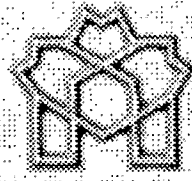


علاوة على



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد

مدیریت دولتی گرایش تحول سازمانی

عنوان

عوامل موثر در ایجاد و ارتقا کارآفرینی در سازمان صنایع  
کوچک و شهرکهای صنعتی ایران

استاد راهنما

جناب آقای دکتر داوود حسین پور

استاد مشاور

جناب آقای دکتر فتح شریف زاده

لادن همدانیان

آبان ماه ۱۳۸۲

۱۱ / ۳ / ۱۳۸۸

انجمن اطلاعات مدرک علمی ایران  
پخشیه بارک

۹۹۸۸۵

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شماره :

دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ :

دانشکده حسابداری و مدیریت

پیوست :

## صور تجلسه دفاعیه پایان نامه تحصیلی

با تائیدات خداوند متعال پایان نامه تحصیلی خانم لادن همدانیان دانشجوی کارشناسی ارشد رشته

مدیریت دولتی گرایش تحول سازمانی تحت عنوان:

« عوامل موثر در ایجاد و ارتقاء کارآفرینی در سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی

ایران»

که به راهنمایی آقای دکتر حسین پور تنظیم گردیده است در جلسه مورخه ۸۷/۸/۲ با حضور

اعضاء هیات داوران مطرح و با نمره ( ۱۹٫۵ ) و درجه ( عالی ) به تصویب رسید. اس

اعضاء هیات داوران :

امضاء	نام و نام خانوادگی	سمت
	آقای دکتر حسین پور	استاد راهنما
	آقای دکتر شریف زاده	استاد مشاور
	آقای دکتر دلجو	استاد داور
	آقای دکتر دلجو	نماینده تحصیلات تکمیلی دانشکده

تقدیم به

پدرم ، مظهر تلاش ، استقامت ، فداکاری و مشوق همیشگی ام

مادرم ، اسوه مهربانی ، دلسوزی و چشم انتظار همیشگی ام

برادرم ، ارمان صمیمیت ، دوستی و حامی همیشگی ام

همسرم ، سرلوحه عشق و محبت ، امید بخش و همراه همیشگی ام

## تقدیر و تشکر

ایزد منان را سپاسگذارم که به من توفیق داد در مسیر مقدس علم و پژوهش گام نهم، لکن بر خود واجب می دانم از محضر همه بزرگوارانی که قدم نهادن در این مسیر، بدون کمک و توجه شان میسر نبوده است، نهایت تشکر و سپاس را داشته باشم:

جناب آقای دکتر حسین پور که در سمت راهنما این پایان نامه قبول زحمت فرموده و در نهایت بزرگواری کمال همکاری را با بنده داشته اند.

جناب آقای دکتر شریف زاده که در سمت مشاور این پایان نامه افتخار استفاده و بهره مندی از محضرشان را داشته ام.

جناب آقای دکتر رضوی و دکتر زالی که در نهایت بزرگواری نهایت کمک و همکاری را با اینجانب نموده و همواره بنده را از رهنمودهای گرانقدرشان بهره مند ساخته اند.

همچنین بر خود واجب می دانم که از جناب آقای دکتر روانبخش معاون محترم برنامه ریزی و امور اقتصادی و آقای صداقت راد مدیر محترم برنامه ریزی و بودجه سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران که دوران تحصیل مرا تسهیل نموده و همواره مشوق و حامی من بوده اند کمال تشکر را ابرار دارم.

از تمامی کارکنان سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران به خصوص جناب آقای غلام سلیمانی که مرا در به ثمر رساندن این پژوهش یاری رساندند سپاس و قدردانی می نمایم.

