

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه صنعتی اصفهان  
دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها

## کارآفرین سازمانی : عامل ساختار شکنی در بخش عمومی (حوزه مورد مطالعه دانشگاه صنعتی اصفهان)

پایان نامه کارشناسی ارشد مهندسی سیستم های اقتصادی-اجتماعی

طهماسب نظری

استاد راهنما

دکتر جمشید پرویزیان



دانشگاه صنعتی اصفهان  
دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها

پایان نامه کارشناسی ارشد مهندسی سیستم های اقتصادی-اجتماعی

آقای طهماسب نظری

تحت عنوان:

**کارآفرین سازمانی : عامل ساختار شکنی در بخش عمومی**  
(حوزه مورد مطالعه دانشگاه صنعتی اصفهان)

در تاریخ ۱۳۸۷/۲/۱۸ توسط کمیته تخصصی زیر مورد بررسی و تصویب نهایی قرار گرفت.

۱- استاد راهنما پایان نامه : دکتر جمشید پرویزیان

۲- استاد مشاور پایان نامه : دکتر غلامعلی رئیسی اردلی

۳- استاد داور : دکتر سروش علیمرادی

۴- سرپرست تحصیلات تکمیلی دانشکده : دکتر مهدی بیجاری

## سپاسگزاری و قدردانی

از خداوند بزرگ که قابل اعتمادترین راهنما و بی‌منت‌ترین راهگشاست سپاسگزارم.  
از خانواده عزیزم برای تمامی زحماتشان تشکر می‌کنم.  
از استاد راهنمای بزرگوارم جناب آقای دکتر جمشید پرویزیان به خاطر راهنمایی‌های صبورانه و تشویق‌هایشان در تمام مراحل اجرایی این تحقیق صمیمانه سپاسگزارم.  
از استاد مشاور محترم جناب آقای غلامعلی رئیسی اردلی که در انجام این پایان‌نامه از کمک‌های ایشان بهره‌گرفتم، تشکر می‌کنم.  
از استاد محترم آقای دکتر علیمرادی که زحمت بازخوانی و داوری این پایان‌نامه را بر عهده داشتند، کمال تشکر را دارم.  
از دوستان عزیز آقایان تقی رضوان، نیما ذاکری، احسان میرجعفری، عبدالمتین شیرمحمدلی، حمیدمرادی، مجتبی طلوعی حکم آبادی، محسن امیری، حمید ساده نائی، علیرضا حق پناهی، پیمان اشراقی، میثم اکبرزاده، هادی کریمی، ابراهیم کاظمی، مهدی عباسی، مهدی خاشعی و خانم‌ها شیرین فیض، آزاده افشاری، ساره ربیعی، مریم قزل حصاری، لادن امید، الهام نصیری، اعظم دانش، مریم زیاری و سمیه علوی به خاطر بوجود آوردن لحظات فراموش‌نشده تشکر و برای تک‌تک آنها آرزوی موفقیت دارم.

طهماسب نظری

اردیبهشت ماه ۱۳۸۷

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و  
نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع این پایان‌نامه متعلق به  
دانشگاه صنعتی اصفهان است

