

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد شاهرود

دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت دولتی
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد «M.A.»
گرایش: مدیریت منابع انسانی

عنوان:
تاثیر فناوری اطلاعات بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شاهرود

استاد راهنما:
دکتر رضا مقدم

استاد مشاور:
دکتر حمیدرضا رضوی

نگارش:
رضا قاضی پور

تابستان 1393



Islamic Azad University

Shahroud Branch

Science Faculty

An M.A. Thesis Submitted to the Governmental Management Department
on Human Resource Management

Subject:

**The Impact of Information Technology on Corporate Entrepreneurship
at Shahroud University**

Supervisor:

Moghaddam, Reza, (Ph.D.)

Advisor:

Razavi, Hamid Reza, (Ph.D.)

By:

Reza Ghazipour

Summer 2014

سپاسگزاری

صفای اهل قلم را که می‌داند؟

جز او که رخس آفتاب عالمهاست ..

سخن از جلوه بهار چه می‌گویی؟

که خاک درگه او توتیای دورانهاست ..

دلم به یک خم زلفش عجیب حیران است ..

به راه دولت عشقش هزار هجرانهاست ..

بر خود لازم می‌دانم تا از حمایت و زحمات تمامی اساتید و دوستان که با چراغ دانایی خویش کمک کردند تا تحصیل خود را به پایان برسانم تشکر کنم، به ویژه از زحمات استاد ارجمند جناب آقای دکتر «رضا مقدم» که با راهنمایی‌های مفید خویش یاری رسان اتمام این کار بود، و از مشاوره جناب آقای دکتر حمیدرضا رضوی تشکر و سپاس فراوان دارم.

تقدیم به:

روح بزرگ پدرم

و لحظه لحظه فداکاریهای عاشقانه مادرم

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
1	چکیده
2	فصل اول: کلیات پژوهش
3	1-1 مقدمه
3	2-1 بیان مسئله
5	3-1 اهمیت و ضرورت پژوهش
7	4-1 بیان اهداف پژوهش
7	5-1 فرضیات پژوهش
8	6-1 تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها
9	فصل دوم: مرور متون و پیشینه تحقیق
10	1-2 مقدمه
10	2-2 مبانی نظری تحقیق
10	1-2-2 مفاهیم مرتبط با کار آفرینی در دانشگاهها
12	2-2-2 سیر تکاملی کار آفرینی سازمانی
16	3-2 مدل‌های کار آفرینی سازمانی
16	1-3-2 مدل کار آفرینی کوارتکوهورنسبای 2004
22	2-3-2 مدل کار آفرینی سازمانی هورنسبای، نافزیگر، کوارتکوومونتاگنو
22	1-2-3-2 ویژگیهای سازمانی
22	2-2-3-2 ویژگیهای فردی
22	3-2-3-2 حادثه ناگهانی – تغییر محیطی
23	4-2-3-2 تصمیم به انجام فعالیت کار آفرینانه سازمانی
23	5-2-3-2 برنامه ریزی کاری – امکان سنجی
23	6-2-3-2 قابلیت دسترسی به منابع
23	7-2-3-2 توانایی غلبه بر موانع
23	8-2-3-2 اجرای تفکر
25	3-3-2 مدل کار آفرینی سازمانی ایکولز ونک
26	4-3-2 مدل کار آفرینی سازمانی پایدار ایرلند
27	5-3-2 مدل کار آفرینی سازمانی لامپکین و دس
28	6-3-2 فناوری اطلاعات
30	7-3-2 پذیرش فناوری اطلاعات
49	4-2 پیشینه تحقیقات
49	1-4-2 تحقیقات داخلی
50	2-4-2 تحقیقات خارجی
59	5-2 مدل مفهومی تحقیق
60	فصل سوم: روش تحقیق
61	1-3 مقدمه
61	2-3 متغیرها و فرضیات پژوهش

