

نقش بانوان کارآفرین بر عملکرد سازمانی

فروغ کلوانی

کارشناسی ارشد کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

foroughkalvani1350@gmail.com

چکیده

امروزه مشارکت زنان، یکی از ابزارهای اساسی توسعه است. یکی از اصلی ترین زمینه های مشارکت زنان در جامعه ی روستایی، ورود به کارآفرینی یا خوداشتغالی است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش بانوان کارآفرین بر عملکرد سازمانی انجام گرفته است. این پژوهش از نوع توصیفی-علی است و جامعه آماری تحقیق، کلیه زنان کارآفرین مشغول به کار در ۲۰۰ شرکت در شهر تهران می باشد. نمونه ی آماری، ۵۹ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه عملکرد سازمانی احمدی (۱۳۹۲) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و مدلیایی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای آماری spss و lisrel استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که نقش بانوان کارآفرین بر عملکرد سازمانی اثرگذار است ($\beta=0/494$)

کلمات کلیدی: بانوان کارآفرین، عملکرد سازمانی، توسعه اقتصادی

۱. مقدمه

محیط امروزی، امواج تازه‌ای از تغییر را با خود به همراه آورده است. سازمان‌های امروزی، شاهد تغییرات زیادی در محیط‌های خود هستند. محیط پیرامون سازمان‌ها نسبت به قبل پویاتر شده و باعث گردیده تا سازمان‌ها در پی یافتن پاسخ‌هایی برای این پویایی باشند تا موفقیت و عملکرد بالاتر را برای خود رقم زنند. در دنیای در حال تحول امروز، جوامع و سازمان‌هایی به کامیابی دست می‌یابند که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود، رابطه معنی داری برقرار سازند (Drayton, 2012). بنابراین، با توجه به اهمیت موضوع می‌توان گفت بررسی عملکرد و عوامل تأثیرگذار بر آن برای هر سازمانی حائز اهمیت است. از جمله این عوامل کارآفرینی است که در دهه‌های گذشته به دلیل کمک به رشد محصولات، خدمات جدید، ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی توجه روزافزونی را به خود جلب نموده است (Gupta and Batra, 2016).

در این میان، کارآفرینان نقش مؤثری در فرآیند توسعه اقتصادی کشورها دارند و از آن‌جا که کارآفرینی می‌تواند باعث شکوفایی و رشد اقتصادی در کشورها، به خصوص در کشورهای در حال توسعه باشد، امروزه در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار نقش کلیدی دارد. نوآوری نقش مهمی در توسعه اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌کند؛ به‌طوری‌که به عنوان منبع اصلی رشد اقتصادی شناخته شده است. با توجه به این وضعیت، کارآفرینان نقش مهمی در تولید محصولات نوآورانه دارند و باعث ورود سازمان‌ها به بازار یا کسب و کار جدید می‌شوند. از این رو، مفهوم گرایش کارآفرینی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی توجه ویژه‌ای را در علوم سازمانی به خود جلب کرده است (Razavi and Ab Aziz, 2017).

