

شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی‌های هنرجویان هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر

عیسی دهانی*
عبدالمحمد طاهری**
علیرضا قاسمی زاد***

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی‌های هنرستان‌های هنرجویان فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل مدیران و متخصصان کارآفرینی هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر بودند که با توجه به محدود بودن جامعه با استفاده از روش سرشماری، تعداد ۲۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق برای گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه ساختار یافته و تعاملی بود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تصمیم‌گیری سلسله‌مراتبی (AHP) با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice استفاده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل اطلاعات نشان داد راهبردهای حمایتی-تشویقی در اولویت اول تأثیرگذاری بر خلاقیت و ادراک توانمندی قرار دارند. راهبردهای حمایتی در این اولویت‌بندی شامل قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از هنرجویان کارآفرین و روان‌سازی و تسهیل قوانین و مقررات ناظر و تأثیرگذار بر فضای کسب‌وکار می‌شود همچنین راهبرد آموزشی-مهارتی در اولویت دوم تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی قرار دارد که از طریق ایجاد قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی کارآفرینی سازمانی و تسهیل این می‌تواند ایفای نقش نماید و راهبردهای مدیریتی-سیستمی، راهبرد فرهنگی-اجتماعی، راهبرد فردی و راهبرد محیطی در اولویت‌های سوم تا ششم تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی قرار دارند بنابراین آنچه در بررسی راهبردهای کارآفرینی سازمانی، بسیار اهمیت دارد، وجود معیارهای صریح و روشن عملکرد است، که توسط آن بتوان تلاش‌ها را هدایت نمود و نتایج به‌دست‌آمده را ارزیابی کرد.

واژه‌های کلیدی: ادراک توانمندی، خلاقیت، کارآفرینی سازمانی، هنرجویان فنی و حرفه‌ای

* دانش‌آموخته دکتری، مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، کازرون، ایران.

** دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران. (نویسنده مسئول)

abdolmohamadtaheri4520@iran.ir

*** استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، کازرون، ایران.

مقدمه

امروزه کارآفرینی به واسطه اقدامات اشتغال‌زایی، خلق نوآوری، خلاقیت و ایجاد محیط رقابتی نقشی اساسی را در توسعه اقتصادی ایفا می‌نماید. در صورتی که بیشتر سازمان‌ها تمایل به ایستایی و سکون دارند، سازمان‌های کارآفرین همواره در حالت تغییر و تحولات برای تطبیق پیدا کردن با محیط هستند (عربیون و همکاران، ۱۳۹۳). از طرفی، از آنجاکه تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۲). در دهه اخیر در زمینه توسعه کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها مطرح شده است. کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد. می‌توان این ابعاد را شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی و خطرپذیری در نظر گرفت که می‌توانند به پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمان کمک کنند. بنابراین فراهم ساختن زمینه‌های لازم برای ایجاد کارآفرینی در سازمان‌ها و بالطبع نهادینه‌سازی ابعاد اجرایی کارآفرینی سازمانی به ایجاد انعطاف‌پذیری برای پاسخگویی به تغییرات شدید و پرشتاب محیطی و توانایی اینکه سازمان‌ها در هر وضعیتی ایده‌ای مطلوب داشته باشند، کمک می‌کند. در حقیقت، آنچه محققان بسیاری به دنبال آن هستند فراهم ساختن شرایطی برای اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی است؛ برای ترویج کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد (هاوک و اسپیرز، ۲۰۰۸). کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرینان انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های فردی یا گروهی را به‌طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی به ثمر برسانند. هنگامی که فعالیت‌های کارآفرینی توسط فرد یا گروه در داخل سازمان انجام گیرد، به آن کارآفرینی سازمانی گویند. در این حالت فرد یا گروه کارآفرین از قابلیت‌ها و امکانات یک سازمان استفاده کرده و اقدام به فعالیت کارآفرینی به‌عنوان فعالیتی با وابستگی سازمانی می‌نماید (توسلی خدمتی، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی بر آن است تا از قابلیت‌های کارآفرینی برای رشد و توسعه بنگاه‌ها و سازمان‌های موجود استفاده کند. کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت سازمان‌ها قلمداد می‌شود چراکه در بقا، رشد و عملکرد سازمان‌ها نقش اساسی بازی می‌کند (شالی و گیلسون، ۲۰۱۴). پیچیدگی، پویایی و تغییرات مستمر محیطی، سازمان‌های امروزی را ناگزیر از برنامه‌ریزی راهبردی و نگاه

بلندمدت به آینده کرده است تا بر اساس آن در اهداف و برنامه‌های خود بازنگری کنند (مقیمی، ۱۳۹۶).

از مفاهیم موجود در مطالعات راهبردی، راهبرد کارآفرینی است این راهبردها، راه‌هایی برای تجدید حیات و نوآوری کردن سازمان‌های موجود ارائه می‌کند. بر اساس مطالعات آیرلند^۱ و همکاران، یادگیری راهبرد، سازمان و افراد را توانمند می‌سازد تا با توجه به بازخورد فعالیت‌هایشان و استفاده مؤثر از آن‌ها، پاسخ مناسب به تغییرات محیطی را تعیین و برای حرکت به سوی آینده، راهبرد خود را اصلاح نماید و با کسب تجارب برگرفته از فعالیت انجام‌شده، می‌آموزند که چگونه این فعالیت‌ها را بهتر از گذشته انجام و مزیت رقابتی خود را افزایش دهند (آیرلند و همکاران، ۲۰۱۱). از آنجا که یکی از اهداف مهم آموزش کشورمان در چند سال اخیر، پرورش نیروی انسانی کارآفرین بوده است، یکی از اولویت‌های مهم متناسب‌سازی آموزش‌ها با نیاز بازار کار و ایجاد یا به‌روزرسانی هنرجویان است. ایجاد اشتغال پایدار و تولید باکیفیت و قابل‌رقابت در بازارهای ملی و بین‌المللی را دغدغه بزرگ کشور بوده و یکی از راهکارهای خروج از معضل بیکاری ارائه آموزش‌های تخصصی در هنرستان‌ها برای پرورش استعدادهای فردی و گروهی هنرجویان بر اساس تخصص‌ها است. در این مسیر، راهبردهای کارآفرینی به هنرجویان این امکان را می‌دهد تا در تصمیم‌گیری‌ها نوآورتر، خلاق‌تر و مسئولیت‌پذیرتر باشند (رشیدی و پورصادق، ۱۳۹۰). با پیگیری راهبردهای کارآفرینی می‌توان هنرجویان را در موقعیت‌هایی قرارداد که به‌صورت مکرر و نظام‌مند، فرصت‌های کارآفرینانه را تشخیص داده و از آن‌ها بهره‌برداری کنند (طاهری و همکاران، ۱۳۹۱). میر فخرالدینی و همکاران، نشان دادند که راهبردهای خودسازی، اقدامات ریسک‌آمیز جدید، فرهنگ‌سازمانی، محیط سازمانی و مؤلفه‌های درون‌سازمانی بر عملکرد فرد و برانگیختن خلاقیت و ادراک فرد تأثیر مستقیم دارند (میر فخرالدینی و همکاران، ۱۳۹۴). برای این‌که هنرجویان در سایه کارآفرینی بتوانند به تفکر پردازنده، بایستی راهبردهایی خلق و ایجاد شود که به‌واسطه این راهبردها به نظریات و اندیشه‌ها، امکان بروز داده شود از شیوه‌های بسیار مهم و پرجاذبه، پرورش خلاقیت و افزایش ادراک توانمندی در هنرجویان است. لازمه همگام و همساز شدن با تغییرات و تحولات محیطی، ایجاد بستر و محیطی مطلوب و مناسب برای بروز خلاقیت در بین هنرجویان است و تا زمانی که راهبردهای مناسب و مؤثر کارآفرینی