62	3-3 مراحل تحقیق
62	4-3 روش پژوهش
63	5-3 جامعه آماری پژوهش
63	6-3 روش نمونه گیری و حجم نمونه
64	7-3 روش و ابزار گردآوری داده ها
65	8-3 پایایی ابزار پژوهش
65	9-3 روش های تجزیه و تحلیل دادهها
66	10-3 خلاصه

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافتهها

67	1-4 مقدمه
68	2-4 آمار توصیفی
68	1-2-4 متغیرهای جمعیت شناختی
68	1-1-2-4 سن پاسخ دهندگان
69	2-1-2-4 تحصیلات پاسخ دهندگان
60	3-1-2-4 جنسیت پاسخ دهندگان
62	4-1-2-4 وضعیت تاهل پاسخ دهندگان
63	2-2-4 توزیع فراوانی متغیرها
64	3-4 آماری استنباطی
64	1-3-4 بررسی نرمال بودن داده ها
65	2-3-4 بررسی رابطه همزمانی متغیرهای مستقل
65	3-3-4 بررسی فرضیات پژوهش
72	4-4 خلاصه فصل

فصل پنجم: جمع بندی و نتیجه گیری

74	1-5 مقدمه
75	2-5 نتایج تحقیق
79	3-5 محدودیتهای تحقیق
79	4-5 پیشنهادات کاربردی
79	5-5 پیشنهادات تحقیقات آتی
80	منابع
87	ضمیمه 1: پرسشنامه
89	چکیده انگلیسی

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
18	شکل 1-2- مدل کار آفرینی سازمانی کوراتکو و هورنسبای 2004
24	شکل 2-2- مدل تعاملی کار آفرینی سازمانی هورنسبای و همکاران
25	شکل 3-2- مدل کار آفرینی سازمانی ایکولز و نک
26	شکل 4-2- مدل کار آفرینی سازمانی پایدار آیرلند و همکاران
27	شکل 5-2- مدل کار آفرینی سازمانی لامپکین و دس، 1996
33	شکل 2-2 (Rogers,1995;Tantnall&Brgess,2004) IDPM
36	شکل 3-2 مدل رفتار برنامه ریزی شده
37	شکل 4-2 پذیرش فناوری اطلاعات
62	شکل 3-1. فلوجارت تحقیق
69	شکل 4-1 فروانی سن پاسخ دهندگان
70	شکل 4-2 تحصیلات پاسخ دهندگان
71	شکل 4-3 جنسیت پاسخ دهندگان
71	شکل 4-4 نسبت فراوانی وضعیت تاهل افراد

فهرست جداول

صفحه	عنوان
21	جدول شماره 1-2- عوامل تسریع کننده کارآفرینی سازمانی
57	جدول 1-2 خلاصه تحقیقات انجام شده
65	جدول 3-1: پایایی ابزار
68	جدول 4-1 سن پاسخ دهندگان
69	جدول 4-2 فراوانی تحصیلات پاسخ دهندگان
70	جدول 4-3 فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان
71	جدول 4-4 فراوانی وضعیت تاهل پاسخ دهندگان
72	جدول 4-5 آمار توصیفی متغیرها
73	جدول 4-6 آزمون کلمگرف – اسمیرنف
74	جدول 4-7 آزمون همبستگی پیرسون
75	جدول 4-8 خلاصه مدل رگرسیون فرضیه اصلی
75	جدول 4-9 آزمون آنوا
75	جدول 4-10 ضرایب رگرسیون
76	جدول 4-11 خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی اول
76	جدول 4-12 آزمون آنوا
76	جدول 4-13 ضرایب رگرسیون
77	جدول 4-14 خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی دوم
77	جدول 4-15 آزمون آنوا
77	جدول 4-16 ضرایب رگرسیون
78	جدول 4-17 خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی سوم
78	جدول 4-18 آزمون آنوا
78	جدول 4-20 خلاصه مدل رگرسیون فرضیه اصلی
78	جدول 4-21 آزمون آنوا
78	جدول 4-22 ضرایب رگرسیون

