

بررسی تاثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد سازمانی

سعید فرجام^۱، محمود شیرانی^۲

^۱ عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور بروجن

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهقان

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد سازمانی در بانک های قرض الحسنه مهر ایران استان چهارمحال بختیاری انجام گرفته است. روش پژوهش مطالعه حاضر، توصیفی، همبستگی از نوع کاربردی می باشد، جامعه آماری این پژوهش شامل همه کارکنان بانک های قرض الحسنه مهر ایران که براساس آماری که در سال ۱۳۹۶ از این سازمان گرفته شده است، تعداد جامعه آماری این پژوهش ۱۷۰ نفر است که با استفاده از روش سرشماری ۱۶۸ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای تحلیل داده های جمع آوری شده، جهت پایایی از روش ضریب آلفا کرونباخ استفاده شده است که مقادیر این آماره برای همه متغیرها از ۰.۷ بیشتر است و در نتیجه پرسش نامه دارای پایایی مورد نظر می باشد. جهت تحلیل فرضیه ها از روش همبستگی پیروسون و مدل رگرسیونی با استفاده از نرم افزار SPSS، جهت مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار AMOS استفاده شده است، یافته های پژوهش نشان می دهد که کارآفرینی بر عملکرد کارکنان و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

واژه های کلیدی: عملکرد کارکنان، عملکرد مالی، گرایش به کارآفرینی.

مقدمه

در عصر حاضر که با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان‌ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند و در پی آن، پیچیدگی آن‌ها نیز رو به فزونی است، کارآفرینی در یک تعامل چندسویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرایندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است؛ حتی می‌توان بحث کارآفرینی را در عصر مدرن امروزی یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی هر کشور محسوب کرد. از دید نگارنده، یکی از معیارهای مهم تمایز کشورهای توسعه یافته و جهان سوم را می‌توان در میزان کارایی و عملیاتی کردن کارآفرینی در مفاهیم مختلف آن برشمرد.

سرعت تغییرات کنونی به گونه‌ای است که شناسایی و پیش بینی تغییرات از حالت یکنواخت و همسان خارج شده و تجارب و دستاوردهای گذشته الزامی در تضمین موفقیت آینده نیست؛ یعنی می‌توان گفت عصر حاضر، عصر عدم تداوم و عدم پیش بینی و انقیاد است و حاکم شدن این انگاره در اساس تغییرات جوامع امروزی، این جوامع را بیش از پیش به سوی خلاقیت و نوآوری و پذیرش تفاوت و تغییر سوق داده است که می‌توان این مهم را در میزان کارآفرین بودن آن‌ها یافت؛ در نتیجه هر کشور که توان برقراری رابطه منطقی و معقول بین موارد یاد شده را داشته باشد در جهت تغییرات جهانی گام بردارد، می‌تواند ادعا کند که در این دریای خروشان به سوی ساحل بقا و پیشرفت گام برداشته است، خوشبختانه در محافل علمی کشور در طی دو، سه سال اخیر، مقوله کارآفرینی مورد توجه ویژه و گسترده‌ای قرار گرفته است؛ ولی متأسفانه با تمام تلاش‌ها و باورهای صورت گرفته، به دلیل عدم وجود یک برنامه منسجم و کاربردی، موضوع عملیاتی شدن بسیاری از ایده‌های کارآفرینی در کشور به چالش کشیده شده است، پر واضح است که برای نیل به این مهم و برون رفت از وضعیت کنونی باید به نقش نوآوری و خلاقیت و موانع و راه کارهای برطرف کردن این موانع در بحث کارآفرینی، بسیار دقت و توجه شود و نسخه‌های علمی و عملی متناسب با ساختار اداری اقتصادی کشور فراهم گردد.

بررسی عملکرد سازمانی در تسهیل اثربخشی سازمانی یک وظیفه مهم مدیریت منابع انسانی تلقی می‌شود. در سالهای اخیر به نقش ارزشیابی عملکرد توجه زیادی معطوف شده است. به عقیده صاحب‌نظران یک سیستم اثربخش ارزشیابی عملکرد می‌تواند انبوهی از مزیت‌ها را برای سازمان‌ها و کارکنان آنها ارزانی دارد. لانجنکر و نیکودیم^۱ (۱۹۹۶)، بیان کرده‌اند که سیستم ارزشیابی عملکرد؛ (الف) بازخورد عملکردی مشخصی را برای بهبود عملکرد کارکنان فراهم می‌آورد، (ب) الزامات کارآموزی کارمند را معین می‌کند (ج) زمینه توسعه کارکنان را فراهم و تسهیل می‌کند، (د) بین نتیجه‌گیری پرسنلی و عملکرد ارتباط نزدیکی برقرار می‌نماید و (ه) انگیزش و بهره‌وری کارکنان را افزایش می‌دهد. در عین حال، امروزه بسیاری از نظام‌های منابع انسانی و مدیریت معمول، مناسب به نظر نمی‌رسند و الگوهای قدیمی ناکارآمد تلقی می‌شوند، طی دهه اخیر، بسیاری از سازمان‌ها دریافته‌اند که در عمل فاقد نظام ارزشیابی عملکردی که بتوان از طریق آن اولویت‌ها و اهداف خود را به کارکنان انتقال داد و بهسازی آنها را پی گرفت، هستند. انسان به دلیل گستردگی حیطه‌های شناختی و استفاده از ابزارهای مختلفی نظیر احساس، مشاهده، ادراک، تجربه و قدرت تعلق و تفکر در موضوعات مختلف بویژه در ارزیابی و تفسیر رفتار و عملکرد کارکنان حساس بوده و مجموعه این عوامل کاردستیابی مدیران به ارزیابی عملکرد مؤثر را تحت الشعاع قرار داده است.

