



دانشگاه مازندران

دانشکده علوم اقتصادی و اداری

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (گرایش تحول)

**عنوان:**

**بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرک‌های  
صنعتی شرق استان مازندران**

استاد راهنما:

**دکتر مهرداد مدهوشی**

استاد مشاور:

**دکتر میثم شیرخدایی**

نگارش:

**رامین میهن دوست**

زمستان ۱۳۸۹

صلاة الاضلاع

تقدیم به  
پدر و مادر عزیزم

که دعای خیرشان تسلی دهنده و آرامش بخش خاطرماند و

تقدیم به  
برادران عزیزم  
و تمام کسانی  
که در تمام مراحل تحصیلم مرایاری نمودند

## تقدیر و تشکر

### سپاس خداوندی که حمد را بهای نعمتش قرار داد

این تحقیق مرهون راهنمایی‌ها و مساعدت‌های بی‌دریغ استاد ارجمندم جناب آقای دکتر مهرداد مدهوشی در سمت استاد راهنما می‌باشد که همواره مرا در کنکاش و تعمق بیشتر تشویق نموده‌اند، از زحمات و راهنمایی‌های ارزنده ایشان صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایم. از استاد گرانقدرم جناب آقای دکتر میثم شیرخدایی و دکتر محمد رضا زالی که در مقام استاد مشاور بر غنای این پژوهش افزودند، کمال تشکر را دارم. همچنین از تمامی اساتید گرانقدر گروه مدیریت دانشگاه مازندران آقایان دکتر حمیدرضا رضوانی، دکتر نورالدین شریفی، دکتر کاشانی‌پور که خداوند فرصت شاگردی این عزیزان را در طول دوره تحصیلی کارشناسی ارشد به من عطا نمود سپاسگزارم. در اینجا بر خود لازم می‌دانم که از همکاری صمیمانه اعضای خانواده‌ام و دوستانم که در انجام تحقیق نهایت همکاری را با اینجانب داشتند، سپاسگزاری نمایم.

## بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط شهرک‌های صنعتی شرق استان مازندران

### چکیده:

در دنیای در حال تحول امروز، شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. در چنین فضایی و با توجه به افزایش عدم اطمینان محیطی، تغییر مداوم و چالش‌های زیاد دنیا، اکثر سازمانها به ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط برای اینکه بتوانند در صحنه رقابت باقی بمانند و خود را با تحولات سریع انطباق دهند بایستی گرایش به سمت کارآفرینی داشته باشند. گرایش کارآفرینانه یک پدیده در سطح سازمانها می‌باشد که به کلیه اقدامات، فرایندها و فعالیت‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که منجر به ورود به فعالیت‌های جدید و پشتیبانی از فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود.

لذا با توجه به اهمیت رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، در این پژوهش سعی شده به بررسی رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد این کسب و کارها پرداخته شود. هدف این تحقیق تعیین رابطه بین نوآوری، استقلال‌گرایی، پیشگامی، رقابت‌تهاجمی و ریسک‌پذیری به عنوان ابعاد تشکیل دهنده گرایش کارآفرینانه با عملکرد می‌باشد. این تحقیق از نوع توصیفی-کاربردی می‌باشد و جامعه آماری این پژوهش را کلیه کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران تشکیل می‌دهند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات روش کتابخانه‌ای و پرسشنامه بوده و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای SPSS16 و LISREL8.5 در نهایت یافته‌های حاصل از این پژوهش بیانگر این است که کلیه ابعاد گرایش کارآفرینانه به جز استقلال‌گرایی بر عملکرد تاثیر دارند.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، کارآفرینی شرکتی، گرایش کارآفرینانه، عملکرد، کسب و کارهای کوچک و متوسط.

## فهرست مطالب

عنوان ----- صفحه

### فصل اول :

#### (کلیات تحقیق)

۱-۱- مقدمه.....	۲
۱-۲- بیان مساله.....	۴
۱-۳- اهمیت و ضرورت.....	۵
۱-۵- اهداف تحقیق.....	۶
۱-۶- فرضیه های تحقیق.....	۷
۱-۷- قلمرو تحقیق.....	۷
۱-۷-۱- تعریف واژه ها و اصطلاحات.....	۸
۱-۷-۱-۱- تعریف مفهومی.....	۸
۱-۷-۲- تعریف عملیاتی مفاهیم و شاخص ها.....	۹
۱-۸- محدودیت های تحقیق.....	۱۲