چکیده

یکی از عمده ترین مسایل فرا روی کارآفرینی مساله فقر اطلاعات از محیط اطراف است و از جهت دیگر شناسایی نقش های گوناگونی که فن آور های اطلاعاتی با توجه به پتانسیل های خود می توانند در جهت پیشبرد کارآفرینی بازی کنند، از نیاز های اساسی جامعه حاضر است. امروزه سازمان هایی که نتوانند در ساختار خود از منافع فناوری های اطلاعات برای دست یابی به هدف گردش اطلاعات در درون سازمان و آگاهی از خواست ها و نیاز های مشتریان خود استفاده کنند زیان های فراوانی را متحمل خواهند شد. از طرفی با اضافه شدن مأموریت کارآفرینی به مأموریت های آموزشی و پژوهشی دانشگاه ها، نقش دانشگاه ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع افزایش یافته است و دانشگاه ها به عنوان غنی ترین مراکز علمی-پژوهشی در تولید دانش و فناوری، نقشی کلیدی و حیاتی در تحول های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط خود پذیرفته اند. بنابراین هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه فناوری اطلاعات بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه ها می باشد. روش تحقیق کمی بوده و از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده های تحقیق از جامعه آماری مورد نظر که کارمندان دانشگاه شاهرود می باشند استفاده شده است. طبق نتایج تحقیق حاضر بین فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه صنعتی شاهرود رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین فناوری اطلاعات و کاهش کاغذ بازی کارکنان، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک کارکنان و ایجاد يك محیط کاری پر انرژی برای کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، دانشگاه

فصل اول

کلیات پژوهش

1-1- مقدمه

در طی دو دهه اخیر، کارآفرینی¹ به موضوعی اجتماعی-اقتصادی تبدیل شده و همچنین تحقیقاتی مهم در جهان انجام شده است. در واقع کارآفرینی تنها به فعالیت های مخاطره آمیز مستقل محدود نمی شود، بلکه علاوه بر آن سازمان کارآفرینانه و مجموعه های سازمانی را نیز در بر می گیرد. با نگاهی به روند رشد و توسعه جهانی در می یابیم که با افزایش و گسترش فناوری های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده ای بیشتر می شود. توسعه کارآفرینی در جامعه و بخصوص سازمان ها نیازمند بستر مناسب برای رشد و پرورش افراد کارآفرین می باشد (حسینی و همکاران، 1392). در این میان فناوری اطلاعات به عنوان یکی از بسترهای کلیدی توسعه کارآفرینی در سازمان مطرح است. در این فصل ابتدا به بیان مساله، سپس به اهمیت و ضرورت پژوهش، اهداف پژوهش، فرضیات پژوهش و در انتها به تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش پرداخته می شود.

1-2- بیان مساله

جامعه بشری به دنبال انقلاب عظیم اطلاعات و فناوری اطلاعات، دستخوش تغییر و تحولات زیادی گردیده است. تحولات منفی و مثبت ناشی از این انقلاب عظیم، در تمام شئون زندگی اجتماعی انسان اعم از بعد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و علمی در سطح کلان و همچنین در زندگی کاری، سازمانی، روابط بین فردی در سطح میانی و روابط شخصی، خانوادگی، روحیه، طرز تفکر و غیره در سطح فردی آشکار است و همگرایی بین فرآیند توسعه اطلاعات و فرایند توسعه فناوری ارتباطات، منجر به شکل گیری تحولاتی در نظام های مختلف اجتماعی شده است که بیشتر شبیه به انقلابی در تداوم انقلاب کشاورزی و انقلاب صنعتی است. انقلاب ارتباطات بسیاری از روابط بین عناصر جامعه و خرده نظام های اقتصادی، سیاسی، علمی، فرهنگی و غیره را از نو تعریف می کند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه ای عظیم با مقیاس جهانی مانند اینترنت شده است. در کشور های پیشرفته، اینترنت یکی از مهم ترین ابزار های کارآفرینی است. این افراد از طریق این شبکه در قابلیت های خود افزوده و از مزایای آن بهره مند می شوند. (ابراهیمی، 1386).

