

## شناسایی دلایل ناکارآمدی نظام پیشنهادها در تحقق کارآفرینی با استفاده از منطق فازی

بهمن اسکندری<sup>۱</sup>، پروانه کلرد<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> معاون مدیریت عامل بانک ملت و دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات

<sup>۲</sup> استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات

### چکیده

امروزه نظام پیشنهادهای مبتنی بر کارآفرینی در تمامی سازمانها حتی سازمانهایی با محوریت تحقیق و توسعه، مسئله ای مغفول میباشد. نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها که از جمله مهمترین دستاوردهای وجود نگرش مدیریت مشارکتی در سازمان بوده و بستر بروز استعدادهای نیروی انسانی خلاق در آن سازمان را فراهم می آورد، امروزه به مسئله ای نمایی و خارج از اقدام تبدیل شده است. از سویی، کارآفرینی نیز که نشأت گرفته از ایده های خلاق و تجربیات موثر میباشد، به موضوعی مسکوت تبدیل گردیده است؛ اما شاید هیچ گاه به این مهم توجه نشده باشد که با ایجاد ارتباطی موثر بین این دو مقوله، میتوان به کارآفرینی از طریق نظام پیشنهادها جامعیت بخشیده و نتایج حاصله را بصورت عملی وارد فرآیند کاری کنیم. لذا در مقاله مذکور، ضمن معرفی اجمالی از نظام پیشنهادها، کارآفرینی و دلایل عدم تحقق کارآفرینی، به این اصل توجه میگردد که یکی از دلایل اصلی ناکارآمدی تلفیق این دو مقوله، مسئله نقصان آموزش میباشد از اینرو با مدلی علمی موضوع آموزش و اثر آن بر نظام پیشنهادها و کارآفرینی، مورد بررسی دقیق تر قرار گرفته و شرایط برای کارایی بهتر آن ارائه گردیده است و در خاتمه به این مهم میرسیم که اگر نظام پیشنهادها بتواند ایده ها و نظرات کارکنان را به درستی منتقل نماید میتواند به کارآفرینی و ایجاد درآمد از ایده های آنها منتهی گردد زیرا تجربه ثابت کرده که هیچ کس به اندازه کارکنان متخصص هر بخش، از ایده ها، مشکلات و خلاء ها و راههای کسب بازده آن حوزه اطلاع ندارند. از اینرو با توجه ویژه به مقوله آموزش و ایجاد ارتباطی موثر بین آنها میتوان به افزایش بازده و کاهش ریسک در انجام پروژه های کارآفرینی، جامعه عمل پوشاند.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، آموزش، نظام پیشنهادها، کارآمدی.

## ۱- مقدمه:

بانک جهانی در یک بررسی سهم ثروت کشورها از منابع مختلف را مشخص کرده است. این بررسی در سال های ۱۹۹۵، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵ و برای بیش از ۱۵۰ کشور نشان می دهد که از حدود ۷۰۸ هزار میلیارد دلار کل ثروت جهان در سال ۲۰۰۵، بالغ بر ۵۴۲ هزار میلیارد دلار سهم منابع نامحسوس (سرمایه انسانی) است و تنها ۴۴ هزار میلیارد دلار از این ثروت عظیم سهم منابع طبیعی است. همچنین این بررسی مشخص می کند، در ۶۶ کشور ثروتمند که ۷۸٪ ثروت دنیا را در اختیار دارند، سرمایه انسانی به طور متوسط ۸۱ درصد ثروت آن ها را تشکیل می دهد و منابع فیزیکی و طبیعی هریک تنها ۱۶ و ۳ درصد سهم دارند. این وضع در ۴۳ کشور کم درآمد که تنها ۱ درصد ثروت جهان را در اختیار دارند به گونه ای متفاوت است؛ یعنی سهم منابع نامحسوس ۵۰ درصد، منابع فیزیکی ۱۴ درصد و منابع طبیعی ۳۶ درصد است. این نسبت ها در مورد ایران بسیار تامل برانگیز است. در حالیکه منابع طبیعی ایران ۵۴ درصد از ثروت کشور را تشکیل می دهد، گزارش بانک جهانی سهم منابع انسانی را از ثروت ایران ۱۲ درصد نشان می دهد که این میزان از میانگین کشورهای کم درآمد (۵۰ درصد) نیز بسیار کمتر است.

کشورهای صادرکننده مواد خام که ۴۴٪ از ثروت آن ها به منابع طبیعی اختصاص دارد فقط ۴٫۶٪ از کل ثروت جهان را دارا می باشند، کشورهای توسعه یافته که فقط ۱۷٪ از ثروت آن ها به منابع طبیعی اختصاص دارد، ۷۹٫۵٪ از کل ثروت جهان را در اختیار دارند و کشوری مثل ژاپن که تنها ۲٪ از ثروت آن به منابع طبیعی اختصاص دارد، ۸۰٪ از ثروتش به منابع انسانی تعلق دارد.



شکل ۱. سهم منابع ثروت در نقاط مختلف جهان<sup>۱</sup>

تمامی موارد مطروحه، گویای این امر است که هر چه کشور توسعه یافته تر و پیشرفته تر باشد، ارزش نیروی انسانی و استفاده از توان و تفکر آنها پر رنگتر است اما در کشور ایران علارغم داشتن نیروهای متخصص و توانمند، سهم نیروی انسانی از درآمد بسیار کم است به عبارتی از توانایی های نیروی انسانی استفاده کمتری میشود و همین امر مانع از کسب ایده و خلاقیت کارکنان و تحقق کارآفرینی گردیده است. از راههایی که میتوان از توانمندی ها و ایده های سازنده کارکنان در راستای کارآفرینی و ایجاد خلاقیت برای سازمانها بهره مند گردید، استفاده از نظام پیشنهادها است زیرا همیشه کارکنان سازمان در خصوص توانمندی ها، پتانسیل ها و مشکلات سازمان علی الخصوص موضوعاتی که در حوزه کاری خودشان هست بهترین

<sup>۱</sup> - فاطمی امین، سید رضا (۱۳۹۳) - کتاب مبانی مدیریت دانش هم افزا، ش ک ۳۷۴۰۹۱۴

نظرات را دارند اما به دلیل عدم استقبال مدیریت و یا عدم شرایط برای انتقال این نظرات، هیچ وقت این پیشنهادات مطرح نشده و به طرح ایده و کارآفرینی منتهی نمیگردد. لذا سازمانها میتوانند با تدوین نظامی کارآمد و با تلاش در جهت رفع کاستی های آن برای کارکنان ایجاد انگیزه نموده و با جمع آوری و استفاده صحیح از پیشنهادات، مشکلات را برطرف و ایده های مناسب را از حالت بالقوه به بالفعل مبدل نموده و با تحقق کارآفرینی، بازدهی را افزایش دهند همچنین با اعمال تشویق و ایجاد انگیزه بتواند کارکنان را علاقمند به استقبال از این رویه نمایند.

زیرا هر دو مقوله کارآفرینی و نظام پیشنهداها از یک مبدا نشات میگیرند چرا که هر دو در جستجوی راهی برای شناسایی فرصتها و بهره گیری بیشتر از منابع موجود با تاکید بر نیروی انسانی هستند. به هر حال نظام پیشنهداها بدون داشتن افراد خلاق و کارآفرین معنایی ندارد.

هدف اصلی نظام پیشنهداها، توانمند سازی کارکنان برای استفاده از تفکرآنان و در راستای پذیرش مسئولیت بیشتر از جانب کارکنان در راستای کمک به موفقیت و ارتقاء سازمانی میباشد.

## ۲- ادبیات تحقیق

### ۲-۱- نظام پیشنهداها<sup>۱</sup>

نظام یا سیستم پیشنهداها، تکنیکی است که می توان از فکر و اندیشه های کارکنان برای مسئله یابی، چاره جویی و حل مسائل و مشکلات سازمانی بهره جست. بر اساس نظام پیشنهداها کلیه کارکنان از عالیترین رده سازمانی تا پایین ترین سطح آن می توانند پیشنهداها، ایده ها، ابتکارات و نظرات خود را برای رفع نارسایی های موجود در روند کاری و یا بهبود روشهای انجام کار و یا افزایش کیفیت تولید ارائه دهند. البته نظام پیشنهداها فقط انتقاد نیست بلکه در آن راه چاره نیز ارائه می گردد. پیشنهداتی که به ایده و خلاقیت و در نهایت عملیاتی نمودن آنها و انجام کارآفرینی مبدل گردد.

در این نظام فقط به بیان مشکلات پرداخته نمی شود بلکه راه حلهای رفع مشکلات نیز ارائه می شود لذا از این طریق کارکنان می توانند به همه امور و فعالیتهای سازمان بپردازند و پیشنهداهای اصلاحی خود را بر اساس فرآیندی مشخص تدوین و ارائه نمایند. استقرار نظام پذیرش و بررسی پیشنهداها در یک سازمان، توجه و حساسیت کارکنان را به فرآیندهای کار بیشتر کرده و باعث مشارکت بیشتر کارکنان در سازمان شده و با افزایش مشارکت، خلاقیت و روحیه کارکنان، تقویت و راهکارهای عملی برای حل مسائل و مشکلات سازمان ارائه میگردد.

