

رابطه ابعاد اقتصاد نوآوری با عوامل کلیدی مدل دو وجهی رهبری-مدیریتی سازمان با پایش موردی دبیرخانه هیأت امناء و موسس دانشگاه آزاد اسلامی

مینا قدمی^۱

علی اکبر رضایی^{۲*}

عباسعلی قیومی^۳

چکیده

جهانی شدن و ارتباطات مداوم سازمان‌ها و افراد در دنیای امروز سبب گردیده تا سبک رهبری گذشته دیگر کارایی خود را به منظور رشد و بقای سازمانی از دست دهند و سازمان‌ها مستلزم سبک رهبری متفاوت و جدیدی هستند که به تخصیص درست منابع و دارایی‌های مادی و انسانی، در راستای تحقق اهداف سازمان بپردازد و با توسعه ظرفیت‌ها و بستر را برای استفاده بهینه از آن‌ها فراهم سازد. در این پژوهش برای دستیابی به بررسی رابطه دووجهی رهبری-مدیریت با اقتصاد نوآوری دبیرخانه هیأت موسس دانشگاه آزاد اسلامی را به عنوان جامعه آماری انتخاب گردیده است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی می باشد. بررسی موضوع مورد نظر در ابتدا به جمع آوری داده‌ها و اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و به صورت اسنادی استفاده گردید و سپس زیر نظر اساتید پرسش‌نامه تدوین گردیده و از روش پیمایشی برای جمع آوری داده‌ها استفاده گردید. سپس با استفاده از نرم افزار SPSS به تجزیه و تحلیل آماری پرداخته شد. دبیرخانه هیأت امناء و موسس دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان جامعه آماری دارای ۶۶ نفر کارمند است که از روش سرشماری برای جمع آوری اطلاعات مورد پژوهش استفاده گردید.

واژه‌های کلیدی: نوآوری، اقتصاد، رهبری، مدیریت، یادگیری، انگیزش.

۱- دانشجوی دکتری گروه امور فرهنگی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲- دانشیار گروه مدیریت امور فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسؤول) [Aa-rezaie@srbiau.ac.ir](mailto:aa-rezaie@srbiau.ac.ir)
۳- دانشیار گروه مدیریت امور فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

جوامع امروزی دارای پیچیدگی و تغییرات پویای روزافزونی است که بر اساس مدیریت ارزش با شفاف سازی استراتژی، ارزش‌ها و اهداف مسیر روشن‌تری را برای کارکنان ایجاد می‌نماید. این تبیین اهداف موجب شفاف سازی نقاط ضعف و قدرت سازمانی و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات موقعیت محیطی می‌گردد که سبب ایجاد همدلی و هم‌گام سازی منابع انسانی با سازمان در راستای دستیابی به اهداف سازمانی از طریق رهبری کارآمد در گرو اقتصادی نوآورانه می‌گردد. هم‌گام سازی سبب ایجاد نیروی هم افزایی و روح مشترک بین کارکنان و سازمان می‌گردد که آن با پیاده‌سازی استراتژیک رهبری - مدیریتی محقق می‌گردد. دوجهی رهبری - مدیریتی در قالب اقتصاد نوآوری می‌تواند بستری را در سازمان‌ها فراهم کند که سبب ایجاد خلاقیت و انگیزه برای منابع انسانی و اثربخشی و فایده بیشتری برای ابعاد سازمان گردد. اقتصاد نوآوری سبب بالابردن و ارتقای عملکردی سازمانی در راستای دستیابی به اهداف و هم‌سو سازی و هم‌گامی هر چه بیشتر منابع انسانی با سازمان می‌باشد. این هم‌گامی سبب رشد فردی و سازمانی می‌گردد و سبب رضایت کارکنان سازمان و ارتقای تعهد و نشاط سازمانی آن‌ها می‌گردد که این امر سبب هموار سازی مسیر دستیابی به اهداف سازمانی می‌گردد.

جهانی شدن و ارتباطات مداوم سازمان‌ها و افراد در دنیای امروز سبب گردیده تا سبک رهبری گذشته دیگر اثربخشی خود را به منظور رشد و بقای سازمانی از دست دهند و سازمانها مستلزم سبک رهبری متفاوت و جدیدی هستند که به تخصیص درست منابع و دارایی‌های مادی و انسانی، در راستای تحقق اهداف سازمان بپردازد و با توسعه ظرفیت‌ها و بستر را برای استفاده بهینه از آن‌ها فراهم سازد. رهبرانی که با خلق چشم اندازهای نوین، تدوین و توسعه بینش‌ها و الهام بخشی موجب تحول و نوآوری شده و با برانگیختن پیروان و ایجاد تعهد و مسؤولیت پذیری و هماهنگی در آن‌ها، عوامل و عناصر سازمانی را به گونه‌ای به کار می‌گیرند که هم بقای سازمان را تضمین کرده و هم موجبات رشد آن‌ها را فراهم می‌سازند. این رهبران توانایی مدیریت موثر شرایط پیچیده و مخاطره آمیز را دارند و حس اعتماد را در خود و زیردستان‌شان به وجود می‌آورند که در برابر چالش‌ها و فرصت‌های احتمالی واکنش مناسب از خود بروز دهند. رهبرانی که با مسؤولیت پذیری و به کارگیری قوه تخیل خود و تحقق تخیلات و ایده‌ها، موجبات تعهد، مشارکت داوطلبانه و تلاش فوق العاده را در زیردستان فراهم آورده و در نهایت سازمان‌ها را به سمت سازمان‌های یادگیرنده هدایت می‌کنند. چنین رهبرانی را رهبران تحولی می‌نامند (مرتضوی، ۱۳۹۰: ۱۷). هم‌سوایی در راستای رشد و ترقی در محیط‌های متلاطم امروزی سازمان‌های یادگیرنده را طلب می‌کند که با به کارگیری شیوه‌های نوین اقتصادی نظام دو وجهی رهبری - مدیریتی با هم‌گام سازی کارکنان و منابع سازمانی به سمت