در کشور ما به خاطر عدم توسعه قوی و قابل توجه اینترنت شاید این شبکه ابزار کارآفرینی چندان قوی محسوب نگردد. نمونه هایی از کارآفرینی که در کشور مشاهده می شود مؤید این مطلب است. به

¹ Entrepreneurship

عنوان مثال گروهی از دانشجویان يك دانشگاه که در پی يك ایده تجاري به ساخت نرم افزار انتخاب رشته و تجاري سازي و عرضه آن در هنگام انتخاب رشته کنکور سراسري پرداخته بودند، در نهایت با خرید یا اجاره چند دستگاه تلفن همراه در خوابگاه دانشجویي، فرآیند انتخاب رشته را توسط شبکه‌اي که در کل کشور ایجاد کرده بودند، مدیریت مي‌کردند (اکرمی فر، 1385). رشد سریع فناوری اطلاعات و گسترش حوزه های اثرگذاری آن در تمام شئون زندگی انسان، فضای ابهام آمیزی را پیش روی متفکران علوم انسانی قرار داده است. سرعت تحولات به گونه ای بوده است که متفکران غربی نیز متحیرانه به آن می‌نگرند و سعی در ارزیابی و دیدبانی حدود اثرگذاری آن دارند. تاثیرات این فناوری در حوزه تجارت و اقتصاد، شکوفایی و رونق غیرقابل وصفی به تعاملات سازمانها و معاملات مالی جهانی بخشیده است. فناوری اطلاعات، روش کارکرد افراد، سازمانها و دولتها را دگرگون کرده و امور اقتصادی و اجتماعی را تغییر داده است. در بعد اقتصادی «اهمیت دستیابی سریع به اطلاعات صحیح» کلید پیروزی در عرصه رقابت جهانی محسوب می‌شود. فناوری اطلاعات به عنوان ابزاری برای ایجاد ارزش در فعالیتهای تجاری نقشهای مهمی به عهده گرفته است. با بهره برداری از تجارت الکترونیک، هزینه تهیه، پردازش و به کارگیری اطلاعات کاهش می‌یابد، مرز جغرافیایی و زمانی بین بازارها از بین می‌رود و تجارت بین المللی به صورت یک عرصه به هم پیوسته و بدون مرز درمی‌آید (نادعلی، 1388).

از طرفی با کارآفرینی است که نیازها شناخته می‌شود و با رفع آن‌ها پیشرفت حاصل میشود. امروزه کارآفرینی به شدت به بسترهای فراهم شده توسط فن آوری اطلاعات و ارتباطات وابسته بوده و از آن بهره زیادی می‌گیرد، در واقع فعالیت های کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده ها و تولد فن آوری ها می‌شوند و کارآفرینی موتور توسعه فن آوری اطلاعات و خلق فن آوری های جدید است. فعالیت ها، مشاغل، فرهنگ ها و همه و همه تحت تاثیر فن آوری اطلاعات قرار گرفته و متحول شده اند. بدون شک کارآفرینی سهم عمده و نقش ویژه ای در توسعه فن آوری اطلاعات دارد، این فن آوری نیز خود بر روی کارآفرینی تاثیرگذار بوده و به عبارتی کارآفرینی مدرن را به وجود آورده است. کشورهای توسعه یافته بدین دلیل پیشرفتهاند که در فناوری اطلاعات پیشرفت کرده اند و توسط آن هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته و هم تبدیل به قدرت نظامی شده اند و در حال حاضر فرهنگ جهان را به سوی خواسته های خود هدایت می‌کنند. اطلاعات و دانش مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است. یکی از عمده ترین مسایل فرا روی کارآفرینی مساله فقر اطلاعات از محیط اطراف است و از جهت دیگر شناسایی نقش های گوناگونی که فن آوری های اطلاعاتی با توجه به پتانسیل های خود می‌توانند در جهت پیشبرد کارآفرینی بازی کنند، از نیازهای اساسی جامعه حاضر است. امروزه

