

فصلنامه علمی-پژوهشی **رهافت**

سال یازدهم، شماره 40، پاییز 1396
صفحه 121 تا 144

عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در راستای اقتصاد مقاومتی

مریم سلیمانی / دکتری مدیریت بازرگانی و مربی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، نویسنده مسئول

m.soleimani@pnu.ac.ir

الهه مولایی / استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، mollaei@pnu.ac.ir

مژگان حمیدی بیناباج / دانشجوی دکتر مدیریت بازرگانی و مربی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

hamidi.mojgan@yahoo.com

چکیده

اقتصاد مقاومتی، تبدیل‌گر نظام فشار سلطه به فرصت‌ها و تقویت نیروهای درونی و تمرکز بر خلاقیت داخلی بوده و کارآفرینی به عنوان یکی از ارکان انکارناپذیر این اقتصاد به شمار می‌رود. ازین رو توجه به عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی برای موفقیت الگوهای انقلابی در راستای اقتصاد مقاومتی مفید و ضروری تلقی می‌شود. هدف از انجام این تحقیق، بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در قالب یک مدل مفهومی می‌باشد. این تحقیق یک مطالعه کاربردی و با روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، کارشناسان و مدیران شهرداری شهر تهران بوده که با روش تصادفی از آن نمونه‌گیری صورت گرفته است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده که نرخ پاسخ به آن 107 نفر می‌باشد. مدل مفهومی تحقیق، با استفاده از ادبیات موضوع توسعه داده شد. فرضیات مطرح شده در مدل، با استفاده از نرم افزار Spss مورد تحلیل قرار گرفت و سپس برازش مدل، با استفاده از نرم افزار Amos مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج، هر سه عامل در نظر گرفته شده در مدل مفهومی (فرهنگ سازمانی، فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی و رضایت کارکنان) بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار داشته‌اند. نتایج تحلیل برازش مدل نیز بیانگر قابل تأیید بودن آن است.

کلیدواژه: کارآفرینی سازمانی، فرهنگ، فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی، رضایت کارکنان، اقتصاد مقاومتی.

تاریخ تأیید 1396/08/13

تاریخ دریافت 1396/07/16

مقدمه

انقلاب اسلامی ایران با سطح وسیع و ریشه‌های عمیق و تمام ویژگی‌های خود بعنوان یک پدیده اجتماعی، معلول و محصول عوامل بسیاری است. پس از جنگ، فرصت سازندگی با تکیه بر ایده‌ها و منابع انسانی داخلی جهت گرفت. زیرساخت‌های آسیب‌دیده ترمیم شد، توسعه و ایجاد زیرساختها قدرت و سرعت بیشتری گرفت. در این راستا توسعه متوازن معیار توسعه پایدار گشت و خوداتکایی ناشی از محدودیتها، بخش خصوصی را فعال تر کرد. بخش خصوصی با سیاست‌های اصل 44 ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، توان مضاعف گرفت و تلاش برای بهبود فضای کسب و کار با وجود تحریم‌ها و محدودیت‌ها، منسجم تر شده و روند کارآفرینی در کسب و کارها سرعت و قوت بیشتری گرفت. اقتصاد امروز که با تغییرات تکنولوژیکی سریع، چرخه زندگی کوتاه محصولات و رقابت جهانی شدید تعریف می‌شود، تغییر در سازمان‌ها را ضروری ساخته است (Zehir, Müceldili, & Zehir, 2012). بدون شک در این عصر، دستیابی به ظرفیت نوآوری و کسب مزیت رقابتی پایدار مستلزم داشتن کارآفرینی سازمانی است (Castrogiovanni, Urbano, & Loras, 2011). در تحقیقات گذشته، همبستگی بین رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی به اثبات رسیده است (Archibong, 2004). کارآفرینی سازمانی می‌تواند سبب خلق محصولات جدید و شکل‌گیری بازارهای جدید شود (Zahra, Jennings, & Kuratko, 1999). همچنین می‌توان از طریق کارآفرینی سازمانی، قابلیت‌های سازمانی و اقتصادی را بازآفرینی کرد.