تعریف کارآفرینی و کارآفرین

مطابق فرهنگ آریانپور، کارآفرین به معنای متهور در اقدام به کارهای مهم و جسور، بی‌باک، دل به دریا زدن و پیش قدم در تأسیس شرکت است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۲۶).

کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها، فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴: ۲۸). از طرف دیگر

^۱ Longenecker and Nykodym

شومپیتر^۱ (۱۹۸۹)، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند (حسینی و کاظمی، ۱۳۹۰:۱۶).

(پیتر دراکر^۲، ۱۹۸۵: ۲۷) کارآفرینی را به مفهوم جستجوی دائمی برای تغییر، واکنشی در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می‌کند.

کارآفرینی فردی فرایندی است که در آن فردی با اتکا به منابع مالی غالباً شخصی و متکی بر ویژگی‌های شخصیتی نظیر فعالیت، ریسک‌پذیری و اهل عمل بودن اقدام به تأسیس یک کسب و کار جدید می‌نماید و آن را تا رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند.

کارآفرین فردی نیز شخصی است که در مرکز فرایند کارآفرینی قرار دارد و مدیری است که فرایند را به جلو هدایت می‌کند. کارآفرینی فردی را کارآفرینی در قالب افراد، کارآفرینی آزاد، کارآفرینی شخصی و یا کارآفرینی مستقل نیز می‌گویند (حسینی و کاظمی، ۱۳۹۰:۱۹).

ویژگی‌های شخصیتی موفقیت کارآفرینان

در بعضی تحقیقات روانشناسی و مدیریت به عامل اصول اخلاقی به عنوان فاکتور موفقیت کارآفرینی اشاره شده است (بارنت و کارسون^۳، ۱۹۸۷: ۵۱).

در رابطه با ویژگی‌های شخصیت‌های موفقیت کارآفرینان که شامل نیاز به موفقیت، مرکز کنترل، تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، مقاومت و پایداری و روابط بین فردی می‌باشد، تعریفی از این ویژگی‌ها در ذیل آمده است.

۱- نیاز به موفقیت

عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی، موفقیت یعنی تبدیل به کسی شوی که شایسته زیستن است و پیش رفتن به سوی هدف‌های ارزشمند (سلجوقی، ۱۳۸۷:۳۹).

۲- مرکز کنترل

کارآفرینان به خود ایمان دارند و شخصاً کنترل سرنوشت شان را بر عهده می‌گیرند، آنها معتقدند که موفقیت یا شکست‌شان نتیجه اقدامات خودشان است تا سرنوشت و به شانس و بخت و اقبال اعتقادی ندارند (سلجوقی، ۱۳۸۷: ۴۰).

کانون کنترل به کنترل ادارک شده بر وقایع زندگی اشاره دارد و به دو دسته درون‌گرا و برون‌گرا تقسیم می‌شود:

الف- مرکز کنترل برون‌گرا:

افراد برون‌گرا از معاشرت با دیگران و قرار گرفتن در محیط‌های اجتماعی لذت می‌برند و نیروی خود را متوجه خارج از وجود خویش می‌سازند (پیرمرادی، ۱۳۸۶: ۸).

ب- مرکز کنترل درون‌گرا:

شخص درون‌گرا خود را از تماس‌ها و برخوردهای اجتماعی دور نگه می‌دارد و خود را مسئول موفقیت‌ها و شکست‌های خود می‌داند (پیرمرادی، ۱۳۸۶: ۸).

همچنین به عبارت دیگر کانون کنترل بیانگر میزانی است که فرد معتقد است بر سرنوشت خویش حاکم است و یا اینکه علت رفتار خویش را به عوامل بیرونی (یا شانس و بخت و...) نسبت می‌دهد، که به ترتیب به آن کانون کنترل درونی و بیرونی گفته می‌شود. از دیدگاه اخلاقیات، برون‌گراها کمتر تمایل به پذیرش مسئولیت‌های رفتاری خود هستند و بیشتر تمایل دارند مسئولیت رفتار خود را به عوامل بیرونی نسبت دهند. در این حال ملاک خوب یا بد بودن افعال از دیدگاه این افراد در بیرون از

^۱ - Shumpeter

^۲ - Peter F Drunker

^۳ - Barnett and Carson.

وجودشان قرار دارد. در حالی که درون گراها مسئولیت رفتار خود را پذیرفته و استانداردهای درونی را ملاک برای خوب یا بد شناختن افعال خویش می‌دانند (رابینز^۱، ۱۹۹۲: ۱۳۵)

۳- تحمل ابهام

عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به- آغاز فعالیت اقتصادی مستقل بی‌آنکه بدانیم آیا موفق خواهیم شد یا خیر؟ (سلجوقی، ۱۳۸۷: ۴۰).

۴- ریسک پذیری

عبارت است از پذیرش ریسک و مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند، هنگام در نظر گرفتن هر گونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد این مفهوم نقش دارند، یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت: پر مخاطره و دیگری امکان احتمالی مشهود شکست، در صورت ناموفق بودن آن فعالیت است (سلجوقی، ۱۳۸۷: ۳۹-۴۰).