سازمان هایی که نتوانند در ساختار خود از منافع فناوریهای اطلاعات برای دست یابی به هدف گردش اطلاعات در درون سازمان و آگاهی از خواست ها و نیازهای مشتریان خود استفاده کنند زیان های فراوانی را متحمل خواهند شد (ابراهیمی، 1386). از طرفی با اضافه شدن ماموریت کارآفرینی به ماموریت های آموزشی و پژوهشی دانشگاه ها، نقش دانشگاه ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع افزایش یافته است و دانشگاه ها به عنوان غنی ترین مراکز علمی - پژوهشی در تولید دانش و فناوری، نقشی کلیدی و حیاتی در تحول های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط خود پذیرفته اند. امروزه اکثر صاحب نظران حوزه آموزش عالی، کارآفرینی را شرط بقا و توسعه دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی به شمار می آورند. با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی در دانشگاه ها که به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه کشور مطرح اند، لزوم بررسی نقش فناوری اطلاعات و به کارگیری موثر آن امری ضروری به نظر می رسد اما تاکنون عوارض بررسی نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی سازمانی در سازمان ها و شرکت های گوناگون، این موضوع در دانشگاه ها مورد بررسی قرار نگرفته است بنابراین سوال اصلی این تحقیق این است که آیا فناوری اطلاعات بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه ها تاثیر دارد؟

3-1- اهمیت و ضرورت پژوهش

جهان در سال های اخیر شاهد انقلاب اطلاعات و ارتباطات بوده و تحولات اجتماعی عظیمی در آن به وجود آمده به طوری که در اثر این تحولات، قرن جاری به نام فناوری اطلاعات و ارتباطات به ثبت رسیده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کلیه فعالیت های اجتماعی از جمله کارآفرینی اثر گذاشته و در بسیاری از آنها تحولات اساسی به وجود آورده است. فعالیت ها، مشاغل، مهارت ها، فرهنگ ها، نیازها و نظایر آن تحت تاثیر این فناوری قرار گرفته و متحول شده اند. فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید تحولات شگرفی در دستیابی به اطلاعات به وجود آورده و بسترهای ارتباطی قوی تری را فراهم کرده است. کارآفرینی نیز مانند سایر امور از مزایای این فناوری بهره برده است به نحوی که امروز کارآفرینی به شدت به بسترهای فناوری اطلاعات وابسته است. از سوی دیگر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات خود مرهون کارآفرینی است. فعالیت های کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده ها و تولد فناوری ها می شوند (اخوان صراف و آراسته، 1387).

در واقع کلید افزایش زیرکی سازمانی در بهبود طرز نگرش مدیران و مجریان در جهت فناوری اطلاعات و پرورش هنجارهای ذهنی مثبت برای کاربرد فناوری اطلاعات می باشد. زمانی که مدیران

از فناوری اطلاعات استفاده می کنند، خواهند توانست اطلاعات به موقعی تولید کنند که به آن ها کمک کند تصمیمات بهتری در یک محیط پر تلاطم بگیرند (Zain et al,2005).

فناوری اطلاعات با برخورداری از ویژگی ها و قابلیت های مختلف توانسته است انعطاف پذیری شایان توجهی را در زمینه کارآفرینی از خود نشان دهد. همین ویژگی ها سبب افزایش کارایی این فناوری در امر کارآفرینی و ایجاد اشتغال شده اند (حجازی، 1384). فناوری اطلاعات با افزایش سرعت، دقت، کاهش اندازه مخازن فیزیکی اطلاعات، ایجاد امکان همکاری از راه دور، رفع برخی از فسادهای اداری، کاهش هزینه های سیستم یا سازمان می تواند در توسعه کارآفرینی در سازمان مفید باشد (نامی، 1389).

