

کارآفرینی سازمانی

(تعاریف، نظریه ها و الگوها)

شیخ مراد مرزبان

کارشناس ارشد کارآفرینی

دکتر رضا محمد کاظمی

دانشیار دانشگاه تهران

دکتر حبیب الله سالارزهی

دانشیار دانشگاه سیستان و بلوچستان

سرشناسه	: محمدکاظمی، رضا ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی سازمانی : (تعاریف، نظریات و الگوها) / شیرمراد مرزبان ، رضا محمدکاظمی ، حبیب الله سالارزهی.
مشخصات نشر	: زاهدان: دانشگاه سیستان و بلوچستان ، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۳۴۵ص.
شابک	: 978-600-5145-17-5 : ۱۹۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه : ص. ۳۳۱ - ۳۳۵.
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
شناسه افزوده	: سالارزهی، حبیب الله، ۱۳۵۴ -
شناسه افزوده	: مرزبان، شیرمراد، ۱۳۵۰ -
شناسه افزوده	: دانشگاه سیستان و بلوچستان
شناسه افزوده	: University of Sistan and Baluchestan
رده بندی کنگره	: HB۶۱۵/م۴ ۳۲۱
رده بندی دیویی	: ۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۰۰۶۱۰۳



ناشر: انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان

کارآفرینی سازمانی (تعاریف، نظریات و الگوها)

دکتر رضا محمدکاظمی-دانشیار دانشگاه تهران

دکتر حبیب الله سالارزهی-دانشیار دانشگاه سیستان و بلوچستان

شیرمراد مرزبان -کارشناس ارشد کارآفرینی

چاپ: چاپخانه المهدی دانشگاه سیستان و بلوچستان

نوبت چاپ: اول، ۹۶، قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان ، شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۱۴۵-۱۷-۵

تمام حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرارداد محفوظ است، هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ممنوع است، متخلفان به موجب قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۶	مقدمه مؤلفین.....
۱۷	فصل اول: کارآفرینی سازمانی.....
۱۸	مقدمه فصل اول.....
۱۹	۱-۱- تاریخچه کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی.....
۲۵	۱-۲- مفهوم کارآفرینی سازمانی.....
۲۷	۱-۳- کارآفرین بهرمانی.....
۳۵	۱-۴- اهمیت کارآفرینی سازمانی.....
۳۶	۱-۵- کارآفرینی درون سازمانی.....
۳۷	۱-۶- تفاوت کارآفرینی سازمانی و کرافرینی درون سازمانی.....
۳۷	۱-۷- عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی.....
۵۰	۱-۸- ابعاد کارآفرینی سازمانی.....
۵۴	۱-۹- تفاوت سازمان‌های کارآفرین و سنتی.....
۵۶	۱-۱۰- ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین.....
۵۹	فصل دوم: کارآفرینی شرکتی.....
۶۰	مقدمه فصل دوم.....
۶۱	۲-۱- کارآفرینی شرکتی.....
۷۰	۲-۲- ابعاد و شاخص‌های کارآفرینی شرکتی.....
۷۵	۲-۳- نقش مدیران در کارآفرینی شرکتی.....
۸۱	فصل سوم: مدل‌های مفهومی در حوزه کارآفرینی سازمانی.....
۸۲	مقدمه فصل سوم.....
۸۳	۳-۱- مدل کارآفرینی درون سازمانی اکلس ونگ.....
۸۴	۳-۲- ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون.....

