

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

گروه مدیریت بازرگانی

پایان نامه:

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت کارآفرینی

عنوان:

بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط

(مطالعه موردی شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان)

استاد راهنما:

دکتر داود فیض

استاد مشاور:

دکتر عظیم زارعی

پژوهش‌گر:

بهاره کریمی

مهر ماه ۱۳۹۰

استفاده از مفاد و نتایج پروژه بدون

مجوز کتبی دانشگاه سمنان ممنوع است.

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم که دستیابی به موفقیت‌های زندگی‌ام را مدیون
محبت‌ها و زحمات آنها هستم.

خداوندا آفتاب گرم و پرمهرشان را بی غروب گردان

اینجانب : بهاره کریمی

متعهد می‌شوم که محتوای علمی این پایان‌نامه با عنوان " بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط (مطالعه موردی شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان) " در مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی گرایش کسب و کار به گروه مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سمنان ارائه شده دارای اصالت پژوهشی بوده و حاصل فعالیت‌های اینجانب می‌باشد .

در صورتی که خلاف ادعای فوق در هر زمانی محرز شود کلیه حقوق معنوی متعلق به پایان‌نامه از اینجانب سلب شده و موارد قانونی مترتب به آن نیز از طرف مراجع ذیربط قابل پیگیری است .

نام و نام‌خانوادگی : بهاره کریمی

شماره دانشجویی : ۸۷۱۱۲۱۶۰۰۶

امضاء :

تقدیر و تشکر:

من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق

سپاس و منت خدای را که با لطف بی‌کران خویش مرا در انجام این پژوهش و دوره تحصیلی یاری نمود، که اول اوست و دانش برگرفته از ذات یگانه‌ی اوست .

اکنون که کارهای تحقیقاتی و عملیاتی پایان نامه دوره کارشناسی ارشد اینجانب به پایان رسیده است. بر خود واجب می‌دانم از زحمات تمامی اساتید بزرگوار و دوستان ارجمند خویش تشکر و قدردانی نمایم.

از استاد راهنمای گرانقدر، جناب آقای "دکتر داود فیض"، که در طول پژوهش مرا از راهنمایی‌های ارزشمند خود بهره‌مند نمودند، کمال تشکر را دارم.

از استاد مشاور ارجمند، جناب آقای "دکتر عظیم زارعی"، که زحمت مشاوره پایان نامه اینجانب را تقبل فرمودند، قدردانی و تشکر می‌نمایم.

از تمامی اساتید و دوستان و مدیران و کارشناسان شرکت‌های شهرک صنعتی سمنان که با کمک‌ها و همکاری‌های خود در تکمیل این پروژه یاری‌رسان اینجانب بوده‌اند سپاسگزاری می‌نمایم.

بهاره کریمی

مهرماه ۱۳۹۰



Semnan University

Faculty of Economics ,Management and Administrative Sciences

Thesis Title:

**Study of Information and Communication Technology (ICT) effect on
Intrapreneurship in small and medium enterprises (SMEs)
(A case study of Semnan industrial park small and medium enterprises)**

Thesis Submitted for the degree:

Postgraduate of Entrepreneurship Management

Supervisor:

P.H.D. Davod Feiz

Advisor:

P.H.D. Azim Zarei

By:

Bahare Karimi

October 2011

چکیده:

به منظور برخورداری از مزایای کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط بایستی بر روی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی تمرکز و سرمایه‌گذاری کرد. به همین دلیل هدف این پژوهش بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان می‌باشد. این مطالعه از نوع توصیفی-کاربردی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه که روایی آن با استفاده از روش روایی محتوا و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ (۹۶.۲) تأیید شده استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان می‌باشند که تعداد آنها ۳۷۵ نفر بوده و از این تعداد ۱۵۶ نفر به عنوان نمونه آماری با استفاده از فرمول نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفته و از آمار تحلیلی نظیر آزمون میانگین یک جامعه آماری در بخش آزمون‌های اصلی و آزمون رتبه‌بندی فریدمن، آزمون مقایسه میانگین دو جامعه و آزمون Anova در بخش آزمون‌های فرعی تحقیق استفاده شده است. نتایج به دست آمده در بخش آزمون‌های اصلی پژوهش نشان داد که فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش مؤثری در بروز کارآفرینی سازمانی و همچنین ایجاد مشاغل جدید، نوآوری در کالاها و خدمات، نوآوری در فرآیندها، خودتجدیدی، پیشگامی و رقابت تهاجمی دارد ولی در بعد ریسک‌پذیری دارای عدم تأثیر می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده توجه به فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور ایجاد و توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان امری ضروری به نظر می‌رسد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی سازمانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، شرکت‌های کوچک و متوسط

فهرست:

۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۱-۱-۱	مقدمه
۱-۲-۱	بیان مسأله
۱-۳-۱	اهمیت موضوع
۱-۴-۱	اهداف تحقیق
۱-۵-۱	سوالات تحقیق
۱-۶-۱	فرضیات تحقیق
۱-۷-۱	قلمرو تحقیق
۱-۸-۱	تعریف عملیاتی واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی
۱-۹-۱	فصل بندی
۱-۱۰-۱	جمع بندی
۱۸	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق
۱۹	بخش اول: کارآفرینی سازمانی
۱-۱-۱-۲	مقدمه
۱-۲-۱-۲	مفهوم واژه کارآفرینی
۱-۳-۱-۲	سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی
۱-۴-۱-۲	مدل‌های کارآفرینی
۱-۴-۱-۲-۱	مدل فیلیپ
۱-۴-۱-۲-۲	مدل جفری تیمونز
۱-۴-۱-۲-۳	مدل چندبعدی ویلیام گانتر

- ۳۱.....مدل آلبرت شاپیرو.....۴-۴-۱-۲
- ۳۳.....مدل استرنبرگ و ونکرز.....۵-۴-۱-۲
- ۳۵.....کارآفرینی سازمانی.....۵-۱-۲
- ۳۵.....مفهوم کارآفرینی سازمانی.....۱-۵-۱-۲
- ۳۷.....رویکردهای متداول به کارآفرینی سازمانی.....۲-۵-۱-۲
- ۳۷.....رویکرد ویژگی ها و خصوصیات.....۱-۲-۵-۱-۲
- ۳۸.....رویکرد رفتاری.....۲-۲-۵-۱-۲
- ۴۰.....مدل‌های کارآفرینی سازمانی.....۳-۵-۱-۲
- ۴۰.....مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن.....۱-۳-۵-۱-۲
- ۴۱.....مدل کارآفرینی سازمانی اکهلز و نک.....۲-۳-۵-۱-۲
- ۴۲.....مدل کارآفرینی سازمانی لامپکین و دس.....۳-۳-۵-۱-۲
- ۴۳.....استراتژی‌های استقرار کارآفرینی سازمانی.....۴-۵-۱-۲
- ۴۳.....استراتژی‌های پیشنهادی هامر.....۱-۴-۵-۱-۲
- ۴۶.....استراتژی‌های پیشنهادی جنینگز.....۲-۴-۵-۱-۲
- ۴۷.....استراتژی‌های پیشنهادی فولر- استاپ فورد.....۳-۴-۵-۱-۲
- ۴۸.....استراتژی‌های پیشنهادی هیسریچ-پیترز.....۴-۴-۵-۱-۲
- ۴۹.....استراتژی‌های پیشنهادی پینکات-پینکات.....۵-۴-۵-۱-۲
- ۵۰.....ابعاد کارآفرینی سازمانی.....۵-۵-۱-۲
- ۵۰.....ابعاد کارآفرینی سازمانی از دید فرهنگی و صفر زاده.....۱-۵-۵-۱-۲
- ۵۱.....ابعاد کارآفرینی سازمانی از دیدگاه آنتونیک و هیسریچ.....۲-۵-۵-۱-۲
- ۵۲.....الف) ایجاد مشاغل جدید.....

