

مقدمه

عصر جدید، شرایط متفاوتی را برای سازمان‌ها رقم زده است. سرعت تغییر و تحولات به گونه‌ای است که نمی‌توان منحنی تغییر را در بعد زمان ترسیم کرد، زیرا پیشرفت و تحول، با شتابی بیشتر به وقوع می‌پیوندد. سازمان‌ها، تضمین تداوم حیات خود را در یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات می‌دانند. از این رو، به نوآوری، ابداع و خلق روش‌ها و نقش‌های جدید روی می‌آورند.

با گذر از دوران انقلاب صنعتی، نگرش ابزاری به نیروی انسانی مفهوم خود را از دست داده است و کارکنان سازمان‌های حرفه‌ای، به گردانندگان اصلی جریان کار و شرکای سازمان تبدیل شده‌اند. بنابراین، نه تنها کارکنان، بلکه مدیران نیز باید روش‌هایی را بیاموزند که به سمت خودراهبری پیش روند (قرشی، ۱۳۸۸، ۳). در چنین فضایی که تفکر و اندیشه، عامل تمایز و برتری است، سازمان‌هایی می‌توانند توسعه یابند که از منبع انسانی به عنوان حیاتی‌ترین عامل تولید، حداکثر بهره‌برداری را داشته باشند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵، ۲۱).

حفظ یا القای روح کارآفرینانه در سازمان‌ها میسر نمی‌گردد، مگر اینکه سازمان‌ها دارای ساختار مناسب با کارآفرینی باشند. با توجه به ادبیات ساختار سازمانی و کارآفرینی، برای پیاده‌سازی، حفظ و یا گسترش کارآفرینی نیازمند ساختار منعطف هستیم که ضمن شکوفا شدن استعداد انسان‌ها در آن، سازمان، به توان کسب مزیت رقابتی و مقابله با تهدیدات محیطی مجهز شود. بنابراین، سازمان‌ها باید به کارآفرینان، به عنوان سرمایه‌های اصلی سازمان بنگرند و با به‌کارگیری استراتژی‌های جذب منابع

انسانی و پرورش آنها از طریق برگزاری کلاس‌های آموزشی، نگهداری کارکنان با اجرای برنامه‌های اثربخش، مانند سیستم حقوق و مزایای مناسب، رعایت اعتدال در اعطای پاداش به آنها و ... و در آخر، اصلاح رفتار کارکنانی که در مقابل تغییر مقاومت می‌کنند، در سه مرحله خروج از انجماد، تغییر نگرش و در نهایت تثبیت این تغییر، در جهت ایجاد محیط خلاق و کارآفرین، گام بردارند.

توجه به ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان نظیر ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، تمایل به رشد، توفیق‌طلبی و ...، نیاز به ساختار منعطف را ضروری می‌سازد. زیرا ظهور مظاهر کارآفرینی، در ساختار بسته و غیرمنعطف، امکان‌پذیر نیست. در سازمان‌های با ساختار مکانیکی، به دلیل تمرکز تصمیم‌گیری در سطوح بالای سازمان، وجود قوانین و مقررات خشک و متعدد، واحدهای پراکنده و متعدد سازمانی و عدم تمایل به ارتباط با محیط خارجی، امکان ظهور و یا پرورش نیروهای نوآور و دانشی وجود ندارد.

۱-۱) بیان مسئله

انتظارات جوامع در حال تحول، نیازهای جدیدی را مطرح می‌کند. مفاهیم مشارکت، توانمندسازی، کارگروهی، نوآوری، کارآفرینی و نظایر اینها، به منزله‌ی مسایل روز سازمان‌ها مطرح می‌شود. عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده تا سازمان‌ها نتوانند با شرکت‌های بزرگ که از انعطاف‌پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند، رقابت کنند. در چنین شرایطی حیات و بقای این‌گونه سازمان‌ها، درگروی تحول اساسی در ساختار و به‌ویژه ساختار مدیریتی و فراهم‌آوردن شرایطی است که افراد خلاق و کارآفرین را هرچه بیشتر در سازمان‌ها پرورش دهند (رضائیان، ۱۳۸۴، ۵).