با توجه به ویژگی های فوق و اثرات چشمگیر فناوری اطلاعات در کارآفرینی سازمانی شایسته است همه سازمانها به ویژه دانشگاهها در این زمینه سرمایه گذاری ویژه نمایند. در واقع با توجه به ماموریت سوم دانشگاه های امروز که حل مشکلات اجتماع و توسعه کارآفرینی است نقش فناوری اطلاعات در این موضوع بسیار برجسته است و نیاز به مطالعه بیشتری دارد. تاثیر فناوری اطلاعات در توسعه کارآفرینی در سازمان ها و شرکت های مختلف قبلا مورد بررسی و تحقیق پژوهشگران در داخل و خارج از کشور قرار گرفته است اما تا به حال این تاثیر در سازمان دانشگاه بررسی نشده است، از طرفی با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی در دانشگاههای کشور و نقش برجسته فناوری اطلاعات در این زمینه، مطالعه و تبیین بیشتر و بهتر امری ضروری به نظر می رسد.

1-4 - بیان اهداف پژوهش

هدف اصلی پژوهش

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه صنعتی شاهرود

اهداف فرعی پژوهش

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر کاهش کاغذبازی کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر تغییر در رفتار کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر بینش استراتژیک کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود

بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر ایجاد يك محیط کاری پر انرژی برای کارکنان در

دانشگاه صنعتی شاهرود

5-1- فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش

بین فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه صنعتی شاهرود رابطه معناداری وجود

دارد

فرضیه های فرعی پژوهش

بین فناوری اطلاعات و کاهش کاغذ بازي کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود رابطه معناداری

وجود دارد

بین فناوری اطلاعات و تغییر در رفتار کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود رابطه معناداری

وجود دارد

بین فناوری اطلاعات و بینش استراتژیک کارکنان در دانشگاه صنعتی شاهرود رابطه معناداری

وجود دارد

بین فناوری اطلاعات و ایجاد يك محیط کاري پر انرژی برای کارکنان در دانشگاه صنعتی

شاهرود رابطه معناداری وجود دارد

6-1- تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها:

تعریف مفهومی فناوری اطلاعات: فناوری اطلاعات عبارت است از فناوری هایی که ما را در

ضبط، ذخیره سازی، پردازش، بازیابی، انتقال، و دریافت اطلاعات یاری می دهند (اصنافی

1384). تعریف عملیاتی فناوری اطلاعات: فناوری اطلاعات در این تحقیق از طریق 15 بعد (ایمیل،

موتورهای جستجو، اینترنت، داده کاوی، پایگاه دانش،...) مورد تعریف و سنجش قرار می گیرد.

تعریف مفهومی کارآفرینی سازمانی: کارآفرینی سازمانی به عنوان یک فرآیند چند بُعدی با تعدادی

نیرو که با هم هماهنگ عمل می کنند تا یک ایده نوآور به اجرا درآید، تعریف می شود (پینکات،

1986).

تعریف عملیاتی کارآفرینی سازمانی: طبق تعریف عملیاتی لونیداس و واسیلیس (2007) از

کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی سازمانی به صورت عملیاتی در ابعاد زیر تعریف می گردد:

۱ - کاهش کاغذبازي

۲ - تغییر در رفتار کارکنان

۳ - بینش استراتژیک

4- ایجاد یک محیط کاري پر انرژي

فصل دوم

مرور متون و پیشینه تحقیق

1-2 مقدمه

در این فصل به مرور ادبیات و مطالعات پیشین پرداخته شده است که شامل: تعاریف، الگوها و مدل‌های مطرح، بررسی نقادانه پیشینه تحقیق، مروری بر پژوهش‌های خارجی، مروری بر پژوهش‌های داخلی و چارچوب نظری تحقیق می‌باشد.