۵- مقاومت و پایداری

از مهمترین عواملی که افراد را از دستیابی به آنچه که به راستی برایشان مهم است باز می‌دارد، ترس از شکست است نه حتی خود شکست. تنها کسانی به موفقیت‌های بزرگ دست می‌یابند که شهامت قبول شکست‌های بزرگ را داشته باشند.

۶- روابط بین فردی

کارآفرینان درون‌سازمانی قادرند با افراد در سرتاسر سازمان و خارج از سازمان ارتباط برقرار نمایند، آنها این توانایی را دارند که ایده‌های خود و ظرفیت‌های این ایده‌ها را با ظرفیتی خاص تشریح نمایند، کارآفرینان درون‌سازمانی در جلب موافقت دیگران برای چشم‌اندازی که ترسیم نموده‌اند خبره هستند (مقیم، ۱۳۸۴: ۲۴۱-۲۴۲).

اهمیت کارآفرینی

بخش اهمیت کارآفرینی از سه جهت مختلف مورد بحث قرار می‌گیرد:

✓ ایجاد اشتغال

✓ عدالت اجتماعی

✓ فرهنگی

۱- از نظر اشتغال: مطالعاتی که در ایالات متحده آمریکا صورت گرفته، نشان دهنده آن است که از بیست میلیون شغل جدید ایجاد شده در فاصله، ۱۹۹۵-۱۹۸۰، ۳/۵ میلیون شغل ناشی از ایجاد و تاسیس کسب و کارهای جدید بوده است، در فاصله سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۵ هجری شمسی بیشترین اشتغال در ایران به صورت "خویش فرما" بوده است که به دلیل عدم حمایت از این مشاغل، در دهه ۱۳۸۰ مواجه با بحران بیکاری شدیم، در حالی که اگر در فاصله بیست ساله فوق حمایت جدی به عمل می‌آمد و هر نفر یک نفر را به کار می‌گرفت در دهه ۱۳۸۰ با کمبود نیروی کار مواجه می‌شدند.

۲- اهمیت کارآفرینی از نظر عدالت اجتماعی: کارآفرینی را نباید با رانت‌خواری و وابستگی صاحبان سرمایه با قدرت‌های دولتی اشتباه گرفت، رشد کارآفرینی موجب می‌گردد تا گروه عظیمی از صاحبان مشاغل جدید نه با امکانات خیلی بالا وارد بازار کسب و کار شوند که چنین وضعی خلاء شکاف عظیم فقیر و غنی را پر می‌کند که به تحقق عدالت اجتماعی خواهد انجامید و برای تحقق بیشتر این موضوع لازم است قوانین و مقررات حقوقی، مالی، اداری در جهت این گروه متوسط باشد.

۳- اهمیت کارآفرینی از نظر فرهنگی: فرهنگ و کسب و کار دو مقوله تفکیک ناپذیر هستند و بر همدیگر اثر می‌گذارند. لذا، گسترش فرهنگ کارآفرینی موجب تحرک و گسترش کسب و کار می‌شود و در توسعه چنین فرهنگی سطح اشتغال افزایش خواهد یافت. در نتیجه، باید فرهنگ انزوا و عدم تحرک اجتماعی را کم رنگ نمود در عوض، فرهنگ ابتکار و خلاقیت را

¹ - Robbins

در بستر روحیه شاد و مال اندوزی و توانگری مالی باید گسترش داد. باید گفت که خداوند منشاء هستی و ثروت است، گنجینه‌ای بزرگ در کره زمین و خلقت آفریده، به انسان‌ها عقل داده‌تا از آن استفاده کنند و این دستیابی بستگی به لیاقت انسان‌ها و در سطح کلان بستگی به لیاقت کشورها دارد.

استراتژی کارآفرینی سازمانی

استراتژی کارآفرینی سازمانی در سه جنبه رخ نمایی می‌کند: یک چشم‌انداز استراتژیک کارآفرینانه، معماری سازمانی حمایت کننده کارآفرینی و رفتارها و فرایندهای کارآفرینانه که در سلسله مراتب سازمانی آشکار شده باشد. مفهوم پردازی ما از کارآفرینی سازمانی از دو مورد از (تعاریف پنجگانه استراتژی) مینتسبرگ^۱ (۱۹۸۷) استفاده می‌کند، استراتژی به عنوان یک دیدگاه و استراتژی به عنوان یک الگو.

استراتژی کارآفرینی سازمانی به عنوان یک دیدگاه، نشانگر یک ایدئولوژی مشترک که در پی کسب مزیت رقابتی از طریق نوآوری و رفتار کارآفرینانه، بر مبنایی پایدار می‌باشد، مطرح می‌شود (روسل^۲، ۲۰۰۱). این ایدئولوژی در بخش چشم‌انداز استراتژیک کارآفرینانه مطرح می‌گردد، استراتژی کارآفرینی سازمانی به عنوان یک الگو، بیانگر اتکای پایدار و همیشگی به رفتارهای کارآفرینانه (خودآگاه یا ناخودآگاه) می‌باشد (مینتز^۳، ۲۰۰۲). این رفتار پایدار نیازمند پایبندی به یک استراتژی کارآفرینی سازمانی می‌باشد که به وسیله فرآیندها و رفتارهای کارآفرینانه مطرح شده‌است، معماری سازمان نیز طریقی است که از هم‌نوایی میان دیدگاه (چشم‌انداز) و الگو (رفتار پایدار) اطمینان حاصل شود. در بیانی دیگر، معماری سازمانی حمایت کننده از کارآفرینی را نشان می‌دهد.