### فصل دوم :

#### (ادبیات نظری تحقیق)

۱-۲- مقدمه.....	۱۵
۲-۲- کارآفرینی.....	۱۶
۲-۳- سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی.....	۱۸
۲-۴- دیدگاه های مختلف در مورد کارآفرینی.....	۲۰
۲-۴-۱- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان.....	۲۰
۲-۴-۲- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری.....	۲۱
۲-۵- انواع کارآفرینی.....	۲۲
۲-۶- کارآفرینی شرکتی.....	۲۶
۲-۷- کارآفرینی و گرایش کارآفرینانه.....	۲۹
۲-۸- گرایش کارآفرینانه.....	۳۰
۲-۹- ابعاد گرایش کارآفرینانه.....	۳۲
۲-۹-۱- نوآوری.....	۳۳
۲-۹-۲- استقلال گرایی.....	۳۸
۲-۹-۳- ریسک پذیری.....	۴۱
۲-۹-۴- پیش گامی.....	۴۴
۲-۹-۵- رقابت تهاجمی.....	۴۶
۲-۱۰- گرایش کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط.....	۴۸
۲-۱۱- عملکرد.....	۴۹

۴۹.....	۱-۱۱-۲- عملکرد کسب و کار
۵۲.....	۲-۱۱-۲- ارزیابی عملکرد در تحقیقات کارآفرینی
۵۳.....	۳-۱۱-۲- رقابت پذیری
۵۹.....	۱۲-۲- گرایش کارآفرینانه و تاثیر آن بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط
۵۶.....	۱۳-۲- صنایع کوچک و متوسط در ایران
۶۱.....	۱۴-۲- تحقیقات انجام گرفته مرتبط با موضوع تحقیق در داخل کشور
۶۲.....	۱۵-۲- تحقیقات انجام گرفته مرتبط با موضوع تحقیق در خارج از کشور

### فصل سوم: (روش شناسی تحقیق)

۶۳.....	۱-۳- مقدمه
۶۳.....	۲-۳- فرایند تحقیق
۶۳.....	۳-۳- چارچوب مفهومی و فرضیات تحقیق
۶۵.....	۴-۳- روش تحقیق
۶۶.....	۵-۳- جامعه آماری
۶۶.....	۶-۳- تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری
۶۸.....	۷-۳- ابزار جمع آوری داده‌ها
۷۰.....	۸-۳- روایی و پایایی ابزار سنجش
۷۰.....	۱-۸-۳- تعیین روایی تحقیق
۷۱.....	۲-۸-۳- پایایی تحقیق
۷۲.....	۹-۳- روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق
۷۳.....	۱-۹-۳- مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) و معادلات ساختار یافته خطی (لیزرل)
۷۳.....	۲-۹-۳- مدل اندازه گیری (تحلیل عاملی تائیدی)
۷۴.....	۳-۹-۳- مدل ساختاری (تحلیل مسیر)

### فصل چهارم: (تجزیه و تحلیل داده های آماری)

۷۸.....	۱-۴- مقدمه
۷۹.....	۲-۴- ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان
۸۱.....	۳-۴- تحلیل استنباطی داده‌ها
۸۱.....	۱-۳-۴- نرمال بودن توزیع متغیرها
۸۲.....	۲-۳-۴- مدل‌های اندازه‌گیری
۸۵.....	۳-۳-۴- بررسی همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته
۸۸.....	۴-۳-۴- تائید مدل مفهومی تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری
۹۰.....	۵-۳-۴- آزمون فرضیه های تحقیق با استفاده از مدل نهایی روابط ساختار یافته خطی
۹۳.....	۴-۴- مدل تأیید شده تحقیق

### فصل پنجم: (نتیجه گیری و پیشنهادات)

۹۵.....	۱-۵- مقدمه
---------	------------

۹۶.....	۲-۵- مروری مختصر بر هدف، مسئله و چگونگی کار.....
۹۶.....	۳-۵- نتایج آزمون‌ها.....
۹۶.....	۳-۳- تائید یا عدم تائید فرضیه‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاریافته خطی.....
۱۰۰.....	۴-۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی.....
۱۰۶.....	۵-۵- پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده.....
<b>فهرست منابع</b>	
۱۰۸.....	منابع فارسی.....
۱۰۹.....	منابع لاتین.....
۱۱۵.....	ضمیمه.....