2-2 مبانی نظری تحقیق

1-2-2 مفاهیم مرتبط با کارآفرینی در دانشگاه‌ها

امروزه دانشگاه به عنوان عاملی مهم در اقتصاد دانش محور¹ و چرخه نوآوری (Etzkowitz, 2003) ایفای نقش می‌نماید، عاملی که موتور محرک دانش بشری به شمار آمده و رشد و تعالی جوامع را دنبال می‌کند. این خصیصه در جوامع کارآفرین² برجسته‌تر می‌باشد، جوامعی که به زعم آدریش (Audretsch, 2007) در آنها کارآفرینی دانش محور به عنوان نیروی محرک رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی محسوب می‌گردد. در این عرصه، دانشگاه کارآفرین نقش مهمی را، هم به عنوان تولیدکننده و هم نهادی انتشاردهنده³ دانش، ایفا می‌کند (Guerrero et al, 2010). بخش‌های عمومی و خصوصی دنبال دانش تولید شده در دانشگاه‌ها هستند تا مشکلات و معضلات خود را برطرف نمایند. این امر قطعاً در نتیجه انقلاب دوم در مأموریت دانشگاه‌ها پدیدار شده است، مأموریتی⁴ که دربرگیرنده درگیری تجاری⁵ بوده و پارافراتر از مقاصد آموزشی و تحقیقاتی این موجودیت‌ها می‌گذارد (Salamzadeh et al, 2011).

اتزکویتز (2001) نشان می‌دهد که بر اساس پویایی درونی دانشگاه و آثار دنیای بیرونی بر

ساختارهای سیستم علمی، دو انقلاب دانشگاهی در جهان به وقوع پیوسته است: انقلاب نخست در اواخر قرن نوزدهم در کشور آلمان اتفاق افتاد که طی آن دانشگاه‌ها علاوه بر فعالیت‌های آموزشی، به

¹ Knowledge based economy

² Entrepreneurial society

³ Disseminating institution

⁴ Third Mission

⁵ Commercial engagement

فعالیت های تحقیقاتی نیز مشغول شدند و علاوه بر مأموریت توزیع دانش، تولید دانش را نیز بر عهده گرفتند. بر این اساس، گروه ها و مراکز تحقیقاتی در درون دانشگاه ها شکل گرفتند؛ امروزه از دانشگاه هایی که فعالیت های آموزشی و پژوهشی را با هم انجام می دهند، با عنوان دانشگاه هامبولتین^۱ یاد می شود (Martin, 2001).

ویل هلم ون هامبولت^۲ یک خدمتکار اجتماعی سطح بالا در دولت Prussian بود که مسئولیت آموزش و معماری کل اصلاحات کلی آموزش عالی Prussia را بر عهده داشت. مقاومت بسیاری از دانشگاه های اروپایی در مقابل مشارکت فعال در فعالیت های تجاری سازی-اعطاء پنتنت، لیسانس دهی، کمک به شرکت های نوپا- به عنوان میراثی از این مدل دانشگاه به شمار می آید (Goldstein, 2010).

در این الگو، مسئولیت تأمین مالی دانشگاه با دولت است و دولت از نظر مالی آموزش و تحقیق را تأمین می کند. با وجود این، دانشگاه از استقلال کامل برخوردار است و اعضای هیأت علمی برای انتخاب نوع و موضوع تحقیق آزاد هستند. طی قرن بیستم، این الگو به کشورهای دیگر اشاعه پیدا کرد، طوری که در نیمه دوم قرن بیستم، یکپارچگی تحقیق و تدریس در دانشگاه ها، عقیده و الگوی مسلط در جهان بود.

