

کارآفرینی مدیران و عوامل سازمانی

تالیف:

حسین صافی



انتشارات موجک



سرشناسه	: صافی حسین، ۱۳۵۳.
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی مدیران و عوامل سازمانی / تالیف: حسین صافی
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۷ ص؛ مصور(رنگی)، جدول، نمودار، وزیری.
شابک	: ۲-۳۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۸۰۰۰۰ ریال.
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۷۰.
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: اتومبیل ها -- ایران -- قطعات -- صنعت و تجارت
موضوع	: Automobile supplies industry -- Iran
موضوع	: اتومبیل ها -- ایران -- صنعت و تجارت
موضوع	: Automobile industry and trade -- Iran
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۵ / ۱۷۴ ص / ۶۱۵ HB
رده بندی دیویی	: ۳۸ / ۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۲۱۴۵۱

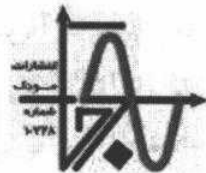
انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۱۷۶۷۲۵۰۲ • کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۱۷۶۷۲۵۰۲ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳

Email: mojakpublication@yahoo.com

Web: www.mojak.ir



عنوان: کارآفرینی مدیران و عوامل سازمانی

تالیف: حسین صافی

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۲۷ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد - قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

شابک: ۲-۳۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱..... سخن مولف

بخش اول: کارآفرینی سازمانی / ۳

۵..... فصل اول: مفاهیم و مقایسه‌های بر کارآفرینی

۵..... ۱-۱ مقدمه

۶..... ۲-۱ معرفی وضعیت اماکن تولید خودرو در ایران و جهان

۷..... ۳-۱ سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی

۹..... ۴-۱ معرفی رویکردهای کارآفرینی

۱۱..... فصل دوم: انواع کارآفرینی

۱۱..... ۱-۲ انواع کارآفرینی

۱۱..... ۲-۲ مفاهیم کارآفرینی شرکتی

۱۲..... ۳-۲ علل تمایل به کارآفرینی درون سازمانی

۱۳..... ۴-۲ چهار عنصر کلیدی فعالیت‌های کارآفرینانه

۱۴..... ۵-۲ خصوصیات رهبری در کارآفرینی درون سازمانی

۱۷..... فصل سوم: نظریه‌های کارآفرینی سازمانی

۱۷..... ۱-۳ رفتار سازمانی کارآفرینی

۱۷..... ۲-۳ بررسی انواع رویکردها و مدل‌های کارآفرینی در سازمان

- ۳-۳ گام‌های معرفی شده توسط کوراتکو و هاجتس در استراتژی کارآفرینانه ۱۸
- ۴-۳ کارآفرینی در سازمان و تفاوت‌های آن با سایر کارآفرینی‌ها ۱۹
- ۵-۳ ویژگی سازمان کارآفرین: غیر رسمی بودن ۱۹
- ۶-۳ ویژگی سازمان کارآفرین: فرهنگ سازمانی ۲۰
- ۷-۳ موانع سازمانی کارآفرین ۲۰

فصل چهارم: اثربخشی کارآفرینی سازمانی ۲۱

- ۱-۴ اثربخشی کارآفرینی ۲۱
- ۲-۴ بررسی ادبیات و مدل‌های کارآفرینی درون سازمان ۲۱
- ۳-۴ مراحل کارآفرینی درون سازمانی ۲۲
- ۴-۴ روش‌های کارگروه‌ها و تغییر فرهنگ سازمانی سستی به کارآفرینانه ۲۲
- ۵-۴ مدل‌های نظری و عملی کارآفرینی سازمانی و شرکتی ۲۳
- ۶-۴ سنجش بستر سازمانی کارآفرینی ۲۳
- ۷-۴ کارآفرینی در سازمان‌های غیرانتفاعی ۲۴
- ۸-۴ خصوصی سازی مقدمه‌ای بر کارآفرینی ۲۴

فصل پنجم: مدل‌های کارآفرینی سازمانی ۲۷

- ۱-۵ مدل تعاملی کارآفرین سازمانی ۲۷
- ۲-۵ مدل‌های جامعه شناختی کارآفرینان ۳۱
- ۳-۵ مدل‌های فرآیندی رویدادی ۳۲
- ۱-۳-۵ مدل رویدادی آلبرت شاپیرو (۱۹۷۵) ۳۲
- ۲-۳-۵ فرآیند شکل‌گیری فرآیند کارآفرینی ۳۳
- ۳-۳-۵ مدل رویدادی فرای (۱۹۹۳) ۳۳
- ۴-۳-۵ معادله کارآفرینی فرای ۳۴
- ۴-۵ مدل چند بعدی ۳۵

