



١٩٦٢



دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی

پایان نامه

جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد
رشته تربیت بدنی گرایش مدیریت و برنامه ریزی

عنوان:

رابطه‌ی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان
تهران

استاد راهنما:
دکتر فریدون تندنویس

دانشجو:
معصومه کلاته سیفری

شهریور ۸۸

حکایت می‌نمایم

این برگ سبز را به دو وجود مقدس، آنان که سختی ها را
عاشقانه به جان خریدند تا بذر اندیشیدن را در وجود بکارند:
پدر و مادر بزرگوارم، و بهترین دوستان زندگیم: خواهران و
برادرم که ارزنده ترین هدیه خداوندی هستند تقدیم
می دارم.

«من لم يشكر المخلوق، لم يشكر الخالق»

سپاس و قدردانی:

حمد و سپاس بیکران خداوند سبحان را که چون همیشه بر بنده خویش منت نهاد و توانایی و توفیق تحقیق در گوشه ای از میهن عزیز را برابر او عنایت فرمود. در انجام این تحقیق خود را مدیون زحمات و مساعدت های عزیزان بسیاری می دانم که بی تردید بدون یاری و همکاری ایشان ، امکان به نتیجه رسیدن آن وجود نمی داشت. در اینجا بر خود لازم می دانم که زحماتشان را ارج نهاده و صمیمانه از همه آنان تشکر نمایم:

*استاد گرانقدر، جناب آقای دکتر فریدون تندنویس که راهنمایی این تحقیق را بر عهده داشتند. بزرگواری که با پشتکار و تلاش زاید الوصف ، دلسوژانه و با خلوص نیت ، برای این مهم زحمت زیادی کشیدند و در تمام طول تحصیل از راهنمایی های ارزنده و بی دریغ ایشان بهره مند شدیم. دقت و تیزبینی ایشان، نقش غیرقابل انکاری در هر چه پربارترشدن پایان نامه داشته است. سپاس گذاری از آن استاد عالیقدر را بر خود واجب می دانم.

*از استاد بزرگوار ، سرکار خانم دکتر فریده هادوی و آقای دکتر هاشم کوزه چیان ، تقدیر و تشکر می کنم.

*از دوستان عزیز، آقای سید عباس افسانه پورک، سرکار خانم معصومه حق دوست ، به خاطر کمک ها و همکاری های صمیمانه ایشان در اجرای پایان نامه کمال تشکر را دارم.

*در پایان ولی نه به عنوان کمترین، از مادر دلسوژ و پدر بزرگوارم، خواهران عزیزم و برادر مهربانم که ضمن تحمل سختی های فراوان در مدت تحصیل پشتیبان و یاری رسانم بوده اند.

سخن آخر آنکه، عزت نزد خداوند است. سپاس بی کران، آن یاری دهنده متعال را سزاست که ما را ره پوی مسیری قرار داده تا بتوانیم سهمی کوچک در راه اعتلای میهن عزیzman ، ایران، داشته باشیم.

چکیده

هدف از این پژوهش، تعیین وجود یا عدم وجود ارتباط فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران است.

جامعه آماری این پژوهش اداره کل تربیت بدنی استان تهران بود و آزمودنی ها، کارشناسان و مدیران اداره کل بودند که به علت محدود بودن تعداد، از تمامی اعضا نظرسنجی شد. روش تحقیق از نوع همبستگی بود. ابزار اندازه گیری شامل سه پرسشنامه مشخصات دموگرافیک (تحقیق ساخته)، فرهنگ سازمانی دنیسون (DOCS)^۱ (نسخه ۲۰۰۷) و کارآفرینی سازمانی (تحقیق ساخته: جلیل صمدآقایی، ۱۳۷۸) بود. پرسشنامه کارآفرینی سازمانی تحلیل عاملی اکتشافی گردید تا شاخص های آن تعیین شود. به منظور برآورد پایایی درونی ابزار تحقیق از آلفای کرونباخ^۲ استفاده شد که ضریب پایایی درونی برای پرسشنامه فرهنگ سازمانی، ۰/۹۹۵ و برای کارآفرینی سازمانی، ۰/۹۵۳ بدست آمد. در این تحقیق از آمار توصیفی به منظور سازمان دادن، خلاصه کردن، طبقه بندی کردن نمرات خام و توصیف داده ها استفاده شد. با توجه به نتایج حاصله، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف^۳، از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چند گانه استفاده شده است.

