



اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

رفتار کار آفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs)

- ۱- الناز میرنژاد^۱ * (گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۲- نازنین حمیدی^۲ (گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۳- حورالسادات حسینی^۳ (گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)
- ۴ - دکتر زهرا سادات موسوی^۴ (گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران)

چکیده

نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف روشنی از آن است. کارآفرینی مانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین است که بتوان تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه کرد. در مورد کارآفرینی تعریف واحدی وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن بیان شده است. اکنون در عرصه جهانی افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی و اقتصادی شده‌اند که از آن‌ها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. برای کارآفرینی و یا رفتار کارآفرینانه تعریف ثابتی وجود ندارد. از بین تعاریف مختلف، کارآفرین را می‌توان شخصی دانست که در جستجوی منابع مختلف برای کسب سود بیشتر است، فرصت‌ها را شناسایی می‌کند و از آن‌ها بهترین استفاده را می‌برد. اما گروهی دیگر از محققین بر رفتار کارآفرینانه تأکید بیشتری دارند. رفتار کارآفرینانه را می‌توان به عنوان خلق سازمان جدید برای جستجوی فرصت‌ها دانست‌ه‌اند. طی سال‌های اخیر شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان اصلی‌ترین منابع ایجاد شغل در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه شناخته شده‌است. این شرکت‌ها، نقش مهمی در ایجاد شغل‌های جدید، نوآوری و رشد اقتصادی ایفا کرده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، رفتار کارآفرینی سازمانی، کسب و کارهای کوچک و متوسط

1

1 emirnejad@gmail.com

2 na.hamidi1370@gmail.com

3 H.hoora@gmail.com

4 zmousavi80@gmail.com

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

مقدمه

در زمانی که جوامع و سازمان‌ها با سرعت در حال رشد و تغییر هستند نیاز به تحول اساسی در مولفه‌های سازمان برای حفظ موجودیت ضروری است. سازمان‌ها باید بتوانند به سرعت خود را با شرایط جدید سازگار کنند و از فرصت‌های موجود حداکثر استفاده کنند. (توانگر مروستی، زهرا و همکاران، ۱۳۹۸)

از موضوع‌های اجتماعی مهم در سازمان‌های امروزی، پیاده‌سازی یک الگوی کارآفرینی سازمانی^۵ با مشخص کردن شاخص‌های اثرگذار بر آن است و شاخص‌هایی است که به الگوی کارآفرینی سازمانی هویت می‌دهد. اخلاق حرفه‌ای می‌تواند به عنوان یک شاخص اثرگذار، ابزار انگیزشی مهم در سازمان باشد و بستر مناسب تعهد و مسئولیت‌پذیری در توسعه فرآیند کارآفرینی سازمانی قرار گیرد. (نخعی، غلامرضا و همکاران، ۱۳۹۸)

در زمانی که جوامع و سازمان‌ها با سرعت در حال رشد و تغییر هستند نیاز به تحول اساسی در مولفه‌های سازمان برای حفظ موجودیت ضروری است. سازمان‌ها باید بتوانند به سرعت خود را با شرایط جدید سازگار کنند و از فرصت‌های موجود حداکثر استفاده کنند. (توانگر مروستی، زهرا و همکاران، ۱۳۹۹) بر اساس مطالعات انجام شده، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۶ کسب وکارها توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتری را دارند و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند. در واقع، آن‌ها رفتاری پویا در مواجهه‌شدن با شرایط متغیر محیطی دارند عوامل مختلفی از قبیل: محیط مساعد، منابع مالی، فعالیت‌های بازاریابی و فروش، بکارگیری مناسب فناوری اطلاعات و... بر عملکرد و پایداری شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر دارند. (مقسم و همکاران، ۱۳۹۸)

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ستون فقرات اقتصادی جامعه به شمار می‌روند، زیرا موجب اشتغال تولید، صادرات، کاهش فقر، توان اقتصادی و توسعه اقتصادی می‌شوند. بازار به سرعت در حال تغییر، فناوری بی‌وقفه در حال تکثیر، عمر رو به کاهش فناوری و چرخه پرشتاب نوآوری، محیطی بسیار پرفشار و آشفته برای شرکت‌ها ایجاد نموده است. بقا در چنین محیطی تن‌ها با تکیه بر نوآوری در حوزه‌های محصول و فرآیند، ناکافی است و مستلزم نوآوری در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار است. (مقسم و همکاران، ۱۳۹۸)