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
هشت	فهرست مطالب
۱	چکیده فارسی
<b>فصل اول: کلیات تحقیق</b>	
۲	۱-۱-عنوان تحقیق
۲	۲-۱-مقدمه
۳	۳-۱-هدف تحقیق
۳	۴-۱-زمینه یا فرضیه ها
۳	۵-۱-سوالات آغازین
3	۶-۱-ساختارپایان نامه
<b>فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع</b>	
5	۱-۲-مقدمه
6	۲-۲-مفهوم کارآفرینی
9	۳-۲-سابقه کارآفرینی در دنیا
10	۴-۲-سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی
11	۵-۲-سابقه کارآفرینی در ایران
12	۶-۲-کارآفرینان مستقل (شخصی)
12	۷-۲-کارآفرینی سازمانی
15	۸-۲-مدل کارآفرینی شرکتی
16	۹-۲-توانمند سازی های کارآفرینی شرکتی
16	۱-۹-۲-حالت اول کارآفرینی شرکتی (کارآفرینی سازمانی)
17	۱-۱-۹-۲-بررسی توانمندسازی های فرم اول کارآفرینی شرکتی
17	۲-۹-۲-حالت دوم کارآفرینی شرکتی (تیم های کارآفرینی)
17	۱-۲-۹-۲-توانمند سازی حالت دوم کارآفرینی شرکتی
18	۳-۹-۲-حالت سوم کارآفرینی شرکتی
18	۱-۳-۹-۲-توانمند سازی حالت سوم کارآفرینی شرکتی
18	۴-۹-۲-حالت چهارم کارآفرینی شرکتی (سازمان کارآفرین)
19	۱-۴-۹-۲-توانمند سازی حالت چهارم کارآفرینی شرکتی
19	۱۰-۲-مشخصات کارآفرینان سازمانی
20	۱۱-۲-نقش و اهمیت کارآفرینان (سازمانی و مستقل) در جامعه
21	۱۲-۲-تفاوت های کارکردی کارآفرینی مستقل با کارآفرینی سازمانی

21	..... تفاوت کارآفرینی درون سازمانی و کارآفرینی سازمانی
22	..... مراحل کارآفرینی درون سازمانی
24	..... موانع و محدودیت ها برای کارآفرینی سازمانی
24	..... ماهیت سازمان های بزرگ
24	..... عوامل موفقیت کارآفرینان سازمانی
26	..... مدل کارآفرینی درون سازمانی
26	..... استراتژی های کارآفرینی سازمانی
27	..... جمع بندی و نتیجه گیری

### فصل سوم: روش شناسی تحقیق

28	..... 1-3-آزمون مربوط به میانگین های توزیع نرمال، واریانس نامعلوم
29	..... 2-3-ارزیابی اوزان برای شاخص ها
30	..... 3-3-روش مجموع ساده وزین (SAW)
31	..... 4-3-جامعه آماری
31	..... 5-3-اعتبار ابزار تحقیق
31	..... 1-5-3-اعتماد پذیری پرسشنامه

### فصل چهارم: بررسی ویژگی های کارآفرینان سازمانی و مطالعه موردی در دانشگاه صنعتی اصفهان

34	..... 1-4-عوامل سازمانی موثر در موفقیت کارآفرینی سازمانی
34	..... الف) سیستم ها
36	..... ب) ویژگی های فرهنگ
40	..... ج) ویژگی های ساختار
42	..... د) حمایت مدیریت
44	..... ه) اهداف و استراتژی ها
44	..... 2-4-عوامل شخصی موثر در موفقیت کارآفرینی در سازمان
45	..... الف) سطح مدیریت و رهبری
46	..... ب) سطح کارمندان
48	..... مطالعه موردی

### فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری، پیشنهادات

63	..... 1-5-مقدمه
64	..... 2-5-جمع بندی و نتیجه گیری

68	..... ۳-۵- پیشنهاد جهت تحقیقات آتی
70	..... منابع و مراجع
73	..... پیوست



### **چکیده:**

نقش و اهمیت کارآفرینی به عنوان محرک توسعه، در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بیش از گذشته نزد دولت، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور مطرح می‌باشد. طی چند سال اخیر، دولت‌ها به طور جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند. با توجه به ساختار اقتصادی - اجتماعی و سیاسی کشورها، نیاز کارآفرینان نیز متفاوت است. بنابراین شناخت و آگاهی نسبت به این نیازها برای تعیین سیاست‌ها و برنامه‌های دولت ضروری است.

تحقیق حاضر به منظور تعیین عوامل موثر بر کارآفرینی در سازمان با استفاده از تکنیک‌های آماری انجام گرفته است. در این تحقیق ابتدا عوامل تاثیر گذار بر ایجاد کارآفرینی با استفاده از منابع موجود و نظرات کارشناسان تعیین شده است. سپس با استفاده از عوامل استخراج شده، پرسشنامه‌ای برای تعیین میزان اهمیت نسبی هر یک از عوامل تهیه گردید. پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده مورد تجزیه و تحلیل‌های آماری قرار گرفتند و معیارهای به کار رفته از لحاظ اهمیت رتبه‌بندی شدند. و در مرحله بعد، نتایج حاصله مورد بررسی قرار گرفتند.