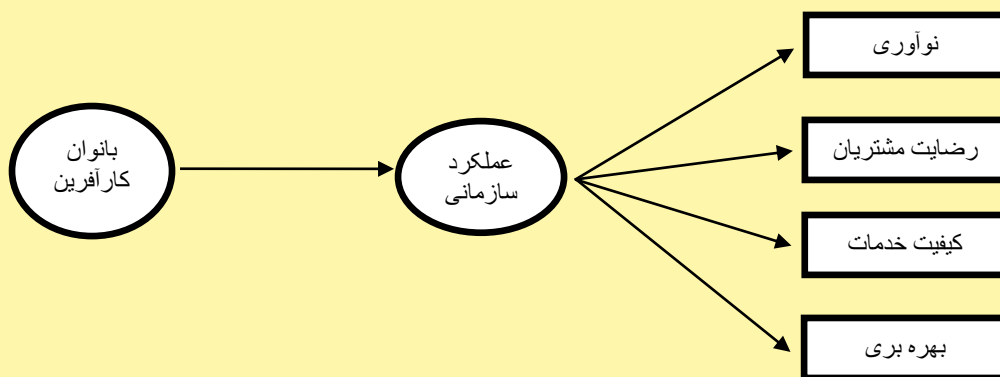
مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینی زنان، با توجه به اینکه زنان نیمی از جمعیت فعال جوامع را تشکیل می‌دهند، می‌تواند به رشد تولید و فروش، افزایش سرمایه، رفاه اقتصادی، قدرت رقابت و صادرات و در کل به توسعه اقتصادی و همچنین رشد و شکوفایی خود زنان نیز کمک کند (احمدپور، ۱۳۹۶). چنانکه طبق نظارت جهانی کارآفرینی و گزارش ویژه زنان در سال ۲۰۱۵ فعالیت کارآفرینی زنان از سال ۲۰۱۲ به میزان ۷ درصد افزایش یافته است و فعالیت اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت های جهان را تشکیل می‌دهد. در ایران نیز با توجه به اینکه در سال‌های اخیر رشد درخور توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه به وجود آمده است، توجه به فعالیت های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی کند (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۴). علاوه بر اینکه زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار کنند و موانعی را که در بروز استعدادهای خود دارند رفع کنند و هر روز بیشتر و بیشتر بر جسارت خود بیفزایند و به عنوان مهره‌ی اصلی برای توسعه اقتصادی پایدار و ایجاد اشتغال با تأثیرات بر فقر اجتماعی به رسمیت شناخته شوند. بنابراین موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی ایجاد می‌کند (Brush et al., 2017). درواقع، زنان کارآفرین زنانی هستند که به تنهایی یا با مشارکت یا از طریق ارث، کسب و کاری را ایجاد می‌کنند و با قبول خطرات مالی و مسئولیت اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی در اداره‌ی امور روزانه شرکت می‌جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد می‌کنند یا گسترش می‌دهند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند (میرغفوری و همکاران، ۱۳۹۴).

دابسون (۲۰۰۱) بر اساس تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی معتقد است: هر تلاشی برای ایجاد کسب و کارهای جدید یا گسترش کسب و کارهای موجود توسط افراد، یا گروهی از افراد را کارآفرینی می‌نامد. به اعتقاد دابسون، این اشخاص کسانی هستند که نوآوری را با فعالیت‌های کسب و کار برای تجاری سازی تولیدات و خدمات ترکیب می‌کنند که نتیجه‌ی آن شرکت‌های با رشد بالا می‌باشد (Dabson, 2001). از نظر هندرسون (۲۰۰۲)، کارآفرینی فرآیند کشف یا توسعه فرصت برای خلق ارزش از طریق نوآوری است. کارآفرینان اغلب با افزودن ثروت به اقتصاد محلی باعث رشد و گسترش آن می‌شوند. هندرسون و ویلر (۲۰۰۵)، می‌گویند کارآفرینان تنها ایجادکننده‌ی فرصت‌های جدید محلی نیستند، بلکه همچنین تولیدکننده‌ی ثروتی نو و ارزشی جدید می‌باشند. کارآفرینان بهره‌گیران نوآور از منابع و دارایی‌های محلی می‌باشند. لاوی دینا (۱۹۹۵)، زنان کارآفرین را زنانی تعریف می‌کند که به تنهایی و یا با مشارکت [دیگران]، کسب و کاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارث پذیرفته‌اند و با قبول ریسک های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی در اداره‌ی امور

روزانه شرکت می جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند(نقل از گلرد، ۱۳۸۴). می توان گفت که زنان کارآفرین زنانی هستند که با خلق ایده های نو و یا با نوآوری و ابتکارات شخصی و استفاده بهینه از فرصت ها و منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می کنند که باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می شود.

رشد سریع جمعیت و افزایش میزان بیکاری، چالش هایی است که جامعه ی ما با آن درگیر است. یکی از عواملی که امروزه می تواند چهره ی اقتصادی، اجتماعی و صنعتی یک کشور را دگرگون کند، کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه، بهره مندی از روحیه کارآفرینی و در نهایت انسان کارآفرین است. لذا با توجه به اهمیت کارآفرینی زنان و تأثیر حمایت نهادها بر موفقیت کسب های ایجادشده از سوی زنان کارآفرین، این پژوهش با این هدف انجام شد که آیا بانوان کارآفرین در عملکرد سازمانی در شرکت استیل کرد استان تهران تأثیر دارد؟

بنابراین مدل مفهومی، با هدف شناخت نقش بانوان کارآفرین بر عملکرد سازمانی آزمون می شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ روش کمی و به لحاظ اجرا، پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. روش جمع آوری اطلاعات در این تحقیق، پیمایشی بوده است. جامعه آماری این تحقیق، کلیه ی زنان کارآفرین شهر تهران در ۲۰۰ شرکت می باشد که مجموعاً ۷۰ نفر بودند. تعداد کل جامعه ی آماری مورد مطالعه معلوم است. از این رو، برای تعیین حجم نمونه ی مناسب از فرمول کوکران استفاده شد. براساس این فرمول، تعداد ۵۹ نفر از شرکت کنندگان به عنوان نمونه به روش تصادفی انتخاب شدند.

