



کار آفرینی با گرایش کار آفرینانه سازمانی

بارویکرد:

- مدیریتی
- روانشناختی

مولفین:

حمید فروزانفر - هومن فروزانفر - صمد باروج

فروزانفر، حمید، ۱۳۵۸-

کارآفرینی: گرایش کارآفرینانه سازمانی با رویکرد مدیریتی، روانشناختی

مؤلفین: حمید فروزانفر، هومن فروزانفر، صمد باروج.

تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۹۱.

978-600-173-054-2

۲۳۲ ص:، جدول، نمودار.

فیفا

کارآفرینی

فروزانفر، هومن، ۱۳۵۲-

باروج، صمد، ۱۳۵۰-

مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران

کتاب ۳۸ / ف ۶۱۵ / HB

۳۳۸/۰۲

۲۸۶۸۹۹۲

۱۳۹۱

انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران

◀ کارآفرینی با گرایش کارآفرینانه سازمانی

• مؤلفین: حمید فروزانفر-هومن فروزانفر-صمد باروج

• سال چاپ: ۱۳۹۱

• نوبت چاپ: اول

• تیراژ: ۵۰۰ نسخه

• چاپ و صحافی: جهان کتاب

• قیمت: ۹۵/۰۰۰ ریال

ISBN : 978-600-173-054-2

• شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۷۳-۰۵۴-۲

• پخش: انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران

تهران- خیابان ایرانشهر شمالی - شماره ۲۳۳

تلفن: ۸۸۳۰۰۹۷۳ و ۸۸۳۱۰۱۱۳-۲۱ نمابر: ۸۸۳۰۱۲۶۵

حق چاپ محفوظ و مخصوص ناشر است.

فهرست مطالب

۹	مقدمه ناشر
۱۱	مقدمه مولفین
۱۳	فصل اول - مفهوم کارآفرینی
۱۴	کارآفرین و کارآفرینی
۱۴	مفهوم کارآفرینی
۱۵	کارآفرین و کارآفرینی
۱۹	• طبقه بندی جانچا از انواع کارآفرینی
۲۰	• طبقه بندی کورنوال و پرلمن
۲۰	• کارآفرینی فردی
۲۱	• کارآفرینی درون سازمانی
۲۲	• کارآفرینی سازمانی یا سازمان کارآفرینانه
۲۲	• تعریف کارآفرینی
۲۳	• تعریف عام کارآفرینی
۲۳	• تعریف خاص کارآفرینی
۲۴	• کارآفرین کیست؟
۴۰	جمع بندی
۴۳	فصل دوم - الگوهای (مدل های) کارآفرینی سازمانی
۴۴	• الگوی کارآفرینی سازمانی کوراتکو
۴۶	• الگوی کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن:
۴۸	• الگوی کارآفرینی سازمانی ایکولز و نک :
۴۹	• ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون
۵۰	• الگوی کارآفرینی سازمانی آیرلند و همکاران
۵۲	• الگوی کارآفرینی سازمانی گوسن، دی کانینگ و اسمیت (۲۰۰۲)
۵۴	• الگوی کارآفرینی سازمانی و ایجاد ثروت (آنتونسیک و هیسریچ، ۲۰۰۴)
۵۶	• جمع بندی