اگرچه کارآفرینی سازمانی به طرق مختلفی توصیف شده است اما اجماع نظر بر روی این مفهوم، خلق ارزش و توسعه فرصت از طریق نوآوری خلق شده توسط منابع سرمایه‌ای و انسانی را در برمی‌گیرد (Özdemirci, 2011). برای کارآفرینی مزایای بالقوه بسیاری از جمله خلق ارزش، مزیت رقابتی، رهبری محصول و همچنین دستیابی به مزایای اقتصادی و مالی ذکر شده است (Luke, Kearins, & Verreynne, 2011). بر این اساس هر چقدر یک سازمان، کارآفرینی بیشتری داشته باشد، عملکرد بهتری خواهد داشت. سازمان‌هایی که در آنها کارآفرینی سازمانی نهادینه شده است از طریق انجام فعالیت‌های نوآورانه، ریسک‌پذیری و خلق کسب و کارهای جدید می‌توانند مزایای مالی قابل توجهی را بدست آورند. بدین ترتیب، کارآفرینی سازمانی یکی از مزیت‌های رقابتی در کسب و کارها به

شمار می‌رود. در واقع، کارآفرینی سازمانی به عنوان یک راه‌حل، برای بقاء و رقابتی ماندن سازمان به شمار می‌رود (Zehir et al., 2012).

در بهمن‌ماه سال 1392، به منظور دستیابی به رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید. این سیاست‌ها که با رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا تهیه شده است شامل 24 بند اصلی است. گرچه به طور شفاف و صریح در بندهای یک، پنج و بیست این سیاست‌ها به کارآفرینی اشاره شده است و در عین حال مقام معظم رهبری، اولین بار در شهریور 89 از واژه اقتصاد مقاومتی در جمع کارآفرینان کشور استفاده کرده است و بدین ترتیب نقش آن در تحقق اقتصاد مقاوم و پویا غیرقابل انکار است. بنابراین، بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

بر اساس مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی سازمانی، عوامل بسیاری می‌توانند به عنوان عوامل زمینه‌ساز در شکل‌گیری و تقویت کارآفرینی سازمانی به شمار آیند. از آنجا که مجوز بودن سازمان‌ها به کارآفرینی سازمانی می‌تواند آن‌ها را برای مواجهه با محیط متغیر و پرقاب‌ت امروز آماده سازد؛ لذا بررسی عواملی که می‌تواند سبب تقویت این فرآیند در سازمان‌ها شود برای مدیران امری ضروری به شمار می‌رود. بر این اساس در پژوهش حاضر، هدف آن است که عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در راستای اقتصاد مقاومتی در قالب یک مدل مفهومی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.

1- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی به وسیله نوظهوری در منابع، مشتریان، بازارها و یا ترکیب جدیدی از مشتریان و بازارها مشخص می‌شود. وقتی شرکت منابع، مشتریان و یا بازارهای نوظهوری را خلق می‌کند و یا ترکیب جدیدی از منابع، مشتریان و یا بازارها را به کار می‌گیرد می‌توان گفت کارآفرینی سازمانی به وقوع پیوسته است. مجموعه نوآوری‌ها و فعالیت‌های همراه با ریسک و تجدید یک شرکت، کارآفرینی سازمانی را تعریف می‌کند. اقدامات کارآفرینانه شرکت جهت کسب مزیت رقابتی و بهبود رقابت‌پذیری انواع سازمان‌ها بسیار حائز اهمیت است. این اقدامات کارآفرینانه است که به شرکت‌هایی که با

تغییرات بسیار سریع در ساختار صنعت و بازار، نیازهای مشتریان، ارزش‌های اجتماعی و تکنولوژی مواجه هستند کمک می‌کند تا مزیت رقابتی کسب کنند (Bhardwaj, Sushil, & Momaya, 2011). کارآفرینی نقش مهمی را در بهبود بهره‌وری و تقویت رشد اقتصادی ایفا می‌کند. کارآفرینی سازمانی به عنوان خلق و توسعه فرهنگ کارآفرینانه درون یک کسب‌وکار جهت افزایش ظرفیت نوآوری در آن‌ها تقویت می‌شود. بر این اساس یکی از راه‌های تقویت کارآفرینی سازمانی، شناسایی و توجه به عوامل مؤثر بر آن می‌باشد.

ابعاد متفاوتی از سوی محققین برای کارآفرینی سازمانی مطرح شده است. به عنوان مثال، پویایی، ریسک‌پذیری و نوآوری توسط برخی از محققین (Covin & Slevin, 1990) به عنوان ابعاد کارآفرینی سازمانی عنوان شده است (Lumpkin & Dess, 1996). علاوه بر این سه بعد، استقلال و تهاجم رقابتی را نیز به این مجموعه افزوده‌اند. در تحقیق حاضر بر اساس ادبیات موضوع، ابعاد نوآوری در محصولات/خدمات (Knight, 1997)، نوآوری در تکنولوژی/فرایند (Antoncic, Prodan, Hisrich, & Scarlat, 2007) و خودتجدیدی (Muzyka, De Koning, & Churchill, 1995) به عنوان ابعاد معرف کارآفرینی سازمانی در نظر گرفته شده است.

