

۲۲۳۹۸۷۵

نقش استراتژی تمایز و نوآوری در ارتباط بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد شرکت‌ها

نویسندگان

شاهو چاوشی نژاد

سروه سعیدی

www.ketab.ir



سرشناسه	:	چاوشی نژاد، شاهو، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور	:	نقش استراتژی تمایز و نوآوری در ارتباط بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد شرکت‌ها/نویسندگان شاهو چاوشی نژاد، سروه سعیدی.
مشخصات نشر	:	کرج: موسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۹۳ص: جدول.
شابک	:	978-622-282-412-9 ریال: ۵۰۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
موضوع	:	شرکت‌ها
موضوع	:	Corporations
شناسه افزوده	:	سعیدی، سروه، ۱۳۶۳-
رده بندی کنگره	:	HB۶۱۵
رده بندی دیویی	:	۴۲۱/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۴۸۶۶۹۶

نقش استراتژی تمایز و نوآوری در ارتباط بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد شرکت‌ها

نویسندگان: شاهو چاوشی نژاد، سروه سعیدی

مؤسسه نشر سیمرغ آسمان آذرگان

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰

چاپ و لیتوگرافی: چاپ فاطم

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۵۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹-۴۱۲-۲۸۲-۶۲۲-۹۷۸

آدرس: کرج، جاده ملارد، گلستان ۴۳، ساختمان دیبا، واحد ۲۹ - کد پستی: ۳۱۶۶۹۳۶۸۶۹



پیشگفتار

سازمان کارآفرین سازمانی است که با تغییرات ساختاری فرهنگ سازمانی، تشکیل تیم‌های کارآفرینی، ایجاد بینش جدید در میان کارکنان را سبب می‌گردد و با پذیرش کارآفرینی، ساختار زنده و پویا را در سازمان توسعه می‌دهد و به نوآوری، مخاطره‌پذیری، تحلیل فرصت و تأمین مالی نیاز دارد و مدیریت سازمان ضمن اعتقاد راسخ به کارآفرین نمودن سازمان و تعهد کامل در قبال آن به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان می‌پردازد و فرهنگ سازمان دچار تحول می‌گردد و سعی می‌کنند موانع ارتباط با محیط خارجی را از بین ببرند و ایده‌ها و گرایش‌های مشتری را مورد توجه قرار دهند. داشتن بیانیه مأموریت به صورت واضح، منعطف، مشتری گرا، و مدون از مهمترین ویژگی‌های سازمان کارآفرین می‌باشد. (احمد پور، ۱۳۸۷)

در سازمانهای کارآفرین، مدیران اجرایی افراد را تشویق می‌کنند که در چارچوب چشم انداز سازمان، رهنمودها و استراتژی‌های موجود، مسئولیت تصمیمات را متقبل شوند. این به معنی آن است که چنین سازمان‌هایی اطمینان دارند، کارکنانشان از آنچه در سازمان می‌گذرد آگاهند و در تفسیر و تحلیل برنامه‌ها و اقدامات سازمان، بویژه در مورد مشتریان سهمی داشته‌اند.

امروزه صاحب‌نظران بر نقش سازمان‌های کارآفرین در توسعه اقتصادی و اجتماعی جهت کسب مزیت رقابتی اتفاق نظر دارند. مهم‌ترین مزایای این نوع سازمان‌ها عبارت است از: کارآفرینی سازمانی موجب گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه را بهبود می‌بخشد. کارآفرینی منجر به ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع می‌شود؛ بنابراین کارآفرینی مشکلات بیکاری را که ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی-اجتماعی است، کاهش می‌دهد.