حفظ یا القای روح کارآفرینانه در سازمان‌ها به‌منظور نوآوری و رشد، بسیار مهم است. در محیط بسیار پویای امروز، سازمان‌ها باید حساس و پاسخگو باشند؛ این نیازمند دامنه وسیع‌تری از پاسخ‌های ممکن در برابر تهدیدات و یک استراتژی هماهنگ‌کننده مناسب برای استفاده از فرصت‌ها

و تقویت نقاط قوت از طریق پرورش و حفظ نیروهای توانمند و بالقوه سازمانی که همانا کارآفرینان هستند می‌باشد.

باتوجه به لزوم تحقق ویژگی‌های رویکرد مدیریت دولتی نوین در نظام‌های مدیریتی کشورها، نظام مدیریتی ایران نیز باید ویژگی‌های این رویکرد را که همانا ویژگی‌های دولت کارآفرین است در سازمان‌ها، اعم از خصوصی و دولتی، انتفاعی یا غیرانتفاعی و یا عمومی به اجرا درآورد. اما به علت وجود برخی موانع، امکان تحقق ویژگی‌های کارآفرینانه در افراد و خصوصاً مدیران وجود ندارد و هنوز ویژگی‌های بوروکراتیک بر فضای ساختاری سازمان‌های کشور حاکم است و یا اگر مقوله کارآفرینی در برخی از آنها به اجرا درمی‌آید رشد قابل توجهی نداشته است.

شهرداری منطقه ۲۲ تهران نیز از این امر مستثنی نمی‌باشد و به نظر می‌رسد به دلیل ساختار مکانیکی این سازمان، نیروهای کارآفرین، دچار کم‌تحرکی و عدم‌انگیزه برای رشد فضای کارآفرینی هستند. مطالعات نشان می‌دهد، سلسله مراتب زیاد، عناوین شغلی متعدد، عدم تفویض اختیار به زیردستان، وجود شرح‌شغل‌های غیرمشخص، عدم وجود آیین‌نامه‌های مکتوب و مدون برای کارآفرینی و... از موانع پیشرفت خلاقیت و نوآوری در شهرداری است و رشد و شکوفایی ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان مانند ریسک‌پذیری، تمایل به رشد، خوداتکایی و ... نیازمند اصلاح شاخص‌های ساختاری این سازمان (پیچیدگی، رسمیت و تمرکز) است.

تحقیق حاضر برآن است تا موانع موجود بر سر راه کارآفرینی را شناسایی و با ارائه راهکارهای عملی، قدمی هرچند کوچک در راه بهبود ساختار و فرآیندهای آن سازمان بردارد.

۲-۱) هدف‌های تحقیق

هدف اصلی:

هدف اساسی از انجام این تحقیق، بررسی نقش ساختار سازمانی بر کارآفرینی است. با توجه به اینکه ساختار، خود به ابعاد «پیچیدگی»، «رسمیت» و «تمرکز» قابل تقسیم است و نیز کارآفرینی، خود بر ابعاد «خوداتکایی»، «ریسک‌پذیر و موفقیت‌طلب»، «پیشقدم در نوآوری»، «بیش بلندمدت»، «مرکز

کنترل درونی»، تقسیم می‌گردد؛ در این تحقیق رابطه هر یک از ابعاد ساختار سازمانی با کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

هدف‌های فرعی:

- بررسی وضعیت ساختار سازمانی شهرداری منطقه 22.
- بررسی وضعیت کارآفرینی در شهرداری منطقه 22.
- اولویت‌بندی ابعاد ساختار سازمانی (پیچیدگی، رسمیت، تمرکز).
- ارائه پیشنهادات لازم به منظور بهبود وضعیت ساختار سازمانی.
- بررسی موانع ساختاری ایجاد یا بهبود کارآفرینی.

۱-۳) اهمیت موضوع و انگیزش انتخاب آن

از آنجا که انسان‌ها، ارزشمندترین سرمایه‌های سازمان هستند و در هدایت و تحولات سازمان نقش‌آفرینان اصلی هستند؛ بنابراین، باید ضمن آماده‌کردن کارکنان برای رویارویی با تغییرات در سازمان، محیطی به وجود آورده شود که در آن، هم استعداد انسان‌ها شکوفا شود و هم دستیابی به بالندگی سازمانی تا توسعه هدف‌ها و در نهایت ارتقای سازمان تا سطح فرابالندگی امکان‌پذیر گردد.