مطالعات تجربی کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کارآفرینانه و پررشد، علاوه بر سهم بالا در تولید ثروت، عامل ایجاد بیشترین میزان مشاغل جدید در این کشورها نیز بوده‌اند. لذا از آنجا که در حال حاضر ایران با معضل بیکاری به‌ویژه در میان جوانان روبرو است، توجه به توسعه کارآفرینی اهمیتی دوچندان می‌یابد به نحوی که لازم است تا در اولویت سیاستی دولتمردان قرار گیرد. از آنجا که کارآفرینی پدیده‌ای مجرد نبوده و در متن اکوسیستم خاص خود (در محیط نهادی خاص و در تعامل بازیگران مختلف) اتفاق می‌افتد، بدیهی است که اولین قدم برای صورت‌بندی و پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت اکوسیستم کارآفرینی در سطوح مختلف ملی و استانی و تشخیص گلوگاه‌هایی است که مزایای رقابتی کشور را فرسوده می‌کنند. (دلجوی شهیر، ۱۳۹۷)

شرکت‌های کوچک و متوسط برخوردار از صفت رشد دارای چالش‌های: نیاز به تصمیم‌گیری سریع توسط مدیران، گسترش سریع نیازها و انتظارات شغلی، نیاز به کارمندیابی و آموزش افراد جدید، تغییرات دائمی در شرکت‌ها و محدودیت‌های منابع هستند. بخش عمده‌ی چالش‌های اشاره شده ماهیتاً بحث "مدیریت منابع انسانی" هستند یافته‌های پژوهش‌های موجود نشان می‌دهند که وجود و استفاده از نیروی با انگیزه و ماهر به عنوان یکی از عوامل کلیدی و ارزشمند برای موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط محسوب می‌شود. همچنین یافته‌های تحقیقاتی نشان می‌دهند که

4- Organizational entrepreneurship

5- professional ethics

6- SMEs

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

کسب و کارهای کوچک و متوسط با شناخت توانایی مدیریت منابع انسانی می‌توانند برای بنگاه خود ارزش افزوده بالایی ایجاد کنند. (احمدپور داریانی، ۱۳۹۵)

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

به‌راستی پیدایی مفاهیم اولیه کارآفرینی را باید به علم اقتصاد نسبت داد. اوج رابطه اقتصاد و کارآفرینی در قرن بیستم به ویژه از دهه ۱۹۴۰ به بعد بوده است. (ناهید، ۱۳۸۸) کار و کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح کرده‌اند. (حسین‌پور و همکاران، ۱۳۹۸) مفهوم کارآفرینی سازمانی (یا همان کسب و کار مخاطره‌آمیز سازمانی) طی سه دهه اخیر تکامل یافته است. (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۸۸) در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب شده تا سایر کشورها نیز بر کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآوران اهمیت خاصی قائل شدند. (مقسم و همکاران، ۱۳۹۸) راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به عنوان یک رویکرد راهبردی محسوب می‌شود و لزوم توانمندسازی بخش خصوصی، رقابت‌پذیری اقتصاد و تقویت بخش خصوصی را جهت توسعه فعالیت‌های اقتصادی ضرورت می‌بخشد و همچنین کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی، نقش اساسی در فرآیند توسعه جوامع دارند. (مقسم و همکاران، ۱۳۹۸)

مفهوم کار آفرینی:

کلمه کارآفرین از واژه فرانسوی "Entreprende" به معنی انجام دادن یا متعهد شدن نشأت می‌گیرد. (پیل‌پا و همکاران، ۱۳۹۹) واژه کارآفرینی واژه‌ای است نو از این کلمه نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست یافت کارآفرینی از ریشه فرانسوی آنترپرندر است که مفهوم تعهدکردن کاری را دربرمی‌گیرد. ژوزف شومپیتر^۸ بیان می‌کند که کارآفرینی نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی است و نقش آن عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد از دیدگاه او نوآوری ملاک کارآفرینی است و کارآفرین کسی است که فرصت‌ها را درک می‌کند تا دست به نوآوری بزند. (نخعی و همکاران، ۱۳۹۸)

وسپیر^۹ کارآفرینی را فرآیندی می‌داند که برای شرکت‌های معتبر، چه کوچک باشند و چه بزرگ، رقبای جدید و مستقلی را معرفی می‌کند. او کارآفرینان را افرادی می‌داند که رقابت را افزایش می‌دهند، شرکت‌های موجود را به چالش می‌کشند، به دنبال فرصت‌های مناسبی هستند تا در محیط بازار نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند، فناوری‌ها را منتقل نمایند، عقاید جدیدی را خلق کرده و آن‌ها را اجرا کنند، سرمایه‌گذاری را ترغیب می‌نمایند و همراه با آن دنبال مشاغل جدید هستند. (پورجباری خامنه، ۱۳۹۸)