امروزه با پیشرفت فناوری مبانی اقتصاد سنتی، تفکر کسب و کار و مدیریت استراتژیک دستخوش تغییرات بنیادین گردیده است. ماهیت ارزش اقتصادی و ایجاد ثروت، نه تنها برای سازمان‌ها بلکه برای کشورها، مناطق و صنایع، به طور عمده ای متفاوت تر از گذشته شده و نیازمند نه تنها ذهنیت‌های نو بلکه ابزار و نگرش‌های مدیریتی جدید و نوآورانه است. در اقتصاد جدید چگونه ارزش ایجاد جلب و حفظ می شود، و اگر این امر با گذشته تفاوت اساسی داشته باشد، باید رویکردهای مدیریت استراتژیک نوینی اتخاذ گردد (مولاریدهاران، ۲۰۰۱: ۹).

تلاش همه جانبه در نوآفرینی در اقتصاد نوآوری " از اهمیت بسیاری برخوردار است، و سهیم شدن و مشارکت سریع در دانش و اطلاعات تخصصی و تعاملی بازیگران، صحنه کسب و کار را وادار می سازد تا دائماً نگرش‌ها و مدل‌های خود را بازآفرینی و جرح و تعدیل نمایند. علاوه بر این، عدم پیوستگی در محدوده‌ها و مرزهای سنتی در زنجیره‌های ارزش، شرکت‌ها را ملزم می‌سازد تا در مواردی چون: نحوه ورود به بازار، اینکه چه چیزی باید داشته باشند، و چگونه با تامین کنندگان و مشتریان برخورد نمایید، تجدید نظر اساسی کنند. از اینرو نتیجه عبارت از باز تعریف زنجیره‌های ارزش صنعت نوین که دستخوش نوآوری مستمر در محصولات، خدمات، فرآیندها، مدل‌های کسب و کار و نگرش‌های مدیریت می باشد. امروزه زنجیره ارزش، نوآوری صنایع و شرکت‌هایی را چالش می کشد، زنجیره ای که شکل جدید آنرا می توان یک شبکه ارزش یک سازمان گسترده، یک زیست محیط بازرگانی، و یا یک پیکره ارزشی نامید (هیپیل و همکاران، ۱۹۹۹: ۵۰).

داونپورت (۱۳۹۱) معتقد است که جدیدترین موضوع در اقتصاد نوآوری، خلق و آفرینش یک آینده حقیقی پر مبنای ایجاد سازمان‌های دائماً در حال تعالی و یک واقعیت اقتصادی " است که بتواند صنایع، جامعه و محیط‌های دیگر را به هم متصل کند (داونپورت، ۱۳۹۱: ۳۸).

بعد عقل‌گرایی: عقل‌گرایی یعنی اتکای بر استدلال منطق حاکم که بر تمامی شؤونات ان چون تفکر، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری عقلانی اثرگذار است. عقل‌گرایی با اعتقاد به روابط علت و معلولی در رأس دیدگاه‌های جوامع پیشرفته حاضر قرار دارد. عقل‌گرایی کسب و کار و آموزش دیدگاهی حایز اهمیت و ممتاز بوده اما با این حال خود دارای محدودیت‌هایی عقل‌گرایی قادر نیست راجع به انگیزه، اشتیاق و ترغیب کار آفرینان برای خلق یک ایده جدید تولیدی و یا تبلور ذهن دانشمندان در آزمایش یک پدیده شهودی ارائه دهد. بنابراین به‌نظر می‌رسد ابعاد مهم دیگری نیز برای تکامل و یکپارچگی مورد نیاز است (تسکات، ۲۰۰۱: ۶).

بعد طبیعت‌گرایی: تمامی نظام‌های طبیعی و زنده سه چرخه تولید، باز یافت و بازتولید را دنبال می کنند، تمرکز بر اثر بخشی زیستی ممکن است مانع سازمانها و شرکتها در دنبال کردن تولیدات، تغییرات و مدل‌های متفاوت در کسب و کاری که مستلزم تغییر در الگوهای ذهنی است شود. این امر

بدون دستیابی به مهارت‌های انسانی و ارزشی یادگیری و تغییر، میسر نمی‌شود ولی در مقام مقایسه نظام‌های عام صنعتی از جریان خطی استخراج، تولید، فروش، مصرف، دورریزی پیروی می‌کنند. چیزی که در کتاب زیست محیط کسب و کار نوشته پل هاوکین از آن به عنوان تحصیل، ساخت و دورریز یاد شده است. امروزه مهمترین و بزرگترین خروجی و اشکال فرایندهای تولیدات صنعتی "ضایعات" است (هاوکین و لونویس، ۱۹۹۹: ۱۴۸).