## فصل اول

### کلیات تحقیق

#### ۱-۱- عنوان تحقیق

کارآفرین سازمانی: عامل اصلی ساختار شکنی در بخش عمومی (حوزه مورد مطالعه دانشگاه صنعتی اصفهان)

#### ۱-۲- مقدمه:

تغییر و تحولات دهه‌های اخیر به قدری عمیق، گسترده و سریع اتفاق افتاده که تمامی ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی به طور محسوس و نامحسوس، تحت تاثیر آن قرار گرفته است. در این شرایط، نیازها و خواسته‌های بشری از تنوع و تعدد رو به تزایدی برخوردار شده است و سازمان‌ها برای پاسخگویی بهتر در مقابل مشتریان در راستای اهداف خود که همانا بقاء، سودآوری و رشد است، باید با بهره‌گیری از توان خلاقیت کارکنان (که سرمایه اصلی آنها را تشکیل می‌دهند) ضمن نوآوری در محصولات و خدمات، توانایی خود را در جهان رقابتی افزایش دهند.

در چنین فضایی نقش و جایگاه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی و توسعه یافته، بسیار بارزتر، حساس‌تر و اثر بخش‌تر از گذشته نزد دولت مردان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان مطرح می‌باشد. به دلیل ارتباط تنگاتنگ خلاقیت و کارآفرینی، بسیاری از کشورهای توسعه یافته مطابق شرایط، امکانات و نظام ارزشی و اقتصادی خود اقدام به طراحی و اجرای نظامی تحت عنوان نظام ملی نوآوری نموده‌اند. در کشور ما نیز جهت اقدام در

این زمینه آشنایی با درک مفاهیم و تعاریف از ضروریات اجتناب ناپذیر است. چرا که اولین مرحله برای توسعه موضوع کارآفرینی از سالهای ۱۹۵۰ به بعد در غرب مطرح شد، همانا مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب های زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه های سریع پولدار شدن و تعاریف و نظریه هایی در این خصوص بوده که بعد از آن آموزش کارآفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی و غیره مطرح شده و از سال ۱۹۷۰ به بعد دولت ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاه های کوچک، تشویق رشد شرکت های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری های صنعتی علاقه مند شدند.

### ۱-۳-هدف تحقیق

هدف این تحقیق مطالعه نقش کارآفرینان سازمانی در ایجاد تحول در سازمان است. همچنین به تعیین معیارهای مختلف ارزیابی سازمان هایی که به کارآفرینان سازمانی اجازه رشد می دهند پرداخته شده و در مطالعه موردی انگیزه ها و زمینه های رشد کارآفرینان سازمانی در دانشگاه صنعتی اصفهان مورد تحلیل قرار می گیرد.

### ۱-۴-زمینه یا فرضیه ها

سازمان هایی که محیط لازم برای کارآفرینی را در داخل سازمان به وجود می آورند نقش موثری در نوآوری، ایجاد ثروت و افزایش بهره وری در مجموع اقتصاد خواهند داشت.

### ۱-۵-سوالات آغازین:

- ۱- مفهوم کارآفرینی چیست؟
- ۲- کارآفرین مستقل، سازمان کارآفرین و کارآفرین سازمانی چیست؟
- ۳- ویژگی های سازمان های کارآفرین چه می باشد؟

### ۱-۶-ساختار پایان نامه:

در این تحقیق ابتدا به مطالعات اکتشافی پیرامون موضوع، تعیین منابع اولیه جهت مراجعه، مطالعه، جمع مطالعه ادبیات تحقیق، مفهوم کارآفرینی و انواع کارآفرینی پرداخته و در ادامه فهرست ویژگی های افراد کارآفرین و سازمان های کارآفرین ارائه شده که نهایتاً در حوزه خاصی به بررسی این ویژگی ها پرداخته می شود. در فصل دوم به مطالعه ادبیات تحقیق پرداخته می شود و فصل سوم به روش تحقیق این پایان نامه اشاره شده، در فصل چهارم به تعیین ویژگی های مورد نیاز برای سازمان های کارآفرین و بررسی آن در دانشگاه صنعتی اصفهان پرداخته و نهایتاً در فصل پنجم به جمع بندی و نتیجه گیری کلی اشاره شده است.