توصیف آماری فرهنگ سازمانی، نشان داد که میانگین نمره فرهنگ^۱ $33/69 \pm 151/87$ (از حداقل نمره ۲۴۹ ممکن) بود که نشانگر آنست که فرهنگ سازمانی موجود در سطحی متوسط قرار دارد. توصیف آماری کارآفرینی سازمانی نشان داد که میانگین نمره کارآفرینی سازمانی $67/12 \pm 19/25$ (از حداقل نمره ۱۱۸ ممکن) بود که نشان دهنده آنست که کارآفرینی سازمانی اداره کل نیز در حد متوسطی قرار دارد و نه مطلوب. نتایج آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد که فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی ($P < 0/05$) همبستگی مثبت و معنی داری دارد.

همچنین نتایج آزمون فرضیه مشخص نمود که فرهنگ سازمانی با شاخص های کارآفرینی سازمانی: ساختار، $73/3$ ، اهداف و استراتژی، $0/430$ ، حمایت مدیریت، $0/271$ و سیستم پاداش و تشویق $0/256$ و در سطح ($P < 0/05$) همبستگی مثبت و معناداری دارد اما مقدار همبستگی بدست آمده بین فرهنگ سازمانی و سیستم آموزش و اطلاعات ($0/105$)، در سطح ($P > 0/05$), معنادار نبوده است.

وازگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، فرهنگ سازمانی، اداره کل تربیت بدنی استان تهران

¹.Denison Organization Culture Survey

².Cronbach,s Alpha

³.K-S Test

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: مقدمه و معرفی	
مقدمه	۱
مبانی نظری تحقیق	۳
کارآفرینی	
مفاهیم کارآفرینی	۳
اهمیت و ضرورت کارآفرینی	۴
سیر تاریخی کارآفرینی	۶
دیدگاه های مختلف در خصوص کارآفرینی	۹
طبقه بندی تعاریف کارآفرینی	۱۱
گونه شناسی کارآفرینی	۱۳
کارآفرینی سازمانی	
تعاریف و مفاهیم کارآفرینی سازمانی	۱۵
ضرورت کارآفرینی در سازمان	۲۰
استراتژی های کارآفرینی سازمانی	۲۱
خلاصه ویژگی های سازمان های کارآفرین	۲۴
شاخص سنجش کارآفرینی سازمانی	۲۵
محیط کارآفرینی سازمانی	۲۹
نتایج کارآفرینی سازمانی	۳۱
موانع کارآفرینی سازمانی	۳۳
منابع انسانی در سازمان های کارآفرین	۳۳

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۳۴.....	روش های کارآفرینی در ورزش
	فرهنگ سازمانی
۳۷.....	تعریف فرنگ
۳۸.....	مفهوم و تعریف سازمان
۳۹.....	تعریف فرنگ سازمانی
۴۰.....	اهمیت فرنگ سازمانی
۴۰.....	سطوح فرنگ سازمانی
۴۲.....	الگوی و ظایف فرنگ سازمانی
۴۲.....	انواع فرنگ سازمانی
۴۴.....	الگوهای اساسی تشریح فرنگ سازمانی
۵۱.....	فرهنگ سازمان کارآفرین
۵۵	بیان مسئله
۵۶.....	اهمیت و ضرورت تحقیق
۵۸	اهداف تحقیق
۵۸.....	هدف کلی
۵۸.....	اهداف اختصاصی
۵۸.....	فرضیه های تحقیق
۵۹.....	پیش فرض های تحقیق

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
محدودیت های تحقیق	
محدوده ای که توسط محقق اعمال شده است.	۵۹
محدودیت هایی که خارج از کنترل محقق است.	۵۹
تعریف مفاهیم و واژه های تحقیق	۶۰
فصل دوم: پیشینه تحقیق	
تحقیقات مربوط به کارآفرینی و فرهنگ سازمانی	۶۴
جمع بندی ادبیات پیشینه	۷۶
فصل سوم: روش تحقیق	
روش تحقیق	۷۷
جامعه آماری و نمونه تحقیق	۷۷
متغیرهای تحقیق	۷۷
تعاریف عملیاتی متغیرهای تحقیق	۷۷
ابزار اندازه گیری متغیرهای تحقیق	۷۹
۱. پرسشنامه دموگرافیک	۷۹
۲. پرسشنامه فرهنگ سازمانی	۷۹
۳. پرسشنامه کارآفرینی سازمانی	۸۰
روایی و پایایی پرسشنامه	۸۰
نحوه امتیازگذاری و تفسیر نتایج	۸۲
روش جمع آوری داده ها	۸۴

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
روش های آماری.....	۸۵.....
فصل چهارم : یافته های تحقیق	
توصیف آماری داده های مربوط به متغیرهای تحقیق.....	۸۷.....
آزمون فرضیه های تحقیق.....	۹۴.....
فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری	
خلاصه تحقیق.....	۱۰۴.....
بحث و نتیجه گیری.....	۱۰۷.....
پیشنهادهای برگرفته از یافته های تحقیق.....	۱۱۲.....
پیشنهاد هایی برای محققین دیگر.....	۱۱۳.....
منابع و مأخذ.....	۱۱۵.....
پیوست ها.....	