### فهرست جداول:

صفحه	عنوان
۳۲	سجدول ۱-۲ ابعاد گرایش کارآفرینانه
۵۱	جدول ۳-۲ مروری بر تحقیقاتی که از داده‌های ذهنی مدیران برای ارزیابی عملکرد استفاده کرده‌اند
۶۹	جدول شماره (۱-۳): سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق
۷۲	جدول (۲-۳): نتیجه محاسبه ضریب آلفا
۷۴	جدول شماره (۳-۳): شاخص‌های ارزیابی مدل معادلات ساختاری
۷۶	جدول (۴-۳) آزمون‌های مورد استفاده
۷۹	جدول (۱-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر جنسیت
۷۹	جدول (۲-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر سن
۷۹	جدول (۳-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر تحصیلات
۸۰	جدول (۴-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر تجربه شغلی
۸۰	جدول (۵-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر نوع صنعت
۸۰	جدول (۶-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر تعداد کارکنان
۸۰	جدول (۷-۴): مشخصات نمونه مورد مطالعه از نظر متغیر مدت زمان فعالیت شرکت
۸۱	جدول (۸-۴): آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای گرایش کارآفرینانه
۸۲	جدول (۹-۴): آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیر عملکرد



۸۴	جدول (۴-۱۰): شاخص های برازندگی مدل اندازه گیری
۸۵	جدول شماره (۴-۱۱): آزمون همبستگی بین نوآوری و عملکرد سازمانی
۸۶	جدول شماره (۴-۱۲): آزمون همبستگی بین استقلال گرایی و عملکرد سازمانی
۸۶	جدول شماره (۴-۱۳): آزمون همبستگی بین ریسک پذیری و عملکرد سازمانی
۸۷	جدول شماره (۴-۱۴): آزمون همبستگی بین پیش گامی و عملکرد سازمانی
۸۷	جدول شماره (۴-۱۵): آزمون همبستگی بین رقابت تهاجمی و عملکرد سازمانی
۸۸	جدول شماره (۴-۱۶): آزمون همبستگی بین گرایش کارافرینانه و عملکرد سازمانی
۸۹	جدول شماره (۴-۱۷): شاخص های برازندگی مدل نهائی تحقیق

#### فهرست اشکال :

صفحه	عنوان
۶۱	شکل ۱-۲ چارچوب مفهومی تحقیق
۶۴	شکل ۱-۳ چارچوب مفهومی تحقیق
۸۳	شکل (۴-۱): مدل اندازه گیری در حالت تخمین استاندارد
۸۴	شکل (۴-۲)، ضرایب معنی داری (t-values) مدل اندازه گیری
۸۸	شکل (۴-۳)، مدل نهائی روابط ساختار یافته خطی در حالت استاندارد
۸۹	شکل (۴-۴)، مقادیر معناداری (T-value) ضرایب در مدل نهایی روابط ساختار یافته خطی
۹۲	شکل (۴-۵)، مقادیر معناداری (T-value) مدل اصلی
۹۲	شکل (۴-۶): تخمین استاندارد مدل اصلی
۹۳	شکل (۴-۷): مدل تأیید شده تحقیق

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.

