

فصلنامه جهان نوین

No 4, 2 021, P 42- 52

سال سوم، شماره شانزدهم، زمستان ۱۴۰۰، صص ۴۲-۵۲

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۳۴۷۹ - ۲۶۴۵)

نقش کارآفرینی در مدیریت کسب و کار

نیلوفر وجدانیان^۱

چکیده:

به زبان ساده، کارآفرینی همان فرآیند تأسیس یک کسب و کار بر مبنای یک فکر و ایده نو است. شاید به دلیل عدم فضای باز اقتصادی یک فرد یا شرکت دست به کارآفرینی می‌زند. عنصر کلیدی ایجاد کسب و کار و مدیریت‌های ناشی از آن، تولد کارآفرین و کارآفرینی است. هدف در این مقاله بررسی، تعیین نقش و نوع رابطه کارآفرینی در مدیریت کسب و کار است. با هدف پیاده‌سازی کاربردی و پیمایش از نوع همبستگی از ۱۰۰ نفر به صورت پرسشنامه سنجش به عمل آمد که رابطه این دو و نقش کارآفرینی در مدیریت کسب و کار چگونه می‌باشد. تحلیل نتایج در نرم‌افزار SPSS نشان داد که بین این دو رابطه معناداری وجود دارد و کارآفرینی نقش پیش‌بینی‌کننده را برای مدیریت کسب و کار بازی می‌کند. همچنین جهت شناسایی عوامل مؤثر در اولویت‌بندی آنها در رویکرد این نقش از ۱۵ نفر از خبرگان فعال و متخصص در امور مربوطه در قالب جدول مقایسات زوجی سنجش به عمل آمد که با روش بردار ویژه مشخص شد بیشترین دلیل یک کارآفرین برای ایجاد کسب و کار، عامل اقتصادی است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، مدیریت کسب و کار، کارآفرین

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران.

مقدمه

در عصر حاضر که با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان‌ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند و در پی آن، پیچیدگی آنها نیز رو به فزونی است، کارآفرینی در یک تعامل چندسویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرآیندها و هم به‌عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است؛ حتی می‌توان بحث کارآفرینی را در عصر مدرن امروزی یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی هر کشور محسوب کرد (ناهد، ۱۳۸۸).

اندیشمندان کارآفرینی تلاش بسیاری برای توضیح این موضوع انجام داده‌اند که چگونه و چرا بنگاه‌ها به وجود می‌آیند، بقای خود را حفظ می‌کنند و رشد می‌یابند (Davidsson, ۲۰۰۴). امروزه کارآفرینی یکی از مقولات مورد اقبال در جامعه است که باید در مسیرهای صحیحی کانالیزه شود و با پشتیبانی از کارآفرینان، زمینه‌های مناسب برای فعالیت آنها فراهم شود. در همین راستا، بسترسازی برای کارآفرینی در وجوه مختلف آن می‌تواند دارای اهمیت استراتژیک در نظام عملکرد مدیریت بخش عمومی و سازمان‌های دست‌اندرکار در مدیریت باشد (غفاری گیلانده و افروز، ۱۳۹۳). کارآفرینی یک رفتار است، رفتاری که مبتنی بر قصد و اراده آگاهانه است (باقرصاد و زالی، ۱۳۹۰). در فرآیند تغییرات سریعی که به واسطه تکنولوژی‌های ارتباط در بستر اقتصاد مبتنی بر دانش ایجاد شده است، تفکر سنتی قدرت بازو، جای خود را به قدرت فکر و دانش داده است. مدیریت فکری انسان بیش از هر زمان دیگر از ارزش برخوردار شده است به گونه‌ای که در برخی نظریه‌های دانشمندان، به این دوره زمانی «عصر کارآفرینی» اطلاق شده است (جوادیان لنگرودی، کنفی، ۱۳۹۱).

اندیشمندان مدیریت و رفتار سازمانی، موفقیت سازمان‌های امروزی را تا حد زیادی متکی بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌دانند. به منظور تحقق این موضوع، باید فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان‌ها ترویج داده شود تا روحیه کارآفرینی در کارکنان شکل گیرد و در نهایت، محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد شود. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرآیند کارآفرینی است (پورحسن هریس و همکاران، ۱۳۹۴).