۸۵	۳-۳- مدل کارآفرینی کوراتکو.....
۸۸	۳-۴- مدل کارآفرینی سازمانی تینومیچلوسکی.....
۸۹	۳-۵- مدل‌های چهارگانه کارآفرینی شرکتی.....
۹۲	۳-۶- مدل یکپارچه کارآفرینی سازمانی.....
۹۳	۳-۷- الگوی تعالی فرآیند کارآفرینی شرکتی.....
۹۴	۳-۸- مدل درج‌شدن شاکر زهرا.....
۹۵	۳-۹- مدل کارآفرینی سازمانی آنتونسیس و هیسریچ.....
۹۷	۳-۱۰- مدل یادگیری الگوی.....
۹۹	۳-۱۱- نظریه ترویج نوآوری.....
۱۰۲	۳-۱۲- مدل الزامات ارتباطی.....
۱۰۳	۳-۱۳- مدل اقتضایی کارآفرینی سازمانی دیوینگ.....
۱۰۷	۳-۱۴- مدل سه بعدی بسترهای کارآفرینی در سازمان.....
۱۰۹	۳-۱۵- مدل C.P.R در ارتباطات سازمانی.....
۱۱۱	۳-۱۶- مدل ایرلند و همکاران.....
۱۱۳	۳-۱۷- مقایسه تطبیقی مدل‌های ارتباطات سازمانی در کارآفرینی سازمانی.....
۱۱۷	۳-۱۸- الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی.....
۱۲۱	فصل چهارم: محیط درونی سازمان‌های کارآفرین.....
۱۲۲	مقدمه فصل چهارم.....
۱۲۳	۴-۱- جو سازمان‌های کارآفرین.....
۱۳۲	۴-۲- ویژگی‌های جو سازمانی در سازمان‌های کارآفرین.....
۱۳۴	۴-۳- فرآیند نوآوری در سازمان.....
۱۳۷	۴-۴- رفتار کارآفرینانه.....
۱۴۵	۴-۵- نتایج و دستاوردهای کارآفرینانه.....
۱۵۲	۴-۶- مدیران میانی و کارآفرینی.....
۱۵۶	۴-۷- شرایط تحقق مدیریت کارآفرینانه در سازمان‌ها.....

۱۶۱	فصل پنجم: پیشران‌ها و بازدارنده‌های کارآفرینی سازمانی
۱۶۲	مقدمه فصل پنجم
۱۶۳	۱-۵- پیشران‌های توسعه کارآفرینی
۱۶۸	۲-۵- موانع کارآفرینی سازمانی
۱۷۴	۳-۵- پژوهش‌های کاربردی در سازمان‌ها
۱۷۶	۴-۵- ارتقای کارآفرینی سازمانی
۱۷۸	۵-۵- توسعه کارآفرینی در بخش دولتی کشورها
۱۸۱	فصل ششم: ارائه یک طبقه‌بندی از گستره کارآفرینی شرکتی: طبقه‌بندی‌ها و دیدگاه‌ها
۱۸۲	چکیده فصل ششم
۱۸۳	مقدمه فصل ششم
۱۸۵	۱-۶- مبانی نظری کارآفرینی
۱۸۶	۲-۶- کارآفرینی شرکتی
۱۸۹	۳-۶- تعریف کارآفرین شرکتی
۱۹۰	۴-۶- دیدگاه‌ها در مورد کارآفرینی شرکتی
۱۹۳	۵-۶- کسب‌وکار شرکتی
۱۹۴	۶-۶- منابع داخلی (قابل دسترس)
۱۹۵	۷-۶- بین‌المللی سازی
۱۹۷	۸-۶- شبکه‌های خارجی و اتحادها
۱۹۸	۹-۶- به سمت تهیه یک چهارچوب برای کارآفرینی شرکتی
۱۹۹	۱۰-۶- نتیجه‌گیری
۲۰۱	فصل هفتم: مباحث رایج در حوزه کارآفرینی شرکتی
۲۰۲	مقدمه فصل هفتم
۲۰۵	۱-۷- کارآفرینی شرکتی، یادگیری سازمانی و دانش
۲۰۸	۲-۷- شکل‌های کارآفرینی شرکتی
۲۱۰	۳-۷- انواع یادگیری سازمانی