## فهرست مطالب

شماره صفحه

عناوین

### فصل اول : کلیات تحقیق

۱		مقدمه
۲	۱-۱-	بیان مسئله
۴	۲-۱-	اهمیت و ضرورت تحقیق
۶	۳-۱-	اهداف تحقیق
۷	۴-۱-	فرضیات تحقیق
۸	۵-۱-	مشکلات و تنگناهای تحقیق
۸	۶-۱-	تعریف مفاهیم و اصطلاحات

### فصل دوم : مبانی نظری تحقیق

۹		مقدمه
۱۱	بخش اول :	مفهوم کارآفرینی
۱۱	۱-۱-۲-	تعاریف واره کارآفرینی
۱۲	۲-۱-۲-	انواع کارآفرینی
۱۷	۳-۱-۲-	کارآفرینی از دیدگاههای مختلف
۱۷	الف)	کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۱۸	ب)	کارآفرینی از دیدگاه محققین علوم رفتاری
۱۹	ج)	کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۱۹	۴-۱-۲-	رویکرد ویژگی ها
۲۴	۵-۱-۲-	ویژگیهای مهم کارآفرینان
۲۵	(۱)	توفیق طلبی
۲۵	(۲)	مرکز کنترل درونی

۲۶	۳) تمایل به ریسک پذیری
۲۷	۴) استقلال طلبی
۲۸	۵) تمایل به خلاقیت
۲۸	۲-۱-۶- رویکرد رفتاری
۳۰	۲-۱-۷- رویکرد جمعیت شناختی
۳۴	۲-۱-۸- رویکرد محیطی
۳۶	۲-۱-۹- جامعه شناسی کارآفرینی
۴۰	۲-۱-۱۰- انواع مدل‌های کارآفرینی
۴۰	الف) فرآیند رویدادی
۴۴	ب) فرآیند چند بعدی
۵۱	بخش دوم: کارآفرینی در سازمان
۵۱	۲-۲-۱- ضرورت کارآفرینی در سازمان
۵۲	۲-۲-۲- سیر تاریخی کارآفرینی در سازمان
۵۳	۲-۲-۳- مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت شناختی کارآفرینان مستقل با کارآفرینان سازمانی
۵۵	۲-۲-۴- تفاوت کارکردی کارآفرینی مستقل با کارآفرینی سازمانی
۵۷	۲-۲-۵- مشخصات و عوامل مهم برای بوجود آمدن محیط کارآفرینی در سازمان
۵۷	۲-۲-۶- عوامل داخل سازمانی تاثیرگذار بر فعالیت مدیران میانی
۵۸	۲-۲-۷- سازمانهای کارآفرین و بروکراسی غیرکارکردی
۵۹	۲-۲-۸- مقایسه ساختار سازمانهای کارآفرین و سازمانهای سنتی
۵۹	۲-۲-۹- عوامل سازمانی
۶۰	الف) توسعه بینش مشتری
۶۱	ب) سیستم پاداش و تشویق
۶۲	ج) تشویق نوآوری
۶۳	د) تفویض اختیار
۶۴	۲-۲-۱۰- موانع و محدودیتهای برای کارآفرینی سازمانی

۶۸	۱۱-۲-۲- بررسی ادبیات استراتژی های کارآفرینی در سازمان
۶۹	۱۲-۲-۲- استراتژیهای کارآفرینی سازمانی
۷۳	۱۳-۲-۲- مدل‌های کارآفرینی سازمانی
۷۴	الف) مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن
۷۴	ب) مدل کارآفرینی سازمانی اکهلنس و نک
۷۵	ج) مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافذیگر
۷۶	د) ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون
۷۷	۱۴-۲-۲- مدل‌های ایجاد کارآفرینی شرکتی
۷۸	الف) مدل ترغیب کارآفرینی شرکتی کوراتکو و هاجتس
۷۸	ب) مدل کارآفرینی شرکتی از دیدگاه فرای
۸۰	۱۵-۲-۲- ابزار سنجش کارآفرینی سازمانی
۸۱	۱۶-۲-۲- خلاصه ویژگیهای سازمان کارآفرین
۸۵	بخش سوم: کارآفرینی در سازمانهای غیرانتفاعی
۸۵	۱-۳-۲- مقایسه سازمانهای انتفاعی و غیرانتفاعی
۸۷	۲-۳-۲- دلایل روی آوردن سازمانهای غیرانتفاعی به کارآفرینی
۸۷	۳-۳-۲- موانع کارآفرینی در سازمانهای غیرانتفاعی
۹۰	۴-۳-۲- ابعاد توسعه کارآفرینی در سازمانهای دولتی
۹۱	۵-۳-۲- موانع و تسریع های محیطی در کارآفرینی سازمانهای دولتی
۹۵	۶-۳-۲- مروری بر تحقیقات گذشته
۹۷	بخش چهارم: چهارچوب مفهومی تحقیق
۹۸	بخش پنجم: معرفی سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران

### فصل سوم: روش تحقیق

۱۰۲	مقدمه
۱۰۲	۱-۳- روش تحقیق
۱۰۴	۲-۳- روش گردآوری داده ها



۱۰۵	۳-۲- روایی و پایایی پرسشنامه
۱۰۷	۳-۴- جامعه آماری
۱۰۸	۳-۵- قلمرو تحقیق
۱۰۸	۳-۶- نمونه آماری و روشهای نمونه گیری
۱۱۰	۳-۷- روش تجزیه و تحلیل داده ها
۱۱۲	آزمون t استودنت تک نمونه ای
۱۱۳	ضریب همبستگی رتبه ای اسپیرمن
۱۱۴	آزمون فریدمن

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۱۱۵	مقدمه
۱۱۶	۴-۱- تحلیل اطلاعات زمینه ای تحقیق
۱۱۹	۴-۲- تحلیل داده ها برای سوالات پرسشنامه
۱۲۴	۴-۳- تحلیل داده ها برای فرضیه های تحقیق
۱۴۶	۴-۴- آزمون فرضیه ها
۱۶۱	۴-۵- آزمون رتبه بندی متغیرها

### فصل پنجم: نتایج و پیشنهادهای تحقیق

۱۸۰	۵-۱- نتایج حاصل از تحقیق
۱۸۵	۵-۲- پیشنهادات حاصل از تحلیل آزمون فرضیه ها
۱۸۸	۵-۳- پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی

### منابع

۱۹۰	منابع فارسی
۱۹۱	منابع انگلیسی
	ضمائم
۱۹۳	پرسشنامه
۱۹۶	آزمون آلفای کرونباخ
۲۰۰	جداول آماری

## فهرست جداول ، اشکال و نمودارها

عناوین

شماره صفحه

### جداول

- جدول شماره ۱: ویژگیهای مشترکی در رویکرد ویژگیها ۲۰
- جدول شماره ۲: ۴۲ خصوصیت بارز کارآفرینان ۲۱
- جدول شماره ۳: مهمترین عوامل محیطی ۳۹
- جدول شماره ۴: سیر تاریخی ابداع واژه ها در خصوص القای کارآفرینی در سازمانها ۵۲
- جدول شماره ۵: مقایسه ویژگی های شخصیتی بین کارآفرینان مستقل و کارآفرینان سازمانی ۵۳
- جدول شماره ۶: مقایسه ویژگی های شخصی و جمعیت شناختی کارآفرینان مستقل و سازمانی ۵۴
- جدول شماره ۷: تفاوت های کارکردی کارآفرین سازمانی با کارآفرین مستقل ۵۶
- جدول شماره ۸: مقایسه ساختار سازمانهای کارآفرین و سنتی ۵۹
- جدول شماره ۹: مهمترین عوامل سازمانی و معیارهای فرعی ۵۹
- جدول شماره ۱۰: مقایسه سازمانهای انتفاعی و غیر انتفاعی ۸۶
- جدول شماره ۱۱: فراوانی برای سوالات عوامل شخصی ۱۱۹
- جدول شماره ۱۲: درصد فراوانی برای سوالات عوامل شخصی ۱۲۰
- جدول شماره ۱۳: فراوانی برای سوالات عوامل سازمانی ۱۲۰
- جدول شماره ۱۴: درصد فراوانی برای سوالات عوامل سازمانی ۱۲۱
- جدول شماره ۱۵: فراوانی برای سوالات عوامل محیطی ۱۲۱
- جدول شماره ۱۶: درصد فراوانی برای سوالات عوامل محیطی ۱۲۲
- جدول شماره ۱۷: فراوانی برای سوالات کارآفرینی سازمانی ۱۲۲
- جدول شماره ۱۸: درصد فراوانی برای سوالات کارآفرینی سازمانی ۱۲۳
- جدول شماره ۱۹: نتایج آزمون نرمال بودن متغیرها ۱۳۴

