تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۲۸

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با هدف ارتقاء عملکرد شرکت با استفاده از تکنیک سلسه مراتبی فازی (مورد مطالعه: صنعت فنر سازی)

میرزاحسن حسینی[۱]- الهام کشاورز[۲]

چکیده

در شرایط رقابتی جهان امروز، کارآفرینی سازمانی نقش مهمی در موفقیت سازمانها و ایجاد تمایز آنها از سایرین می‌تواند داشته باشد. از همین رو، کسب شناخت از عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. بر همین اساس، شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی و تعیین درجه اهمیت و اولویت آنها در جهت بهبود عملکرد شرکت، هدف این پژوهش قرار گرفته است. برای این منظور پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیقات در این حوزه، عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی که به بهبود عملکرد شرکت کمک می کنند، در سه دسته عوامل ساختاری، زمینه‌ای و رفتاری شناسایی شدند. در مرحله بعد، اولویت و اهمیت هریک از این عوامل با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی و با نظرسنجی از خبرگان شرکتهای برتر فعال در صنعت فنرسازی مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج حاکی از آن بود که مهم ترین عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با هدف بهبود و ارتقاء عملکرد شرکت به ترتیب اهمیت عبارتند از: عوامل ساختاری، عوامل زمینه ای و سپس عوامل رفتاری. در بین عوامل ساختاری، مهم ترین عوامل به ترتیب عبارت بودند از: ساختار سازمان کارآفرین، تصمیم گیری وکنترل، سیستم پاداش. از سوی دیگر، عوامل سیاسی / دولت، زیر ساخت‌ها، ارتباطات، دسترسی به منابع به عنوان مهم ترین عوامل زمینه ای شناسایی شدند. در نهایت، مهم ترین عوامل رفتاری به ترتیب عبارت بودند از: فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت، خطر پذیری، ویژگی های مدیران، ویژگی های کارکنان.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، عملکرد شرکت، تحلیل سلسله مراتبی فازی.

۱. استاد تمام دانشگاه پیام نور، سازمان مرکزی، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران. نویسنده مسئول:
(ri.hosseini@yahoo.com)

۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، مرکز تحصیلات تکمیلی، دانشکده مدیریت، تهران، ایران.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۱- بیان مساله

کارآفرینی اشاره به توانایی شخصی برای تغییر ایده‌ها و تبدیل آن به عمل دارد (Boore and porter, 2011). فراگیرترین تعریفی که از گرایش کارآفرینانه وجود دارد، عبارت است از این که که اگر یک شرکت دائما نوآوری‌هایی در محصولات خود ارائه نموده، ریسک پذیر باشد و نیز رفتار فعالانه‌ای از خود بروز دهد؛ این شرکت گرایش به کارآفرینی دارد (Davis et al,2010). کارآفرینی موجب راه اندازی و توسعه درست کسب وکارهای کوچک و متوسط،خلق فرصت‌های شغلی، تولید ثروت، افزایش نشاط زندگی، اشتغال افراد و به کار گیری مواد و منابع مالی کشور می‌شود (Pulka et al,2014). طرفداران کارآفرینی محوری نشان دادند سازمانهایی که به طور کارآفرینانه اقدام می‌کنند، بهتر می‌توانند فعالیت‌های خود را در محیط‌های رقابتی پویا تنظیم کنند و در نتیجه، اثرات مثبتی روی عملکرد سازمان دارند(Yang et al,2004). همچنین، سازمان‌ها باید با تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینانه ناشی از تغییرات محیطی نه تنها بقا، بلکه رشد خود را نیز تضمین کنند (زالی و همکاران، ۱۳۸۸). روند کلی در سازمان‌های ایران، تایید کننده این مطلب است که وضعیت حاکم در این سازمان ها، سنتی و غیر کارآفرینانه است و به نظر می‌رسد یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های دولتی ایران، ناشی از فقدان نوآوری و کارآفرینی سازمانی است. آسیب شناسی نظام اداری کشور، گویای آن است که این نظام دیوان سالار، دچار عوارض نامطلوبی همچون فقدان روحیه مشارکت پذیری و مشارکت جویی، تمرکز گرایی و انعطاف ناپذیری، کندی و پر پیچ و خم بودن انجام امور، مسئولیت ناپذیری، بهره وری پایین و ناکارآمدی است (لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱). بسیاری از مدیران سازمان‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند و از طرفی، به دنبال راه حل‌های جدید برای افزایش عملکرد سازمانشان هستند که از نگرانی‌های اصلی سازمانهای امروزی است(Benzing et al,2005). لذا، چنانچه کارآفرینی سازمانی را برای بهبود عملکرد شرکتهای صنعتی مورد نیاز بدانیم، سوال مهم آن است که عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی چیست؟ به بیان دیگر، چه عواملی تحقق کارآفرینی سازمانی را تسهیل و سبب‌سازی می‌کنند؟ ترتیب اهمیت هریک از عوامل شناسایی شده موثر بر کارآفرینی سازمانی چگونه خواهد بود؟

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

بر همین اساس، سوالات پژوهش به شرح زیر تدوین شده است:

۱. عوامل موثر بر ارتقاء عملکرد شرکت در شرکتهای صنعت فنر کدامند؟
۲. عوامل موثر بر کار آفرینی سازمانی در شرکتهای صنعت فنر کدامند؟
۳. ترتیب اهمیت عوامل موثر بر ارتقاء عملکرد شرکت در شرکتهای صنعت فنر چگونه است؟
۴. ترتیب اهمیت عوامل موثر بر کار آفرینی سازمانی در شرکتهای صنعت فنر چگونه است؟
۵. ترتیب اهمیت اجزا و عناصر عوامل موثر بر کار آفرینی سازمانی در شرکتهای صنعت فنر چگونه است؟

۲- مبانی نظری و پیشینه

به منظور پاسخگویی به سوالات تحقیق، ابتدا به تشریح مفاهیم مورد بررسی همچون کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن و عملکرد شرکت و شاخص‌های آن پرداخته ایم و از بررسی مطالعات انجام شده در این حوزه ابعاد و شاخص‌های مرتبط را شناسایی کرده ایم که در ادامه جزئیات بیشتر گزارش خواهد شد.

۲-۱- کار آفرینی[1]

از آن‌جا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم قطعی علوم فیزیک و شیمی به‌شمار نمی‌رود، ارائه تعریف قطعی برای واژه‌های آن کاری دشوار و حتی غیر ممکن است. در این میان، کارآفرینی نیز یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد. در حقیقت، دشواری اصلی در این زمینه، چگونگی تعریف مفاهیم بنیادی و مرکزی در بطن کارآفرینی است که مرزها و حدود آن را مشخص می‌سازد. برخورد صاحب نظران با مقوله کارآفرینی همچون برخورد افراد نابینایی است که با حیوانی مواجه می‌شوند و هر یک متناسب با عضوی از آن که لمس می‌نمایند به‌توصیف برداشت خویش می‌پردازند (احمدپور، ۱۳۸۳). کارآفرینی از جمله موضوعاتی است که به نظر برخی از صاحب نظران ریشه در موسسه‌های کوچک وبخش خصوصی دارد، اما با توسعه ی آن در سازمان‌های بزرگ، توجه محققان ومدیران زیادی را به سوی خود جلب کرده است

1. Entrepreneurship

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

(رضایی وهمکاران، ۱۳۹۰). کارآفرینی به عنوان یک بینش، فرهنگ و رویکرد نوین سازمانی از جمله مهمترین دستاوردهای بین رشته‌ای علوم اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی، روانشناسی در چند دهه گذشته است که از ابتدا در سازمان‌های تولیدی، صنعتی و سپس در سایر سازمان‌های اجتماعی و خدماتی مورد توجه جدی دولتمردان و سیاست گذاران کلیه کشورها قرار گرفته است (حسن مرادی، ۱۳۸۵). کار آفرینی به ابزاری نیرومند برای ایجاد فرصتهای مناسب تبدیل شده است که بهره گیری از آنها می‌تواند موجب رفع مشکلاتی مانند بحران اشتغال، کمبود نیروی انسانی خلاق و پویا، کاهش چشمگیر بهره وری، کاهش کیفیت محصولات وخدمات، رکود اقتصاد و رقابت شود (مردانشاهی وهمکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی به عنوان نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آن‌ها در بهره گیری از فرصت ها، نیروی آن‌ها در نوآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، به عنوان عواملی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آن‌ها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارآیی، ایجاد شغل، رقابت، تشکیل شرکت‌های جدید و بهره‌ور، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابراین، شکل گیری انقلاب کارآفرینی در جوامع امروزی ضروری بنظر می‌رسد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی خواهد داشت (Kuratko & Hodgetts, 2001). فرآیند کارافرینی، خلق هر چیز جدید و با ارزش است که نیازمند صرف وقت، تلاش بسیار، پذیرش خطرات مالی،روحی و اجتماعی برای رسیدن به رضایت مالی،فردی و استقلال می‌باشد (آزادیان، ۱۳۸۹). به عبارتی دیگر، در فرآیند کارآفرینی تنها خلق محصول یا خدمتی جدید نیست بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را در جامعه ارائه نمود (سعیدی کیا،۱۳۸۹). کارآفرینی فرآیند خلق چیز نو و با ارزش، باصرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش ریسک مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منافع مالی،رضایت شخصی و استقلال می‌باشد (اکبری، ۱۳۹۰). کارآفرینی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده در زمینه‌های مختلف شخصی و مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و برتری امکان پذیر است، تلقی می‌گردد (احمدی و درویش،۱۳۸۷). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت‌ها بیان می‌کند که چگونه افراد به صورت مستقل و یا در داخل سازمان ها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آن‌ها استفاده کنند. البته، کارآفرین فقط مواردی را می‌بیند و برای آن‌ها برنامه ریزی