امروزه کارآفرینی، یکی از ابزار توسعه محسوب می‌شود. چراکه وجود انسان‌های کارآفرین، بستر وجود موفقیت‌ها است. همچنین با توجه به افزایش سریع رقبای جدید و ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در شرکت‌ها، ضرورت کارآفرینی در سازمان مشخص می‌شود. از اهداف سازمان‌های موفق این است که کارآفرینی را در کارکنان ایجاد و حفظ کند تا از طریق آن بتوانند روی بهره‌وری، انگیزش، رضایت شغلی و عملکرد کارکنان خود تاثیر بگذارند.

بنابراین، برای دستیابی به رشد و توسعه در سازمان‌ها، وجود ساختار سازمانی منطبق با مفاهیم کارآفرینی، از ضروریات است.

شهرداری منطقه ۲۲ تهران، به‌عنوان یکی از نهادهای خدماتی، نقش موثری در ارتقای فرهنگ کارآفرینی در جامعه دارد. به‌طور مثال، با ایجاد تغییر در فضاهای شهری، بهبود مقررات ترافیکی، گسترش پارک‌های علم و... از یک سو و از طرف دیگر، با شناسایی توانمندی‌های کارکنان و پرورش استعداد کارآفرینی در آنها، می‌تواند الگوی مناسبی برای اعتلای نوآوری در سطح کشور بوده و سازمان را تا سطح فرابالندگی همراهی نماید.

نتایج تحقیق، بیانگر وجود مظاهر کارآفرینی در سازمان مورد مطالعه است، اما آنچه به نظر می‌رسد، به دلیل حاکمیت برخی موانع ساختاری نظیر قوانین دست و پاگیر، عدم تفویض اختیار به زیردستان، کنترل زیاد، وجود فاصله زیاد واحدها از دفتر مرکزی سازمان و...، رشد نیروهای نوآور و خلاق به‌کندی صورت می‌گیرد.

۱-۴) سوالات و فرضیه‌های تحقیق

سوال اصلی تحقیق:

- آیا ساختار سازمانی شهرداری، موجبات کارآفرینی را فراهم می‌کند؟

سوالات فرعی تحقیق:

- آیا پیچیدگی ساختار سازمانی بر کارآفرینی تاثیر دارد؟

- آیا رسمیت ساختار سازمانی بر کارآفرینی تاثیر دارد؟

- آیا تمرکز ساختار سازمانی بر کارآفرینی تاثیر دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

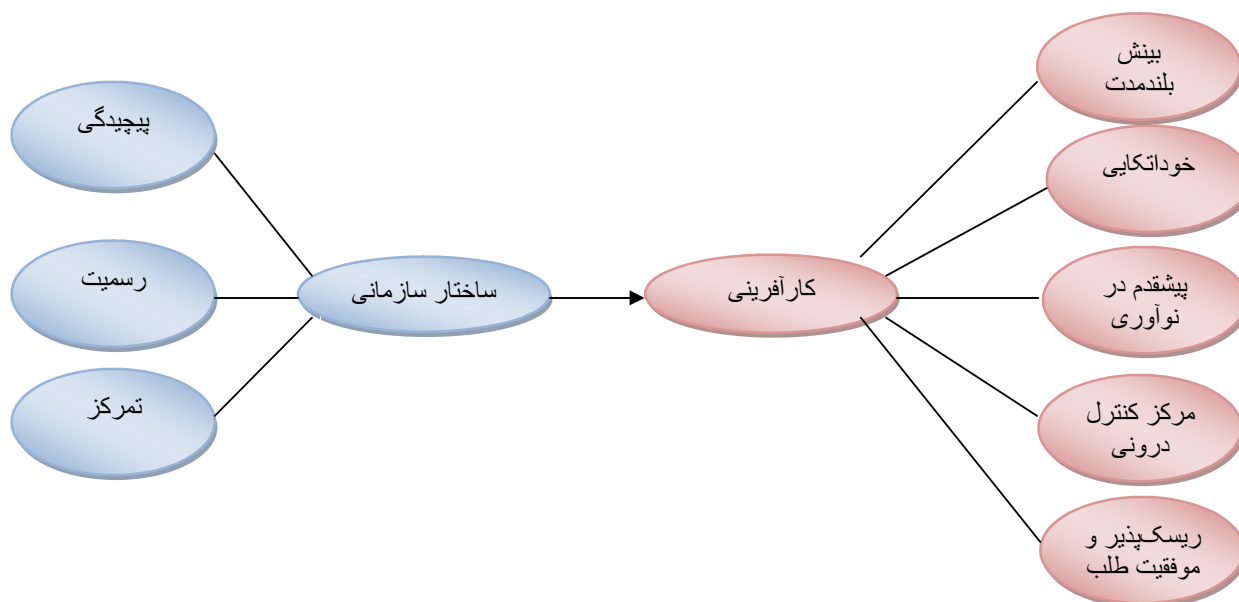
- بین ساختار سازمانی و کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- بین پیچیدگی و کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- بین رسمیت و کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- بین تمرکز و کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