- ۵۲.....(ب) نوآوری در محصولات و خدمات و نوآوری در فرآیندها
- ۵۳.....(ج) خود تجدیدی
- ۵۴.....(د) پیشگامی
- ۵۴.....(ه) ریسک پذیری
- ۵۵.....(و) رقابت تهاجمی
- ۵۵.....۱-۲-۵-۶- موانع کارآفرینی سازمانی
- ۵۶.....۱-۲-۵-۶-۱- مقاومت در برابر تغییر
- ۵۷.....۱-۲-۵-۶-۲- ماهیت سازمان های بزرگ
- ۵۷.....۱-۲-۵-۶-۳- فقدان گرایش کارآفرینانه
- ۵۸.....۱-۲-۵-۶-۴- روش های نامناسب پاداش
- ۵۸.....۱-۲-۵-۷- کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمان
- ۶۹.....**بخش دوم: فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)**
- ۶۰.....۱-۲-۲- مقدمه
- ۶۱.....۲-۲-۲- مفهوم فناوری
- ۶۱.....۲-۲-۳- مفهوم اطلاعات و ارتباطات
- ۶۱.....۲-۲-۳-۱- اطلاعات چیست؟
- ۶۲.....۲-۲-۳-۲- ارتباطات چیست؟
- ۶۳.....۲-۲-۴- مفهوم فناوری اطلاعات
- ۶۶.....۲-۲-۵- مفهوم فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۶۸.....۲-۲-۶- مزایای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۷۱.....۲-۲-۷- شاخص های ارزیابی فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۷۲.....۲-۲-۸- موانع اشاعه کاربرد فناوری اطلاعات

بخش سوم: شرکت های کوچک و متوسط (SMEs)..... ۷۴

۷۵ ۱-۳-۲ - مقدمه

۷۵ ۲-۳-۲ - تعریف شرکت های کوچک و متوسط

۷۷ ۳-۳-۲ - اهمیت شرکت های کوچک و متوسط

۷۹ ۴-۳-۲ - نقش، اهمیت و مفهوم شرکت های کوچک و متوسط در ایران

۸۰ ۵-۳-۲ - ویژگی های شرکت های کوچک و متوسط

۸۱ ۶-۳-۲ - موانع توسعه بنگاه های کوچک و متوسط

۸۳ ۴-۲ - چارچوب نظری تحقیق

۸۵ ۵-۲ - مروری بر مطالعات گذشته

۸۵ ۱-۵-۲ - مطالعات داخلی

۸۹ ۲-۵-۲ - مطالعات خارجی

۹۲ ۳-۵-۲ - جمع بندی تحقیقات

فصل سوم: روش تحقیق..... ۹۳

۹۴ ۱-۳ - مقدمه

۹۵ ۲-۳ - روش تحقیق

۹۷ ۳-۳ - روش گردآوری اطلاعات

۹۷ ۴-۳ - جامعه آماری

۹۸ ۵-۳ - نمونه آماری

۹۸ ۶-۳ - روش نمونه گیری

۱۰۰ ۷-۳ - تعیین روایی پرسشنامه

۱۰۱ ۸-۳ - پایایی پرسشنامه

- ۹-۳-۹- انواع پرسشنامه..... ۱۰۲
- ۱۰-۳-۱۰- مقیاس درجه بندی سوالات پرسشنامه..... ۱۰۴
- ۱۱-۳-۱۱- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها..... ۱۰۴
- ۱۲-۳-۱۲- جمع بندی..... ۱۰۶