پیترسون^{۱۰} (۱۹۸۰) معتقد است کارآفرینی یک فرآیند است و به تنهایی نمی‌تواند در شخص متجلی شود بلکه تجلی آن باید با فرصت‌ها و تقاضا نیز همراه باشد. (حسین‌پور و همکاران، ۱۳۹۸)

فرآیند کارآفرینی ایجاد سرمایه‌گذاری جدید و نظریه روانکاوی، این تحقیق یک چارچوب مفهومی برای ایجاد کرده‌است روند کارآفرینی ایجاد سرمایه‌گذاری جدید را توضیح دهید. این شامل سه مرحله مختلف است: رویا، ایده تجاری و جدید. (کازلا و همکاران، ۲۰۲۰)

7-Joseph Schumpeter

8 Vesper

9 peterson

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

قدیمی ترین تعریفی که از کارآفرینی موجود است به قرن ۱۸ میلادی بازمی گردد. در اوایل دهه ۱۷۰۰ «ریچارد کانتیلون^{۱۱}» کارآفرینی را به صورت خوداشتغالی همراه با ریسک پذیری تعریف کرد. در سال های ظهور انقلاب صنعتی، جین باپتیس کارآفرینی را به عنوان سرمایه گزار یا تولیدکننده بزرگی که نقش اصلی آن گردهم آوری عوامل تولید است، معرفی کرد. چند دهه بعد «آفرد مارشال^{۱۲}» در پاسخ به ظهور طبقه میانی (تخصصی)، کارآفرینی را مسیری برای جاگیری کارآفرینان در کسب و کار جدید متعلق به خودشان دانست. در قرن بیستم، به واسطه تعریفی که «شومپتر» از کارآفرین ارائه کرد چرخشی متفاوت و تاثیرگذار در تعریف کارآفرینی به وجود آمد. وی کارآفرین را عامل تغییر در اقتصاد از طریق تخریب خلاق معرفی کرد. (دلجوی شهیر و همکاران، ۱۳۹۷)

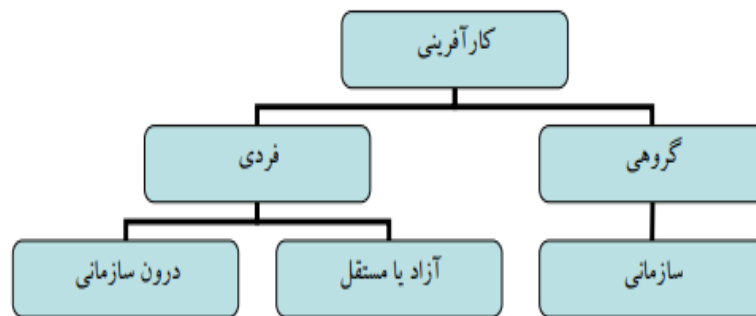
کارآفرینی سازمانی:

فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده، به ظهور می رسد یا به عبارت دیگر مجموعه فعالیت هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار است. کارآفرینی سازمانی یعنی کارآفرینی بدون رهاکردن سازمان. (نخعی و همکاران، ۱۳۹۸)

کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه ی منحصر به فردی از منابع برای بهره گیری از فرصت ها که به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای جدید منجر می شود. (حمزه پور، ۱۳۹۶)

هنگامی که فعالیت کارآفرینی توسط فرد یا گروه کارآفرین در داخل یک سازمان انجام بگیرد به آن کارآفرینی سازمانی می گویند. (عربشاهی، احمد، ۱۳۹۵)

4



شکل ۲- انواع کارآفرینی

کارآفرینی در همه سازمان ها صرف نظر از اندازه و نوع آنها وجود دارد. (پیل پا و فرخیان، ۱۳۹۹) کارآفرینی سازمانی شامل پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمانی می شود که پیشتر تأسیس شده است. (پیل پا و همکاران، ۱۳۹۹) کارآفرینی سازمانی موجب تغییرات ساختاری، به چالش کشیدن فرهنگ سازمان حاکم، تشکیل گروه های کارآفرینانه و ایجاد دیدگاه مشترک بین کارکنان و مدیران، برای رسیدن به آرمان سازمان و در نهایت، کارآفرین شدن سازمان می شود. (یدالهی فارسی و همکاران، ۱۳۸۸) کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان طی می کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند

11 Richard Kantilon
12 Alfred Marshal

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر و سریع و راحت در سازمان به ثمر می‌رسد. (پیل‌پا و همکاران، ۱۳۹۹)

ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین

الف- ساختار: اساساً سازمان‌های کارآفرین ساختاری ارگانیک دارند که مشخصات آن عبارت است از: غیرمتمرکز بودن، غیررسمی بودن، عمودی و افقی بودن جریان اطلاعات. در انحصار نبودن اطلاعات، وجود دواپر و عناوین شغلی کم، گروه‌بودن کارها، برخوردار بودن از ساختار سازمانی تخت که مانع از اجرای ایده‌های نو نباشد، کنترل سهل‌گیر و غیررسمی، داشتن کارکنان توانمند.