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

می‌کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصت ها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می‌کند که مشتری پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آن‌ها است (Kuratko & Hodgetts,2001). افراد کارآفرین می‌توانند مسیر تحولات حرفه‌ای را بشناسند و نسبت به نیازهای جدید آگاهی یابند و در راستای ایجاد مشاغل جدید قدم بردارند (Rezaie &Rahsepar,2009). بنابراین، تاسیس شرکت نوپا یکی از شاخص‌های روز رفتار کارآفرینانه می‌باشد. در دیدگاه رفتاری قصد بر این است که با شناخت ویژگی‌های ذاتی وتقویت ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان بیشتری به جامعه معرفی شود تا آهنگ رشد وپیشرفت جامعه تسریع گردد (Teimoori & Alagheband,2008). در گسترده‌ترین مفهوم، رفتار کارآفرینی اصطلاحی جامع است که همه اقدامات اعضای شرکت را که مربوط به کشف، ارزیابی وبهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی هستند، در بر می‌گیرد. رفتار کارآفرینانه در خلاء روی نمی دهد بلکه در چارچوب آرایه کاملی از اقدامات سازمان روی می‌دهد. کارآفرینی بسیار فراتر از موضوع ایجاد و تأسیس بنگاه‌ها است و رفتار کارآفرینانه از بعد مدیریتی به عنوان یک الگوی مدیریتی و متفاوت از مدیریت سنتی مطرح شده است. با این نکته که فرایند و ارزش‌های کارآفرینی می‌تواند در هر سازمانی به وجود آید (خیاطی ومبارکی، ۱۳۹۳). در عین حال، از آنجا که نشان دادن رفتار کارآفرینانه از سوی مدیران و کارکنان معمولا منشا تغییرات سازمانی است (Shane &Venkataraman,2000)، شرکت‌ها می‌توانند از این طریق شرایط و منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی را فراهم نمایند (مهدوی‌وند و زالی، ۱۳۹۰).

۲-۲- کارآفرینی سازمانی[1]

کارآفرینی سازمانی برای سازمان هایی که در پی کارآیی و اثر بخشی هستند، یک نیاز اساسی است(kavoosi &Rahmati Zanjan Talab,2012) که طبق نظر کوارتکو مستلزم وجود یک فرآیند پویا و تغییرات مناسب است (Mortazavi & Bahrami,2012). در حقیقت، کارآفرینی سازمانی مستلزم خطرپذیری و پذیرش سطح بالایی از عدم قطعیت است(Kelley,2011). نکته کلیدی برای حفظ سطح بالایی از کارآفرینی در داخل یک سازمان به درک ماهیت اساسی از تجربه کارآفرینی، شناخت پتانسل ذاتی کارآفرینی

1. Organizational Entrepreneurship

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

همه کارکنان و ایجاد محیط کاری بستگی دارد که به کارکنان اجازه بروز استعدادهای نهفته را بدهد (مهاجران و همکاران، ۱۳۹۶). بکارگیری استراتژی‌های کارآفرینی به طور گسترده‌ای برای حل مسائل رشد و مشکلات مربوط به عملکرد اقتصادی در محیط‌های کسب وکار بسیار رقابتی برای ثبات سازمانی توصیه می‌شود (Peltola, 2012). کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگی کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده، به ظهور می‌رسند. فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی، مجموعه فعالیت‌هایی است که از منابع و حمایت‌های سازمانی به‌منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می‌باشد. کارآفرین سازمانی را فردی تعریف می‌نماید که در سازمان‌های بزرگ، همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و وظیفه وی ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدیدی می‌باشد که شرکت‌ها را به‌سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد. کارآفرینی سازمانی به تلاش برای کسب ذهنیت و فعالیت‌هایی اشاره دارد که کارآفرینان بیرونی برای خلق و ایجاد کسب و کارها استفاده می‌کنند. شرکت‌هایی که در پی نوآوری و یافتن فرصت‌های بازار جدید هستند، به میزان قابل توجهی نسبت به اشاعه چنین ارزش‌های کارآفرینانه‌ای در فرهنگ خود از طریق ایجاد کارآفرینی سازمانی علاقه‌مند می‌باشند (احمد پور داریانی،۱۳۸۷).

۲-۳- عملکرد شرکت[1]

ارزیابی عملکرد در زمره مهم ترین راه کارهای ارتقای اثربخش سازمان تلقی می‌گردد . از این رو از سالیان بسیار دور مدیران و پژوهشگران، در صدد ارائه راه کاری مناسب برای ارزیابی سازمان‌ها بوده اند. در این میان تکنیک‌های متعددی از گذشته تا کنون برای ارزیابی عملکرد پیشنهاد شده است. از آن جمله می‌توان به کارت امتیازی متوازن، الگوهای جوایز کیفیت، سنجش عملکرد مالی، هرم عملکرد، منشور عملکرد اشاره نمود (Safari,2012). به هر حال، همه سازمان ها، چه دولتی و چه خصوصی، برای توسعه، رشد و پایداری در عرصه رقابتی امروز به نوعی سیستم ارزیابی عملکرد اثر بخش نیاز دارند که در قالب آن بتوانند کارائی واثر بخشی برنامه‌های سازمان، فرایند و نیروی انسانی خود را مورد سنجش قرار دهند. (وجدانی و الهیاری، ۱۳۹۲). عملکرد شرکت

1. Corporate Performance

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

یکی از مهمترین سازه‌های مورد بحث در پژوهش‌های مدیریتی است و یکی از مهمترین معیارهای سنجش موفقیت در شرکت‌های جاری به حساب می‌آید. عملکرد یک سازه چند بعدی است که باید با چندین معیار اندازه گیری شود (ابراهیم پور ازبری و شعبانی مژدهی،۱۳۹۶). در تحقیقات مختلف عملکرد شرکت از جنبه‌های متفاوتی بررسی شده است. در سال ۲۰۰۷ اسوینک و همکاران، عملکرد کسب و کار سازمان را مورد بررسی قرار دادند و آن را شامل عملکرد بازار و رضایت مشتری دانستند. بیرد و همکاران (۲۰۰۶) عملکرد کسب و کار را شامل سود و درآمد نیروی کاری شناختند. کائو و دولتشاهی (۲۰۰۵) نیز عوامل زیر را به عنوان شاخص‌های عملکرد شرکت مورد بررسی قرار دادند: بُعد سهم بازار شامل رشد درآمد، رشد فروش، میزان سهم بازار؛ بُعد عملکردمالی شامل نرخ بازگشت سرمایه، نرخ بازگشت فروش، نقدینگی، جریانات نقدی، قابلیت سودآوری؛ بُعد نوآوری محصول شامل توسعه در عملیات کسب و کار، توسعه درمحصولات و خدمات؛ و بُعد شهرت کمپانی.

با توجه به موارد فوق، شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت در شش بُعد طبق جدول ۱ دسته بندی گردید که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. این شش بُعد عبارتند از: سود خالص، مزیت رقابتی، حفظ مشتری، ارزش بازار شرکت، ظرفیت نوآوری و حجم معاملات .

جدول۱- مطالعات مربوط به شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت

شاخص‌های سنجش عملکرد شرکت	منابع
سود خالص	سکار وهمکاران (۲۰۱۵)، اکبری بوررنگ و همکاران (۱۳۹۳)
ظرفیت نو آوری	اکبری بوررنگ و همکاران (۱۳۹۳).
ارزش بازار شرکت	اف-جاردن و مارتس(۲۰۱۲)،سکار وهمکاران (۲۰۱۵)
مزیت‌های رقابتی	اف-جاردن و مارتس(۲۰۱۲)،سکار وهمکاران (۲۰۱۵)
حجم معاملات	اف-جاردن و مارتس(۲۰۱۲)، اکبری بوررنگ و همکاران (۱۳۹۳)
حفظ مشتری	اکبری بوررنگ و همکاران (۱۳۹۳)

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۲-۴- رابطه بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد

سازمان‌ها از یک سو در صنایع گوناگون به طور فزاینده‌ای با چالش‌ها و تغیرات محیطی و اجتماعی روبرو هستند و از سوی دیگر رقابت شدیدی بین سازمان‌ها وجود دارد که نقش خلاقیت و نوآوری را جهت موفقیت بلند مدت سازمان روشت می‌سازد (رحمانی و رضایی،۱۳۹۴). همچنین شرکتها باید برای ارتقای عملکرد و محصولاتشان همواره به دنبال فرصت‌های کارآفرینانه باشند (Clercq et al, 2010). که این رفتارهای خلاقانه و کارآفرینانه،سازمان را در مقابل تغییرات مداوم محیط محافظت می‌کند (رحمانی و رضایی،۱۳۹۴). بسیاری از نویسندگان،موضوع کارآفرینی سازمانی را یک فراآیند سازمانی که موجب بقا و رشد عملکرد شرکت‌ها می‌شود،می دانند (Entrialgo et al,2000). در سه دهه گذشته تحقیق تحقیق در مورد روابط بین کارآفرینی و عملکرد افزایش یافته است. کوین و اسلوین (۱۹۹۱) از تاثیر مثبت کارآفرینی بر عملکرد دفاع می‌کنند . خلاصه آنکه، اگر چه کارآفرینی به عنوان محرک برای خلق ارزش در بازارهای محلی و بین المللی در نظر گرفته شده است، به نظر می‌رسد مطالعات تجربی کمی در مورد روابط کارآفرینی و عملکرد وجود داشته باشد.