بعد انسان گرایی: ادوارد دمنینگ پیشگام مدیریت کیفیت می‌گوید: "بشر با انگیزه درونی، عزت نفس، سرافرازی و اشتیاق برای یادگیری و مهم‌تر از همه، لذت از یادگیری به دنیا می‌آید ولی نظام مرسوم مدیریت، انسان‌های سازمانی را نابود کرده است. سازمان‌های یادگیرنده و یاددهنده متحمل پرورش میل باطنی بشر به یادگیری پیوسته و مداوم است. درک منطق نظام‌های واقعی براساس طبیعت گرایی موجه برون ایده‌های نوآورانه در جهت تعالی شده و در مبحث انسان گرایی منطق یادگیری فراگیر، اپدرها را به دستاوردها تبدیل می‌نماید. اگر درک نظام‌های طبیعی پایه‌گذار نظریات استراتژیک در زمینه نوآوری‌های مستمر است، پس این یادگیری است که وسیله تحقق این نظریات می‌باشد. همان‌طور که منطق نظام‌های طبیعی با منطق نظام صنعتی یعنی تحصیل، تولید و دورریز در تعارض است، به همان‌گونه نیز منطق فرهنگ سازمان‌های یاددهنده و یادگیرنده نیز با فرهنگ کنترل و نظارت در سازمان‌های سنتی مغایر است. فرهنگ یادگیری که با بروز هیجانات، اشتیاق و اعتماد متقابل افراد عجین شده باشد از خاصیت خود کنترلی و کنترل درونی برخوردار بوده و عملاً از بیرون غیر قابل کنترل است. بنابراین نظام سلسله مراتبی آمرانه و دستوری باید با نظام و نظمی خودجوش جایگزین شود. موضوعی که تلاش و ملزومات بیشتری را طلب می‌کند، دو سویه بوده و بسیار پرهیجان‌تر و نشاط‌آورتر از نظام یک‌سویه ارتباط از بالا به پایین می‌باشد. دگرگونی واقعی در این اقتصاد، نه در فن‌آوری بلکه در ارتباطات رخ می‌دهد. منطق جدید سازمان‌های نوین ایجاد انقلاب نوین ارتباطات است (داونپورت، ۱۳۹۱: ۴۷).

استراتژی نظام دو وجهی رهبری مدیریتی: استراتژی متعادل نظام دو وجهی به معنای "توازن سازمانی" می‌باشد، تمرکز بر دامنه مهارت‌های گوناگون و ظرفیت‌های دوگانه و همچنین توانمندی انرژی‌زایی مثبت و ایجاد تغییرات پویا است. یک سازمان "نامتعادل" ممکن است به دلیل نگرش‌های مدیریتی محدود، نبود انرژی خلاق و مثبت برای تغییر، فقدان مهارت و ناتوانی در حرکت به سوی مدل‌های سازمانی و کسب و کار نوظهور، فلج شود (تاشمن، ۱۹۹۶: ۱۸).

به‌طور کلی مدل‌های کسب و کار نظام دو وجهی را می‌توان به عنوان مدیریت همزمان چندین مدل کسب و کار تعریف کرد به‌طوری‌که در اقتصاد نوآوری، نمی‌توان مدیریت را تنها به

عنوان یک مدل کسب و کار موفق در نظر گرفت که معمولاً خیلی زود از رده خارج شده و ضمانتی هم برای موفقیت در آینده‌های مبهم به همراه ندارند. در عصر کنونی سازمان‌ها نیازمند مجموعه مدل‌های کسب و کار جایگزین مدل‌های سنتی هستند. به طور کلی سازمان‌ها برای بقای خود در جامعه پویا و متغیر امروزی مستلزم به‌کارگیری همزمان استراتژی‌های نوآوری پیوسته یا افزایشی و گسسته یا ناگهانی می‌باشند که آن مستلزم هم‌کاری گروهی شبکه‌های کسب و کار ناشی می‌باشد. این شبکه‌ها شامل نظام زیست محیطی، گروه‌های صنعتی سنتی، زنجیره عرضه و تقاضا و زنجیره ارزش شرکت‌های داخلی است. رمز موفقیت سازمان‌ها، هم‌افزایی هوشمند شبکه‌های کسب و کار در نوآوری ارزش و انجام وظایف درون سازمانی است. استراتژی متعادل نظام دو وجهی بیانگر توانایی سازمان در جوان‌سازی مستمر خود با ارزش‌های نوآوری به‌واسطه مدل‌های کسب و کار چندگانه است. بنابراین رویکرد مدیریت استراتژیک متعادل نظام دو وجهی، توانایی‌های ضروری برای جوان‌سازی با انرژی سازمانی را از طریق مدیریت نظام دو وجهی مدل‌های چندگانه کسب و کار فراهم می‌کند که در شبکه‌های تجاری شراکتی شکل گرفته است (داونپورت، ۱۳۹۱: ۱۸۱).