اما امروزه متأسفانه به دلایل مختلف نظام مشارکتی و پیشنهداها در سازمانها جایگاه خود را پیدا نکرده است. کارکنان در تصمیم گیریهای سازمان مشارکت داده نمی شوند و اگر در یک سازمانی نظام مذکور عملیاتی باشد، از طرف کارکنان استقبال نمی شود.

شاید از مهمترین دلایل عدم استقبال کارکنان از سیستم پیشنهداها، بی توجهی به نظرات و پیشنهداهای کارکنان بوده که نظرات و پیشنهداتی را مطرح کرده اند ولی به آنها بهایی داده نشده است. لذا برای کارکرد بهتر این امر در سازمان، ابتدا باید بسترسازی مناسب صورت گیرد تا ذهنیتی که از ارائه پیشنهداها دارند تغییر یابد.

### ۲-۲- اهداف نظام پیشنهداها:

استقرار سیستم پیشنهداها در سازمان منافع خوبی برای همه دارد. کارکنان، مدیران، سهامداران، مشتریان، جامعه، دولت و ... از جمله ذینفعان استقرار نظام پیشنهداها به شمار می روند. در سازمانهایی که نظام فوق را اجرا کرده اند دستاوردهای خوبی داشته اند از جمله:

□ اشاعه فرهنگ همکاری داوطلبانه و خود جوش

<sup>۱</sup> - Suggestions system

- بهبود روحیه و انگیزه کارکنان
- افزایش میزان خلاقیت، نوآوری و ابتکار
- تقویت مسئولیت پذیری و تعلق سازمانی
- بهبود بهره وری، کیفیت و ارائه بهتر خدمات پس از فروش
- افزایش توانمندسازی مدیران و کارکنان
- افزایش پویای و انعطاف پذیری
- گردش بهتر اطلاعات و اطلاع رسانی
- افزایش درآمدها و کاهش هزینه‌ها

بسیاری از صاحب‌نظران، هدف از استقرار نظام پیشنهادها در سازمان را افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها می‌دانند در حالی که هدف اصلی باید ایجاد انگیزه، رضایت شغلی و ایجاد زمینه‌های مناسب برای تعامل گروهی بوده که به دنبال خود افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها را هم فراهم می‌آورد. فرصتهایی که خلاقیت و نوآوری از طریق سیستم پیشنهادات ایجاد می‌کند باعث نشاط کارکنان در کار شده و روحیه کارکنان را بهبود می‌بخشد. رشد و پیشرفت هر شرکت و سازمانی را وجود نیروهای با انگیزه، خلاق و نوآور رقم می‌زنند.

پس هدف اصلی نظام پیشنهادها بر خلاف تصور عوام، رفع مشکلات نیست بلکه ایجاد انگیزه و کسب ایده‌ها و خلاقیت کارکنان در راستای بهبود عملکرد که در نهایت به کارآفرینی منتهی می‌گردد.

از اینرو برای اجرا و عملی نمودن نظام پیشنهادها در سازمان، یک روش واحدی وجود ندارد لذا باید اقدامات و فعالیتهایی را برای بهینه کردن این نظام در سازمان انجام داد از جمله برای اجرای خوب نظام پیشنهادات بستر سازی و آماده سازی مدیران و کارکنان امری ضروری است با توجه به اینکه نظام فوق بر اساس خواست و اراده کارکنان صورت می‌گیرد و یک وظیفه شغلی و کاری نبوده و به مشارکت داوطلبانه کارکنان بستگی دارد با ابلاغ آئین‌نامه، دستورالعمل و بخش نامه عملی نمی‌شود بلکه باید به طریقی کارکنان را برای بسترسازی تشویق و ترغیب نمود.

یکی از بسترسازی های مهم در ارتقاء نظام پیشنهادها، توجه به مقوله آموزش و اطلاعات نیروی انسانی است امروزه با توجه به حجم زیاد اطلاعات، بخشنامه‌ها، مصوبه‌ها، تفاهم‌نامه‌ها و ... کارکنان ممکن است از تمامی جوانب کاری اطلاع کافی نداشته باشند همچنین با توجه به رواج تحصیلات تکمیلی بین کارکنان سازمانها، بسیاری از آموزش های مرتبط با رشته تحصیلی در محیط دانشگاهی انجام می‌گیرد لذا باید شرایطی فراهم گردد که تجهیز آموزش و اطلاعات کارمندان براساس نیازمندیهای شغلی صورت گرفته تا بدین طریق بتوان از توانمندی کارکنان در ارائه پیشنهادات اثر بخش استفاده نمود.

## ۲-۳- نیروی انسانی و مشارکت در سازمان:

نیروی انسانی به لحاظ برخورداری از قدرت اندیشه، خلاقیت و نوآوری بزرگترین دارایی هر سازمانی محسوب می‌شود، چرا که هرگونه بهبود و پیشرفت در سیستمهای فنی و سازمانی توسط نیروی انسانی صورت می‌گیرد. توان فکری و اندیشه‌های کارکنان در سازمان به عنوان سرمایه نهفته و راکد می‌باشد هر سازمان و مدیریتی بتواند از این سرمایه‌های نهفته بیشترین استفاده را بکند به همان اندازه امکان رشد و توسعه میسر خواهد شد. نیروی انسانی بر خلاف سایر منابع با مصرف کردن کاهش نیافته و یا مستهلک نمی‌شود هر چقدر از اندیشه و فکر وی بیشتر استفاده نماید بهمان اندازه توانایی اش بهبود می‌یابد. از طرف دیگر مشارکت یکی از نیازهای فرا مرتبه انسانها به شمار می‌رود که ریشه در فطرت بشری دارد. افرادی که در امور و فعالیتهای سازمان شرکت نمایند و از اندیشه و فکر پاک استفاده کنند علاوه بر پیشرفت سازمان در تعالی خویش نیز گام برداشته‌اند. از سوی دیگر برای بهبود بهره‌وری از مکانیزم‌های مختلف استفاده می‌کنند که یکی از مکانیزمهای مدیریتی، بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف مدیریت مشارکتی است. مشارکت راهکاری است که به کارکنان اجازه داده می‌شود به جای اینکه

همیشه مدیریت و رهبری شوند از توانایی های خود بهره گیرند، فکر کنند و قوه خلاقیت خود را به کار اندازند و در تصمیم‌گیریها مشارکت و دخالت داشته باشند.

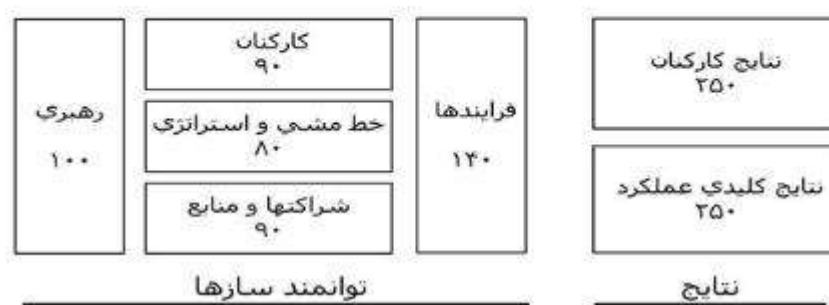
کارکنان با انگیزه، توانایی های بیشتری داشته و می توانند در سازمان خلاقیت و نوآوری را افزایش دهند. بزرگترین پشتوانه جهت اعمال مدیریت مشارکتی، تعهد و اعتقاد مدیران سازمانها است. تا زمانی که مدیریت سازمان اعتقاد به مشارکت کارکنان نداشته باشد مدیریت مشارکتی تحقق پیدا نخواهد کرد.

مکانیزم های متفاوتی برای عملی کردن مدیریت مشارکتی وجود دارد که عمده‌ترین تکنیک برای مشارکت کارکنان استقرار نظام پیشنهادات در یک سازمان است. (آنکه بیشتر مشورت می‌کند کمتر اشتباه می‌کند)

از موارد اساسی در مدل ارزیابی نظام پیشنهادات، توجه به مقوله توانمند سازی میباشد که برآیندی از عمل مدیران و کارکنان سازمان است و بصورت مستقیم بر نتایج مورد انتظار اثر میگذارد لذا با هدف بهبود ارتقاء نتایج نهایی، ضروری است تا عوامل موثر بر توانمند سازی مورد بررسی قرار گیرد.

بارون و هانینگتون<sup>۱</sup> تعدادی از این ویژگیها را برشمرده اند:

### معیارهای مدل ارزیابی نظام پیشنهادات



شکل ۲. معیارهای مدل ارزیابی نظام پیشنهادات<sup>۲</sup>

براساس مدل فوق، عوامل زیادی بر بهره‌وری نیروی کار و بازدهی آنها اثر گذار است لذا از بین تمامی این عوامل، براساس مطالعات و تحقیقات صورت گرفته، مبحث آموزش و اطلاعات از جایگاه و مزیت بالاتری برخوردار است.

اگر به مقوله آموزش و اطلاعات توجه ویژه شود نتایج نظام پیشنهادات به کسب ایده و کارآفرینی منتهی خواهد شد لذا در ذیل اشاره ای مختصر به موضوع کارآفرینی شده است تا با اشراف بیشتر بر مقوله فوق، نقش آموزش بر نظام پیشنهاداتی کارا که منجر به کارآفرینی گردد مورد بررسی قرار گیرد.