۵۸	• اجرایی کردن یک مدل کارآفرینی سازمانی
۶۳	فصل سوم - ادبیات تحقیق دو زمینه گرایش کارآفرینانه سازمانی
۶۴	• مقدمه
۶۴	• تعریف گرایش کارآفرینانه:
۶۴	• گرایش کارآفرینانه از دیدگاه اسلوین و کرین
۶۵	• گرایش کارآفرینانه از دیدگاه لامپکین و دس
۶۸	• ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی
۷۰	• جریانهای طبقه بندی گرایش کارآفرینانه سازمانی
۷۳	• مفهوم گرایش کارآفرینانه سازمانی هشت بعدی
۷۴	• آمادگی کارآفرینی سازمانی
۷۶	• توانایی کارآفرینانه
۷۶	• تمایل کارآفرینانه
۸۳	• از گرایش کارآفرینانه تا رفتار کارآفرینانه
۸۶	• مفهوم رفتار کارآفرینانه
۸۷	• جهت گیری نوآورانه
۹۰	• کسب و بهره برداری از منابع و رابطه آن با گرایش نوآورانه
۹۱	• سازمان رسمی و رابطه آن با گرایش نوآورانه
۹۱	• گرایش کارآفرینانه و بازده
۹۲	• گرایش کارآفرینانه و سن شرکت
۹۳	• گرایش کارآفرینانه، مفهوم جهانی سازی و رشد شرکت
۹۵	• تفاوت میان کارآفرینی سازمانی و گرایش کارآفرینانه سازمانی
۹۶	• جمع بندی و نتیجه گیری و تدوین چهارچوب نظری تحقیق
۹۸	• مدل کارآفرینی سازمانی لامپکین و دس
۱۰۱	فصل چهارم - ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی لامپکین و دس
۱۰۲	• نوآوری
۱۲۳	• ریسک پذیری
۱۲۵	انواع ریسک
۱۲۸	تمایل به ریسک پذیری
۱۲۹	• فعالیت پیشتازانه در بازار

فهرست مطالب □ ۵

.....	دو صفت اصلی پيشتازی در بازار	۱۲۹
.....	• استقلال طلبی	۱۳۲
.....	نیاز به استقلال	۱۳۶
.....	• رقابت تهاجمی	۱۳۶
.....	دو راه برای ارتقاء شرکت های تهاجمی و جایگاه کارآفرینانه	۱۳۷
.....	هوش رقابتی، ردیابی حرکات رقیبان	۱۳۹
.....	تعریف هوش رقابتی	۱۴۰
.....	اهمیت هوش رقابتی	۱۴۱
.....	استفاده از هوش رقابتی برای دستیابی به سهم بازار و سهم رقبا ناشناخته	۱۴۱
.....	فناوری و نظام اطلاعات برای کسب مزیت رقابتی	۱۴۲
.....	• ابزار اندازه گیری ابعاد گرایش کارآفرینانه سازمانی از دید محققین و خبرگان کارآفرینی	۱۴۳
.....	• سابقه پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته داخلی	۱۴۵
.....	• سابقه پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته خارجی	۱۴۸
.....	• فهرست مقالات کلیدی	۱۵۴
.....	• معرفی کتابهای مهم در این موضوع	۱۵۸
.....	• تحلیل ادبیات موجود	۱۶۲
.....	فصل ۵ - ادبیات تحقیق در مورد نوآوری و کارآفرینی های انجام شده در ایران خودرو	۱۷۱
.....	• معرفی ایران خودرو	۱۶۶
.....	سال شمار تولید انواع سواری در شرکت ایران خودرو	۱۶۹
.....	نوآوری در محصولات و خدمات	۱۷۱
.....	سازگاری محصولات تولیدی در رابطه با محیط زیست (نوآوری و پيشتازی در بازار)	۱۷۲
.....	• توسعه محصولات	۱۷۲
.....	• نوآوری و توسعه قوای محرکه	۱۷۳
.....	• محصولات جدید	۱۷۳
.....	• افزایش یک رتبه کیفیت در تمامی محصولات	۱۷۵
.....	• ساخت داخل (استقلال طلبی)	۱۷۶
.....	• ارتقای کیفیت خدمات پس از فروش (پیشرو بودن)	۱۷۶
.....	• بازسازی ناوگان فرسوده تجاری کشور	۱۷۶
.....	• افزایش ضریب ایمنی	۱۷۶