حکم‌فرما نباشد، انتظار ظهور خلاقیت، خیالی عبث و بیهوده است بنابراین برای ایجاد خلاقیت و فهم و درک توانمندی در هنرجویان توجه به استراتژی کارآفرینی سازمانی امری ضروری است و زمانی که این مهم محقق گردد، افکار و ایده‌های جدید همچون سیلی در سازمان و در میان هنرجویان جاری می‌گردد و این افکار نو و نظرات جدید همچون روحی در کالبد آنان دمیده می‌شود (حسین پور و آقاجانی، ۱۳۹۱). کوراتکو^۱ (۲۰۰۷)، معتقد است که راهبرد کارآفرینی سازمانی در سه جنبه چشم‌انداز راهبردی کارآفرینانه، معماری سازمانی با رویکرد حمایت از کارآفرینی و رفتارها و فرآیندهای کارآفرینانه رخ‌نمایی می‌کند (ریگسبی و گریکو^۲، ۲۰۱۳). به عقیده ریگسبی، رفتار کارآفرینانه در سازمان منجر به نتایجی در دو سطح فرد و سازمان می‌گردد. در هر یک از این دو سطح، افراد و سازمان‌ها نتایج به‌دست‌آمده خود را با توجه به هزینه و هزینه فرصت ازدست‌رفته خود ارزیابی می‌کنند و بر اساس آن تصمیم‌هایی پیرامون ادامه، حذف و یا تعدیل رفتارهای کارآفرینانه اتخاذ می‌نمایند (مینتزبرگ^۳، ۱۹۸۷).

در کشوری مانند ایران، چنانچه به عواملی از جمله متناسب بودن فضای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی توجه بیشتری شود، کارآفرینی می‌تواند انگیزه‌های کارآفرینان فردی را در دسته جامعه بهبود بخشد. این اهمیت از آنجا بیشتر نمایان می‌شود، که بر اساس اطلاعات گزارش شاخص جهانی کارآفرینی، در سال ۱۳۹۷، ایران افزایش چشمگیری در امتیاز شاخص فرعی گرایش کارآفرینانه نسبت به سال قبل را تجربه می‌کند، این افزایش ناشی از تغییر ناگهانی در رکن آموزش مهارت‌های کارآفرینی و به طبع آن تقویت خلاقیت کارآفرینان است. گرایش کارآفرینانه تحت تأثیر ارکان درک فرصت، پذیرش ریسک، شبکه‌سازی، مهارت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا و پشتیبانی فرهنگی است. دولت با معرفی کارآفرینان و موفقیت‌های آن‌ها در مناطق مختلف به جامعه، ایجاد قوانین ورشکستگی منعطف، کاهش نگرش منفی افراد جامعه نسبت به شکست کارآفرینان و معرفی هر چه بیشتر ارزش‌های ایجادشده توسط کارآفرینان در سطح جامعه می‌تواند این گلوگاه‌ها را به فرصت تبدیل کند. آمارها نشان از آن دارد که نبود خلاقیت، نوگرایی و عدم ادراک آن می‌تواند فرصت‌های کسب‌وکار جدید را تحت‌الشعاع خود قرار دهد. آنچه ضرورت و اهمیت انجام این پژوهش را نمایان‌تر و شفاف‌تر می‌سازد، آمار است که

1. Kuratko, D. F.
2. Rigsby J.A. & G, Greco.

3. Mintzberg, H.

هرساله توسط گزارش‌ها مرکز آمار ایران از افراد دانشجوی، هنرجو و سایر دانش‌آموختگانی ارائه می‌شود که اغلب بیکار بوده و یا در سمت تخصصی و آموزشی خود نبوده و اغلب این افراد از توان تحلیل محدودیت‌ها، مشکلات و سایر عوامل مؤثری که می‌تواند آن‌ها را به سمت ایجاد یک کسب‌وکار جدید سوق دهد، برخوردار نیستند از این‌رو خلأی در ایجاد محیطی نو، ایده‌ای غیرتکراری یا با فرایندی جدید از آن‌ها مشاهده نمی‌شود و در نهایت نمی‌توانند منجر به تولید کاری که بر اساس آن تحصیل نموده‌اند، آموزش دیده‌اند و تجربه کسب کرده‌اند، بشوند در نتیجه میزان بیکاری یا تعداد افرادی که تأثیر مثبتی نه در زندگی خود و در زندگی اجتماعی ندارند، رو به افزایش است. به نظر می‌رسد کارآفرینی موتور محرک توسعه و رشد اقتصادی و از عناصر اصلی توسعه و ایجاد کسب‌وکارهای جدید برای استفاده بهینه از منابع بوده و همبستگی زیادی با افزایش خلاقیت این افراد و تواناسازی آن‌ها ایفا می‌کند لذا اگر افراد تحت آموزش نتوانند به آن درک خلاقیت و توانمندسازی برسند، منزلت آن‌ها شکننده‌تر می‌شود از این‌رو باید به دنبال موانع و مشکلاتی بود که این افراد را از رسیدن به آن منزلت بازمی‌دارد و عدم موفقیت آن‌ها را به دنبال دارد.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت راهبرد کارآفرینی برای یک هنرجو انجام می‌دهد یا می‌تواند انجام دهد، موضوع بحث‌های متعددی بوده است، اما به میزان کافی تبیین نشده است و با آشکار شدن ضرورت هنرجویان هنرستان‌های فنی در تحقیق پیش رو به کارآفرینی به عنوان یک کارکرد محوری در کنار آموزش و پرورش، فراهم‌سازی زمینه برای کارآفرینی این هنرجویان و تسهیل کارآفرینی بیش‌ازپیش اهمیت یافته است و این مهم نیازمند بررسی تأثیر کارآفرینی بر خلاقیت و ادراک توانمندی این هنرجویان باهدف شناسایی و رفع موانع و محدودیت‌ها از یک‌سو و فراهم‌سازی یک محیط حمایتی و ارائه مشوق‌ها از سوی دیگر برای این‌گونه افراد است. لذا پژوهش حاضر پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به دو سؤال کلی است. نخست اینکه راهبردهای کارآفرینی سازمانی مؤثر بر خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر کدام‌اند؟ دوم اینکه اولویت‌بندی راهبردهای کارآفرینی سازمانی مؤثر بر خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر چگونه است؟