- ۴-۷- دانش جدید و اجرای آن..... ۲۱۱
- ۵-۷- سوالات تحقیق..... ۲۱۳
- ۶-۷- رهبری کارآفرینانه در شرکتها: نقش‌های کنترل‌ها، اتفاق نظر و اعتماد..... ۲۱۴
- ۷-۷- رهبری کارآفرینانه شرکتی به عنوان یک سیستم از تبادلات اجتماعی..... ۲۱۶
- ۸-۷- تعارض دیش استراتژیک و فرصت طلبی معامله در کارآفرینی شرکتی..... ۲۱۹
- ۹-۷- توسعه اتفاق نظر و اعتماد به کارآفرینی شرکتی از طریق کنترل‌های سازمانی..... ۲۲۱
- ۱۰-۷- فرصت‌ها برای تحقق در رهبری کارآفرینی شرکتی..... ۲۲۳
- ۱۱-۷- کارآفرینی شرکتی بین‌المللی سازی..... ۲۲۴
- ۱۲-۷- بین‌المللی سازی کار جدید کارآفرینی..... ۲۲۶
- ۱۳-۷- بین‌المللی سازی شرکتی با سابقه و تثبیت شده و کارآفرینی..... ۲۲۹
- ۱-۱۳-۷- تولید و برنامه کار: کیفیت آتی..... ۲۳۳
- ۲-۱۳-۷- نتیجه گیری..... ۲۳۵
- ۱۴-۷- کارآفرینی شرکتی و عملکرد: ارزیابی محدود متغیر وابسته..... ۲۳۶
- ۱۵-۷- مقیاس‌های مالی و اقتصادی..... ۲۳۷
- ۱۶-۷- ادغام دیدگاه‌های سهام دار..... ۲۳۸
- ۱۷-۷- شناسایی نقش افزایش شکلهای متعدد سرمایه در اقتصاد ایران..... ۲۴۰
- ۱۸-۷- نتیجه گیری..... ۲۴۳
- فصل هشتم: کارآفرینی راهبردی: خلق مزیت‌های رقابتی از جریان‌های نوآوری و سرمایه‌گردانی..... ۲۴۵
- چکیده فصل هشتم..... ۲۴۶
- ۱-۸- مدیریت تنش در مقابل مزیت رقابتی..... ۲۴۶
- ۲-۸- کارآفرینی راهبردی..... ۲۴۸
- ۱-۲-۸- چالش کارآفرینی راهبردی..... ۲۴۸
- ۲-۲-۸- نگاه بسط یافته از کارآفرینی راهبردی..... ۲۵۰
- ۳-۸- تفاوت تشخیص فرصت و بهره‌برداری از فرصت..... ۲۵۲
- ۱-۳-۸- بهره‌برداری از سرمایه گذاری‌های مختلف..... ۲۵۳
- ۲-۳-۸- بهره‌برداری از فرصت: بهره گیری از تمرکز..... ۲۵۹

۲۶۶	۴-۸- مفاهیمی برای عملکرد سازمانی.....
۲۷۱	فصل نهم: کارآفرینی شرکتی پایدار: رشد و توسعه کارآفرینی شرکتی و ارتباط آن با سازمان.....
۲۷۲	خلاصه فصل نهم.....
۲۷۳	۱-۹- کارآفرینی سازمانی: توانایی مقطعی یا پایدار.....
۲۷۴	۲-۹- کارآفرینی شرکتی فراتر از شانس و اقبال.....
۲۸۰	۳-۹- استراتژی تکامل و ارتباط شرکتها کارآفرینی.....
۲۸۱	۱-۹- تکامل.....
۲۸۳	۲-۳-۹- ارتباط.....
۲۸۴	۴-۹- توسعه منعطف، ساختارهای مرتبط.....
۲۸۶	۱-۴-۹- تکامل.....
۲۸۷	۲-۴-۹- ارتباط.....
۲۸۸	۵-۹- تطبیق گسترده ابزارهای پردازش، مدل مرکب.....
۲۸۹	۱-۵-۹- تکامل.....
۲۹۰	۲-۵-۹- ارتباط.....
۲۹۲	۶-۹- مفاهیم مدیریتی.....
۲۹۲	۱-۶-۹- راهبرد.....
۲۹۳	۲-۶-۹- ساختار.....
۲۹۵	۳-۶-۹- فرآیند.....
۲۹۷	۷-۹- نتیجه گیری.....
۲۹۹	فصل دهم: مفهوم سازی راهبرد کارآفرینی شرکتی.....
۳۰۰	خلاصه فصل دهم.....
۳۰۰	مقدمه.....
۳۰۳	۱-۱۰- الگوهای موجود کارآفرینی شرکتی.....
۳۰۸	۲-۱۰- الگوی راهبرد کارآفرینی شرکتی.....
۳۰۹	۳-۱۰- پیشایندهای راهبرد کارآفرینی شرکتی.....