فهرست جدول ها

جدول	صفحه
جدول ۱ شاخص های سنجش کارآفرینی سازمانی.....	۲۹
جدول ۲ محیط کارآفرینانه درون سازمانی.....	۲۹
جدول ۳ مقایسه ویژگی های سازمان های سنتی و سازمان های کارآفرین.....	۳۳
جدول ۴ - مقایسه ارزش های فرهنگی در موسسات ژاپنی، آمریکایی نوع Z و آمریکایی معمولی.....	۴۶
جدول ۵ مقایسه فرهنگ سازمان های کارآفرین و بوروکراتیک.....	۵۳
جدول ۶ تفاوت گروه های کاری و کار گروهی.....	۵۵
جدول ۷ شاخص های بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی با توجه به سبک رهبری.....	۵۶
جدول ۸ بار عاملی سوالات پرسشنامه کارآفرینی سازمانی.....	۸۱
جدول ۹ پایابی پرسشنامه فرهنگ سازمانی.....	۸۲
جدول ۱۰ پایابی پرسشنامه کارآفرینی سازمانی.....	۸۲
جدول ۱۱ مولفه ها و شاخص های فرهنگ سازمانی و شماره سوالات.....	۸۳
جدول ۱۲ شاخص های کارآفرینی سازمانی و شماره سوالات مربوط.....	۸۴
جدول ۱۳ توزیع فراوانی جنسیت آزمودنی ها.....	۸۷
جدول ۱۴ توزیع فراوانی سن آزمودنی ها.....	۸۷
جدول ۱۵ توزیع فراوانی وضعیت تأهل آزمودنی ها.....	۸۸
جدول ۱۶ توزیع فراوانی رشته تحصیلی آزمودنی ها.....	۸۸
جدول ۱۷ توزیع فراوانی سابقه خدمت آزمودنی ها.....	۸۸
جدول ۱۸ توزیع فراوانی میزان تحصیلات آزمودنی ها.....	۸۹
جدول ۱۹ توزیع فراوانی پست سازمانی آزمودنی ها.....	۸۹
جدول ۲۰ شاخص های توصیفی مولفه های فرهنگ سازمانی.....	۹۰
جدول ۲۱ درصد میانگین و چارک هر کدام از شاخص های فرهنگ سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران بر اساس مدل دنیسون.....	۹۱
جدول ۲۲ شاخص های توصیفی مولفه های کارآفرینی سازمانی.....	۹۳
جدول ۲۳ ماتریس همبستگی بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی.....	۹۴
جدول ۲۴ ماتریس همبستگی بین فرهنگ سازمانی و شاخص های کارآفرینی سازمانی.....	۹۵
جدول ۲۵ ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و ساختار.....	۹۶
جدول ۲۶ ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و اهداف واستراتژی.....	۹۷
جدول ۲۷ ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و حمایت مدیریت.....	۹۸
جدول ۲۸ ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و سیستم پاداش و تشویق.....	۹۹

فهرست جدول ها

صفحه	جدول
۱۰۰	جدول ۲۹ ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و سیستم آموزش و اطلاعات
۱۰۱	جدول ۳۰ - ماتریس همبستگی مولفه های فرهنگ سازمانی و شاخص های کارآفرینی سازمانی
۱۰۱	جدول ۳۱ پیش بینی کارآفرینی سازمانی از طریق فرهنگ سازمانی
۱۰۲	جدول ۳۲ ضرایب پیش بینی کارآفرینی سازمانی از طریق فرهنگ سازمانی

فهرست شکل ها

صفحه	شکل
۴۲	شکل ۱ - سطوح فرهنگ سازمانی.....
۴۳	شکل ۲ - وظایف فرهنگ سازمانی.....
۴۷	شکل ۳ - مدل پنج عاملی فرهنگ سازمانی.....
۴۸	شکل ۴ - شمای سازمانی بر اساس مدل فرهنگ دنیسون.....
۵۲	شکل ۵ - برداشت های افراد از سازمان.....
۶۸	شکل ۶ - مدل بومی کارآفرینی سازمانی برای سازمان های غیردولتی ایران.....
۹۲	شکل ۷ - شمای سازمانی اداره کل تربیت بدنی استان تهران بر اساس مدل دنیسون.....