روش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل مدیران و متخصصان کارآفرینی هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهرستان ایرانشهر بود که با توجه به محدود بودن جامعه با استفاده از روش سرشماری، تعداد ۲۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. مصاحبه شونده‌گان دارای حداقل مدرک کارشناسی بوده و زمینه فعالیتی و تخصص آنها کارآفرینی سازمانی بوده و حداقل دارای ۵ سال سابقه فعالیت آموزشی بودند. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات، از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و تعاملی استفاده شد. برای انجام مصاحبه از ۱۰ سؤال که بر اساس نیازمندی‌های تحقیق شامل شناسایی راهبردهای کارآفرینی سازمانی مؤثر بر خلاقیت و ادراک توانمندی و همچنین شناخت موانع پیش روی این راهبردها، طراحی و تدوین شدند، استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تصمیم‌گیری سلسله مراتبی (AHP)^۱ با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice استفاده شد. از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) برای مقایسه زوجی شاخص‌ها با استفاده از پرسشنامه با فرمت پرسشنامه تحلیل سلسله مراتبی AHP (مقیاس نه نقطه‌ای و مقایسه دوجه دو) که بر اساس درخت سلسله مراتب مسئله تحت مطالعه طراحی می‌شود، استفاده گردیده است. استفاده از روش تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی، مستلزم چهار مرحله عمده ذیل می‌باشد: ۱) مدل سازی که در آن مسئله و هدف از تصمیم‌گیری به صورت سلسله مراتبی از عناصر تصمیم که با هم در ارتباط هستند، مطرح و ترسیم می‌شود. عناصر تصمیم شامل معیارها و گزینه‌ها می‌باشند. ۲) قضاوت ترجیحی که در این مرحله، مقایسه بین گزینه‌ها بر اساس معیارها و همچنین قضاوت در مورد اهمیت معیارها از طریق مقایسه زوجی انجام می‌گیرد. ۳) محاسبه وزن‌های نسبی که در آن، وزن عناصر تصمیم نسبت به هم از طریق مجموعه‌ای از محاسبات عددی تعیین می‌شود. ۴) ادغام وزن‌های نسبی که در این مرحله، ادغام وزن‌های نسبی به منظور رتبه بندی گزینه‌های تصمیم صورت می‌گیرد. پس از ترسیم درختچه سلسله مراتبی، مقایسات زوجی معیارهای اصلی و زیرمعیارها انجام شد. نحوه نمره دهی به مقایسات زوجی بر اساس مقادیر ارزشگذاری در روش‌های تحلیلی سلسله مراتبی برگرفته از تحقیقات ساعتی^۲ (۱۹۹۰)، صورت پذیرفته است. پس از آن نوبت به نرمال

1. Analytic Hierarchy Process

2. Saaty, T.

سازی، محاسبه وزن نسبی، برآورد نمودن وزن نهایی و محاسبه نرخ سازگاری می‌رسد. بدین منظور داده‌های اولیه حاصل از پرسشنامه‌های خبرگان در نرم افزار درج نموده تا ارجحیت هر یک از گزینه‌ها بر دیگری مشخص شود. در جهت حصول اطمینان از صحت اطلاعات جمع آوری شده از پرسشنامه‌های خبره و انجام صحیح محاسبات می‌بایست اقدام به محاسبه نرخ سازگاری نمود. نرخ ناسازگاری شاخصی است که میزان سازگاری پاسخ‌های خبرگان به ارزیابی‌ها و مقایسات زوجی را اندازه گیری می‌کند. به عبارت دیگر با کمک شاخص نرخ ناسازگاری می‌توان پی برد که بین مقایسه‌های دو به دو و زوجی در پرسشنامه‌ها سازگاری وجود دارد یا خیر. در صورتی که نرخ سازگاری کمتر از ۰/۱ باشد می‌توان سازگاری مقایسات را پذیرفت. در انتها با هدف محاسبه وزن نهایی عوامل در جهت انجام اولویت بندی اقدام به ضرب نمودن مقدار وزن نسبی معیارهای فرعی در وزن نسبی معیارهای اصلی نموده و از این طریق وزن نهایی معیارهای فرعی محاسبه گشته است.

یافته‌ها

پس از جمع‌آوری داده‌های اولیه، برای تعیین شاخص‌های مناسب، با توجه به میانگین به‌دست‌آمده از نظرت خبرگان برای شاخص‌ها، در مجموع ۵۸ شاخص (راهبردهای کارآفرینی سازمانی) که در ۶ دسته معیار مختلف (راهبردهای فردی، راهبردهای محیطی، راهبردهای حمایتی، راهبردهای آموزشی، راهبردهای فرهنگی، راهبردهای مدیریتی) دسته‌بندی شدند (جدول ۱).

جدول ۱. راهبردهای کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی از نظر خبرگان

نماد	راهبردهای کارآفرینی	نماد	معیار
C1	آینده‌نگری نیازها توسط کارآفرینان سازمانی		
C2	بررسی مداوم و مستمر فن‌آوری‌های روز دنیا		
C3	کشف، تشخیص و خلق فرصت		
C4	بهره‌برداری به‌موقع و حداکثری از فرصت		
C5	میل به تلاش و سخت‌کوشی در کارآفرین سازمانی	B1	راهبردهای فردی
C6	تمایل به یادگیری موارد نو و پدیده‌های جدید		
C7	قابلیت درک و شنیدن نظرات دیگران		
C8	نیاز به رشد و کسب بالاترین درجه رضایت در فرد کارآفرین		