از مطالعه پیشینه پژوهش و بررسی تحقیقات صورت گرفته در این حوزه ۲۸ عامل به عنوان عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی به شرح جدول ۲ و ۳ استخراج شده است. این عوامل، در اغلب پژوهش‌های پیشین مشترک بوده و تحقیقات داخلی و خارجی مربوط به کارآفرینی سازمانی و عملکرد شرکت به آن‌ها اشاره شده است. مدل مفهومی تحقیق بر اساس این یافته‌ها شکل گرفته است.

جدول ۲- مطالعات مربوط به عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	پژوهشگران
عوامل ساختاری	اسریواستا و آگراوال (۲۰۱۰)، قره خانی (۲۰۱۲)، لعلی سرابی و همکاران (۱۳۹۱).
عوامل رفتاری	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، هیت وهمکاران (۲۰۱۱)، اسریواستا و آگراوال(۲۰۱۰)، قره خانی(۲۰۱۲).
عوامل زمینه‌ای	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، هیت وهمکاران (۲۰۱۱)، اسریواستا و آگراوال(۲۰۱۰)، قره خانی(۲۰۱۲).

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

جدول ۳- مطالعات مربوط به اجزا و عناصر تشکیل دهنده عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	اجزا و عناصر تشکیل دهنده هر عامل	منابع
عوامل ساختاری	ساختار	اسریواستاو آگراوال (۲۰۱۰)، قره خانی (۲۰۱۲)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	تصمیم گیری / کنترل	قره خانی(۲۰۱۲)، کینی و همکاران(۲۰۰۸)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	سیستم پاداش	اسریواستاو آگراوال(۲۰۱۰)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	راهبرد	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	سیستم مالی وبودجه‌ای	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	سیستم تحقیق وتوسعه	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	سیستم ارزیابی عملکرد	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	سیستم اطلاعاتی	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
عوامل زمینه‌ای	عوامل سیاسی / دولت	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، کاووسی و زنجان طلب (۱۳۸۸).
	پیچیدگی	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)،
	زیر ساخت ها	هیت وهمکاران (۲۰۱۱)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)،
	تغییرات / عدم اطمینان	هیت وهمکاران (۲۰۱۱)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	ارتباطات	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، هیت وهمکاران (۲۰۱۱).
	فناوری	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	بازار	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱).
	منابع	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، اسریواستاو آگراوال(۲۰۱۰).

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	اجزا و عناصر تشکیل دهنده هر عامل	منابع
عوامل رفتاری	فرهنگ سازمانی	هیت وهمکاران (۲۰۱۱)، لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	خطر پذیری	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، اسریواستا و آگراوال(۲۰۱۰).
	آینده نگری	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، کینی وهمکاران (۲۰۰۸).
	حمایت مدیریت	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	ویژگی‌های مدیران	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	ویژگی‌های کارکنان	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، اسریواستاو آگراوال (۲۰۱۰).
	روحیه گروهی	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، اسریواستاو آگراوال (۲۰۱۰).
	توانمند سازی کارکنان	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)، قره خانی (۲۰۱۲).
	خودکارآمدی	خیاطان ومبارکی (۱۳۹۳)
	خلاقیت ونوآوری	قره خانی(۲۰۱۲)
	تجربه پیشین	خیاطان ومبارکی (۱۳۹۳)
	سبک رهبری سازمان کارآفرین	لعلی سرابی وهمکاران (۱۳۹۱)،

۲-۵- مدل مفهومی تحقیق

هدف از انجام پژوهش حاضر، شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با هدف ارتقاء عملکرد شرکت بوده است . در همین راستا، در این تحقیق با مروری به ادبیات و پیشینه پژوهش، بر شناسایی و استخراج فهرستی از عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی و شاخص‌های عملکرد شرکت تمرکز شد. نتیجه این بررسی به شناسایی ۲۸ عامل به عنوان عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سه بعد کلی عوامل رفتاری،

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

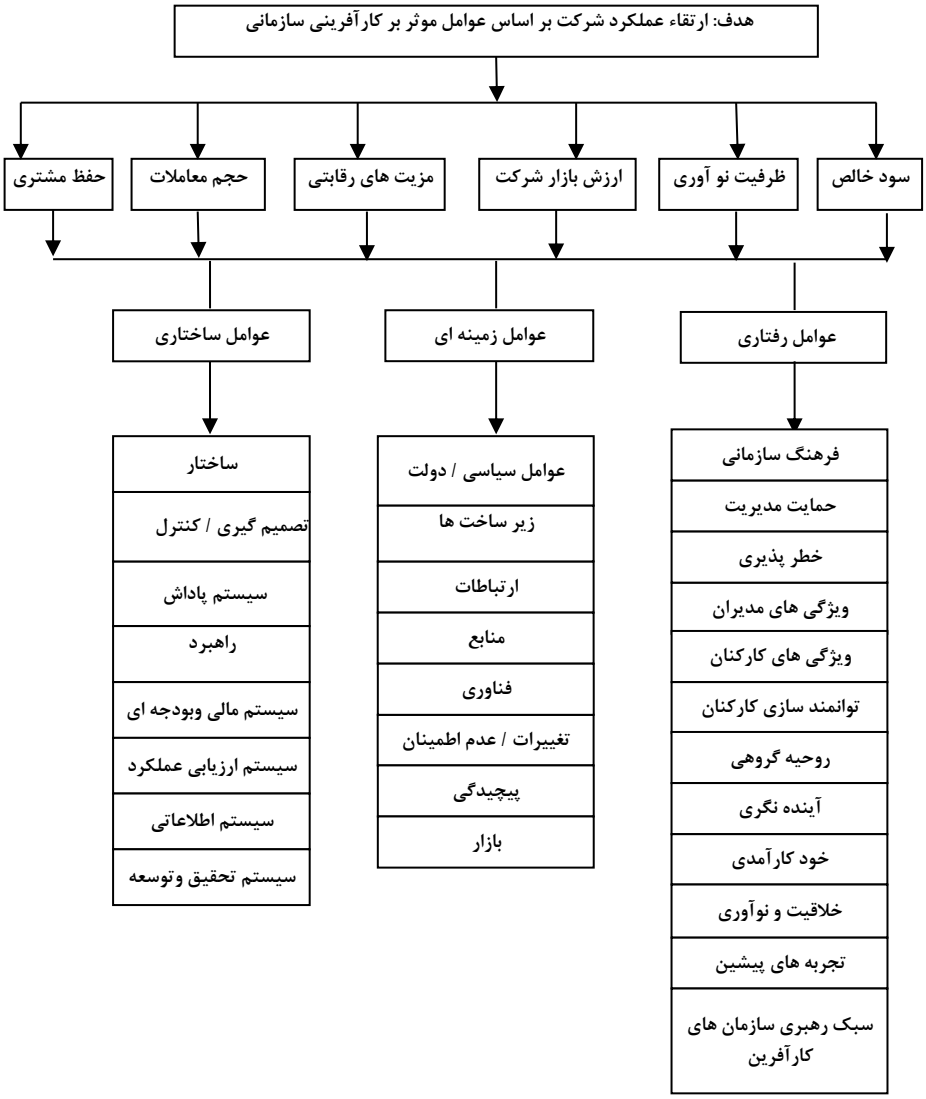
زمینه‌ای و ساختاری و شش شاخص مربوط به عملکرد شرکت منجر گردید. این عوامل، عواملی هستند که فصل مشترک پژوهش‌های پیشین بوده و در اکثر تحقیقات داخلی و خارجی مربوط به کارآفرینی سازمانی و عملکرد شرکت به آن‌ها اشاره شده است. مدل مفهومی تحقیق بر همین اساس به صورت شکل ۱ تدوین شده است . در این مدل سه دسته عامل معرفی شده اند که در کارآفرینی سازمانی نقش دارند. تعاریف این سه گروه از عوامل در زیر آمده است.

عوامل سازمانی: منظور از شاخه ساختار سازمان، همه عناصر، عوامل و شرایط فیزیکی و غیر انسانی سازمان است که با نظم و قاعده ویژه‌ای به هم پیوسته و چارچوب و بدنه فیزیکی و مادی سازمان را تشکیل می‌دهند. بنابراین تمام منابع مالی واطلاعاتی، هنگامی که با ترکیب خاصی در بدنه کلی سازمان جاری می‌شوند جزو شاخه ساختاری سازمان محسوب می‌شوند و در واقع عوامل غیر زنده سازمان هستند (لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).

عوامل رفتاری: منظور از شاخه محتوا یا رفتار سازمان، انسان و روابط انسانی در سازمان است که با هنجارهای رفتاری، ارتباطات غیر رسمی و الگوهای خاصی، به هم پیوسته و محتوای اصلی سازمان را تشکیل می‌دهند که در واقع عوامل زنده سازمان محسوب می‌شوند (لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).