زیست محیطی سازمان کسب‌وکار و شکل‌دهی مشترک اقتصاد نوآوری با مدل دو وجهی رهبری-مدیریت:

به طور کلی دیدگاه استراتژی متعادل نظام دو وجهی بر این فرض استوار است که یک سازمان به‌عنوان یک عضو واحد صنعت محسوب نمی‌شود، بلکه بدلیل ضرورت تعامل با سایر صنایع و همچنین ماهیت باز و پویای آن در تاثیر گذاری و تاثیر پذیری چند بعدی در حوزه دانایی، به‌عنوان یک بخش از زیست محیطی کسب و کار در نظر گرفته شود. حدود مرز سازمان شرکت و صنعت از زاویه دید زیست محیطی، متغیر بوده و توسط بازیگران جامعه نجاری، شکل می‌گیرد. مهم‌ترین بعد محیط این است که صنایع گوناگون، سهامداران، سازمان‌ها، بازار و مشتریان را با محوریت زنجیره عرضه و مشتری به یکدیگر متصل می‌کند. این امر، ماهیت اصلی کسب و کار را که گسترش صنایع جدید، عبور از مرزهای سنتی و ابداع پیوندهای جدید صنایع موازی نظیر شرکتهای بیمه و بانک‌ها را نشان می‌دهد (لیبولد و همکاران، ۲۰۰۵: ۱۵).

در زیست محیطی کسب و کار، سازمان و مشتری با دانش و قابلیت‌های خود پیرامون ارزش‌های جدید محصول و خدمات با یکدیگر مشارکت می‌کنند. آن‌ها به صورت اشتراکی و رقابت جویانه در خصوص ایجاد محصول جدید، رفع نیازهای مختلف، معرفی زنجیره جدید ارزش و یکپارچگی اشکال نوآوری، همکاری می‌نمایند. کسب و کارهایی موفق‌اند که از طریق گردآوری منابع، ذی‌نفعان، عرضه‌کنندگان، مشتریان و سایر واسطه‌ها در ایجاد شبکه‌های نوآوری ارزش در حداقل زمان و بطور اثربخش با یکدیگر همکاری و مشارکت دارند. این بدان معنا است که در زیست محیطی کسب و کار،

سازمان‌ها به منظور ایجاد خدمات و تولیدات، رفع نیاز مشتریان، یکپارچه سازی نیازها و نوآوری‌های آینده، بطور رقابتی و دوستانه همکاری می‌کنند. در زیست محیط کسب و کار، تمرکز استراتژی متعادل نظام دو وجهی بر سازمانها و شرکت‌هایی است که در فرآیند طراحی و اجرا با سایر فعالان جامعه تجاری همکاری کرده و قابلیت‌های جدید را در محیط ایجاد می‌کنند. مدل‌های جدید کسب و کار نه تنها از ترکیب مجدد استراتژی و ظرفیت‌های پویای تجارت سنتی بلکه از طریق شناخت پویایی‌های سیاسی- فرهنگی، فرصت‌ها، طراحی نیاز ارزشمند مشتری و ایجاد ساخت شبکه تجاری و زنجیره ارزش آن ناشی می‌شود (مور، ۱۹۹۳: ۸۰).

درک زیست محیط باعث بهبود حس مدیریتی در شناخت سیستم‌های پویای کسب و کار فرهنگی - اجتماعی به منظور هدایت و ترویج فعالیت‌های خلاق خود سازمان‌ده و خلق مدل‌های جدید کسب و کار است. یک چنین تفکر سیستمی به واسطه پاسخ‌گویی خلاقانه و سازگارانه خود، شکل‌دهی مجدد نیاز ارزشی مشتریان و تغییر محیط، استمرار نوآوری پیوسته فراهم می‌کند (داونپورت، ۱۳۹۱: ۱۸۷).

ارتباط بین استراتژی نظام دو وجهی رهبری- مدیریتی و مدل‌های کسب و کار سازمان‌های علمی و فرهنگی

مفاهیم مدل کسب و کار و استراتژی نظام دو وجهی رهبری- مدیریتی حداقل از چهار جنبه با یکدیگر تفاوت دارند:

- مدل تعالی سازمان با جستجو و خلق ارزش برای مشتری شروع و با حفظ ویژگی استمرار و اعتماد در ارائه آن ارزش‌ها به فعالیت خود ادامه می‌دهد در حالیکه مفهوم استراتژی اساساً پرداختن به مسائل رقابت و چگونگی آن است.
- مدل تعالی سازمان شکل دهنده منطق و مدل "بودن در تولید" مثل ایجاد ارزشمندی در جامعه است. در حالیکه استراتژی نحوه اجرای این مدل در عمل است.
- تفاوت سوم در خلق ارزش کسب و کار نهفته است. در مدل‌های علمی پژوهشی اغلب به بعد مالی کسب و کار کمتر توجه می‌شود، از آنجاییکه تبدیل ارزش کسب و کار به ارزش سهامداران، مستلزم تمرکز بر ابعاد مالی است، لذا معمولاً فرض بر این است که یک مدل کسب و کار ماهیتی مالی دارد.
- ساختار سازمان و کسب و کارهای مختلف مبتنی بر آگاهی مشتری و موفقیت‌های قبلی است. به همین دلیل عموماً استراتژی‌ها نیازمند اعمال دقت، تجزیه و تحلیل موشکافانه و گزینه‌های انتخابی هستند که بر پایه اطلاعات متقن و صحیح استواراند. در خلق یک مدل

کسب و کار علمی اقتصادی عواملی نظیر شبکه ها، تسهیم دانش و شکل دهی مشترک نوآوری ارزش جدید با سهامداران خارجی از اهمیت بسزایی برخوردار است. مفاهیم استراتژی و مدل کسب و کار مکمل اند اما یکسان نیستند. زمانی که سازمان به دنبال توسعه کسب و کار خود است همزمان نیازمند توسعه استراتژی در تبیین و چگونگی رقابت با مدل انتخابی نیز هست. منطق استراتژی بر مدل های کسب و کار اثر گذاشته و آنرا شکل می دهد. اگرچه مدل کسب و کار پیامد مهمی برای کسب ارزش است. اما باید توجه داشت که مهم ترین پیامد، خلق ارزش است (ویک، ۲۰۰۱: ۵۲).