نماد	راهبردهای کارآفرینی	نماد	معیار
C9	ایجاد جو و فضای کارآفرینانه		
C10	ارزش‌گذاری بر روی فعالیت‌های کارآفرینانه		
C11	شکل‌گیری راهبردی و سناریوی اقتصادی مبتنی بر فعالیت‌های کارآفرینانه	B2	راهبردهای محیطی
C12	ارتباط مواد آموزشی و محتوای درسی با نیازهای جامعه و بازار کار		
C13	شناسایی استعدادها و کارآفرینانه		
C14	ایجاد یک سیستم پاداش و تشویق تأثیرگذار به کارآفرینان سازمانی		
C15	قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از هنرجویان کارآفرین		
C16	حمایت مالی برای فراهم نمودن مقدمات خوداشتغالی کارآفرینان سازمانی		
C17	حمایت دولت از کارآفرینان سازمانی برای فراهم نمودن تسهیلات خوداشتغالی		
C18	فراهم نمودن امکانات شکل‌گیری و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه		
C19	برخوردار بودن جامعه اقتصادی از استراتژی شکل‌دهی و حمایت از آن‌ها		
C20	تشویق و ترغیب به انجام پژوهش‌های فرا رشته‌ای و شکل‌دهی به کارآفرینی		راهبردهای حمایتی و تشویقی
C21	اعطای اعتبار ویژه به محققان ارائه‌کننده طرح‌های پژوهش‌های کاربردی و برتر	B3	
C22	اختصاص درصدی از بودجه‌های پژوهشی دستگاه‌های دولتی به کارآفرینان		
C23	امکان دسترسی به اساتید کارآفرینی برای اخذ راهنمایی و نقشه راه		
C24	امکان دسترسی به فناوری و دانش روز دنیا		
C25	دسترسی به منابع اطلاعاتی و آموزشی		
C26	روان‌سازی و تسهیل قوانین و مقررات ناظر و تأثیرگذار بر فضای کسب‌وکار		
C27	حمایت مدیران و سیستم از ایده‌های جدید کارآفرینان		
C28	حمایت از طرح‌های آزمایشی کوچک		
C29	آشنایی با قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی کارآفرینی سازمانی		
C30	آشنایی با فن‌آوری‌های مدرن و تغییرات آن در جامعه		
C31	توانایی و تسلط در برقراری ارتباط با کارآفرینان سازمانی دیگر		
C32	توانایی و تسلط در شناخت فرصت‌های تجاری		
C33	توانایی و شناخت شیوه‌های تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار		
C34	توانایی و تسلط در هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی و انتخاب مسیر		
C35	توانایی و تسلط در حل و فصل تعارضات و اختلافات		
C36	توانایی و تسلط در اصول مدیریتی (برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری، کنترل)	B4	راهبردهای آموزشی و مهارتی
C37	توانایی و تسلط در ادراک و تجزیه و تحلیل مسائل		
C38	توانایی و تسلط در فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات		
C39	توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی		
C40	تغییر محتوای دروس کارآفرینی سازمانی در مؤسسات آموزشی		
C41	آموزش‌های فوق‌برنامه برای کسب مهارت‌های شغلی		

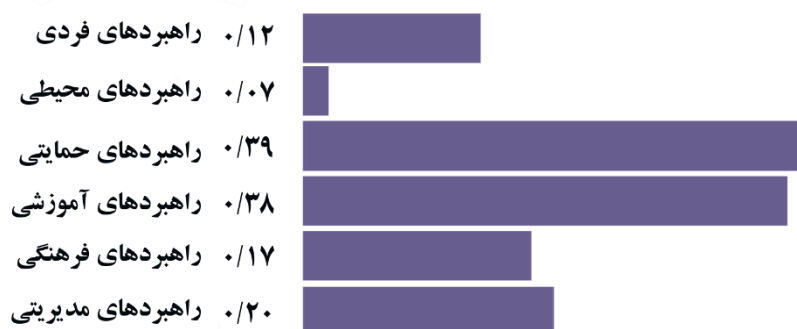
نماد	راهبردهای کارآفرینی	نماد	معیار
C42	برگزاری سمینارهای تخصصی کارآفرینی سازمانی		
C43	برگزاری نشست‌های علمی کارآفرینی با متولیان کارآفرینی سازمانی		
C44	توسعه فرهنگ کارآفرینانه با کمک تبلیغات همسو		راهبردهای
C45	عمومی کردن فرهنگ کارآفرینی سازمانی در جامعه		فرهنگی و
C46	تخصصی سازی مجلات با توجه به زیرمجموعه‌های علمی کارآفرینی	B5	اجتماعی
C47	راه‌اندازی مجلات با رویکرد پذیرش و اولویت‌دهی به مطالعات کیفی، چند سطحی و طولی		
C48	راه‌اندازی بانک داده‌های کسب‌وکار در مراکز آماری کشور		
C49	وجود فرهنگ و روحیه کارآفرینی در جامعه کارآفرینان سازمانی		
C50	تشکیل کارگروه‌های تخصصی کارآفرینی سازمانی		
C51	فراهم شدن زمینه حضور هنرجویان در صنعت		
C52	فراهم شدن زمینه سرمایه‌گذاری صنعت در هنرستان‌ها و دانشگاه‌ها		
C53	توسعه گروه‌های کارآفرینی سازمانی		راهبردهای
C54	ایجاد یک مرکز کارآفرینی مستقل فعال و اثرگذار	B6	مدیریتی و
C55	راه‌اندازی مرکز یا مؤسسه ملی برای پایش و رصد علمی پژوهش‌های کارآفرینی سازمانی		سیستمی
C56	استفاده از روش‌های مشارکتی، تیمی و گروهی در تدریس کارآفرینی سازمانی		
C57	برنامه‌ریزی منطبق با شرایط و علایق کارآفرینان سازمانی		
C58	برقراری پیوند بین نظام‌های آموزشی کارآفرینان سازمانی با مفاهیم خلاقیت و درک توانمندی		

در مرحله بعد، داده‌های اولیه حاصل از پرسشنامه‌های خبرگان در نرم افزار درج نموده تا ارجحیت هر یک از گزینه‌ها بر دیگری مشخص شود. در جهت حصول اطمینان از صحت اطلاعات جمع آوری شده از پرسشنامه‌های خبره و انجام صحیح محاسبات می‌بایست اقدام به محاسبه نرخ سازگاری نمود. به عبارت دیگر با کمک شاخص نرخ ناسازگاری می‌توان پی برد که بین مقایسه‌های دو به دو و زوجی در پرسشنامه‌ها سازگاری وجود دارد یا خیر. در صورتی که نرخ سازگاری کمتر از ۰/۱ باشد می‌توان سازگاری مقایسات را پذیرفت.