عوامل زمینه‌ای: منظور از شاخه زمینه نیز، تمام شرایط و عوامل محیطی و برون سازمانی است که بر سازمان احاطه دارد و سیستم‌های اصلی یا ابر سیستم‌های سازمان از قبیل مشتریان یا ارباب رجوع، دولت، بازار و سایر سیستم‌های محیطی سازمان را تشکیل می‌دهد (لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]



شکل۱- مدل ارتقاء عملکرد شرکت بر اساس عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۳- روش شناسی تحقیق

با توجه به اینکه می‌توان از نتایج این تحقیق در راستای بهبود فعالیت‌های شرکت‌های صنعتی استفاده کرد. تحقیق حاضر برمبنای هدف، در گروه تحقیقات کاربردی؛ از نظر ماهیت، توصیفی و از نظر گردآوری اطلاعات، در دسته تحقیقات پیمایشی قرار می‌گیرد. است. گردآوری داده در تحقیق حاضر، از طریق منابع کتابخانه‌ای و پرسشنامه حاصل شده است. جامعهٔ آماری تحقیق را مدیران و کارشناسان خبره در صنعت فنرسازی تشکیل داده است. با این توضیح که با توجه به ماهیت موضوعی مدل تحقیق و نظر اساتید، مدیران و کارشناسان با تجربه بالای ۱۰ سال از بین چهار شرکت ایرانی که در زمان اجرای تحقیق در صنعت فنرسازی بیشترین سهم بازار ایران را دارا بودند، به عنوان جامعه خبره انتخاب شدند. شرکت‌های تولید کننده فنرکه در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند، عبارتند از: ۱- شرکت فنر لول ایران در دامغان ۲- شرکت امید فنر در مشهد ۳- شرکت فنر سازی خاور در تهران ۴-شرکت انرژی ساز در همدان. با توجه به محدود بودن حجم جامعه، نمونه‌گیری صورت نگرفته و پرسشنامه تحقیق بین تمام اعضای گروه خبرگان (بالغ بر ۱۰۰ نفر) توزیع گردید.

جدول ۴- تعریف متغیرهای کلیدی تحقیق

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	تعریف متغیرها
عوامل ساختاری	شاخص‌های عوامل ساختاری در کارآفرینی سازمانی در این پژوهش شامل ساختار، تصمیم گیری / کنترل، سیستم پاداش، راهبرد، سیستم مالی وبودجه ای، سیستم تحقیق وتوسعه، سیستم ارزیابی عملکردو سیستم اطلاعاتی است (برگرفته از تحقیق لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).
عوامل رفتاری	شاخص‌های عوامل رفتاری کارآفرینی سازمانی در این پژوهش شامل فرهنگ سازمانی، خطر پذیری، آینده نگری، حمایت مدیریت، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان، روحیه گروهی، توانمند سازی کارکنان، خودکارآمدی، خلاقیت و نوآوری، تجربه پیشین و سبک رهبری سازمان کارآفرین است (برگرفته از تحقیق لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).
عوامل زمینه‌ای	شاخص‌های عوامل زمینه‌ای در کارآفرینی سازمانی در این پژوهش شامل عوامل سیاسی / دولت، پیچیدگی، زیر ساخت ها، تغییرات / عدم اطمینان، ارتباطات، فناوری، بازارو منابع است (برگرفته از تحقیق لعلی سرابی و همکاران، ۱۳۹۱).

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

تکنیک تجزیه و تحلیل داه‌ها

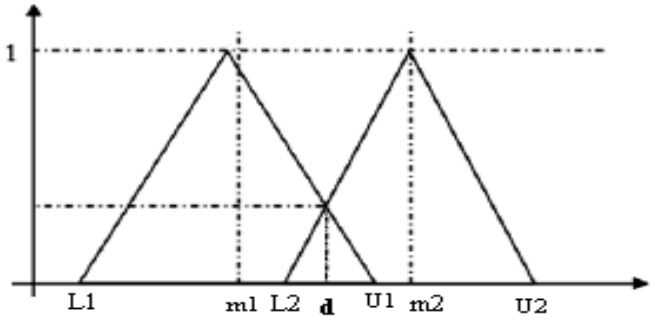
به منظور پاسخگویی به سوالات اول و دوم تحقیق، از بررسی مبانی نظری و پیشنه تحقیق، معیارهای سنجش عملکرد و عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی شناسایی شده و در سه گروه عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای دسته بندی گردید. برای پاسخگویی به سوالات سوم و چهارم تحقیق از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده شده است که در ادامه جزئیات آن تشریح خواهد شد.

گام‌های تحلیل داده مبتنی برالگوریتم تحلیل سلسله مراتبی فازی

گام ۱: تلفیق نظر خبرها ومحاسبه روابط جمع، ضرب و معکوس

در ابتدا لازم است به روابط بین اعداد فازی مثلثی اشاره کنیم:

بر اساس روابط بین اعداد فازی مثلثی، اگر دو عدد فازی مثلثی $M_1 = (L_1 , m_1 , u_1)$ و $M_2 = (L_2 , m_2 , u_2)$ را در نظر بگیریم. آنگاه روابط جمع، ضرب و معکوس بین این دو عدد به قرار زیر خواهد بود:



شکل۲- نمودار اعداد فازی مثلثی

$$M_1 + M_2 = (L_1 + L_2,\ M_1 + M_2, U_1 + U_2)$$

$$M_1 . M_2 = (L_1 L_2,\ M_1 M_2, U_1 U_2)$$

$$M_1^{-1} = \left(\frac{1}{u_1}, \frac{1}{m_1}, \frac{1}{L_1}\right) \qquad M_2^{-1} = \left(\frac{1}{u_2}, \frac{1}{m_2}, \frac{1}{L_2}\right)$$

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

گام ۲: محاسبه S_k

باید توجه داشت که حاصلضرب دوعدد فازی مثلثی یا معکوس یک عدد فازی مثلثی، دیگر یک عدد فازی مثلثی نیست واین روابط فقط تقریبی از حاصلضرب واقعی دو عدد فازی مثلثی ومعکوس یک عدد فازی مثلثی رابیان می‌کند. در تکنیک EA برای هر یک از سطرهای ماتریس مقایسات زوجی، ارزش Sk که خود یک عدد فازی مثلثی است،به صورت زیر محاسبه می‌گردد:

$$S_k = \sum_{j=1}^{n} M_{kj} \otimes \left[\sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} M_{ij} \right]^{-1}$$

که در آن K بیانگر شماره سطر وi و j به ترتیب نشان دهنده گزینه‌ها وشاخص‌ها می‌باشند.برای محاسبه هر یک از بخش‌های رابطه فوق به صورت زیر عمل می‌کنیم.

$$\sum_{i=1}^{m} M_{ij} = \left(\sum_{i=1}^{m} l_j , \sum_{i=1}^{m} m_j , \sum_{i=1}^{m} u_j \right) \quad i = 1,2,\ldots,m$$

$$\sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} M_{ij} = \left(\sum_{i}^{n} l_i , \sum_{i}^{n} m_i , \sum_{i}^{n} u_i \right)$$

$$\left[\sum_{i=1}^{n} \sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j} \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^{n} u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^{n} m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^{n} l_i} \right)$$

گام ۳: محاسبه درجه بزرگی

پس از محاسبه تمامی Skها، در این مرحله باید طبق رابطه زیر درجه بزرگی هر یک از عناصر سطوح را بر سایر عناصر آن سطح، به صورت جداگانه، محاسبه نماییم.

$$\begin{cases} V(M_1 \geq M_2) = 1 & if \quad m_1 \geq m_2 \\ V(M_1 \geq M_2) = \mathrm{hgt}(M_1 \cap M_2) & otherwise \end{cases}$$

در نتیجه بر اساس خواص تشابه مثلث داریم:

$$\mathrm{hgt}(M_1 \cap M_2) = \frac{u_1 - l_2}{(u_1 - l_2) + (m_2 - m_1)}$$

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

میزان بزرگی یک عدد فازی مثلثی از K عدد فازی مثلثی دیگر از رابطه ی زیر بدست می‌آید:

$$V(M_1 \geq M_2, \dots, M_k) = V(M_1 \geq M_2) \; and \; \dots and \; V(M_1 \geq M_{\mathrm{k}})$$

گام ۴: محاسبه ی وزن شاخص‌ها

برای محاسبه ی وزن شاخص‌ها در ماتریس مقایسات زوجی بصورت زیر عمل می‌کنیم:

$$w'(x_i) = \min\{V(S_i \geq S_k)\} \quad k = 1, 2, \dots, n \, , k \neq i$$

گام ۵: بردار وزن شاخص ها

بنابراین بردار وزن شاخص‌ها بصورت زیر خواهد بود، که همان بردار ضرایب غیر بهنجار AHP فازی خواهد بود:

$$w' = [w'(x_1), w'(x_2), \dots, w'(x_n)]^t$$

گام ۶:محاسبه وزن نهایی

سپس با استفاده از تکنیک نرمال سازی ساعتی با تقسیم هر یک از عناصر ماتریس وزنی غیر نرمال بر حاصل جمع عناصر همین ماتریس می‌توانیم وزن هر یک از عناصر سطح مربوطه را بدست می‌آوریم.(آذرو فرجی، ۱۳۸۷).

$$\mathrm{w} = \frac{w'}{\sum w'}$$

۴- یافته‌های پژوهش

همچنان که اشاره شد، در تحقیق حاضر به منظور رتبه بندی عوامل از تکنیک‌های تحلیل سلسه مراتبی فازی استفاده شده است. مراحل کار و خروجی‌های هر مرحله در ادامه گزارش شده است.