در این پژوهش به منظور اندازه گیری متغیرهای تحقیق از پرسش نامه بسته استفاده شد. سوالات پرسشنامه به دو بخش سوالات عمومی و تخصصی تقسیم شده اند. سوالات عمومی شامل پرسش هایی راجع به مشخصات پاسخ دهنده نظیر سن، سابقه کار و مدرک تحصیلی است. برای سوالات تخصصی از پرسش نامه استاندارد عملکرد سازمانی از احمدی (۱۳۹۲) شامل ۲۱ گویه و ۴ مؤلفه ی نوآوری، رضایت مشتریان، کیفیت خدمات و بهره وری استفاده شد، که براساس مقیاس پنج درجه های لیکرت درجه بندی شده اند. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۴) محاسبه شد. برای تعیین روایی این ابزارها از روایی صوری و محتوایی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است. به این ترتیب که برای بررسی سوالات عمومی پرسشنامه (ویژگی های جمعیت

شناختی) از آمار توصیفی استفاده شده است. در آمار استنباطی نیز به منظور آزمون نرمال بودن توزیع نمونه آماری، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده گردید. این پژوهش به روش مدلسازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام گرفت.

۳. نتایج (یافته‌ها)

نتایج نشان داد که از نظر رده سنی، ۱۹/۶ درصد از پاسخ دهندگان در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۳/۶ درصد از پاسخ دهندگان در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و ۳۶/۹ درصد از پاسخ دهندگان در گروه سنی ۴۱ سال و بالاتر از آن جای می گیرند. از نظر سطح تحصیلات، ۵۳/۳ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۴۴/۹ درصد کارشناس ارشد و ۱/۸ درصد نیاز دارای مدرک دکتری بودند. از نظر سابقه ی کار، ۱۲ درصد دارای سابقه ۵ سال و کمتر، ۲۵/۳ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال، ۲۲/۲ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۵/۶ درصد بین ۱۶ تا ۲۱ سال و ۲۴/۹ درصد دارای سابقه کار ۲۱ سال و بالاتر بودند.

به منظور بررسی اطلاعات توصیفی، میانگین و انحراف معیار مؤلفه های عملکرد سازمانی در جدول ۱، آورده شده است.

جدول ۱. توصیف آماری مؤلفه های عملکرد سازمانی

متغیر	میانگین	انحراف معیار
نوآوری	۳/۱۵	۰/۹۲
رضایت مشتریان	۴/۱۷	۱/۴۵
کیفیت خدمات	۳/۹۵	۰/۹۴
بهره وری	۳/۶۸	۰/۸۱
عملکرد سازمانی	۳/۷۴	۱/۳۷

نتایج بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش با استفاده از آمار کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد از آنجا که سطح معناداری آزمون، بیشتر از ۰/۰۵ و مقدار آمار آزمون کمتر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین می توان گفت توزیع داده های متغیرهای پژوهش نرمال می باشند. بنابراین، برای آزمون فرضیه های تحقیق، پیش فرض نرمال بودن، برقرار است. پس از اطمینان از تأیید الگوهای اندازه گیری، به آزمون مدل پژوهش پرداخته شد. جدول ۲، برخی از مهمترین شاخص های برازش مدل را ارائه می دهد.

جدول ۲. شاخص های برازندگی مدل پژوهش

شاخص های برازندگی	GFI	CFI	NFI	RMR	X ² /df
دامنه پذیرش	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۰/۰۵	۳-۱
شاخص های برازش الگوی نهایی پژوهش	۰/۹۱	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۰۱	۱/۰۸

بر اساس پرونده های مدل خی دو بهنجار برابر ۱/۰۸ که با توجه به اینکه از مقدار ۳ کمتر است، قابل قبول می باشد. دیگر شاخص های نیکویی برازش برای معادلات ساختاری بدین صورت که شاخص نیکویی برازش (CFI) ۰/۹۸ و سایر شاخص ها هم که در جدول ذکر شده همگی نشان دهنده برازش مطلوب و تأیید مدل پژوهش است.