رابطه اقتصاد نوآوری و نظام های دو وجهی رهبری - مدیریتی

اقتصاد نوآوری به معنای خلق سرمایه شبکه های انسانی و مجازی، انتقال منابع ارزش در اقتصاد نوآوری از طریق دانایی و سرمایه های فکری، توزیع قدرت و رشد سرمایه از طریق کارآفرینان جدید، یادگیری تعاملی، خودجوش، چالشی فراگیر و خود تنظیمی، ایجاد مدل جهانی کسب و کار و تبدیل سرمایه های ملموس به ناملموس، مدیریت دانایی مبتنی بر مشتری، شکل گیری تحقق ارزش های خلاقانه، ایجاد ساختار کنترل کیفی متکی به شبکه های یکپارچه می باشد. (داونپورت، ۱۳۹۲: ۱۹۲)

این حضور این ویژگی ها، رهبران را قادر می سازد تا شایستگی های موجود و دارایی ها را بازتولید کنند تا فرصت های جدید را کشف کنند و کارکنان سازمان را در سطح بالایی از رضایت و توانمندی قرار دهد. این امر حتی در حضور بازارهای رقابتی برای سازمان نیز هم چنان می تواند جریان داشته باشد. فقدان این عناصر، نیروهای ناشی، شرکت را منحصر روی یک بخش از کسب و کار متمرکز نگه می دارند.

بنابراین برای نظام دو وجهی بودن و هم راستایی با اقتصاد نوآوری باید شروط زیر رعایت گردد: داشتن هدف استراتژیک قوی که به لحاظ فکری اهمیت اکتشاف و بهره برداری و پایه های اقتصاد نوآوری را توجیه می کند، احصای ارزش ها که بیان یک دید کلی که یک هویت مشترک را در محل تقاطع منابع واحدهای بهره وری و اکتشاف فراهم می کند، یک تیم ارشد که صراحتاً استراتژی کشف و بهره برداری در راستای تبدیل سرمایه های ناملموس به ملموس را در اختیار دارد؛ وجود یک سیستم پاداش مشترک و استراتژی که به صورت بدون وقفه با سیستم در ارتباط باشد، در دانشگاه نقش اساتید به عنوان صاحبان مشاغل اصلی باید شفاف دیده شده و همواره رضایت آنان در مدل های دو وجهی در نظر گرفته چون رضایت دانشمندان منوط رضایت اساتید و کارکنان و مراکز علمی و پژوهشی خواهد بود. معماری سازمانی که به صورت جداگانه اما سازگار (مدل های کسب و

کار، ساختار، انگیزه‌ها، معیارها و فرهنگ‌ها) برای واحدهای اکتشافی و بهره‌برداری و یکپارچه‌سازی هدفمند در هر دو سطح ارشد و تاکتیکی برای استفاده درست از دارایی‌های سازمانی طراحی شده است، توانایی رهبری ارشد برای تحمل کردن و حل تنش‌های ناشی از صف‌بندی‌های جداگانه سازمانی. برای درک منطق این امر، تأثیرات فقدان این عناصر را بر نظام دو وجهی شدن در نظر بگیرید.

اولاً، بدون استدلال استراتژی روشنفکرانه مبنی بر توجیه فرم نظام دو وجهی، هیچ دلیل معقولی وجود نخواهد داشت که چرا واحدهای بهره‌برداری، به ویژه تحت فشار، باید منابع را به منظور کمک به تلاش‌های اکتشافی کوچک و نامعلوم، از دست بدهند (بازرمن و واتکینز، ۱۹۹۱: ۲۵۶).

دوم، در فقدان دیدگاه و ارزشهای مشترک، هیچ هویت مشترکی برای ارتقای اعتماد، همکاری و چشم‌انداز دراز مدت وجود نخواهد داشت (جانسن و ورا، ۲۰۰۹: ۱۵). سوم، اگر تیم ارشد فاقد یک توافق در مورد اهمیت نظام دو وجهی شدن باشد، افراد با روحیه عدم تعهد به سازمان، تشویق می‌شوند که در برابر تلاش، همکاری، افزایش رقابت برای منابع و کاهش سرعت اجرایی شدن مقاومت کنند (لوباتکین، سیمسک و همکاران، ۲۰۰۴: ۹۲۳). فقدان یک سیستم پاداش مشترک و کمبود ارتباط بی‌قید و شرط استراتژی نظام دو وجهی می‌تواند همکاری را تضعیف کرده و اختلافات غیرمولد را تشویق کند (بکمن، ۲۰۰۸: ۹۹۳). چهارم: بدون هماهنگی جداگانه برای کشف و بهره‌برداری واحدها و ادغام هدفمند برای استفاده از دارایی‌های مشترک، استفاده از منابع و هماهنگی ضعیف در واحدها ناکارآمد خواهد بود (اریلی و تاشمن، ۲۰۰۴: ۱۹۰). در نهایت، اگر رهبری نتواند منافع و جبران خسارت مورد نیاز را مدیریت کند، فرایندهای تصمیم‌گیری ضروری به خطر می‌افتد و در نتیجه سبب سردرگمی و اختلاف می‌شود (گیلبرت، ۲۰۰۵: ۵۲۵).