۴-۱- تحلیل داده مبتنی برالگوریتم فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی[1]

گام ۱: تلفیق نظر خبرها ومحاسبه روابط جمع، ضرب و معکوس

برای مقایسه عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی (عوامل ساختاری، عوامل زمینه‌ای وعوامل رفتاری)،پس از تلفیق نظر خبرگان جدول۵ به دست آمده است . نتایج محاسبه

1. Fuzzy AHP

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

وزن هر یک از این عناصر در جدول۱۰ نشان داده شده است. به منظور رسیدن به وزن نهایی هر یک از عناصر (جدول ۱۰)، سایر محاسبات طبق مراحل تشریح شده در بخش قبلی در جداول ۶ تا ۱۰ آورده شده است.

جدول ۵- مقایسه عناصر با توجه به عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	عوامل رفتاری			عوامل زمینه‌ای			عوامل ساختاری			$\sum_{j=1}^{n} M_{ij}$
عوامل رفتاری	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۴۴۱	۰,۶۹۳	۱,۳۲۶	۰,۴۹۳	۰,۸۲۲	۱,۹۱۳	۱,۹۳۴	۲,۵۱۵	۴,۲۳۹
عوامل زمینه ای	۰,۷۵۴	۱,۴۴۲	۲,۲۶۸	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۳۴۲	۰,۶۹۳	۱,۷۱۰	۲,۰۹۶	۳,۱۳۶	۴,۹۷۸
عوامل ساختاری	۰,۵۲۳	۱,۲۱۶	۲,۰۲۷	۰,۵۸۵	۱,۴۴۲	۲,۹۲۴	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲,۱۰۸	۳,۶۵۹	۵,۹۵۱
	۲,۲۷۷	۳,۶۵۹	۵,۲۹۵	۲,۰۲۶	۳,۱۳۶	۵,۲۵۰	۱,۸۳۵	۲,۵۱۵	۴,۶۲۳	۶,۱۳۸	۹,۳۱۰	۱۵,۱۶۹

گام ۲: محاسبه S_k

جدول۶- محاسبه ارزش S_k

S عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	ارزش S_k		
S عوامل رفتاری	۰,۱۲۸	۰,۲۷۰	۰,۶۹۱
S عوامل زمینه‌ای	۰,۱۳۸	۰,۳۳۷	۰,۸۱۱
S عوامل ساختاری	۰,۱۳۹	۰,۳۹۳	۰,۹۷۰

گام ۳: محاسبه درجه بزرگی

جدول۷- محاسبه درجه بزرگی

درجه بزرگی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	درجه بزرگی
V (S عوامل رفتاری ≤ S عوامل زمینه‌ای)	۰,۸۹۲
V (S عوامل رفتاری ≤ S عوامل ساختاری)	۰,۸۱۸
V (S عوامل زمینه ای ≤ S عوامل رفتاری)	۱,۰۰۰
V (S عوامل زمینه ای ≤ S عوامل ساختاری)	۰,۹۲۳
V (S عوامل ساختاری ≤ S عوامل رفتاری)	۱,۰۰۰
V (S عوامل ساختاری ≤ S عوامل زمینه‌ای)	۱,۰۰۰

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

گام ۴: محاسبه ی وزن شاخص ها

جدول ۸- محاسبه ی وزن شاخص ها

حداقل سازی عوامل موثر برکارآفرینی سامانی	درجه بزرگی
حداقل سازی عوامل رفتاری	۰,۸۱۸
حداقل سازی عوامل زمینه‌ای	۰,۹۲۳
حداقل سازی عوامل ساختاری	۱,۰۰۰

گام ۵: بردار وزن شاخص ها

جدول ۹- محاسبه بردار وزن شاخص ها

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	بردار وزن شاخص ها
عوامل رفتاری	۰,۸۱۸
عوامل زمینه‌ای	۰,۹۲۳
عوامل ساختاری	۱,۰۰۰

گام ۶: محاسبه وزن نهایی

جدول۱۰- وزن نهایی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با توجه به کارآفرینی سازمانی

عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	وزن (w)
عوامل رفتاری	۰,۲۹۸
عوامل زمینه‌ای	۰,۳۳۷
عوامل ساختاری	۰,۳۶۵

نتایج تحلیل سلسله مراتبی فازی همچنین نشان داد که مهم ترین عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی که در بهبود شاخص‌های عملکردی شرکتها اثرگذارند، به ترتیب عبارتند از: عوامل ساختاری، عوامل زمینه‌ای و عوامل رفتاری.

برای مقایسه عوامل ارتقاء عملکرد شرکت با استفاده از تکنیک FAHP همانند مراحلی که برای جدول ۱۰ عمل شده، محاسبات را انجام داده ایم که نتایج محاسبه وزن هر یک از این عناصر در جدول ۱۱ نمایش داده شده است.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

جدول ۱۱- وزن نهایی شده عوامل ارتقاء عملکرد شرکت

عوامل ارتقاء عملکرد شرکت	حجم معاملات	ظرفیت نوآوری	ارزش بازار شرکت	حفظ مشتری	مزیت رقابتی	سود خالص
وزن نهایی	۰,۱۰۵	۰,۱۴۴	۰,۱۵۴	۰,۱۸۴	۰,۱۹۶	۰,۲۱۷

برای مقایسه اجزا و عناصر عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با استفاده از تکنیک FAHP همانند مراحلی که برای جدول ۱۰ عمل شده، محاسبات را انجام داده ایم که نتایج محاسبه وزن هر یک از این عناصر در جدول ۱۲ نمایش داده شده است.

با توجه به ارتقاء عملکرد شرکت با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی به این نتیجه رسیدیم که سود خالص در مقایسه با دیگر عوامل بالاترین رتبه را در بین شاخص‌های عملکردی شرکتهای فعال در صنعت فنرسازی دارد. مزیت رقابتی، حفظ مشتری، ارزش بازار شرکت، ظرفیت نوآوری و حجم معاملات به ترتیب بالاترین رتبه‌های بعدی را دارند.

جدول ۱۲- اوزان نهایی نرمال شده اجزا و عناصر عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

ابعاد	عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	وزن نسبی	رتبه در گروه	وزن کلی	رتبه کل
عوامل ساختاری ۰,۳۶۵	ساختار سازمان کارآفرین	۰,۱۵۴	۱	۰,۰۵۶۲	۳
	تصمیم گیری وکنترل	۰,۱۵۳	۲	۰,۰۵۵۸	۴
	سیستم مالی	۰,۱۲۵	۵	۰,۴۵۶	۷
	سیستم تحقیق وتوسعه	۰,۰۵۷	۸	۰,۰۲۰۸	۲۲
	سیستم ارزیابی عملکرد	۰,۱۲۴	۶	۰,۰۴۵۳	۸
	سیستم پاداش	۰,۱۴۹	۳	۰,۰۵۴۳	۵
	استراتژی سازمان کارآفرین	۰,۱۳۹	۴	۰,۰۵۰۷	۶
	سیستم اطلاعاتی	۰,۰۹۹	۷	۰,۰۳۶۱	۱۳
عوامل زمینه‌ای ۰,۳۳۷	عوامل سیاسی / دولت	۰,۲۴۱	۱	۰,۰۸۱۲	۱
	زیر ساختار	۰,۱۸۰	۲	۰,۰۶۰۷	۲
	ارتباطات	۰,۱۳۱	۳	۰,۰۴۴۱	۹
	دسترسی به منابع	۰,۱۲۷	۴	۰,۰۴۳	۱۱
	فناوری	۰,۱۰۸	۵	۰,۰۳۶۳	۱۲
	عدم اطمینان / تغییرات	۰,۰۹۶	۶	۰,۰۳۲۳	۱۵

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

ابعاد	عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	وزن نسبی	رتبه در گروه	وزن کلی	رتبه کل
	پیچیدگی	۰,۰۸۸	۷	۰,۰۲۹۷	۱۷
	بازار	۰,۰۳۰	۸	۰,۰۱۰۱	۲۸
عوامل رفتاری ۰,۲۹۸	فرهنگ سازمانی	۰,۱۴۶	۱	۰,۰۴۴	۱۰
	حمایت مدیریت	۰,۱۱۱	۲	۰,۰۳۳۰	۱۴
	خطر پذیری	۰,۱۰۵	۳	۰,۰۳۱۳	۱۶
	ویژگی‌های مدیران	۰,۰۹۳	۴	۰,۰۲۸	۱۸
	ویژگی‌های کارکنان	۰,۰۹۰	۵	۰,۰۲۷	۱۹
	توانمند سازی کارکنان	۰,۰۷۹	۶	۰,۰۲۴	۲۰
	روحیه گروهی	۰,۰۷۷	۷	۰,۰۲۳	۲۱
	آینده نگری	۰,۰۶۸	۸	۰,۰۲۰۲	۲۳
	خود کارآمدی	۰,۰۶۱	۹	۰,۰۱۸۱	۲۴
	خلاقیت و نوآوری	۰,۰۶۰	۱۰	۰,۰۱۸	۲۵
	تجربه‌های پیشین	۰,۰۵۶	۱۱	۰,۰۱۷	۲۶
	سبک رهبری سازمان‌های کارآفرین	۰,۰۵۳	۱۲	۰,۰۱۶	۲۷