## نمودارها

- ۱۱۶ ۴-۱-۱- نمودار دایره ای برای جنسیت پاسخ دهندگان  
۱۱۷ ۴-۱-۲- نمودار دایره ای برای تحصیلات پاسخ دهندگان  
۱۱۸ ۴-۱-۳- نمودار دایره ای برای سمت پاسخ دهندگان

## اشکال

- ۱۳ شکل شماره ۱: مقایسه انواع کارآفرینی  
۲۴ شکل شماره ۲: گرایش به فعالیتهای کارآفرینی و غیر کارآفرینی  
۴۱ شکل شماره ۳: فرآیند شکل گیری فرآیند کارآفرینی  
۴۲ شکل شماره ۴: معادله کارآفرینی  
۴۴ شکل شماره ۵: مدل رویدادی ویلیام گریو  
۴۵ شکل شماره ۶: مدل فرایندی جفری تیمونز و دیگران  
۴۶ شکل شماره ۷: مدل چند بعدی ویلیام گارتنر  
۴۷ شکل شماره ۸: مدل فرایندی "چل" و "هاورس"  
۵۰ شکل شماره ۹: مدل یکپارچه کارآفرینی "نیاوالی" و "فوگل"  
۷۴ شکل شماره ۱۰: مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن  
۷۵ شکل شماره ۱۱: مدل کارآفرینی سازمانی اکهلز و نک  
۷۶ شکل شماره ۱۲: مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکرو و نافریگر  
۷۷ شکل شماره ۱۳: ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون

## چکیده

کارآفرینی از دیرباز به عنوان یکی از ساز و کارهای مهم برای ایجاد و توزیع ثروت در جوامع مختلف به کار گرفته می‌شده است. امروزه از کارآفرینی به عنوان عامل و محرک اصلی توسعه یاد می‌شود و صاحب‌نظران توسعه معتقدند یکی از استراتژیهای موثر در توسعه کشورها، فرآیند کارآفرینی می‌باشد.

از این رو در کشور جمهوری اسلامی ایران که یکی از کشورهای در حال توسعه می‌باشد اتخاذ این رویکرد و استراتژی در سطح کلان و بالطبع آن در مناطق مختلف می‌تواند در توسعه همه جانبه کشور موثر واقع شود.

براین اساس در این تحقیق به عوامل موثر بر ایجاد و ارتقا کارآفرینی در یک سازمان دولتی پرداخته شده است. برای شناسایی عوامل موثر از مدل سه شاخگی دکتر میرزایی که شامل عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه ای می‌باشد استفاده شده است و با اقتباس از مدل کارآفرینی درون سازمانی کوراتکو و مدل بومی پیشنهادی دکتر احمدپور چارچوب مفهومی تحقیق شکل گرفت. عوامل موثر بر ایجاد و ارتقا کارآفرینی در سه دسته عوامل شخصی، سازمانی و محیطی دسته بندی شد و رابطه هر یک از این عوامل با کارآفرینی سازمانی سنجیده شد که آیا رابطه معناداری بین این عوامل و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

این تحقیق شامل ۳ فرضیه اصلی و ۱۲ فرضیه فرعی می‌باشد که در نهایت وجود ارتباط معنی دار بین هر یک از متغیرها بدست آمده و وضعیت مطلوبیت هر یک از متغیرها بررسی شد.

نتایج تحقیق نشان داد که عوامل شخصی در سازمان فوق در حد مطلوبی قرار دارد ولی عوامل سازمانی در حد ضعیفی بوده و میزان کارآفرینی سازمانی در سازمان پایین بوده و همچنین عوامل محیطی از نظر کارکنان مناسب می‌باشد. همچنین ارتباط معنی داری بین عوامل شخصی و کارآفرینی سازمانی حاصل نشد ولی عوامل سازمانی و عوامل محیطی ارتباط معنی داری با کارآفرینی سازمانی دارند و پس از رتبه بندی این ۳ دسته عوامل، عوامل شخصی در رتبه نخست، عوامل محیطی در رتبه دوم و عوامل سازمانی در رتبه سوم جای دارند. در پایان پژوهش و بر اساس یافته‌های حاصل از مطالعات نظری و الگوها و مدل‌های جهانی و تحلیلهای علمی انجام شده پیشنهاداتی بیان گردید و توصیه‌هایی به محققینی که در آینده به مطالعات تکمیلی در این زمینه خواهند پرداخت، ارائه گردیده است.

