

الگوی برنامه‌ریزی راهبردی سرمایه‌های انسانی سازمان بسیج مهندسين با رویکرد کارآفرینی

دکتر برزو فرهی بوزنجانی*

دکتر امیر حصیرچی**

دکتر عباس نیاوند***

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۸/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۰/۲۱

چکیده

مقاله‌ی حاضر که حاصل یک پروژه‌ی پژوهشی کاربردی در مقطع زمانی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ است، تلاش می‌کند از میان الگوها و مکاتب برنامه‌ریزی راهبردی، الگوی متناسب با بوم سازمان بسیج مهندسين را پیدا کند. واکاوی حوزه‌های فعالیت این سازمان، نشان‌دهنده‌ی بسترهای بسیار مناسب، جهت بهره‌گیری از مزیت‌ها و دست‌آوردهای کارآفرینی است. با تغییر در برنامه‌های راهبردی این سازمان، شرایط لازم برای حل مشکلات فعلی آن فراهم گردیده و موجب تسهیل حضور خیل عظیم مهندسان و متخصصان بسیجی در عرصه‌ی سازندگی کشور خواهد شد. بنابراین، هدف اصلی مقاله عبارت است از: طراحی الگوی برنامه‌ریزی راهبردی که فضای کارآفرینی را در سازمان بسیج مهندسين برای سرمایه‌های انسانی این سازمان فراهم نماید. در جهت تحقق هدف یادشده و برای پاسخ به سؤالات پژوهش، پس از بررسی انواع الگوهای برنامه‌ریزی راهبردی، بررسی مکاتب کارآفرینی و مطالعه‌ی عمیق سازمان بسیج مهندسين، الگوی مفهومی پژوهش را ارایه و ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های این الگوی مفهومی را از طریق خبرگان مدیریتی و افراد با تجربه در حوزه‌ی برنامه‌ریزی راهبردی، در دو مرحله مورد سنجش قرار داده و در بخش نتایج، ۹ بعد اصلی و ۳۳ مؤلفه و با تغییرات اندک در ۱۵۶ شاخص نشان داده است که الگوی طراحی شده، با ویژگی‌های سازمان بسیج مهندسين سازگار بوده و با ضریب روایی ۰/۹۳ و پایایی ۰/۹۷۷، برای اجرا در این سازمان قابل اتکا است. در انتها نیز پیشنهادهایی برای بسترسازی اجرای الگو ارایه گردیده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ رویکرد کارآفرینی؛ برنامه‌ریزی راهبردی؛ سازمان بسیج مهندسين.

*. دانشیار دانشگاه جامع امام حسین(ع) Dr_farrahi@yahoo.com

** پژوهشگر دانشگاه جامع امام حسین(ع) Hasirchy@yahoo.com

*** نویسنده‌ی مسؤول: دانش‌آموخته‌ی دکتری مدیریت (گرایش سیستم‌ها) Niavand@gmail.com

۱. مقدمه

برنامه‌ریزی راهبردی از ابزارهای پایه‌ای و بسیار مهم برای پیشرفت و تحول در هر سازمان به‌شمار می‌رود و به این منظور، هر سازمان باید متناسب با چشم‌انداز، رسالت و مأموریت خود، به انتخاب رویکرد متناسب از میان مکاتب برنامه‌ریزی راهبردی بپردازد. سازمان بسیج مهندسين نیز از این قاعده مستثنی نبوده و باید رویکردی متناسب را برای خویش برگزیند تا از این طریق به پیشرفت و تحول مورد نظر دست یابد. واقعیت این است که این سازمان در حال حاضر به رویکرد متناسب دست نیافت است. در پژوهش حاضر که برگزیده از یک رساله‌ی دکتری است، با شناخت کامل از مکاتب برنامه‌ریزی راهبردی و نیز شناخت عمیق از سازمان مورد مطالعه، رویکرد کارآفرینی را انتخاب کرده است و با پی‌ریزی الگوی مفهومی پژوهش براساس آن و از طریق نظرسنجی از نخبگان و صاحب‌نظران سازمان (اعضای گروه‌های تخصصی پنج‌گانه‌ی کشوری و مدیران مراکز بسیج مهندسين) مشخص گردید که مهم‌ترین خواسته‌ی سازمان، حرکت در جهت کارآفرینی است و تنها از این طریق، ظرفیت و بسترهای لازم جهت شکوفایی استعدادها و توانمندی‌های بالقوه‌ی مهندسين بسیجی فراهم خواهد آمد.

سازمان بسیج مهندسين، به‌منظور جذب و به‌کارگیری فارغ‌التحصیلان رشته‌های مهندسی برای دفاع از دست‌آوردهای انقلاب اسلامی و کمک به کارآمدی نظام مقدس جمهوری اسلامی در عرصه‌ی سازندگی به‌وجود آمده و امروزه مهم‌ترین دغدغه‌ی مسؤولین آن، به‌کارگیری خیل عظیم مهندسين بسیجی جوان در عرصه‌های فنی و تخصصی سازندگی کشور است. برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی در این سازمان کمک می‌کند تا آن پویایی و تحول مورد انتظار محقق گردد. چنان‌چه این سازمان بتواند شرایط لازم را برای اشتغال اعضا فراهم نماید، خلاقیت و نوآوری اعضا، به‌منصه‌ی ظهور رسیده و زمینه‌ی ماندگاری و تعلق بیش‌تر به این سازمان، فراهم خواهد آمد.

۲. تعریف مفاهیم بنیادین

۲-۱. برنامه‌ریزی راهبردی

برنامه‌ریزی راهبردی یکی از انواع برنامه‌ریزی بوده و با دوراندیشی و در جریان فراگردی

نظام یافته انجام می‌گیرد. در این فراگرد، هدف‌های کلان سازمان، روش‌های مناسب برای تحقق این هدف‌ها و تخصیص منابع لازم برای دستیابی به اهداف مذکور، مشخص می‌گردد (رضایان، ۱۳۸۴).

۲-۲. کارآفرینی

کارآفرینی فرایندی است که طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری‌های افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد و این موجبات ایجاد ارزش فردی و اجتماعی را فراهم خواهد آورد (اکولز و نیک،^۱ ۱۹۹۸).

۲-۳. رویکرد کارآفرینی

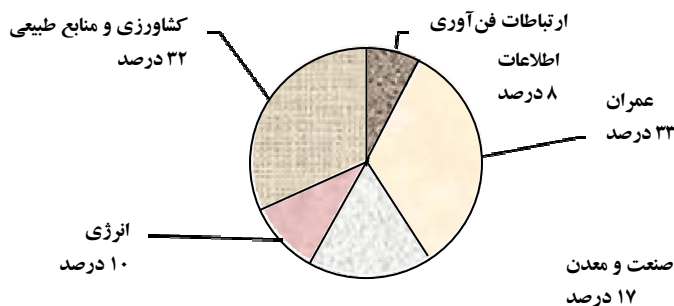
ونکاتارامان و ساراوانی^۲ (۲۰۰۱) اظهار می‌دارند که مدیریت راهبردی و کارآفرینی باید با هم تلفیق شوند؛ زیرا هر دوی آنها برای ایجاد یک بنگاه موفق الزامی هستند. بنابراین تلفیق آنها، برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی یا کارآفرینی راهبردی نامیده می‌شود. کارآفرینی راهبردی در برگیرنده‌ی شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها و در عین حال ایجاد و حفظ هم‌زمان یک مزیت رقابتی است (ایرلند^۳، هیت و سیرمون^۴، ۲۰۰۳). کارآفرینی راهبردی برای بنگاه‌های جدید و کوچک و هم‌چنین برای بنگاه‌های بزرگ و معتبر مهم است. بنگاه‌های بزرگ و معتبر باید کارآفرین باشند و بنگاه‌های کارآفرین نیز باید راهبردی باشند.

