



بررسی رابطه کارآفرینی شرکتی بر گرایش کارآفرینانه و اقتصاد مقاومتی (مطالعه موردی: مهارت آموختگان مراکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان کرمان)

محمد حسین فروزانفر^۱ (نویسنده مسئول)

علی ملا حسینی^۲

مهدی محمود آبادی^۳

چکیده

بنگاه‌های کوچک و متوسط همواره یکی از اجزای رشد اقتصادی در کشورها محسوب می‌شوند. از طرفی قصد کارآفرینانه معیار مهمی در سنجش کارآفرینی و و تحقق اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود. هدف این پژوهش بررسی و تبیین گرایش کارآفرینانه و اقتصاد مقاومتی در میان مهارت آموختگان مراکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان کرمان می‌باشد که در بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط شهرستان کرمان شاغلند. در این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران، ۱۴۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده است. داده‌های مورد نیاز به کمک پرسشنامه که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت، جمع آوری گردید. برای تحلیل داده‌ها از روش همبستگی پیرسون استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده از این پژوهش وجود رابطه معنادار بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه، به اثبات رسید. همچنین در میان ابعاد اقتصاد مقاومتی، کارآفرینی بالاترین همبستگی و مقابله با دشمن پایبندترین همبستگی را با گرایش کارآفرینانه دارد. همچنین، کارآفرینی شرکتی بر اقتصاد مقاومتی و به صورت خاص بر تک تک ابعاد آن موثر می‌باشد. در پایان پیامدهای فردی، مدیریتی و سازمانی به عنوان سه راهکار و پیامد کلی کارآفرینی شرکتی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی بیان می‌گردد.

کلید واژگان: کارآفرینی شرکتی اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه، مهارت آموختگان، مراکز آموزش فنی و حرفه ای، شرکت‌های کوچک و متوسط

^۱ عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی بم، ۰۹۱۳۳۹۸۱۰۱۷، mh.faroozanfar@bam.ac.ir

^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان (رتبه: استاد)، ۰۹۱۳۳۹۹۳۹۱۱، Amolahosseini@uk.ac.ir

^۳ رئیس مرکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان بردسیر، ۰۹۱۳۳۴۵۷۸۱۰، mahdimahmoodabadi@yahoo.com



پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی
مهارت آموزی و اشتغال



Investigating the relationship between the entrepreneurial orientation and Resistive economy (Case Study: graduates of professional & technical training centers in Kerman)

Mohammad Hossein Foroozanfar
Ali mollahosseini
Mahdi Mahmoodabadi

Abstract

Small and medium enterprises (SMEs) are always a component of economic growth. Entrepreneurial orientation is an important criterion in assessing entrepreneurship and meeting resistive economy. The purpose of this study is to investigate and explain entrepreneurial attitudes and Resistive economy among graduates of technical and professional training centers in Kerman who were employed in small and medium enterprise. The required data that its validity and reliability was approved, were collected by a questionnaire. To analyze the data, Pearson correlation were used. Based on the results, the relationship between resistive economy and entrepreneurial orientation was established. At the end individual, managerial & corporative implications as three strategies to achieve Resistive economy were presented.

Keywords: Corporate entrepreneurship, Resistive economy, entrepreneurial orientation, small and medium enterprises (SMEs)