## فصل دوم

### مروری بر ادبیات موضوع

#### ۲-۱- مقدمه

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعه آن، موجب گردیده موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. کشورهای مختلف راه حلی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده‌اند، توسعه فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، ارائه آموزش‌های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه بوده است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش‌آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آنها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند را مهار نمایند. از جمله این کشورها می‌توان به ایالات متحده، کشورهای اتحادیه اروپایی، کشورهای جنوب شرق آسیا، چین، برخی از کشورهای آمریکای لاتین، آفریقایی و اقیانوسیه را نام برد. از آنجا که مفاهیم مطرح در علوم انسانی همانند مفاهیم مطرح در علوم تجربی قطعی نیستند، لذا ارائه تعریف قطعی و مشخصی برای آنها دشوار یا غیر ممکن است. کارآفرینی هم که از واژه‌های مطرح در علوم انسانی است، از این قاعده مستثنی نیست. دانشمندان و محققین علوم مختلف اقتصادی، اجتماعی، روانشناسی و مدیریت که در مورد کارآفرینی مطالعه و نظراتی

ارائه کرده‌اند، تعاریف مختلفی از کارآفرینی مطرح نموده‌اند که ویژگی‌های گاه متفاوت یا متناقضی دارند. تعریفی از کارآفرینی که تقریباً شامل همه تعاریف‌های ارائه شده از آنان باشد، عبارت است از: «کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با به کارگیری منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و تشکیل شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد‌یابنده نموده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد» [1].

در دایره‌المعارف بریتانیکا، کارآفرین اینگونه تعریف شده است: «شخصی که کسب و کار و یا موسسه اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آنرا می‌پذیرد».

واژه کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آنکه به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول گردید. این واژه معادل کلمه فرانسوی *Entreprendre* و به معنای «متعهد شدن»<sup>۱</sup> می‌باشد که در سال ۱۸۴۸ توسط «جان استوارت میل»<sup>۲</sup> به کارآفرین (*Entrepreneur*) در زبان انگلیسی ترجمه شد [2].

## ۲-۲- مفهوم کارآفرینی

با تحولات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و مواجهه‌ی اقتصادهای ملی با اقتصاد جهانی و مطرح شدن پدیده‌هایی همانند «جهانی شدن اقتصاد» و «فن‌آوری اطلاعات»، مباحث اساسی درخصوص راهکارهای مختلف برای تسریع فرآیند رشد و توسعه پایدار و رفاه اقتصادی مطرح می‌گردد. یکی از این مباحث جدید، نقش کارآفرینان در این فرایند می‌باشد. کارآفرینی از مفاهیم جدیدی است که حداقل در محدوده علم اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و سایر مقوله‌های مرتبط با این موضوع قدمتی بسیار کوتاه داشته و از مفاهیم رو به گسترش می‌باشد. به دلیل آنکه معنای تحت‌اللفظی «کارآفرینی» نمی‌تواند عمق محتوی و مفهوم این واژه را مشخص نماید و برای جلوگیری از فهم نادرست این موضوع یا واژه با سایر واژه‌ها و برای رسیدن به فهم و فرهنگ مشترک از آن، معرفی و شناساندن این واژه بسیار مهم می‌نماید. این که کارآفرینی چیست؟ کارآفرین کیست؟ فرآیند کارآفرینی چگونه است؟ نقش و تاثیر کارآفرینی و کارآفرینان در ابعاد توسعه و رشد اقتصادی و متغیرهای کلان اقتصادی همانند اشتغال چیست؟ نقش آموزش و تجربه در رشد کارآفرینی چه میزان است؟ سوالهایی هستند که باید برای رسیدن به این فرهنگ مشترک به وضوح و مبسوط پاسخ داده شود.