فصل اول

مقدمه و معرفی

مقدمه

عصر کنونی دوره تحولات شتابنده و غیرقابل پیش بینی است. وضعیت کنونی در جامعه بیانگر عدم توازن پیچیدگی های روز افزون سازمانها و عدم توانایی این سازمانها در پیش بینی و مقابله با این تحولات و پیچیدگی هاست. سازمانها برای مقابله با تهدیدات محیطی و استفاده از فرصت های احتمالی ناچارند ظرفیت ها و توانمندی های درونی خود را بشناسند، نقاط ضعف را ترمیم و به تقویت نقاط قوت پردازند. مسائل و مشکلات در سازمانها آنچنان پیچیده و در هم تنیده است که تشخیص مشکل به آسانی میسر نیست و ماهیت انسانی سازمانها و پیچیده بودن رفتارهای کارکنان این پیچیدگی را مضاعف نموده است. با چنین اوصافی سازمانها نبایستی در انتظار موج باشند، بلکه باید خود منبع موج و تحول گردند و در جهت بهبودی خود بکوشند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای جدید تمدن امروزی باشند (مقیمی، ۱۳۷۷). مدیران سازمانها نیاز شدیدی در ارتباط با توانایی های لازم برای هماهنگی با این تغییرات و تحولات را در خود احساس کنند (مارتینز^۱ و بلانچ^۲ ۲۰۰۳). موقفيت سازمانهای امروزی را به نسبت زیاد متکی بر خلاقیت نوآوری، کشف، اختراع و کارآفرینی می دانند (قهرمان تبریزی، ۱۳۸۴).

برخی کشورهای پیشرفته صنعتی برنامه های حمایتی گسترشده ای را از کارآفرینان تدوین نموده و به اجرا گذاشته اند (احمد آقایی، ۱۳۷۸). هر اندازه که نقش و اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی سازمانها و کشور بیشتر آشکار شود، ضرورت شناخت زمینه های کارآفرینی بیشتر احساس می شود.

کارآفرینی، به معنی انجام فعالیت هایی برای ایجاد و استفاده از فرصت های جدید اقتصادی و به دنبال آن کسب سود تلقی می شود (گربل^۳ و هونچ^۴ ۲۰۰۳، صمد آقایی ۱۳۷۸ و آدکرافت^۵ ۲۰۰۴). کارآفرینی سازمانی، شیوه برانگیختن و سپس بهره گیری از افراد در درون یک سازمان می باشد، شیوه ای که افراد فکر می کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر و اثربخش تر و کارآتر انجام دهند و حتی ممکن است در این طریق، ایده های نو و کاربردی را در راستای فعالیتهای سازمان، پیشنهاد داده و به اجرا در آورند (آدریچ^۶ ۲۰۰۲، کاترایت^۷ ۲۰۰۲ و ساراسوڈی^۸ ۲۰۰۴). از طریق توسعه ای رویه کارآفرینی در درون سازمانها، می توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف پذیری، رشد و نوآوری فائز آمد. از طریق پرورش افراد کارآفرین در درون سازمانها، مستلزم فراهم آوردن بستر مناسب و ترویج رویه کارآفرینی و ایجاد نظام استنبطی مشترک بین

1.Martinz

2.Blanch

3.Grebel

4.Haunch

5.Adcraft

6.Audretsch

7.Cartwright

8.Saraasvathy

اعضاست که این نظام فکری ، بایستی هم راستا با فرآیند کارآفرینی سازمانی باشد(سara سوڈی ۲۰۰۴ و ویکھو^۱ ۲۰۰۳).

هرچند برنامه و هدف سازمان که توسط مدیران سازمان طراحی و تدوین می‌گردد، اساس کارایی آن را تشکیل می‌دهد، اما تحقیقات بسیاری به این موضوع اشاره دارند که بازده مطلوب کاری بر اثر برآورده شدن نیازهای افراد سازمان توسط شمار دیگری از متغیرهای محیط کاری، از جمله فرهنگ سازمانی و سبک رهبری می‌باشد (کبرگ^۲ ۱۹۸۷، رهواری عزآبادی ۱۳۷۹، معرفتی ۱۳۸۳، کوروش قهرمان تبریزی ۱۳۸۴).