عملکرد

واژه عملکرد معانی مختلفی دارد که از تجمیع تمامی معانی می‌توان یک تعریف قابل استفاده برای عملکرد ارائه داد.

عملکرد، انجام دادن چیزی است که با قصد و نیت خاص.

عملکرد، قابل اندازه گیری بوسیله عدد یا اصطلاح می‌باشد.

عملکرد، یک قضاوت توسط رقبا است.

عملکرد در روانشناسی، آن چیزی است که بروز داده می‌شود.

بنابراین می‌توان گفت که عملکرد هم به عمل، هم به نتیجه عمل اشاره دارد. به عبارت دیگر، عملکرد به عنوان عمل امروز که مقدمه تولید مقدار مشخصی از ارزش خروجی فردا است، تعریف می‌شود. کلمه عملکرد به طور وسیع در مباحث مدیریت مورد استفاده قرار می‌گیرد. در سال ۱۹۹۵ نیلی و دیگران بیان کرده‌اند که عملکرد اغلب با کارایی اثربخشی تعریف شده است. اثربخشی بیانگر میزان دستیابی به اهداف بوده و کارایی به این موضوع اشاره دارد که منابع از نظر اقتصادی، چگونه برای کسب هدف بکار رفته‌اند، می‌توان آنها را دو بعد مهم عملکرد دانست؛ یعنی هم علل داخلی (کارایی) و هم دلایل خارجی (اثربخشی) برای بخش‌های خاص عملکرد، می‌توانند وجود داشته باشند، از این رو عملکرد تابعی از کارایی و اثربخشی فعالیت‌های صورت گرفته است (نقی زاده، ۱۳۸۹:۷۴).

- مدل‌های ارزیابی عملکرد

با شکل گیری سازمان‌ها در طول دوره های مختلف، از الگوهای و مدل‌های متعددی جهت ارزیابی عملکرد استفاده شده است. سازمان‌ها به فراخور نیاز در ابتدا تنها از شاخص‌ها و معیارهای محدودی برای ارزیابی عملکرد استفاده می‌کردند. گسترش فعالیت‌ها و حوزه عملکردی سازمانی، پویایی محیط و مطرح شدن موضوع‌ها و مسائل نوین مدیریتی مانند رضایت مشتری،

^۱ - Myntsbgr

^۲ - Russell

^۳ - Mintz

مسئولیت اجتماعی و... سازمان‌ها را بر آن داشت تا به شاخص‌های محدود اکتفا نکنند. از این رو مدل‌های جامع و چندمعیاره برای ارزیابی سازمان‌ها شکل گرفت و به تدریج تکامل یافت. این الگوها سازمان را از ابعاد مختلف مورد ارزیابی قرار می‌دهند و با در نظر گرفتن شاخص‌های چندگانه، ابزارهای مناسبی را برای ارزیابی عملکرد سازمان‌های نوین فراهم می‌سازند.

۱- مدل سینک و تاتل^۱ (۱۹۸۹)

عملکرد یک سازمان ناشی از روابط پیچیده بین هفت شاخص عملکرد به شرح زیر است:

۱. اثر بخشی که عبارت است از انجام کارهای درست، در زمان مناسب و با کیفیت مناسب، در عمل اثر بخشی با نسبت خروجی‌های واقعی بر خروجی‌های مورد انتظار معرفی می‌شود.
۲. کارایی که معنای ساده آن «انجام درست کارها» است و با نسبت مصرف مورد انتظار منابع بر مصرف واقعی تعریف می‌شود.
۳. کیفیت که مفهومی گسترده دارد و برای ملموس‌تر کردن مفهوم کیفیت، آن را از شش جنبه مختلف بررسی و اندازه‌گیری می‌کنند.

۴. بهره‌وری که با تعریف سنتی نسبت خروجی به ورودی معرفی شده است.

۵. کیفیت زندگی کاری که بهبود آن کمک زیادی به عملکرد سازمان می‌کند.

۶. نوآوری که یکی از اجزای کلیدی برای بهبود عملکرد است.

۷. سودآوری که هدف نهایی هر سازمانی است (پرهیزگار، ۱۳۸۹).

۲- ماتریس عملکرد (۱۹۸۹)

«کیگان» در سال ۱۹۸۹ ماتریس عملکرد را معرفی کرد که این ماتریس در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل ۱: ماتریس ارزیابی عملکرد (کیگان^۲، ۱۹۸۹: ۸۷)

۳- تحلیل ذینفعان (۲۰۰۱)

طراحی سیستم ارزیابی عملکرد با شناخت اهداف و استراتژی‌های سازمان شروع می‌شود و به همین دلیل است که کارت امتیازی متوازن طراحی سیستم ارزیابی عملکرد را با این سوال شروع می‌کند که: «خواسته‌های سهامداران ما چیست؟» در