نتایج تحلیل سلسله مراتبی فازی همچنین نشان داد که مهم ترین عوامل ساختاری به ترتیب عبارتند از: ساختار سازمان کارآفرین، تصمیم گیری وکنترل، سیستم پاداش، استراتژی سازمان کارآفرین، سیستم مالی، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم اطلاعاتی، سیستم تحقیق وتوسعه. همچنین، مهم ترین عوامل زمینه‌ای به ترتیب عبارتند از: عوامل سیاسی / دولت، زیر ساخت ها، ارتباطات، دسترسی به منابع، فناوری، عدم اطمینان / تغییرات، پیچیدگی، بازار و در نهایت، مهم ترین عوامل رفتاری به ترتیب عبارتند از: فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت، خطر پذیری، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان، توانمندسازی کارکنان، روحیه گروهی، آینده نگری، خود کارآمدی، خلاقیت و نوآوری، تجربه‌های پیشین و سبک رهبری سازمان‌های کارآفرین.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۵- نتیجه گیری، بحث و پیشنهادات

در این پژوهش، تلاش گردیده با پیروی از اصول و چارچوب نظری و پژوهشی، مدلی ارائه گردد که در آن عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با هدف بهبود عملکرد شرکت تبیین شود. پس از معرفی اجمالی کارآفرینی سازمانی، همه عوامل ساختاری، زمینه‌ای و رفتاری موثر بر کارآفرینی سازمانی شرکت که در پژوهش‌های داخلی و خارجی به آن‌ها اشاره شده است، شناسایی شده و سپس با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی رتبه بندی شده است. با توجه به ارتقاء عملکرد شرکت با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی فازی به این نتیجه رسیدیم که سود خالص در مقایسه با دیگر عوامل بالاترین رتبه را در بین شاخص‌های عملکردی شرکتهای فعال در صنعت فنرسازی دارد. مزیت رقابتی، حفظ مشتری، ارزش بازار شرکت، ظرفیت نوآوری و حجم معاملات به ترتیب بالاترین رتبه‌های بعدی را دارند. نتایج تحلیل سلسله مراتبی فازی همچنین نشان داد که مهم ترین عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی که در بهبود شاخص‌های عملکردی شرکتها اثرگذارند، به ترتیب عبارتند از: عوامل ساختاری، عوامل زمینه‌ای و عوامل رفتاری.

مهم ترین عوامل ساختاری به ترتیب عبارتند از: ساختار سازمان کارآفرین، تصمیم گیری وکنترل، سیستم پاداش، استراتژی سازمان کارآفرین، سیستم مالی، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم اطلاعاتی، سیستم تحقیق وتوسعه. همچنین، مهم ترین عوامل زمینه‌ای به ترتیب عبارتند از: عوامل سیاسی / دولت، زیر ساخت ها، ارتباطات، دسترسی به منابع، فناوری، عدم اطمینان / تغییرات، پیچیدگی، بازار و در نهایت، مهم ترین عوامل رفتاری به ترتیب عبارتند از: فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت، خطر پذیری، ویژگی‌های مدیران، ویژگی‌های کارکنان، توانمندسازی کارکنان، روحیه گروهی، آینده نگری، خود کارآمدی، خلاقیت و نوآوری، تجربه‌های پیشین و سبک رهبری سازمان‌های کارآفرین. با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادات زیر برای تمامی شرکتهای صنعت فنر ارائه شده است:

ساختار سازمانی به گونه‌ای است که پیتر دراکر، آن را مناسب ترین فضا برای ایجاد کارآفرینی سازمانی می‌داند. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر در بین عوامل ساختاری، ساختار سازمانی بالاترین اهمیت را دارا است، پیشنهاد می‌شود شرکتهای صنعت فنر تلاش کنند تا با ایجاد انعطاف بیشتر در ساختارهای دیوان سالارانه و پذیرش

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

ساختارهای پویا، حمایت از کارآفرینان، قدردانی از افراد خطر پذیر و صاحب نظر، درک ایده‌ها و افکار کارآفرینانه کارکنان، حمایت از طرح‌های کارآفرینانه و به کارگیری نظریه‌های جدید کارکنان، انعطاف بیشتر در کنترل افراد و مشارکت دهی در تصمیم گیری ها، گامی مهم در راستای ارتقاء کارآفرینی در سازمان خود بردارند.

تصمیم گیری وکنترل دومین متغیر تاثیرگذار برای ارتقای کارآفرینی سازمانی است. بنابراین، شرکتهای صنعت فنر در صورتی که بخواهند پیشتاز فعالیت‌های کارآفرینانه باشند، پیشنهاد می‌شود از میزان کنترل‌های رسمی بر کارکنان بکاهند و آنان را در تصمیم گیری‌ها و حل مشکلات سازمان، مشارکت داده و تفویض اختیار را در دستور کار خود قرار دهند.

استفاده از سیستم پاداش مناسب، یکی دیگر از عوامل مهم در ایجاد شرایط حمایت از کارآفرینی درصنعت فنر به حساب می‌آید . به منظور تشویق کارآفرینی در سازمان، پیشنهاد می‌شود کل پرداخت مبتنی بر سطح نوآوری و خطر پذیری باشد. ارتباط بین پرداخت‌ها با عملکرد و نه حضور فیزیکی، وجود محرکهای درونی و پرداختهای انعطاف پذیر به عنوان ویژگیهای نظام پرداخت کارآفرینانه باید مورد توجه قرار گیرد.

استراتژی یکی دیگر از عوامل مهم و تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی است. بدین معنا که لازم است تمام کارکنان سازمان، مأموریت و رسالت سازمان را درک و نسبت به تحقق آن تلاش کنند. بر همین اساس، راهبردهای سازمانی نیز باید راهبردهای کارآفرینانه باشند. در این پژوهش، راهبرد آینده نگر به عنوان راهبرد کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفت. در نتیجه، مدیران شرکتهای صنعت فنر لازم است با به کارگیری راهبرد آینده نگر و ارائه خدمات جدید، خلق تغییرات و جستجوی فرصتهای جدید، کارآفرینی سازمانی راتسهیل نمایند. به این ترتیب انتظار می‌رود هرچه حمایت عوامل زمینه‌ای از کارآفرینی بیشتر باشد، کارآفرینی سازمانی ارتقاء یابد.

در این تحقیق، بین عوامل زمینه ای، عوامل سیاسی بالاترین اهمیت را در کارآفرینی سازمانی احراز نمودند. فعالیتها و تصمیم‌های دولت، عملکرد سازمانها و به ویژه شرکت‌های صنعت فنر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اما از آنجا که تغییر آنها در اختیار این شرکتها نیست، توصیه‌های سیاستی در این حوزه، بخش دولتی را هدف قرار داده است. تغییرات در مقررات و الزامات قانونی و فرآیندهای سیاسی و قضایی، فرصتها و تهدیدات جدیدی را ایجاد می‌کنند و بر نحوه ارائه خدمات و محصولات اثر می‌گذارند. عوامل سیاسی موثر بر کارآفرینی سازمانی شامل قوانین و مقررات و خطی مشی‌های دولتی

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

است که رفتارهای ویژه‌ای را پرورش داده و از بروز سایر رفتارها جلوگیری می‌کند. دولت‌ها می‌توانند با برطرف کردن نقص‌های بازار، حذف قواعد و مقررات مبهم، ارائه منابع مالی لازم برای انجام اقدامات و پژوهشهای نوآورانه، ارائه انگیزه‌های مالیاتی و مشاوره‌های مدیریتی، آزادسازی سیاست بازرگانی و اتخاذ یک خط مشی مالی منظم، به رشد کارآفرینی کمک کنند. این تأثیرات به ویژه در شرکت‌های صنعت فنر، بسیارچشمگیرتر و ملموس‌تر است.

زیر ساخت‌ها دومین عامل زمینه‌ای است که به ارتقاء کارآفرینی کمک می‌کند. با توجه به جایگاه خاص کارآفرینی و کسب وکار با فراهم آوردن زیرساختهای لازم جهت ایجاد این کسب وکارها می‌توان به پیشرفت‌های سریعی دست یافت و شکاف دیجیتال موجود بین کشورهای توسعه نیافته با کشورهای توسعه یافته را کم کرد.

ارتباطات، عامل دیگری است که پس از عوامل سیاسی موثر بر کارآفرینی سازمان اهمیت دارد. ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی، عامل مهمی در شکل گیری فعالیت‌ها و رفتار کارآفرینانه در شرکتهای صنعت فنر است. عبور از سلسله مراتب رسمی و تأکید بر برقراری ارتباطات غیر رسمی میان مدیران و کارکنان و رفع موانع ارتباطی، از عوامل مهم شکل گیری رفتارکارآفرینانه در شرکتهای صنعت فنر است. به عبارت دیگر، هرچه تعاملات و ارتباطات محیطی در بخش‌های انسانی، مالی و اجتماعی افزایش یابد، کارآفرینی سازمانی نیز در شرکت‌های صنعت فنر بهبود پیدا می‌کند.

دسترسی به منابع عاملی است که در کارآفرینی سازمانی دارای اهمیت است. دسترسی مناسب و ارزان به منابع مواد اولیه، برای محصولات مصرف کننده ی آن مواد اولیه، مزیت رقابتی ایجاد میکند. لذا، تلاش در این زمینه می‌تواند بر بهبود کارآفرینی سازمانی موثر باشد.