به‌طور کلی «کارآفرینی» از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون زندگی حضور داشته و مبنای تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده است. لیکن تعاریف زیاد و متنوعی از آن در سیر تاریخی و روند تکامل موضوع بیان شده است، که برخی از این تعاریف ارائه می‌گردد:

---

<sup>1</sup> Undertake

<sup>2</sup> J. S. Mill

- در فرهنگ وبستر<sup>۳</sup> کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

- خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهائی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهائی طبق قرارداد (برنارد دو بلیدور<sup>۴</sup>).

- کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولات قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند (ریچارد کانتیلون<sup>۵</sup>) [3].

- کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را برعهده می‌گیرد (جان باتیست سی<sup>۶</sup>) [4].

- کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل به ویژه جنبه‌های غیراقتصادی جامعه و موسسات انتفاعی تاسیس شده برای تمتع از مزیت‌های اقتصادی و ارضاء آرزوهای اقتصادی (آرتور کول<sup>۷</sup>) [5].

- کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی درخصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد (کاسون<sup>۸</sup>) [6].

- کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد (ویلکن<sup>۹</sup>) [7].

- کارآفرین فردی است که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهد (کرچهوف<sup>۱۰</sup>) [1].

- "رابرت لمب"<sup>۱۱</sup> معتقد بود که «کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می‌شود و نقش عمده کارآفرینان را اجرای فرآیند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست [8].

- "هربرتون ایوانز"<sup>۱۲</sup> معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کار مورد نظر را بر عهده داشته و یا آن را می‌پذیرد [8].

<sup>3</sup> Webster's New Collegiate Dictionary

<sup>4</sup> Bernard F. De Belidar

<sup>5</sup> R. Cantillon

<sup>6</sup> Jean Baptiste Say

<sup>7</sup> A. Cole

<sup>8</sup> M. Casson

<sup>9</sup> Wilken P.

<sup>10</sup> B-Kirchhoff

<sup>11</sup> R.K. Lamb

<sup>12</sup> Herberton G. Evans

- "ردلیچ"<sup>۱۳</sup> معتقد است که کارآفرین در حالی که مدیر، سرپرست و هماهنگ کننده فعالیت‌های تولید است، برنامه‌ریز، نوآور و تصمیم‌گیرنده نهایی در یک شرکت تولیدی نیز می‌باشد [9].
- "مک کله‌لند"<sup>۱۴</sup> معتقد بود که کارآفرین کسی است که یک شرکت (یا واحداقتصادی) را سازماندهی می‌کند و ظرفیت تولیدی آن را افزایش می‌دهد [9].
- "پنروز"<sup>۱۵</sup> جنبه اصلی کارآفرینی را همانا شناسایی و بهره‌برداری از کارهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکت‌های کوچکتر می‌داند [10].
- کارلند<sup>۱۶</sup> معتقد است که کارآفرین فردی است که جهت دستیابی به سود و رشد، شغلی را به وجود می‌آورد و مدیریت می‌کند [11].
- چل<sup>۱۷</sup> و هاورث<sup>۱۸</sup> در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینان افرادی هستند که قابلیت مشاهده و ارزیابی فرصت‌های تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی به ارزیابی حاصل از آن را داشته و می‌توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند [12].
- پیتر دراکر<sup>۱۹</sup> معتقد است، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید [13].
- ادی<sup>۲۰</sup> و الم<sup>۲۱</sup> معتقدند که کارآفرین فردی است که مایل و قادر به مخاطره‌پذیری است و در عین حال ابزار تولیدی و اعتباری را در هم می‌آمیزد تا به سود یا اهداف دیگری همچون قدرت و احترام اجتماعی دست یابد [14].
- تراپمان<sup>۲۲</sup> و مورنینگ استار<sup>۲۳</sup> در کتاب «نظام‌های کارآفرینانه» در دهه ۱۹۹۰ می‌نویسند: کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری؛ کارآفرین فردی است که فرصت‌ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تاثیر اندیشه محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند [15].