کارآفرینی:

کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که هم زمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است (سعیدی مهرآبادی و مهدی، ۱۳۸۷). ریچارد کانتیلون (1730 میلادی) با تقسیم عوامل اقتصادی به سه گروه مالکان زمین، عوامل اقتصادی دستمزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که ضمن قبول ریسک در بازار فعالیت می‌کنند، برای اولین بار کارآفرین را به عنوان یکی از عوامل مطرح در توسعه فعالیت های اقتصادی

<sup>۱</sup> - Baron Jewelry - Huntington

<sup>۲</sup> - سید نقوی، میرعلی و عباس پور، حسین (۱۳۹۲)، تحلیل رابطه توانمندی و خلاقیت نیروی انسانی با فرهنگ سازمانی، پژوهشکده الکترونیکی مدیر یار، پایگاه جامع مدیریت

مطرح کرد، پس از وی ژوزف شومپیتر اقتصاددان برجسته ی اوایل قرن بیستم، کارآفرینی را به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی معرفی کرده و به بررسی جنبه های مختلف آن پرداخت. مطالعات او در مورد توسعه ی اقتصادی و کارآفرینی، تأثیر به سزایی بر تحقیقات بعدی داشته است، به نحوی که وی را پدر علم کارآفرینی مینامند.

کارآفرینی همواره مبنای تحولات و پیشرفت های بشری بوده است و تعاریف زیاد و متنوعی از آن شده است. دانشمندان علوم اجتماعی، روان شناسی، اقتصادی و مدیریت هر یک تعاریف خاصی برای کارآفرینان دارند؛ اما آن چه در اکثر آن ها می توان مشاهده کرد، این نکته است که کارآفرینان محور توسعه اقتصادی بوده و با تخریب روش کهن و ناکارآمد قبلی و جایگزینی آن ها با شیوه های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی، پویایی و حیات می بخشند.

پیتر دراگر معتقد است کارآفرینی همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استاندارد سازی محصول، به کارگیری ابزارها و فرآیند طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار است. او کارآفرینی را یک رفتار می انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد.

جفری تیمونز، کارآفرین را ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ می داند؛ بنابراین کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا می باشد و توان پیدا کردن خلأ و فرصت ها را دارد و می تواند در جامعه از طریق پرورش و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش آفرینی از هیچ نماید دقیقاً مشابه با انتظاراتی که از نظام پیشنهادها وجود دارد. به عبارتی بر اساس توضیحات فوق، میتوان اینگونه گفت که نظام پیشنهادها میتواند موتور محرکه قوی برای کارآفرینی باشد.

## ۲-۴ ویژگی های کارآفرینان

همواره دانشمندان در پی آن بوده اند که بتوانند وجه تمایز بین کارآفرینان را از دیگر اقشار جامعه مشخص کنند. تحقیقات نشان می دهد که ویژگی های مشترک قابل تأملی بین کارآفرینان وجود دارد. البته این ویژگی ها منحصر به فرد نبوده و هر یک از کارآفرینان بالقوه و یا بالفعل به یک نسبت از این ویژگی ها و قابلیت ها برخوردار نیستند.

به ۱۰ مورد از ویژگی هایی که «تامپسون»، «هیستریچ» و «پیترز» (۱۹۹۸) ذکر کرده اند، اشاره می شود:

۱- کارآفرینان افرادی هستند که تفاوت ایجاد میکنند، در واقع آنها بطور خلاقانه فرصت هایی را برای کسب و کار ایجاد می نمایند.

۲- کارآفرینی، تشخیص و استفاده مطلوب از فرصت ها می باشد.

۳- کارآفرینان با هدف دست یابی به منافع مورد نیاز برای استفاده از فرصت ها به شدت تلاش می کنند.

۴- کارآفرینان از طریق ارائه محصولات خدمات یا شیوه های جدید، ارزش ایجاد می کنند.

۵- کارآفرینان ایجاد کننده شبکه های مطلوب منابع، امکانات مالی، ابتکارات، شبکه های اجتماعی هستند.

۶- کارآفرینان شناخت دقیق از چگونگی و چرایی فرصت ها و جایگاه خود دارند. (شرایط ابهام)

۷- کارآفرینان خود، سرمایه ایجاد می کنند، این سرمایه به شکل های مختلفی نظیر سرمایه مالی، اجتماعی و هنری می باشد.

۸- کارآفرینان خطرپذیرند و توانایی اداره ریسکهای مختلف را دارند.

۹- کارآفرینان در مقابل سختی ها و مشکلات، خویشتن دار و مقاوم هستند.

۱۰- کارآفرینان مستلزم خلاقیت و نوآوری است و این دو از عناصر اصلی آن است.

عمده ویژگی های شخصیتی و روان شناختی کارآفرینان را میتوان نیاز به توفیق، مخاطره پذیری، خلاقیت و نوآوری، مسئولیت پذیری، استقلال طلبی، بصیر و کاردان، پر تلاش، داشتن اعتماد به نفس بالا و هم چنین دستاورد گرا و هدف گرا نام برد.

لذا با توجه به توضیحات کارآفرین و کارآفرینی، این امر اثبات میگردد که نظام پیشنهادها و کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگر بوده و تلفیق آنها در کنار هم میتواند انتظارات موجود را برآورده سازد زیرا با استفاده از نظام پیشنهادها شرایطی فراهم میگردد تا کارکنان مسلط هر بخش، ایده ها و خلاقیت های کاری مرتبط با تخصص خود را در راستای استفاده موثر، ارائه نموده و

همچنین براساس موارد مطروحه، آموزش رکن اساسی هر دو موضوع میباید از اینرو با تکیه بیشتر بر مقوله آموزش، اثر آن بر کارایی موارد فوق بصورت دقیق تر بررسی میگردد.

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم بر کمیت و کیفیت عرضه کارآفرین در یک جامعه اثر می‌گذارد، به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها به ویژه در کشورهای پیشرفته تا حد امکان موانع و مشکلات برطرف شده‌اند و دولت‌ها به شکوفا کردن توان بالقوه مردم پرداخته اند. در چارچوب این مجموعه اقدامات است که در بسیاری از کشورها هدف‌های گوناگون اقتصادی اجتماعی دولت مانند افزایش صادرات و توسعه مناطق محروم تحقق می‌پذیرد.

مطالعات صورت گرفته از مدل‌های ریاضی بیانگر این است که در سازمانها آماری متن پیرامون میزان آموزش و نتایج آن بر بازدهی کارکنان وجود ندارد همچنین تمامی سازمانها از حیث موضوع مورد بررسی شرایط یکسان و برابر ندارند لذا برای اینکه نتایج تحقیق بتواند به تمامی نیروی انسانی بسط داده شود، از آمار رسمی و بین المللی استفاده گردیده است از اینرو در پژوهش پیش رو شاخص توسعه انسانی بعنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. همچنین نظر به بررسی جایگاه آموزش بر نیروی انسانی، متغیرهای آموزش و تولید ناخالص داخلی بعنوان متغیرهای مستقل بررسی گردیده است.

فرضیه تحقیق بر این امر استوار است که آیا آموزش اثری بر شاخص توسعه دارد. این بررسی در حوزه جهانی و بر اساس عملکرد کشور ایران است. در صورتی که این فرضیه به اثبات برسد، در جوامع کوچکتر نیز فرضیه مذکور برقرار است علی‌الخصوص در اقتصاد ایران و در مواجهه با سایر سازمانها.

از سال ۱۹۹۰، هر ساله گزارشی با نام گزارش توسعه انسانی توسط برنامه توسعه ملل متحد منتشر میشود. شاخص توسعه انسانی ترکیبی از سه معیار پایه از توسعه انسانی یعنی زندگی طولانی و سالم، دسترسی به دانش و معرفت و سطح زندگی مناسب است برای سنجیدن موفقیت در هر کشور و در آن کشورها در شاخصهای مختلفی مانند شاخصهای آموزشی، بهداشتی، اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی، سیاسی و... مورد مقایسه قرار گرفته و رتبه بندی می شوند. اندازه این شاخص همواره بین صفر و یک قرار دارد. کشورهایی که اندازه شاخص توسعه انسانی آنها  $0/9$  و بیشتر باشد دارای توسعه انسانی خیلی بالا، کشورهایی که اندازه شاخص توسعه انسانی آنها بین  $0/8$  و  $0/9$  باشد دارای توسعه انسانی بالا، کشورهایی که دارای اندازه  $0/5$  تا کمتر از  $0/8$  هستند دارای توسعه انسانی متوسط و کشورهای دارای اندازه کمتر از  $0/5$  دارای توسعه انسانی پائین تلقی می شوند. در اولین گزارش این سازمان آمده است: مردم، یعنی نیروی انسانی، ثروت واقعی هر ملتی را تشکیل میدهند.

بنابراین از مهمترین مباحث در ارزیابی توسعه یافتگی یک کشور، توجه به مقوله نیروی انسانی بوده که تحت عنوان توسعه یافتگی مطرح می گردد. در راستای تحلیلی منطقی پیرامون موضوع و نظر به بسط دادن نتایج کار به سایر سازمانها و تحقق مقوله کارآفرینی، برآنیم تا شاخص HDI از منظر دو نهاد GDP و آموزش به روش منطق فازی برای کشور ایران و طی سالهای ۲۰۰۵-۱۹۹۵ برآورد گردد لذا به ارائه جایگاه ایران در توسعه انسانی با رویکرد متغیرهای مورد نظر، پرداخته می شود.