جدول ۲. ماتریس ارجحیت نسبی معیارهای اصلی

معیارهای کلی	راهبردهای فردی	راهبردهای محیطی	راهبردهای حمایتی	راهبردهای آموزشی	راهبردهای فرهنگی	راهبردهای مدیریتی	مقادیر ویژه (وزن نسبی)
راهبردهای فردی	۱						۰/۱۲
راهبردهای محیطی	۱/۳	۱					۰/۰۷
راهبردهای حمایتی	۱/۵	۱/۳	۱				۰/۳۹
راهبردهای آموزشی	۱/۵	۱/۴	۱/۳	۱			۰/۳۸
راهبردهای فرهنگی	۱	۱/۳	۳	۳	۱		۰/۱۷
راهبردهای مدیریتی	۱/۲	۱	۱/۳	۱/۲	۱/۲	۱	۰/۲۰

CR=0/07



راهبردهای کارآفرینی سازمانی

نرخ ناسازگاری = ۰/۰۷

نمودار ۱. خروجی نرم افزار جهت اولویت بندی راهبردهای کارآفرینی تأثیر گذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی

با توجه به جدول ۲ نرخ ناسازگاری (CR) مقایسه زوجی این معیارها ۰/۰۷ بوده که نشان‌دهنده دقت قابل قبول این مقایسه زوجی است. در واقع، جهت بررسی پایایی این

پرسشنامه از نرخ ناسازگاری استفاده شده است تمامی معیارها دارای نرخ سازگاری زیر ۰/۱ بوده‌اند که مورد تائید قرار گرفتند. همچنین در نمودار (۱) وزن‌های نسبی (مقادیر ویژه) معیارهای اصلی که به‌عنوان خروجی نرم‌افزار محسوب می‌شوند، نمایش داده شده است. به همین صورت، پس از مقایسه راهبردهای کارآفرینی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان شهرستان ایرانشهر، شاخص‌های هر یک از معیارهای اصلی که به‌عنوان معیارهای فرعی شناخته می‌شوند، به صورت زوجی با یکدیگر مقایسه شده‌اند. در مرحله بعد، به محاسبه وزن نهایی عوامل شناسایی شده پرداخته شده است. در یک فرایند سلسله مراتبی، وزن نهایی گزینه‌ها از مجموع حاصلضرب اهمیت معیارها در وزن گزینه‌ها به دست می‌آید. برای این کار از "اصل ترکیب سلسله مراتبی" که منجر به یک "بردار اولویت" با در نظر گرفتن همه قضاوت‌ها در تمامی سطوح سلسله مراتبی می‌شود، استفاده شده است (جدول ۳).

$$V_H = \sum_{k=1}^n \sum_{i=1}^m W_k W_i (g_{ij})$$

که در آن:

VH = امتیاز نهایی گزینه

Wk = ضریب اهمیت معیار کلی

Wi = ضریب اهمیت شاخص‌ها

Gij = امتیاز گزینه j در ارتباط با معیار کلی و شاخص‌های i

جدول ۳. اولویت‌بندی راهبردهای کارآفرینی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان

شهرستان ایرانشهر بر اساس وزن مطلق (نهایی)

رتبه شاخص	وزن نهایی	معیار کلی	شاخص‌ها (به ترتیب اولویت)
۱	۰/۰۲۶۴۰۴	راهبرد حمایتی- تشویقی	قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از هنرجویان کارآفرین
۲	۰/۰۲۲۶۹۲	راهبرد حمایتی- تشویقی	روان‌سازی و تسهیل قوانین و مقررات ناظر و تاثیرگذار بر فضای کسب و کار
۳	۰/۰۲۱۵۹۴	راهبرد فرهنگی- اجتماعی	وجود فرهنگ و روحیه کارآفرینی در جامعه کارآفرینان سازمانی

رتبه	وزن نهایی	معیار کلی	شاخص‌ها (به ترتیب اولویت)
۴	۰/۰۲۱۴۱۱	راهبرد مدیریتی - سیستمی	ایجاد یک مرکز کارآفرینی مستقل فعال و اثرگذار
۵	۰/۰۲۱۴۰۰	راهبرد مدیریتی - سیستمی	فراهم شدن زمینه سرمایه گذاری صنعت در هنرستان‌ها و دانشگاه‌ها
۶	۰/۰۲۱۲۵۲	راهبرد حمایتی - تشویقی	اعطای اعتبار ویژه به محققان ارائه کننده طرح‌های پژوهش‌های کاربردی
۷	۰/۰۲۱۲۴۰	راهبرد حمایتی - تشویقی	حمایت مدیران و سیستم از ایده‌های جدید کارآفرینان
۸	۰/۰۲۰۶۰۸	راهبرد محیطی	ارزش گذاری بر روی فعالیت‌های کارآفرینانه
۹	۰/۰۲۰۴۴۷	راهبرد آموزشی - مهارتی	توانایی و تسلط در فناوری های اطلاعاتی و ارتباطات
۱۰	۰/۰۲۰۳۱۳	راهبرد آموزشی - مهارتی	توانای و تسلط در هدفگذاری، برنامه ریزی و انتخاب مسیر
۱۱	۰/۰۱۹۹۸۰	راهبرد آموزشی - مهارتی	آشنایی با فناوری های مدرن و تغییرات آن در جامعه
۱۲	۰/۰۱۹۲۱۵	راهبرد مدیریتی - سیستمی	راه اندازی مرکز یا مؤسسه ملی برای پایش و رصد پژوهش‌های کارآفرینی
۱۳	۰/۰۱۹۰۳۲	راهبرد مدیریتی - سیستمی	استفاده از روشهای مشارکتی، تیمی و گروهی در تدریس کارآفرینی سازمانی
۱۴	۰/۰۱۸۸۴۹	راهبرد مدیریتی - سیستمی	فراهم شدن زمینه حضور هنرجویان در صنعت
۱۵	۰/۰۱۸۴۸۳	راهبرد حمایتی - تشویقی	حمایت مالی برای فراهم نمودن مقدمات خود اشتغالی کارآفرینان سازمانی
۱۶	۰/۰۱۸۳۵۴	راهبرد حمایتی - تشویقی	ارتباط مواد آموزشی و محتوای درسی با نیازهای جامعه و بازار کار
۱۷	۰/۰۱۸۰۹۰	راهبرد حمایتی - تشویقی	شناسایی استعدادهاى کارآفرینانه
۱۸	۰/۰۱۸۰۵۶	راهبرد حمایتی - تشویقی	حمایت دولت از کارآفرینان سازمانی برای فراهم نمودن تسهیلات اشتغال
۱۹	۰/۰۱۷۶۸۸	راهبرد حمایتی - تشویقی	اختصاص درصدی از بودجه‌های پژوهشی به پیشبرد پژوهش‌های کارآفرینی سازمانی
۲۰	۰/۰۱۷۴۶۴	راهبرد فردی	تمایل به یادگیری موارد نو و پدیده‌های جدید
۲۱	۰/۰۱۷۱۶۸	راهبرد فردی	میل به تلاش و سخت کوشی در کارآفرین سازمانی