فناوری عاملی دیگر از عوامل زمینه‌ای است که کارآفرینی سازمانی را ارتقاء می‌دهد. کارآفرینی در حوزه اطلاعات و ارتباطات، استارت‌آپ‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش بسیار مهمی در تضمین رشد اقتصادی دارند. آنها با توسعه راهکارهای نوآورانه مبتنی بر فناوری می‌توانند تاثیری دیرپا بر اقتصاد جهانی منطقه‌ای و ملی بگذارند و در اقتصاد دانش‌محور جهان امروز به منبع مهمی برای ایجاد فرصت‌های جدید شغلی به‌ویژه برای جوانان تبدیل شوند. این شعار تدوین شده است تا بر لزوم استفاده از توانایی‌های بالقوه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات برای کارآفرینان و نوآوران جهان، کسب و کارهای نوپا و کوچک و مراکز فناوری تاکید کند و یادآور شود دستیابی به این

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

ایده‌آل می‌تواند پیشران راه‌حل‌های نوآورانه و عملی برای دسترسی به توسعه پایدار جهانی باشد. ضمن آنکه بیشترین تاکید خود را بر بنگاه‌های کوچک و متوسط کشورهای در حال توسعه قرار داده است.

یکی دیگر از عوامل زمینه‌ای که در کارآفرینی سازمان دارای اهمیت است، تغییرات محیطی می‌باشد. هر چه عدم اطمینان، پویایی و متخاصم بودن محیط بیشتر باشد، احتمال بروز رفتارهای کارآفرینانه بیشتر است. معمولا سازمانها در اثر افزایش پویایی و عدم اطمینان محیطی، راهبردهای تهاجمی تر و پیشگامانه تری را اتخاذ می‌کنند، چرا که اگر تغییرات محیطی زیاد باشد سازمانها باید برای بقا در چنین محیطی، پروژه‌های نوآورانه و پر مخاطره را مد نظر قرار دهند. محیط امروزی شرکت‌های صنعت فنر نیز به سوی پویایی و عدم اطمینان بیشتر در حال حرکت است و به نظر می‌رسد که در بخش خصوصی، افزایش عدم اطمینان و پویایی‌های محیطی، منجر به پرورش رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود.

در بین عوامل رفتاری، فرهنگ سازمانی، بیشترین اهمیت را در ترغیب کارآفرینی سازمانی دارد. مدیران می‌توانند به منظور گسترش فرهنگ کارآفرینی در سازمان، موارد زیر را مد نظر قرار دهند: حمایت از خطر پذیری، نوآوری و ایده‌های جدید در همه سطوح سازمان، ارزش نهادن به کار گروهی، برقراری اعتماد، صداقت و درستی بین کارکنان، مد نظر قرار دادن نیروی انسانی به عنوان ارزشمندترین منبع سازمان، شناسایی، احترام و تقدیر از تلاش‌های افراد، برگزاری مراسم، تشریفات و جشن‌ها در راستای تشویق رفتار کارآفرینانه افراد، تشویق یادگیری سازمانی در همه سطوح، ارج نهادن به پژوهش‌های بازار.

حمایت مدیریت از فعالیتها و رفتارهای کارآفرینانه و تشویق کارکنان به کارآفرینی، عامل مهم دیگری که در شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی، نقش مهمی دارد. پیشنهاد می‌شود مدیران سازمانها به منظور تقویت کارآفرینی در سازمان، توسعه ایده‌های جدید و شیوه‌های نوین انجام کارها را مورد تشویق قرارداده و به کارکنان، اختیار و آزادی عمل کافی در شغلشان اعطا کنند. هم چنین، بهتر است شرکتها با مد نظرقرار دادن ویژگیهای افراد کارآفرین به عنوان یکی از شرایط استخدام، به جذب افراد خلاق و کارآفرین به سازمان اقدام نمایند.

کارآفرینی به ویژه در کشورهای در حال توسعه که ثبات اقتصادی کمی دارند، نیازمند خطرپذیری است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که افراد کارآفرین درایران،

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

خطرپذیری بیشتری دارند و بر این اساس، میتوانیم خطرپذیری را ابزار استعداد سنجی مناسبی برای انتخاب کارآفرینان در نظر بگیریم. کارآفرین فردی است که موقعیتهای جدید را شناسایی می‌کند و به تأسیس شرکتی برای تکوین آن می‌پردازد از این رو، کارآفرینی تولید ساده ایده‌ای جدید نیست که معادل خلاقیت در نظر گرفته شود، بلکه نیازمند خطرپذیری و مخاطره جویی برای اجرای ایده است.در پژوهش حاضر نیز این موضوع مورد تأیید قرار گرفت. میتوان خطرپذیری راپیشگوی مناسبی برای کارآفرینی در نظر گرفت و در استعدادیابی کارآفرینان، مورد استفاده قرار داد.

پیشنهاد می‌شود مدیران صنعت فنر ویژگی‌های زیر را تقویت کنند تا بتوانند عملکرد شرکت را از طریق کارآفرینی سازمانی بهبود ببخشند. اهم این موارد عبارتند از: پویائی (حساس نسبت به مسائل سازمان، انعطاف‌پذیر، توان تکوین سازمان و انضباط پیش برنده، ایجاد هماهنگی و انسجام در سازمان)، خلاقیت و نوآوری در میدان تولید، آینده نگری و افق دید بلند مدت و کلان، برنامه ریزی، ریسک‌پذیری، پاسخگو بودن، مشارکت جویی و پایبندی سازمانی.

یکی دیگر از عواملی که دارای اهمیت در ترغیب کارآفرینی سازمانی موثر است، توانمند سازی کارکنان است. توانمندسازی کارکنان، یکی از ابزارهای موثر برای افزایش بهره وری کارکنان و استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های فردی و گروهی آنان در راستای اهداف سازمانی است. اگر سازمانی بخواهد در اقتصاد و امور کاری خود، پیشتاز باشد و در عرصه رقابت عقب نماند، باید از نیروی انسانی متخصص، خلاق و با انگیزه بالا برخوردار باشد، کارکنان به واسطه دانش، تجربه و انگیزه خود، صاحب قدرت نهفته هستند. در واقع، توانمندسازی، آزاد کردن این قدرت است. به عبارت دیگر، توانمند سازی کارکنان، موجب بهبود اعتماد به نفس و غلبه بر احساس ناتوانی و درماندگی می‌شود و میزان ریسک پذیری کارکنان را افزایش می‌دهد.

خلاصه آنکه، عواملی که در این پژوهش به عنوان عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی معرفی شدند با توجه به نظر خبرگان این حوزه اولویت بندی شده اند. لذا، با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی سازمانی برای مواجهه با تحولات دائمی بازار و رقابت، مدیران شرکت‌های صنعت فنر و حتی سایر صنایع مشابه می‌توانند با مد نظر قرار دادن این عوامل، گام مهمی در راستای تقویت کارآفرینی سازمانی و استفاده از منافع آن برای بهبود عملکرد شرکت‌هایشان بردارند.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

منابع:

۱. آزادیان، ام البنین. (۱۳۸۹)، راهنمایی کارآفرینی،چاپ دوم، تهران، انتشارات آرون.
۲. آذر،عادل و فرجی، حجت; (۱۳۹۵). علم مدیریت فازی،چاپ پنجم تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. آذر، عادل، رجب زاده، علی (۱۳۸۸)، تصمیم گیری کاربردی (رویکرد MADM)، چاپ اول، تهران، انتشارات نگاه دانش.
۴. ابراهیم پور ازبری،مصطفی،شعبانی مژدهی،صفورا،(۱۳۹۶)،بررسی تاثیر بازارگرایی بر عملکرد شرکت با میانجی گری دوسوتوانی نوآوری،پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی،دوره ۷،شماره ۳،صص۱۹-۳۵.
۵. احمد پورداریانی، محمود، (۱۳۸۷)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها، چاپ اول، تهران، انتشارات پردیس.
۶. احمدپور، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها؛ چاپ پنجم؛ تهران؛ انتشارات شرکت پردیس.
۷. احمدی،سید، علی اکبر.، درویش،حسین.(۱۳۸۷)، مبانی کارآفرینی، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۸. اکبری،کرامت الله. (۱۳۹۰)،توسعه کارآفرینی، چاپ چهارم، تهران. انتشارات جهاد دانشگاهی.
۹. اکبری بورنگ. محمد، پور. سمیرا، آیتی. محسن (۱۳۹۳)، تبیین عملکرد سازمان براساس گرایش به کارآفرینی و سرمایه فکری:مدل معادلات ساختاری، مدیریت بهره وری، سال هشتم _ شماره 30، صص۱۱۵-۱۳۳.
۱۰.حسن مرادی، نرگس، (۱۳۸۵)، مدیریت کارآفرینی،چاپ اول، کرج، انتشارات مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو.
۱۱.خیاطان،مهدی؛ مبارکی، محمد حسن، (۱۳۹۳)، عوامل موثر بر رفتارکارآفرینانه ی مدیران مراکزتحقیقاتی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران، پیاورد سلامت (مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران)،دوره۸، شماره ۳،صص۱۹۸-۲۰۹.
۱۲.رضایی، روح اله؛قلی فر،احسان؛ صفا، لیلا؛ کاظمی تربفان، مریم،(۱۳۹۰)،شناسایی موانع توسعه ی کارآفرینی شرکتی درشرکت‌های خدمات مشاوره ای،فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان، فصلنامه توسعه کارآفرینی،سال ۴،شماره ۱۴،صص۲۷-۴۶ .

