که سبب شد روش خصوصیات شخصی در مورد مطالعه کارآفرینی به کار رود عدم پیشرفت کارهای روان شناختی اخیر بود و این احساس صحیح نبود که مشخصات روان شناختی کارآفرینان را از دیگر افراد متمایز می‌سازد. اما در عین حال ترجیح داده شد که تئوریها و روشها در تعریف این مشخصات به کار رود (صمد آقایی ۱۳۷۸)

الف- ویژگیهای شخصی (روان شناختی) افراد کارآفرین:

در خصوص مشخصات روانی و گرایشهای کارآفرینان مطالعات نسبتاً زیادی شده و ویژگیهای بسیار متنوعی ارائه شده است اما از یک سو اشخاصی که خود را واقعاً درگیر کارهای کارآفرینانه می‌کنند سخت پیدا می‌شوند و از سوی دیگر هیچ یک از آنها کارآفرین صرف به شمار نمی‌آیند و به خصوص همواره و در

۱- این پایان نامه به مطالعه ارتباط اقتصادی و شخصی کارآفرینانه قزاقستان و قرقیزستان اشاره دارد.

همه امور نیز کارآفرین نیستند، از این رو تشخیص ویژگیهای آنان مشکل است و به دلیل پیچیدگی زیاد ابعاد روان شناسی، اغلب ویژگیهای عمومی معرفی شده، و از دقت، روایی و اعتبار کافی برخوردار نمی باشد. به طور کلی ویژگیهای شخصی افراد کارآفرین را به شرح زیر می توان برشمرد: (صمد آقایی، ۱۳۷۸) (دی کینس، فریل ۲۰۰۳)

- احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ، بهره مند از هوش کافی، تأثیر گذار بر دیگران، عمل گرا، تمایل به انجام کارهای ابداعی و نه انطباقی، خلاق و نوآور، واقع گرا، مقاومت در مقابل شکست، مسئولیت پذیر، اعتماد به نفس، زمان شناس، امیدواری دائمی به کسب موفقیت و تمایل نسبی به پذیرش ریسک

ب- ویژگیهای جمعیت شناختی^۱ کارآفرینان

در این مورد سعی بر آن است تا با استفاده از اطلاعات و داده های آماری مثل سن، تحصیلات، سابقه خانوادگی و . . . مشخصات کلی کارآفرینان در مقایسه با دیگران بررسی شود (هیس ریش و براکهاوس^۲).

۳-۱-۲- رویکرد رفتاری

برخلاف رویکرد روان شناختی که بر ویژگیهای شخصی یا شخصیتی فرد کارآفرین تأکید می کرد، رویکرد رفتاری بر فعالیتهای کارآفرین تأکید دارد. در دیدگاه رفتاری فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی مورد توجه قرار می گیرد. هافروسفربرگ در بیان ویژگیهای کارآفرینی عوامل رفتاری زیر را در موفقیت فعالیتهای ایجاد کسب و کارهای جدید موثر می دانند:

- کارآفرینان موفق بهتر از دیگران قادر به شناسایی فرصتهای شغل بالقوه هستند

- کارآفرین موفق از نوعی تعجیل در امور برخوردار است

- کارآفرینان موفق معمولاً به جزئیات عوامل کلیدی مورد نیاز برای موفقیت در صنعت اشراف دارند

افراد کارآفرین موفق معمولاً برای تکمیل مهارتهای خود از منابع و افراد خارج از سازمان کمک

می گیرند

1) Demographics

2) Hisrich & Brockhaus

۳-۱-۳- رویکرد محیطی

در مطالعه فرآیند کارآفرینی، به اجبار باید به شرایط محیطی پاسخگو بود، لذا محیط و نقش آن، به واقع اطرافیان و جامعه که بر کارآفرینی تأثیر گذارند، از جایگاهی ویژه برخوردارند، زیرا کارآفرین در محیطی پیچیده و اجتماعی زندگی کرده و با یک رشته ارتباطات خاصی سروکار دارد. اگر برآیند خصوصیات شخصی و رفتاری را در قالب سرمایه انسانی یعنی مجموعه ای از توانایی های خدادادی و مهارت های مکتسب کارآفرینان قلمداد نماییم (رای و ت، کلاین ۲۰۰۰)، سرمایه اجتماعی بعد محیطی فضای کارآفرینی را برجسته می سازد.