۲-۴. سازمان بسیج مهندسين

سازمان بسیج مهندسين در سال ۱۳۷۶ و در پی فرامین و رهنمودهای مقام معظم رهبری، مبنی بر ضرورت توجه بیش از پیش به موضوع حضور متخصصین در بسیج، در مجموعه‌ی نیروی

1- Ecolz & Nik
1-Vankataraman & Savarasi
2-Ireland
3-Hitt & Siremon

مقاومت بسیج آغاز به کار نموده است. این سازمان دارای یک حوزه‌ی ستادی و مراکز استانی است. هر یک از مراکز استانی بر اساس پنج حوزه‌ی تخصصی (مشمول بر حوزه‌ی عمران، صنعت و معدن، انرژی، کشاورزی و منابع طبیعی، و ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات) تقسیم‌بندی شده است. نمودار (۱) نمایانگر درصد اعضای سازمان در گروه‌های تخصصی پنج‌گانه یادشده است. رسالت این سازمان، کمک به ارتقای کارآمدی نظام اسلامی در عرصه‌های سازندگی اقتصادی، علمی، فن‌آوری و مدیریتی با تربیت مهندسين طراز اول و کارآفرینی و حفظ و گسترش فضای ارزشی در جامعه‌ی مهندسی برای تحقق جامعه‌ی پیشرفته‌ی اسلامی است (مجموعه آماری سازمان بسیج مهندسين، ۱۳۸۶).



نمودار ۱. درصد اعضای سازمان بسیج مهندسين در گروه‌های تخصصی (مجموعه آماری سازمان بسیج مهندسين، ۱۳۸۶)

۳. مرور مبانی نظری

برنامه‌ریزی طی سال‌های گذشته و در مسیر تکاملی خود، دچار دگرگونی و تحول بنیادی شده است. در قرن بیستم و طی دهه‌ی چهل، تنها به بودجه‌ریزی و کنترل مالی بر مبنای دخل و خرج، در دهه‌ی پنجاه به برنامه‌ریزی درازمدت، میان‌مدت و اهداف از قبل قابل پیش‌بینی و مشخص، در دهه‌ی شصت به برنامه‌ریزی راهبردی بر مبنای برنامه‌های بلندمدت، تنوع اهداف و پیچیدگی هدف‌گذاری، در دهه‌ی هفتاد به مدیریت راهبردی پرداخته شده و بر جامعیت برنامه‌ها

در سطح ملی، کشوری و منطقه‌ای و اولویت منافع ملی بر سود فردی و سازمانی تأکید شده، و از دهه‌ی هشتاد به بعد، تفکر راهبردی مطرح و بر این اساس، به هم‌سویی میان راهبردها و فرهنگ سازمانی و توسعه‌ی ارزش‌های سازمانی تأکید شده است. امروزه، برنامه‌ریزی راهبردی از وظایف کلیدی مدیران به‌شمار رفته و سازمان‌های بزرگ دارای سه سطح راهبرد مرتبط با کل سازمان، بخش‌ها و کارکردها هستند (تامپسون^۱، ۱۹۹۵).

از سوی دیگر، کارآفرینی مفهومی است که به دلیل میان‌رشته‌ای بودن آن، دارای تعاریف متعدد بوده و تعریف این مفهوم چندبعدی بستگی به ارتباط با تحقیق انجام شده دارد (پورسعید به نقل از: سازمان توسعه‌ی اقتصادی و همکاری اروپا، ۱۹۹۶).

موضوع سازمان کارآفرین به معنای فرایند خلق محصول یا خدمت از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در سازمان (فرای^۲، ۱۹۹۳) و رویکرد کارآفرینی به معنای انتخاب رویکرد کارآفرینی در سازمان (آنتونیک و هیسریچ^۳، ۲۰۰۳) از جمله مفاهیمی است که طی سال‌های گذشته مطرح و به ادبیات سازمان و مدیریت اضافه شده‌اند. به این ترتیب، برای تحقق کارآفرینی سازمانی، تحقق آن را از منظر مدیریت راهبردی دانسته و برای آن سه دلیل بیان می‌شود:

الف- بقای سازمان و آمادگی برای واکنش بهتر و سازگاری در مقابل تغییرات محیطی با پیش گرفتن رویکرد کارآفرینی در سازمان میسر خواهد شد.

ب- تعهد به کارآفرینی، مستلزم پذیرش این امر در تمام سلسله‌مراتب سازمانی است.

ج- توسعه و نوآوری و ایجادهای جدید در سازمان، همه و همه، در سایه‌ی پیش گرفتن رویکرد کارآفرینی در سازمان است (کورن وال و پرل من^۴، ۱۹۹۰).

در پژوهش حاضر، الگوهای ده‌گانه‌ی راهبردی مورد مطالعه قرار گرفته و به منظور اختصار، این ده الگو از ابعاد ریشه‌ای، ابعاد محتوایی و فرایندی و ابعاد زمینه‌ای مورد مقایسه قرار گرفته و نتایج حاصل از این مقایسه در جدول‌های (۱) و (۲) آمده است.

در ابعاد ریشه‌ای و زمینه‌ای به موضوعاتی مانند: استعاره‌ی هر مکتب، منابع، اصل اولیه، پیام

1- Thompson
2- Fry
3- Antonic & Hisrich
4- Cornwall & Perlman

مورد نظر، پیام تحقق‌یافته، واژه‌های کلیدی، موقعیت و نوع سازمان اشاره شده است. در ابعاد محتوایی و فرایندی به موضوعاتی مانند: راهبرد، فرایند اولیه، تغییر، عامل یا عوامل اصلی، سازمان، رهبری و محیط اشاره شده است.

این مکاتب شامل موارد ذیل هستند:

۱. مکتب طراحی^۱: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند مفهومی
۲. مکتب برنامه‌ریزی^۲: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند رسمی
۳. مکتب موقعیت‌یابی^۳: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند تحلیلی
۴. مکتب کارآفرینی^۴: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند تخیلی و بینشی
- ۵- مکتب شناختی^۵: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند ذهنی و فکری
۶. مکتب یادگیری^۶: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند نوظهور
۷. مکتب قدرت^۷: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند مذاکره
۸. مکتب فرهنگی^۸: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند جمعی
۹. مکتب محیطی^۹: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند واکنشی
۱۰. مکتب ترکیب‌بندی^{۱۰}: تدوین راهبرد به‌عنوان یک فرایند تحول و دگرگونی (مینتزرگ

و دیگران، ۱۳۸۴)

-
- 1- The Design School
 - 2- The Planning School
 - 3- The Positioning School
 - 4- The Entrepreneurial School
 - 5- The Design School
 - 6- The Learning School
 - 7- The Power School
 - 8- The Cultural School
 - 9- The Environmental School
 - 10- The Configuration School

جدول ۱. مقایسه‌ی مکاتب ده‌گانه‌ی راهبردی از ابعاد ریشه‌ای و زمینه‌ای

(مینتزبرگ و دیگران، ۱۳۸۴)