### ۳- مدل و فرضیه های تحقیق

#### ۳-۱- نظریه مجموعه فازی و منطق فازی:

این نظریه در سال ۱۹۶۵ توسط دکتر لطفی عسکرزاده ریاضیدان ایرانی الاصل دانشگاه برکلی مطرح شد. این نظریه برای تصمیم در شرایط عدم اطمینان است این نظریه میتواند بسیاری از مفاهیم و سیستمهایی را که نا دقیق و مبهم است را (چنانچه اکثرا در عالم واقع چنین است) صورتبندی ریاضی کند و شرایط را برای استدلال استنتاج کنترل و تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان فراهم آورد.

همچنین مجموعه فازی به مفاهیم و متغیرهای زبانی تقسیم بندی میشود به عنوان مثال قیمت یک مفهوم است و قیمت بسیار بالا یک متغیر زبانی است. متغیرهای زبانی غالبا متقارن بوده و یک واژه میانی از دو کران ما قبل و ما بعد خود را توصیف میکند. منطق کلاسیک یا دو دویی یا باینری منطقی است که در آن گزاره ها فقط ارزش راست یا دروغ را دارد که به آن منطق  $[0,1]$  گویند. منطق چند مقدره منطقی است که علاوه بر  $[0,1]$  چند مقدار دیگر را نیز اختیار میکند. منطق بی نهایت

مقداره که در این منطق ارزش گزاره ها میتواند هر مقدار عدد حقیقی بین ۰ تا ۱ باشد منطق فازی در واقع نوعی منطق بی نهایت مقداره است که در واقع روشی ابتکاری برای بیان رفتار مطلوب سیستم ها با استفاده از زبان روزمره است (دقیقا مصداق اظهار نظر در خصوص جایگاه آموزش و اطلاعات نیروی انسانی در سیستم های مالی). ولی منطق فازی درستی هر چیزی را بر اساس یک عدد که مقدار آن بین ۰ یا یک است نشان داده می شود مثلا اگر رنگ سیاه عدد ۰ و رنگ سفید عدد ۱ باشد رنگ خاکستری عددی نزدیک ۰ است منطق فازی در واقع همین رنگ خاکستری است.

برای انجام، گروهی از عملگرها را تعریف میکنیم به عنوان مثال عملگر MAX جای اجتماع را میگیرد و min جای اشتراک را میگیرد اجتماع A و B یک مجموعه فازی در U است که با AUB نشان داده شده و تابع تعلق آن بدین شکل تعریف میشود.

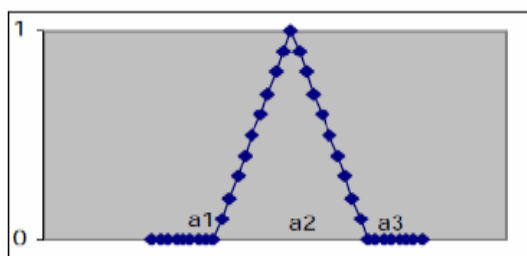
$$\mu(X)=MAX\{\mu_A(X),\mu_B(X)\} \text{ AUB}$$

$$\mu_{AnB}(X)=min\{\mu_A(X),\mu_B(X)\}$$

معمولترین فرم توابع عضویت فازی تابع مثلثی است که شامل توابع خطی افزایشی و کاهششی در فرم مثلث میباشد تعریف آن به شرح زیر است

عدد فازی  $A=\{a_1, a_2, a_3\}$  با فرض  $a_1 \leq a_2 \leq a_3$  یک تابع عضویت مثلثی است که به صورت زیر نوشته میشود.

$$\mu_A(x) = \begin{cases} 0 & ; x \leq a_1 \\ (x - a_1) / (a_2 - a_1) & ; a_1 \leq x \leq a_2 \\ (a_3 - x) / (a_3 - a_2) & ; a_2 \leq x \leq a_3 \\ 0 & ; x > a_3 \end{cases}$$



شکل ۳. تابع عضویت مثلثی

هدف مدل، برآورد رتبه ایران از نظر توسعه انسانی براساس شاخص HDI است لذا برای سادگی ما در این روش از دو متغیر علی استفاده میکنیم دو عاملی که در بدست آوردن شاخص HDI مورد توجه ویژه قرار میگیرد GDP و شاخص آموزش است انتخاب این دو متغیر (نهاده) تحقیق از متخصصان نیروی انسانی علی الخصوص حوزه کارآفرینی بوده است؛ بنابراین در هر حالتی انتظار همراهی مثبت میان متغیرهای علی و اندازه HDI را داریم یعنی به زبان فازی اگر GDP و شاخص آموزش در اقتصاد بالا باشد انتظار داریم که شاخص HDI بزرگتر شود. در نتیجه لازم است از مومن حساسیت صورت گیرد تا استحکام نتایج در مقابل این انتخابها یا انتخابهای دیگر معین گردد در این رویکرد مجموعه فازی را که با مقادیر دو متغیر علی همراه است مشخص کرده انگاه برای هر متغیر در هر سال مقادیر همراهی را به سطوح ذهنی متناسب میکند و سپس قواعد تصمیم گیری ۱ را برای تعیین سطحی برای شاخص HDI با استفاده از عملگرهای فازی مورد استفاده قرار میدهد.

۴- روش تخمین:



چندین راه برای ایجاد یک مقدار پایه وجود دارد تا با آن منظورمان از بالا-پایین ... را مشخص کنیم در اینجا ما یک مقدار میانگین متحرک برای GDP و آموزش مورد استفاده قرار می‌دهیم. تاثیر این دو متغیر روی اندازه HDI مثبت است یعنی طی افزایش در هر کدام از شاخص‌ها GDP و آموزش مقدار HDI افزایش پیدا می‌کند. در این روش ابتدا مقدار نرمال را برای هر کدام از مقادیر آموزش و درآمد سرانه طی سالهای ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۵ محاسبه می‌کنیم.

#### آموزش

VL	L	N	H	EX
-2SD	-1SD	میانگین	+1SD	+2SD
0/6542	0/7088	0/763	0/8179	0/8724

#### GDP

به این ترتیب هر مجموعه با ۵ عدد برای GDP و آموزش برای هر سال مورد بحث است اما این دو مجموعه را در ادامه بحث،

VL	L	N	H	EX
-2SD	-1SD	میانگین	+1SD	+2SD
0/6445	0/6684	0/6922	0/7161	0/7399

نقاط شکست می‌نامیم به عنوان مثال نقاط شکست برای شاخص آموزش عبارتند از: ۰/۷۰۸۸-۰/۷۶۳-۰/۸۱۷۹-۰/۸۷۲۴-۰/۹۲۷۴.۰/۶۵۴۲

که مقدار ۰/۷۶۳ میانگین آموزش در دوره زمانی مورد بررسی، به همین ترتیب ۰/۷۱۶۱ مقدار میانگین بعلاوه دو واحد انحراف معیار در این نمونه خاص است سپس مقادیر داده‌ها را با رده‌های اندازه‌ها مرتبط می‌کنیم.

منطق فازی یا چند ارزشی از مجموعه‌های منقطع که اعضای آن به وسیله سطوح یا درجات همراهی نه به وسیله وضعیت "همه یا هیچ" تعریف می‌شود بنابراین یک مقدار GDP یا آموزش می‌تواند با بیش از یک مجموعه همراه کرد. در منطق فازی برقرای سطوح همراهی به وسیله توابع عضویت انجام می‌پذیرد مثلاً مقدار GDP در سال ۲۰۰۵ بیشتر به بسیار بالا نزدیک است تا بالا به عبارت دیگر وزنها به طور معکوس به فاصله مرتبط می‌گردد این کار را به وسیله تابع عضویت به صورت  $W_i = X_j$  تعریف کرده  $W_i$  تابع عضویت فازی برای سطوح همراهی اولیه  $X_i$  و سطح همراهی دوم  $X_j$  است و مقدار واقعی  $\hat{X}$  را مورد بررسی قرار داده است.

$$0/7161 = \frac{|0/7399 - 0/73|}{0/0239} = 0/414225941\mu$$

$$0/7399 = \frac{|0/7161 - 0/73|}{0/0239} = 0/581589958\mu$$

VL	L	N	H	EX
0/000	0/000	0/000	0/414225941	0/581589958

$$0/763 = \frac{|0/8179 - 0/79|}{0/055} = 0/507272727\mu$$

$$0/8179 = \frac{|0/763 - 0/79|}{0/055} = 0/490909\mu$$

VL	L	N	H	EX
0/000	0/000	0/5072727	0/490909	0/000

تابع عضویت فازی که در قسمت فوق استفاده کردیم مشاهده را به دو سطح مقدار منتسب می‌کند که مجموعه وزنها برابر ۱ است مقدار ۱ با هر سطحی منتسب شود نشانه عضویت کامل در حالی که مقدار ۰ عدم عضویت محض را نشان می‌دهد

سطح همراهی<sup>۱</sup> و قواعد تصمیم<sup>۲</sup>:

سپس قواعد تصمیم گیری را به وجود می آوریم که معین می کند چه طور سطح ویژه همراهی برای GDP و آموزش با هم ترکیب می شود تا سطوح همراهی برای HDI ایجاد گردد این قواعد بنا به ضرورت دلخواهانه است اما روشی که به ان منتسب می کنیم را می توان در جدول زیر مشاهده کرد

ردیف	GDP	آموزش	HDI	درجه
۱	E	E	VB	1
۲	E	H	VB	0/8
۳	E	N	S	1
۴	E	L	S	0/8
۵	E	VL	A	0/8
۶	H	E	VB	1
۷	H	H	B	1
۸	H	N	B	0/8
۹	H	L	A	1
۱۰	H	VL	S	1
۱۱	N	E	B	1
۱۲	N	H	B	0/8
۱۳	N	N	A	1
۱۴	N	L	S	0/8
۱۵	N	VL	S	1
۱۶	L	E	B	1
۱۷	L	H	A	1
۱۸	L	N	S	0/8
۱۹	L	L	S	1
۲۰	L	VL	VS	1
۲۱	VL	E	A	0/8
۲۲	VL	H	S	0/8

1- Break point  
2- Decision rule

۲۳	VL	N	S	1
۲۴	VL	L	VS	0/8
۲۵	VL	VL	VS	1

E= خیلی بالا، H= بالا، N= نرمال (معمولی)، L= پایین، VL= خیلی پایین  
 VB= خیلی بزرگ، B= بزرگ، A= متوسط، S= کوچک، VS= خیلی کوچک

این جدول با ملاکهای ساده تصمیم گیری (اگر - انگاه) تفسیر می شود مثال د رسال GDP- 2005 با "بالا" و "بسیار بالا" منتسب است بنابراین با استفاده از قاعده ۶ در بالا میگوییم میزان HDI بسیار بزرگ است، ساخت قواعد جدول تا حدودی اختیاری است قواعد پایه (1,7,13,19,25) را میتوان مستقیماً منتسب کرد سپس با روش لیندستروم<sup>۱</sup> ۱۹۸۷ برای منتسب کردن بقیه به طور متقارن استفاده شود. ستون درجه در جدول فوق درجه کمی شدن همراهی برای سری HDI را بدست می دهد

#### ۵- یافته های مدل:

آخرین مرحله تحلیل شامل استخراج سریهای عددی برای HDI است این کار با منتسب کردن مقادیر ۰/۲۵\_۰/۵\_۰/۷۵\_۱ به سطوح بسیار کوچک و متوسط و بزرگ و بسیار بزرگ برای HDI صورت میگیرد که اینجا به وسیله سطوح ذریبط همراهی وزن دار شده اند. برای هر مشاهده GDP و آموزش حداکثر دو مقدار همراهی وجود دارد بنابراین حداکثر ۴=۲\*۲ قاعده تصمیم گیری برای هر مقدار HDI که ایجاد میشود فعال خواهد بود. در اینجا عملگرهای فازی min و MAX به جای عملگرهای معمولی AND و OR عمل میکنند بنابراین در 2005 مقادیر انتسابی برای ۴ سطح متفاوت از اندازه ها به قرار زیر است

	H	EX
GDP	0/414225941	0/581589958
	N	H
آموزش	0/507272727	0/49090909

برای سال ۲۰۰۵ مقدار ۴ سطح همراهی وجود دارد که ۴ ترکیب ممکن را در موارد زیر تشکیل میدهد

همراهی HDI	سطح HDI	قاعده تصمیم گیری	آموزش/GDP
	$B:0/8*0/414225941=0/331380752$	8	1-H/N
	$B:1*0/414225941=0/414225941$	7	2-H/H
خارج میشود	$S:1*0/507272727=0/507272727$	3	3-EX/N
	$0/8*0/49090909=0/3927270$	2	4-EX/H

از قواعد تصمیم گیری مندرج در جدول قبل هر ترکیبی از سطح GDP و آموزش با یک سطح اندازه برای HDI همراه با یک درجه VS خیلی کوچک S کوچک A متوسط B بزرگ VB خیلی بزرگ منتسب میگردد نخستین ترکیب برای GDP بالا

<sup>1</sup> - Lindstrom

و آموزش نرمال را منتسب میکند تا سطح B بادرجه ۰/۸ برای سری HDI به دست آید سطح بالا برای GDP, 0/414225941 و سطح نرمال برای آموزش، 0/5072727 استفاده از عملگر AND (min) به انتخاب مقدار کمتر 0/414225 منجر میشود تا در مقدار درجه برای سطح HDI که در اینجا ۰/۸ است ضرب میشود ستون سوم تحت عنوان درجه یا سطح HDI محاسبات را تا این نقطه نشان میدهد که سطح B برای HDI با درجه ۰/۸ منتسب میگردد این درجه در، min مقدار GDP بالا یا آموزش نرمال که در اینجا برابر با ۰/۴۱۴۲۲۵۹۴۱ است ضرب میشود. آخرین ستون استفاده از عملگر OR (min) فازی را در بر دارد برای سال ۲۰۰۵ قواعد تصمیم گیری ۸ و ۷ فعال میشود که هر دو به سطح B (بالا) منجر میگردد و این سوال را پیش می آورد که کدام بالا باید انتخاب گردد زیرا هر دو نمیتوانند در آن واحد صحیح باشند عملگر OR که در اینجا به کار میرود مقدار بزرگتر ۰/۴۱۴۲۲۵۹۴۱ را بر میگیرند و بنابراین مقدار ۰/۳۳۱۳۸۰۷۵۲ را نادیده میگیرند در پایان باید مقادیر را برای HDI بدست آوریم این مقادیر ۰-۰/۲۵-۰/۵-۰/۷۵-۱ است که برای مقادیر بسیار کوچک \_کوچک\_ متوسط \_بزرگ\_ بسیار بزرگ است مجدداً به مثال 2005 برمیگردیم و به طریق زیر عمل میکنیم

	ارزش	وزن
B	0/414225941	0/75
S	0/5072727	0/25
VB	0/3927272	1

$$\frac{0/414225941 * 0/75 + 0/5072727 * 0/25 + 0/3927272 * 1}{0/414225941 + 0/5072727 + 0/3927272} = 0/630$$

این نشان میدهد که مقدار شاخص HDI در ایران معادل ۰/۶۳۰ است در تحقیق صورت گرفته، منطق فازی به لحاظ روند اجرا و نحوه عملکرد، به بررسی دو نهاده آموزش و تولید ناخالص داخلی پرداخته است که بر اساس محاسبات انجام گرفته شاخص توسعه انسانی در ایران با استفاده از منطق فازی معادل ۰/۶۳۰ برآورد گردیده است که با نتایج ارائه شده از سایر روشها و محاسبات تشابه نزدیکی دارد. بنابراین فرضیه مدل در خصوص نقش آموزش بر بهره وری نیروی انسانی اثبات میگردد. همانطور که توضیح داده شد با استناد به نتایج مدل، آموزش و مقوله اطلاعات نیروی کار میتواند سبب ارتقاء بهره وری گردد لذا بعد از اینکه اثر آموزش بر بهره وری نیروی انسانی اثبات گردید بنابراین آموزش میتواند نقش اثر گذاری بر نیروی انسانی داشته باشد از اینرو نیروی انسانی با استفاده از آموزش و افزایش اطلاعات میتواند مقوله نظام پیشنهادها را به نحوی عملی و موثر انجام داده و موثر بودن آن با تحقق کارآفرینی نمودار میگردد زیرا اگر کارآفرینی مبتنی بر نظام پیشنهادها ایجاد گردد نشان از اطلاعات و آموزش صحیح کارکنان بوده به نحوی که آموزش آنها به ایجاد ایده و خلاقیت منتهی گردیده است. به عبارتی سازمان های آگاه می دانند که دانش، سرمایه ای فکری است که با گذشت زمان تغییر می کند و اگر به طور موثری بکار گرفته شود، می تواند وضعیت رقابتی سازمان را حفظ نماید. استفاده از کل منابع فکری سازمان، میتواند مزایای مالی و معنوی قابل توجه در پی داشته باشد. از اینرو دانش محور بودن ارتباط تنگاتنگ، با میزان بهره وری در یک سازمان و مقوله آموزش دارد<sup>۱</sup>

همین امر موجب شده تاسایر سازمانها در حوزه رقابت بتوانند از این حیث پیشرفت کنند. در واقع آن ها از طریق سبک های نوین آموزش، یادگیری خود را افزایش داده اند و این امر شرایط بهبود فرآیند کسب و کار آن ها را موجب شده است. در سال ۱۹۷۹، حسابداری سوئدی به نام کارل اریک سیوبی که بعدها به عنوان یکی از بنیانگذاران علم مدیریت دانش معرفی شد با پرسشی بزرگ روبه رو شد. دفاتر حسابداری (ارزش دفتری) یکی از شعبه های سازمانی معروف که او در آنجا کار می

<sup>۱</sup> -Denison,2000, 117

کرد، تنها یک کرون ارزش را نشان می داد، در حالی که ارزش واقعی سازمان، به مراتب بیش از اینها بود. در این هنگام، او متوجه شد که ترازنامه مالی شرکت او، تنها ارزش دارایی فیزیکی آن (که شامل چند میز و ماشین تحریر بود) را نمایش می دهد در حالیکه ارزش واقعی سازمان به شایستگی کارکنان آن و چیزی را که جمع کارمندان سازمان به عنوان یک فکر و مغز جمعی تشکیل می دادند، وابسته است.