با مروری بر بحث انقلاب صنعتی به این نکته پی می بریم که ورود افراد کارآفرین به صحنه فعالیت های تولیدی و تجاری مستلزم پیش شرط هایی است که عمدتاً ریشه در عوامل محیطی داشته و در واقع در آن زمان ویژگی های جامعه باز انگلستان به ویژه در مناطق شمالی، زمینه ساز ظهور، رشد و تعالی افراد کارآفرین شده و جایگزین شدن این گروه با طبقه اعیان سنتی این کشور موجب پیدایش شرایط محیطی مناسب برای بروز خلاقیت و نوآوری گردیده است.

طبیعی است شرایط مناسب اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به منظور کمک به اطلاعات بین گروه های اجتماعی و ایجاد جو اعتماد بین دولت و گروه های کارآفرین از یک سو و بین افراد کارآفرین از سوی دیگر از اهمیت زیادی برخوردار است.

۳-۲- پیشینه تحقیق

در زمینه کارآفرینی پژوهش های متعددی انجام پذیرفته است ولی مشخصاً در مورد موضوع مورد بررسی در این پژوهش تا کنون طرحی صورت پذیرفته است. در عین حال در زیر به برخی از تحقیقات مشابه انجام شده اشاره می گردد:

الف - در تحقیقی توسط داوود فیض (بی تا) با عنوان «مطالعه و تبیین استراتژی های توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها» به عوامل مؤثر بر اثر بخشی دوره های آموزش کارآفرینی و به بررسی تجربیات کشورهای اروپایی در این زمینه پرداخته شده است.

ب- در پژوهش دیگری توسط دکتر احمد پورداریانی (۱۳۷۸) با عنوان «شناسایی و تدوین تجربیات کارآفرینی کشور» از شناسایی تجربیات و دلایل موفقیت کارآفرینان برجسته کشور صحبت شده است.

پ - در پژوهشی توسط سید محمد مقیمی (بی تا) با عنوان «طراحی دوره های آموزش کارآفرینی برای کارآفرینان صنایع کوچک و متوسط» که در مرحله بهره برداری قرار دارند پرداخته شده است. در این پژوهش نیاز سنجی آموزش مدیران و کارکنان صنایع یاد شده به بحث گذاشته شده است.

ت - در پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان «طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت» توسط احمد پور داریانی در سال ۱۳۷۷ الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت ارائه شده است.

۴ - فرضیه های تحقیق

فرضیه های اصلی که در این مقاله مورد بررسی قرار می گیرد شامل سه فرضیه اصلی می باشد:

فرضیه اول) مدیران نمونه صنعت استان خراسان واجد ویژگیهای کارآفرینانه هستند.

فرضیه دوم) سایر مدیران صنعت استان خراسان واجد ویژگیهای کارآفرینانه می باشند.

فرضیه سوم) تفاوت معناداری بین مدیران نمونه و دیگر مدیران از لحاظ دارا بودن ویژگیهای کارآفرینانه وجود ندارد.

۵ - روش تحقیق

در این مقاله ویژگیهای کارآفرینانه در خصوص مدیران نمونه و سایر مدیران صنعت خراسان مورد بررسی قرار می گیرد. لذا به دنبال ارزیابی ویژگیهای کارآفرینانه مدیران صنعت استان به منظور انتخاب درست و اصولی مدیران نمونه است. بنابراین تحقیق کاربردی بوده و از آن جا که به دنبال بررسی و یا زمینه یابی هستیم در قالب روش تحقیق توصیفی، پیمایشی مطرح است. ابزار به کار رفته در این تحقیق پرسشنامه استاندارد سنجش میزان کارآفرینی است.

۵-۱ - قلمرو تحقیق

این مقاله به لحاظ موضوعی به ارزیابی ویژگیهای کارآفرینانه مدیران صنعت می پردازد. از نظر زمانی در سال ۱۳۸۲ انجام شده و مدیران نمونه و سایر مدیران صنعت را در پنج سال گذشته شامل بوده است:

قلمرو مکانی در این مقاله، استان خراسان^۱ و مدیران صنعت این استان است. دستورالعمل مربوط به انتخاب مدیران نمونه صنعت، در سطح وزارت صنایع و معادن می باشد و نتایج به دست آمده قابل تعمیم برای سایر استانها خواهد بود.