نام مکتب	طراحی	برنامه‌ریزی	موقعیت‌یابی	کارآفرینی	شناختی	یادگیری	قدرت	فرهنگی	محیطی	ترکیبی
استعاره	عنکبوت	سنجاب	یوفالوی آبی	گرگ	جغد	میمون	شیر	طاووس	شتر مرغ	آفتاب پرست
منابع	سازینیک، ۱۹۵۷ شاید نیومن و بند آندریو ۱۹۶۵ س	دهه ۱۹۷۰ او آسوف ۱۹۶۵	پوردیو، شندل، هاتن اواسط دهه ۱۹۷۰ او پورتر، ۱۹۸۰ و ۱۹۸۵	شومیتز، ۱۹۵۰، کول ۱۹۵۹، و دیگران در اقتصاد	سایمون ۱۹۴۷ و ۱۹۵۷، سایمون و مارچ ۱۹۵۸	لیندیلوم ۱۹۵۹، کایر ت ۱۹۶۳، مارچ ۱۹۶۳ و ۱۹۶۹، کو، نین ۱۹۸۰، پراهلل و هامل اوایل دهه ۱۹۹۰	آیسون ۱۹۷۱، سالاتیک ۱۹۷۸، استلی ۱۹۸۴	رئمان و نورمن اواخر دهه ۱۹۶۰ در سوئد	هاتن و فرین ۱۹۷۷، پودازان نظریه اقتصاد ملل همکاران پوچ و او در دهه ۱۹۷۰، مایلز و استوار ۱۹۷۸	چاندلر ۱۹۶۲، مک گیل شامل مینتزبرگ، اواخر دهه ۱۹۷۰، مایلز و استوار ۱۹۷۸
اصل اولیه	ندارد	ار تباط با کمی برنامه‌ریزی شهری، سیستم‌ها	اقتصاد، تار پیچیده نظامی	ندارد	روان شناختی	ندارد و شاید کمی ارتباط با تئوری یادگیری و هر ج و مرج در ریاضی	علوم سیاسی	انسان شناسی	زیست شناسی، جامعه شناسی سیاسی	تاریخ
پیام مدنظر	تطبیق دهید	رسمی کنید	تجزیه و تحلیل کنید	تصور کنید	چارچوب دهید	یاد بگیرید	به چنگ آورید	یکپارچه شوید	غلبه کنید	تلفیق و تغییر دهید
پیام محقق یافته	تفکر کنید (راهبرد سازی در قالب مطالعه موردی)	به جای تدوین، برنامه ریزی کنید	به جای ایجاد یا تعهد، محاسبه کنید	متمرکز سازی و سپس امیدوار شوید	تکرار باشید یا تصور کنید (اتوا)	به جای تقسیم بندی کنید	به جای تقسیم بندی کنید	به جای تغییر مداوم بخشید	به جای مقابله کردن، تسلیم شوید	به جای دادن، جمع کنید و متحول سازید
واژه‌های کلیدی	سازگاری، تطابق، قابلیت، متمایز، مزیت رقابتی، سوات	برنامه ریزی، بودجه بندی، تنظیم جدول زمان بندی سناریوها	راهبرد عمومی، گروه راهبردی، رقابتی، پورتفولیو، منحنی تجربه	اقدام جسورانه، پیش و بصیرت جسورانه	تقشه، چهارچوب، مفهوم، ادراک، تفهیم، عقلانیت محدود، سبک شناختی	فزون گری، راهبرد غیر منتظره، معنا، کارآفرینی، اقدام، مخاطره آمیز، قابلیت اصلی	چانه زنی، تعارض، انطباق، افراد ذینفع، بازی سیاسی، راهبرد جمعی، شکیه، اتحاد	ارزش ها، اعتقادات، افسانه ها، فرهنگ، ایدئولوژی، سمبل، گزینی	انطباق، تکامل تدریجی، اقتصاد، انتخاب، پیچیدگی، فرصت پنهان	ترکیب بندی، پیش نمونه، دوره، چرخه عمر، تغییر و تحول، انقلاب، تجدید حیات
موقعیت (بهترین انطباق محیطی)	قابل تعریف به موقعیت اقتصادی، فنی، اجتماعی و ... پایدار	ساده و پایدار و پیش بینی و بطور ایده آل قابل کنترل	ساده، پایدار و تکامل یافته و در نتیجه سازمان یافته و بسیار کمیت پذیر	پویا اما ساده (بسیار غیر قابل درک رهبر)	غیر قابل درک	پیچیده پویا (بسیار غیر قابل پیش بینی)، تازه و بدیع	تفرقه انگیز، شرارت بار (خرد)، قابل کنترل یا مینتی پر همکاری (کلان)	به طور ایده آل انفصالی	کاملاً مناسب، رقابتی، شده	تا مادامی که بی قید و شرط است، هر آن چه که در سایر مکاتب وجود دارد
نوع سازمان	ماشینی (متمرکز، تا اندازه رسمی)	ماشینی (متمرکز، رسمی، تقسیم شده)	بسیار ماشینی (متمرکز، تولید کالا یا تولید انبوه)	کارآفرین (ساده و متمرکز)	هر گونه سازمانی	ادهورا سی، حرفه ای	هر سازمانی (مخصوصاً ادهورا ماشینی بسته یا ادهورا سی شبکه ای)	ماموریتی و همچنین ماشینی راکد	ماشینی مطیع	تا مادامی که بی قید و شرط است، هر آن چه که در سایر مکاتب وجود دارد

جدول ۲. مقایسه‌ی مکاتب ده‌گانه‌ی راهبردی از ابعاد محتوایی و فرایند

(مینتزبرگ و دیگران، ۱۳۸۴)

نام مکتب	طراحی	برنامه ریزی	موقعیت‌یابی	کارآفرینی	شناختی	یادگیری	قدرت	فرهنگی	محیطی	ترکیبی
راهبرد	چشم‌انداز برنامه ریزی شده	طرح‌های تقسیم‌شده به راهبردها و برنامه‌های فرعی	موقعیت‌های عمومی برنامه ریزی شده و دستاویزها	چشم‌انداز شخصی منحصر به فرد مثل فرصت پنهان	چشم‌انداز روانی (مفهوم فردی)	منحصر به فرد	الگوها و دستاویزهای سیاسی و همکارانه آشکار و پنهان	چشم‌انداز منحصر به فرد	موقعیت‌های عام و خاص	هر آنچه در مکاتب دیگر وجود دارد
فرایند اولیه	چشم‌انداز فکری، ساده، غیر رسمی، نقادانه و سنجیده	چشم‌انداز رسمی، تجزیه‌شده و سنجیده	چشم‌انداز تحلیلی، سیستماتیک و سنجیده	خیالی، شهودی، بسیار سنجیده، توصیفی	روانی (ذهنی)، غیر منتظره، قاطع یا محدود، توصیفی	غیر منتظره، غیر رسمی، ناچور، توصیفی	متعارض، تهاجمی، نامرتب، غیر منتظره، سنجیده و پیش‌بینی شده، توصیفی	ایدئولوژی یک، محدود، جمعی، سنجیده، توصیفی	انفعالی، از حال به بعد، سنجیده، توصیفی	تلفیقی، پراکنده، زنجیروار
تغییر	گاه به گاه و اندک	دوره‌ای، فزاینده	تدریجی، مکرر	گاه به گاه، فرصت‌گرایانه، بنیادین	نادک	تدریجی با پیش و شناخت گاه به گاه اندک	دائمی، فزاینده، مکرر، تدریجی	نادر و مواجه با مخالفت	نادر و زیست‌شناسی، تدریجی در تنوری اقتضاء	گاه به گاه و بنیادین در زمان‌های دیگر تدریجی
عامل یا عوامل اصلی	مدیر کل به عنوان معمار	برنامه ریزان	تحلیل‌گران	رهبر	ذهن یا روان	یادگیرندگان	افراد قدرتمند(خرید، سازمان(کلا(ن	کلیت	محیط	هر آنچه در مکاتب دیگر وجود دارد
سازمان	منظم، اجراء یک سری نقاط قوت و ضعف معین	سازمان یافته، تجزیه‌شده، مطیع برای برنامه ریزی	منبع مزایای رقابتی، در غیر این صورت فرعی	انعطاف پذیر، ساده	فرعی	انعطاف پذیر	متعارض، آشفته، غیر قابل کنترل(خرد)، تهاجمی، کنترل‌کننده(کلان)	هنجاری، منسجم	مطیع، ساده	تغییر پذیر دوره‌ای
رهبری	مسلط، موشکافانه	حساس نسبت به رویه‌ها	حساس نسبت به تحلیل	مسلط، شهودی	منبع شناخت، منفعل یا خلاق	حساس نسبت به یادگیری	ضعف(خرد)، نامشخص(کلا(ن	سمبلیک	ضعیف و ناتوان	عامل تغییر دوره‌ای
محیط	مصلحت آمیز خواه با منشاء فرصت یا تهدید	محیط	مطیع(چک لیست عوامل بینی یا کنترل)	از لحاظ رقابتی نیازمند کار و متوقع، از لحاظ اقتصادی قابل تحلیل و نهایتاً مطیع	قابل مانور، سرشار از فرصت‌های پنهان	یا خیلی قوی یا شکل گرفته	ستیزه جو(خرد)، مطیع یا قابل مذاکره(کلا(ن	فرعی	متوقع(اضطراری)	تا مادامی که بی‌قید و شرط است، هر آنچه در سایر مکاتب وجود دارد

۴. الگوی مفهومی پژوهش

به منظور دست‌یابی به الگوی مفهومی پژوهش، مکاتب ده‌گانه‌ی راهبردی مورد بررسی قرار گرفته و با توجه به ویژگی و نیاز سازمان، اقدام به طراحی الگوی برنامه‌ریزی راهبردی سرمایه‌های انسانی سازمان بسیج مهندسين با رویکرد کارآفرینی شده است. در غالب الگوهای عمومی برنامه‌ریزی راهبردی، ابعاد، اصول و ارزش‌های بنیادین، چشم‌انداز، اهداف کلی، رسالت، بررسی‌های محیط داخلی و خارجی و تدوین راهبردها لحاظ و با توجه به فلسفه‌ی وجودی سازمان بسیج مهندسي، که وظیفه‌ی جذب، آموزش، سازمان‌دهی، حفظ و انسجام و به کارگیری مهندسين و متخصصین متعهد کشور برای دفاع از دستاوردهای انقلاب اسلامی را بر عهده دارد، در این جا نیز مفاهیمی به کارگیری شده که قادر باشد این مهم را در بر گیرد و علاوه بر آن دارای ماهیت وهویت کارآفرینی باشد. ابعاد الگوی مفهومی پژوهش حاضر شامل موارد مندرج در جدول (۳) است.