- ۳۱۰ ۴-۱۰ شناخت کارآفرینانه فردی از معماری سازمانی حامی کارآفرینی
- ۳۱۱ ۵-۱۰ شرایط محیط بیرونی شرکت نسبت به افق راهبردی شرکت
- ۳۱۳ ۶-۱۰ شرایط محیط بیرونی برای فرآیندها و رفتارهای کارآفرینانه
- ۳۱۵ ۷-۱۰ مؤلفه‌ها
- ۳۲۰ ۸-۱۰ پیامدها
- ۳۲۴ ۹-۱۰ بحث رنت به‌گیری
- ۳۲۶ ۱۰-۱۰ مشارکت در حیطه ادبیات کارآفرینی شرکتی
- ۳۲۸ ۱۱-۱۰ کاربردهای حقیق حاضر
- ۳۲۹ ۱۲-۱۰ چالش‌های پژوهش
- ۳۳۱ منابع فارسی
- ۳۳۵ منابع انگلیسی

مقدمه مؤلفین:

مشکلات امروز سازمان‌ها به گونه‌ای است که حل مشکلات و چالش‌های پیش رو، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را می‌طلبد. سازمان‌ها باید به قدر کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی تمام شرایط ممکن باشند. یکی از راه‌های پاسخگویی به تغییرات محیطی، استفاده از کارآفرینی سازمانی است.

وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی، امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه اقتصادی می‌کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب به منظور آرزوهای ترس و استفاده‌ی بهینه از نیروی فعال و کارآفرین، بیشتر احساس می‌شود. برخی از صاحب‌نظران در خصوص اهمیت خلاقیت و نوآوری، آنها را به شاه‌رگ حیاتی سازمان تشبیه می‌کنند که در صورت قطع شدن آن محکوم به زوال و نابودی است. خلاقیت و نوآوری ابزاری برای کارآفرینان است و وسیله‌ی آنها در سازمان‌ها می‌تواند فرصت‌های موجود را شناسایی و از آنها بهره‌برداری کنند. نکته‌ی اساسی در این مقوله، توجه به پرورش این قابلیت‌ها در سازمان‌هاست. چرا که میزانی از خلاقیت و نوآوری به طور بالقوه در همه‌ی افراد وجود دارد اما به فعلیت رساندن این توانایی‌ها مستلزم برنامه‌ریزی صحیح از طرف مدیران است. اهمیت کارآفرینی سازمانی به آنجا رسیده است که برخی از صاحب‌نظران آن را یکی از عوامل تولید مانند سرمایه و کار می‌شناسند همچنین با افزایش سریع رقبای جدید و ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها و نیز از دست دادن بهترین نیروهای کاری، شرکت‌هایی بسیار مطرح در سطح دنیا را بر آن داشته است تا ضرورت کارآفرینی در سازمان‌ها را مقوله‌ای جدی در نظر بگیرند. دانش ما پیرامون کارآفرینی سازمانی در حال گسترش است. با این حال این دانش همچنان پراکنده و جمع‌آوری نشده است. در این کتاب سعی کرده‌ایم با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی به طور مستقل به آن بپردازیم و به موانع و پژوهش‌های کاربردی آن در سازمان‌ها اشاره کنیم. در پایان لازم است به این نکته اشاره کنیم که کتاب حاضر به شیوه‌ای نوشته شده است که نه تنها برای دانشجویان در کلیه‌ی مقاطع دانشگاهی مناسب است، بلکه بعنوان راهنمایی برای مدیران سازمان‌های دولتی و غیر دولتی برای ایجاد کارآفرینی در سازمان‌شان قابل استفاده است. لذا مستدعی است خوانندگان عزیز پس از مطالعه، ما را از نظرات خود مطلع نمایند.