# فصل اول:

## کلیات تحقیق

فرآیند تغییر زندگی بشر از دوران غارتشینی تاکنون تحت تاثیر عامل تغییر بوده است. در میان این عوامل تغییر بویژه به عامل انسانی توجه خاصی شده است. کارآفرینان نقش برتر و برجسته ای را در عامل انسانی ایفا می کنند و از جایگاه والایی برخوردارند. امروزه کارآفرینان را موتور توسعه اقتصادی می دانند تلاش برای تشویق محیط به معرفی تعداد بیشتری از کارآفرینان و ظهور استعدادهای کارآفرینان از جمله مسایلی است که خیلی به آن توصیه شده است. لذا تغییر و تحولات دهه اخیر و افزایش روز افزون رقابت، پیچیدگی، پویایی و عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده تا سازمانهای بزرگ نتوانند با شرکتهای کوچک که از انعطاف پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند، رقابت کنند. به همین خاطر در چنین شرایطی حیات و بقای سازمانهای بزرگ در گرو تحول اساسی و شرایطی است که افراد خلاق و کارآفرین را هر چه بیشتر در کشور پرورش دهند.

از اوایل دهه ۱۹۸۰ هجوم هم زمان به سوی کارآفرینی و تاکید شرکت ها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینان که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می شوند، موجب هدایت فعالیت های کارآفرینانه به درون شرکت ها شد. همراه با تاثیر فرایندهای اداری و دیوان سالاری در فرهنگ شرکت ها در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ کارآفرینی در سازمانهای بزرگ بطور فزاینده ای مورد توجه مدیران ارشد شرکت های بزرگ قرار گرفت تا آنها نیز بتوانند به فرایند اختراع، نوآوری و تجاری نمودن محصولات و خدمات جدید خود بپردازند. در آغاز دهه ۱۹۶۰ و پیشرفت ناگهانی صنایع در عرصه رقابت های جهانی اهمیت تفکر و فرایندهای کارآفرینانه در شرکت های بزرگ، بیش از گذشته مورد تاکید قرار گرفت و محققین کانون توجه خود را به چگونگی القای کارآفرینی در ساختار اداری شرکت های بزرگ معطوف نمودند. (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۱۳۳).

امروزه در اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مقوله کارآفرینی به عنوان اصلی ترین مبنای توسعه مدنظر قرار گرفته است. بطوریکه دو دهه اخیر در غرب و برخی کشورها به عنوان دهه های طلایی کارآفرینی نیز مورد اشاره قرار می گیرد. از همین رو بسیاری از متخصصین و نظریه پردازان مدیریت نیز از اوایل دهه هفتاد میلادی به تشریح کارآفرینی سازمانها پرداختند. اما تا اوایل دهه هشتاد بطور جدی

مورد تایید محققین قرار نگرفت. اندیشمندان مدیریت ضمن رویکردی فرآیندی به تشریح مدیریت کارآفرینی و جو و محیط کارآفرینانه در سازمانهای موجود پرداختند.

همچنین جهت گیری به سوی آزادسازی اقتصادی و لزوم تجهیز به پیش زمینه های رقابتی ، فعالیت و بقا در محیطهای رقابتی آینده ، سازمانها را وادار به آموختن قواعد نوین کسب و کار می نماید. به طور کلی پیشرفت سریع دانش و فن آوری ، تغییر روندهای جمعیت شناسی همچون افزایش سطح تحصیل، اشتغال زن و مرد به کار در خانواده ها و افزایش طول عمر و سالخوردگی جمعیت و حضور اثربخشی بازارهای سرمایه و آشنایی بیش از پیش مدیران با پدیده کارآفرینی سبب گردیده است تا گرایش به کارآفرینی در استراتژی شرکت ها شدیداً مورد تاکید قرار گیرد. (احمدپور، ۱۳۷۸ ، ص ۱۳۴)