جدول ۳. ابعاد الگوی مفهومی پژوهش (تک‌اندگان، ۱۳۸۹)

ردیف	ابعاد	تعریف
۱	اصول و ارزش‌های بنیادین سازمان کارآفرین	اصول و ارزش‌های بنیادین، باید‌ها و نبایدهایی است که جهت‌گیری‌های سازمان را مشخص می‌کند (مشبکی، ۱۳۷۶). مقام معظم رهبری دهه‌ی چهارم انقلاب اسلامی را دهه‌ی عدالت و پیشرفت نام‌گذاری نموده‌اند. برخی از ارزش‌های کارآفرینانه‌ی سازمان: عدالت‌محوری، یادگیرندگی (سازمان یادگیرنده) و اخلاق کارآفرینانه (وجود معنویت) است.
۲	چشم‌انداز کارآفرینانه	چشم‌انداز: افق و تصویر ذهنی و تجسمی از آینده ممکن و مطلوب سازمان است که الهام‌بخش، جذاب و شوق‌برانگیز است (نی‌نوس، ۱۳۷۷). چشم‌انداز کارآفرینانه بر آینده‌نگری، انعطاف‌پذیری و چالشی بودن تأکید می‌ورزد.
۳	رسالت یا مأموریت کارآفرینانه	مأموریت، فلسفه وجودی سازمان را بیان و مشخص می‌سازد (دیوید، ۱۳۸۸). چه خدمتی، برای چه کسانی و در چه گستره‌ی جغرافیایی ارائه می‌شود. اصلی‌ترین مأموریت کارآفرینانه‌ی سازمان بسیج مهندسين استفاده از خلاقیت و نوآوری در جذب، آموزش، سازمان‌دهی، حفظ و انسجام و به کارگیری مهندسين بسیجی در طراحی‌های کارآفرینانه است.
۴	اهداف کلان	اهداف نهایی قابل دست‌یابی بر چشم‌انداز کارآفرینانه، اصول و ارزش‌های بنیادین، فلسفه‌ی وجودی سازمان و به‌عنوان غایت، مسیر و جهت حرکت سازمان را مشخص می‌سازد. اهداف کلان کارآفرینانه در سازمان بسیج مهندسين، مبتنی بر خلاقیت، نوآوری و رشد و یادگیری است.

۵	محیط کارآفرینانه	محیط کارآفرینانه، شامل محیط‌های سیاسی و قانونی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی است که از تجزیه و تحلیل آن‌ها فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی استخراج و در سازمان بسیج مهندسين مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.
۶	سازمان کارآفرین	منظور از سازمان کارآفرین، برخورداری سازمان از ساختار ارگانیک، فرهنگ کارآفرینانه و سامانه‌های آموزش، پژوهش و توسعه، حقوق و دستمزد، مالی، مدیریت، ارزیابی عملکرد است که با انسجام درونی و تعاملات بیرونی، پویایی و بالندگی لازم را در زمینه‌های خلاقیت و نوآوری فراهم سازد و با کاوش محیطی، نقاط قوت و ضعف در بعد سازمان به‌دست می‌آید.
۷	فرد کارآفرین	منظور از فرد کارآفرین برخورداری سازمان از نیروی انسانی توفیق‌طلب و نوآور، ریسک‌پذیر، استقلال‌طلب و دارای کنترل درونی است. فرد کارآفرین با این ویژگی‌ها، مهارت لازم را برای خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی پیدا می‌کند و با کاوش محیط داخلی، نقاط قوت و ضعف سازمان از بعد انسانی به‌دست می‌آید.
۸	راهبردهای کارآفرینانه	منظور از راهبردهای کارآفرینانه، برخورداری سازمان از راهبردهای آینده‌نگری، پیشگام و فرصت‌گرایانه است تا سازمان با خلاقیت و نوآوری به کشف فرصت‌ها، تسهیل فرصت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها بپردازد و با خدمات، محصول، روش و منابع جدید آینده‌نگری و پیشگامی نسبت به رقبا باشد.
۹	رهیابی راهبردی	تعیین اهداف راهبردی کارآفرینانه به‌منظور کسب رضایت مشتری و توسعه‌ی افزایش بهره‌وری سازمانی با بهره‌گیری از رشد و یادگیری و نوآوری است. منظور از تعیین الزامات تحقق، ایجاد سازوکارهای لازم از جمله ساختار کارآفرینانه، رهبری فرهنگ سازمان کارآفرینانه، تأمین منابع مالی و نیروی انسانی خلاق و نوآور، تصویب قوانین حمایت از کارآفرینی در سازمان می‌باشد.

از سوی دیگر با توجه به الگوها و چارچوب‌های ارائه‌شده توسط اندیشمندان و صاحب‌نظران در خصوص برنامه‌ریزی راهبردی و کارآفرینی، ویژگی‌های یک الگوی مطلوب و مناسب باید طوری مورد ملاحظه قرار گیرد که بتواند از لحاظ چارچوب و ساختار، ویژگی‌های برنامه‌ریزی راهبردی و از لحاظ محتوایی دارای ماهیت کارآفرینی باشد. با توجه به موضوع اخیر، الگوی این پژوهش دارای ۹ بعد و ۳۳ مؤلفه است که این ابعاد و مؤلفه‌ها در چهار بخش الگوی مفهومی پژوهش، به شرح زیر قابل جمع است:

۱. **کاوش معنایی:** این کاوش بایستی در ۴ بعد اصول و ارزش‌های بنیادی کارآفرینانه (دارای ۳ مؤلفه‌ی: عدالت محوری، یادگیرندگی، اخلاق کارآفرینانه (معنویت) با مجموع ۲۵

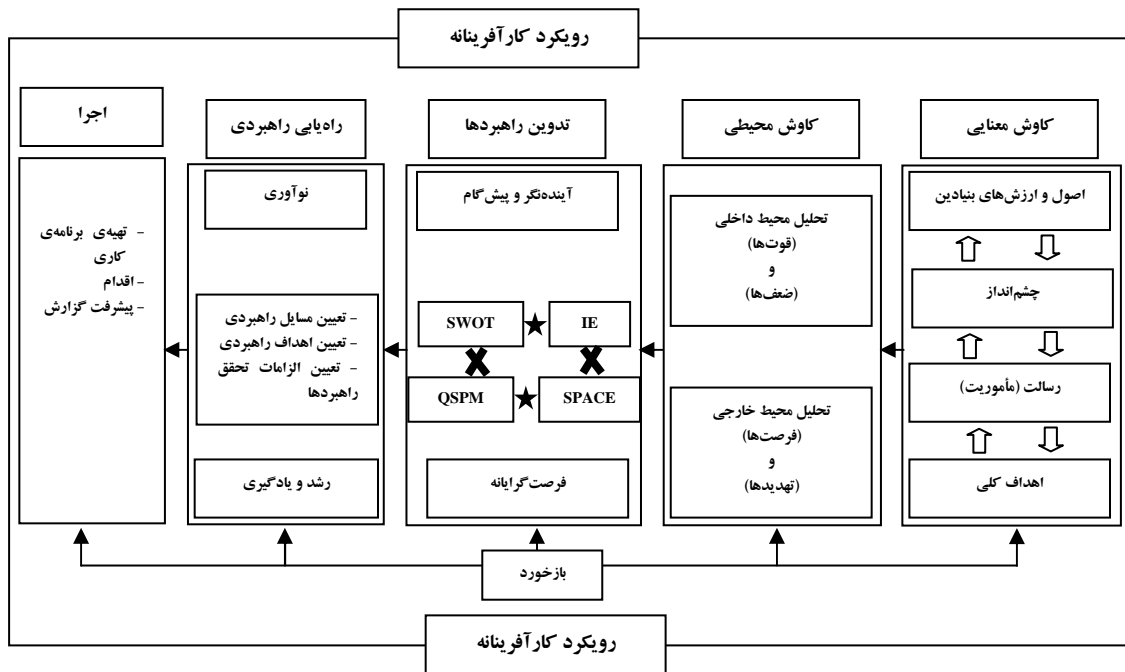
شاخص)، چشم‌انداز کارآفرینانه (دارای ۲ مؤلفه‌ی: آینده‌نگری و انعطاف‌پذیری با مجموع ۸ شاخص)، رسالت یا مأموریت کارآفرینانه (دارای ۳ مؤلفه‌ی: نوع خدمت، گستره‌ی خدمت و خدمت‌گیرندگان با مجموع ۱۳ شاخص) و اهداف کلان کارآفرینانه (دارای ۲ مؤلفه‌ی: نوآوری و رشد و یادگیری با مجموع ۱۱ شاخص) انجام گیرد.