به دنبال رخ دادن تغییرات وسیع در جهان امروز و شدت یافتن رقابت‌ها و هجوم همزمان به سوی کارآفرینی و تاکید شرکتها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینان که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شوند، توجه بسیاری به طراحی استراتژی مناسب برای سازمانها و اجرای سریع و موثر آن شده است. از مهمترین عوامل موفقیت یا شکست در این حرکت می‌توان به فرهنگ سازمانی اشاره کرد. گاهی اعمال یک استراتژی تغییر به دلیل مخالفت فرهنگ سازمانی، که مجموعه اعتقادات و باورهای سازمان است، به تأخیر افتاده یا رد می‌شود و به دنبال آن سازمان رو به سقوط و از هم گسیختگی می‌گذارد. تاریخ مدیریت سازمانها نشان می‌دهد که تاکید بر روش‌های ثابت و عدم پذیرش تغییر در سازمان، به هیچ وجه با پیشرفت و حتی موجودیت سازمان همخوانی ندارد. با توجه به اهمیت کارآفرینی و فرهنگ سازمانی و ارتباطی که این دو در جهت اعمال استراتژی‌های جدید و تغییر در ساختار سازمانها دارد، بجاست که شناخت کامل و دقیقی از کارآفرینی سازمانی و فرهنگ سازمانی داشته باشیم تا بهتر بتوانیم از طریق فنون و تدابیر تغییر در فرهنگ سازمانی به پیشرفت کارآفرینی در سازمانها دست یابیم (مشبکی ۱۳۸۰، حسن اکبری ۱۳۸۴)

از طرفی ، ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی تامین سلامت و نشاط جامعه است. ورزش بر بهره‌وری ملی اثر گذاشته و در نتیجه بر رونق اقتصادی کشور تاثیر مثبت بر جای می‌گذارد. سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۸۳). ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت اقتصادی است. با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش می‌توان، فرصت‌های جدیدی را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد. (داریانی، ۱۳۸۱)، در تاکید بیشتر محققین اذعان نموده‌اند، فرهنگ سازمانی با همه کارهایی که در سازمان انجام می‌شود، در تماس است، در آنها نفوذ دارد و اولین مرحله‌ی پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان است. پس نتیجه این بحث تاکید می‌کند که سازمانهای ورزشی نیازمند بنیان نهادن فرهنگ سازمانی مبتنی بر کارآفرینی سازمانی هستند. (کاتراست ۲۰۰۲ و صمد آقایی ۱۳۷۸).

¹. Vecchio
². Koberg

مبانی نظری تحقیق

مطالب این بخش تحت سه عنوان کلی مطرح می‌شود.

(۱) کارآفرینی

در بحث کارآفرینی به موارد زیر اشاره خواهد شد:

مفهوم واژه کارآفرینی - اهمیت و ضرورت کارآفرینی - سیر تاریخی کارآفرینی - دیدگاههای مختلف درخصوص کارآفرینی - طبقه‌بندی تعاریف کارآفرینی - گونه‌شناسی کارآفرینی

(۲) کارآفرینی سازمانی

در بحث کارآفرینی سازمانی به موارد زیر اشاره خواهد شد:

تعاریف و مفاهیم کارآفرینی سازمانی - ضرورت کارآفرینی در سازمان - استراتژی‌های کارآفرینی سازمانی - مدل‌های کارآفرینی سازمانی - خلاصه ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین - خرده مقیاس‌های سنجش کارآفرینی سازمانی - محیط کارآفرینی سازمانی - نتایج کارآفرینی سازمانی - موانع کارآفرینی سازمانی - منابع انسانی در سازمان کارآفرین - روش‌های کارآفرینی در ورزش

(۳) فرهنگ سازمانی

در موضوع فرهنگ سازمانی موارد زیر مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت:

تعريف فرهنگ - مفهوم و تعريف سازمان - تعريف فرهنگ سازمانی - اهمیت فرهنگ سازمانی - سطوح فرهنگ سازمانی - الگوی وظایف فرهنگ سازمانی - انواع فرهنگ سازمانی - الگوهای اساسی تشریح فرهنگ سازمانی (۱-پارسونز ۲-اوishi ۳-لیت وین و استرینگر ۴-رابینز ۵-منوچهر کیا ۶-مارشال ساشکین ۷-ویژگی ها، شاخص‌ها و ابعاد فرهنگ سازمانی براساس مدل دنیسون) - فرهنگ سازمان‌های کارآفرین حال به تشریح موضوعات فوق پرداخته می‌شود.

(۱) کارآفرینی

مفهوم واژه کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «متعهد شدن»^۱ نشات گرفته است. بنابر تعريف واژه نامه دانشگاهی ویستر^۲: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه‌ی کارآفرینی، دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم کسانی را که در امر هدایت ماموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خوانندند. از آن پس درباره دیگر انواع مخاطرات^۳ نیز همین واژه با محدودیت‌هایی

¹. Undertake

². Websters New Collegiate Dictionary

³. Risks

مورد استفاده قرار می‌گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و استحکامات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را بکار برده‌اند (کوچران^۱، ۱۹۶۸، احمدپور داریانی ۱۳۷۷).

فرآیندی که بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد، کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست، سازمانی هم می‌تواند باشد. حتی شرکت‌های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می‌توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است (تامپسون^۲ و آلوی^۳، ۲۰۰۰، رضا ویسی ۱۳۸۵).