---

<sup>13</sup> F. Redlich

<sup>14</sup> D. McClelland

<sup>15</sup> E. Penrose

<sup>16</sup> J.C. Carland

<sup>17</sup> E. Chell

<sup>18</sup> J. Haworth

<sup>19</sup> P. Draker

<sup>20</sup> G. Eddy

<sup>21</sup> K. Olm

<sup>22</sup> J. Torpman

<sup>23</sup> G. Morningstar

- جفری تیمونز<sup>۲۴</sup> در خصوص کارآفرینی می‌نویسد: «کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جامعه می‌باشد [16].

- دیوید مک کران<sup>۲۵</sup> و اریک فلانیکان<sup>۲۶</sup> کارآفرینان را افرادی نوآور، بافکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کاری‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکتهایی نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌نمایند [17].

در واقع، هنوز هم تعریف کامل، جامع و مورد پذیرش همه صاحب‌نظران ارائه نشده است، لیکن در این بین تئوری و تعاریف اقتصاددان مشهور اتریشی به نام «جوزف شومپتر»<sup>۲۷</sup> از کارآفرینی و نقش کارآفرینان در فرآیند توسعه مورد توافق و ارجاع اکثر محققین در این زمینه است:

بر طبق نظر وی کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه می‌باشد و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. شومپتر مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» می‌داند و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف کرد. وی در کتاب «نظریه اقتصاد پویا» اشاره می‌کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌گردد و این‌ها مشخصه یک اقتصاد سالم هستند [6].

## ۲-۳- سابقه کارآفرینی در دنیا:

در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در کار مأموریت نظامی بودند کارآفرینی خواندند و پس از آن نیز برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد درباره پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است [2].

کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند. ژوزف شومپتر با ارائه نظریه توسعه اقتصادی خود در سال ۱۹۳۴ که همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را «پدر کارآفرینی» لقب داده‌اند. از نظر وی «کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است» و نقش کارآفرینی عبارت است از «نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد» [2].

<sup>24</sup> J. Timmons

<sup>25</sup> D. Mckeran

<sup>26</sup> E. Flannigan

<sup>27</sup> J. Schumpeter



کارآفرینی از سوی روانشناسان و جامعه‌شناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی‌ها ظرا به عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت‌ها و گروه‌های جامعه پرداخته‌اند.

دانشمندان مدیریت به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها پرداخته‌اند.

## ۲-۴- سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

به طور کلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق، سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم نمود [18]:

دوره اول:

قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی: در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه‌ها همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و غیره از سوی دولت‌های محلی به آنها واگذار گردید، کارآفرین اطلاق می‌شد. در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.

دوره دوم:

قرن ۱۷ میلادی: این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره‌پذیری به کارآفرینی اضافه شد. کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعت‌گران و دیگر مالکان خصوصی می‌باشد.

دوره سوم:

قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی: در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند، بین کارآفرین و تأمین‌کننده سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.

دوره چهارم:

دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی: در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

دوره پنجم:

دوران معاصر (از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون): در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع‌کننده این سازوکار، جلب توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند.

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است:

موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب های زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه های سریع پولدار شدن می باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع می شود.

موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته های آموزش کارآفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه ها به سایر رشته ها نیز تسری یافته است.

موج سوم: این موج شامل افزایش علاقه مندی دولت ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاه های کوچک، تشویق رشد شرکت های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری های صنعتی می شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است.