سوال اصلی

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عوامل کلیدی مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

سوالات جانبی

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عامل فرهنگی در نظام مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عامل رهبری در نظام مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عامل هدف در نظام مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عامل وظایف اصلی در نظام مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

ابعاد اقتصاد نوآوری تا چه حد با عامل ساختار در نظام مدیریت دو وجهی رهبری- مدیریتی رابطه دارد؟

ابزار و روش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی می باشد. در ابتدا برای جمع آوری داده‌ها و اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده گردید و سپس زیر نظر اساتید پرسش‌نامه تدوین گردیده و از روش پیمایشی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید سپس با استفاده از نرم افزار Spss به تجزیه و تحلیل آماری پرداخته شد. جامعه آماری مورد استفاده در این پژوهش دبیرخانه هیأت موسس دانشگاه آزاد هستند. دبیرخانه هیئت موسس دانشگاه آزاد اسلامی دارای ۶۶ نفر کارمند است که از روش سرشماری برای جمع آوری اطلاعات مورد پژوهش استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل

تجزیه و تحلیل آماری از طریق نرم افزار Spss حاکی از آن است که تعداد ۲۶ نفر از جامعه آماری مورد پژوهش را که برابر ۴۰٪ می باشد را زنان تشکیل داده اند. این در حالی است که ۳۹ نفر برابر ۵۸٪ کارکنان را مردان تشکیل داده اند و در حدود ۲٪ نیز از پاسخ دادن به این سوال امتناع نموده اند.

در این میان ۳ نفر برابر ۴ درصد افراد زیر ۳۰ سال هستند و ۲۹ نفر برابر ۴۴٪ در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال قرار دارند. ۲۸ نفر برابر ۴۳٪ در بازه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال هستند. ۵ نفر برابر ۶٪ بالاتر از ۵۰ سال سن دارند و ۶ نفر معادل ۲ درصد نیز از بیان سن خود امتناع نموده اند.

از میان کارمندان ۳ نفر برابر ۵٪ دارای دیپلم هستند، ۵ نفر برابر ۸٪ دارای مدرک فوق دیپلم هستند، ۶ نفر برابر ۹٪ دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند. ۲۹ نفر برابر ۴۴٪ دارای مدرک فوق

لیسانس هستند ۲۲ نفر برابر ۳۳٪ دارای مدرک دکترا هستند در این میان ۱ نفر برابر ۱٪ نیز مدرک تحصیلی خود را اعلام نداشته‌اند.

در این بین ۵ نفر برابر ۸ درصد کمتر از ۵ سال سابقه کار دارند. ۱۰ نفر برابر ۱۵ بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار دارند ۱۳ نفر برابر ۱۹٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه کار دارند ۲۸ نفر برابر ۴۲٪ بین ۱۵ تا ۲۰ سال سابقه دارند ۷ نفر برابر ۱۱٪ بیشتر از ۲۰ سال سابقه کار دارند و ۳ نفر برابر ۵٪ نیز از پاسخ دادن به این سوال امتناع ورزیدند.

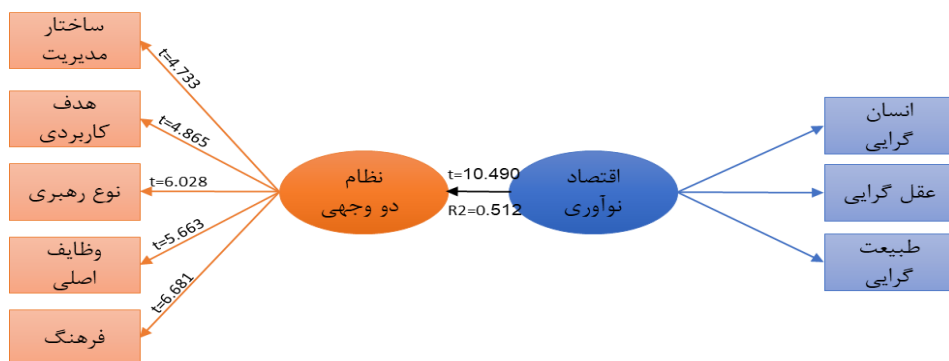
برای تبیین رتبه و جایگاه هریک از مولفه‌های مورد بررسی آزمون فریدمن مورد استفاده قرار گرفت که در طی آن در ابعاد اقتصاد نوآوری بعد انسان‌گرایی با میانگین ۲,۱۴ در رتبه اول تاثیر بر نوآوری و بعد عقل‌گرایی با میانگین ۲,۱۲ در رتبه دوم و بعد طبیعت‌گرایی با میانگین ۱,۷۴ در رتبه سوم تاثیر بر نوآوری قرار دارد.

این در حالی است که آزمون فریدمن مولفه‌های مدیریت دو وجهی بعد ساختار با میانگین ۳,۵۱ در رتبه اول و بعد کاربردی با میانگین ۳,۰۶ در رتبه دوم و بعد رهبری با میانگین ۳,۰۳ در رتبه سوم و بعد وظایف اصلی با میانگین ۲,۸۲ در رتبه چهارم و بعد فرهنگ با میانگین ۲,۵۹ در رتبه پنجم قرار دارد.