فرهنگ اسلام و کارآفرینی

فرهنگ با کارآفرینی و شاخص‌های موجود رابطه‌ای نزدیک داشته و براساس نتایج حاصله فرهنگ‌ها زمینه‌ساز و مشوق کارآفرینی بوده و غالباً دارای سطح ریسک‌پذیری بسیار بالا و گرایش بلندمدت می‌باشند از طرفی این معیارها با آموزه‌ها و دستورات دینی و اسلامی سازگار هستند. در دین اسلام بر کار گروه، مردم‌گرایی، مشورت و زندگی اجتماعی تاکید زیادی شده و به فردگرایی، گوشه‌نشینی، دوری از مردم حتی برای عبادت نیز توصیه نشده است. به اعتقاد صاحب‌نظران کارآفرینی، کارآفرینان باید، یک ریسک منطقی و حساب شده را بپذیرند. کارآفرینان با توکل برخداوند با این ریسک منطقی ارتباط نزدیکی برقرار می‌نمایند. در واقع توکل در اسلام به معنای پذیرش ریسک‌های منطقی و داشتن امید به خدا برای موفقیت است. آموزه‌های اسلام عامل مهمی در گرایش افراد به اهداف و برنامه‌های بلندمدت می‌باشد. در اسلام افراد باید تلاش نموده که به اقشار مختلف جامعه خدمت نمایند در این زمینه لازمست افراد برای آینده‌های دور و حتی نسل‌های بعد برنامه‌ریزی نمایند. فرهنگ اسلام اصولاً کارآفرینانه بوده و شرایط مناسبی برای توسعه

کارآفرینی فراهم می‌شود از طرفی هنگامی که دو فرهنگ با هم تماس و تعامل مداومی داشته باشند، هر یک به میزانی بر دیگری تاثیر و از آن تاثیر می‌پذیرند. به تبع فرهنگ قوی‌تر تاثیر بیشتری بر فرهنگ ضعیف خواهد گذاشت. با توجه به فرهنگ غنی اسلام می‌توان با بهره‌گیری از عناصر سایر فرهنگ‌ها به‌ویژه فرهنگ غرب، نیازهای لازم کارآفرینی را تامین نموده و یکپارچگی نظام فرهنگی را نیز حفظ نمود. اصول اسلامی هرگز با پذیرش عناصر سازنده سایر فرهنگ‌ها مخالف نبوده است. پیامبر(ص) نیز فرمود: «به دنبال علم بروید حتی اگر در چین باشد». بنابراین در فرهنگ اسلام، با پذیرش عناصر سایر فرهنگ‌ها مشروط به سازندگی هیچ مخالفتی وجود ندارد (سلطانی تیرانی، 1378). در جامعه ما کارآفرینی مذهبی و ارزشی اهمیت بسیاری دارد چرا که حاکمیت ارزش‌های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب‌وکار از مفروضات اساسی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران است. به طور کلی می‌توان گفت با توجه به آیات و روایات متعدد، روشن است که دین اسلام مردم را به انجام کار و فعالیت دعوت می‌کند و از انسان‌ها می‌خواهد که از کار خویش دیگران را نیز بهره‌مند سازند و به‌طور مستقیم مردم را تشویق به کارآفرینی می‌کند تا از فقر و گر سنگی در یک جامعه اسلامی جلوگیری شود (احمدی و درویش، 1391: 20). پس از انقلاب اسلامی، مشارکت مردمی افزایش معناداری داشته است. پس از جنگ تحمیلی 8 ساله که در آن ایثار و شهادت با خلاقیت، مدیریت جهادی و سازندگی حماسه‌ها آفریدند، عرصه سازندگی و مردمی‌سازی اقتصاد باعزم ملی شکل گرفت. به‌طوری‌که مردم تأثیرگذاری خود را در عرصه کار، تلاش و تصمیم‌سازی شاهد بودند. در ادامه نیز در سال‌های اخیر مسؤولین و کارشناسان بر محوریت حضور بخش خصوصی در موفقیت اقتصاد تأکید داشته و در جهت بهبود فضای کسب‌وکار تلاش نموده‌اند. هرچند این تأکیدات و تلاش‌ها کافی نبوده است اما جهت‌گیری اقتصاد و برنامه‌های تدوین شده نشان می‌دهد در صورت جدیت بیشتر، تحقق رویکرد کارآفرینی در اقتصاد و حضور کارآفرینان و کسب‌وکارهای جدید شکل بهتری به خود خواهد گرفت و نقش مردم و بخش خصوصی در اقتصاد پررنگ‌تر شده و جایگاه واقعی خود را کسب خواهد کرد. بر این اساس، بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی از ضروریات سازمان‌ها جهت موفقیت هرچه بیشتر در این مسیر به شمار می‌رود.