۲. کاوش محیطی: این کاوش بایستی در ۳ بعد: محیط کارآفرینی (خارجی) (دارای ۶ مؤلفه‌ی: محیط سیاسی، محیط قانونی، محیط اجتماعی، محیط فرهنگی، محیط اقتصادی و محیط فن‌آوری با مجموع ۱۹ شاخص)، فرد کارآفرین (کارآفرین سازمانی) (دارای ۵ مؤلفه‌ی: توفیق‌طلبی، خلاقیت و نوآوری، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و کنترل درونی با مجموع ۲۴ شاخص) و سازمان کارآفرین (دارای ۸ مؤلفه‌ی: ساختار کارآفرینانه، پرداخت کارآفرینانه، سامانه‌ی آموزش کارآفرینانه، سامانه‌ی مالی کارآفرینانه، سامانه‌ی مدیریت کارآفرینانه، سامانه‌ی تحقیق و پژوهش، سامانه‌ی ارزیابی عملکرد و فرهنگ کارآفرینانه با مجموع ۳۹ شاخص) انجام گیرد.

۳. تدوین راهبردها: در این راستا بایستی به تدوین راهبردهای کارآفرینانه (با ۲ مؤلفه‌ی: آینده‌نگری و پیشگامی و فرصت‌گرایی با مجموع ۱۰ شاخص) اقدام نمود.

۴. راه‌یابی راهبردی: در این بخش نیز بایستی به تعمیم اهداف راهبردی و الزامات تحقق راهبردها یا به عبارتی راهیابی راهبردی (با ۲ مؤلفه‌ی: اهداف راهبردی کارآفرینانه و الزامات تحقق راهبردهای کارآفرینانه با مجموع ۹ شاخص) پرداخت.

با ترتیب یادشده، الگوی مفهومی پژوهش حاضر در قالب نمودار (۲) نمایش داده شده است:



نمودار ۲. مدل مفهومی تحقق (پژوهشگران، ۱۳۸۹)

۵. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از حیث هدف، به جهت آن‌که نتایج آن برای سازمان بسیج مهندسين مفید بوده و به مهم‌ترین مطالبات و خواسته‌های آن پاسخ داده و موجبات جذب، سازمان‌دهی، حفظ، انسجام و به‌کارگیری اعضا خواهد گردید، از نوع کاربردی بوده و از حیث روش توصیفی، از نوع پیمایش است.

سؤال‌های پژوهش حاضر به‌دنبال اطلاعاتی درخصوص برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی در سازمان بسیج مهندسين است. بنابراین سؤالات تحقیق به شرح ذیل طراحی گردید:

۱. الگوی برنامه‌ریزی راهبردی که فضای کارآفرینی را در سازمان بسیج مهندسين به‌وجود

آورد، کدام است؟

۲. الگوی برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی سازمان بسیج مهندسين دارای چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟

۳. روابط منطقی بین ابعاد، مؤلفه‌های برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی چه گونه است؟

جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر مبتنی بر نظرخواهی از خبرگان و مشتمل بر ۷۲ تن از اساتید دانش‌آموخته‌ی رشته‌ی مدیریت و مدیران اجرایی سازمان بسیج مهندسين، مسلط به الگوهای برنامه‌ریزی راهبردی و مباحث کارآفرینی می‌باشند.

با عنایت به ماهیت موضوع مورد پژوهش، روش جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق بررسی اسناد و مدارک، مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه‌های موردی و کارگاهی از خبرگان و صاحب‌نظران بوده و الگوی پژوهش از طریق نظرسنجی از خبرگان (به کمک روش دلفی) مورد بررسی و تأیید نهایی قرار گرفته است. در حقیقت و برای گردآوری داده‌ها از دو روش استفاده گردید: در جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای از ابزار رایج فیش‌برداری و در روش میدانی از پرسش‌نامه استفاده شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات به نحوی است که داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌های گردآوری‌شده از خبرگان حوزه‌ی مدیریت راهبردی و کارآفرینی، با بهره‌گیری از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی (آزمون تکرار مجدد، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تحلیل واریانس و آزمون فریدمن) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل مفهومی پژوهش، مورد اولویت‌بندی قرار گرفتند.

۶. تجزیه و تحلیل داده‌های آماری پژوهش

۶-۱. ابعاد الگوی پژوهش و امتیازات بر مبنای الگوی تعالی سازمانی

همان‌گونه که گفته شد، هر یک از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش براساس آمار توصیفی مورد تحلیل قرار گرفتند. از آن‌جا که پژوهش حاضر دارای ۹ بعد، ۳۳ مؤلفه و ۱۵۸ شاخص است، لذا این ابعاد و مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در چهار بخش: کاوش معنایی، کاوش محیطی، تدوین راهبردها و راه‌یابی راهبردی مورد سنجش خبرگان قرار گرفته و پس از محاسبه‌ی رتبه،

وزن و امتیاز هر یک از ابعاد و مؤلفه‌های مدل، با استفاده از آزمون تحلیل واریانس فریدمن و به کمک نرم افزارهای SPSS و EXCEL، اقدام به تعیین اولویت‌بندی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها و نیز تعیین امتیاز نسبی و تجمعی آن‌ها به منظور خلاصه‌سازی مدل گردید. خلاصه‌سازی مدل فقط در شاخص‌های پژوهش انجام گرفت و در مورد ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش صرفاً به ذکر اولویت و سهم آن در مدل بسنده شد. به منظور کاهش تعداد شاخص‌های پژوهش، شاخص‌های کلیدی انتخاب و در مدل خلاصه و ساختار مدل براساس سیستم امتیازدهی الگوی تعالی سازمانی (۱۰۰۰ امتیاز) طراحی گردید. نتایج اولویت‌بندی ابعاد به همراه بخش‌های الگو، تعداد مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در جدول (۴) گنجانده شده است:

جدول ۴. ابعاد و اولویت‌بندی و امتیازدهی بر اساس الگوی تعالی سازمانی (تک‌راندگان، ۱۳۸۹)

بخش‌های الگوی مفهومی پژوهش	ابعاد	میانگین رتبه‌ای	وزن	امتیاز	اولویت	تعداد مؤلفه‌ها	تعداد شاخص‌ها
کاوش معنایی	۱. اصول و ارزش‌های بنیادی کارآفرینانه	۳/۳۶	٪۷	۷۴/۶۹	هشتم	۳	۲۵
	۲. چشم‌انداز کارآفرینانه	۵/۰۱	٪۱۱	۱۱۱/۲۷	پنجم	۲	۸
	۳. رسالت یا مأموریت کارآفرینانه	۲/۸۵	٪۶	۶۳/۴۳	نهم	۳	۱۳
	۴. اهداف کلان کارآفرینانه	۷/۲۲	٪۱۶	۱۶۰/۳۴	اول	۲	۱۱
کاوش محیطی	۵. محیط کارآفرینی (خارجی)	۴/۳۶	٪۱۰	۹۶/۹۱	هفتم	۶	۱۹
	۶. فرد کارآفرین (کارآفرین سازمانی)	۵/۵۶	٪۱۲	۱۲۳/۶۱	چهارم	۵	۲۴
	۷. سازمان کارآفرین	۴/۴۰	٪۱۱	۹۷/۸۴	ششم	۸	۳۹
تدوین راهبردها	۸. راهبردهای کارآفرینانه	۵/۸۴	٪۱۳	۱۲۹/۷۸	سوم	۲	۱۰
راه‌یابی راهبردی	۹. راه‌یابی راهبردی	۶/۴۰	٪۱۴	۱۴۲/۱۳	دوم	۲	۹
جمع	۹	۵	٪۱۰۰	۱۰۰۰	-	۳۳	۱۵۸

در جدول (۴)، اهداف کلان کارآفرینانه بالاترین اولویت و رسالت کارآفرینانه بر اساس نتایج، کم‌ترین اولویت و امتیاز را به خود اختصاص داده است. این کار برای تمام مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی پژوهش نیز انجام گردید.