به عقیده «آرتور کول^۴» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است. از دیگر سو «روبرت نشتات^۵» فرهنگ کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها، اراضی نیازها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار می‌داند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰، رضا ویسی ۱۳۸۵).

اهمیت و ضرورت کارآفرینی

اقتصاد جهانی در حال ایجاد تغییراتی بنیادی و اساسی برای سازمانها و صنایع در سرتاسر جهان است. این تغییرات، شرکت‌های تجاری را ملزم می‌سازند تا به طور دقیق هدف خود را بررسی کرده، توجه فراوانی به انتخاب و دنبال کردن راهبردهایی داشته باشند که متنه به سطوحی از موفقیت با احتمال موفقیت بالا برای بسیاری از افراد ذینفع شود. بسیاری از شرکت‌های تاسیس شده در پاسخ به تغییرات سریع و چشمگیری که در محیط خارجی و داخلی شان ایجاد شده است، ساختار عملیات خود را بنیادی نو افکنده اند، در واقع، پس از سالها تغییر ساختار، برخی از این شرکتها از لحاظ فرهنگی، تجاری یا رقابتی با نیاکان خود کمتر شباهتی دارند. قرن جدید شاهد تاکید شرکتها بر نوآوری است. این تاکید جدید براندیشه کارآفرینی در اثنای اقتصاد کارآفرینی در دهه‌ای ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ توسعه یافت. پیتر دراکر^۶، کارشناس مشهور در امر مدیریت، چهار توسعه اصلی را شرح می‌دهد که پیدایش این اقتصاد را توضیح می‌دهد. نخست، تکامل سریع علم و فن آوری، استفاده از حرکت‌های کارآفرینی با فن آوری بالا را غنا بخشد. دوم، تمایلات جمعیتشی نظری وجود خانواده‌های دوشغلى، ادامه تحصیل بزرگسالان، و بالا رفتن میانگین سن جمعیت باعث شد تا پروژه‌های اقتصادی جدیدی پا بگیرند. سوم، بازار سرمایه گذاری به یک مکانیزم تامین مالی برای فعالیتهای کارآفرینی تبدیل شد. چهارم، صنایع آمریکا رفته رفته فرا گرفت که چگونه کارآفرینی را اداره کند (کوراتکو^۷ و هاجتس، ۱۳۸۳، ص ۷۴). بادر نظر گرفتن مطالب فوق مطالعه کارآفرینی به چندین دلیل مهم است اول کارآفرینی منجر به

¹.T.Cochran

².Thompson

³.Alvy

⁴.Arthur Cohl

⁵.Robert Neshtat

⁶.Kuratko

⁷.Hajtes

نوآوری و تغییر فنی می شود و ازاین رو رشد اقتصادی ایجاد می نماید . دوم همانطور که اقتصاددانان اتریش مطرح کرده اند، کارآفرینی فرایندی است که بدان وسیله عرضه و تقاضا برابر می گردد . سوم کارآفرینی فرایند مهمی است که بدان وسیله دانش جدید تبدیل به کالا و خدمات می شود . چهارم کارآفرینی یک حرفة مهم شده است و لازم است نقش آن را در توسعه سرمایه انسانی و هوشمند بشناسیم (Shin و همکاران^۱، ۲۰۰۳، ص. ۲۵۹). نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی است . این تحول با رشد و افزایش بازده همراه است که امکان تقسیم بین شرکت کنندگان مختلف را بیشتر فراهم می کند . چه چیزهایی، توسعه و تحول مورد نیاز را تسهیل می کند؟ یکی از نظریه های توسعه اقتصادی، نوآوری را عامل کلیدی معرفی می کند که نه تنها در تولید محصول (یا خدمات رسانی) جدید در بازار، بلکه در جلب سرمایه گذاری در فعالیت کارآفرینانه جدید نقش دارد . این سرمایه گذاری جدید در دو طرف عرضه و تقاضای معادله رشد نقش دارد، سرمایه جدید به وجود آمده برای گسترش ظرفیت رشد (طرف عرضه) به کار می رود و مخارج جدید حاصل از آن صرف خروجی و ظرفیت جدید مصرف (طرف تقاضا) می شود . علی رغم اهمیتی که سرمایه گذاری و نوآوری در توسعه اقتصادی منطقه دارند، فقدان درک فرآیند تکامل محصول همچنان باقی است . این فرآیندی است که از طریق آن نوآوری شکوفا می شود و با فعالیت کارآفرینانه تجاری می گردد که به نوبه خود به رشد اقتصادی می انجامد (Hirsrich و Pierz²، ۱۳۸۳، ص ۱۷). از جمله تغییرات و تحولات که اخیرا در سطح جهانی دیده می شود می توان به کوچک سازی شرکتها^۳ خصوصی سازی اقتصاد و رقابت جهانی مبتنی بر چالاکی، خلاقیت و نوآوری^۴ اشاره کرد که همه این تغییرات نقش کارآفرینی را در این عرصه نقشی بر جسته و قابل توجه کرده اند (Lee و Peterson^۵، ۲۰۰۰، ص ۴۰۱). اهمیت و ضرورت کارآفرینان در بخش های صنعت تجارت و خدمات چه در سازمانهای دولتی (انتفاعی و غیر انتفاعی) او چه در شرکت های خصوصی به حدی جدی و حیاتی تشخیص داده شده است که حتی در مقاطعه دیبرستان رشته کارآفرینی تدریس می شود . در سه دهه گذشته یعنی از سال ۱۹۷۸ تا سال ۱۹۹۰ تعداد دانشگاه هایی که رشته تحصیلی کارآفرینی با گرایش های مختلف را راه اندازی کرده اند از ۱۳۰ به ۵۰۰ دانشگاه افزایش یافته است (Smed آقایی، ۱۳۷۷، ص ۲۴). کشورهای غربی راه حلی را که برای عبور از رکودهای متوالی در اقتصادشان مورد توجه قرار داده اند توسعه کارآفرینی در این کشورها بوده است . در این میان کشور ایالات متحده آمریکا از دهه ۱۹۷۰ به این موضوع توجه جدی نموده و از دهه ۱۹۸۰ تاکنون توسعه و آموزش کارآفرینی به یکی از موضوعات راهبردی این کشور تبدیل شده است (McGinn، ۱۳۸۱، ص ۷) بطبق یافته های Brich^۶، شرکت های کارآفرین بیش از ۷۰٪ از توسعه شغلی را بین سالهای ۱۹۹۶ تا ۱۹۹۲ در آمریکا به عهده داشتند . یافته های مشابه در کشورهای دیگر