۵-۲- جامعه آماری (N) و نمونه آماری (n)

همان طوری که قبلاً نیز عنوان گردید، تمامی مدیرانی که در صنعت استان خراسان فعالیت دارند و برای تکمیل فرم انتخاب واحد نمونه به سازمان صنایع و معادن مراجعه کرده و پس از تکمیل فرم آن را عودت داده اند، در این مقاله به عنوان «جامعه آماری» مطرح بوده و حدود ۱۲۰۰ نفر می باشند. با توجه به این که یکی از اهداف اصلی پژوهش مقایسه میزان کارآفرینی دو گروه مدیران نمونه و سایر مدیران می باشد و با توجه به اطلاعات اولیه که میانگین و انحراف معیار میزان کارآفرینی در دو گروه مدیران نمونه و سایر مدیران را به ترتیب برابر ۷۰/۰۱ با انحراف معیار ۱۵/۱ و ۵۹/۰ با انحراف معیار ۱۳/۱ نشان می دهد، در آزمون مقایسه میانگین دو جامعه با نسبت تخصیص ۸۵٪ حداقل تعداد ۲۵ و ۲۹ مدیر به ترتیب از دو گروه نمونه و سایر را در تحقیق با توان ۸۰/۲٪ فراهم می سازد. روش نمونه گیری به شیوه تصادفی طبقه ای انجام می گیرد که در این بررسی نمونه یا غیر نمونه بودن مدیران نشان دهنده طبقات جمعیت است، نسبت تخصیص ۸۵٪ می باشد.

۵-۳- پایایی (اعتبار) و روایی ابزار پژوهش

با توجه به این که پرسشنامه مورد استفاده کاملاً استاندارد و جهانی است و در منابع گوناگون از جمله فصل پنجم کتاب سازمان و مدیریت: رویکرد پژوهشی (مقیم ۱۳۷۵) آمده است، نیازی به سنجش پایایی پرسشنامه وجود ندارد.

ضمناً با دقت نظری که در متون تخصصی مربوطه صورت پذیرفته، همچنین بررسی موضوع توسط اساتید متخصص ذی ربط، پرسشنامه مورد نظر به تأیید رسیده است، در ضمن با توجه به نحوه تخصیص امتیازات، همه پاسخهای ارائه شده که متفاوت با مقیاسهای از قبیل لیکرت (مقیاس فاصله ای) باشد، امکان محاسبه ضریب مربوط وجود ندارد.

۱- منظور از خراسان، خراسان قبل از تقسیم به سه استان می باشد.

۵-۴- روش تجزیه و تحلیل داده ها

برای تحلیل داده های مربوط به فرضیه های به دست آمده با توجه به نتایج پرسشنامه استاندارد که یک پرسشنامه با ۱۰ سوال چند گزینه ای است و هر پاسخگو بر حسب انتخاب گزینه های مربوط به هر سوال امتیازات متفاوتی می گیرد، پس از جمع امتیازات مربوط به تمامی سؤالات ۱۰ گانه برای هر پاسخگو میزان کارآفرینی برای هر مدیر به شرح زیر تعیین می گردد (حداکثر امتیاز ۱۰۰ می باشد):

الف) امتیاز بیش از ۸۵ فوق العاده کارآفرین

ب) امتیاز بین ۶۵ تا ۸۴ کارآفرین

پ) امتیاز بین ۴۰ تا ۶۴ بالقوه کارآفرین

ت) امتیاز کمتر از ۴۰ فاقد کارآفرینی یا کارآفرینی پایین

۶- دستورالعمل انتخاب واحدهای نمونه: (دستورالعمل شماره ۱۰۰۱/۱ مورخ ۱۷/۶/۷۱ وزارت صنایع)

این دستورالعمل به منظور شناسایی و انتخاب واحدهای نمونه تولیدی جهت تشویق و قدردانی از آنان تهیه گردیده است. در این ضابطه واحدهای نمونه در هشت گروه صنعتی و در سه مقیاس صنایع استانی کوچک، سایر صنایع استانی و صنایع کشوری، طبقه بندی شده است. هشت گروه صنعتی شامل: شیمیایی و سلولزی، نساجی و پوشاک، غذایی و دارویی، کانی غیرفلزی، برق و الکترونیک، فلزی و ریخته گری، خودرو و موتور محرکه، ماشین سازی و ساخت تجهیزات می باشد.