نتایج حاصل از بررسی‌های اطلاعات موجود در خصوص این پژوهش می‌توان اذعان داشت که سازمان‌ها برای گذر از محیط مطالع اقتصاد امروزه نیازمند استفاده بهینه از منابع و کارکنان سازمانی هستند که در راستای آن باید با تخصیص درست منابع و ایجاد بستر یادگیری مستمر بستر را برای کشف استعدادهای کارکنان سازمانی فراهم سازند. این امر سبب ایجاد فضایی نوآورانه برای حفظ بقای سازمان و رشد و تعالی سازمانی می‌گردد که خود نیازمند ایده‌ها و فکری نوآورانه می‌باشد. استفاده از دانش و تکنولوژی جدید در راستای رشد و ارتقای سازمانی می‌تواند سبب ارتقای عملکرد سازمانی گردد و مزیت رقابتی ایجاد نماید. سبک‌های نوین رهبری سبب بهره‌برداری بیشتر از فرصت‌ها و تبدیل آنها به مزیت رقابتی گردیده است که از طریق آنها سازمان‌ها بتوانند با انطباق، ادغام و بازنگری مهارت‌ها و منابع سازمانی در راستای سازگاری با محیط‌های در حال تغییر گام بردارند.

بر اساس نتایج حاصله از تجزیه و تحلیل آماری بعد عقل‌گرایی اقتصاد نوآوری و ابعاد فرهنگ، نوع رهبری، وظایف اصلی، هدف کاربردی مدیریت دو وجهی و همچنین مدیریت دو وجهی و ابعاد عقل‌گرایی و انسان‌گرایی و اقتصاد نوآوری رابطه نسبتاً معنی‌داری برقرار است که شدت جریان آن متوسط بوده و جهت آن به صورت مستقیم می‌باشد.

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که با احتمال ۹۵٪ رابطه بین اقتصاد نوآوری با مدیریت دو وجهی مورد تایید قرار گرفت. در خصوص مولفه های دیگر نیز می توان بیان داشت که اقتصاد نوآوری با احتمال ۹۵٪ با بعد فرهنگی رابطه معنادار و مثبتی دارد. همچنین اقتصاد نوآوری با احتمال ۹۵٪ با بعد رهبری رابطه معنادار مثبتی دارد. اقتصاد نوآوری با احتمال ۹۵٪ با بعد هدف کاربردی دارای رابطه معنادار مثبت می باشد. همچنین اقتصاد نوآوری با احتمال ۹۵٪ با بعد وظایف اصلی دارای رابطه معنادار مثبت می باشد و اقتصاد نوآوری با احتمال ۹۵٪ با بعد ساختار دارای رابطه معنادار مثبت می باشد.



شکل شماره ۱- رابطه اقتصاد نوآوری و عوامل کلیدی مدل دو وجهی رهبری- مدیریتی سازمان

بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده حاصل از این پژوهش و تطبیق آن با دیگر پژوهش های موجود حاکی از آن است که عوامل کلیدی نظام دووجهی رهبری - مدیریتی سازمان سبب شکوفایی خلاقیت افراد گشته که خود می تواند با همگانی سازی ارزش یادگیری، انگیزه کارمندان را برای همسوسازی با اهداف سازمانی ارتقا دهد. با داشتن کارمندانی خلاق بسترهای جدید اقتصادی نیز برای سازمان مهیا می گردد. چه بسا با همراه سازی کارمندان و ایجاد کارمندانی متعهد به سازمان موجب گردد که آنها تهدیدات محیطی را با خلاقیت خود تبدیل به فرصت های ارزشمند برای سازمان نمایند. این فرصت ها و ارزشمندی و متعهد بودن کارمندان در کنار یادگیری مستمر و همسوسازی و همگامی کارمندان با سازمان دست یابی به اهداف سازمانی را تسهیل می نماید و محیطی پُرانگیزه، رضایت-بخش و فعال را در سازمان ایجاد می نماید.

با توجه به نتایج به دست آمده و بررسی های حاصله از تحقیقات دیگر می توان بیان داشت که با ترسیم نقشه راه جدید بر اساس متد اقتصاد نوآوری می توان سبب خلق ارزش یادگیری و شناخت و

انگیزه هرچه بیشتر کارکنان گردید که این مهم خود در گرو داشتن استراتژیک نظام دوجبهی رهبری- مدیریتی هموار می‌گردد. زیرا این روش باعث ایجاد فرآیند کشف حوزه‌های اقتصادی جدید توسط شبکه ارزش و توانمندی سازمان و کارکنان می‌گردد و موجب ایجاد همراهی و سینرژیک کارکنان می‌گردد. هم‌دلی کارکنان خود عرصه‌ای جدید را برای بهبود عملکرد و تعهد هرچه بیشتر آنها با سازمان فراهم می‌آورد که این امر باعث دستیابی سریع‌تر به اهداف متقابل فردی و سازمانی و رشد سازمان و حرکت آن به سمت اهداف ترسیم شده آن می‌گردد.