¹. Shane et al

². Hirsrich and Pierz

³. Downsizing

⁴. Agility , creativity innovation

⁵. Lee and Peterson

⁶. Brich

نیز این نتایج را تایید می کند ببراساس یک تحقیق انجام گرفته در سوئد، از هر ۱۰ شغل جدید، ۷ شغل توسط شرکت های کارآفرین ایجاد می شود(عباس زادگان، ۱۳۸۳، ص ۳۰ و اکبری، ۱۳۸۴). توجه عمومی در محیط تجاری امروزی بر کوتاه سازی چرخه زندگی تجاری و محیطی می باشد، در نتیجه، جریانات سودآوری آینده از عملیات جاری نامطمئن هستند و فعالیتهای تجاری نیاز دارند تا در جستجوی دائمی برای فرصتها جدید باشند. بنابراین آنها می توانند از بکارگیری گرایش استراتژیک کارآفرینی سود ببرند، گرایش استراتژیک شامل اراده برای خلاقیت است تا دوباره جوانی را به بازار ارائه دهد، قبول مخاطرات، تا تولیدات، خدمات و بازارهای نامطمئن را امتحان کند و از رقبای خود در جهت دستیابی به فرصتها بازاری جدید فعالتر باشد(ویلکلند و شفرد^۱، ۲۰۰۴، ص ۲ و اکبری، ۱۳۸۴).

سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

بررسی کلی در ادبیات کارآفرینی در خصوص ماهیت، مفهوم و یا ریشه و فلسفه کارآفرینی نشان می دهد عده انگشت شماری از دانشمندان مثل دیوید مک کللن^۲ به مفهوم ریشه ایی و گستردگی آن پرداخته اند، البته بسیار سطحی(صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۳). واژه کارآفرینی واژه ایی نو، که از کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن دست یافت. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار رفته و در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبانها راه یافته است. کارآفرینی می تواند عنوان روش های کسب و کاری تعریف شود که با رشد و ترقی مرتبط است، بیشتر کنشگرایانه است تا واکنش پذیر، مشتری مدار است، و مخاطره های یک شرکت جدید را می پذیرد. روش عمدۀ ای که در یک دنیای کسب و کار و تجارت شخص کارآفرین را از سایرین متفاوت می کند استفاده از فرصت ها و پویایی های یک سازمان است(کارترایت^۳، ۲۰۰۲، ص ۷).