## فصل اول

## کلیات تحقیق

در دنیای شدیداً رقابتی امروزی، افزایش وابستگی‌های متقابل، توسعه سریع تکنولوژی، محیط ناپایدار و بی ثبات و بسیاری عوامل دیگر باعث شده است تا سازمانها جهت موفقیت خود، کارآفرین شوند (دس، لامپکین و مک‌گی<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹). به طور همزمان، برای دستیابی به موفقیت بازاری و مزیت رقابتی پایدار، شرکت‌ها نیاز دارند تا فرصت‌های جدید را به کار گرفته و محصولات و خدمات جدید را به بازار عرضه کنند (تاج‌دینی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). به همین دلیل کارآفرینی به عنوان یک ضرورت در عصر جدید مطرح شده است. علاوه بر این، کارآفرینی به طور قابل توجهی جهت رشد و بقا اقتصاد کشورها مهم می‌باشد. برای مثال امروزه کارآفرینی مهمترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشور ایالات متحده می‌باشد. به همین دلیل است که رشد و توسعه شرکت‌های کارآفرین در این کشور زیاد است (زالی، ۱۳۸۵). کارآفرینی به طور کلی به عنوان شناسایی و به کارگیری فرصت‌ها تعریف می‌شود. شومپیتر<sup>۳</sup> (۱۹۳۴) بر این حقیقت تاکید می‌کند که کارآفرینی باید با ایجاد فرایندها و محصولات جدید و ترکیب منابع به شیوه‌های جدید مرتبط گردد (کروگر<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). مفهوم کارآفرینی در سطوح متفاوتی از افراد گرفته تا گروهها و سازمانها به کار برده شده است. کارآفرینی در ابتدا تصور می‌شود که توسط افراد به کار گرفته شود، زیرا با معرفی و تکامل محصول یا خدمت ارتباط دارد. همچنین بسیاری از نظریه پردازان می‌گویند که کارآفرینی توسط کسب و کارهای کوچک به کار گرفته شود زیرا آنها مسئول رشد اقتصادی و ایجاد شغل‌ها در بازار هستند. اخیراً مفهوم کارآفرینی بیشتر در سطح شرکت به کار برده شده است (گروز و پانسکو<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). محققان کارآفرینی مطالعات بسیاری را برای توصیف نگرش‌های مختلف کارآفرینی انجام داده اند و تفاوت‌هایی را در کارآفرینی با در نظر گرفتن سطوح متفاوت تجزیه و تحلیل آن نشان داده‌اند. میلر<sup>۶</sup> (۱۹۸۳) یک شرکت کارآفرین را اینگونه تعریف می‌کند: "شرکتی که دارای نوآوری محصول- بازار می‌باشد، سرمایه‌گذاری‌های همراه با ریسک را انجام می‌دهد، و اولین کسی است که با نوآوری‌های پیش‌تازانه حرکت می‌کند و رقبا را تا سرحد

<sup>۱</sup> . Dess, Lumpkin and McGee

<sup>۲</sup> . Tajeddini

<sup>۳</sup> . Schumpeter

<sup>۴</sup> . Kroeger

<sup>۵</sup> . Groves and Paunescu

<sup>۶</sup> . Miller

شکست تحت فشار قرار می‌دهد". بر خلاف آن یک شرکت غیر کارآفرین "شرکتی است که نوآوری کمی دارد، ریسک پذیر نیست و به جای اینکه رهبر باشد، اجازه حرکت پیش‌تازانه را به رقبا می‌دهد" (میلر، ۱۹۸۳). بنابراین میلر از سه بعد برای مشخص کردن کارآفرینی استفاده کرد: نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌گامی.

کوین و اسلوین<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) وضعیت استراتژیک کارآفرینانه را به عنوان "وضعیتی که به وسیله نوآوری محصول و تکنولوژیکی گسترده، گرایش به رقابت تهاجمی داشتن و گرایش قوی ریسک‌پذیری به وسیله مدیریت" تعریف می‌کنند. آنها از همین سه بعد برای ارزیابی کارآفرینی استفاده کردند. لامپکین و دس<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) اهمیت تفاوت بین مفهوم کارآفرینی و گرایش به کارآفرینی را روشن کرده‌اند. بر اساس مفهوم لامپکین و دس (۱۹۹۶) فعالیت اساسی کارآفرینی وارد شدن به بازار جدید با محصول جدید یا موجود می‌باشد. گرایش کارآفرینانه در مرکز کارآفرینی شرکتی قرار دارد (باسو و دیگران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). گرایش کارآفرینانه به فرآیندها، فعالیت‌ها و رویه‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که به شرکت کمک می‌کند تا نسبت به فرصت‌های بازار و نسبت به رقبا واکنش نشان داده، که این امر منجر به ورودی جدید می‌گردد. ساختار گرایش کارآفرینانه که از طریق ابعادی همانند نوآوری، ریسک‌پذیری، پیش‌گامی، استقلال و تهاجم رقابتی ارزیابی شده‌اند (میلر، ۱۹۸۳؛ کوین و اسلوین<sup>۴</sup>، ۱۹۸۹؛ لامپکین و دس<sup>۵</sup>، ۱۹۹۶) به عنوان ابزار مفیدی برای ارزیابی رفتار کارآفرینانه در سطح شرکت و تأثیر آن بر روی عملکرد شرکت پدیدار شده‌اند (باسو و دیگران، ۲۰۰۸). گرایش کارآفرینانه تأثیر معنی داری بر روی رشد و عملکرد شرکت‌ها دارد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶؛ فریرا و آزویدو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷). در این تحقیق گرایش کارآفرینانه بر روی فرایندهای سازمانی تأکید دارد که منجر به بهبود عملکرد شرکت می‌شود. به همین دلیل هدف پژوهش حاضر بررسی گرایش کارآفرینانه بر روی عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرک‌های صنعتی در شرق استان مازندران است. به ویژه بررسی می‌شود که چگونه ابعاد گرایش کارآفرینانه به طور مجزا بر روی عملکرد آنها می‌گذارند. بر اساس تئوری و تحقیقات قبلی مدل مفهومی گرایش کارآفرینانه در این تحقیق بر اساس کار لامپکین و دس (۱۹۹۶) می‌باشد و شامل ابعاد نوآوری، ریسک‌پذیری، استقلال، رقابت تهاجمی و پیشتازی می‌باشد. در این فصل بعد از بیان مقدمه، بیان مساله و ضرورت و اهمیت موضوع به بیان اهداف،