هم زمان با رشد ایده دانش به عنوان منبع استراتژیک در قرن 21، دانش به مثابه یک مزیت رقابتی مهم در سازمان های پیشرو، مورد توجه جدی قرار گرفت. از این رو چندی است که بسیاری از دانشمندان علم مدیریت و سازمان، تلاش هایی را برای نظام مند کردن استفاده از دانش در سازمان از راه ایجاد باب جدیدی در مدیریت با عنوان «مدیریت دانش» آغاز کرده اند به دنبال این تحول دانشی، آموزش در سازمان از اهمیت به سزایی برخوردار شده است و سازمان ها به منظور بالندگی بیشتر همواره در مسیر استفاده از ابزار آموزش به منظور افزایش دارایی ناملموس خود هستند.

ابعاد مختلف آموزش می تواند در یادگیری سازمانی نقش بسزایی داشته باشد و افزایش بهره وری در یادگیری سازمانی به افزایش مضاعف کارایی در کل سیستم منجر می گردد.

موضوع مدیریت دانش یکی از موضوعات مهم مدیریتی است و به تبع آن، پیچیدگی هایی نیز دارد. زیرا یک مدیر موفق اگر میخواهد هر روز با ایده و خلاقیتی موثر از سوی کارکنان مواجه گردد، باید علاوه بر مدیریت کارکنان به مدیریت آموخته های آن ها نیز بپردازد که این فرآیند نقطه عطف یک مدیر در سازمان است. اهمیت کار زمانی دوچندان می گردد که این مدیریت در کنار مقوله یادگیری سازمانی خودنمایی کند.

عوامل مدیریت منابع انسانی، استراتژی ها و سیاست های دانش محور مبتنی بر کار آفرینی، به ترتیب کلیدی ترین عوامل موفقیت مدیریت دانش هستند که باعث افزایش یادگیری در بین کارکنان می شوند. لذا در صورتی که بخواهیم از طریق عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش، باعث افزایش یادگیری سازمانی در بین کارکنان شویم، باید این عوامل بطور موفقیت آمیزی در سازمان مورد نظر استقرار یابند. بنابراین سه عامل فوق نقش کلیدی در افزایش یادگیری سازمانی کارکنان ایفا می کنند.

فلسفه وجودی واحدهای آموزش در سازمانها و بنگاهها عمدتاً به دلیل عدم امکان تربیت نیروی انسانی هماهنگ با مهارت های مورد نیاز سازمانها در نظام آموزش عالی است؛ به عبارت دیگر در حال حاضر نمیتوان از دانشگاه انتظار داشت تا نیروی انسانی با مهارت های کاربردی خاص و ویژه را تربیت کند. بلکه دانشگاه برای هر رشته، مفاهیم و دانش مرتبط آن رشته را در سطح کلی و پایه انتقال میدهد. از سوی دیگر سازمان با توجه به این که مواد پایه آن رشته در دانشگاه انتقال داده شده است، نیروی انسانی خود را به تناسب نیاز و شرایط حاکم بر آن صنعت جذب و تربیت میکند و حتی بسیاری از آموزشها، آموزش در حین کار و یادگیری ضمن انجام کار است که نظام آموزشی و پژوهشی سازمانها مسئولیت اجرای آن را برعهده میگیرند. همین نیازهاست که سازمانها را به داشتن یک سیستم آموزشی توانمند ترغیب میکند. از سویی اگر سازمانها بخواهند از اطلاعات و آموزشهای کارکنان خود، کسب ایده نموده و از کارآفرینی آنها منتفع گردند، لازم است تا بخشی از فرآیند آموزش را متقبل شده تا با پرورش استعدادها و توانایی های کارکنان خود، از ایده ها و خلاقیت های آنان به نفع سازمان مربوطه، بهره برداری نمایند. بنابراین آموزش کارکنان میتواند ابعاد و زوایای متفاوتی داشته باشد که اهم آن عبارتند از<sup>۱</sup>:

<sup>۱</sup> - یافته های تحقیق



لذا آموزش های سازمان باید در جهت پرورش ایده و استفاده از توان خلاقیت کارکنان باشد یکی از بهترین استفاده هایی که میتوان از آموزش کرد، ارتقاء نظام پیشنهادها است اگر کارکنان یک سازمان در حوزه کاری خود آموزش دیده باشند به طوری که آموزش های آنها در حوزه های عمومی، مرتبط با شغل و آموزش های در رده های متفاوت سازمان باشد و از سویی تداوم و بروز رسانی آموزش باشد و از سویی اطلاعات کاری آنها دقیق و به روز باشد. لذا کارکنان تبدیل به پتانسیل هایی بالقوه برای خلاقیت کاری میشوند. خلاقیت کاری یعنی کارمندی که از نظر دانش تکمیل است و حالا ایده های وی هر کدام یک مزیت به شمار میرود لذا حال باید از این کارمند به بهترین شکل استفاده نمود. بهترین شیوه ورود به حوزه پیشنهاد و خلق ایده است. همین عوامل سبب میگردد که کارمندان احساس:

- موثر بودن در سازمان را داشته باشند:

افراد توانمند احساس می کنند نقش مهمی در تحقق اهداف و ماموریت های سازمان دارند، بر نتایج و پیامدهای شغلی کنترل دارند، بر آنچه اتفاق می افتد تاثیر می گذارند و موانع و محدودیتها را تحت کنترل خود درمی آورند. احساس اینکه فرد می تواند در استراتژی ها و راهبردهای مدیریتی، پیامدها و نتایج شغلی و کار آفرینی در سازمان خود نفوذ کند سبب افزایش انگیزه و توجه بیشتر به نتایج سازمان میشود.

- مسئولیت پذیری بیشتری داشته باشند:

مسئولیت پذیری، به معنای پاسخ گو بودن در برابر نتایج کارهای خود می باشد و اعضا قادرند که عملکرد خود را در سازمان دنبال کنند. توانمندسازی اعضای یک گروه می تواند از طریق مسئولیت در برابر نتایج کارها تحت تاثیر قرار گیرد و مسئولیت برابری در نتایج و موفقیت های سازمانی داشته باشند. فرد مسئولیت پذیر خود را در مقابل کنترل و نظارت مدیریت سازمان یا تقاضاهای خارجی مشتریان نسبت به فرآیند کار پاسخگو می داند.

- تسهیم اطلاعات افزایش می یابد:

تسهیم اطلاعات به معنای داشتن دانش و تجربه مربوط به حوزه فعالیت کاری در کارکنان می باشد. اطلاعات لازم می باید به آسانی در اختیار کارکنان قرار گیرد؛ زیرا انسان ها بدون اطلاعات نمی توانند مسئولانه عمل کنند. اطلاعات ممکن است شامل دانش و مهارتهای مناسب شغلی باشد که برای عملکرد کارکنان در سازمان ضروری و ارزشمند می باشد. کارکنان سازمان علاقه دارند که هر دو مورد مهارتها و ابزارهای لازم را در اختیار داشته باشند و اگر آنها را نداشته باشند احتمالاً در رسیدن به اهداف خود ناکام خواهند ماند<sup>۱</sup>.

و این عوامل سبب بهبود فرهنگ سازمانی خواهد گردید زیرا:

از نظر رایبیز در مجموع ده ویژگی دارد که معرف و نمایان گر عصاره فرهنگ سازمانی است

<sup>۱</sup>-(Koncak et al; 2001)

خلاقیت فردی، ریسک پذیری، هدایت و رهبری، یکپارچگی، کنترل، حمایت مدیریت، هویت، نظام پاداش، سازش با پدیده تعارض، الگوی ارتباط.

بنابراین این امر اثبات گردید که نظام پیشنهادها یکی از عوامل موثر در دخیل کردن نیروی انسانی و استفاده از پتانسیل آنها است یکی از مهمترین مسائل در حوزه نیروی انسانی، آموزش و رشد حوزه اطلاعاتی وی بوده که پس از بررسی علمی در خصوص جایگاه آموزش بصورت علمی اثبات گردید. لذا مقرر شد که نیروی آموزش دیده و مطلع وارد حوزه نظام پیشنهادها گردیده تا با آموزش در زمینه علمی و با تجربه خود در زمینه عملی بتواند به تمامی جوانب امور احاطه داشته و بهترین پیشنهادات را ارائه نماید. پیشنهادهایی که بتواند در دنیای رقابتی امروز، خلاقیت و نظرات جدید را عملیاتی نموده و از آنها کسب بازده نماید و یا به بیان کلی منجر به کار آفرینی شود.