در این میان، مدل اعطای زمین و یا دانشگاه مشارکت یافته^۳ نیز مطرح گشت. ماموبیت آنها طبق قوانین و مقررات مصوب فدرال در سال 1862، تمرکز بر آموزش کشاورزی و هنرهای مکانیکی و نیز ایجاد فرصت هایی برای آموزش عالی طبقه کارگر بود. با بکار گیری بسیاری از نظرات بویر^۴ (Boyer, 1990)، بنیاد کلاگ^۵ (Kellogg Foundation, 2001) و انجمن ملی دانشگاه های ایالتی و کالج های اعطاء زمین^۶، در دهه 1990، یک سری از کمیته ها و کمیسیون هایی سازماندهی شد تا بررسی گردد که چگونه دانشگاه های اعطاء زمین و سایر دانشگاه های عمومی می توانند بگونه ای بهتر برای تأمین نیازهای اجتماعی و شرایط اقتصادی قرن بیست و یکم مهیا گردند. نتیجه این تلاش ها ارائه تعریف و توصیفی از ویژگی های برجسته «دانشگاه مشارکت یافته»، مجموعه ای از شاخص ها و مطالعات تطبیقی، به منظور ارزیابی پیشرفت دانشگاه ها در جهت رسیدن به این پدیده بود (Goldstein, 2010):

¹ Humboldtian

² Wilhelm von Humboldt

³ Land-grant or engaged university

⁴ Boyer

⁵ Kellogg Foundation

⁶ National Association of State Universities and Land Grant Colleges

«مشارکت^۱، شراکت دانش و منابع دانشگاهی با بخش های عمومی و خصوصی بمنظور غنی سازی بورس^۲، تحقیقات، و فعالیت های خلاق؛ ارتقا سرفصل دروس^۳، آموزش، و یادگیری؛ آماده سازی شهروندان آموزش دیده مشارکت یافته؛ تقویت مسئولیت های مدنی و ارزش های دموکراتیک؛ بیان مقوله های اجتماعی تعیین کننده؛ و مشارکت در کالاهای عمومی» (CIC Committee on Engagement, 2005).

انقلاب دوم، در نیمه دوم قرن بیستم با ظهور نوآوری های مبتنی بر علم در جنگ جهانی دوم، اتفاق افتاد که طی آن دانشگاه علاوه بر مأموریت آموزشی و تحقیقاتی، عهده دار مأموریت سوم شد که توسعه اجتماعی و اقتصادی نامیده می شود (Etzkowitz, 2000). به دانشگاه هایی که دارای مأموریت سوم هستند، دانشگاه های کار آفرین^۴ گفته می شود. این نسل از دانشگاه ها با تعبیر روشنگرانه اتزکوویتز و لیدسدروف (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) مبنی بر چرخه سه گانه^۵ بطور بهتری تبیین شدند.

همانگونه که مشاهده شد، پس از سالیان سال غفلت و خاموشی، دانشگاه ها و اعضای آنها دریافتند و به این باور رسیدند که می بایست فاصله میان دانش ضمنی آنها و نیاز های بازار را به عنوان مقوله ای تعیین کننده و حیاتی مورد توجه قرار داد. آنها دیگر نمی توانستند روند پیشین را برای دستیابی به ماموریت جدیدشان در دستور کار قرار دهند. در ابتدا، بسیاری از محققان، پژوهشگران و اندیشمندان برجسته در مقابل این چالش ایستادگی کردند، اما نهایتاً برج عاج^۶ کلاسیک چاره ای جز تغییر نداشت (Salamzadeh et al, 2011).

2-2-2 سیر تکاملی کارآفرینی سازمانی

اولین کسانی که پدیده کارآفرینی را به درون سازمان انتقال دادند، به دنبال پاسخ گویی به 3 نیاز عمده بودند:

الف. افزایش سریع رقبای جدید: این عامل با شتابی که در سال های اخیر به خود گرفته است، تمامی شرکت ها را به ستوه آورده، صنایعی که در فناوری پیشرفته فعالیت دارند نیز امروزه با رقبای بسیاری مواجه هستند.

¹ Engagement

² Scholarship

³ Curriculum

⁴ Entrepreneurial University

⁵ Triple Helix

⁶ Ivory Tower