در این پژوهش تحلیل مشترک ابعاد اقتصاد نوآوری شامل عقل‌گرایی، طبیعت‌گرایی و انسان-گرایی بر عوامل اصلی تاثیرگذار بر مدل‌های دو وجهی رهبری- مدیریتی به ویژه در دانشگاه‌های آزاد نشان داد که نگاه یک‌پارچه و هم‌سو به عوامل اصلی و ایجاد ضرب‌آهنگ متعادل بین این عوامل می‌تواند در تعالی دانشگاه‌ها و حرکت از نسل دانشگاه‌های صرفاً آموزشی به نگاه‌های علمی اقتصادی می‌تواند مشکلات فعلی نظام آموزشی کشور را بیشتر متکی بر شهریه و منافع ملی است را به ایجاد سرمایه و ارزش از طریق عملیاتی‌سازی سرمایه‌های ناملموس تغییر داده و نظام آموزشی عالی را متحول نماید.

با توجه به اینکه موضوع پژوهش حاضر در دبیرخانه هیأت امناء و موسس دانشگاه آزاد اسلامی مورد پایش قرار گرفته است، محدودیت دسترسی به اساتید محدودیت‌هایی را برای این پژوهش ایجاد نمود. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی نظر اساتید دیگر دانشگاه‌های کشور نیز مورد استفاده قرار گیرد تا بتوان به صورت تطبیقی نتایجی جامع‌تر به دست آورد.

تعارض منافع

نویسندگان هیچ گونه تعارض منافی برای اعلام ندارند.

References

- "Hawken, A. Lovins, A., and Lovins, H. (1999), *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*, Harvard Business Review.
- Amory B. Lovins , L. Hunter Lovins and Paul Hawken, "A Road Map for Natural Capitalism, Harvard business review, 77(3), 145-211.
- "Leibold, M., Probst, G. and Gibbert, M. (2005). *Strategic Management in the knowledge Economy*, New York: Wiley, (Second Edition),1-355.
- C. O'Reilly and M. Tushman, (2008), "Ambidexterity as a Dynamic Capability: Resolving the Innovator's Dilemma," *Research in Organizational Behavior*, 28, 185-206.
- Christine M. Beckman. (2006), "The Influence of Founding Team Company Affiliations on Firm Behavior," *Academy of Management Journal*, 49(4), 741-758.
- Jansen, G. George, F. Van den Bosch, and H. Volberda. (2008), "Senior Team Attributes and Organizational Ambidexterity: The Moderating Role of Transformational Leadership," *Journal of Management Studies*, 45(5), 982-1007.
- Clark Gilbert. (2005), "Unbundling the Structure of Inertia: Resource versus Routine Rigidity," *Academy of Management Journal*, 48(5), 741-763.
- O'Reilly, CH., Caldwell, D. F., Chatman, J. A. Margaret, L., and William S. (2010), "How Leadership Matters: The Effects of Leaders' Alignment on Strategy Implementation," *Leadership Quarterly*, 21(1), 104-113.
- Wendy K. Smith and Michael L. Tushman. (2005), "Managing Strategic Contradictions: A Top Management Model for Managing Innovation Streams," *Organization Science*, 16(5), 522-536.
- Davenport, T., Leibold, M., and Voelpel, S, C. (2006). *Strategic management in the innovation economy*, Publisher: Wiley.
- Teece D., J. (2007), "Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance," *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- Hippel, E., Thomke, S. and Sonnak, M. (1999). "Creating Breakthroughs at 3M." *Harvard Business Review*, 43(4), 50.
- Justin J. Jansen, Dusya Vera, and Mary Crossan. (2009), "Strategic Leadership for Exploration and Exploitation: The Moderating Role of Environmental Dynamism," *Leadership Quarterly*, 20(1), 5-18.

- Livengood, R. S., and Reger R. K. (2010), "That's Our Turf! Identity Domains and Competitive Dynamics," *Academy of Management Review*, 35(1), 48-66.
- Nemanich, L. A. and Vera, D. (2009), "Transformational Leadership and Ambidexterity in the Context of an Acquisition," *Leadership Quarterly*, 20(1), 19-33.
- Bazerman, M., and Watkins, M. (2003), *Predictable Surprises: The Disasters You Should Have Seen Coming*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Benner, M., and Tushman, L. M. (2003), "Exploitation, Exploration and Process Management: The Productivity Dilemma Revisited," *Academy of Management Review*, 28(2), 256.
- Moore, J.S. (1993). "Predators and Prey: A New Ecology of Competition", *Harvard Business Review*, 71(3), 80.
- Shabani, Ali, Taghavi, Hosein (2011). Investigating the relationship between innovative leadership and organizational behavior in Tehran libraries, *journal of library researches*. 62-39. [In Persian]
- Hotberg and K. Robert. (2000), "Backcasting from Nonoverlapping Sustainability Principles-A Framework for Strategic Planning". *Informational Journal of Sustainable Development and Wild Ecology* 7(4), 291-308.
- McDonough, W. (1992), "Hannover Principles: Design for Sustainability Prepared for EXPO 2000 The World's Fair Hannover, Germany.
- Tushman, M.L. and O'Reilly, C.A. (1996), "Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change". *California Management Review*, 38(4), 18.
- Various authors have recently emphasized the differences in economic activity due to ways in which value is created since about 1990. One insightful analysis is by
- Germany, R. and Muralidharan, R. (2001). "The Three Phases of Value Capture: Finding Competitive Advantage in the Information Age, *Strategy & Business*, 22(1), 1-10.
- Weick, K.E. (2001). *Making of the Organization*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd:p 52.