با توجه به موارد مطروحه:

نقطه طلاق دو خط فکری نسبتاً مشابه در ادبیات مدیریت، مقوله کارآفرینی سازمانی و نظام پیشنهادات و ارتباطات متقابل آنها و تاثیر و تاثر آنها بر یکدیگر میباشد به نظر می رسد که این دو رویکرد از یک سرچشمه سیراب می شوند، چراکه هر دو در جستجوی راهی برای شناسایی فرصتها و بهره گیری بهتر از منابع موجود با تاکید بر منابع انسانی می باشند. به همین دلیل کارآفرینان امروز و فردا، افرادی هستند که به سیستم های ارائه پیشنهاد و ایده آشنا باشند که پیش نیاز آن طراحی دوره های آموزشی و تحقیقاتی می باشد. اگر به گفته شومپیتر توجه کنیم که می گوید: کارآفرینی موتور توسعه و رشد اقتصادی است و کارآفرینی با تخریب خلاق شروع می شود، آن گاه به این نکته پی خواهیم برد فردی که بتواند ایده جدید را به محصول یا خدمات تبدیل کند، قطعاً نیاز به آموزش و اطلاعات جدید دارد، آن چه که معمولاً کارآفرینان انجام می دهند تا ایده خود را به محصول یا خدمات تبدیل کنند یک نوع مدیریت می باشد به عبارت دیگر کارآفرینی ترکیبی خاص و بدیع از خلاقیت و مدیریت است. کشورهای پیشرفته صنعتی خیلی سریع توانستند نقش کارآفرینان را در توسعه اقتصادی کشف کنند و به دنبال توسعه و ترویج چنین فرهنگی در میان مدیران و کارکنان خود باشند. جالب توجه این که بخش خصوصی در امور اقتصادی همیشه از ریسک بالایی برخوردار است و کمتر کسی جرات می کند که وارد این مقوله شود، به خصوص در زمینه هایی که سیاست حمایتی وجود ندارد اما افرادی که در این زمینه پیروز می شوند و کار را در دست خودشان می گیرند، افراد بسیار برجسته ای هستند و همین مسئله باعث ایجاد جرقه ای در میان سیاستگذاران اقتصادی و سیاستگذاران کلان کشورهای پیشرفته صنعتی شده است.

اولین کشورهایی که در این فرضیه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشتند، آلمان، انگلیس و آمریکا بودند. در آلمان در سال های ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی بر روی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه ای که اتفاقاً دارای محدودیت های شدید مالی بودند، آغاز شد. اولین سیاست ها، سیاست های حمایتی از این افراد بود. به همین منظور اولین آموزشکده برای تربیت این افراد در آن سال ها در این کشور ایجاد شد. این نوع آموزشکده ها بین سال های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ در انگلیس و سپس کمی دیرتر یعنی میان سال های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد.

افراد در این دانشکده ها طی دوره های کوتاه مدتی آموزش های لازم برای شروع کارهای اقتصادی را طی کردند و یکی از مباحث این بود که چگونه اقتصاد از طریق ارائه پیشنهاد و توسعه کارآفرینی رشد یابد. آموزش ها عمدتاً به صورت کلاسیک نبود، بلکه حالت آموزش و سمینارگونه داشت. افراد در این آموزشکده ها مسایل خودشان را می گفتند از تعدادی روانشناس، رفتارشناس و جامعه شناس و استاد مدیریت استفاده می کردند و این گروه ها افراد را جهت می دادند که چگونه افکار و رفتار آنها پروراند شود. اواخر دهه ۵۰ میلادی، اولین کشوری که در این زمینه خیلی کلاسیک کار کرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد کشور ژاپن بود. (اولین موسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۵۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را جهت اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن پیاده و اجرا کرد.

بر اساس این طرح افراد از سطح دبیرستان با مسئله کارآفرینی آشنا شده و آموزش می دیدند که در حین تحصیل چگونه باید کار کنند و با کسب سود چگونه کشورشان را از وابستگی نجات دهند. مسئله کارآفرینی به سطح دانشگاه ها هم کشیده شد. به طوری که اکنون تعداد زیادی موسسه کارآفرینی فعالیت می کنند. به طور کلی کارآفرینان در محیط های صنعتی کوچک رشد کرده اند. آماری از کشور آمریکا در دست است که اشاره دارد بیش از ۶۹ درصد از اختراعات و نوآوری ها توسط کارآفرینان واحدهای صنعتی کوچک و متوسط انجام شده است.

بین سال های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ یعنی ظرف ۲۰ سال ۵۰۰ موسسه ترویج کارآفرینی شروع به کار کردند، کارآفرینانی مجرب که بتوانند نوآوری های صنعتی ایجاد کنند، در تامین نیازهای اساسی مردم کمک کنند و باعث جلوگیری از مهاجرت روستائیان و حاشیه نشینان به شهرها شوند. لازم به ذکر است که از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۸ تعداد ۱۴۰ دانشکده کارآفرینی در آمریکا ایجاد شده است. براساس این آمار در سال ۱۹۱۵ تعداد ۲۵۳ دانشکده در دو گرایش ایجاد شده است که تعداد ۲۱۲ گرایش در دانشکده های بازرگانی و تعداد ۴۱ گرایش در دانشکده های رشته های مهندسی است.

در دهه ۱۹۹۰ این شتاب خیلی بیشتر شده است. به طوری که در این دهه ۵۰۰ دانشکده کارآفرینی در آمریکا دیده می شود. نام پاره ای از این دوره ها عبارتند از: اندیشه سازی، مدیریت نوآوری، ارزشیابی و تحلیل مکان سنجی و تامین مالی شرکت های نوپا که موضوع بسیار مهم است و در واقع مشکل همه کارآفرینان این است که چگونه بایستی تامین مالی شوند. به همین جهت در دانشکده ها دروس مختلفی نظیر استراتژی های بازاریابی در شرکت های نوپا، حسابداری و مالیات بندی در شرکت های نوپا و اقتصاد کارآفرینان تدریس می شود.

در همین راستا امسال یونسکو با تاکید بر کیفیت آموزش و برنامه ریزی با رویکرد کارآفرینان؛ اعلام کرده است که هر نوع تغییر و برنامه ریزی به پول و سرمایه گذاری نیاز دارد که سرمایه گذاری بر آموزش همگام با ارتقا بهره وری مهارتی و برنامه ریزی برای آینده شغلی، به معنای محرومیت از فقر و توسعه است؛ بنابراین بر برنامه ریزی و آموزش های کار آفرینی که یکی از مهم ترین و گسترده ترین فعالیت های سازمان ها و موسسات آموزشی است، تاکید بسیاری شده است؛ بنابراین باید توجه داشت، نداشتن برنامه ای منسجم به منظور ارتقای مهارت ها و عدم آموزش مناسب در تولید ایده های نو و برنامه هایی جهت عملی ساختن آن ایده ها در واقع به معنای عدم تضمین بقای سازمان ها در ابتکار، خلاقیت و کارآفرینی در آینده ای نه چندان دور است.

بر همین اساس توسعه کارآفرینی از جنبه های گوناگون، اولین رکن از جنبه های مهم در گسترش کارآفرینی است. در مرحله دوم شناسایی اهداف، در برنامه های آموزش جهت پرورش کارآفرینان از نظر تربیت کارآفرینان جدید، هدایت کارآفرینان به سمت کسب مهارت های لازم و ارائه مهارت های لازم به آنان به منظور بالا بردن میزان موفقیت آنان در کسب و کارهای آینده هر کشور است.

در این راستا سازمانها نیز باید بتوانند با فراهم نمودن زمینه ها و ایجاد انگیزه، کارکنان را ملزم نماید تا ایده های خود را مطرح و با پشتکار، عملی نموده و کارآفرینی با پشتوانه دانش را در سیستم خود پیاده سازی کنند لذا میتوانند چند اقدام موثر انجام دهد:

#### ۱- الزام کارکنان به ارائه پیشنهاد در جهت کسب ایده:

هم اکنون در همه سازمانها، نظام پیشنهادها وجود دارد و همکاران در صورت تمایل نظرات و ایده های خود را برای آنان ارسال می کنند اما هیچگونه الزام و اجباری در این خصوص وجود ندارد از سوی دیگر روزانه دهها جلسه در ادارات و بخشهای مختلف سازمان برگزار میگردد و یا کارشناسان سازمانها در همایش های داخلی و خارجی، نمایشگاهها، ماموریت ها و ... شرکت میکنند. نظر به هزینه ای که سازمان برای آموزش و موارد مطرحه صرف میکند لذا باید بازدهی خود را از محل آنها بدست آورد، از اینرو باید کارکنان را ملزم کند که در گزارش جلسات، گزارش همایشها و ... حتما پیشنهادی سازنده و منتهی به ایده های کاربردی، ارائه دهند همانگونه که شرکتهای ژاپنی کارکنان خود را ملزم میکنند که پیشنهاد ارائه دهند.

#### ۲- ارتقاء کارکنان براساس پیشنهادهای موثر آنان:



براساس مطالعه وال مارت، برای کسب بهترین پیشنهاد به سراغ کارکنانی باید رفت که بصورت روزانه با مشکل دست و پنجه نرم میکنند بنابراین کارکنان هر بخش را ملزم کنند که برای ارتقاء در حوزه کاری خود، تعداد مشخصی پیشنهاد دهند مثلاً ۵ پیشنهاد که حداقل ۱ مورد جنبه اجرایی و عملیاتی یافته باشد لذا کمیسیون های ارتقاء شغلی میتوانند براساس این امر پایه گذاری گردد.

۳- توسعه فعالیتهای آموزشی:

توزیع نشریه، بولتن، پمفلت، جزوات و کتابهای مرتبط با نظام پیشنهادها بین پیشنهاد دهندگان، برگزاری آزمونهای گوناگون، انتخاب نفرات برتر و اعطا جوایز به آنها موجب افزایش آگاهی پرسنل و در نتیجه کیفیت پیشنهادهای سازمان خواهد شد. از سویی عضو نمودن پیشنهاد دهندگان در کتابخانه سازمان و کتابخانه های عمومی شهر حتی بعنوان پاداش پیشنهاد، تشویق افراد برای ارائه مقاله به نشریات، روزنامه ها و مجلات مختلف و اختصاص تابلوهای خاص نظام پیشنهادها میتواند موثر باشد.