^۱ - Sink and Tuttle

^۲ - Keegan

واقع مدل کارت امتیازی متوازن به طور ضمنی فرض می‌کند که تنها سهامداران هستند که بر اهداف سازمان اثر گذارند و دیگر ذی‌نفعان در تعیین اهداف نقشی ندارند. به بیان دیگر، این مدل تاثیر دیگر ذی‌نفعان بر سازمان را نادیده گرفته است. بی‌توجهی به تفاوت‌های اثرگذاری ذی‌نفعان مختلف در محیط‌های مختلف یکی از دلایل اساسی عدم موفقیت برخی شرکت‌های بزرگ در استفاده از این مدل است. در این مدل ذی‌نفعان به دو گروه دسته‌بندی می‌شوند: ذی‌نفعان کلیدی و غیرکلیدی، ذی‌نفعان کلیدی بر سازمان کنترل مستقیم دارند و خواسته‌های آنها در اهداف سازمان متبلور می‌شود (مانند سهامداران) و ذی‌نفعان غیر کلیدی از مکانیسم‌های خارجی نظیر بازار و فرهنگ برای حفظ منافع خود استفاده می‌کنند و در هدف‌گذاری اثرگذار نیستند (مانند مشتریان) (تبریزی، ۱۳۸۹).

۴- چارچوب مدوری و استیبل (۲۰۰۰)

این مدل یکی از چارچوب‌های جامع و یکپارچه برای ممیزی و ارتقای سیستم‌های ارزیابی عملکرد است، این رویکرد شامل شش مرحله به هم مرتبط است؛ مانند اغلب چارچوب‌های دیگر نقطه آغاز این مدل نیز تعریف استراتژی سازمان و عوامل موفقیت آن است (گام ۱). در گام بعدی الزامات استراتژیک سازمان با شش اولویت رقابتی که عبارتند از کیفیت، هزینه، انعطاف پذیری، زمان، تحویل به موقع و رشد آینده مطابقت داده می‌شوند (گام ۱). سپس انتخاب شاخص‌های مناسب با استفاده از یک چک لیست که شامل ۱۰۵ شاخص با تعاریف کامل است، آغاز می‌شود (گام ۳). بعد از آن سیستم ارزیابی عملکرد موجود ممیزی می‌شود تا شاخص‌های مورد استفاده فعلی شرکت شناسایی شوند (گام ۴). در گام بعد، به چگونگی به کارگیری واقعی شاخص‌ها پرداخته می‌شود و هر شاخص با هشت جزء تشریح می‌شود که عبارتند از عنوان، هدف، الگو، معادله، دفعات، منبع اطلاعات، مسئولیت و بهبود (گام ۵). مرحله آخر به بازنگری‌های دوره‌ای سیستم ارزیابی عملکرد شرکت می‌پردازد (گام ۶) (بشیری، ۱۳۸۸:۴۱).

۵- کارت امتیازی متوازن

مدل‌های ارزیابی متوازن عملکرد^۱ در سال ۱۹۹۲ در مجله هاروارد^۲ توسط رابرت کاپلان و دیوید نورتون^۳ ارائه گردید. این مدل با ابعاد ۴ گانه حیاتی مالی، فرایندهای داخلی، مشتری و یادگیری و رشد، در پی کنترل عملیات کوتاه مدت سازمان با چشم انداز و استراتژی‌های بلند مدت آن است. لذا سازمان تاکید خود را بر نسبت‌های کلیدی عملکرد در محدوده اهداف متمرکز می‌سازد. ابعاد اصلی این مدل عبارتند از:

بعد مشتری

بعدفرایندهای داخلی

بعد مشتری

بعد رشد و یادگیری

ارزیابی متوازن بر سه بعد زمانی (۱) گذشته، (۲) حال و (۳) آینده در ارزیابی‌ها تاکید می‌نماید چرا که ممکن است عملکرد گذشته ای منجر به نتیجه ای در امروز شده یا فردا گردد، عملکرد امروز منجر به نتیجه‌ای در امروز یا فردا گردد. همچنین در این مدل، شاخص‌ها به ۲ نوع شاخص‌های محرک عملکردی و پیامد دسته بندی می‌گردند. این مدل می‌کوشد استراتژی‌های سازمانی را از طریق تعیین عوامل بحرانی موفقیت و شاخص‌های استراتژیک با عملیات سازمانی مرتبط نموده و میان آنها پیوند برقرار نماید (پل آرنیون^۴، ۱۳۸۶).

^۱- The Balanced Score Card: BSC

^۲- Harvard Business Review

^۳- Robert Kaplan and David Norton

^۴- Paul Rnyvn

ابعاد ارزیابی عملکرد

باید از ارزیابی کوچک‌ترین اجزا تاثیرگذار در عملکرد یک نهاد شروع کرده و با طی کردن سلسله مراتب سازمانی و استفاده از اطلاعات ارزیابی اجزا به ارزیابی عملکرد نهاد پرداخت. برای انجام ارزیابی یک نهاد انجام ارزیابی در چهار سطح ضروری است. آنچه در ادبیات مدیریت پیرامون ارزیابی سطوح مختلف سازمانی وجود دارد بیانگر وجود چهار رده ارزیابی برای عملکرد یک سازمان می‌باشد.

۱- ارزیابی عملکرد کارکنان

این نوع ارزیابی، ارزیابی کوچک‌ترین واحد یک سازمان می‌باشد، ادبیات موجود و حوزه مدیریت در این حوزه بسیار فراوان می‌باشد در مدل‌های بسیاری برای ارزیابی عملکرد کارکنان ارائه شده است و هر کدام از الگوهای ارائه شده در این حوزه با تکیه بر شاخص‌هایی که برای ارزیابی معرفی کرده اند به ارائه شیوه‌ای برای سنجش عملکرد کارکنان اقدام می‌پردازند. در این حوزه می‌توان رویکردهای فراوانی را عنوان نمود.