لازم است بر این موضوع اشاره نمود که کلیه پاسخ‌ها در خصوص مؤلفه‌ها دارای امتیازات خیلی مهم (در طیف لیکرت عدد ۵) و مهم (در طیف لیکرت عدد ۴) بوده و میانگین امتیاز آن‌ها بیش از ۴ می‌باشد که این امر نشان‌دهنده اهمیت کلیه مؤلفه‌ها در الگوی پژوهش است. ضمناً شاخص‌های پراکندگی شامل انحراف معیار و واریانس برای هر مؤلفه، نشان‌دهنده تفاوت در پاسخ‌های ارایه شده است. براساس داده‌های اولیه پرسش‌نامه‌های پژوهش، بیش‌ترین میانگین به مؤلفه‌ی «نوآوری» با امتیاز (۳۵/۴) و کم‌ترین به «گستره خدمت» با میانگین ۱۶/۳ تعلق گرفته است. این ابعاد به تفکیک مؤلفه‌ها در جدول (۵) درج گردیده است. در این جدول، امتیاز هر بعد و امتیاز هر مؤلفه مشخص شده است:

جدول ۵. ابعاد و مؤلفه‌ها و امتیازات هر بعد و مؤلفه در الگوی پژوهش (نگارندگان، ۱۳۸۹)

امتیاز هر مؤلفه	مؤلفه‌ها	امتیاز هر بعد	ابعاد
۲۰/۶۶	عدالت‌محوری	۷۴/۶۹	اصول و ارزش‌های بنیادین کارآفرینانه
۲۵/۳۳	یادگیرندگی		
۲۸/۷۰	اخلاقی کارآفرینانه (معنویت)		
۴۸/۱۶	آینده‌نگری	۱۱۱/۲۷	چشم‌انداز کارآفرینانه
۶۳/۱۰	انعطاف‌پذیری		
۲۴/۵۹	نوع خدمت	۶۳/۴۳	رسالت یا مأموریت کارآفرینانه
۱۸/۵۷	گستره‌ی خدمت		
۲۰/۲۶	خدمت‌گیرندگان		
۸۶/۸۵	نوآوری	۱۶۰/۳۴	اهداف کلان کارآفرینانه
۷۳/۴۹	رشد و یادگیری		
۱۵/۷۴	محیط سیاسی	۹۶/۹۱	محیط کارآفرینانه (خارجی)
۱۴/۷۷	محیط قانونی		
۱۶/۶۳	محیط اجتماعی		

۱۶/۰۹	محیط فرهنگی		
۱۵/۰۶	محیط اقتصادی		
۱۸/۶۲	محیط فن‌آورانه		
۱۹/۴۶	توفیق‌طلبی	۱۲۳/۶۱	فرد کارآفرین (کارآفرین سازمانی)
۲۵/۰۱	خلاقیت و نوآوری		
۲۵/۱۸	استقلال‌طلبی		
۲۷/۳۰	ریسک‌پذیری		
۲۶/۶۷	کنترل درونی		
۹/۸۳	ساختار کارآفرینانه	۹۷/۸۴	سازمان کارآفرین
۱۴/۶۸	پرداخت کارآفرینانه		
۱۴/۷۴	سامانه‌ی آموزش کارآفرینانه		
۹/۸۹	سامانه‌ی مالی کارآفرینانه		
۱۵/۳۴	سامانه‌ی مدیریت کارآفرینانه		
۱۰/۶۶	سامانه‌ی تحقیق و پژوهش		
۱۰/۹۳	سامانه‌ی ارزیابی عملکرد		
۱۱/۷۶	فرهنگ کارآفرینانه		
۶۶/۹۹	آینده‌نگری و پیشگامی	۱۲۹/۷۸	راهبردهای کارآفرینانه
۶۲/۷۹	فرصت‌گرایی		
۷۰/۰۸	اهداف راهبردی کارآفرینانه	۱۴۲/۱۳	راه‌یابی راهبردی
۷۲/۰۵	الزامات تحقق راهبردهای کارآفرینانه		
۱۰۰۰	-	۱۰۰۰	جمع

۶-۲. روابط منطقی بین ابعاد و مؤلفه‌های برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی

رابطه‌ی منطقی بین این ابعاد و مؤلفه‌ها در جدول (۶) مشخص شده است. همین رابطه در خصوص شاخص‌ها و مؤلفه‌های مربوطه وجود دارد که به‌دلیل محدودیت‌های مقاله‌نویسی از درج آن خودداری گردید:

جدول ۶. رابطه‌ی منطقی بین ابعاد و مؤلفه‌های الگوی پژوهش (نگارندگان، ۱۳۸۹)

ردیف	مؤلفه‌ها	ابعاد								
		کارآفرینانه اصول و ارزش‌های بنیادی	چشم‌انداز کارآفرینانه	کارآفرینانه رسالت (ماموریت)	اهداف کلان کارآفرینانه	محیط کارآفرینانه (خارجی)	کارآفرین سازمانی (کارآفرین فرد کارآفرین)	سازمان کارآفرین	راهبردهای کارآفرینانه	راهبرتی راهبردی
۱	عدالت‌محوری	۰,۹۲۰	۰,۶۷۷	۰,۵۶۵	۰,۷۱۴	۰,۵۶۳	۰,۵۸۷	۰,۵۷۷	۰,۴۶۴	۰,۵۸۳
۲	یادگیرندگی	۰,۷۷۴	۰,۵۹۱	۰,۵۲۲	۰,۷۱۲	۰,۶۲۲	۰,۶۳۸	۰,۵۶۷	۰,۴۳۸	۰,۵۹۷
۳	اخلاق کارآفرینانه (معرفت)	۰,۸۵۶	۰,۵۲۷	۰,۴۸۳	۰,۵۰۳	۰,۳۹۴	۰,۴۵۶	۰,۴۲۳	۰,۴۳۶	۰,۴۵۶
۴	آینده‌نگری	۰,۶۸۵	۰,۹۴۷	۰,۵۸۲	۰,۵۴۴	۰,۴۶۳	۰,۷۰۳	۰,۴۹۶	۰,۳۰۷	۰,۴۶۰
۵	انعطاف‌پذیری	۰,۴۱۲	۰,۷۷۰	۰,۳۴۲	۰,۴۸۲	۰,۵۱۳	۰,۶۳۲	۰,۴۱۲	۰,۴۴۹	۰,۴۶۳
۶	نوع خدمت	۰,۳۱۷	۰,۳۰۱	۰,۷۵۷	۰,۴۳۶	۰,۳۳۲	۰,۳۳۱	۰,۵۱۰	۰,۲۰۲	۰,۴۵۲
۷	گستره‌ی خدمت	۰,۵۹۰	۰,۶۵۵	۰,۶۵۹	۰,۶۲۲	۰,۷۸۳	۰,۵۸۱	۰,۶۸۶	۰,۷۰۴	۰,۷۰۱
۸	خدمت‌گیرندگان	۰,۵۰۵	۰,۲۹۴	۰,۵۱۵	۰,۴۸۶	۰,۲۷۷	۰,۵۱۳	۰,۴۲۸	۰,۳۰۰	۰,۳۸۵
۹	نوآوری	۰,۵۲۶	۰,۴۶۱	۰,۴۰۵	۰,۸۳۳	۰,۶۴۳	۰,۵۴۵	۰,۴۶۹	۰,۵۸۴	۰,۵۴۰
۱۰	رشد و یادگیری	۰,۶۶۱	۰,۴۶۰	۰,۵۶۱	۰,۸۴۴	۰,۵۶۴	۰,۶۶۹	۰,۷۱۸	۰,۶۶۰	۰,۶۴۱
۱۱	محیط سیاسی	۰,۴۲۲	۰,۴۵۴	۰,۲۵۳	۰,۴۱۹	۰,۶۰۸	۰,۵۵۸	۰,۴۵۴	۰,۵۷۰	۰,۵۱۰
۱۲	محیط قانونی	۰,۳۸۶	۰,۳۳۸	۰,۵۱۴	۰,۶۱۵	۰,۸۷۲	۰,۴۲۳	۰,۶۷۰	۰,۷۶۳	۰,۶۹۹
۱۳	محیط اجتماعی	۰,۴۲۷	۰,۲۸۹	۰,۵۲۰	۰,۶۵۷	۰,۶۰۱	۰,۶۵۳	۰,۷۰۷	۰,۶۰۵	۰,۶۱۸
۱۴	محیط فرهنگی	۰,۴۷۱	۰,۵۴۳	۰,۵۹۵	۰,۶۴۷	۰,۷۱۳	۰,۶۶۶	۰,۶۷۴	۰,۵۱۲	۰,۶۹۴
۱۵	محیط اقتصادی	۰,۳۶۷	۰,۲۱۷	۰,۲۲۴	۰,۴۸۴	۰,۷۳۲	۰,۲۰۵	۰,۳۷۵	۰,۶۲۶	۰,۵۲۶
۱۶	محیط فن‌آورانه	۰,۵۸۵	۰,۶۰۱	۰,۵۵۸	۰,۷۵۹	۰,۶۶۶	۰,۷۳۰	۰,۶۱۲	۰,۵۶۶	۰,۶۷۸
۱۷	توفیق‌طلبی	۰,۶۲۰	۰,۷۷۰	۰,۵۹۲	۰,۷۳۳	۰,۷۴۱	۰,۸۴۳	۰,۷۳۰	۰,۶۰۹	۰,۷۲۹
۱۸	خلاقیت و نوآوری	۰,۴۳۶	۰,۶۰۱	۰,۵۲۵	۰,۵۱۳	۰,۵۰۷	۰,۷۹۷	۰,۵۲۹	۰,۴۳۰	۰,۴۹۲
۱۹	استقلال‌طلبی	۰,۶۸۱	۰,۴۹۱	۰,۵۱۶	۰,۷۳۲	۰,۶۲۶	۰,۷۶۲	۰,۵۶۷	۰,۶۳۵	۰,۶۰۰
۲۰	ریسک‌پذیری	۰,۱۶۲	۰,۴۴۱	۰,۲۳۸	۰,۳۱۶	۰,۱۶۲	۰,۶۲۲	۰,۱۹۴	۰,۲۸۶	۰,۱۳۹
۲۱	کنترل‌درونی	۰,۵۴۷	۰,۲۷۵	۰,۴۰۰	۰,۶۹۰	۰,۵۵۶	۰,۵۴۸	۰,۵۹۱	۰,۶۴۶	۰,۶۲۳
۲۲	ساختار کارآفرینانه (ارگانیک)	۰,۵۴۷	۰,۵۲۰	۰,۶۷۹	۰,۶۵۹	۰,۷۴۹	۰,۶۹۵	۰,۸۸۰	۰,۶۴۳	۰,۷۶۴