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها..... ۱۰۷

- ۱-۴-۱- مقدمه..... ۱۰۸
- ۲-۴-۲- تجزیه و تحلیل داده ها..... ۱۰۹
- ۱-۲-۴-۱- بررسی ویژگی جمعیت شناختی پاسخگویان..... ۱۰۹
- ۱-۲-۴-۱-۱- جنسیت پاسخگویان..... ۱۰۹
- ۲-۴-۱-۲- سن پاسخگویان..... ۱۱۰
- ۳-۴-۱-۳- سطح تحصیلات پاسخگویان..... ۱۱۱
- ۴-۴-۱-۴- سابقه شغلی پاسخگویان..... ۱۱۲
- ۵-۴-۱-۵- سمت سازمانی پاسخگویان..... ۱۱۳
- ۲-۴-۲- محاسبه ضریب همبستگی پیرسون..... ۱۱۴
- ۱-۴-۲-۱- همبستگی کلی بین ابعاد چارچوب مفهومی..... ۱۱۴
- ۲-۴-۲-۲- همبستگی بین شاخص‌های هر بعد..... ۱۱۶
- ۳-۴-۳- آزمون فرضیات..... ۱۲۴
- ۱-۴-۳-۱- آزمون فرضیه اصلی تحقیق..... ۱۲۵
- ۲-۴-۳-۲- آزمون فرضیات فرعی تحقیق..... ۱۲۸
- ۳-۴-۳-۳- آزمون‌های فرعی تحقیق..... ۱۵۰
- ۴-۴-۴- جمع بندی..... ۱۵۴

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات..... ۱۵۵

- ۱-۵-۱- مقدمه..... ۱۵۶
- ۲-۵-۲- نتیجه گیری..... ۱۵۸
- ۱-۵-۲-۱- ویژگی های جمعیت شناختی..... ۱۵۸

۱۵۸نتایج فرضیات تحقیق
۱۶۰۳-۲-۵- بحث و نتیجه گیری
۱۶۲۳-۵- محدودیت های تحقیق
۱۶۳۴-۵- ارائه پیشنهادات
۱۶۵۵-۵- پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۱۶۶۶-۵- جمع بندی
۱۶۷منابع
۱۷۴پیوست

جداول

- جدول ۱-۱-۲- ویژگی های عمومی کارآفرینان سازمانی ۳۸
- جدول ۲-۱-۲- بررسی تطبیقی استراتژی های کارآفرینی سازمانی شول هامر ۴۵
- جدول ۱-۳-۲- نمونه‌هایی از تعریف SMEs در کشورهای آسیایی ۷۶
- جدول ۲-۳-۲- مقایسه درصد SMEها نسبت به کل کسب و کارها و درصد کارکنان SMEها نسبت به کل جمعیت کارکنان در کشورهای آسیایی ۷۸
- جدول ۱-۳-۱- اطلاعات محاسبه حجم نمونه ۱۰۰
- جدول ۱-۴-۱- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک زن و مرد ۱۰۹
- جدول ۲-۴-۲- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سن ۱۱۰
- جدول ۳-۴-۳- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک تحصیلات ۱۱۱
- جدول ۴-۴-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سابقه شغلی ۱۱۲
- جدول ۵-۴-۵- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سمت سازمانی ۱۱۳
- جدول ۶-۴-۶- ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد کلی چارچوب نظری ۱۱۵
- جداول ۷-۴ تا ۱۴-۴- ضریب همبستگی بین شاخص‌های ابعاد ۱۱۶
- جداول ۱۵-۴ تا ۱۷-۴- آزمون فرضیه اصلی تحقیق ۱۲۵
- جداول ۱۸-۴ تا ۲۰-۴- آزمون فرضیه فرعی اول ۱۲۹
- جداول ۲۱-۴ تا ۲۳-۴- آزمون فرضیه فرعی دوم ۱۳۲
- جداول ۲۴-۴ تا ۲۶-۴- آزمون فرضیه فرعی سوم ۱۳۵
- جداول ۲۷-۴ تا ۲۹-۴- آزمون فرضیه فرعی چهارم ۱۳۸
- جداول ۳۰-۴ تا ۳۲-۴- آزمون فرضیه فرعی پنجم ۱۴۱
- جداول ۳۳-۴ تا ۳۵-۴- آزمون فرضیه فرعی ششم ۱۴۴
- جداول ۳۶-۴ تا ۳۸-۴- آزمون فرعی هفتم ۱۴۷
- جدول ۳۹-۴- نتایج آزمون فریدمن ۱۵۰
- جدول ۴۰-۴- نتایج آزمون فریدمن برای شاخص‌ها ۱۵۱
- جدول ۴۱-۴- نتایج آزمون تی مستقل ۱۵۲
- جدول ۴۲-۴- نتایج آزمون anova ۱۵۳