۲- ارزیابی عملکرد بخشی از یک سازمان

این ارزیابی که به عنوان زیر مجموعه‌ای از ارزیابی سازمانی می‌باشد، برای ارزیابی عملکرد یک سازمان ضروری است. از آنجا که یک سازمان متشکل از زیر مجموعه‌ها (بخش‌هایی) مختلف می‌باشد که مجموع این بخش‌ها سازمان را تشکیل می‌دهند، لذا برای ارزیابی عملکرد سازمان ارزیابی عملکرد این زیرمجموعه‌ها بر مبنای شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی آن‌ها، ضروری است. در این نوع ارزیابی، ابتدا اهداف و مأموریت‌های یک بخش در راستای اهداف و مأموریت‌های دستگاه مشخص شده و سپس شاخص‌های ارزیابی آن‌ها تعریف شده و به محاسبه شاخص‌ها و سپس ارزیابی نتایج شاخص‌ها اقدام می‌شود.

۳- ارزیابی عملکرد مدیر

از آنجا که در هر سازمان، نقش مدیر آن سازمان به عنوان یکی از عوامل مهم راهبری و هدایت سازمان، غیر قابل اغماض می‌باشد، لذا ارزیابی عملکرد مدیر برای آگاهی از میزان موفقیت در انجام نقش راهبری خود برای دستیابی به نتایج صحیح ارزیابی عملکرد سازمان ضروری است. در ادبیات مدیریت نیز، نظریات مختلفی برای ارزیابی عملکرد مدیر یک سازمان معرفی شده است. که هر کدام از این نظریات نیز با معرفی کردن نوع نگاه به مدیریت یک سازمان و نیز شاخص‌ها و معیارهایی برای ارزیابی به ارائه شیوه‌ای برای ارزیابی مدیری می‌پردازد. به عنوان مثال می‌توان به نظریاتی همچون الف) مدل‌های رفتاری رهبری ب) نظریه‌های اقتضایی رهبری ج) نظریه‌های بهره‌وری و ... اشاره نمود که هر کدام در یک رویکرد خاص به معرفی شاخص‌های ارزیابی مدیر اقدام نموده‌اند.

۴- ارزیابی عملکرد سازمان

سازمان به عنوان مجموعه هماهنگ و هدف دار از اجزا که برای دستیابی به هدف یا اهداف با هم پیوند خورده و تشکیل یک سازمان را داده‌اند یکی از مهم‌ترین نیازهایی است که امروزه به ضرورت وجود آن تاکید شده است. همچنین به دلیل نقش موثر سازمان‌ها و لذا ضرورت توجه به عملکرد و اثرات عملکرد آنها ارزیابی عملکرد یک سازمان در حوزه فعالیت آن امری حیاتی است. از آنجا که یک سازمان متشکل از اجزا و بخش‌های مختلف می‌باشد، لذا برای اطمینان از میزان موفقیت سازمان می‌باید به ارزیابی میزان تناسب، تطابق و کارایی عملکرد این اجزا بر مبنای شاخص‌های معیارهای صحیح عملکرد، در جهت اهداف سازمانی اقدام نمود، بر همین اساس برای ارزیابی یک سازمان، استفاده از نتایج ارزیابی کارکنان و بخش‌های مختلف یک

سازمان ضروری است.

پیشینه تحقیق

گونزالز و همکاران^۴ (۲۰۰۹) به بررسی ارتباط میان گرایش کارآفرینی و عملکرد کسب و کار در مناطق اجتماعی و اقتصادی محروم در اتحادیه اروپا پرداختند. همه پرسشنامه‌ها با استفاده از داده‌های نظرسنجی از ۱۸۳ شرکت واقع در منطقه لئون کشور اسپانیا جمع‌آوری شد. نتایج تحلیل نشان داد که یک ارتباط قوی بین گرایش کارآفرینی و جهت‌گیری بازار وجود دارد. بعلاوه آشکار گردید که هر دو جهت‌گیری، یک رابطه قوی با عملکرد داشته، در حالی که تأثیر همزمان آن‌ها روی عملکرد کمی تعدیل یافته و کاهش می‌یابد.

راچ و همکاران^۵ (۲۰۰۹) در یک تحلیل چندگانه از ۵۱ مقاله نشان دادند که بطور معمول همبستگی مثبت نسبتاً بزرگی میان گرایش کارآفرینی با عملکرد شرکت‌ها با توجه به مقدار رشد و سودآوری وجود دارد. فرانک^۶ (۲۰۰۹) در صنعت الکترونیک استرالیا انجام شد، گرایش کارآفرینی با تأکید بر سه عنصر اصلی خود (نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) رابطه‌ای مثبت را با عملکرد کسب و کار به نمایش گذاشت.

فرضیات تحقیق

گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی تأثیر دارد.

گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان تأثیر دارد.

روش تحقیق

روش هر پژوهش نقش اساسی در تعیین روایی پژوهش و ارزش‌نهایی آن دارد. در پژوهش‌های که مبتنی بر آمار و ارقام می‌باشد مهم‌ترین وظیفه پژوهشگر علاوه بر روش پژوهش دقت در جمع‌آوری اطلاعات گردآوری شده می‌باشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر سعی شده تا این نکته اساسی رعایت شود. هدف و ماهیت تحقیق، در رده تحقیقات کاربردی به حساب می‌آید (سرمد و دیگران، ۱۳۸۸). تحقیقات کاربردی بیشتر بر موثرترین اقدام‌ها تأکید دارند و علت‌ها را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند (گی^۱، ۱۹۹۹).