۴- اختصاص مشاور مخصوص برای پیشنهاد دهندگان:

در این راستا باید اذعان فکری تدوین شود که پیشنهاد دهندگان با آنها مشورت نموده و نظرات خود را سامان دهند همچنین مشاور از نظرات آنها سوء استفاده نکند.

۵- تشویق پیشنهاد دهندگان:

برگزاری همایشهای داخلی و تقدیر از پیشنهاد دهندگانی که درصد پیشنهادات اجرائی آنها بیشتر است میتواند در ایجاد انگیزه موثر باشد همچنین امکان کسب رضایتمندی و غرور شغلی از مشاهده مزایای به اجرا رسیدن پیشنهادها و امکان کسب درآمد بیشتر از منشا فکر و خلاقیت برای کارکنان بعنوان پاداش پیشنهادهای پذیرفته و اجرا شده میتواند اثرات مثبتی به همراه داشته باشد.

۶- اقداماتی در خصوص افزایش سطح کیفی پیشنهادها:

برگزاری نمایشگاه از پیشنهادهای اجرا شده کارکنان به صورت ادواری در سال و امکان بازدید از نمایشگاههای سایر سازمانها، میتواند به خلق ایده های جدید در پرسنل کمک نماید و نهایتاً موجب افزایش سطح کیفی پیشنهادها گردد.

\*\*\*\*\*

در خاتمه و با توجه به موارد مطروحه، میتوان گفت که افزایش آموزش موجب ارتقاء نظام پیشنهادها و این امر زمینه ساز ایجاد خلاقیت در راستای کسب ایده و تحقق کارآفرینی میگردد.

همچنین بدنه هر سازمان و کارکنان آن میتوانند در گرو نظام پیشنهادها، رشد و تعالی یابد نظامی که فقط به بیان مشکلات پرداخته نمی شود بلکه راه حل های رفع مشکلات و نظرات سازنده ارائه می گردد. از این طریق کارکنان می توانند به همه امور و فعالیت های سازمان بپردازند و پیشنهاد اصلاحی خود را بر اساس فرایندی مشخص تدوین و ارائه نماید. در این راستا، توجه به موارد ذیل میتواند بستر مناسب جهت موفقیت نظام پیشنهادها را فراهم آورد.

- ✓ ثبات مدیریت تا قبل از نهادینه شدن نظام پیشنهادها
- ✓ برگزاری همایش های توجیهی برای مدیران و کارکنان
- ✓ انجام تبلیغات مناسب
- ✓ ایجاد روابط انسانی مناسب میان مدیران و کارکنان
- ✓ وجود اهداف سازمانی کاملاً مشخص و روشن
- ✓ گرفتن پیشنهاد از مشتری و ارباب رجوع
- ✓ اجرای به موقع پیشنهادهای تصویب شده
- ✓ پرداخت به موقع و عادلانه پاداشها
- ✓ کارآفرینی از پیشنهادات دریافتی کارکنان

جمع بندی و نتیجه گیری:

مدیریت مشارکتی عبارت است از عملیاتی که طی آن کارکنان یک سازمان را در روند تصمیم‌گیریها شرکت می‌دهند تا تأکید این شیوه مدیریت بر همکاری و مشارکت داوطلبانه کارکنان استوار است و می‌خواهد از اندیشه‌ها، نظرات و ابتکارات آنها در حل مشکلات و ایجاد کارآفرینی و کسب ارزش از نظرات استفاده کند. در پژوهش مد نظر، به این موضوع پرداخته شده است که اصلی‌ترین عامل در ارتقاء سطح همکاری و مدیریت مشارکتی، رشد سطح اطلاعات و آموزش کارکنان میباشد. از اینرو ابتدا با مدلسازی علمی، اثر آموزش بر توسعه نیروی انسانی بررسی و پس از اثبات آن مبنی بر اینکه گسترش آموزش میتواند منجر به افزایش شاخص توسعه انسانی شود، شاخصی که زمینه ساز تعالی کارکنان میباشد، نتایج حاصله را به کشور بسط میدهند همچنان از آنجا که بخش اعظم اقتصاد ایران متأثر و اثر گذار بر نظام اداری است لذا نتایج در سایر سازمانها نیز برقرار است بنابراین، ارتقاء سطح آموزش کارکنان میتواند منجر به رشد و تعالی سازمان گردد اما یکی از اصلی‌ترین درگاههایی که آموزش و اطلاعات کارکنان، به کسب نتیجه منتهی میگردد استفاده از نظام پیشنهادها و یا همان مدیریت مشارکتی است. در تحقیق مذکور ضمن معرفی نظام پیشنهادها، کارآفرینی و عوامل موثر بر آن، به این امر اشاره میگردد که افزایش سطح اطلاعات و آموزش کارکنان میتواند منتهی به توسعه سازمانی شود این توسعه بصورت خلق ایده در نظام پیشنهادها ظاهر میشود لذا با توجه بیشتر به آموزش کارکنان، خوراک نظام پیشنهادات تامین میگردد در ادامه نیز مدیریت باید بتواند با استفاده از سیاست‌های خود، کارکنان را تشویق و ترغیب به ارائه پیشنهاد کند. لذا بصورت صریح میتواند آموزش و سطح اطلاعات را بعنوان ورودی نظام پیشنهادات و کسب ایده و نظرات سازنده و کارآفرینی برای سازمان را خروجی این نظام دانست. توجه و توسعه به مقوله نظام پیشنهادها میتواند سازمان را به سمت جلو سوق دهد همانگونه که کشورهای توسعه یافته به این مهم رسیده اند که ایده و خلاقیت کارکنان آنها بزرگترین ثروت آن سازمانها بوده و با شاکله بندی و عملیاتی نمودن ایده‌های موصوف میتوانند روز به روز در صحنه رقابت پیشتازی کنند.

#### منابع و ماخذ:

۱. افزاره، عباس. بارچ، نجفی (۱۳۸۳). "سیستم پشتیبانی تصمیمگیری اندازگیری و ارائه راهکارهای مناسب برای ارتقای بهره‌وری منابع انسانی". کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع تیرماه.
۲. برور، محمد (۱۳۸۳). "مطالعه و بررسی چگونگی اعمال مدیریت دانش در شرکت برق منطقهای غرب". پایان‌نامه کارشناسی ارشد مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
۳. پرویست، گیلبرت. روب، استفان. رو، مهاردت، کای (۱۳۸۵). "مدیریت دانش". ترجمه علی حسین خواه، تهران، انتشارات یسپرون.
۴. پیری، زکیه. واصفزاده، سعید (۱۳۸۵). "چگونه میتوان مدیریت دانش را به کار گرفت؟" مجله علمی. دانشگاه علوم پزشکی قزوین، شماره ۳۸.
۵. شاهقلیان، کیوان (۱۳۸۵). "طراحی الگوی ارزیابی سطح مدیریت دانش در سازمانهای صنعتی ایران (مورد صنعت خودرو) پایاننامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات.
6. Smit, M. Demoor, A. (2004). *Effective Knowledge Management in Knowledge Intensive Organization*, Innsbruck.
7. Davenport, T.H. and Prusak, L. (1998). *Working knowledge: how organization manage what they know*. Harvard business school press, Boston, MA.

# Identifying the Reasons for the Ineffectiveness of the Suggestion System in Entrepreneurship Fulfillment Using Fuzzy Logic

Bahman Eskandari<sup>1</sup>, Dr. Parvaneh Kolrod<sup>2</sup>

1. Deputy managing director of Bank Mellat and PhD candidate of entrepreneurship management, Islamic Azad University, Science and Research Branch

2. Assistant Professor, Islamic Azad University, Science and Research Branch

---

## Abstract

The entrepreneurship-based suggestion system is nowadays a neglected issue in all organizations, even in organizations which have a focus on research and development. A system for the acceptance and analysis of suggestions, which is one of the most important achievements of the collaborative management approach in organizations, has nowadays become a display or impractical issue. On the other hand, entrepreneurship which emanates from creative ideas and experiences has become a neglected issue. However, it is noteworthy that it is possible to create an effective relation between these two categories and thus make entrepreneurship a comprehensive issue through the suggestion system and put the results into practice. Therefore, in addition to providing a brief introduction of the suggestion system, entrepreneurship and the reasons for its lack of fulfillment, we have stressed the fact that one of the main reasons for the ineffectiveness of combining these two issues is the problem of lack of education. Thus, using a scientific model, we have investigated education and its effect on the suggestion system and entrepreneurship and have proposed some conditions for its greater effectiveness. We have finally come to the conclusion that if the suggestion system is able to convey the employees' ideas and thoughts, it can lead to entrepreneurship and income generation through their ideas, because experience has shown that no one is as aware of the ideas, problems and gaps and ways to earn a return in a certain area as the expert employees of that area. Hence, it is possible to enhance the effectiveness and reduce the risks in entrepreneurship projects by giving special attention to education and creating an effective communication between them.

**Keywords:** Entrepreneurship, Education, Suggestion System, Efficiently.

---