- پیشتازی در تولید خودروهای کم مصرف ۱۷۷
- جهانی سازی و صادرات و رقابت تهاجمی ۱۷۷
- خطوط جدید تولید ۱۷۷
- اصلاح ساختار مالی ۱۷۸
- رفاه پرسنل ۱۷۸
- پیشتازی در بازار خودرو ۱۷۸
- فناوری های نوین (پشتازی و رقابت تهاجمی) ۱۷۹
- کینت قطعات تولید داخل و حضور آنان در بازارهای جهانی (استقلال طلبی) ۱۸۰
- توسعه بازار خودروهای جدید (پشتازی در بازار) ۱۸۱
- جهانی سازی و افزایش بازدهی سایت ها در داخل و خارج از کشور ۱۸۱
- ارتقای خدمات فروش خودرو ۱۸۲
- صادرات ۱۸۳
- چشم انداز و برنامه ۱۸۳
- سیاست های صادرات ۱۸۴
- عرضه خودروی مردمی تا سال ۲۰۰۹ ۱۸۴
- رهبری تکنولوژیکی محصولات CNG ۱۸۴
- توسعه صادرات در تمام زمینه ها ۱۸۴
- نهادهن کردن میسٹم های پشتیبانی صادرات در ایران خودرو ۱۸۵
- جمع بندی ۱۸۵
- نگاه صیانتی به صنعت خودرو ۱۸۷
- رقابت پذیری ۱۸۷
- فصل ۶ - کارآفرینی با رویکرد روانشناختی ۱۸۹
- خودشکوفایی از دیدگاه مازلو ۱۹۰
- روانشناسی موفقیت کارآفرینان ۱۹۴
- کارآفرینی و روانشناسی ۱۹۶
- کارآفرینی، روانشناسی موفقیت ۱۹۷
- تصمیم گیری: ۲۰۱
- ۴- عوامل مؤثر بر کارآفرینی: ۲۰۲
- ویژگی های شخصیتی کارآفرینان (۵۳) ۲۰۳

فهرست مطالب □ ۷

• زمینه های تحقیقاتی مناسب در کارآفرینی	۲۰۳
• مدیریت بحران برای کارآفرینان	۲۰۶
• روانشناسی برخورد با بحران تصمیم گیران	۲۰۶
• مدیریت بحران از نگاه کارآفرینان	۲۰۶
• • بحران چیست؟	۲۰۷
منابع و مآخذ	۲۱۳
• منابع فارسی:	۲۱۳
• منابع لاتین	۲۱۸
• پیوستها	۲۲۳
• معرفی کتابهای مهم در این موضوع	۲۲۸
بیوگرافی نویسندگان	۲۳۰

حمید و هومن فروزانفر:

تقدیم به:

پدر و مادر عزیزمان که صبر و صداقت و مهربانی را به ما یاد دادند.

صمد باروج:

تقدیم به:

روح ملکوتی مادر و پدرم که درس صبر و سادگی و محبت را به من آموختند.

به همسر مهربانم که با حمایت عاطفی خود همواره بستر آموزش و یادگیری را برایم فراهم می‌کند.

فرشته‌های کوچک زندگیم پسر آرین و دخترم آیسان که بهترین آرزوها و امید در زندگی را خلق می‌کنند.

تقدیر و سپاس :

از جناب آقای مهندس نبوی مدیرعامل مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران که با رهنمودهای ارزنده و بی‌شائبه خود مسیر توسعه آموزش را مهیا نمودند و قدردانی از زحمات ارزشمند آقای قاسم زاده به جهت هماهنگی در چاپ و نشر کتاب.

مقدمه ناشر

بیش از ۳۰ سال است که دنیا شاهد پیدایش جریان قوی فعالیت‌های کارآفرینانه است. امروزه کارآفرینان به عنوان عاملات تغییر یا تسهیل‌گران آن در دنیای کسب و کار شناخته شده‌اند. کسانی که فرصت‌هایی را که دیگران نمی‌یابند و یا به عنوان مشکل می‌شناسند، تشخیص می‌دهند. آنها همانند قهرمانان ورزشی موانع جدید و جدی را از پیش روی خویش بر می‌دارند. از این رو، کارآفرینی به عنوان نماد سخت‌کوشی و موفقیت کسب و کارها تبدیل شده است. کارآفرینان به عنوان مدیران نیازمند هدایت و رهبری رفتار کارکنان، تیم‌ها و سازمان‌شان هستند.