بررسی فرضیه: فرضیه تحقیق مورد بررسی و آزمون قرار گرفت که نتایج زیر حاصل گردید:

- نقش بانوان کارآفرین در عملکرد سازمانی اثر گذار است.

جدول ۳- تحلیل مسیر (بررسی نقش کارآفرینی در عملکرد سازمانی)

فرضیه	ضریب مسیر	سطح معناداری	خطای استاندارد	نتیجه آزمون
بانوان کارآفرین در عملکرد سازمانی تأثیر مثبت معناداری دارد.	۰/۴۹۴	۵/۵۵۳	۰/۸۸۹	پذیرش فرضیه

این فرضیه بیان می کند که بانوان کارآفرین در عملکرد سازمانی تأثیر مثبت معناداری دارد. در سطح اطمینان ۰/۹۵ بر اساس نتایج ارزیابی مدل، ضریب همبستگی (بار عاملی) میزان ۰/۴۹۴ در سطح معنی داری مطلوب می باشد، با توجه به بزرگ تر بودن میزان سطح معنی داری تی از میزان ۱/۹۶، مشخص می شود نقش بانوان کارآفرین در عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذا فرض صفر رد و فرضیه تحقیق مورد تأیید است.

۴. نتیجه گیری

محیط کسب و کار بسیار پویا، غیرقابل پیش بینی و رقابتی شده است. جهانی شدن، آزادسازی تجارت و پیشرفت های تکنولوژیکی، به این امر کمک می کند. همه این تحولات جهان را به یک بازار جهانی تبدیل کرده است که در آن سازمان ها فراتر از مرزهای ملی رقابت می کنند. با در نظر گرفتن این سناریوها، برای سازمان ها، صرف نظر از ماهیت و اندازه آن ها، ضروری است که رفتار کارآفرینانه و فرهنگ و ویژگی های سازمانی حمایتی را برای بقا، شکوفایی، کسب مزیت های رقابتی و دستیابی به عملکرد برتر از خود نشان دهند (Otahe & Mahmood, 2015).

بنابراین، اتخاذ شیوه های کارآفرینی می تواند ظرفیت های درون سازمانی را برای کمک به ارزش های عمومی پایداری و بهره وری بهبود بخشد و می تواند بهترین راه برای حل ادراک مکرر از عملکرد پایین و خدمات کمتر کارآمد باشد. از سوی دیگر، این یک معضل را نشان می دهد. کارآفرینی ممکن است برای توسعه عملکرد سازمان های بخش عمومی ضروری باشد اما هزینه شکست نوآوری اغلب بسیار زیاد است.

عملکرد سازمانی به طور کلی شاخصی از سطح موفقیت است که نشان دهنده موفقیت مدیر/کارآفرین است. عملکرد سازمان نتیجه مطلوب رفتار سازمانی افراد درون آن است. ارزیابی عملکرد سازمانی را می توان از منظر مالی درک کرد (La Nafie, et al., 2014). عملکرد مالی نشان دهنده توانایی شرکت در تولید منابع جدید از عملیات روزانه در یک دوره خاص است (Otahe & Mahmood 2015)

کارآفرینی به دلیل تأثیر مفید بر عملکرد سازمانی مورد توجه محققان و شاغلین قرار گرفته است. شواهد تجربی کافی وجود دارد مبنی بر این که کارآفرینی ارتباط نزدیکی با بهبود عملکرد شرکت دارد (e.g. Zhang & Zhang, 2012). از این رو، رابطه بین کارآفرینی شرکتی و عملکرد سازمانی علی رغم تمرکز بیشتر بر سازمان های تجاری خصوصی، به طور قابل توجهی مورد تحقیق قرار گرفته است. محققان فرض کرده اند که کارآفرینی منجر به عملکرد سازمانی برتر می شود.

یافته های توصیفی پژوهش نشان داد که کلیه مؤلفه های عملکرد سازمانی در وضعیت نسبتاً مطلوب و بالاتر از میانگین متوسط نظری پژوهش قرار دارند. دیگر یافته های استنباطی تحقیق نشان می دهد که بانوان کارآفرین به صورت مستقیم بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. این یافته در تطابق با نتایج پژوهش های کشاورز (۱۳۹۳) می باشد که در پژوهش خود تمایل و نگرش به کارآفرینی بر عملکرد سازمانی تأثیرگذار است. همچنین با یافته های کریمی و همکاران (۱۳۹۵) که نشان دادند نگرش و قصد کارآفرینانه بر عملکرد تأثیر گذار می باشد هم سویی دارد.