<sup>1</sup>.Covin and Slevin

<sup>2</sup>.Lumpkin and Dess

<sup>3</sup>.Basso ,et al

<sup>4</sup>.Covin and Slevin

<sup>5</sup>.Lumpkin and Dess

<sup>6</sup>.Ferreira and Azevedo

فرضیات و قلمرو تحقیق خواهیم پرداخت. سپس به تعریف متغیرهای مفهومی و عملیاتی خواهیم پرداخت و در نهایت نیز محدودیت‌های تحقیق آورده می‌شود.

### ۱-۲- بیان مسأله

کارآفرینی به عنوان یکی از موضوعات مورد علاقه در تحقیقات مدیریتی شده است. کارآفرینی پاسخ به فرصت‌های کسب و کار شناسایی شده و ایجاد کسب و کارهای جدید اشاره دارد (موسی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). محققان کارآفرینی به طور کلی بر اهمیت فعالیت‌های کارآفرینانه تاکید داشته‌اند و اغلب رابطه مثبتی را بین کارآفرینی و نتایج عملکردی فرض کرده‌اند (لامپکین و دس، ۲۰۰۱). یک از شاخه‌های جدید کارآفرینی که بسیار مورد توجه قرار گرفته است گرایش کارآفرینانه است. گرایش کارآفرینانه که اغلب به عنوان وضعیت کارآفرینانه نامیده می‌شود (کوپن و اسلوین، ۱۹۸۹)، به فرآیندها، فعالیت‌ها و رویه‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که منجر به کارآفرینی در سطح شرکت و ورود کسب و کارهای جدید می‌شود (لامپکین و دس، ۱۹۹۶). این امر به ویژه برای شرکت‌های کوچک مهم می‌باشد. زیرا در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک با صادرات قابل توجه نقش موثری بر توسعه اقتصادی کشورهای خود ایفاء می‌کنند. با توجه به نقش حیاتی که بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند در توسعه اقتصادی کشور ایفا کنند و همچنین مزایایی که آنها نسبت به بنگاه‌های بزرگ دارند، لزوم توجه به تقویت و توسعه آنها در جهت رقابت پذیر کردنشان ضروری می‌نماید. اما بسیاری از مطالعات بیان می‌کنند که کسب و کارهای کوچک در سال‌های اولیه فعالیت خود با شکست مواجه می‌شوند. از آنجایی که شرکت‌های کوچک به عنوان منبع مهم اشتغال و ایجاد ارزش برای جامعه می‌باشند، دستیابی به رشد پایدار در شرکت‌های کوچک برای اقتصاد کشور حیاتی است. یکی از روش‌های اساسی برای بقاء آنها کارآفرینی می‌باشد. بنابراین شرکت‌های کوچک و متوسط برای اینکه عملکرد خود را بهبود بخشند نیازمند بکارگیری سبک مدیریتی هستند تا گرایش کارآفرینانه را مد نظر قرار دهند. تحقیقات بسیاری سودمندی گرایش کارآفرینانه را بر روی عملکرد نشان داده‌اند، ولی نتایج تجربی متفاوت می‌باشد (ویکلند و شفر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). گرایش کارآفرینانه و سبک تفکر کارآفرینانه به طور گسترده در محیط کسب و کار ایالات متحده و کشورهای توسعه یافته مورد بررسی قرار