رتبه شاخص	وزن نهایی	معیار کلی	شاخص‌ها (به ترتیب اولویت)
۲۲	۰/۰۱۷۰۲۸	راهبرد فرهنگی-اجتماعی	عمومی کردن فرهنگ کارآفرینی سازمانی در جامعه
۲۳	۰/۰۱۷۰۱۰	راهبرد فرهنگی-اجتماعی	برگزاری نشست‌های علمی کارآفرینی با متولیان کارآفرینی سازمانی
۲۴	۰/۰۱۶۸۸۴	راهبرد مدیریتی-سیستمی	برقراری پیوند بین نظام‌های آموزشی کارآفرینان سازمانی با خلاقیت و درک توانمندی
۲۵	۰/۰۱۶۸۸۴	راهبرد مدیریتی-سیستمی	توسعه تیم‌های کارآفرینی سازمانی
۲۶	۰/۰۱۶۶۸۴	راهبرد فرهنگی-اجتماعی	برگزاری سمینارهای تخصصی کارآفرینی سازمانی
۲۷	۰/۰۱۶۵۸۳	راهبرد فرهنگی-اجتماعی	توسعه فرهنگ کارآفرینانه با کمک تبلیغات همسو
۲۸	۰/۰۱۶۵۱۲	راهبرد آموزشی-مهارتی	تغییر محتوای دروس کارآفرینی سازمانی در مؤسسات آموزشی
۲۹	۰/۰۱۶۱۰۰	راهبرد مدیریتی-سیستمی	تشکیل کارگروه‌های تخصصی کارآفرینی سازمانی
۳۰	۰/۰۱۶۱۰۰	راهبرد مدیریتی-سیستمی	برنامه ریزی منطبق با شرایط و علائق کارآفرینان سازمانی
۳۱	۰/۰۱۶۰۸۰	راهبرد آموزشی-مهارتی	توانایی و تسلط بر زبان‌های بین‌المللی
۳۲	۰/۰۱۵۸۷۹	راهبرد آموزشی-مهارتی	توانایی و تسلط در برقراری ارتباط با کارآفرینان سازمانی دیگر
۳۳	۰/۰۱۵۸۳۶	راهبرد آموزشی-مهارتی	توانایی و تسلط در شناخت فرصت‌های تجاری
۳۴	۰/۰۱۵۸۲۴	راهبرد آموزشی-مهارتی	توانایی و شناخت شیوه‌های تأمین منابع مالی برای راه‌اندازی کسب و کار
۳۵	۰/۰۱۵۷۹۵	راهبرد حمایتی-تشویقی	حمایت از طرح‌های آزمایشی کوچک
۳۶	۰/۰۱۵۶۷۸	راهبرد آموزشی-مهارتی	آشنایی با قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی کارآفرینی سازمانی
۳۷	۰/۰۱۵۵۴۰	راهبرد حمایتی-تشویقی	فراهم نمودن امکانات شکل‌گیری و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه
۳۸	۰/۰۱۵۵۲۵	راهبرد حمایتی-تشویقی	برخوردار بودن جامعه اقتصادی از استراتژی شکل‌دهی و حمایت از آن‌ها

رتبه	وزن نهایی	معیار کلی	شاخص‌ها (به ترتیب اولویت)
۳۹	۰/۰۱۵۳۹۲	راهبرد حمایتی - تشویقی	تشویق و ترغیب به انجام پژوهش‌های فرا رشته‌ای و حوزه‌های کارآفرینی سازمانی
۴۰	۰/۰۱۵۳۰۸	راهبرد حمایتی - تشویقی	امکان دسترسی به اساتید کارآفرینی برای اخذ راهنمایی و نقشه راه
۴۱	۰/۰۱۵۱۲۰	راهبرد حمایتی - تشویقی	امکان دسترسی به فناوری و دانش روز دنیا
۴۲	۰/۰۱۵۰۷۵	راهبرد حمایتی - تشویقی	دسترسی به منابع اطلاعاتی و آموزشی
۴۳	۰/۰۱۴۹۸۵	راهبرد فردی	آینده‌نگری نیازها توسط کارآفرینان سازمانی
۴۴	۰/۰۱۴۹۴۸	راهبرد فردی	بررسی مداوم و مستمر فنآوری‌های روز دنیا
۴۵	۰/۰۱۴۸۷۴	راهبرد فردی	قابلیت درک و شنیدن نظرات دیگران
۴۶	۰/۰۱۴۷۱۵	راهبرد محیطی	ایجاد جو و فضای کارآفرینانه
۴۷	۰/۰۱۴۵۸۰	راهبرد محیطی	شکل‌گیری راهبردی و سناریوی اقتصادی مبتنی بر فعالیت‌های کارآفرینانه
۴۸	۰/۰۱۴۴۴۸	راهبرد حمایتی - تشویقی	ایجاد یک سیستم پاداش و تشویق تأثیر گذار به کارآفرینان سازمانی
۴۹	۰/۰۱۴۲۷۱	راهبرد فردی	نیاز به رشد و کسب بالاترین درجه رضایت در فرد کارآفرین
۵۰	۰/۰۱۴۰۷۰	راهبرد فردی	کشف، تشخیص و خلق فرصت
۵۱	۰/۰۱۳۷۷۰	راهبرد فردی	بهره برداری به موقع و حداکثری از فرصت
۵۲	۰/۰۱۳۶۶۸	راهبرد آموزش - مهارتی	توانایی و تسلط در حل و فصل تعارضات و اختلافات
۵۳	۰/۰۱۳۶۶۸	راهبرد آموزش - مهارتی	توانایی و تسلط در اصول مدیریتی (برنامه ریزی، سازماندهی، رهبری، کنترل)
۵۴	۰/۰۱۳۶۱۶	راهبرد آموزش - مهارتی	توانایی و تسلط در ادراک و تجزیه و تحلیل مسائل
۵۵	۰/۰۱۳۵۰۰	راهبرد آموزش - مهارتی	آموزش‌های فوق برنامه برای کسب مهارت‌های شغلی
۵۶	۰/۰۱۳۴۱۶	راهبرد فرهنگی - اجتماعی	راه اندازی مجلات با رویکرد پذیرش و اولویت دهی به مطالعات کیفی
۵۷	۰/۰۱۳۳۷۷	راهبرد فرهنگی - اجتماعی	تخصصی سازی مجلات با توجه به زیرمجموعه‌های علمی کارآفرینی
۵۸	۰/۰۱۲۰۴۰	راهبرد فرهنگی - اجتماعی	راه اندازی بانک داده‌های کسب و کار در مراکز آماری کشور