علاوه بر این تحقیقات کاربردی با توجه به نیازمندی‌های بشر و بهبود و بهینه‌سازی ابزارها، روش‌ها، اشیاء و الگوها در جهت توسعه‌ی رفاه و آسایش و ارتقای سطح زندگی انسان مورد استفاده قرار می‌گیرند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۶). از نظر مسئله پژوهش و گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی و به دلیل آن که در مدل‌سازی معادلات ساختاری، همبستگی، مکانیزم حاکم بر تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر استفاده شده است، لذا این پژوهش از نوع همبستگی از نوع معادلات ساختاری می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان بانک‌های قرض‌الحسنه مهرایران در استان چهارمحال بختیاری است که تعداد ۱۷۰ نفر می‌باشد و پرسش‌نامه بین آن‌ها توزیع شد و به صورت سرشماری انجام گرفته است.

ابزار پژوهش (پرسشنامه)

برای سنجش سؤالات پرسشنامه، از مقیاس لیکرت که یکی از پرکاربردترین مقیاس‌ها در تحقیقات می‌باشد، استفاده شده است. پرسشنامه تحقیق حاضر دارای ۴۵ گویه است که شامل ۲ بخش به شرح ذیل می‌باشد:

➤ سؤالات جمعیت‌شناختی: دارای ۵ گویه می‌باشد.

^۱ Gay

➤ سؤالات اصلی: شامل ۳۰ گویه که دربردارنده شاخص‌های مربوط به تحقیق می باشد.

جدول ۱: نحوه تخصیص سؤالات پرسشنامه به ابعاد مختلف تحقیق

متغیرها	تعداد گویه ها	طیف	گویه های مرتبط در پرسشنامه
گرایش به کارآفرینی	۱۱	لیکرت ۵ درجه‌ای	۱-۱۱
عملکرد کارکنان	۱۰	لیکرت ۵ درجه‌ای	۱۲-۲۱
عملکرد مالی	۹	لیکرت ۵ درجه‌ای	۳۰-۲۲

روایی و پایایی پرسشنامه‌ها

برای پرسشنامه‌های تحقیق، از پرسشنامه‌های مقالات چاپ شده در مجلات معتبر استفاده گردید با این وجود تأیید روایی صوری و محتوایی در اختیار اساتید صاحب نظر (استاد محترم راهنما، مشاور آماری و ...) قرار گرفت تا نظرات تخصصی خود را در مورد چگونگی نگارش سؤال‌ها، تعداد سؤالات، محتوای پرسشنامه، ارتباط سؤالات با گزینه‌ها و هماهنگی سؤالات با اهداف تحقیق اعلام نمایند. پس از بررسی و لحاظ کردن نظرات و پیشنهادها (بخصوص نظرات استاد محترم راهنما)، پرسشنامه نهایی شد. در تحقیق حاضر برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش مقیاس آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ و هر یک از متغیرهای پرسش نامه بیش از ۰.۷ بدست آمده است؛ که برای تحقیقات بنیادین مقدار آلفای ۰/۷ تا ۰/۹ کافی به نظر می رسد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تجزیه و تحلیل، شیوه‌های استاندارد آمار توصیفی و آمار استنباطی برای آزمون فرضیات است. به طور مشخص برای آزمون فرضیه‌های مورد نظر از ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن و مدل رگرسیون و همچنان از تحلیل عاملی (خود همبستگی) استفاده شده است.

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرهای جمعیت‌شناسی عبارتند از، جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری پاسخ دهندگان است که تعداد ۱۶۸ نفر نسبت به پاسخ گویی اقدام نمودند.

طبق نتایج جدول سن کمترین پاسخ‌دهندگان به تعداد ۱۴ نفر با ۸.۳ درصد از کل پاسخ دهندگان زن هستند و بیشتر پاسخ‌دهندگان به تعداد ۱۵۴ نفر با ۹۱.۷ درصد از کل پاسخ‌دهندگان، مرد هستند. طبق جدول گروه سنی بیشتر پاسخ‌دهندگان به تعداد ۹۴ نفر با ۵۶ درصد از کل پاسخ‌دهندگان را رده سنی ۳۱-۴۰ سال هستند و رده بعد از آن به تعداد ۷۴ نفر با ۴۴ درصد از کل پاسخ‌دهندگان را رده سنی ۲۰-۳۰ سال است. طبق جدول مدرک تحصیلی بیشتر پاسخ‌دهندگان به تعداد ۱۱۵ نفر با ۶۸.۵ درصد از کل پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند و بعد از آن به تعداد ۳۲ نفر با ۱۹ درصد از کل پاسخ‌دهندگان دارای مدرک فوق لیسانس هستند و بعد از آن تعداد ۱۲ نفر از پاسخ‌دهندگان با ۷.۱ درصد از کل دارای مدرک دیپلم هستند. کمترین آن به تعداد ۹ نفر از پاسخ‌دهندگان با ۵.۴ درصد از کل دارای مدرک فوق دیپلم هستند. طبق جدول میزان سابقه بیشتر پاسخ دهندگان به تعداد ۱۲۰ نفر با ۷۱.۴ درصد از کل پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کاری بالاتر از ۱۱-۲۰ سال هستند و بعد از آن به تعداد ۴۸ نفر با ۲۸.۶ درصد از کل پاسخ‌دهندگان دارای سابقه ۵-۱۰ سال هستند.