<sup>۱</sup> . Musa

<sup>۲</sup> . Wiklund and Shepherd

گرفته است، اما مطالعات مشابه در کشورهای در حال توسعه همانند ایران محدود می‌باشد. فقدان تحقیقات تجربی که گرایش کارآفرینانه را در سطح کشورهای نوظهور بررسی کند، شکافی را در ادبیات کارآفرینی ایجاد کرده است که نیاز به توجه بیشتری از طرف محققان دارد (گروز و پانسکو، ۲۰۰۸). لذا تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این سؤالات است که آیا ابعاد گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک در ایران تأثیر دارند؟ و نیز کدامیک از این ابعاد بیشترین تأثیر را بر عملکرد آنها دارند؟

### ۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

با توجه به افزایش سریع رقبای جدید، ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در شرکت‌ها و خروج بهترین نیروهای کار از شرکتها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل، ضرورت کارآفرینی در سازمان‌ها احساس می‌شود (احمدپور، ۱۳۸۳؛ قاهری، ۱۳۸۷). علاوه بر اینکه حرکت سازمان‌ها به سمت کارآفرینی منافی را برای آنها دارد، می‌تواند به دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. همانگونه که تحقیقات انجام شده نشان داده‌اند که رشد اقتصادی با فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط مستقیم دارد (ابوالفضلی، ۱۳۸۷؛ کورتاکو و دیگران<sup>۱</sup>، ۱۹۹۳؛ زهرا<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). کارآفرینی در طول دهه اخیر در بسیاری از کشورها مورد توجه بوده است. لذا با توجه به اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان آن در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیاد کشور، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی برای تمامی جوامع به خصوص ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است (ابوالفضلی، ۱۳۸۷). با این وجود در حالی که گرایش کارآفرینانه و تأثیر آن بر عملکرد، بیشتر در محیط تجاری و صنعتی غرب بررسی شده است، قابلیت اجرا و تعمیم پذیری آن‌ها در کشورهای در حال توسعه همانند ایران به طور گسترده بررسی نشده است و لازم است تحقیقات کارآفرینی در کشور به منظور بهره‌برداری از مزایای آن در جامعه صورت گیرد. این مطالعه تلاش دارد تا به این مهم در پیشینه کارآفرینی بپردازد. از طرف دیگر بیشتر تحقیقات قبلی تلاش داشتند تا تأثیر جمعی ابعاد گرایش کارآفرینانه را بر روی عملکرد بررسی کنند، با این حال لامپکین و دس (۱۹۹۶) بیان می‌کنند که ابعاد گرایش کارآفرینانه می‌توانند به

<sup>۱</sup> . Kuratko et al

<sup>۲</sup> . Zahra

طور مستقل از یکدیگر تغییر کنند. به همین دلیل این مطالعه سعی دارد تا تأثیر مستقل این ابعاد را بر روی عملکرد تحلیل کند که این امر منجر به فهم بهتری از آنها می‌شود.

این مطالعه در زمینه کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشد. با توجه به نقش حیاتی که کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌توانند در توسعه اقتصادی کشور ایفا کنند و همچنین مزایایی که آنها نسبت به بنگاههای بزرگ دارند، لزوم توجه به تقویت و توسعه آنها در جهت رقابت پذیر کردنشان ضروری می‌نماید. بررسی تجارب کشورهای دیگر در این زمینه گویای این واقعیت می‌باشد، بطوریکه برخی کشورها توانسته‌اند با برنامه‌ریزی صحیح در زمینه بنگاههای کوچک و متوسط، موجبات توسعه اقتصادی کشورشان را فراهم آورند. بنگاههای کوچک و متوسط در هر کشوری نشان‌دهنده میزان کارآفرینی و مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد آن جامعه می‌باشد. لذا هر چه تعداد آنها بیشتر باشد می‌توان گفت که آن کشور اقتصاد پویاتری خواهد داشت. البته این بنگاههای کوچک و متوسط با توجه به ماهیت ساختاری خود دارای مزایا و همچنین محدودیتهایی می‌باشند. لذا بایستی در جهت تقویت و تاکید بر مزایای آنها گام برداشته و با استفاده از استراتژیهای صحیح در جهت رفع محدودیتهای آنها اقدام شود تا به عملکرد بهتری دست یابند. کیرچوف و براون<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) بیان می‌کنند که بحث اصلی گرایش کارآفرینانه درک این امر است که چگونه کسب و کارهای کوچک به رشد موفق و عملکرد بهتر دست می‌یابند (سیرزیک و تای، ۲۰۰۳: ص ۴۶). به همین دلیل این تحقیق به این موضوع مهم پرداخته و از این طریق اطلاعات مهمی را برای تحقیقات بنیادی، مدیران و مالکان شرکتها بوجود می‌آورد.