- ۳۵..... ۱-۴-۵ مدل چند بعدی ویلیام گارتنر
- ۳۶..... ۵-۵ نیازهای سازمانی کارآفرینان

بخش دوم: صنایع خودرو / ۳۹

- ۴۱..... فصل ششم: صنعت خودرو در جهان
- ۴۱..... ۱-۶ صنعت خودرو در جهان (موجودی عوامل و شدت در تجارت بین الملل)
- ۴۲..... ۲-۶ اهمیت صنایع مرتبط و تقاضا در مدل پورتر
- ۴۳..... ۳-۶ صنعت خودروسازی و رشد جهانی
- ۴۴..... ۴-۶ روندها و عوامل در صنعت خودروسازی
- ۴۴..... ۵-۶ تحولات جهانی صنعت خودرو و قطعه سازی در هزاره دوم
- ۴۶..... ۶-۶ استراتژی های پلت فریم موتور مشترک
- ۴۷..... فصل هفتم: صنعت خودرو در ایران
- ۴۷..... ۱-۷ خودروسازی در ایران
- ۴۷..... ۲-۷ وضعیت تولید خودرو طی دوره زمانی ۸۰-۱۳۷۳، سهم خودرو سازان
- ۴۸..... ۳-۷ انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو
- ۵۲..... ۴-۷ سابقه صنعت قطعه سازی ایران
- ۵۳..... ۵-۷ تولد مجدد صنایع قطعه سازی در ایران
- ۵۳..... ۶-۷ یک مثال: صنعت قطعه سازی تزئینی و تریم
- ۵۵..... ۷-۷ مقاصد صادراتی قطعات خودرو
- ۵۶..... ۸-۷ معرفی اجمالی شرکت سازه گستر

بخش سوم: بررسی رابطه کارآفرینی مدیران میانی با عناصر شخصیتی این دسته از مدیران همراه با

تمرکز بر عوامل سازمانی به عنوان متغیر مداخله گر در صنعت قطعه سازی خودرو / ۵۹

۶۱	فصل هشتم: کلیات
۶۱	۱-۸ بیان مساله
۶۴	۲-۸ سوال ها
۶۴	۳-۸ چارچوب نظری
۶۴	۱-۳-۸ کارآفرینی
۶۵	۲-۳-۸ صنعتی شدن
۶۶	۴-۳-۸ نقش صنعت در توسعه اقتصادی
۶۹	۵-۳-۸ تغییرات ساختاری در طی مراحل توسعه صنعتی
۷۰	۵-۳-۸ الگویی توسعه صنعتی و فناوری
	۶-۳-۸ فرایند توسعه صنعتی و انتقال فناوری در کشورهای در حال توسعه و نقش تحقیق و توسعه
۷۳	
۷۵	۷-۳-۸ صنعت خودرو در ایران
۷۷	۸-۳-۸ نقش صنعت خودرو در توسعه صنعتی
۷۹	۹-۳-۸ صنعت قطعه سازی، صنعت واسطه ای خودرو
۸۰	۱۰-۳-۸ سابقه صنعت قطعه سازی ایران
۸۱	۱۱-۳-۸ تولد مجدد صنایع قطعه سازی در ایران
۸۵	۴-۸ اهمیت مساله
۸۸	۵-۸ مدل مفهومی
۹۶	۶-۸ فرضیه ها
۹۶	۷-۸ تعاریف عملیاتی واژه ها

۹۹	فصل نهم: روش و ابزار
۹۹	۱-۹ متغیرها
۱۰۲	۲-۹ سوالات پرسشنامه
۱۰۹	۳-۹ جامعه آماری

۱۰۹	۴-۹ ویژگی های پرسشنامه
۱۱۰	۵-۹ پایایی و روایی
۱۱۱	۶-۹ روش آماری

۱۱۳	فصل دهم: تجزیه و تحلیل داده ها
۱۱۳	۱-۱۰ معرفی معادلات ساختاری
۱۱۴	۲-۱۰ موارد کاربرد روش معادلات ساختاری
۱۱۵	۳-۱۰ تحلیل عاملی تأییدی
۱۱۷	۴-۱۰ مدل ساختاری
۱۲۰	۴-۱۰ مدل ساختاری سازه سلسله مراتبی (HCM)
۱۲۱	۵-۱۰ نتایج