بسیاری از اقتصاددانان و سیاستمداران معتقدند که کارآفرینی بر رشد و تولید ناخالص ملی اثر مثبتی دارد، کارآفرینی قلب مزیت ملی است. شومپتر در تئوری اقتصادی به نقش کارآفرینین به عنوان علت عمدۀ توسعه اقتصادی تأکید می کند(کری و ثوریک^۴، ۲۰۰۲، ص ۳). کارآفرینی، مفهومی ابتکاری است که بوسیله شومپتر^۵ (۱۹۳۶) بوجود آمد، شومپتر تفاوت بین کارآفرینی به عنوان یک عملکرد و کارآفرین به عنوان یک شخص قائل بود، کارآفرین می تواند هر کسی باشد که نوآوری را ایجاد می کند، او می تواند یک مرد تجاری مستقل، یک کارمند یا مدیر یک شرکت و ... باشد. کارآفرین به عنوان یک عامل تخریب تعادل در یک شرکت (یا اقتصاد) بطوریکه با بکارگیری خلاقیت و کاربرد ترکیبات جدید از منابع اشاره دارد. عملکرد کارآفرینی می تواند در درون یا سرتاسر سازمان رخ دهد (وکچیو^۶، ۲۰۰۳، ص ۳۰۵).

¹. wiklund and Shepherd

². David mac kelend

³. Cartwright

⁴. Cary and Siurik

⁵. Schumpeter

⁶. Vecchio

میلر^۱ (۱۹۹۰) بیان می کند که استراتژی های کارآفرینی احتمالاً موقتند، وقتی که مشتریان بر طیفی از خدمات منحصر به فرد و نوآورانه توجه می کنند، این استراتژی با یک محیط پویا منطبق می باشد، محیط های پویا با مشتریان و رقبای غیر قابل پیش بینی مرتبط می باشد و نرخ تغییر در جریانات بازار نوآوریهای صنایع زیاد می باشد (ویلکلند و شفرد^۲، ۲۰۰۴، ص ۷).

کارآفرین ترجمه واژه خود از لفظ فرانسوی Entrepreneur به معنای عهده دار شدن کاری گرفته شده است. کارآفرین کسی است که سازمان دهی، مدیریت، و پذیرفتن خطرات یک شرکت تجاری را عهده دار می شود. امروزه، کارآفرین فردی نوآور یا توسعه گر است که فرصتها را تشخیص می دهد و آنها را به چنگ می آورد، آن فرصتها را به فکرهای عملی قابل فروش تبدیل می کند. از طریق پول، زمان و مهارت، بهره گیری از این فرصتها را تحقق می بخشد. کارآفرین شتاب دهنده تغییرات در جهان تجارت است. او اندیشمندی مستقل است که جرأت می کند در محیطی از رویدادهای متدال، متفاوت باشد (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳، ص ۵۰). بنابر تعريف واژه نامه وبستر کارآفرین کسی است که متعدد می شود مخاطره یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی کرده و تقبل نماید (هیسریچ، ۱۹۹۸، ص ۳). واژه کارآفرینی اولین بار در قرن شانزدهم در فرانسه برای توصیف فرماندهان دولتی^۳ به کار رفته که سربازان مزدور را برای خدمت به شاهزادگان و شهراها به خدمت می گرفتند (کافمن و دانت^۴، ۱۹۸۸، ص ۶). اما استعمال این واژه در محیطهای بازرگانی به قرن هیجدهم بر می گردد یعنی زمانی که ریچارد کانتیلون^۵ عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد:

۱- مالکین زمین ۲- عوامل اقتصادی دستمزد بگیر ۳- آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می کنند.

حدود سال ۱۸۰۰ میلادی ژان باتیست سه^۶ کارآفرینی را مختص فردی می دانست که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره وری و سود پایین تر به حوزه دارای بهره وری و سود بالاتر منتقل می نمود. با ظهور اصول اقتصادی نوکلاسیک به مفهوم کارآفرینی و کارآفرین دیگر مورد توجه اقتصاددانان نبود. زیرا اصول اقتصادی کلاسیک فقط به دنبال بهینه ساختن منابع موجود برای دستیابی به تعاون و توازن بودند. تمرکز بر بهینه سازی منابع موجود در بطن نیروهای خارجی به نقطه ثقل اصول اقتصادی رایج تبدیل شده بود. شومپتر^۷ تنها اقتصاددان بر جسته ای بود که با تمرکز بر تحلیل اقتصادی بر پویایی های حیات اقتصادی و پویایی های عدم توازن که با توازنی ایستاد تعارض بود، از اصول اقتصادی نوکلاسیک خارج شد. او کارآفرینی را، نقطه ثقل تئوریهایش در مورد توسعه اقتصادی و سازوکار تغییر اقتصادی می دانست. شومپتر کارآفرینی را به

۱. Miller

۲. Viklund and Shepherd

۳. Captains of fortune

۴. Kaufmann and Dant

۵. Richard Cantillon

۶. Jean Baptiste Say

۷. Schumpeter