(ادامه) جدول ۶. رابطه‌ی منطقی بین ابعاد و مؤلفه‌های الگوی پژوهش (نگارندگان، ۱۳۸۹)

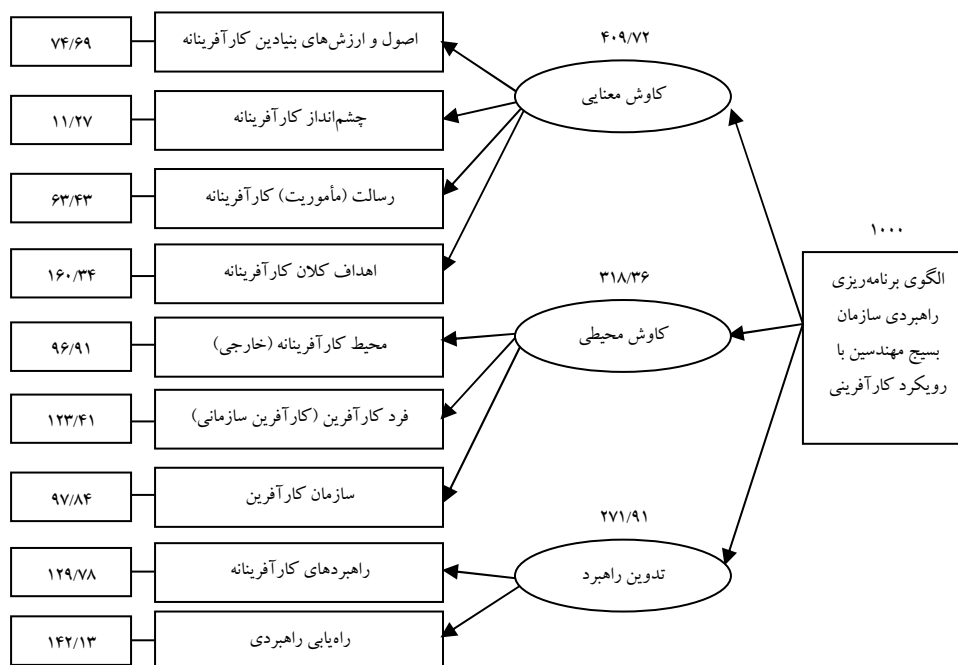
ردیف	مؤلفه‌ها	ابعاد								
		کارآفرینانه اصول و ارزش‌های بنیادی	چشم‌انداز کارآفرینانه	کارآفرینانه رسالت (ماموریت)	اهداف کلان کارآفرینانه	محیط کارآفرینانه (خارجی)	کارآفرین سازمانی (کارآفرین فرد کارآفرین)	سازمان کارآفرین	راهبردهای کارآفرینانه	راهبردهای راهبردی
۲۳	سامانه‌ی حقوق و دستمزد و تشویق‌ها	۰,۴۶۴	۰,۵۲۹	۰,۴۴۱	۰,۵۸۴	۰,۵۵۵	۰,۶۵۱	۰,۷۴۲	۰,۶۹۲	۰,۶۳۱
۲۴	سامانه‌ی آموزش کارآفرینانه	۰,۵۵۶	۰,۵۶۹	۰,۶۲۵	۰,۶۵۵	۰,۶۰۸	۰,۷۷۰	۰,۷۹۶	۰,۶۱۹	۰,۶۱۱
۲۵	سامانه‌ی مالی کارآفرینانه	۰,۱۶۲	۰,۱۴۴	۰,۳۲۵	۰,۲۲۴	۰,۳۵۷	۰,۰۳۷	۰,۴۹۵	۰,۳۱۸	۰,۳۱۵
۲۶	سامانه‌ی مدیریت کارآفرینانه	۰,۵۲۹	۰,۴۲۴	۰,۴۹۱	۰,۷۱۱	۰,۶۹۷	۰,۶۵۵	۰,۸۰۵	۰,۷۷۶	۰,۷۳۴
۲۷	سامانه‌ی تحقیق و پژوهش	۰,۳۵۷	۰,۳۷۶	۰,۴۶۱	۰,۴۵۸	۰,۳۹۳	۰,۵۲۳	۰,۷۴۰	۰,۵۷۱	۰,۵۰۰
۲۸	سیستم ارزیابی عملکرد	۰,۵۸۲	۰,۵۰۲	۰,۶۹۸	۰,۷۱۰	۰,۸۳۷	۰,۶۱۵	۰,۸۸۷	۰,۷۳۲	۰,۸۷۱
۲۹	فرهنگ کارآفرینانه	۰,۶۵۳	۰,۵۱۱	۰,۶۰۹	۰,۷۲۲	۰,۷۰۴	۰,۶۹۹	۰,۸۳۰	۰,۶۵۸	۰,۸۰۲
۳۰	آینده‌نگر و پیشگام	۰,۵۱۹	۰,۴۴۶	۰,۴۲۸	۰,۷۷۴	۰,۷۳۵	۰,۵۷۰	۰,۷۱۹	۰,۸۸۷	۰,۷۳۷
۳۱	فرصت‌گرایانه	۰,۴۹۳	۰,۳۰۵	۰,۳۵۰	۰,۵۸۶	۰,۷۲۹	۰,۵۵۴	۰,۶۵۴	۰,۸۸۹	۰,۷۴۵
۳۲	اهداف راهبردی کارآفرینانه	۰,۵۰۶	۰,۳۹۷	۰,۵۴۰	۰,۶۴۲	۰,۸۱۸	۰,۵۸۸	۰,۷۷۰	۰,۸۰۴	۰,۹۱۵
۳۳	الزامات تحقق راهبردی کارآفرینانه	۰,۶۱۵	۰,۵۶۸	۰,۶۳۹	۰,۷۲۲	۰,۶۷۷	۰,۶۰۴	۰,۷۶۹	۰,۶۵۹	۰,۸۷۳

آزمون فریدمن برای مقایسه‌ی چند گروه از نظر میانگین رتبه‌های آن‌ها بوده و معلوم می‌کند که آیا این گروه‌ها می‌توانند از یک جامعه باشند یا خیر؟ این آزمون متناظر غیر پارامتری آزمون F است و معمولاً در مقیاس‌های رتبه‌ای به جای F به کار می‌رود و جانشین آن می‌شود (چون در F

باید همگنی واریانس‌ها وجود داشته باشد که در مقیاس‌های رتبه‌ای کم‌تر رعایت می‌شود). در این پژوهش کلیه‌ی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها به‌منظور بررسی میانگین رتبه‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد آزمون قرار گرفته‌اند. نتایج بررسی در بیش‌تر موارد حاکی از آن است که ابعاد، مؤلفه‌ها و نیز شاخص‌های تعیین‌شده در الگو از هم متمایز و از یک جامعه نیستند. هم‌چنین یکی از دلایل استفاده از میانگین رتبه‌ای به‌منظور محاسبه‌ی وزن هر یک از اقلام الگوی پیشنهادی است که وزن و اهمیت هر سطح از متغیرها را در مدل مشخص می‌کند.