## ۲-۵- سابقه کارآفرینی در ایران:

علی رغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات و همچنین مؤسسه جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت های آنها، مطرح شده است. متأسفانه واژه کارآفرینی که ترجمه ای از کلمه Entrepreneurship است، موجب گردیده است که معنی ایجاد کار و یا اشتغال زایی از این واژه برداشت شود. در حالی که کارآفرینی دارای مفهومی وسیع تر و با ارزش تر از اشتغال زایی است. این برداشت نا صحیح از این مفهوم و همچنین تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (بویره در بین دانش آموزان دانشگاهی)، موجب شده بسیاری از سیاست هایی که برای توسعه آن اتخاذ شده و نیز در بخشنامه ها و سخنرانی های مسئولان در این خصوص، صرفاً جنبه اشتغال زایی برای آن در نظر گرفته شود. در حالی که کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند بارور شدن خلاقیت ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است و در صورتی که فقط به جنبه اشتغال زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی بهره خواهیم ماند [19].

## ۲-۶- کارآفرینان مستقل (شخصی):

اساساً سه انگیزه اولیه باعث می شود که کارآفرینان برای خود، کار کنند که عبارتند از:

- نیاز به پیشرفت

- علاقه به آزادی و استقلال

- احتیاج به رضایت شغلی

صاحب‌نظران و اندیشمندان در باره کارآفرینان مستقل نظرهای متنوعی اظهار داشته اند:

- کارآفرین کسی است که فرصتی را کشف و برای پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می کند.

- کارآفرین کسی است که عمدتاً به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را تأسیس و اداره می کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است [20].

## ۲-۷- کارآفرینی سازمانی

از اوایل دهه ۸۰، بعد دیگری از فعالیت های کارآفرینانه در کسب و کار مورد توجه قرار گرفت که به نام کارآفرینی سازمانی مشهور شده است. این نوع کارآفرینی شباهت بسیاری با کارآفرینی مستقل دارد (در قالب تأسیس یک واحد جدید کسب و کار) و تنها تفاوت آن در این است که کارآفرین، درون سازمانی که از قبل وجود دارد عمل می نماید. در واقع فرد کارآفرین در سازمان هایی که از قبل آماده شده اند (معمولاً سازمان های بزرگ) همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می نمایند و فعالیت های وی ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید در چارچوب سازمان فعلی است که شرکت ها را به سوی رشد و سودآوری سوق می دهد. فرایند مذکور نیز کارآفرینی سازمانی نامیده شده است. البته این اولین گام در جهت نهادینه کردن فعالیت های کارآفرینی در سازمان های موجود است. به این ترتیب مفهوم تیم های کارآفرینی و سازماندهی آنها در سازمان ها و تبلور و تسری فرهنگ کارآفرینی در کل شرکت شکل گرفت و مفهوم جدیدی از کارآفرینی به نام کارآفرینی شرکتی پدیدار شد که در آن کل شرکت و کارکنان آن دارای روحیه کارآفرینی هستند. اما چرا فعالیت های کارآفرینانه متوجه درون سازمان های از قبل ایجاد شده (معمولاً سازمانهای بزرگ یا دولتی بوروکرات) شد؟ [20]

مهمترین علل پیدایش کارآفرینی سازمانی و بعد کارآفرینی شرکتی را می توان این گونه برشمرد:

۱. افزایش رقابت در بازار

۲. خروج شایسته ترین کارکنان شرکت که دارای روحیه کارآفرینی (نوآوری، مسئولیت پذیری، مخاطره پذیری) هستند و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل

در نتیجه دو عامل فوق و دیگر عوامل تاثیر گذار در بازار، نسبت به شیوه های سنتی مدیریت در شرکت ها بی اعتمادی ایجاد شد. همچنین دوران قائم به فرد بودن شرکت ها و موفقیت آنها در حال گذر بود [21]. بنابراین آنچه مورد توجه شرکت ها قرار گرفت شناسایی علل ترک افراد با روحیه کارآفرینی و در نتیجه کاهش استعدادهای کارآفرینی شرکت با توجه به ماهیت شرکت های بزرگ (و همچنین شرکت های دولتی) و سپس تلاش در جهت رفع آن موانع و محدودیت ها بود. در واقع از پیدایش این مفهوم جدید از کارآفرینی، شرکت ها با چالش هایی در این ارتباط روبرو شده اند که با توجه به میزان اختلافی که بین وضعیت موجود و مطلوب وجود داشته است از یک طرف و شدت رقابت در بازار و میزان