آمار استنباطی تحقیق

فرضیه اول این پژوهش به این شرح است: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی تاثیر دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم این پژوهش بیانگر این مطلب است که بین، گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی از نظر همبستگی پیرسون رابطه معناداری وجود دارد و نوع همبستگی بین دو متغیر مذکور مستقیم است، یعنی هر دو افزایش یا کاهش می‌یابند و شدت همبستگی بین دو متغیر در سطح فوق معنادار بوده است، بنابراین فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد و همچنین از نظر مدل رگرسیون گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی تاثیر دارد و این تاثیر از نوع مستقیم است، چون که ضریب گرایش به کارآفرینی مقداری مثبت است و به دلیل مثبت بودن این ضریب، این رابطه از نوع مستقیم است، به این مفهوم که تغییرات در متغیر مستقل گرایش به کارآفرینی باعث نوسان در متغیر وابسته عملکرد مالی خواهد شد، یعنی هر گرایش به کارآفرینی در میان کارکنان بالاتر رود عملکرد مالی در میان کارکنان زیادتر می‌شود.

فرضیه دوم این پژوهش به این شرح است: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان تاثیر دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه پنجم این پژوهش بیانگر این مطلب است که بین، گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان از نظر همبستگی پیرسون رابطه معناداری وجود دارد و نوع همبستگی بین دو متغیر مذکور مستقیم است، یعنی هر دو افزایش یا کاهش می‌یابند و شدت همبستگی بین دو متغیر در سطح فوق معنادار بوده است، بنابراین فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد و همچنین از نظر مدل رگرسیون گرایش به کارآفرینی بر عملکرد کارکنان تاثیر دارد و این تاثیر از نوع مستقیم است، چون که ضریب گرایش به کارآفرینی مقداری مثبت است و به دلیل مثبت بودن این ضریب، این رابطه از نوع مستقیم است، به این مفهوم که تغییرات در متغیر مستقل گرایش به کارآفرینی باعث نوسان در متغیر وابسته عملکرد کارکنان خواهد شد، یعنی هر گرایش به کارآفرینی در میان کارکنان بالاتر رود عملکرد کارکنان در میان کارکنان زیادتر می‌شود.

منابع

- احمدپور، م، مقیمی، م.، (۱۳۸۳). کارآفرینی. تهران، مؤسسه فرهنگی و انتشارات محراب.
- احمدپور، محمود و داریانی، سید محمد، (۱۳۸۴). مبانی کارآفرینی. انتشارات فرا اندیش، چاپ سوم
- پیرمرادی، ن.، (۱۳۸۶). بررسی رابطه بین استفاده از راهبرد های مدیریتی و توانمند سازی در سازمان های دولتی شهر کرمان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان.
- پیکارجو، کامبیز، فرزانه، علی اصغری، کارآفرینی سازمانی و سازمان های کارآفرین، تهران، پژوهشکده. تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۱.
- تقی زاده و شعبان اللهی، (۱۳۸۹)، فناوری و نوآوری. چهارمین کنفرانس ملی مدیریت تکنولوژی ایران، تهران
- حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۸۸). روش تحقیق در علوم انسانی. انتشارات سمت.
- حسینی، ج و کاظمی میانرودی، ف (۱۳۹۰). نقش نوآوری در توسعه کارآفرینی، کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۶۳.
- دعایی، جلیل (۱۳۸۷). سازمان های کارآفرین و منابع انسانی، چاپ دوم، تهران: انتشارات مؤسسه ی عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- رابینز، استیفن.، ترجمه پارسایان و اعرابی، (۱۳۸۶). مبانی رفتار سازمانی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
- رضائیان، علی. (۱۳۸۷). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ یازدهم، انتشارات سمت، تهران
- سلجوقی، س.، (۱۳۸۷). کارآفرینی: ایجاد و توسعه کسب و کار جدید، کرمان، خدمات فرهنگی، کرمان.

Effect of Entrepreneurial Tendency on Organizational Performance

Saeed Farjam¹, Mahmoud Shirani²

1. Faculty Member, Department of Management, Payam Noor University, Borujen Branch

2. Masters student, Islamic Azad University, Dehaghan Branch

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of entrepreneurial orientation on organizational performance in Iran's Qarz-al-Hassaneh Mehr Iran banks in Chaharmahal-Bakhtiari province. Methodology: The present study is a descriptive-correlational study. The statistical population of this research includes all the employees of Qarz-al-Hassaneh-e-Mehr Iran banks, based on the statistics collected in 1396 in this organization. The statistical population of this study is 170 people who were selected as the statistical sample by using a census method of 168 people. To analyze the data, the Cronbach Alpha coefficient was used for reliability, and the values of this statistic for all variables are greater than 0.7 and therefore the questionnaire has the desired reliability. To analyze the hypotheses, the correlation coefficient and regression model were used for SEMS software for structural equation modeling using AMOS software. Research findings show that entrepreneurship has a positive effect on employee performance and financial performance.

Keywords: Employee Performance, Financial Performance, Entrepreneurial Orientation