ب- حمایت مدیریت: قدردانی مدیریت از افراد ریسک‌پذیر، قدردانی مدیریت از افراد صاحب ایده، تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان، متولی شدن طرح‌های کارآفرینانه، به‌کارگیری ایده‌های جدید کارکنان، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح‌های نو
ج- اهداف و استراتژی‌ها: بازارگرایی، برون‌گرایی و سازگاری با محیط، فرصت‌گرایی، دارای بیانیه مشترک و آرمان مشترک، مدون، واضح، منعطف و آینده‌نگر فرهنگ سازمانی: سازمان کارآفرین دارای فرهنگی است که در آن از ریسک‌پذیری، نوآوری و ایده‌های جدید افراد در همه سطوح سازمان حمایت می‌شود، کارگروهی باارزش است و مورد تشویق قرار می‌گیرد، افراد نسبت به هم احساس وظیفه می‌کنند و اعتماد، صداقت و درستی در بین کارکنان برقرار است، نیروی انسانی باارزش‌ترین منبع سازمان شناخته می‌شود، یادگیری سازمانی در همه سطوح وجود دارد، تحقیقات سازمان از ارزش بالایی برخوردار است و نقش مهمی در سازمان ایفا می‌کند. (سلیمان‌پور، عمران و همکاران، ۱۳۹۶)

رفتار کارآفرینانه

رفتار کارآفرینانه اشاره به تمایلات و رفتارهایی دارد که کمک می‌کند مرسومات سازمان در گسترش منابع و پیگیری فرصت‌های جدید تغییر کند. سه عاملی که رفتار کارآفرینانه را مشخص می‌کند پیشگام‌بودن، نوآوری‌بودن و ریسک‌پذیر بودن است. (کمالی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷) نگرش کارآفرینانه از قابلیت‌های داخلی شرکت‌ها محسوب می‌شود که می‌تواند باعث بهبود عملکرد شود. (مقسم و همکاران، ۱۳۹۸) از سویی زامپتاکیس و موتاکیس^{۱۳} (۲۰۰۷) وجود رفتار کارآفرینانه را مجموعه‌ای از فعالیت‌ها می‌دانند که به‌صورت خودکار توسط افراد مختلف در سطوح مختلف سازمان ایجاد شده و با ترکیبی از منابع نوآوری به دنبال تشخیص فرصت‌ها و تعقیب آنان است. نظریه حمایت سازمانی به‌عنوان چارچوب نظری مفیدی برای رفتارهای کارآفرینانه معرفی شده است. براساس این چارچوب، هنگامی که کارکنان سازمان به بهزیستی و ارزش‌های مشترک آن‌ها توجه داشته باشد، سطوح بالایی از حمایت سازمانی ادراک شده را احساس می‌نمایند که کارکنان با سطوح بالای حمایت سازمانی ادراک شده، تعهد بیشتری به سازمان دارند، برای آن تلاش می‌نمایند و احساس خشنودی شغلی بیشتری دارند چنین کارکنانی به احتمال کمتری غیبت می‌نمایند یا از کار خود کناره‌گیری می‌کنند و به احتمال بیشتری به انجام کارهایی فراتر از وظایف رسمی شغلی (رفتارهای مدنی سازمانی) روی می‌آورند و عملکرد وابسته به نقش بالاتری دارند گرچه، با تصدیق اهمیت حمایت سازمانی ادراک شده و پیامدهای مطلوب آن برای کارکنان و سازمان‌ها، پژوهش‌های تجربی روی اثر بالقوه حمایت سازمانی ادراک شده بر رفتارهای کارآفرینانه در سازمان تمرکز نموده‌اند. (جانقربانیان و همکاران، ۱۳۸۹) اساس و مبنای رویکرد ویژگی‌های شخصی کارآفرینانه، بررسی و شناخت ویژگی‌های کارآفرینان و چگونگی رشد و پرورش ویژگی‌های شخصی افراد به منظور پرورش مدیران کارآفرین، نوآور، مولد و خلاق است که سبک رفع بسیاری از چالش‌ها خواهد شد. از بین عوام یا صفات شکل‌دهنده و شخصی کارآفرینی، مدل زالی و همکاران (۱۳۸۶) شامل خلاقیت، توفیق‌طلبی، استقلال-طلبی، کنترل‌درونی، ریسک‌پذیری انتخاب شده است. (بادگاری و همکاران، ۱۳۹۸)