وابستگی صنعت مورد نظر به فعالیت های خلاقانه و کارآفرینانه از طرف دیگر، تصمیم گیری کرده اند. به عنوان نمونه در صنایع پیشرفته و دانش محور که اساسی ترین عامل بقا و رشد آنها نوآوری و کار آفرینی است، ضرورت توسعه سازمان در راستای نهادینه سازی فرهنگ کارآفرینی و حرکت به سوی کارآفرینی شرکتی، ملموس ترین و حیاتی ترین بوده است [5].

بدین ترتیب طی دو دهه اخیر، ابعاد مختلف شرکت های کارآفرین مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته و با شرکت های غیر کارآفرین با ساختار سنتی مقایسه گردیده است [22]:

#### ۱- بعد اول: استراتژی (تعهد)

سازمان های پایدار وابستگی زیادی به استراتژی های کارآفرینانه (آینده نگرانه) در برابر استراتژی های سازگار با شرایط دارند تا بتوانند تلاطم ها و ناپایداری های محیطی را پشت سر گذارند. سرعت تغییرات تکنولوژی، تقاضای مشتری و ارزش های اجتماعی سازمان ها را وادار می کند تا به جای منابع گرا بودن، فرصت گرا باشند.

#### ۲- بعد دوم: مدیریت ریسک (تعادل)

در یک سازمان کارآفرین، تعهد استراتژیک نسبت به فرصت ها و تمرکز بر اهداف بلند مدت باید از طریق فرایند های مناسب مدیریت ریسک تعدیل شود. سازمان های کارآفرین با تخصیص مقادیر کم و مرحله ای منابع به فعالیت های کارآفرینانه و مخاطره آمیز جدید، قادرند تا به چالش ها و فرصت های پیش بینی نشده با انعطاف بیشتری پاسخ دهند. با تخصیص گام به گام منابع (به جای تخصیص کل منابع در یک زمان)، مدیریت می تواند موفقیت بالقوه فعالیت های کارآفرینانه را در هر مرحله ارزیابی کرده و به منظور توزیع ریسک، منابع مورد نیاز را از جا های دیگر تامین کند. این رویکرد در محیطی که تغییر از ویژگی های اصلی آن است، باعث تسریع رشد می شود.

#### ۳- بعد سوم: تغییر

یکی از موانع اصلی کارآفرینی در سازمان های بزرگ و همچنین دولتی، مقاومت گسترده در برابر تغییر است که ناشی از تمایل به اشتغال در امور جاری است. ساختار فرهنگ کارآفرینانه مبتنی بر پذیرش و مدیریت تغییر و خلق احتمالات جدید است. به منظور تقویت خلاقیت و ریسک پذیری کارکنان، آنها به محیطی ایمن و آزاد در تجربه کردن بدون نگرانی از جبران ابتکارات ناموفق خود، نیاز دارند.

#### ۴- بعد چهارم: ساختار سازمانی

ساختار سازمانی، چارچوبی را مشخص می کند که در آن سرعت و میزان توانایی تغییر در سازمان تعیین می شود. سازمان های کارآفرین باید تمرکززدا، منعطف، و تجربه گرا باشند. ساده ترین راه برای توسعه کارآفرینی در سازمان های سنتی بزرگ، ایجاد واحدی جداگانه با تفویض اختیارات لازم برای نوآوری است. این امر محیطی را خلق می کند که هر دو جنبه کسب و کار را حفظ می کند. به صورتی که واحد کارآفرینی به گونه ای آزاد از سیستم ها و رویه عمل می کند و از طرف دیگر منابع فعالیت های تجاری فعلی از ریسک های مفراط و بی ثباتی محفوظ است.

#### ۵- بعد پنجم: سیستم ها