۱-۵) مدل تحقیق

این مدل شامل دو بخش است. در بخش اول، ابعاد ساختار سازمانی (پیچیدگی، رسمیت و تمرکز) مورد نظر "رابینز" ذکر شده و بخش دوم آن، که مربوط به کارآفرینی است، به توصیه و تایید استاد راهنما از کتاب دکتر محمد مقیمی استخراج گردیده است.



متغیر مستقل: ساختار سازمانی

متغیر وابسته: کارآفرینی

۶-۱) تعاریف متغیرها و واژه‌های کلیدی

- ❖ سازمان: سازمان به عنوان یک سیستم اصلی، مجموعه ای است از افراد، سرمایه، تکنولوژی و ارتباطات که این اجزاء در کنش و واکنش با یکدیگر بوده و برای رسیدن به اهداف مشخص در حرکت اند (داشگرزاده، ۱۳۸۱، ۲۱).
- ❖ ساختار سازمانی: سیستمی متشکل از وظیفه، گزارش‌دهی، رابطه‌ها و اختیارات است که امور سازمان در محدوده آن انجام می‌شود. بنابراین، ساختار، مبین شکل و تخصیص فعالیت‌های سازمان است که به عبارت دیگر، تعیین‌کننده چگونگی قرارگرفتن اجزای مختلف در کنار یکدیگر می‌باشد (گریفین، ۱۳۷۴، ۳۳۸).
- ❖ پیچیدگی: مقصود از پیچیدگی، تعداد کارها یا سیستم‌های فرعی است که در درون یک سازمان انجام می‌شود یا وجود دارد (دفت، ۱۳۸۵، ۲۹).
- ❖ رسمیت: رسمیت به درجه استاندارد بودن کارها در سازمان اشاره دارد (رابینز، ۱۳۸۳، ۸۹).
- ❖ تمرکز: به درجه متمرکز بودن تصمیمات در یک نقطه از سازمان اشاره دارد (رابینز، ۱۳۸۳، ۷۳). تمرکز به توزیع اختیار در سازمان برمی‌گردد و تعیین می‌کند که چه کسی حق تصمیم‌گیری دارد (فرای و اسلوکام، ۱۹۸۴، ۲۲۵).
- ❖ کارآفرینی: فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایت‌مندی و یا تقاضای جدید می‌گردد. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور، ۱۳۷۸، صفحه ن).
- ❖ کارآفرین سازمانی: کسی که تحت حمایت یک شرکت یا سازمان، محصولات، فعالیت‌ها و تکنولوژی جدید را کشف کرده و به بهره‌برداری می‌رساند (همان منبع، ن).

❖ کارآفرینی سازمانی: فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده، به ظهور می‌رسند. به تعریف دیگر، فعالیت‌های کارآفرینانه، فعالیت‌هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می‌باشد (همان منبع، ۵۱-۵۰).

❖ کارآفرین مستقل: فردی که مسوولیت اولیه وی جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می‌نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمت جدید می‌باشد (همان منبع، ن).

❖ سازمان کارآفرین: یک سازمان می‌تواند محیطی را فراهم آورد که در آن تمام اعضا بتوانند در انجام امور کارآفرینی شرکت کنند. سازمانی که چنین محیطی را خلق می‌کند، سازمانی کارآفرین تلقی می‌شود. چنین سازمانی قادر است تا خود را با محیط متغیر خارج از سازمان تطبیق دهد (مقیم، ۱۳۸۳، ۸۶).