در این دستورالعمل براساس عوامل ارزش یابی، کمیت تولید، رشد تولید، کیفیت محصولات تولیدی، میزان صادرات به تولید، آموزش، تحقیقات و نوآوری، ایمنی بهداشت کار و حفاظت محیط زیست بازسازی و نوسازی توسعه، توسعه تکنولوژی، روشهای مدیریتی و روابط کاری اقدام به ارزش گذاری واحدهای تولیدی می گردد.

۶-۱- نحوه امتیازبندی

الف) کمیت تولید

امتیازدهی این عامل براساس نسبت تولید واقعی محصولات به ظرفیت اسمی و حداکثر چهار امتیاز

می باشد.

ب) رشد تولید:

امتیاز این عامل براساس رشد تولید واقعی محصولات نسبت به تولید سال قبل محاسبه می شود و حداکثر چهار امتیاز است.

لازم به ذکر است امتیاز این عامل شامل واحدهایی می شود که در سال قبل از ارزش یابی حداقل ۵۰٪ ظرفیت اسمی، تولید داشته باشد^۱

پ) کیفیت محصولات تولیدی

امتیاز متعلق به این عامل با ملاک قراردادن ضوابط استاندارد ملی یا بین المللی و میزان رعایت ضوابط مزبور توسط واحد تولیدی طبق نظر کارشناسی اداره کل تا حداکثر چهار امتیاز تعیین می گردد.

طبعاً صناعی که دارای گواهی تضمین کیفیت سری ISO-9000 بوده و یا دارای استاندارد اجباری و تشویقی می باشند و تولیدات آنها دارای مهر استاندارد است حداکثر امتیاز را کسب می نمایند.

ت) میزان صادرات به تولید:

امتیاز متعلق به این عامل با در نظر گرفتن میزان درصد صادرات واحد نسبت به تولید آن تا حداکثر چهار امتیاز است.

ث) آموزش:

امتیاز مربوط به آموزش با توجه به دوره های آموزشی طی شده کارکنان واحد تولیدی با در نظر گرفتن میزان ساعات آموزش نسبت به کل کارکنان و همچنین با عنایت به کیفیت دوره های طی شده، اعم از تخصصی و عمومی در مراکز آموزشی و حداکثر ده امتیاز تعیین می شود.

لازم به توضیح است که با توجه به عدم امکانات کافی واحدهای تولیدی کوچک (اشتغال زیر ۳۰ نفر) برای امر آموزش حداکثر امتیاز این بخش در مورد واحدهای مذکور به میزان چهار امتیاز محاسبه می گردد.

ج) تحقیقات و نوآوری

امتیاز این بخش با توجه به عوامل مربوط بر حسب انطباق شرایط واحد تولیدی با هر یک از ملاکهای این بخش تعیین و اختصاص داده می شود و میزان آن حداکثر ده است.

۱- در مورد واحدهایی که سال قبل ارزش یابی زیر ۵۰٪ ظرفیت اسمی و در سال مورد ارزش یابی بالاتر از ۵۰٪ ظرفیت اسمی تولید داشته باشند، رشد تولید آنها نسبت به ۵۰٪ ظرفیت اسمی ملاک محاسبه قرار می گیرد.

چ) حفاظت و ایمنی، بهداشت حرفه ای محیط کار و حفاظت محیط زیست
امتیاز مربوطه از طریق کارشناسی اداره کل و با مدنظر قرار دادن حداکثر چهار امتیاز تعیین
می گردد.

ح) بازسازی و نوسازی

امتیاز مربوطه از طریق کارشناسی اداره کل و با مدنظر قرار دادن حداکثر چهار امتیاز و جمعاً چهار
امتیاز در صورت انجام موارد تعیین می گردد.

خ) توسعه و انتقال فن آوری

امتیاز این ماده از طریق کارشناسی اداره کل و با مدنظر قرار دادن حداکثر چهار امتیاز در صورت انجام
موارد مربوط به توسعه و انتقال فن آوری تعیین می گردد.

د) روشهای مدیریتی و روابط کار

امتیاز این عامل با توجه به اقدامات انجام شده توسط مدیریت و کارکنان واحد تولیدی از طریق
کارشناسی اداره کل و با مدنظر قرار دادن حداکثر چهار امتیاز تعیین می گردد.