کارآفرینی به توسعه متوازن منطقه‌ای منجر می‌شود کارآفرینی باعث کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه می‌شود. کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به صورت عادلانه در جامعه می‌شود. کارآفرینی، منابع، سرمایه‌ها و مهارت‌ها را که ممکن است بی‌استفاده و سرگردان باقی مانده باشند، به‌طور موثر به تحرک وادار می‌دارد. کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد. کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدیدند. این گونه تلاش‌های بدیع، موجب تولید تکنولوژی و ماشین‌آلات بهتر و سیستم‌های تولیدی موثرتر می‌شود و از این طریق، محصولات و خدمات ارتقا می‌یابد و

کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و زندگی را راحت‌تر و ساده‌تر می‌کنند. موضوع گرایش به کارآفرینی و عملکرد در ایران نیز تا حدودی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. تقریباً تمامی پژوهش‌های انجام شده در زمینه گرایش به کارآفرینی و عملکرد در داخل کشور به صورت تنوریک انجام گرفته‌اند و به بیان اهمیت و جایگاه این مفهوم پرداخته‌اند. تاکنون پژوهشی که به بررسی گرایش به کارآفرینی و عملکرد و نقش واسطه‌ای تمایز و نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته باشد انجام نگرفته است. این درحالی است که برای اظهارنظر در مورد اهمیت گرایش به کارآفرینی و عملکرد و نقش واسطه‌ای تمایز و نوآوری بایستی داده‌های واقعی از شرکت‌ها در اختیار پژوهشگران قرار داشته باشد. از این رو کتاب حاضر در زمینه گرایش به کارآفرینی و عملکرد با نقش واسطه‌ای تمایز و نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط کشور از اهمیت فراوانی برخوردار است و می‌تواند به بخش اجرایی در درک بهتر گرایش به کارآفرینی کمک کند.

فهرست

پیشگفتار.....	۵
فصل اول: کلیات.....	۱۱
مقدمه.....	۱۱
تعاریف.....	۱۳
گرایش به کارآفرینی.....	۱۳
عملکرد.....	۱۳
نوآوری.....	۱۴
استراتژی متمایز.....	۱۴
گرایش به کارآفرینی.....	۱۴
عملکرد.....	۱۴
نوآوری.....	۱۴
استراتژی متمایز.....	۱۴
فصل دوم: مفاهیم مرتبط با عملکرد شرکت‌ها، کارآفرینی، استراتژی و کارآفرینی	
استراتژیک.....	۱۵
بخش اول: عملکرد شرکت‌ها.....	۱۵
مفهوم عملکرد سازمانی.....	۱۶
تاریخچه ارزیابی عملکرد در سازمان‌ها.....	۱۸
اهداف ارزیابی عملکرد.....	۲۰
مدیریت عملکرد.....	۲۱
الگوهای مدیریت عملکرد.....	۲۳
بخش دوم: کارآفرینی؛ مفاهیم و رویکردها.....	۲۶
تعاریف کارآفرینی.....	۲۸
مفهوم کارآفرین.....	۳۰
انواع کارآفرینی.....	۳۱
ضرورت کارآفرینی.....	۳۳
نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی.....	۳۳
نقش دولت در توسعه کارآفرینی.....	۳۴
فرهنگ‌سازی و ترویج روحیه کارآفرینی.....	۳۵

۳۵	اصلاحات ساختاری و نهاده سازی
۳۶	ایجاد موسسات آموزشی دولتی - خصوصی
۳۶	پرورشگاههای کسب و کار کوچک
۳۷	نقش اطلاع رسانی دولت
۳۷	کارآفرینی سازمانی (شرکتی)
۴۵	عناصر کارآفرینی سازمانی
۴۶	بخش سوم: استراتژی و مدیریت استراتژیک
۴۹	ریشه استراتژی
۵۰	تعاریف استراتژی
۵۱	الگوهای تبیین استراتژی
۵۳	رویکردهای نوین استراتژی
۵۴	تفکر استراتژیک: هنری مینزبرگ
۵۵	عزم استراتژیک: هامل و پاراهلاد
۵۵	الگوی تفکر استراتژیک: جین لیدکا
۵۶	مدیریت استراتژیک
۵۶	تفکر استراتژیک
۵۶	اجزای تفکر استراتژیک
۵۷	طراحی استراتژی
۵۹	بخش چهارم: کارآفرینی استراتژیک
۶۳	ابعاد کارآفرینی استراتژیک
۶۳	تغییرات توسعه ای و اساسی
۶۴	نواوری
۶۵	ریسک پذیری
۶۶	تهاجم رقابتی
۶۶	فوق فعال بودن
۶۷	بهره برداری از منابع داخلی
۶۸	رهبری استراتژیک
۶۸	انواع استراتژی
۶۸	استراتژی های بزرگ
۶۹	استراتژی های سه گانه پورتر