۱- مقدمه

امروزه از مقاومت‌سازی اقتصاد با عنوان اقتصاد مقاومتی یاد می‌شود. اقتصاد مقاومتی طراحی و مدلسازی ویژه‌ای از شرایط و سازوکارهای اقتصادی است که بر اساس آن، فضای اقتصادی کشور مبتنی بر فرض وجود حداکثر تحریمها و فشارها، به صورت فعال و نه منفعل، طراحی می‌شود (ترابزاده و همکاران، ۱۳۹۲). راه حل بهینه مدلی اقتصادی است که بتواند کشور را در شرایط جنگ، آشوب، انقلاب، تحریم و بحران به پیش ببرد. در این مدل اقتصادی به تحریمها به عنوان فرصتهایی نگریسته می‌شود که می‌تواند از فرصت‌ها برای کارا نمودن و اصلاح نقاط ضعف سیستمهای اقتصادی کشور استفاده نماید (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۳). از این رو در این اقتصاد کسب و کارهای بزرگی که تمایل به رقابت دارند، به دنبال کسب ویژگی‌های انعطاف‌پذیری، رشد و نوآوری یا به طور کلی کارآفرینی هستند (Stevenson & Jarillo, ۱۹۹۰). این در حالی است که نگرش پیشین در اقتصاد ایران توجه به کسب و کارهای بزرگ بوده و رقابت در سطح آن‌ها مطرح بوده است؛ در صورتیکه با توزیع کسب و کارها در قالب کسب و کارهای کوچک و متوسط نوآور و کارآفرین و توزیع این کسب و کارها در سطح کشور این امر سبب مقاوم سازی اقتصاد می‌گردد. زیرا از این طریق رقابت افزایش یافته و برای باقی ماندن در رقابت نیاز به بالابردن کارایی و تمرکز بر افزایش بهره‌وری و صرف نظر کردن از سود غیر متعارف که در شرایط انحصار وجود دارد، می‌گردد. در واقع کارآفرینی یکی از مولفه‌های اقتصاد مقاومتی است (محمدی مقدم و همکاران، ۱۳۹۲) و برای تحقق اقتصاد مقاومتی، مقاومت در برابر انعطاف، رشد و تنوع را میتوان با توسعه روح کارآفرینی تا اندازه زیادی حل نمود. این معنای کارآفرینی شرکتی است (Hisrich et al, ۲۰۰۵) بسیاری از محققین (Kuratko et al, ۱۹۹۰; Lumpkin & Dess, ۱۹۹۶; Zahra & Covin, ۱۹۹۵) کارآفرینی شرکتی را ابزاری برای توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید اعلام کرده‌اند (Maes, ۲۰۰۳). کارآفرینی شرکتی به کسب و کار کمک می‌کند تا از طریق نوآوری در محصولات و فرایندها و توسعه بازار و نیز ارائه راهبردهای جدید، کسب‌وکارهای جدیدی را پدید آورند (Ireland et al, ۲۰۰۶) و ابزاری ارزشمند برای بقا و افزایش رقابت در بازار است (Antoncic & Hisrich, ۲۰۰۴). در واقع کارایی بازار خرد برای هر اقتصادی در برخورد با آثار منفی شوک‌ها از طریق قادر کردن اقتصاد به بازتخصیص منابع به استفاده‌های جایگزین از اهمیت اساسی برخوردار است (سیف، ۱۳۹۱). بنابراین بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از اجزای حیاتی رشد در اقتصاد جهانی بوده و اهمیت آنها در رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به خوبی شناخته شده است (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۱). در این میان یکی از بهترین ابزارها برای سنجش اجزای کارآفرینی شرکتی، گرایش کارآفرینانه است. راهبرد کارآفرینی شرکتی برای تحقق اقتصاد مقاومتی، مجموعه‌ای از تعهدات و اقدامات انجام شده پیرامون رفتار و فرآیندهای کارآفرینانه است که کسب و کار برای توسعه مزیت‌های رقابتی فعلی و آینده در عرصه‌های احتمالی فناوری یا بازار محصول، طراحی و به کار می‌برد. همچنین کارآفرینی شرکتی اثر مثبتی بر معیارهای عملکرد مالی شرکت می‌گذارد و این تاثیر با گذشت زمان بیشتر شده و خود ابزاری مهم برای بهبود بلند مدت عملکرد مالی سازمان و فعالیت در عرصه‌های رقابتی است (Zahra & Covin, ۱۹۹۵).

۲- کارآفرینی شرکتی

کارآفرینی شرکتی شامل افزایش دامنه توانایی و مجموعه فرصت متناظر یک شرکت از طریق ترکیبات جدیدی از منابع است که بصورت داخلی ایجاد شده است (Covin & Slevin, ۱۹۹۱). چهار شکل از پدیده کارآفرینی شرکتی شامل بازسازی پایدار



پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزی و اشتغال



سازمانی^۱، جوان سازی سازمانی^۲، نوسازی راهبردی و بازتعریف قلمرو سازمانی^۳ می شود (Covin & Miles, ۱۹۹۹). در این راستا جستجوی برتری رقابتی در اقتصاد مقاومتی نیازمند شرکتهای و مدیرانی است که خود را مرتباً نوسازی می کنند که این امر خود از پنج توانمندی کلیدی سازمانی ناشی می شود: قابلیت سازگاری^۴ (توان هماهنگ سازی به موقع خود با فناوری های جدید، نیازهای مشتریان، قوانین موجود و دیگر تغییرات در وضعیت بدون از دست دادن تمرکز و یا وقفه در فعالیتهای اصلی و تعهدات) انعطاف پذیری^۵ (توان طراحی راهبردهای شرکت، فرایندها و رویکردهای عملیاتی که می توانند همزمان نیازهای متنوع و رو به تکامل مشتریان، توزیع کننده ها، تامین کننده ها، حامیان مالی، و قانون گذاران را تامین نماید)؛ سرعت^۶ (توان اقدام سریع در هنگام بروز فرصت های جدید، توسعه سریع محصولات و خدمات جدید و اخذ تصمیمات اساسی بدون اتلاف وقت)؛ برخورد تهاجمی^۷ (شیوه ای متمرکز و قوی برای حذف رقبا، راضی نمودن مشتریان و رشد کارکنان) و نوآوری^۸ (دادن الویت به توسعه و راه اندازی محصولات، خدمات، فرایندها، بازارها و فناوری های جدید و پیشرو در بازار) (Morris et al, ۲۰۰۸). در این راستا نظیر شرایطی که در اقتصاد مقاومتی رخ می دهد، متخصصان کسب و کار معتقدند که وقتی سازمان ها در بازارهای پویا، پیچیده و متخصص کار می کنند، استفاده موثر از کارآفرینی شرکتی در کارایی مثبت کسب و کار بسیار موثر است (Ireland et al, ۲۰۰۶) کارآفرینی شرکتی راهبردی برای توسعه دائمی محصولات، خدمات و فرایندهای جدید اعلام کرده اند (Maes, ۲۰۰۳). همچنین در راستای مقاوم سازی اقتصاد نیز، هرچه کسب و کارها کیفیت و ویژگی های کارآفرینی بیشتری را از خود نشان دهند و کارکنانشان به رفتار کارآفرینانه باور داشته باشند، بهتر می توانند به حداکثر نوآوری و موفقیت کارآفرینانه دست یابند (Echols & Neck, ۱۹۹۸). در واقع، گرایش کارآفرینانه کسب و کار منجر به اثرات بلند مدت پایدار بر رشد و عملکرد مالی و نیز اثرات کوتاه مدت می شود. بنابراین کارآفرینی شرکتی ابزاری ارزشمند برای بقا و افزایش رقابت در بازار است (Antoncic & Hisrich, ۲۰۰۴). و نیز ابزاری مهم برای بهبود بلند مدت عملکرد مالی سازمان و فعالیت در عرصه های رقابتی است (Zahra & Covin, ۱۹۹۵). در واقع کسب و کارها با مدیرانی که نگرش آنها با، فعالیتهای کارآفرینی عجین شده است قادرند به سطوح بالای رشد، سوددهی و خلق ثروت دست پیدا کنند (Antoncic & Hisrich, ۲۰۰۴). از دگر سو تحقق اقتصاد مقاومتی از طریق توسعه و پرورش همزمان مزایای رقابتی حال و آینده، شامل مزایایی است که مبتنی بر نوآوری هستند و این امر کسب و کارها را به طور فزاینده ای به کارآفرینی شرکتی وابسته کرده است (Ireland et al, ۲۰۰۶). زیرا نوآوری مداوم (در محصولات، فرایندها، فنآوریها، روال های اداری و ساختار) و توانایی رقابت فعالانه در بازارهای جهانی، مهارت های اساسی هستند که عملکرد شرکتها را در تحقق اقتصاد مقاومتی تعیین می کند. رهبر معظم انقلاب معتقدند ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم و امروز کارآفرینی معنایش این است (مقام معظم رهبری ۱۳۸۹/۶/۱۶).