۶-۲- ضرایب اعمال شده برای هر یک از بندها

با توجه به اهمیت و نقش هر یک از عوامل، ضرایب مواد دستورالعمل در ارتباط با واحدهای صنایع
کوچک استانی، سایر صنایع استانی و صنایع کشوری به شرح زیر است.
عواملی مثل کمیت تولید، کیفیت محصولات تولیدی، میزان صادرات، تحقیقات و نوآوری و
روشهای مدیریتی و روابط کار دارای ضریب سه و عوامل دیگر یعنی رشد تولید، آموزش، ایمنی و
بهداشت، بازسازی و نوسازی و توسعه فن آوری دارای ضریب دو می باشد.

۷- تجزیه و تحلیل نتایج

در این قسمت ابتدا به توصیف یافته های پژوهش پرداخته شده، سپس با استفاده از پرسشنامه
استاندارد قید شده، تحلیل داده ها انجام شده است. از کلیه پرسشنامه های توزیع شده (۱۴۵ مورد، در
مجموع ۵۴ مورد پاسخ داده اند که ۲۵ نفر از مدیران نمونه (۳/۴۶٪) و ۲۹ نفر از دیگر مدیران (۷/۵۳٪)
بوده اند.

۷-۱ - توصیف و تحلیل داده های مربوط به فرضیه های تحقیق

الف) توصیف داده های مربوط به فرضیه اول

فرضیه اول عبارت بود از: «مدیران نمونه صنعت استان خراسان واجد ویژگیهای کارآفرینانه می باشند» . با بررسیهای به عمل آمده از نتایج پرسشنامه های پاسخ داده شده توسط مدیران نمونه (۲۵ نفر) و با عنایت به ملاکهای معین شده مشخص شده است که ۵ نفر (۲۰٪) از افراد ، فوق العاده کارآفرین ، ۱۲ نفر (۴۸٪) از آنان کارآفرین و ۸ نفر (۳۲٪) مابقی نیز به صورت بالقوه کارآفرین می باشند . ضمناً متوسط امتیاز کسب شده توسط مدیران نمونه ۶۸ و حداکثر امتیاز کسب شده توسط این افراد ۹۶ و حداقل آن ۴۲ می باشد . روشن است که تقریباً تمامی این افراد به نوعی واجد این ویژگیها می باشند . میانگین امتیاز کسب شده نشان می دهد که مدیران نمونه به طور متوسط کارآفرین هستند .

ب) توصیف داده های مربوط به فرضیه دوم

فرضیه دوم عبارت بود از: «سایر مدیران صنعت استان خراسان واجد ویژگیهای کارآفرینانه می باشند» . که بررسیهای به عمل آمده بیانگر این مطلب است که از بین ۲۹ نفر از این افراد ، ۱ نفر (۳/۴٪) فوق العاده کارآفرین ، ۸ نفر (۲۷/۶٪) کارآفرین ، ۱۸ نفر (۶۲/۱٪) بالقوه کارآفرین و ۲ نفر (۶/۹٪) فاقد ویژگی کارآفرینی می باشند . متوسط امتیاز کسب شده توسط سایر مدیران ۵۹ و حداکثر امتیاز کسب شده توسط این افراد ۸۷ و حداقل آن ۲۸ می باشد . که در مقایسه با مدیران نمونه به نسبت کمتری واجد ویژگیهای کارآفرینانه هستند . میانگین به دست آمده نشان می دهد که سایر مدیران ، بالقوه کارآفرین هستند که با توجه به مقادیر قید شده در جدول زیر مشخص است که در مورد هر دو فرضیه (با توجه به مقدار t) جامعه مورد نظر نیز در هر دو حالت به ترتیب نشان دهنده کارآفرین و بالقوه کارآفرین بودن مدیران نمونه و سایر مدیران می باشد . سایر نتایج در جدولهای شماره ۲ و ۳ آمده است .