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

تعاریف و ویژگی های کسب و کارهای کوچک و متوسط:

شرکت های کوچک و متوسط نقش مهمی در بخش خصوصی هر کشوری دارند. برخی از عوامل کارآفرینی خارجی و داخلی در پشت موفقیت سازمان های کوچک و متوسط از طریق جهانی سازی به وجود می آید. (انصاری کارابای^۴ و همکاران، ۲۰۱۴)

از سازمان های کوچک و متوسط تعاریف مختلفی صورت گرفته است. هیچ تعریف مورد قبول همگانی برای کسب و کار کوچک و متوسط وجود ندارد. در برخی تحلیل ها این سازمان ها را در قالب بازده کلی تعریف می نمایند، در حالی که دیگران تعداد کارمندان را به عنوان شاخص در نظر می گیرند. (اکبری، ۱۳۹۱) در ایالات متحده آمریکا، بنگاه ها با کمتر از ۵۰ نفر کارمند، کوچک و بیش از آن بزرگ خوانده می شوند، در آلمان شرکت هایی با کمتر از ۱۰ نفر کارمند را کوچک، از ۱۰ تا ۴۹۹ نفر را متوسط و بالاتر از آن بزرگ به شمار می آورند یا در تعریفی دیگر بنگاه های بین ۱۰ تا ۱۵۰ نفر کارمند را بنگاه های کوچک و متوسط می نامند. (فدایی نژاد و همکاران، ۱۳۸۹) اتحادیه اروپا یک تشکیلات اقتصادی با اندازه متوسط را تشکیلاتی با تعداد ۲۵۰ نفر، یک شرکت کوچک را با تعداد کمتر از ۵۰ کارمند و یک تشکیلات میکرو (خیلی کوچک) را با تعداد حداکثر ۱۰ کارمند تعریف می کند. در ایران نیز سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی تعداد کارمندان را در تعریف سازمان های کوچک و متوسط های ایران مبنا قرار داده است. بنابراین تعریف بنگاه هایی که دارای کمتر از ۵۰ نفر شاغل باشند بنگاه کوچک و بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر بنگاه متوسط تلقی می شوند. هر شرکتی با کمتر از ۵۰ پرسنل در حیطه کسب و کارهای کوچک و متوسط قرار می گیرد. (اکبری، ۱۳۹۱) گروه قابل توجهی از محققان بر این باورند که حل مشکل بیکاری، فقر، عدم توازن منطق ها و دستیابی به توسعه صنعتی در کشورهای جهان سوم در گرو توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط در این کشورها هست. دلایل عمده این محققین را می توان به طور خلاصه ذیل عنوان نمود:

الف) تأسیس و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط به منابع اندکی نیاز دارد.

ب) کسب و کارهای کوچک و متوسط از درجه اشتغالزایی بالایی برخوردار است.

ج) کسب و کارهای کوچک و متوسط اغلب متکی بر منابع داخلی هستند.

د) کسب و کارهای کوچک و متوسط از انعطاف پذیری بالایی برخوردارند.

ه) کسب و کارهای کوچک و متوسط پرورش دهنده نیروهای مجرب و متخصص برای کسب و کارهای بزرگ به حساب می آیند.

و) مکان یابی کسب و کارهای کوچک و متوسط به سهولت و به نفع سیاست های منطق های دولت قابل انجام است. (اکبری،

۱۳۹۱)

معیارهای متفاوتی برای تعریف سازمان های کوچک و بزرگ به کار گرفته شده است. برخی از معیار تعداد کارکنان بهره می گیرند و برخی دیگر معیارهایی همچون ابعاد مالی و عملکردی را به کار می گیرند. هرچند بیشتر تعاریف بر اساس تعداد کارکنان بیان می شوند، در ایالات متحده آمریکا، بنگاه ها با کمتر از ۵۰ نفر کارمند، کوچک و بیش از آن بزرگ خوانده می شوند، در آلمان شرکت هایی با کمتر از ۱۰ نفر کارمند را کوچک، از ۱۰ تا ۴۹۹ نفر را متوسط و بالاتر از آن بزرگ به شمار می آورند یا در تعریفی دیگر بنگاه های بین ۱۰ تا ۱۵۰ نفر کارمند را بنگاه های کوچک و متوسط می نامند. در ایران براساس تعریف بانک مرکزی واحدهایی که تعداد کارکنان آن کمتر از ۵۰ نفر باشد صنایع کوچک، با ۵۰ نفر تا ۲۵۰ نفر کارمند، صنایع متوسط و بیش از آن صنایع بزرگ نامیده می شوند. در این پژوهش با استفاده از تعریف بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران شرکت های صنعتی زیر ۵۰ نفر، کوچک و بیشتر از آن بزرگ فرض شده اند. (فدایی نژاد و همکاران، ۱۳۸۹) در اینجا می توان متذکر شد که کارآفرینی منحصر به سازمان هایی با اندازه خاصی نیست. (نخعی و همکاران، ۱۳۹۸)