اشکال و نمودارها:

- شکل ۱-۱-۲- مفهوم رویکرد چندجانبه کارآفرینی..... ۲۷
- نمودار ۱-۱-۲- مدل کارآفرینی فیلیپ..... ۲۸
- نمودار ۲-۱-۲- مدل کارآفرینی جفری تیمونز..... ۲۹
- نمودار ۳-۱-۲- مدل کارآفرینی چندبعدی ویلیام گاتنر..... ۳۰
- نمودار ۴-۱-۲- مدل کارآفرینی رویدادی آلبرت شاپیرو..... ۳۲
- نمودار ۵-۱-۲- مدل فعالیت کارآفرینانه استرنبرگ و ونکرز..... ۳۳
- نمودار ۶-۱-۲- مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن..... ۴۰
- نمودار ۷-۱-۲- مدل کارآفرینی سازمانی اکهلز و نک..... ۴۱
- نمودار ۸-۱-۲- الگوی کارآفرینی سازمانی لامپکین و دس..... ۴۲
- نمودار ۹-۱-۲- فرآیند کارآفرینی سازمانی فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۴)..... ۵۰
- نمودار ۱-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک زن و مرد..... ۱۰۹
- نمودار ۲-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سن..... ۱۱۰
- نمودار ۳-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک تحصیلات..... ۱۱۱
- نمودار ۴-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سابقه شغلی..... ۱۱۲
- نمودار ۵-۴- درصد پاسخ دهندگان به تفکیک سمت سازمانی..... ۱۱۳

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه:

امروزه سرعت تاثیرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ به عنوان یکی از زمینه‌های نوین- بر کلیه وجوه زندگی اجتماعی بشر- به سرعت در حال رشد است. در اقتصاد جدید که مبتنی بر شبکه‌های رایانه‌ای است، محیط کسب و کار در حال تبدیل شدن به محیطی دیجیتالی است (فتحیان، ۱۳۸۷). از زمانی که سهم بالقوه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در اصلاح و بهبود رقابت بین شرکت‌های اقتصادی کوچک و متوسط^۲ شناخته شده است، مدت زیادی می‌گذرد. در تمام این سالها ICT به عنوان یک عامل حیاتی در عملکرد موثر و موفقیت سازمان های مدرن شناخته شده است (مورگان، ۲۰۰۶).

از سوی دیگر امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد به کارآفرینی اقتصادمدار و کارآفرینان می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای

1. ICT
2. SMEs

پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. بر اساس بیانیه جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد (خنیفر، ۱۳۸۷) در اقتصاد امروز سازمان‌ها باید از یک سو قادر به خلق شرایط، پیش زمینه‌ها و مکانیسم‌هایی در جهت‌گیری فرآیندهای خود به سمت نوآوری و تغییر باشند و از سوی دیگر، زمینه را برای موفقیت نهایی ایده‌های ارائه شده و دستیابی به مفهوم کارآفرینی فراهم آورند (فرهنگی، ۱۳۸۴) با توجه به این که کارآفرینی سازمانی گرایشی است که سازمان را درگیر فعالیت‌هایی می‌کند که به طور موفقیت‌آمیز فرصت‌ها را شناسایی کرده و بر روی آنها سرمایه‌گذاری کند، لذا توجه ویژه به فناوری اطلاعات و ارتباطات در بدنه سازمان‌ها به منظور تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه از مهم‌ترین موارد دوام، رشد و توسعه سازمان‌ها به شمار می‌رود (علم بیگی، ۱۳۸۸). با وجود اهمیت مقوله کارآفرینی سازمانی و نقشی که فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند بر دستیابی به اهداف کارآفرینی در سازمان‌های امروزی داشته باشد، پژوهش‌های کمی در زمینه تأثیر این فناوری‌ها بر بروز و توسعه کارآفرینی سازمانی صورت گرفته است. در این پژوهش محقق به دنبال یافتن این تأثیر در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد و در این زمینه دیدگاه‌های مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۲- بیان مسأله:

توسعه دانش و فناوری، جهانی شدن و رویکردهای رقابتی در حال افزایش، بر عملکرد بنگاهها تأثیر گذاشته و محیط‌های کسب و کار به طور روزافزون در حال پویایی، پیچیدگی و غیرقابل پیش‌بینی شدن هستند. کثرت تغییراتی که سازمان‌ها با آن مواجهند، از چنان فشار و نیرویی برخوردار است که در دنیای مشتری-گرای و رقابت‌افزای کنونی هر نوع مقاومتی را در هم کوبیده و همه را با خود جلو می‌برد (فیل-)

آبادی، ۱۳۸۳) به دلیل همین تغییرات است که شرکت‌ها در جستجوی راه‌های جدیدی برای هدایت کسب و کار خود به سمت خلق ارزش بیشتر هستند. در قرن بیست و یکم که آن را عصر اطلاعات و ارتباطات نامیده‌اند سازمانی موفق است که شناخت کافی از اطلاعات مربوط به حوزه کاری خود داشته باشد و فنون جدید به کارگیری این اطلاعات را نیز شناخته و با بهره‌گیری از آنها در حوزه کاری خود بهره‌وری و اثربخشی بالاتری را ارائه نماید (ثاقب تهرانی، ۱۳۸۴). با توجه به پیشرفت روز افزون علم و فناوری، گسترش اطلاعات در سازمان‌ها و پیچیده شدن امور تصمیم‌گیری، یک سازمان همواره به منظور تصمیم‌گیری سریع و دقیق نیاز به اطلاعات مناسب داشته و این امر میسر نمی‌شود مگر اینکه مدیران و کارکنان برای دریافت اطلاعات و پردازش آنها به شناخت لازم از نظام دست یافته و بر اساس آن گزینه‌های ممکن را شناسایی و بهترین آنها را انتخاب کنند (علم بیگی، ۱۳۸۸).

در هر شرکت، چه کوچک و چه بزرگ، فناوری اطلاعات و ارتباطات سهم بسزایی در بازاریابی و نوآوری محصولات و خدمات و همچنین افزایش سودآوری شرکت ایفا می‌کند (بادنجویک و پادوکا، ۲۰۰۶). فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کلیه فعالیت‌های اجتماعی از قبیل کارآفرینی نیز تاثیر گذاشته و تحولات اساسی در آنها به وجود آورده است. امروزه کارآفرینی به شدت به بسترهای فراهم شده توسط ICT وابسته بوده و از آنها بهره زیادی می‌گیرد (سرداری، ۱۳۸۳). یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشم‌گیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. کارآفرینی سازمانی به فعالیت‌های ابتکاری کارکنان شرکت گفته می‌شود که موجب بروز نوآوری در محصولات و خدمات می‌شود و یا فعالیت‌های تجاری جدیدی را در سازمان شکل می‌دهد. به دلایلی چون محدودیت منابع، مشکلات اجتماعی، روند کوچک سازی دولت‌ها، ناکارآمدی روش‌های سنتی مدیریت دولتی، تغییرات سریع