پ) تحلیل داده های مربوط به فرضیه سوم

فرضیه سوم عبارت بود از: «تفاوت معناداری بین مدیران نمونه و سایر مدیران صنعت از لحاظ دارا بودن ویژگیهای کارآفرینانه وجود ندارد» . با مشاهده اطلاعات آماری جدول شماره ۳ با توجه به این که مقدار (sig-2-tailed) که مقدار ۰/۰۱۵ (کمتر از ۰/۰۵) را نشان می دهد معنادار بودن میانگین اختلاف امتیاز کارآفرینی بین مدیران نمونه و سایر مدیران از لحاظ دارا بودن ویژگیهای کارآفرینانه کاملاً مشخص است ، به عبارت دیگر از لحاظ دارا بودن ویژگیهای کارآفرینانه بین مدیران نمونه و سایر مدیران صنعت

جدول (۱) توصیف داده‌ها (یافته‌ها)

سابقه کار و مدیریت در صنعت		کافی بودن شرایط و ضوابط			سن پاسخ دهندگان			مدرک تحصیلی پاسخ دهندگان			جنس پاسخ دهندگان		
درصد فراوانی	فراوانی	عنوان	درصد فراوانی	فراوانی	عنوان	درصد فراوانی	فراوانی	عنوان	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	عنوان	فراوانی
۹/۶۷	۱۶/۸	میانگین	۸۸	۲۲	کافی	۸	۲	لیسانس و بالاتر	۸۴	۲۱	۸۴	مرد	۲۱
۲۲	۳۵	حداکثر	۱۲	۳	ناکافی	۲۸	۷	فوق دیپلم	۸	۲	۱۶	زن	۴
۰	۳	حداقل				۴۰	۱۰	دیپلم	۴	۱			
						۲۰	۵	زیر دیپلم	۴	۱			
						۴	۱	۶۰ سال به بالا					
			۱۰۰	۲۵		۱۰۰	۲۵		۱۰۰	۲۵	۱۰۰	جمع	۲۵
۹/۸۲	۱۳/۸۳	میانگین	۶۲	۱۸	کافی	۱۳/۸	۴	لیسانس و بالاتر	۶۲/۱	۱۸	۸۹/۷	مرد	۲۶
۳۲	۳۶	حداکثر	۲۸	۸	ناکافی	۲۷/۶	۸	فوق دیپلم	۲۰/۷	۶	۱۰/۳	زن	۳
۰	۲	حداقل	۱۰	۳	علم پاسخ	۴۱/۴	۱۲	دیپلم	۱۷/۲	۵			
						۱۳/۸	۴	زیر دیپلم	-	-			
						۳/۴	۱	۶۰ سال به بالا					
			۱۰۰	۲۹		۱۰۰	۲۹		۱۰۰	۲۹	۱۰۰	جمع	۲۹

نمودار مربوط به کلیه یافته‌ها موجود است که به دلیل جلوگیری از حجیم شدن مقاله آورده نشده است.
منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۲) میانگین و انحراف معیار میزان کارآفرین مدیران نمونه و سایر مدیران

t	μ	S	\bar{X}
-۲/۱۳	۷۴/۵	۱۵/۲۲	۶۸
۲/۳۹	۵۲	۱۵/۷۸	۵۹

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۳) میزان کارآفرینی مدیران نمونه و سایر مدیران

وضعیت	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
نمونه	فوق العاده کارآفرین	۵	۲۰
	کارآفرین	۱۲	۶۸
	بالقوه کارآفرین	۸	۱۰۰
	جمع	۲۵	-
سایر مدیران	فوق العاده کارآفرین	۱	۳/۴
	کارآفرین	۸	۳۱
	بالقوه کارآفرین	۱۸	۹۳/۱
	فاقد کارآفرینی	۲	۱۰۰
	جمع	۲۹	-

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۳) امتیاز مربوط به میزان کارآفرینی مدیران نمونه و سایر مدیران

وضعیت	امتیاز
نمونه	حداکثر امتیاز
	حداقل امتیاز
	میانگین
سایر مدیران	حداکثر امتیاز
	حداقل امتیاز
	میانگین

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۴) تحلیل داده‌های مربوط به فرضیه ۳

t	df	Sig-(2-tailed)	Mean Dif
-۲/۵۱۳	۵۲	۰/۰۱۵	-۹/۶۴۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

تفاوت معناداری وجود دارد و فرضیه سوم رد می شود.

۸- نتیجه گیری و پیشنهادات

با توجه به اهمیت کارآفرینی و لزوم توجه اکثر کشورها از جمله کشور ما به این مقوله که به صورت مبسوط در قسمتهای قبلی مقاله عنوان گردید، هدف از انجام این طرح پرداختن به این بحث بود که در انتخاب مدیران نمونه صنعت استان ویژگیهای کارآفرینانه نیز لحاظ گردد تا خود این امر مقدمه ای باشد برای ارزش گذاری و پرداختن به موضوع کارآفرینی بیش از آنچه که قبلاً بوده است.