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

بحث و نتیجه گیری

در این مقاله سعی بر آن شد که تعاریف درستی از مفاهیم کارآفرینی و نقش آن در سازمان‌ها بیان شود و همچنین به تعریف دقیق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته شد. از سوی دیگر با بررسی‌های انجام‌شده نقش نوآوری در سازمان امروزی به خوبی مشخص شده و پیدایی نوآوری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با وجود کارآفرینی میسر گشته است. در ادامه به لزوم ایجاد کسب‌وکارها و میدان‌دادن به کارآفرینی با توجه به رشد اقتصاد و نگاه بر کسب‌وکارهای موجود در کشورهای توسعه‌یافته پرداخته شد. تحولات پیچیده و سریع چند دهه اخیر موجب شده است که کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را به عنوان زمینه‌ای برای دستیابی به اهداف توسعه از جمله توسعه اقتصادی در نظر بگیرند. در این مقاله سعی شد مفهوم کارآفرینی و سازمان کارآفرین مورد بررسی قرار گیرد. سازمان کارآفرین به عنوان یک چهره سازمانی جدید و کارآمد در عصر حاضر مطرح است. با توجه به اینکه در عصر حاضر تغییر و پویایی به عنوان یکی از مشخصه‌های اصلی و مهم موجود، مطرح است. این سازمان کارآفرین است که این قابلیت را دارد تا به نحو موثر با تغییر و پویایی مواجهه نموده و با تکیه بر خلاقیت و نوآوری، نهایت استفاده از منابع و امکانات موجود را در بهره‌گیری از فرصت‌ها می‌نماید و در جهت دستیابی به اهداف سازمان و جامعه کارایی، اثربخشی و بهره‌وری را محقق می‌نماید. سازمان کارآفرین باید با آگاهی از چالش‌های پیش‌رویش بتواند خود را برای تقابل با آن‌ها آماده سازد و آینده موفقیت‌آمیزی را برای خویش رقم بزند. با توجه به آمار و ارقام، نرخ بیکاری در ایران بسیار بالا خواهد رفت و باید برای آن چاره‌اندیشی کرد. یکی از کارهایی که می‌تواند از این بحران جلوگیری کند راه‌اندازی نظام آموزشی کارآفرینانه در راستای افزایش قابلیت‌های جوانان جامعه است، چرا که جوانانی که می‌خواهند وارد کار شوند معمولاً از ابتدا تخصص خاصی ندارند و باید از کمی قبل به فکر ایجاد تخصص در آن‌ها بود. از جهت آموزش رفتار کارآفرینانه از کلیدی‌ترین، مهم‌ترین و کاربردی‌ترین مهارت‌ها است. این مهارت‌ها و درواقع رفتار کارآفرینانه هم می‌توان از سنین کمتر به فرزندان آموزش داده شود. از سوی دیگر ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط راهی روشن برای کاهش نرخ بیکاری است. آنچه برای ما در این مقاله پررنگ و حائز اهمیت است ایجاد پلی روشن و واضح میان رفتار کارآفرینانه در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. در بخش تعالی رهبری سازمان‌های بزرگ و کوچک نیز به دلایل احتمالی از جمله اینکه می‌توان به نوپایی مفاهیم علمی تعالی رهبری و عدم وجود دانش و تجربه کافی در تدوین و اجرای رویکردهای بهبود و توسعه رفتارهای رهبری و همچنین ارزیابی اثربخشی رفتار رهبری در هر دو سطح سازمان‌های بزرگ و کوچک اشاره‌ای کنیم. از طرفی امروزه، راز موفقیت سازمان‌ها علاوه بر سرمایه‌های انسانی به کارآفرینی و توسعه اخلاق است، این امر حتی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را تحت تأثیر قرار داده است. هدف اصلی پژوهش ارائه و تبیین الگوی توسعه کارآفرینی اخلاق‌گرایانه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. می‌توان با افزایش اثربخشی رفتار رهبری در سطوح کوچک و بزرگ سازمان علاوه بر تعالی بخشی بر سازمان به توسعه کارآفرینی و اخلاق و رفتار کارآفرینانه پرداخت. اهمیت و ضرورت کارآفرینی در توسعه بخش اقتصادی کشور بسیار قابل بحث و تفکر است. کارآفرینی از محورهای اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است، زیرا:

۱. موجب اشتغال می‌شود.
۲. باعث افزایش سود و سرمایه‌گذاران می‌شود.
۳. موجب دگرگونی ارزش‌ها و تحول ماهیت آن‌ها می‌شود و ارزش‌های تازه‌ای به وجود می‌آورد.
۴. موجب پرشدن شکاف‌ها و خلأهای بازار کار می‌شود. یعنی با توجه به دگرگونی‌های شرایط بازار کار و فراهم‌شدن فرصت‌های تازه، تصمیم‌های تازه‌ای گرفته می‌شود.
۵. موجب گذار از رکود اقتصادی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می‌شود.

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

۶. عوامل و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آنها فراهم می‌سازد.
۷. کارآفرینی به هنگام بحران و ناتوانی بخش خصوصی در ایجاد اشتغال می‌تواند باعث جلوگیری از پس‌روی اقتصادی شود.
۸. باعث تأمین رفاه اجتماعی می‌شود.
۹. موجب رقابت صنایع به ویژه صنایع دستی مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و بالا رفتن کیفیت کالاها می‌شود.
۱۰. باعث تقویت و تکامل صنایع داخلی می‌شود و بدین ترتیب زمینه رقابت صنایع داخلی و خارجی فراهم می‌آید و سرانجام به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می‌انجامد.
۱۱. کارآفرینی موجب به‌وجود آمدن محصولات، خدمات، روش‌ها، سیاست‌ها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می‌شود.

۱- منابع

- احمد پور داریانی، محمود؛ (۱۳۹۵). شناسایی عوامل موفقیت مدیریت منابع انسانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *شناسایی عوامل موفقیت مدیریت منابع انسانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط*.
- اکبری، الهه؛ (۱۳۹۱). مهارت‌های مدیریتی و نقش آن در نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs). *مهارت‌های مدیریتی و نقش آن در نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs)*.
- پور جباری خامنه، امیر حسین دکتر؛ (۱۳۹۸). ارزیابی کارآفرینی و چابکی در کسب‌وکارهای نوپا. *ارزیابی کارآفرینی و چابکی در کسب‌وکارهای نوپا*.
- پیل پا، حسین؛ فرخیان، ساحل؛ (۱۳۹۹). تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش واسطه‌گرای کارآفرینانه. *تاثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش واسطه‌گرای کارآفرینانه*.
- توانگر مروستی، زهرا؛ محمدی فر، محمد علی؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ (۱۳۹۹). طراحی مدل ساختاری عدالت سازمانی تعیین پیشایندها (جو سازمانی هوش هیجانی ارزش‌های اخلاقی سازمان) و پیامدها (کارآفرینی سازمان) مدل ساختاری عدالت سازمانی تعیین پیشایندها (جو سازمانی هوش هیجانی ارزش‌های اخلاقی سازمان) و پیامدها (کارآفرینی سازمان).
- توانگر مروستی، زهرا؛ محمدی فر، محمد علی؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ (۱۳۹۸). بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی. *بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی*.
- جانقربانیان، زهرا؛ کامکار، منوچهر؛ سماواتیان، حسین؛ (۱۳۸۹). پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینانه بر اساس حمایت سازمانی ادراک شده و هوش هیجانی. *پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینانه بر اساس حمایت سازمانی ادراک شده و هوش هیجانی*.
- حسین پور، داوود؛ قربانی زاده، وجه الله؛ علی اکبری، حسن؛ زارع، حسن؛ (۱۳۹۸). شبکه مضامین مولفه‌های ارزشی چارچوب خط مشی گذاری کارآفرینی. *شبکه مضامین مولفه‌های ارزشی چارچوب خط مشی گذاری کارآفرینی*.
- حمزه پور، مسعود دکتر؛ (۱۳۹۶). الگوی توسعه کارآفرینی اخلاق‌گرایانه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *الگوی توسعه کارآفرینی اخلاق‌گرایانه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط*.

اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

دلجوی شهیر، جواد؛ غلامی مبارک ابادی، رقیه؛ سلمان نژاد، عبدالله؛ (۱۳۹۷). توسعه و توانمند سازی کارآفرینی در فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط با نگاهی به وضع موجود کارآفرینی در استان گیلان با استفاده از رویکرد SWOT. توسعه و توانمند سازی کارآفرینی در فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط با نگاهی به وضع موجود کارآفرینی در استان گیلان با استفاده از رویکرد SWOT.