### ۴-۱ - اهداف تحقیق

اهداف این تحقیق عبارتست از:

- ۱- بررسی رابطه میان گرایش کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ۲- بررسی چگونگی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط

<sup>۱</sup> Kirchoff and Brown



## فصل اول: کلیات تحقیق

۳- اولویت‌بندی ابعاد گرایش کارآفرینانه بر اساس میزان تأثیر آنها بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط

### ۱-۵ فرضیه های تحقیق

#### فرضیه اصلی

گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.

#### فرضیه‌های فرعی

۱. نوآوری بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.
۲. استقلال‌گرایی بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.
۳. ریسک‌پذیری بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.
۴. پیش‌گامی بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.
۵. رقابت‌تهاجمی بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معنی‌داری دارد.

### ۱-۶ قلمرو تحقیق

حدود پژوهش حاضر را می‌توان در سه محدوده به شرح زیر بیان نمود:

#### الف) قلمرو مکانی

این پژوهش در میان کسب و کارهای کوچک و متوسط در شهرک‌های صنعتی واقع در شهرستان‌های شرق استان مازندران انجام شده است.

#### ب) قلمرو زمانی

قلمرو زمانی این تحقیق مربوط به سال ۱۳۸۹ است.

### ج) قلمرو موضوعی

قلمرو موضوعی پژوهش در حوزه کارآفرینی سازمانی و رابطه گرایش کارآفرینانه با عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشد.

### ۱-۷-۱- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات

#### ۱-۷-۱-۱- تعریف مفهومی

- **گرایش کارآفرینانه<sup>۱</sup>**: گرایش کارآفرینانه به روش‌ها، اقدامات و سبک‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که که مدیران از آن استفاده می‌کنند تا به گونه‌ای کارآفرینانه عمل نمایند (لامپکین و دس، ۱۹۹۶). لامپکین و دس (۱۹۹۶) پنج بعد را برای عملیاتی‌سازی گرایش کارآفرینانه به صورت زیر بیان می‌کند: نوآوری، استقلال، ریسک‌پذیری، پیش‌گامی و رقابت تهاجمی.
- **نوآوری<sup>۲</sup>**: تمایل شرکت برای بکارگیری و پشتیبانی از ایده‌های جدید، چیزهای بدیع و نوظهور، آزمایش‌ها و فرآیندهایی که منجر به نتایج ارزشمندی از جمله تولید محصولات و خدمات جدید، فرآیندهای تولیدی جدید و پیشرفت تکنولوژیکی می‌شود (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).
- **استقلال‌گرایی<sup>۳</sup>**: استقلال‌گرایی در مفهوم کارآفرینانه، فعالیت‌های مستقل بوسیله تیم یا فرد برای طرح یک ایده و تداوم آن تا مرحله تکامل است. در واقع توانمند کردن فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق اینکه افراد یا تیم‌ها جهت‌گیری خودشان را در جستجو و به نتیجه رساندن فرصت‌ها داشته باشند (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).

---

1. Entrepreneurial orientation  
2. Innovativeness  
3. Autonomy

- **ریسک پذیری<sup>۱</sup>**: تحمل بدهی‌های سنگین یا درگیر ساختن منابع در جهت بدست آوردن فرصت‌ها در بازار با هدف بازده بالا می‌باشد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).
- **پیش‌گامی<sup>۲</sup>**: پیشگام شدن در پیش‌بینی و دنبال کردن فرصت‌های جدید و نیز مشارکت در بازارهای نوظهور (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).
- **رقابت تهاجمی<sup>۳</sup>**: گرایش شرکت برای اینکه به شدت رقابیش را تحت فشار قرار دهد تا موقعیت خود را در برابر رقابیش در بازار بهبود بخشد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).
- **عملکرد<sup>۴</sup>**: عملکرد سازمانی به سطح تحقق یافته‌ای از انواع اهداف کاری که مدیر پاسخگو است، اشاره دارد (موسی، ۲۹۹۴). اهمیت و نقش‌های گوناگونی که سازمان‌ها دارند، امروزه توجه فزاینده‌ای به ابعاد مختلف آنها از جمله فرآیندها، سیستم‌ها و بویژه آنچه سازمان بدان دست می‌یابد (عملکرد) می‌شود. از طرف دیگر هیچ سازمانی نمی‌تواند چندان اثربخش باشد مگر اینکه برای آنچه که می‌خواهد انجام دهد برنامه‌ای داشته باشد. دستیابی به عملکرد برتر و کسب نتایج عالی بدون داشتن برنامه‌ای که در قالب یک نظام منسجم و یکپارچه تدوین شده و اجرا در بیاید، بسیار دشوار خواهد بود. این نظام تحت عنوان نظام مدیریت عملکرد شناخته می‌شود.