نتیجه حاصل از این پژوهش بیانگر این مطلب بود که ملاک و معیارهای مندرج در دستورالعمل انتخاب واحد نمونه (مدیران نمونه) تقریباً با اهداف مطرح شده در این پژوهش سازگاری داشته و با ویژگیهای کارآفرینانه مطابق است؛ چرا که نتایج حاکی از این مطلب بود که مدیران نمونه بیش از سایر مدیران واجد ویژگیهای کارآفرینانه هستند.

به عبارت دیگر معنادار بودن میانگین اختلاف امتیاز کارآفرینی بین مدیران نمونه و سایر مدیران از لحاظ دارا بودن ویژگیهای کارآفرینانه کاملاً مشخص است. وجود این تفاوت معنا دار نشان دهنده آن است که مدیران نمونه صنعت از لحاظ کسب امتیاز در رتبه بالاتری نسبت به بقیه مدیران صنعت قرار گرفته اند، به طوری که مدیران نمونه صنعت استان خراسان کارآفرین «فعال» و سایر مدیران صنعت کارآفرین «بالقوه» هستند.

و اما بعد از بیان نتایج فوق، پیشنهادات ذیل ارائه می گردد:

۱- در فرمهای مربوط به انتخاب واحدهای نمونه، بخشی نیز به ویژگیهای کارآفرینانه اختصاص یافته و در امتیاز بندی نهایی در صدی نیز به این موضوع اختصاص یابد، تا به اهتمام مدیران واحدهای صنعتی به این موضوع منجر شده و رشد و پویایی صنعت کشور را به همراه داشته باشد.

یکی از راههای کمی کردن این موضوع یعنی محاسبه میزان کارآفرینی مدیران، استفاده از پرسشنامه استاندارد مورد استفاده در این تحقیق است، به گونه ای که مجموع امتیازات به دست آمده از پاسخ به این سؤالات برای هر مدیر محاسبه شده و سپس نسبت به مبنای ۱۰ (همانند سایر معیارها) نرمالیزه شده و با احتساب وزن مشخصی برای آن در مجموع امتیاز موزون مدیر محاسبه گردد.

به این ترتیب با توجه به مفاد پرسشنامه استاندارد، در صورت به کارگیری نتایج امتیاز حاصله از کالا

در تعیین مدیر نمونه، به صورت غیر مستقیم خصوصیات کارآفرینانه مدیران از قبیل احساس نیاز به کارهای بزرگ، عمل گرا بودن، خلاقیت و نوآوری، مقاومت در مقابل شکست، مسؤولیت پذیری، اعتماد به نفس و تمایل نسبی به ریسک پذیری نیز در تعیین مدیر نمونه لحاظ خواهد شد. به عبارت دیگر در تعیین مدیران نمونه صنعت در عین حال توجه به ویژگیهای مندرج در آیین نامه از قبیل کمیت و کیفیت محصولات تولیدی، رشد تولید، میزان صادرات به تولید، آموزش و تحقیقات، حفاظت و ایمنی و حفاظت محیط زیست، توسعه و انتقال فن آوری و روشهای مدیریتی و روابط کار به ویژگی های کارآفرینانه نیز بهای لازم داده خواهد شد. برای همسان بودن وزن این شاخص و معیار یعنی شاخص میزان کارآفرینی با سایر شاخصها و معیارها امتیازات به دست آمده برای شاخص کارآفرینی بر مبنای ۱۰ باید سنجیده شود.

۲- با برگزاری کارگاهها و کلاسهای آموزشی در خصوص کارآفرینی برای همه مدیران، می توان آنها را به سوی این موضوع مهم سوق داده و زمینه رشد آنها و رشد صنعت را فراهم آورد. بدیهی است موضوعات و عناوین مربوط به کارگاههای آموزشی باید بر اساس نیازهای مدیران در سطوح متفاوت و منطبق بر یک نیازسنجی اصولی و علمی باشد.