❖ شهرداری: شهرداری مهم‌ترین عنصر اجرایی مدیریت شهری است و به لحاظ طبقه‌بندی حقوق اداری، جزء موسسه‌های عمومی محسوب می‌شود. در این مفهوم، شهرداری یک نهاد عمومی اما غیردولتی است که اقتدار و رسمیت آن به واسطه رای مردم یا نمایندگان آنها به دست می‌آید و در قلمرو وظایف خود، دارای استقلال عمل است. بنا به تعریف فوق، شهرداری یک موسسه عمومی خدماتی غیردولتی غیرانتفاعی است (کاظمیان و همکاران، ۱۳۸۱، ۸).

۷-۱) روش تحقیق

دستیابی به هدف‌های علمی میسر نخواهد بود، مگر زمانی که با روش‌شناسی درست صورت پذیرد. به عبارت دیگر، تحقیق از حیث روش اعتبار می‌یابد نه موضوع تحقیق (خاکی، ۱۳۸۴، ۱۵۵).

روش‌های تحقیق را با معیارهای مختلفی دسته‌بندی می‌نمایند که به اختصار به آنها اشاره می‌-

شود:

- طبقه‌بندی براساس هدف که شامل پنج نوع به شرح زیر است:

تحقیقات بنیادی(پایه)، تحقیقات کاربردی، تحقیقات ارزیابی، تحقیقات توسعه‌ای و تحقیقات عملی.

- طبقه‌بندی براساس روش که شامل هفت نوع است:

تحقیق تاریخی، تحقیق توصیفی، تحقیق پیمایشی، تحقیق میدانی، موردکاوی، همبستگی و تحقیقات آزمایشی.

از آنجا که در این تحقیق، محقق به دنبال بررسی اثر متغیرهای ساختار سازمانی بر کارآفرینی است، لذا این تحقیق از نوع توصیفی بوده و به دلیل این که رابطه بین متغیرها نیز سنجیده خواهد شد، از نوع همبستگی دو متغیره است.

لازم به توضیح است، تحقیقات توصیفی، شامل مجموعه روش‌هایی هستند که هدف آنها، توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی بوده و هدف تحقیقات همبستگی نیز، مطالعه حدود تغییرات یک یا چند متغیر با حدود تغییرات یک یا چند متغیر دیگر است.

پژوهشگر باید با ابزارهایی، داده‌های لازم را از جامعه آماری، جمع‌آوری نماید و با تحلیل و پردازش و تبدیل آنها به اطلاعات، به آزمون فرضیه‌ها پردازد. برای جمع‌آوری داده‌ها به ابزارهای گوناگونی نیاز است که در زیر به توضیح هر کدام از آنها می‌پردازیم:

الف) مراجعه به اسناد و مدارک: داده‌هایی که در تحقیق به کار برده می‌شوند، ممکن است "اولیه" یا "ثانویه" باشند. داده‌های اولیه را محقق به صورت دسته اول و بیشتر از طریق مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه به دست می‌آورد. داده‌های ثانویه نیز از منابع دیگر مثل پایان‌نامه‌ها، کتب و اسناد سازمانی، آمارهای رسمی و غیررسمی به دست می‌آیند.

ب) مصاحبه: شیوه‌ای که در آن، فرد پژوهشگر با آزمودنی، تماس مستقیم برقرار می‌کند.

ج) مشاهده: عبارت است از شناسایی، نام‌گذاری، مقایسه، توصیف و ثبت آنچه روی می‌دهد.

د) پرسشنامه: عبارت است از مجموعه‌ای پرسش هدف‌مدار که با بهره‌گیری از مقیاس‌های گوناگون، نظر، دیدگاه و بینش پاسخگو را مورد سنجش قرار می‌دهد (خاکی، ۱۳۸۴، ۲۴۲-۲۳۹).

جهت بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، پژوهشگر از روش‌های مختلف آمار توصیفی (تنظیم جدول توزیع فراوانی، میانگین) برای نمایش اطلاعات دموگرافیک (جامعه شناختی) و آمار استنباطی، شامل آمار پارامتریک و ناپارامتریک و آزمون فرضیه‌ها (آزمون ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون) استفاده کرده است و در نهایت، از نرم‌افزار SPSS، برای تایید مدل پیشنهادی بهره جسته است.