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۱۳.زالی، محمد رضا؛ مدهوشی، مهرداد و مخبر، مژده، (۱۳۸۸)، یادگیری کارآفرینانه رویکردی نوین در یادگیری سازمانی، صنعت و کارآفرینی، شماره۴۲،صص۴۵-۴۷.
۱۴.سعیدی کیا،مهدی. (۱۳۸۹)،اصول و مبانی کارآفرینی،چاپ شانزدهم، تهران، انتشارات کیا.
۱۵.سلجوقی،محمد. (۱۳۸۶)،کارآفرینی و پروژه، چاپ اول، کرمان،انتشارات خدمات فرهنگی کرمان.
۱۶.کاوسی، اسماعیل؛ رحمتی زنجان طلب، فرشاد،(۱۳۹۰)، طراحی وارائه الگویی بومی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مطالعه موردی: واحدعلوم وتحقیقات تهران، فصلنامه راهبرد، دوره۲۰، شماره۵۹، صص۲۴۱-۲۱۷.
۱۷.کوراتکو، دانلد اف؛ و هاجتس، ریچارد(۲۰۰۱)، نگرش معاصر بر کارآفرینی، چاپ سوم، ترجمه ابراهیم عامل مهرابی(۱۳۸۹)، مشهد، انتشارت دانشگاه فردوسی.
۱۸.کورانی، مریم؛ احمدپورداریانی، محمود،(۱۳۹۰)، شناسایی فرصتهای کارآفرینانه ی خود خدماتی مسافر در شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران هما، فصلنامه توسعه کارآفرینی،سال ۴،شماره ۱۴،صص۷-۲۶.
۱۹.لعلی سرابی، امیر؛ عبدوی، محمد، فروتنی، زهرا (۱۳۹۱)، شناسایی عوامل اثرگذار بر رفتارکارآفرینانه درسازمان‌های دولتی ایران، فصلنامه مطالعات رفتارسازمانی، سال اول، شماره۲، صص۸۶-۱۰۸
۲۰.مردانشاهی، محمدمهدی؛ تاجیک اسماعیلی، عزیزالله؛ مبارکی، محمدحسن (۱۳۹۳)، بررسی استعدادکارآفرینی در دانشجویان ورودی وخروجی دانشگاه‌های دولتی (موردمطالعه: دانشگاه‌های دولتی مازندران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره۷، شماره ۴، ص۷۵۵- ۷۷۱.
۲۱.مقیمی، سیدمحمد؛ زالی، محمدرضا؛ مررزبان، شیرمراد (۱۳۹۳)، بررسی رفتارکارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران، پژوهش نامه ی مدیریت اجرایی، سال ۶، شماره ۱۱، صص۱۲۳-۱۴۴.
۲۲.مهدی وند، میرمحسن؛ زالی، محمدرضا (۱۳۹۰)، تأثیرسرمایه‌ی فکری برگرایش کارآفرینانه و عملکردسازمانی درکسب وکارهای نانو، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال ۴، شماره ۱۴، صص۴۷-۶۶.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

۲۳.مهاجران، بهناز؛ قلعه ای، علیرضا؛ مقدم، زینب؛ اکبری، تقی، (۱۳۹۶)، بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی، سلامت سازمانی و کارآفرینی کارکنان معاونت و مرکز بهداشت شهر همدان در سال ۹۲-۹۳. مجله سلامت و بهداشت، سال ۸، شماره ۳، ص۳۵۱-۳۶۰.

۲۴.وجدانی، محمد؛ اللهیاری، محمد صادق، (۱۳۹۲)، ارزیابی عملکرد شرکتهای تعاونی روستایی استان گیلان با استفاده از تکنیک کارت ارزیابی متوازن (مطالعه موردی: شهرستان‌های لاهیجان و سیاه کل)، تعاون وکشاورزی، سال ۲، شماره ۷، صص۲۳-۳۷.

25. Benzing, C., Chu, H. M., & Callanan, G. (2005), "A Regional Comparison of the Motivation and Problems of Vietnamese Entrepreneurs". Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol. 10, No. 1, 3-27.
26. Boore, J. & Porter, S. (2011), "Education for entrepreneurship in nursing. Nurse Education Today", Vol. 31, No.2, 184-191
27. Bird, B., &Schjoedt, L., (2009). "Entrepreneurial behavior: Its nature, scope", recent research, and agenda for future research. In A. L.
28. Clercq, D. D., Dimov, D., & Thony, P. (2010), "The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation-performance relationship",Journal of business venturiny, Vol. 25, pp. 87-103
29. Davis, J. L., Greg Bell, R., Tyge Payne, G. & Kreiser, P. M. (2010), "Entrepreneurial orientation and firm performance: the moderating role of managerial power". American Journal of Business, Vol.25, No.2, 41-54.
30. Echols E.A., Neck P.C. (1998). "The Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success", Journal of Managerial Psychology, Vol. 13, No.1/2, pp.38-46.
31. Entrialgo,Montserrat; Fernández,Esteban; Vázquez, CamiloJ. (2000), "Linking entrepreneurship and strategic management: evidence from Spanish SMEs", Technovation, Vol. 20, Issue 8, pp.427-436.
32. Eskildsen, J.K., Christensen, K., Jull, H.J. (2004), "Public versus private sector excellence", The TQM Magazine, Vol. 16, No.1, pp.50-6.
33. F-Jardon, C.M., & Martos, M.S. (2012). "Intellectual capital as competitive advantage in emerging clustersin Latin America". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13, No.4, pp. 462-481.
34. Gartner, W. B. (2001). "Is there an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development. Entrepreneurship: Theory & Practice, Vol. 25, No.4, pp. 27-39.
35. Gharakhani, Davood (2012). "Identifying and Prioritization Effective Factors on Organizational Entrepreneurship Using AHP Approach", Journal of Basic and Applied Scientific Research, Vol. 2, No.4, pp. 4320-4327.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

36. Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G., & Trahms, C. A. (2011). "Strategic entrepreneurship creating value for individuals, organizations, and society".Academy of Management Perspectives, Vol. 25, No. 2, pp. 57-75
37. kavoosi A, Rahmati Zanjan Talab, F.(2012). "Design and provide a model for promoting indigenous entrepreneurship in universities (Case Study: Science and Research Branch, Tehran) ". Quarterly Strategy. Vol. 59, pp. 217-241.
38. Kelley, D. (2011). "Sustainable corporate entrepreneurship: Evolving and connecting with the organization".Business Horizons, Vol. 54, No. 1, pp. 73-83.
39. Kuratko DF, Ireland RD, (2005), "Covin JG, Hornsby JS. A model of middle level managers' entrepreneurial behavior". Entrep Theory Prac, Vol. 29, No. 6, pp. 669-716
40. Landstrom, H. (2005). "Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research".Springer Science + Business media Inc., Boston
41. Mortazavi H.S., Bahrami M. (2012), "Integrated Approach to Entrepreneurship – Knowledge based Economy: A Conceptual Model". Procedia - Social and Behavioral Sciences. Vol. 41, pp. 281-287.
42. Peltola S. (2012), "Can an old firm learn new tricks? A corporate entrepreneurship approach toorganizational renewal". Business Horizons. Vol. 55, No. 1, pp. 43-51.
43. Pulka, B. M., Rikwentishe R., & Ibrahim, B. (2014). "An Evaluation of Students' Attitude towards Entrepreneurship Education in some Selected Universities in North East Nigeria", Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management, Vol. 14, No. 8, pp. 54-63.
44. Rezaie, M.H & Rahsepar, T.(2009). "Examine how the characteristics of an entrepreneurial Darab university students "*,Journal of a new approaches in the educational Administration,* Vol. 2, No. 4, pp. 45-62.
45. Safari H. (2012), Comprehensive approach to performance measurement systems. Tehran: Mehraban publication.
46. Sekhar, Chandra; Patwardhan, Manoj; Vyas, Vishal (2015). "A Delphi-AHP-TOPSIS based framework for the prioritization of intellectual capital indicators: A SMEs perspective", Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 189, pp. 275-284.
47. Sharma, P., Chrisman, J.J. (1999). "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship". Entrepreneurship: Theory & Practice, Vol. 23, No. 3, pp. 11-27.
48. Srivastava, N., & Agrawal, A. (2010). "Factors supporting corporateentrepreneurship: An exploratory study". The Journal of Business Perspective, No. 14, pp: 163-171.
49. Shane, S. &Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research". Academy of Management Review, Vol. 25, pp. 217-226.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]

50. Teimoori, R.V., Alagheband, E. (2008). "*Comparison of the personality characteristics among students of nonprofit and governmental boys high schools in Karaj city*", Master's Degree Thesis, AllamehTabatabaei University. (inpersian)
51. Woollard, David. Zhang, Michael & Jones, Oswald (2007). "CREATING Entrepreneurial university: Insights from a new university business school".Institute for small Business & Entrepreneurship, NO.7- 9, PP.1-20.
52. Yang, B., Watkins, K. E. & Marsick, V. J. (2004), " the construct of the learning organization: Dimensions, Measurement, and validation", Human Resources Development Quarterly, Vol. 15,No.1, pp: 31-55
53. ZAHRA, Shaker (1993). "A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour: A critique and extension". Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 17, No.4, pp: 5-21.

[Downloaded from iieshrm.ir on 2026-11-01]