۳- مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

Sustained regeneration
Organizational rejuvenation
Domain redefinition
Adaptability
Flexibility
Speed
Aggressiveness
Innovativeness



کارآفرینی شرکتی به عنوان یک راهبرد دیدگاهی نو در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی است. در تحقیقات انجام شده پیشین گرایش کارآفرینانه مورد توجه محققین قرار گرفته که نسبت به سایر ابزارهای اندازه‌گیری کارآفرینی شرکتی، جزئیات بیشتری را مورد بحث قرار می‌دهد. گزینه استفاده از راهبرد کارآفرینی شرکتی نشان دهنده این تصمیم کسب و کارهای یک جامعه است که از طریق نوآوری و رفتار کارآفرینانه بر مبنای پایداری به دنبال مزیت رقابتی است. راهبرد کارآفرینی شرکتی یک جهتگیری اساسی در جهت دستیابی به فرصت‌ها و رشد است و هنگامی وجود دارد که در سراسر کسب و کار پذیرفته شده باشد و ماهیت عملکرد کسب و کار را تعریف (Ireland et al, ۲۰۰۳) محمدی، مقدم و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله خود با عنوان " بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش " به این نتیجه رسیدند که اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش دارای رابطه مثبت و معناداری با هم هستند.

ریپولس^۱ و همکارانش (۲۰۰۷)، در مقاله ای با عنوان " گرایش کارآفرینانه و تعهدات بین‌المللی " به بررسی اثرات توسعه گرایش کارآفرینانه و پی‌ریزی اولین ورود به بازارهای بین المللی می پردازد. نتایج به دست آمده در این مقاله این ایده را که ورود سریع به بازارهای خارجی با توسعه گرایش کارآفرینانه در شرکتهای فعال ارتباط مستقیم دارد، تأیید می کند. شین چیا چانگ^۲ و همکارانش (۲۰۰۷)، در مقاله ای با عنوان " دستیابی به انعطاف پذیری تولید از طریق گرایش کارآفرینانه " رابطه بین انعطاف پذیری خارجی و گرایش کارآفرینانه را با ۲ بعد (استقلال طلبی، نوآوری، خطر پذیری، پیش‌فعالی و رقابت تهاجمی) مورد بررسی قرار داده و سه نوع انعطاف پذیری ساخت خارجی شامل: انعطاف پذیری محصول جدید، انعطاف پذیری محصول ترکیبی و حجم انعطاف پذیری را به عنوان مزیت رقابتی یک شرکت حائز اهمیت دانستند.

۴- مدل کارآفرینی شرکتی در تحقق اقتصاد مقاومتی

با استفاده از مبانی نظری موجود محققان برای تبیین رابطه بین متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی زیر را طراحی نمودند. در این مدل ابعاد اقتصاد مقاومتی با توجه به بیانات مقام معظم رهبری درباره اقتصاد مقاومتی، همچنین برای تبیین کارآفرینی شرکتی به عنوان یک راهبرد برای تحقق اقتصاد مقاومتی از مدل تورنبری^۳ (۲۰۰۶) استفاده شده است. که روابط موجود در مدل مفهومی فرضیه‌های حقیق بوده که در ادامه مورد آزمون قرار می‌گیرد.

۵- مدل مفهومی تحقیق

در این مدل مفهومی معیاری هفتگانه تورنبری از گرایش کارآفرینانه به عنوان ابزار سنجش کارآفرینی شرکتی، تحت عنوان " ۷ اف " که اساس ابزار " بررسی گرایش کارآفرینانه " را تشکیل می‌دهد. این ۷ بعد شامل: ابعاد سرعت، انعطاف پذیری، تمرکز، تعاون و همکاری، صرفه جویی، گستردگی و پیشرو بودن^۴ را بیان می‌دارد. در ادامه به توضیح این ابعاد می‌پردازیم.

(۱) سرعت: سرعت به معنای تصمیم سازی سریع، تخصیص سریع منابع، تحویل سریع و ... سرعت در تصرف فرصت‌ها به وضوح یک مزیت رقابتی برای مقابله با تهدیدات ایجاد می‌شود.