### ۱-۱- بیان مسئله

تحولات و دگرگونی نظام های اجتماعی - اقتصادی عصر حاضر ریشه در پیشرفت و تغییرات بوجود آمده در علم و تکنولوژی دارد، که این به نوبه خود منجر به تغییر در علائق و ذائقه ها گردیده است. بدون تردید سازمانهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده ای روبرو هستند. سازمانهای دولتی از این امر مستثنی نمی باشند. تضمین تداوم و بقای سازمانها نیازمند یافتن راه حلها و روشهای جدید مقابله با مشکلات می باشد که به نوآوری ، ابداع و خلق محصولات ، فرآیندها و روشهای جدید و به طور خلاصه به کارآفرینی بستگی زیادی دارد. (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۱)

امروز سازمانها نمی توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک ، چابک ، منعطف ، نوآور ، فرصت گرا و کم هزینه فائق آیند. آنها باید شرایطی را فراهم آورند تا همه کارکنان و مهمتر از همه مدیران روحیه کارآفرینی پیدا کنند و بتوانند به راحتی و بطور مستمر فعالیتهای کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند. (صمدآقایی، ۱۳۷۸، ص ۱)

امروزه اکثر کشورهای توسعه یافته در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی می باشند. موج گسترده فعالیتهای اقتصادی و تکنولوژیکی همراه با تغییر فراگیر روشها و نگرشها طی دوره اخیر توجه بسیاری از سازمانها را به توسعه و تقویت کارآفرینی و جذب و پرورش

کارآفرینان سازمانی سوق داده است. از طرفی تحقیقات اخیر بیانگر نقش کلیدی کارآفرینی می باشد. (احمدپور، ۱۳۷۸، ص ۱)

روند فرایند تغییرات در دنیای امروز سازمانها تا به حدی است که بی ثباتی را می توان با ثبات ترین مشخصه سازمانهای این عصر نامید. اگر تاکنون مولفه های مدیریت تغییر، ارزشی اضافی برای سازمانها محسوب می شد، امروزه این عناصر تبدیل به بتیان بقا سازمانها شده است. بنابراین سازمانها از یک سو بایستی قادر به خلق شرایط، پیش زمینه ها و مکانیسم هایی در جهت گیری فرایندهای خود به سمت نوآوری و تغییر باشند و از سوی دیگر زمینه را برای موفقیت نهایی ایده های ارائه شده و دستیابی به مفهوم کارآفرینی فراهم آورند.

تغییر و تحول در سازمان های امروزی به قدری سریع، چند جانبه، پیچیده و فراگیر است که سازمانها بدون پیش بینی، هماهنگی و تطابق با آن قادر به ادامه حیات و توسعه نمی باشند. واکنش متناسب و پاسخ آگاهانه به تحولات پیچیده سازمانها را در جایگاه سیستم های باز که تغییر و توسعه دائمی جز جدایی ناپذیر ماهیت آنها است قراز می دهد. (فلورا سلطانی، ۱۳۷۸، ص ۹).

کارآفرینی یک فرایند پویا مشتمل بر فرصت ها، افراد، شرایط و ساختارهای سازمانی، ریسک ها، نوآوری و منابع می باشد. کارآفرینی به عنوان یک فرایند، قابل اجرا در تمام انواع و اندازه های سازمانی است. زمانی که بافت های اجتماعی کارآفرینی، سازمان می باشد صحبت از کارآفرینی سازمانی است. که مشتمل بر فعالیت های رسمی و غیر رسمی ایجاد یک کسب و کار در سازمان بدون توجه به اندازه و بزرگی سازمان، دولتی یا خصوصی بودن، انتفاعی یا غیر انتفاعی بودن سازمان می باشد. (Heilbrunn, 2005)

بسیاری اعتقاد دارند رشد، در اقتصاد نوآوری، بیشتر از شرکتهای کوچک و متوسط نشأت می گیرد، تا از شرکتهای بزرگ و دولتی، در عین حال این شرکتهای اثرات زیادی بر اقتصاد و زندگی مردم دارند. در حدود ۸۰٪ از کل شرکتهای موجود در دنیا، کمتر از ۱۰ نفر نیروی انسانی دارند؛ که از ۷۹٪ در امریکا، ۹۵٪ در انگلستان، ۹۴٪ در اسپانیا و فنلاند، تا ۹۹ درصد در ایران متغیر است.