۱۲۳	فصل یازدهم: نتیجه گیری و پیشنهادها
۱۲۳	۱-۱۱ خلاصه
۱۲۵	۲-۱۱ نتیجه گیری
۱۲۶	۳-۱۱ پیشنهادها

۱۲۷	منابع
۱۲۷	منابع فارسی
۱۲۷	منابع انگلیسی

سخن مولف

تولید جهانی خودرو در سال ۲۰۰۷ به میزان ۷۳/۳ میلیون خودرو در سال رسیده است که با کاهش ۱۳/۵ درصدی در سال ۲۰۰۹ به میزان ۶۱ میلیون خودرو کاهش یافته است. در تقابل چین با ایالات متحده آمریکا و اروپا در حالی که تولید سالیانه خودروی آمریکا با کاهش ۲۱/۲ و نیز اروپا با کاهش ۱/۳ درصدی به ترتیب به تولید ۱۰/۴ و ۱۴/۱ تقلیل یافته است، در چین میزان تولید خودرو با افزایش ۴۵ درصدی به میزان ۱۳/۶ میلیون افزایش یافته است. در حال حاضر ایران با تولید تقریبی ۱/۴ میلیون خودرو در سال در جایگاه دوازدهم جهانی از نقطه نظر تولید قرار دارد. از دیگر سو جایگاه سرانه خودروی ایران دارای رتبه ۲۹ در سطح جهانی با میزان ۱۳۳ در هزار می باشد که با اولین کشور دنیا یعنی آمریکا با نسبت سرانه ۱۱۲ در هزار فاصله زیادی دارد. با یک نگاه ساده به آمار فوق الذکر بدیهی است در یک سو مازاد تولید خودروی جهانی یک تهدید جدی برای صنعت ایران به شمار می رود و از دیگر سو بازار مناسبی در اخلال ارزیابی می گردد و لذا اتخاذ تصمیمات استراتژیک در گروه های صنعتی در شرایط کنونی اجتناب ناپذیری نماید که این امر میسر نیست مگر با تکیه بر مهارت ها، دانش و تجربه مدیران این صنعت. دلیل انتخاب موضوع این پروژه نیاز به تکیه بر هوشمندی مدیران میانی در جهت دهی درون سازمانی است چرا که تصمیمات کلان در این راستا عموماً در حیطه تصمیمات دولتی قرار می گیرند. لذا در این کتاب بیشترین تمرکز بر یافتن مشخصه های شخصیتی این دسته افراد با توجه به حیطه های تصمیم گیری است که می توانند جهت دهنده سازمان های مطبوع خود باشند. برای رسیدن به این هدف در ابتدا در بخش و مفاهیم اولیه کارآفرینی اشاره می گردد و در ادامه به معرفی انواع مدل های کارآفرینی و رویکردها پرداخته می شود. در بخش دوم به صنعت خودرو در ایران با جزئیات بیشتری نظر خواهیم افکند تا در نهایت با تمرکز بر نقاط مشترک این دو مقوله به پایه های مورد بحث در کتاب دست یابیم.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر بصورت زیر می باشد.

این کتاب به سه بخش تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه کارآفرینی می‌باشد. فصول آموزشی شامل پنج فصل: مقدمه‌ای بر کارآفرینی، انواع کارآفرینی، نظریه‌های کارآفرینی، اثر بخشی کارآفرینی سازمانی، صنعت خودروی جهانی از زاویه‌ای دیگر می‌باشد. بخش دوم شامل مباحث آموزشی در زمینه صنایع خودرو است. فصول آموزشی شامل دو فصل: صنعت خودرو در جهان و صنعت خودرو در ایران است. در بخش سوم رابطه کارآفرینی مدیران میانی با عناصر شخصیتی این دسته از مدیران همراه با تمرکز بر عوامل سازمانی به عنوان متغیر مداخله گر در صنعت قطعه سازی خودرو بررسی می‌شود. فصول پژوهشی شامل چهار فصل: کلیات، روش و ابزار، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه گیری و پیشنهادها می‌باشد.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب مرا یاری نموده اند بویژه از استاد ارجمند آقای دکتر حیدر امیران و جناب آقای دکتر سهیل سرمد سعیدی که در نگارش این کتاب راهبوی و یاری زیادی نمودند و در مراحل مختلف بدون هرگونه محدودیتی قبول زحمت فرموده و از هرگونه کمک دریغ ننمودند صمیمانه تقدیر و تشکر می‌نمایم.

حسین صافی

پاییز ۱۳۹۵