۸-۱) قلمرو تحقیق

قلمرو مکانی

در هر تحقیق اجتماعی، لازم است پژوهش‌گر، اطلاعاتی درباره گذشته و زمینه مورد مطالعه (گروه، سازمان، محله) به دست آورد، که به دو شکل آگاهی پیشین (خواننده، با مکانی که تحقیق در آن صورت گرفته است، آشنایی دارد) و آگاهی پسین (با ایجاد شناخت در خواننده، نسبت به مکانی که تحقیق در آن صورت گرفته است، این شرایط را فراهم می‌آورد که او بتواند روش‌های انجام کار، نتایج و تعمیم‌ها را در بستر خود، مورد توجه قرار داده و آگاهی بیشتری نسبت به تحقیق به دست آورد) صورت می‌گیرد. در این تحقیق، قلمرو مکانی، شهرداری منطقه ۲۲ تهران است.

قلمرو زمانی

در این قسمت، پژوهش‌گر توضیح می‌دهد که این تحقیق، در چه فاصله زمانی صورت می‌گیرد و این مساله از آن جهت ضروری است که بررسی کننده نتایج تحقیق، با توجه به این دوره زمانی، در مورد به‌کارگیری دستاوردهای تحقیق، می‌تواند تصمیم‌گیری نماید. با توجه به تعریف فوق، قلمرو زمانی این تحقیق، اردیبهشت ۸۸ تا اردیبهشت ۸۹ است.

قلمرو موضوعی

قلمرو موضوعی این تحقیق، با توجه به آگاهی از وضعیت ساختار سازمانی و کارآفرینی در سازمان مورد مطالعه، با نظر و تایید استاد راهنما، تاثیر ساختار سازمانی بر کارآفرینی شهرداری منطقه ۲۲ تهران است.

۹-۱) جامعه و حجم نمونه

جامعه آماری، شامل گروهی از افراد است که یک یا چند صفت مشترک دارند و معمولاً آن را با N نشان می‌دهند. جامعه آماری در این تحقیق، کارشناسان و مدیران شهرداری منطقه ۲۲ تهران به تعداد ۱۲۰ نفر است.

نمونه آماری، عبارت است از، مجموعه‌ای از نشانه‌ها از یک قسمت، یک گروه یا یک جامعه بزرگ‌تر، به طوری که این مجموعه معرف کیفیت و ویژگی آن قسمت، گروه یا جامعه باشد که معمولاً آن را با n نشان می‌دهند. در این تحقیق، به دلیل محدود بودن جامعه آماری، کل جامعه به-عنوان نمونه در نظر گرفته شده است. بنابراین، روش نمونه‌گیری، از نوع سرشماری است.

۱۰-۱) محدودیت‌ها و مشکلات تحقیق

حرکت به سوی هر هدفی، توسط محدودیت‌ها به‌عنوان یک واقعیت دچار کندی می‌شود. تحقیق، حرکت و فرایندی در جهت هدفی به نام حل مساله یا پاسخ به یک پرسش است.

محدودیت‌های این پژوهش، با عواملی که در نتیجه‌ی آن موثر خواهد بود و به‌وسیله پژوهشگر قابل کنترل نبوده است شامل موارد زیر است:

۱) عدم امکان بهره‌گیری از تمام نیروی انسانی - که پرسشنامه دریافت کرده بودند - به‌علت تراکم مراجعین به آنها و انجام وظایف محوله و روتین، که فرصت کافی برای پاسخگویی به سوالات و بهره‌مندی از نظرات شفاهی ایشان را از محقق سلب می‌کرد.

- ۲) محدودیت پاسخ‌دهندگان، درخصوص نحوه پاسخگویی به سوالات که ناشی از حفظ و رعایت منافع شخصی و سازمانی بود، از دیگر مسائلی است که محقق را در نتیجه‌گیری واقعی دچار مشکل ساخت.
- ۳) فقدان مجموعه‌ای که حاوی تمام آیین‌نامه‌های کارآفرینی باشد یکی دیگر از موانع مهم تلقی می‌شود.
- ۴) عدم همکاری و هماهنگی مطلوب کارکنان به علت آشنایی اندک آنان با ماهیت چنین تحقیقاتی و امیدوار نبودن به نتایج مثبت این تحقیقات در بهینه‌سازی روند صحیح امور و در نتیجه، اتلاف وقت و هزینه.
- ۵) کمبود منابع فارسی و لاتین که به غنای مطالب تحقیق بیفزاید.