دلجوی شهیر، جواد؛ غلامی مبارک ابادی، رقیه؛ سلمان نژاد، عبدالله؛ (۱۳۹۷). توسعه و توانمند سازی کارآفرینی در فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط با نگاهی به وضع موجود کارآفرینی در استان گیلان با استفاده از رویکرد SWOT. توسعه و توانمند سازی کارآفرینی در فضای کسب و کارهای کوچک و متوسط با نگاهی به وضع موجود کارآفرینی در استان گیلان با استفاده از رویکرد SWOT.

سلیمان پور عمران، محبوبه؛ ابراهیم زاده، فریمان؛ قلی پور، مریم؛ (۱۳۹۶). سازمان کار آفرین و کار آفرینی سازمانی: ضرورت‌ها و پیش‌بایست‌ها. عربشاهی، احمد؛ (۱۳۹۵). تبیین مفهوم و ابعاد سازمان کارآفرین (از ماهیت تا فرآیند اجرا). تبیین مفهوم و ابعاد سازمان کارآفرین (از ماهیت تا فرآیند اجرا).

فدایی نژاد، اسماعیل؛ خالقی، امیر حسین؛ مهاجری، می‌ترا؛ (۱۳۸۹). مقایسه تعالی عملکرد سازمان‌های کوچک و بزرگ با رویکرد EFQM. مقایسه تعالی عملکرد سازمان‌های کوچک و بزرگ با رویکرد EFQM.

کمالی پور، مهسا؛ صفر، علی؛ اسماعیلیان، مجید؛ بهرامی کیا، قاسم؛ (۱۳۹۷). رتبه بندی و مقایسه عوامل اثر گذار ب ایجاد رفتار کارآفرینانه با استفاده از روش مقیاس گذاری چند بعدی (مورد مطالعه: شرکت پالایش گاز پارسیان). رتبه بندی و مقایسه عوامل اثر گذار ب ایجاد رفتار کارآفرینانه با استفاده از روش مقیاس گذاری چند بعدی (مورد مطالعه: شرکت پالایش گاز پارسیان).

مقسم، یاسر؛ سعیدی، پرویز؛ دیده خانی، حسین؛ مهربان، احمد؛ (۱۳۹۸). توسعه کسب و کارهای تولیدی کوچک و متوسط بر پایه تاثیر پذیری از عملکرد و نو آوری در فناوری. تاثیر پذیری از عملکرد و نو آوری در فناوری.

ناهید، مجتبی؛ (۱۳۸۸). چپستی و چرایی کار آفرینی و کار آفرینی سازمان در یک نگاه. چپستی و چرایی کار آفرینی و کار آفرینی سازمان در یک نگاه.

نخعی، غلامرضا؛ سبحانی، عبدالرضا دکتر؛ (۱۳۹۸). خلاق حرفه ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی. خلاق حرفه ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی.

نخعی، غلامرضا؛ سبحانی، عبدالرضا دکتر؛ (۱۳۹۸). خلاق حرفه ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی. خلاق حرفه ای شاخصی اثر گذار بر الگوی کارآفرینی سازمانی.

یادگاری، رضا؛ عباسی، ابراهیم؛ اشرفی، مجید؛ آزما، فریدون؛ (۱۳۹۸). تاثیر ویژگی‌های کار آفرینانه مدیران بر رفتار نو اورانه از طریق بررسی تفکر انتقادی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه: مراکز رشد واحدهای فناور دانشگاه آزاد اسلامی). تاثیر ویژگی‌های کار آفرینانه مدیران بر رفتار نو اورانه از طریق بررسی تفکر انتقادی در شرکت‌های دانش بنیان (مورد مطالعه: مراکز رشد واحدهای فناور دانشگاه آزاد اسلامی).



اولین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت

تهران - ۳۱ فروردین ۱۴۰۰

یدالهی فارسی, جهانگیر ; عزیزی زیارت, امید ; خواستار, حمزه ; (۱۳۸۸). بررسی رابطه ی بین ساختار و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک های خصوصی سطح شهر تهران). *بررسی رابطه ی بین ساختار و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: بانک های خصوصی سطح شهر تهران)*.

cazla, Francesco ; cannavle, Chiara ; zohoorian nadali, Iman ;. (2020). How do cultural values influence entrepreneurial behavior of nations? A behavioral reasoning approach. *How do cultural values influence entrepreneurial behavior of nations? A behavioral reasoning approach*.

Ensaria, M.Şebnem ; Erdilek, Melisa ; Karabayb, a;. (2014). What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets? *What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets?*