با توجه به اولویت‌بندی جدول ۳، از دیدگاه مدیران هنرستان‌های ایرانشهر و متخصصان حوزه کارآفرینی سازمانی از میان راهبردهای کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان شهرستان ایرانشهر، بالاترین اولویت با وزن ۰/۰۲۶۴۰۴ مربوط به قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از هنرجویان کارآفرین در بعد راهبردهای حمایتی-تشویقی است. همچنین از نظر خبرگان، اولویت دوم با وزن ۰/۰۲۲۶۹۲ مربوط به روان‌سازی و تسهیل قوانین و مقررات ناظر و تأثیرگذار بر فضای کسب‌وکار در بعد راهبرد حمایتی-تشویقی است. به‌طورکلی با توجه به نتایج تحلیل سلسله‌مراتبی که در جدول (۳) بیان‌شده است، تأثیرگذارترین شاخص‌های مربوط به ابعاد ۶ گانه راهبردهای کارآفرینی سازمانی به ترتیب اولویت به صورت (۱) راهبرد حمایتی-تشویقی (۲) راهبرد آموزشی-مهارتی (۳) راهبرد مدیریتی-سیستمی (۴) راهبرد فرهنگی-اجتماعی (۵) راهبرد فردی و (۶) راهبرد محیطی است.

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه در بررسی راهبردهای کارآفرینی سازمانی، بسیار بااهمیت دارد، وجود معیارهای صریح و روشن عملکرد است که توسط آن بتوان کوشش‌ها را هدایت نمود و نتایج به‌دست‌آمده را ارزیابی کرد. از عواملی که در ارتقای خلاقیت و ادراک توانمندی هنرجویان مؤثر است، راهبردهای کارآفرینی سازمانی هستند و یکی از مهم‌ترین مراکز که می‌تواند در این امر مهم باشد هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای هستند. کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۷). لذا لزوم ایجاد بستر و جو مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش‌ازپیش در کشور ما احساس می‌گردد. کارآفرینی موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (جانسون و وان، ۲۰۱۲). از دیدگاه هنرجویان، کارآفرین بودن در بستری بدون راهبردهای لازم و مشخص، یک مشکل جدی تلقی می‌گردد و در این راستا آنان معتقدند که راهبردهای حمایتی-تشویقی می‌توانند بیشتر از سایر راهبردها، بسترهای لازم جهت توسعه کارآفرینی و نتیجتاً رسیدن به ذهنی خلاق و ادراکی قوی از توانمندی‌های خود را فراهم آورند. آنچه در راهبردهای کارآفرینی سازمانی، بسیار اهمیت دارد، وجود راهبردهای صریح و روشن

است که توسط آن بتوان خلاقیت را هدایت نمود و درک توانمندی را افزایش داد. به‌منظور تقویت روحیه کارآفرینی هنرجویان ضروری است که دولت‌ها بستر لازم در قالب راهبردهای تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی را برای آنان فراهم سازد این بستر می‌تواند از طریق نهاد آموزش و پرورش با همکاری دیگر نهادها به نهادینه‌سازی این راهبردها اقدام نماید. از این رو در این تحقیق ضمن شناسایی دقیق این راهبردها به اولویت‌بندی آن‌ها نیز اقدام شد. راهبردهای تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی‌های هنرجویان شهرستان ایرانشهر، در ۶ معیار کلی راهبردهای فردی، محیطی، حمایتی/تشویقی، آموزشی/مهارتی، فرهنگی و راهبردهای مدیریتی با توجه به ادبیات تحقیق، پیشینه و نظر خبرگان، تقسیم‌بندی شدند. نتایج حاصل از تحلیل سلسله مراتبی نشان داد که راهبردهای حمایتی/تشویقی در اولویت اول تأثیرگذاری بر خلاقیت و ادراک توانمندی قرار دارند. راهبردهای حمایتی در این اولویت‌بندی شامل قوانین حمایتی مناسب و کافی برای پشتیبانی از هنرجویان کارآفرین و روان‌سازی و تسهیل قوانین و مقررات ناظر و تأثیرگذار بر فضای کسب‌وکار می‌شود به نظر می‌رسد در اعمال این‌گونه راهبردها، نقش نهادها و دولتمردان در ایجاد شرایطی برای حمایت از کارآفرینان و تسهیل روند کسب‌وکار آن‌ها از دیگر سطوح مملکتی پررنگ‌تر جلوه نماید (ایمانی پور، ۱۳۸۹). در این میان، ایده‌های باارزش که سودآور هستند باید تشویق گردند (دراکر^۱، ۱۳۹۰). یک اقتصاد رقابتی و روبه رشد نه تنها به ایده‌ها و کارآفرینان خلاق و روشی که کارآفرینان از آن‌ها بهره می‌برند بستگی دارد بلکه به سرعتی که این ایده‌های جدید به موفقیت می‌رسند، نیز بستگی دارد (آگوستو و همکاران^۲، ۲۰۱۳).

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که راهبرد فرهنگی/اجتماعی در رده دوم اولویت‌های تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی قرار دارد که از طریق ایجاد فرهنگ و روحیه کارآفرینی در جامعه کارآفرینان سازمانی می‌تواند ایفای نقش نماید. در راستای این نتایج، مشخص شد که راهبردهای مدیریتی/سیستمی، راهبرد آموزشی-مهارتی، راهبرد فردی و راهبرد محیطی در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

در کل آنچه از راهبردهای بیان‌شده می‌توان دریافت این است که برخی از راهبردها درونی و برخی دیگر بیرونی هستند. درواقع می‌توان نتیجه‌گیری کرد که حرکت به‌سوی راهبردهای کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بر خلاقیت و ادراک توانمندی‌های هنرجویان