با توجه به نقش حیاتی که بنگاههای کوچک و متوسط می توانند در توسعه اقتصادی کشور ایفا کنند و همچنین مزایایی که بنگاههای کوچک و متوسط نسبت به بنگاههای بزرگ دارند، لزوم تقویت و توسعه آنها را در جهت رقابت پذیری ضروری می نماید. تحقیقات، حاکی از نقش مهم و موثر شرکت های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی کشورهای مختلف جهان است، از آن جمله می توان به ایالات متحده آمریکا، ژاپن، کشورهای آسیای جنوب شرقی، آفریقا و یا آمریکای لاتین اشاره کرد. همچنین این تحقیقات نشان می دهند که برخی از اقتصادهای موفق دنیا نظیر تایوان و هنگ کنگ، بطور فزاینده ای، مبتنی بر شرکتهای کوچک می باشند. بنگاههای کوچک و متوسط در هر کشوری، نشان دهنده میزان کارآفرینی و مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد آن جامعه می باشند. لذا هر چه تعداد آنها بیشتر باشد، می توان گفت که آن کشور اقتصادی پویاتر خواهد داشت. البته این بنگاههای کوچک و متوسط با توجه به ماهیت ساختاری، خود دارای مزایا و همچنین محدودیتهایی می باشند، لذا بایستی در جهت تقویت و تاکید بر مزایای آنها گام برداشته و با استفاده از استراتژیهای صحیح در جهت رفع محدودیتهای آنها اقدام کرد.

با توجه به تغییر ساختار صنعتی کشور در سالیان اخیر و برنامه چهارم توسعه که از ابتدای سال ۸۴ آغاز شده است، به منظور تحقق اهداف صنعتی و همچنین فراهم نمودن زمینه های لازم برای رقابت پذیری کالاها و محصولات صنعتی در بازارهای داخلی و خارجی موضوع حمایت از صنایع کوچک و ساماندهی آنها جهت استقرار زنجیره تولید مناسب در دستور کار دولت قرار گرفته است. از آنجا که ۹۴ درصد واحدهای صنعتی را واحدهای کوچک و متوسط شامل می شوند. بنابراین سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران که وظیفه سازماندهی و حمایت صنایع کوچک را برعهده دارد نقش بسزایی دارد و در جهت توسعه و حمایت از نوآوری خود این سازمان نیز بایستی ساختاری پویا، منعطف و نوآور داشته باشد و از ارائه طرحهای نو استقبال کند و کارآفرینی در بدنه این سازمان وجود داشته تا کارآفرینی و نوآوری را در صنعت و جامعه رواج دهد.

## ۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به مطرح شدن رویکرد مدیریت دولتی نوین یا مدیریت گرایان و لزوم تحقق ویژگیهای این رویکرد در نظامهای مدیریت دولتی کشورها، نظام مدیریت دولتی ایران و در صدر آن مدیران دولتی باید

ویژگیهای رویکرد نوین را که همانا ویژگیهای دولت کارآفرین است در سازمانهای دولتی به اجرا درآوردند. اما متأسفانه به علت وجود برخی از موانع امکان تحقق ویژگیهای کارآفرینانه در مدیران وجود ندارد و هنوز ویژگیهای بوروکراتیک بر فضای مدیریتی کشور حاکم است. لذا ضروری است که این موانع شناسایی و راهکارهای لازم برای رهایی از رویکرد سنتی ارائه شود.

نیاز به کارآفرینی در پاسخ به تعدادی از مشکلات ایجاد شده است که این مسائل شامل رشد سریع در تعداد و پیشرفتگی رقبا، بی اعتمادی به روشهای سنتی مدیریت سازمان و خروج تعدادی از بهترین و تواناترین کارکنان از سازمان برای تاسیس سازمان بازرگانی شخصی، رقابت بین المللی، کوچک سازی سازمانهای بزرگتر و تمایل شدید به ارتقای کارایی و بهره وری می باشند. کارآفرینی سازمانی اقدامی است که اگر سازمان بخواهد به رشد خود تا بینهایت ادامه دهد، ضروری است.

حفظ یا القای روح کارآفرینانه در سازمان به منظور نوآوری و رشد بسیار مهم است. در محیط بسیار پویای امروز، شرکتهای باید حساس و پاسخگو باشند که این نیازمند دامنه وسیعتری از پاسخهای ممکن و یک استراتژی هماهنگ کننده برای استفاده از آنهاست. این به معنی ایجاد و توسعه مستمر محصولات و خدمات جدید داخلی است.