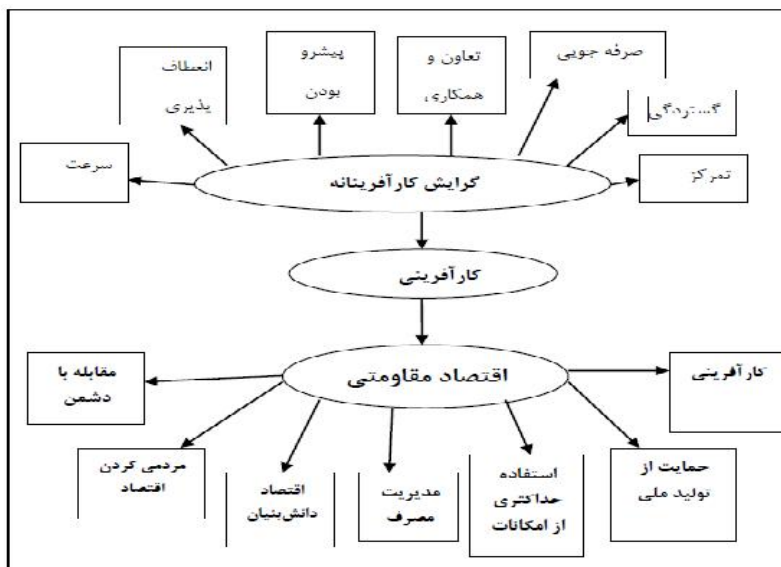


پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزشی و اشتغال



- ۲) انعطاف پذیری : توانایی حرکت دادن سریع عوامل انسانی و منابع برای در اختیار گرفتن یک فرصت در بازار بوده و این امکان را به مدیران واحدهای کوچک (یعنی آنهایی که در نزدیکترین سطوح به محیط فعالیت می کنند و غالباً توانایی تشخیص و دفاع در مقابل تهدیدات دارند و می توانند آنها را به تسخیر در آورند) می بخشد تا بتوانند در مقابل تهدیدات مقاومت نشان دهند.
- ۳) تمرکز : امروزه فرصتهای بسیار زیادی در افق دید شرکتها ظاهر می شود که توانایی تمرکز بر تعدادی از آنها (فرصتهای که در عین حال به درستی انتخاب شوند) بسیار حیاتی می باشد.
- ۴) تعاون و همکاری : شرکت های جوانی که در آغاز راه هستند برای مقاومت در برابر تهدیدات بایستی بامشتریان داخلی ، خارجی و همچنین کارکنان رفتاری دوستانه داشته باشند تا شانس آن ها برای حضور در بازار رقابت افزایش یابد. همچنین برای برای مقاومت در برابر تهدیدات سازمان های بزرگ و قدیمی نیز بایستی بسیار هنرمندانه در پی ساخت یک هویت جدید سازمانی مبتنی بر رفتار دوستانه با مخاطبان خود باشد.
- ۵) صرفه جویی : صرفه جویی به معنی عاقلانه خرج کردن پول در خدمت یک راهبرد است.
- ۶) گستردگی : گستردگی به بازار و توزیع و دستیابی به مشتریان بازارهای متفاوت اشاره دارد.
- ۷) پیشرو بودن : توسعه محصول و هر آنچه که بازار جدید ایجاد می کند.

همچنین در این مدل (شکل شماره ۱) ابعاد اقتصاد مقاومتی با توجه به بیانات مقام معظم رهبری درباره اقتصاد مقاومتی در دیدار با جمعی از کارآفرینان سراسر کشور (۸۹/۶/۱۶) کارگزاران نظام (۹۱/۵/۳)، جمعی از پژوهشگران (۹۱/۵/۸)، دیدار رئیس جمهور و اعضای هیات دولت (۹۱/۶/۳) استفاده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق



پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزی و اشتغال



پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، از لحاظ روش گردآوری داده‌ها توصیفی و از نظر ارتباط بین متغیرهای تحقیق همبستگی می باشد. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی بوده که از مهمترین مزایای آن قابلیت تعمیم نتایج است. جامعه آوری این تحقیق مهارت آموختگان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان کرمان می‌باشند که بیش از یک سال در واحدهای کوچک و متوسط در حال فعالیت هستند. صاحبان این کسب و کارها به لحاظ جنسیت همه مرد بوده و بازه سنی آنان بین ۲۴ تا ۵۳ سال بوده است. در این پژوهش، به واحدهای با اشتغال کمتر از ۵۰ نفر کسب و کارهای کوچک و به واحدهای با اشتغال بین ۵۰ تا ۲۵۰ نفر صنایع متوسط اطلاق می‌شود (محمدی و عسگری، ۱۳۹۰). به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق، اطلاعات و یافته‌های مورد نیاز از طریق بهره‌گیری از دو پرسشنامه با مبنای مناسب و بومی بودن، برای اقتصاد مقاومتی با ۲۹ سوال و برای گرایش کارآفرینانه در بخش اصلی شامل ۴۹ سؤال برای سنجش متغیرهای اصلی پژوهش و در بخش کمکی هم شامل ۹ پرسش که برای سنجش ویژگی‌های فردی کارآفرینی در پرسشنامه، از مقیاس نمره‌دهی ۷ درجه‌ای (صفر=کمترین و ۷ =بیشترین) مورد استفاده قرار گرفته است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش طبقه‌بندی شده و با استفاده از فرمول کوکران، تعداد حجم نمونه ۱۴۸ نفر تخمین زده شد. برای تعیین و سنجش پایایی و همسانی درونی گویه‌های پرسشنامه و اعتبار سازگاری اجزا پرسش نامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های اصلی پرسشنامه‌ها بالاتر از ۰/۸۴ بود که نشانگر پایایی مناسب آن است. روایی محتوایی پرسش نامه نیز با نظر اعضای هیات علمی دانشگاه و نظر خبرگان مورد بحث و تطابق با پیشینه‌ی تحقیق، تایید شد. در این تحقیق از روش همبستگی پیرسون برای تحلیل داده‌ها و تبیین روابط بین متغیرهای موجود استفاده شد. به طوری که اقتصاد مقاومتی به متغیر وابسته و گرایش کارآفرینانه به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شد. به این ترتیب فرضیه‌ی پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. محاسبات این پژوهش با نرم افزار SPSS صورت گرفت. پس از اطمینان یافتن از صحت مدل‌های اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تاییدی مفاهیم اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه)، فرضیه اصلی تحقیق که بین کارآفرینی شرکتی (با استفاده از ابزار گرایش کارآفرینانه) و اقتصاد مقاومتی رابطه معنادار وجود دارد، سنجیده شد، که نتایج آن در جدول (۱) به صورت زیر است.

جدول ۱- : ضرایب همبستگی بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه

ابعاد اقتصاد مقاومتی									متغیر
کارآفرینی	حمایت از تولید ملی	استفاده از امکانات	مدیریت مصرف	اقتصاد دانش بنیان	اقتصاد مردمی	مقابله با دشمن	اقتصاد مقاومتی	شاخص	
۰/۸۷۶	۰/۸۳۱	۰/۸۴۷	۰/۷۴۶	۰/۸۴۲	۰/۷۳۶	۰/۷۱۲	۰/۸۳۴	ضریب همبستگی پیرسون	گرایش کارآفرینانه
۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۴۸									تعداد نمونه

بر اساس نتایج به دست آمده از جدول (۱) رابطه معنادار بین اقتصاد مقاومتی و گرایش کارآفرینانه و به تبع آن کارآفرینی شرکتی وجود دارد. همچنین در میان ابعاد اقتصاد مقاومتی، کارآفرینی بالاترین همبستگی و مقابله با دشمن پایین‌ترین همبستگی را با گرایش کارآفرینانه دارد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده در این تحقیق، گرایش کارآفرینانه (به تبع آن کارآفرینی شرکتی) بر اقتصاد مقاومتی و به صورت خاص بر تک تک ابعاد آن موثر می‌باشد.



۷- نتیجه‌گیری

در این پژوهش، محققان به دنبال تبیین رابطه بین کارآفرینی شرکتی و اقتصاد مقاومتی در میان مهارت‌آموزندگان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان کرمان بودند. این رابطه پس از آزمون مورد تایید قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل شده می‌توان گفت کارآفرینی شرکتی یک راهبرد مهم برای تحقق اقتصاد مقاومتی است. راهبرد کارآفرینی شرکتی در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی پاسخی است منطقی به حضور چهارعامل محرک محیطی: رقابت شدید، تغییرسریع فناوری، کوتاهی چرخه عمر محصول و دامنه در حال تحول بازار محصول در پاسخ به یک یا چند محرک محیطی. همچنین کسب و کار کارآفرینانه راهبردهای کارآفرینی شرکتی را از طریق سه مولفه آشکار می‌کند که در اقتصاد مقاومتی بایستی به آن‌ها توجه ویژه شود. این سه مولفه عبارتند از:

۱. پیامدهای کارآفرینانه در سطوح فردی و سازمانی: این پیامدها نتیجه استفاده از رفتار کارآفرینانه به عنوان مبنای پیاده‌سازی یک راهبرد کارآفرینی شرکتی است. مدیران و کسب و کارهای مستقل نتایج به دست آمده و عواقب آن را نسبت به هزینه‌های دریافتی و هزینه فرصت ارزیابی می‌کنند. نتایج ناشی از این ارزیابی‌ها، اخذ تصمیماتی در رابطه با وضعیت رفتار کارآفرینانه افراد و وضعیت راهبرد کارآفرینی شرکتی است. برای مدیران مستقل، درجه‌ی شناسایی رفتارهای کارآفرینانه و سود بردن از آنها توسط کسب و کار از نتایج اصلی به شمار می‌رود. همچنین برای کسب و کارها، یکی از نتایج اصلی این است که؛ استفاده از راهبرد کارآفرینی شرکتی تا چه اندازه موجب افزایش کارایی قابل قبول شدن (یا بهتر شدن) درحال حاضر فعالیت آنها و نوید بخش امکان ارتقای کارایی، قابل قبول (یا بهتر شدن) درآینده می‌باشد.
۲. نتایج مدیریتی و پیامدها: نتایج مدیریتی از رفتار کارآفرینانه سطح فردی شامل همه چیزهایی است که به عنوان نتیجه به کارگیری

رفتارهای کارآفرینانه، به مدیران افزوده گردیده است. سه‌گونه اصلی از این نتایج مدیریتی عبارتند از: پیشرفت دانش فردی و مهارت و کمک به پیاده‌سازی راهبرد کارآفرینی شرکتی است.

۳. نتایج سازمانی و پیامدها: نتایج سازمانی حاصل از راهبرد کارآفرینی شرکتی شامل همه آن چیزهایی است که به عنوان نتیجه مستقیم از به کارگیری یک راهبرد کارآفرینی شرکتی به کسب و کار افزوده شده است. دو گونه اصلی نتایج سازمانی عبارت است از: یادگیری سازمانی؛ ارتقاء قابلیت‌ها و تغییر راهبردی موقعیت و قلمرو فعالیت.

در واقع برای تحقق اقتصاد مقاومتی پیاده‌سازی راهبرد کارآفرینی شرکتی آنچه را که کسب و کارها در سطح ملی آموخته یا ایجاد کرده و از دگرسو ارزیابی عملکرد شرکتها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از طریق این راهبرد، ارزیابی عملکرد را می‌توان در شرایط مالی (به عنوان مثال

نرخ رشد فروش)، شاخص بازار (به عنوان مثال قیمت سهام)، براساس معیارهای نوآوری خروجی (به عنوان مثال معرفی محصولات جدید) و بر حسب معیارهای رفتاری (به عنوان مثال تعداد فرصت‌های کارآفرینانه شناسایی شده) پایه‌گذاری کرد که پیامدهای عملکرد به نوبه خود بر آینده‌نگری و کانون توجه راهبردهای آتی کارآفرینی شرکتی نیز موثر است.

۸- منابع

- ۱) بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار با جمعی از کارآفرینان سراسر کشور، (۱۳۸۹/۶/۱۶)
- ۲) بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار با کارگزاران نظام، (۱۳۹۱/۵/۳)
- ۳) بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار با جمعی از پژوهشگران، (۱۳۹۱/۵/۸)