شهرستان ایرانشهر، نیاز به عزم ملی در همه جوانب و سطوح دارد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش پیشنهاد می‌شود، سازمان‌های متصل به دولت از طریق نهاد آموزش و پرورش، در سیاست‌گذاری‌های خود، تمرکز بیشتری بر سوق دادن هنرجویان بر مولد و کارآفرین بودن بنمایند همچنین به نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی، به واسطه فراهم ساختن روحیه ریسک‌پذیری، ایجاد انگیزه پیشرفت و خلاقیت در هنرجویان اقدام کنند و نیز نقش پررنگ‌تر دولت در ارائه فرصت‌های مادی و معنوی مثل حمایت مالیاتی، بخشودگی‌های سازمان‌یافته، آموزش کارآفرینی، حمایت از نوآوران و کارآفرینان، تشویق سازمان‌ها به کارآفرینی و تسهیل قوانین و سازوکارهای مرتبط با کارآفرینی در نهادهای قانون‌گذار توصیه می‌شود. از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به محدودیت در طرح پژوهش اشاره کرد، بدین معنا که در پژوهش پیش رو، فقط به بررسی جامعه هنرجویان هنرستان‌ها پرداخته شده و سایر سازمان‌های آموزشی در آن جایی ندارند از این رو می‌توان نتایج به‌دست‌آمده را تحت تأثیر قرار دهد همچنین به دلیل محدودیت‌های مالی و زمانی، پژوهشگر ناچاراً در بخش اعتبار سنجی از نمونه‌ای متشکل از خبرگان هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای شهر ایرانشهر استفاده کرده است و اینکه به دلیل مقطعی بودن این پژوهش، نمی‌توان یک رابطه علی را که در تحقیقات تجربی و تداومی موضوعیت دارد را از این پژوهش انتظار داشت از دیگر محدودیت‌ها می‌توان به نبود کار مشابه در این زمینه و استفاده از تنها یک ابزار خودگزارش برای گردآوری اطلاعات، اشاره کرد.

منابع

- احمدپورداریانی، م. (۱۳۸۷). *مبانی کارآفرینی*، چاپ پنجم، تهران، انتشارات فراندیش.
- افتخاری، ع.؛ سجاسی قیداری، ح. و رضوی، ح. (۱۳۹۲). *راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خداآهنده*، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳(۴)، ۴۱-۵۷.
- ایمانی پور، ن. (۱۳۸۹). *الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینی*، تهران، مرکز آموزش‌های الکترونیکی دانشگاه تهران.
- توسلی خدمتی، ا. (۱۳۹۲). *بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های دولتی کارودانش شهرستان کرج*، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی.
- حسین پور، د. و آقاجانی، ح. (۱۳۹۱). *الگوی کارآفرینی سازمانی؛ مطالعه موردی: اداره کل تعاون استان تهران*، ۲۴(۶)، ۳-۱۴.

- رشیدی، م. و پورصادق، ن. (۱۳۹۰). خلاقیت و شکوفایی نیاز کارآفرینی سازمانی، فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، ۲(۲)، ۱۲-۲۲.
- دراکر، پ. (۱۳۹۰). نوآوری و کارآفرینی، ترجمه علی حسین کشاورزی، تهران، سمت.
- عریبون، ا.، دهقان نجم آبادی، ع.، رضازاده، آ.، زرنگاریان، ی.، ساعدی تپه دشت، ت. (۱۳۹۰). تأثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان مورد مطالعه: کتابخانه‌های دانشگاه تهران (پردیس‌های مستقر در شهر تهران). نشریه تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی.
- طاهری، ع.ا.؛ شایان جهرمی، ا. و ترابی، س. (۱۳۹۱). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی حرفه‌ای شهرستان گچساران. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۴(۱)، ۱۵-۳۱.
- مقیمی، م. (۱۳۹۶). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، چاپ دوم، تهران، دانشگاه تهران.
- میرفخرالدینی، س. ح.؛ زارع احمدآبادی، ح.؛ دشتکی، ع. (۱۳۹۴). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و تعالی عملکرد سازمانی در شرکت پیشگامان کویر یزد، فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۸(۴)، ۷۵-۹۱.

References

- Augusto, J., Helena, M. & Gonçalves, V., (2013). Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. *Journal of 152 Business Research*, 66(10), pp. 2139-2146.
- Ahmadpour Dariani, Mahmood (2008), Foundations of Entrepreneurship, Fifth Edition, Tehran, Farandish Publications
- Arabion, A. Dehghan Najm Abadi, A. Rezazadeh, A. Zarnegarian, Y. Saedi Tapedasht, T. (2012) The Effect of Organizational Structure on the Entrepreneurial Trend of Organization persons Case Study: Tehran University Libraries (Campuses in Tehran). *Journal of Academic Librarianship* 2012; 45(58): 33-53
- Drucker, Peter. (2014) Innovation and Entrepreneurship, Translation by Ali Hossein Agricultural, Tehran, Sadegh.
- Eftekhari, A. Sajasi Ghidari, H. Razavi, H. (2011) Strategies for Agricultural Entrepreneurship Development in Rural Areas: Case Study of the Villages in the City Khoda Bandeh. *Village Development and Quarterly*; Third Year, No. 13. (Article in Persian)
- Hough, J. & Scheepers, R. (2008). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*; 3 (1): 17- 25.
- Hossein Pour, D. Aghajani, H. (2010) Organizational Entrepreneurship Model; Case Study: Cooperative Office of Tehran Province, 2010, No. 6
- Johnson, S. & Van de Ven, A.H. (2012). A framework for entrepreneurial strategy. In M.A. Hitt, R.D. Ireland, S.M. Camp, & D.L. Sexton (Eds.), *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*.
- Ireland R.D., Hitt, M.A., Camp S.M. and Sexton D.L. (2011) Strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*; 22: 479-491.

- Imanipour, Narges (2010), *Entrepreneurial Decision Making Patterns*, Tehran, E-Learning Center, University of Tehran
- Mintzberg, H. (1987b). The strategy concept II: Another look at why organizations need strategies. *California Management Review*; 30(1): 25–32.
- Mirfakhrodini, H. Zare Ahmadabadi, H. Dashtataki, AR. (2013). The Investigating of relationship Organizational Entrepreneurship and Organizational Performance Excellence in Pishgaman Kavir Company in Yazd, *Journal of Research in Business Management*; 4, 8.
- Moghimi, M. (2015). *Entrepreneurship in Civil Society Organizations*, Second Edition, Tehran, Tehran University Press.
- Rashidi, M. Poursadegh, N. (2009). Creativity and Prosperity of organizational Entrepreneurship Needs, *Quarterly Journal of Management and Human Resources in Oil Industry*; 2,2.
- Rigsby J.A. & G, Greco. (2013). *Mastering Strategy: Insight from World's Greatest Leaders and Thinkers*, McGraw-Hill-Irwin
- Shalley, C.E., & Gilsson, J.E. (2014). The emergence of team creative cognition: The role of diverse outside ties, sociocognitive network centrality, and team evolution. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(2), 23-41
- Taheri, A. Shayan Jahromi, A. Torabi, S. (2010). The Investigating of the relationship organizational entrepreneurship with creativity in the technical organization of Gachsaran. *New Approach Quarterly in Educational Management*; 1, 4.
- Tavasoli Khedmati, A. (2011). *The Investigating of the Fields of Incentives and Entrepreneurship Development in the public High Schools of Kar & danesh in Karaj City*. Faculty of Education and Psychology, Shahid Beheshti University.