### ۱-۷-۲- تعریف عملیاتی مفاهیم و شاخص‌ها

- **نوآوری**: نوآوری شامل معرفی محصولات و خدمات جدید، فرآیندها و روشهای تولیدی جدید برای تولید کالا یا خدمات جدید، ایجاد بازارهای جدید یا منابع عرضه جدید و یا سازماندهی مجدد صنایع می‌باشد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶). نوآوری در این تحقیق شامل تغییرات در خطوط محصول و خدمات، حمایت از ایده‌های نوآور افراد، معرفی بهبودها و نوآوری‌های در کسب و کار و تاکید بر فرایند تحقیق و توسعه، رهبری تکنولوژیکی و نوآوری می‌باشد.

---

1 . Risk taking  
2 . proactiveness  
3 . Competitive Aggressiveness  
4 .performance

- **استقلال:** استقلال در عمل به معنی اعطای اختیار به کارکنان در جهت خودهدایتی، تمرین خلاقیت، تعقیب فرصتها، انجام فعالیت بدون در نظر گرفتن محدودیت های طاقت فرسای سازمانی و دفاع از ایده های جدیدی است که برای فعالیت کارآفرینانه موثر ضروری است، می باشد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶). در این تحقیق استقلال شامل استفاده از تیم های کاری، تفکر خلاق و همفکری بین افراد در جهت ایجاد ایده های خلاق، آزادی و استقلال به کارکنان جهت ارتباط آزادانه با یکدیگر، و دسترسی کارکنان به اطلاعات حیاتی می باشد.
- **ریسک پذیری:** ریسک پذیری شامل انجام فعالیت های جسورانه از طریق سرمایه گذاری در محیط ناشناخته، استقراض سنگین و یا درگیری قابل ملاحظه منابع برای سرمایه گذاری در نواحی کسب و کاری جدید بدون دانستن احتمال موفقیت یا شکست می باشد (راچ و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). این نواحی می تواند شامل توسعه محصولات جدید، بخش های بازاری جدید، تغییر موقعیت جغرافیایی، فرآیندها و خدمات جدید، ساختار سازمانی جدید و جهت گیری استراتژیکی جدید می باشد (کروگر، ۲۰۰۷). ریسک پذیری در این تحقیق شامل ریسک پذیر بودن به عنوان یک خصوصیت مثبت، شناسایی و بهره برداری از فرصت های آشکار و پنهان و ... می باشد.
- **پیشتازی:** پیشتازی به معنی نگرش فرصت جویانه از طریق معرفی کالاها و خدمات جدید زودتر از رقبای پیش بینی نیازها آینده بازار و ایجاد مزیت رقابتی اولین حرکت کننده در بازار و نیز به معنای دنبال کردن اولویت و اهداف رقابتی زودتر از رقبای می باشد (میلر، ۱۹۸۳؛ لامپکین و دس، ۲۰۰۱؛ راچ و دیگران، ۲۰۰۹). پیشتازی در این تحقیق شامل پیشتاز بودن در معرفی محصولات جدید، پیشتاز بودن در به کارگیری تکنولوژی های نوین، روش های اجرایی و محصولات، شناسایی و بهره گیری از فرصت ها، و پیشتازی در برخورد با فعالیت های رقبای می باشد.
- **رقابت تهاجمی:** رقابت تهاجمی به معنای به چالش کشیدن و تحت فشار قرار دادن رقبای جهت یافتن جایگاه بهتر در بازار، حالت تدافعی گرفتن در زمان دفاع از موقعیت بازاری خود و یا به ورود با حالت تهاجمی به بازار شناسایی شده توسط رقیب می باشد (لامپکین و دس، ۲۰۰۱). در این تحقیق رقابت تهاجمی شامل مقابله با رقبای شرکت، وارد شدن به بازارهای با قیمت های بسیار پایین، اعلام به موقع

<sup>1</sup> .Rauch, et al