پنجمین همایش ملی و چهارمین همایش بین المللی مهارت آموزی و اشتغال



- ۴) بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار با رئیس جمهور و اعضای هیات دولت، (۱۳۹۱/۶/۳)
- ۵) تراب زاده جهرمی محمدصادق؛ سجادیه، سیدعلیرضا و سمیعی نسب، مصطفی، (۱۳۹۲)، "بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی، سال دهم، شماره ۳۲، صص ۴۶-۳۱
- ۶) سلیمانی، سعید؛ صادقی شاهدانی مهدی و فطانت، محمد، (۱۳۹۳)، "طراحی صندوق سرمایه گذاری مشترک بیمه ای به منظور افزایش ظرفیت بیمه اتکایی"، فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال سوم، شماره نهم
- ۷) سیف، اله مراد، (۱۳۹۱)، "الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران (مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری)"، فصلنامه علمی - پژوهشی آفاق امنیت، سال پنجم، شماره شانزدهم، صص ۲۲-۵
- ۸) عقیلی، فریبا السادات؛ طیبی، سیدکمیل؛ زمانی، زهرا و ابراهیمی، نسرين، (۱۳۹۱)، "اثر کارآفرینی و توسعهی بنگاههای کوچک و متوسط بر اشتغال: تجربی چند کشور منتخب در حال توسعه"، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره پنجم، جلد دوم، شماره شانزدهم، صص ۱۶۴-۱۴۵
- ۹) محمدی مقدم، یوسف؛ ذوالفقاری، حسین؛ علیپور، میثم؛ رسولیان، پریرسا، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، مدیریت سازمانهای دولتی، سال اول، شماره ۲، صص ۱۲۰-۱۰۷
- ۱۰) محمدی، محمود و عسگری، غلامرضا، (۱۳۹۰)، "تاثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط"، توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۱۴۸-۱۲۹

- ۱۱) Antoncic, B. & Hisrich, D. (۲۰۰۴), Corporate entrepreneurship contingencies and organisational wealth creation. *Journal of Management Development*, ۲۳(۶), ۵۱۸ - ۵۵۰.
- ۱۲) Chang, S.C., Lin R.J., Chang, F.J., Chen, R.H. (۲۰۰۷), Achieving manufacturing flexibility through entrepreneurial orientation, *Industrial management & Data Systems*, ۱۰۷(۷), ۹۹۷-۱۰۱۷.
- ۱۳) Covin, J.G. & Slevin, D.P. (۱۹۹۱). A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, ۱۶(۱), ۷ - ۲۵.
- ۱۴) Covin, J.G. & Miles, M.P. (۱۹۹۹), Corporate Entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, ۲۳(۳), ۴۷ - ۶۳.
- ۱۵) Echols, A.E. & Neck, C.P. (۱۹۹۸), The impact of behaviours and structure on corporate entrepreneurial success. *Journal of Management Psychology*, ۱۳(۱/۲), ۳۸ - ۴۶.
- ۱۶) Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A. (۲۰۰۵), *Entrepreneurship*. ۶th ed. New York, McGraw-Hill.
- ۱۷) Ireland, R.D., Kuratko, D.F. & Covin, J.F. (۲۰۰۳), Antecedents, elements and consequences of corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Proceedings*, L۱ - L۶.
- ۱۸) Ireland, R.D., Kuratko, D.F. & Morris, M.H. (۲۰۰۶), A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part I. *Journal of Business Strategy*, ۲۷(۱), ۱۰ - ۱۷.
- ۱۹) Kuratko, D.F., Montagno, R.V. & Hornsby, J.S. (۱۹۹۰), Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal*, ۱۱(۵), ۴۹-۵۸.
- ۲۰) Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (۱۹۹۶), Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking the performance. *Academy of Management Review*, ۲۱(۱), ۱۳۵ - ۱۷۲.
- ۲۱) Maes, J. (۲۰۰۳), The search for corporate entrepreneurship: a clarification of the concept and its measures. Working paper. Katholieke Universiteit Leuven.
- ۲۲) Morris, M.H., Kuratko, D.F. & Covin, J.G. (۲۰۰۸), *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. ۲nd ed. Ohio, Thomson South Western.
- ۲۳) Ripollés, M.M., Boulard, M.M., Sánchez, L.P., (۲۰۰۷), Entrepreneurial orientation and international commitment, *Springer Science Business Media*, ۵, ۶۵-۸۳.
- ۲۴) Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (۱۹۹۰), A paradigm of entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, ۱۱(۵), ۱۷ - ۲۷.
- ۲۵) Thornberry, N.E. (۲۰۰۶), *Lead Like An Entrepreneur*, mcgraw.hill CO.



بنجمین ہمایش ملی و چہارمین ہمایش بین المللی
مہارت آموزی و اشتغال



- ۲۶) Zahra, S.A. (۱۹۹۱), Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship. An exploratory study. Journal of Business Venturing, ۶(۳), ۲۵۹ – ۲۸۵.
- ۲۷) Zahra, S.A. & Covin, J.G. (۱۹۹۵), Contextual influences on the corporate entrepreneurship performance relationship: a longitudinal analysis. Journal of Business Venturing, ۱۰(۱), ۴۳ – ۵۸.