بسیاری از دوره ها و کارگاههای آموزشی که در صنعت برگزار می شود قبل از آن که مبتنی بر یک نیازسنجی علمی و دقیق و بر اساس چشم انداز و مأموریت و اهداف و وظایف موسسه صنعتی باشد برخاسته از امکانات ارائه این دوره ها، تبلیغات مربوط به دوره های آموزشی و سلیقه مدیران و تواناییهای مشاوران است. سوق دادن مدیران صنعت به سوی مباحث کارآفرینی به رشد صنعت و افزایش تولید و تحقق راهبردهای توسعه صنعتی در کشور منجر خواهد شد بنا بر این آموزش کارآفرینی موضوعی است که کاملاً در راستای تحقق هدفهای توسعه صنعتی کشور نیز هست و جایگاه محکمی در نظام آموزشی صنایع دارد و ضرورت پرداختن به آن، ضرورت توسعه و رشد صنعت کشور است.

۳- با توجه به نتایج تحقیق که مدیران نمونه، کارآفرینان فعال هستند لذا برای دستیابی به هدفهای انتخاب مدیران نمونه حمایت از کارآفرینان در بالاترین حد ممکن ضروری است. از این رو باید هرچه بیشتر و گسترده تر در ابعاد خدمات اداری و حرفه ای، مالی، مدیریتی و بازاریابی از کارآفرینان پشتیبانی شود. همان معیارهایی که در انتخاب مدیران نمونه، که در این مطالعه تأیید شده اند و زیرا منجر به انتخاب مدیران کارآفرین می شوند، مدنظر هستند بسترهای لازم را در خصوص چگونگی حمایت از کارآفرینان فراهم می آورند؛ به عبارت دیگر معیارهای حمایت و پشتیبانی از مدیران باید بر اساس مبنای نظیر

میزان رشد تولید، میزان صادرات، تعداد تحقیقات انجام شده و نوآوریها، میزان فعالیتهای انجام شده در انتقال فن آوری و تعداد دوره های آموزشی صورت پذیرد. علاوه بر معیارهای فوق معیار میزان کارآفرینی، که بر اساس پرسشنامه استاندارد سنجیده خواهد شد، معیار دیگری است که در محاسبه میزان حمایت و پشتیبانی و ارائه تسهیلات به مدیران صنعت می تواند مد نظر قرار گیرد.

منابع و مآخذ

- احمد پور داریانی، محمود، کارآفرینی (تعاریف- نظریات- الگوها) چاپ اول، بهار ۱۳۷۹.
- پایان نامه اخذ شده از اینترنت که به ارتباط اقتصادی و ارتباط شخصی کارآفرینان قزاقستان و قرقیزستان اشاره می کند، فصل دوم، ص ۳۰.
- صمد آقایی، جلیل، سازمانهای کارآفرین، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۳۷۸.
- سایت سازمان سنجش آموزش کشور، بخش کاراد.
- دستورالعمل انتخاب واحد نمونه، سازمان صنایع و معادن استان خراسان، ۱۳۷۱.
- ماهنامه رفاه، نشریه داخلی بانک رفاه، شماره ۱۳، دی ماه ۱۳۷۸، ص ۱۸.
- مجله بازاریابی، ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۲۲.
- مرتضوی، سعید؛ ناظمی، شمس الدین، گزارش راهکارهای اجرایی ایجاد مشاغل جدید و الگوی عملی حمایت از کارآفرینان ۷۹-۱۳۷۸
- مقیمی، محمد، سازمان و مدیریت، رویکردی پژوهشی، انتشارات ترمه، فصل پنجم، ۱۳۷۷.
- مهدوی، محمد حسین، طرح مطالعاتی بررسی بازار کار و تدوین راهکارهای توسعه اشتغالهای زودبازده، مولد و پایدار، سازمان مدیریت و برنامه ریزی، استانداری خراسان، ۱۳۷۸.
- نبی ثیان، محمدصادق - (۱۳۷۴) - کارآفرینی، چاپ سوم، دفتر بین المللی کار.

-Brockhaus, Robert,(1980), "Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs"
Academy of Management journal, vol23,no,3

-Deakins D. & freel M. Entrepreneurship and small firms 2003 . 3rd edition
MC Graw Hill.

-**Harper, M (1983)**, Selection of Training for Entrepreneurship Development ilo. Geneva.

-**His rich, Robert D. and Peters, Michael P. (1998)**. Entrepreneurship, 4th ed. Irwin, McGraw-Hill.

-**Rivette, K.C and Kline, D (2000)**, Rembrandts in the Attic, Harvard Business School press, Boston, MA.

-**Schumpeter, Joseph A., (1934)** The Theory of Economic Development, Harvard University press Cambridge, MA.