پژوهشگر برای انجام هر پژوهشی با محدودیت هایی مواجه است. مطالعه حاضر نیز محدودیت هایی داشت. با توجه به اینکه این پژوهش فقط در یک حوزه انجام شده است، به محققان دیگر پیشنهاد می شود این پژوهش را در زمینه های مختلف یا شرکت های مختلف در سایر استان ها انجام دهند تا نتایج آن قابلیت تعمیم بیشتری داشته باشد. همچنین پیشنهاد می شود که همین پژوهش در مقاطع زمانی مختلف بررسی شود. علاوه بر این پیشنهاد می گردد که بانوان خلاق را شناسایی نموده و با ایجاد زمینه های بروز و تقویت خلاقیت از طریق ایجاد تغییرات جدید، دوره های آموزشی جدید، برگزاری جلسات هم اندیشی و طرح مسائل نو در تقویت بانوان به کارآفرینی گام مؤثری بردارند. لازم است با ارائه تسهیلات و در اختیار قرار دادن برخی امکانات به بانوان خلاق در مراکز کارآفرینی اختیار عمل و استقلال آن ها را افزایش دهند تا در پی آن نگرش آنان نسبت به کارآفرینی بهبود یابد.

منابع و مراجع

آدرس دبیرخانه کنفرانس :

اهواز – شهرک صنعتی شماره ۴ – مرکز خدمات فناوری شرکت شهرک های صنعتی استان خوزستان

Drayton, B. (2012). Social Entrepreneurship in the Age of Atrocities. New York: Edward Elgar Publishing. Eisenhardt K. M, Furr N. R, Bingham C. B. CROSSROADS—Microfoundations of performance.

Gupta, V. K., Batra, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in Indian SMEs: Universal and contingency perspectives. International Small Business Journal. Vol 34(5), pp. 660-682.

Razavi, S. H., Ab Aziz, K. (2017). The dynamics between entrepreneurial orientation, transformational leadership, and intrapreneurial intention in Iranian R&D sector. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. Vol 23(5), pp. 769-792.

احمدپور، داریانی. (۱۳۹۶). کارآفرینی، چاپ چهارم، تهران: پردیس.

میرغفوری، حبیب‌الله، صیادی، حسین؛ طاهری دمنه، محسن. (۱۳۹۴). تبیین تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان، پژوهشنامه مدیریت تحول، سال اول، (شماره دوم)، ۴۵-۸۰.

Brush, C., De Bruin, A., Gatewood, E.J., Henry, C. (2017). "Introduction: women Entrepreneurs and Growth", Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth, Vol 44(3), pp. 1-18

Dabson, B. (2001). Supporting Rural Entrepreneurship, Exploring Policy Options for a New Rural America. Proceeding of a conference sponsored by Federal Reserve Bank of Kansas City. Center for the Study of Rural America, pp, 35-48.

Henderson, J (2006). Understanding Rural Entrepreneurs at the County Level: Data Challenges, Federal Reserve Bank of Kansas City—Omaha Branch - U.S. Bureau of the Census, Working Paper.

گلرد، پروانه. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی"، پژوهش زنان، سال سوم، (شماره یک).

احمدی، حسن. (۱۳۹۲). بررسی رابطه رهبری توزیع شده با عملکرد سازمانی معلمان مدارس دولتی ابتدایی شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، صفحه ۶۵.

Otache, I., Rosli, M. (2015). "Corporate Entrepreneurship and Business Performance: The Role of External Environment and Organizational Culture: A Proposed Framework", Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol. 6(53), pp. 524-531.

La Nafie, N., Umar, N., Musadieq, M. Al., Suyadi, I. (2014). Organizational Internal Factors, Corporate Entrepreneurship, and Organizational Performance., European Journal of Business and Management. Vol. 6(36). pp. 83-97.

کشاورز، مرضیه، ۳۷۳، بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه های اثرگذار بر آن، توسعه کارآفرینی. سال هفت، (شماره سه)، ۵۲۹-۵۴۸.

کریمی، سعید، مالمیرزایی، فرشید، موحدی، ۳، رضا. (۱۳۹۵). تاثیر آموزش کارآفرینی و سودمندی آن بر قصد کارآفرینان های دانشجویان کشاورزی دانشگاه های غرب کشور، فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. شماره سی و یک، ۶۵-۵۱.