۳-۶. الگوی نظری پژوهش بر مبنای مدل تعالی سازمان

الگوی نظری پژوهش و امتیازات مربوطه در قالب نمودار (۳) نمایش داده شده است:



نمودار ۳. الگوی نظری پژوهش و امتیازات مربوطه (نگارندگان، ۱۳۸۹)

۶-۴. پایایی و روایی الگوی پژوهش

نتایج ورود اطلاعات پرسش‌نامه‌های پژوهش در نرم‌افزار SPSS نشان داد که آلفای کرونباخ الگو با ۹ بعد مورد اشاره، ۰/۹۷۷ است. روایی محتوایی الگوی پژوهش براساس نظر خبرگان و به روش دلفی به دست آمده است و برای به دست آوردن روایی سازه، از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن استفاده شد. ضریب کل روایی ابزار سنجش روش پژوهش ۹۳ درصد می‌باشد.

۷. نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، سهم پاسخ‌های مثبت به ابعاد الگو بیش از ۲ درصد بوده و به این ترتیب، الگو با ابعاد نه‌گانه و با ۳۳ مؤلفه و ۱۵۸ شاخص آن در چهار بخش کاوش معنایی، کاوش محیطی، تدوین راهبردها و راه‌یابی راهبردی، می‌تواند همان الگوی برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد کارآفرینی مورد نظر برای سازمان بسیج مهندسين باشد. متغیرهای الگو، برابر نظام امتیازی مدل تعالی سازمانی (۱۰۰۰ امتیاز) مورد تأیید خبرگان پژوهش حاضر قرار گرفت. ابعاد الگو با ۰/۹۷۷، آلفای کرونباخ تأیید شد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که الگوی طراحی شده با ویژگی‌های سازمان بسیج مهندسين سازگار بوده و در این سازمان قابل اجرا است. موضوع اخیر در نمودار (۳)، الگوی مفهومی پژوهش و امتیازات مربوطه، منعکس گردیده و نیز جدول (۷) به نحوی موجز به ابعاد، مؤلفه‌ها و تعداد شاخص‌های الگو با توجه به میانگین رتبه‌ای و امتیازات مربوط پرداخته است.

برای تحقق اصول و ارزش‌های بنیادین کارآفرینانه در سازمان بسیج مهندسين، راه‌کارهای ذیل ارایه می‌گردد:

- گسترش عدالت محوری از طریق اعتدال و فراهم کردن فرصت‌های برابر به منظور شکوفایی استعدادها
- ایجاد سازمان یادگیرنده از طریق ایجاد آرمان مشترک تعالی، بهره‌گیری از یادگیری جمعی، افزایش تسلط و قابلیت‌های فردی، بهره‌گیری از تفکر نظام‌مند، خلق ایده‌های بکر و نوین، بهره‌مندی از الگوهای ذهنی، تقویت روحیه‌ی پژوهشی، آزاد اندیشی و تفکر نقادانه که منجر به خلاقیت و نوآوری شود.

جدول ۷. ابعاد، مؤلفه‌ها و تعداد شاخص‌های الگو با توجه به میانگین رتبه‌ای و امتیاز (نگارندگان، ۱۳۸۹)

بخش‌های الگوی مفهومی پژوهش	ابعاد	میانگین رتبه‌ای	امتیاز	تعداد مؤلفه‌ها	تعداد شاخص‌ها
کاوش معنایی	۱. اصول و ارزش‌های بنیادی کارآفرینانه	۳/۳۶	۷۴/۶۹	۳	۲۵
	۲. چشم‌انداز کارآفرینانه	۵/۰۱	۱۱۱/۲۷	۲	۸
	۳. رسالت یا مأموریت کارآفرینانه	۲/۸۵	۶۳/۴۳	۳	۱۳
	۴. اهداف کلان کارآفرینانه	۷/۲۲	۱۶۰/۳۴	۲	۱۱
کاوش محیطی	۵. محیط کار آفرینی (خارجی)	۴/۳۶	۹۶/۹۱	۶	۱۹
	۶. فرد کارآفرین (کارآفرین سازمانی)	۵/۵۶	۱۲۳/۶۱	۵	۲۴
	۷. سازمان کارآفرینی	۴/۴۰	۹۷/۸۴	۸	۳۹
تدوین راهبردها	۸. راهبردهای کارآفرینانه	۵/۸۴	۱۲۹/۷۸	۲	۱۰
راهیابی راهبردی	۹. راهیابی راهبردی	۶/۴۰	۱۴۲/۱۳	۲	۹
جمع	۹	-	۱۰۰۰	۳۳	۱۵۸

- ترویج اخلاق کارآفرینانه مبتنی بر توکل، خودباوری، وجدان‌کاری و نظم و انضباط و صداقت
- برای این که یک چشم‌انداز جذاب و کارآفرینانه در سازمان بسیج مهندسين داشته باشیم، راه‌کارهای ذیل ارایه می‌گردد:
- ترسیم دورنمایی از آینده‌ی ممکن و مطلوب که جذاب، الهام‌بخش و واقع‌گرایانه باشد. نگرش آینده‌گرایی تعاملی هنجاری می‌تواند کارآفرینانه باشد.
- افزایش میزان انعطاف‌پذیری چشم‌انداز با بهره‌گیری از استقبال، پذیرش و توانایی سازگاری با تغییر و تحول
- ترسیم فلسفه‌ی وجودی و رسالت سازمان بر اساس خلاقیت و نوآوری

برای تدوین اهداف کلان کارآفرینانه در سازمان بسیج مهندسين راه کارهای ذیل ارایه

می‌گردد:

- ایجاد خدمات، روش‌ها، فرایندها، موقعیت و منابع جدید جهت تحقق نوآوری
- توسعه‌ی دانش و مهارت‌های کارآفرینی
- یادگیری مستمر و مداوم سازمانی
- انجام تحقیق و پژوهش برای رشد کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی

فهرست منابع

۱. بیستونی، محمد (۱۳۸۴). لغات و مفاهیم قرآن کریم. تهران: بیان جوان، مفتاح دانش.
۲. بی‌نام (۱۳۸۶)، مجموعه‌ی آماری سازمان بسیج مهندسين. تهران: سازمان بسیج مهندسين.
۳. مینتزرگ، هنری؛ آلسترن، بروس؛ لمپل، جوزف (۱۳۸۴)، جنگل استراتژی (کارآفرینی در قالب یک مکتب). ترجمه‌ی محمود احمدپورداریانی، تهران: نشر پردیس.
۴. رضاییان، علی (۱۳۸۴). مدیریت رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها). تهران: انتشارات سمت.
۵. نی‌نوس، برت (۱۳۷۷). رهبری بصیر: ابداع مفهومی جذاب از هدایت سازمانی. ترجمه‌ی محمد ازگلی و برزو فرهی بوزنجانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).
۶. پورسعید، سیدمسعود (۱۳۸۶)، طراحی و تبیین الگوی توسعه‌ی کارآفرینی در ایران. رساله‌ی دکتری. تهران: دانشگاه امام حسین (ع).
۷. دیوید، فردآر (۱۳۸۸). مدیریت استراتژیک. ترجمه‌ی علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۸. مشبکی، اصغر (۱۳۷۶). رویکرد راهبردی و عملیاتی به مدیریت تحول سازمانی. تهران: انتشارات هیأت.
9. Antonic, B – Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the Intrapreneurship, Concept, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol. 10, No. 1, pp. 7-24.
10. Cornwall Jeffrey & Perlman baron, (1990). **Organizational Entrepreneurship**, Richard Irwin.
11. Echoles Ann & Neck Christopher, (1998). The Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success, **Journal of Management Psychology**, Vol. 13, No. 1/2.
12. Fry Fred, (1993). **Entrepreneurship: a Planning Approach**, West Publishing Company.
13. Thompson, John L. (1995). **Strategy in Action**. London: Chapman & Hall.
14. R. Duane Ireland, Michael A. Hitt & David G. Sirmon (2003). A model of Strategic Entrepreneurship: the Construct and its Dimensions. **Journal of Management**. Vol. 29, No 6.