کشورهای توسعه یافته راه حلی را که برای عبور از رکودهای متوالی در اقتصاد خود مورد توجه قرار داده‌اند، توسعه کارآفرینی در این کشورها بوده است. در این میان ایالات متحده آمریکا از دهه ۱۹۷۰ به این موضوع توجه جدی نموده و از دهه ۱۹۸۰ تا کنون توسعه و آموزش کارآفرینی به یکی از موضوعات راهبردی این کشور تبدیل شده است. توجه عمومی و محیط تجاری امروزی بر کوتاه‌سازی چرخه زندگی تجاری و محیطی می‌باشد. در نتیجه، جریان‌ات سودآور آینده از عملیات جاری نامطمئن هستند و فعالیتهای تجاری نیاز دارند تا در جستجوی دائمی فرصتهای جدید باشند. بنابراین آنها می‌توانند از گرایش به استراتژی کارآفرینی سود ببرند. گرایش استراتژیک شامل اراده برای خلاقیت است تا دوباره جوانی را به سازمان بازگرداند. با قبول مخاطرات، تولیدات، خدمات و بازارهای نامطمئن آنها را امتحان کند و از رقبای خود در جهت دستیابی به فرصتهای جدید، فعالیت عمل کند. در انتها با رویکرد روانشناختی به مباحث کارآفرینان و ویژگیهای انگیزشی آنان پرداخته شد.

مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران با بیش از یک ربع قرن فعالیت آموزشی و

پژوهشی همواره در جهت طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و انتشار کتب مفید در زمینه‌های مختلف خصوصاً در حوزه کار آفرینی تلاش نموده است. مطالعه این کتاب را به کارآفرینان، مدیران سازمانها و نهادهای تولیدی و مشاغل صنعتی و همچنین فراگیران و دانشجویان دانشگاه‌ها که دروس مدیریت و کارآفرینی و مشاوره شغلی را می‌گذرانند توصیه می‌نماید.

در پایان از مؤلفین کتاب که در تألیف این اثر همت گماشته‌اند تقدیر و تشکر می‌نماید.

سعید نبوی

مدیر عامل مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران

مقدمه مولفین

با توجه به اهداف این کتاب، سعی شده تا مفاهیم بنیادی و مدل های کاربردی مطرح گردد. مفهوم کارآفرینی سازمانی و مدل های مرتبط با کارآفرینی سازمانی معرفی گردیده و پس از آن واژه گرایش کارآفرینانه سازمانی و مدل های مربوطه آن که در حقیقت هسته مرکزی این کتاب را تشکیل می دهد به تفصیل تشریح گردیده است.

همراه با رسوخ فرایندهای اداری و دیوان سالاری در فرهنگ شرکتها، در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، کارآفرینی در سازمانها بطور فزاینده ای مورد توجه مدیران ارشد شرکتها قرار گرفت تا آنها نیز بتوانند به فرایند اختراع، نوآوری و تجاری نمودن محصولات و خدمات جدید خود پردازند. با آغاز دهه ۱۹۸۰ 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 (استیونسون و گامپرت، ۱۹۸۵). از اوایل دهه ۱۹۸۰ هجوم همزمان بسوی کارآفرینی و تاکید شرکتها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می شدند، موجب هدایت فعالیتهای کارآفرینانه به درون شرکت ها شد. محققین، کارآفرینی سازمانی را مفهومی چند بعدی می دانند که فعالیتهای شرکت را به سوی نوآوری در محصول و فناوری، مخاطره پذیری و پیشگامی سوق می دهد.

مدل های مختلف مربوط به گرایش کارآفرینانه سازمانی در این کتاب معرفی گردیده است. در پایان مولفین طی یک جمع بندی کلی در مورد مدل گرایش کارآفرینانه سازمانی لامپکین و دس و ابعاد آن به تفصیل بیان نموده اند. و شرکت ایران خودرو را به عنوان مورد مطالعاتی معرفی و توالی و کارآفرینی های بوقوع پیوسته در این شرکت را به تفصیل بیان نموده است.

با توجه به اهمیت نقش روانشناختی در افراد کارآفرین ابتدا ابعاد خودشنکوفایی از نظر مازلوم طرح شد و سپس به ارتباط بین کارآفرین و روانشناسی پرداخته و از ویژگی های شخصیتی کارآفرینان شکلی ارائه گردید و سپس در مبحث مدیریت بحران از نگاه کارآفرینان بطور مختصر مطالبی ارائه شد.