هراندازه که نقش و اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی جامعه بیشتر آشکار می شود یا به عبارت دیگر هر قدر پارادایم کارآفرینی بیشتر احساس می شود. ضرورت شناخت ویژگیهای سازمانهای کارآفرین و آماده نمودن بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان بیشتر احساس می شود. ضرورت کارآفرینی سازمانی عمدتاً ناشی از عدم سازگاری و عکس العمل کند سازمانهای متوسط و بزرگ نسبت به تغییرات روز افزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط است. محیطی که سرعت و نوآوری را به عنوان عوامل کلیدی و رمز حیات و بقا سازمانی در صحنه رقابت فشرده امروز معرفی می کند. از آنجایی که خلاقیت و نوآوری و توان کشف فرصتهای جدید بازار از بارزترین ویژگیهای کارآفرینان است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری این گونه افراد و ماهیت طبیعی نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را در سازمان می طلبد. لذا شناخت ویژگیهای بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان اولین قدم و اساسی ترین موضوع سازمانها محسوب می گردد.

با توجه به اهمیت بحث کارآفرینی در دنیای امروز، توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد، در این زمینه سازمانهای مختلف در کشورهای دیگر به کارآفرینی توجه خاصی مبذول نموده و زمینه‌های لازم برای کارآفرینی سازمانی را فراهم آورده‌اند. لذا توجه به این مبحث در ابعاد و جنبه‌های مختلف آن برای کشور ما در حال حاضر لازم است. در کشور ما به بحث کارآفرینی و بویژه کارآفرینی در شرکتهای دولتی توجه کمتری شده و زمینه‌های مورد نیاز برای آن فراهم نشده است. با توجه به این که بسیاری از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته جهان طی ۲۵ سال گذشته با انجام تحقیقات گسترده و به کارگیری این مقوله توانسته‌اند به پیشرفت و توسعه اقتصادی و اجتماعی نائل گردند. ضرورت دارد که در کشور جمهوری اسلامی ایران نیز تحقیقات هدفمندی در این زمینه صورت گیرد تا بتوان با انجام این تحقیقات، مسائل و مشکلات را شناسایی و با ایجاد الگوها و مدل‌های عملی برای پیاده سازی این فرآیند در سطح شرکتهای از مزایای این فرآیند در توسعه همه جانبه کشور استفاده نمود.

### ۳-۱- اهداف تحقیق

هر تحقیقی می‌تواند دو نوع هدف داشته باشد. در واقع پژوهشگر باید اهداف کلی و جزئی مطالعه خویش را تفکیک نماید. در این تحقیق اهداف اصلی و فرعی به شرح زیر بیان می‌گردند.

هدف کلی: شناسایی عوامل موثر در ایجاد و ارتقا کارآفرینی در شرکتهای دولتی

اهداف جزئی: ۱- شناسایی عوامل شخصی موثر در ایجاد و ارتقا کارآفرینی در شرکتهای دولتی

۲- شناسایی عوامل سازمانی موثر در ایجاد و ارتقا کارآفرینی در شرکتهای دولتی

۳- شناسایی عوامل محیطی موثر در ایجاد و ارتقا کارآفرینی در شرکتهای دولتی

#### ۴-۱- فرضیات تحقیق

با توجه به اهداف گفته شده، فرضیات تحقیق به دو دسته فرضیات اصلی و فرضیات فرعی تقسیم می شوند.

##### فرضیات اصلی :

- ۱- بین عوامل شخصی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۲- بین عوامل سازمانی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۳- بین عوامل محیطی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.

##### فرضیات فرعی :

- ۱-۱- بین تمایل به خلاقیت و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۲-۱- بین تمایل به ریسک پذیری و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۳-۱- بین استقلال طلبی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۴-۱- بین مرکز کنترل درونی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۵-۱- بین توفیق طلبی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۱-۲- بین توسعه بینش مشترک و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۲-۲- بین تشویق نوآوری و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۳-۲- بین شیوه های جدید پاداش و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۴-۲- بین تفویض اختیار و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۱-۳- بین شرایط قانونی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۲-۳- بین شرایط اقتصادی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۳-۳- بین شرایط اجتماعی و کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.