به همین روی، با شدت یافتن تغییرات فناوری، تغییر فضای کسب‌وکار و از میان رفتن موانع سنتی ورود به بازارها در بیشتر صنایع، شدت رقابت افزایش یافته است (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۵). در کشور ما، اغلب دانشگاه‌ها در نسل دوم دانشگاهی یعنی دانشگاه‌های پژوهش‌محور قرار دارند و فعالیت چندانی در راستای تجاری‌سازی یافته‌های پژوهش، تربیت افراد کارآفرین و تبدیل شدن به نسل سوم دانشگاه‌ها یعنی دانشگاه‌های کارآفرین ندارند. فعالیت‌های تجاری‌سازی دانشگاه‌های داخلی، اغلب در حد ایجاد پارک‌های علم و فناوری محدود شده است که خروجی چندانی به بازار کسب‌وکار ارائه نمی‌دهند (Salamzadeh et al, 2011).

هر کسب‌وکاری برای موفقیت، رشد و نوآوری به افراد متخصص و کارآمدی نیاز دارد که ویژگی‌هایشان با ویژگی‌های آن کسب‌وکار تناسب داشته باشد. کارآفرینی و الزامات راه‌اندازی کسب‌وکارهای پرخطر نیازمند افرادی است که بتوانند با این شرایط و الزامات خود را وفق دهند و بین این الزامات و ویژگی‌های شخصیتی‌شان تناسب وجود داشته باشد (کاکاپور و خنیفر، ۱۳۹۲). در دهه‌های اخیر، بسیاری از سازمان‌ها بهبود فرآیندهای کسب‌وکار را به‌عنوان اولویت اول مدیریت تغییرات شدید محیطی در نظر گرفته‌اند، یعنی به اجبار فرآیندهای خود را با این تغییرات پایدار فناورانه، سازمانی، سیاسی و سایر تغییرات محیطی منطبق کرده‌اند (Davenport, 1993).

از آنجا که همه ایده‌های تولیدشده برای سازمان ارزشمند نیستند، سازمان امکان اجرای ایده‌ها را ارزیابی می‌کند. امکان‌سنجی یا اجرای ایده، فرآیند تعیین ارزش ایده کسب‌وکار است. در واقع، امکان‌سنجی تعیین می‌کند که آیا ایده تولیدشده می‌تواند یک فرصت کسب‌وکار باشد یا نه؛ هنگامی که ایده‌ای به‌عنوان فرصت شناخته شد، سازمان آن ایده‌آل را در قالب محصول، خدمت و فرآیند به کار می‌گیرد (بارینگر و ایرلند، ۱۳۸۸). یک مدل کسب‌وکار موفق، نشان‌دهنده یک راه بهتر نسبت به گزینه‌های موجود می‌باشد که می‌تواند ارزش بیشتری را به یک گروه مجزا از مشتریان پیشنهاد کرده و منافع بیشتری را به شرکت بازگرداند. عدم تشخیص یک مدل کسب‌وکار مناسب در زمان آغاز یک کسب‌وکار، موجب ناکامی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف آن می‌شود (منطقی و ثاقبی سعیدی، ۱۳۹۲). موفقیت هر کسب‌وکاری در قرن ۲۱ با توجه به بازارهایی که هر روز رقابتی‌تر می‌شوند، منوط به استفاده از دانشی است که شرکت‌ها در فرآیندهای کلیدی خود بدان نیاز دارند. در این میان، سازمان‌هایی که دانش خود را به صورت اثربخشی مدیریت می‌کنند درجه بالایی از خلاقیت و عملکرد کاری داشته و پیشرو در کسب‌وکار خود هستند (حمیدی، ۱۳۹۳). در سال‌های اخیر، مدل کسب‌وکار، به‌عنوان هسته اصلی ایجاد ارزش در کسب‌وکار و یکی از ابزارهای کسب‌مزیت رقابتی، بررسی شده است (Amit & zott, 2001). بنابراین با توجه به موارد مطروحه، در این مقاله سعی بر آن است نقش کارآفرینی در مدیریت کسب‌وکار بررسی شود.

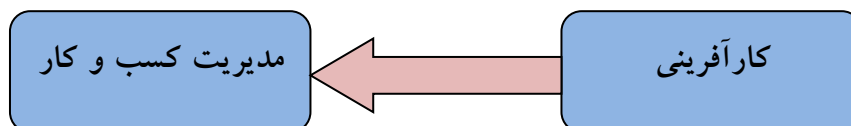
مبانی نظری

- **کارآفرینی:** کارآفرینی، فرآیند خلق چیزی متفاوت و با ارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن است با فرض همراه بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و نیز دریافت پاداش‌های مالی و رضایت فردی (فرهادی و میرزائی، ۱۳۹۶).

- **مدیریت کسب‌وکار:** منطق غالب را به‌عنوان مجموعه‌ای از هنجارها و اصول می‌دانند که باید توسط مدیران برای سازماندهی درست شرکت‌ها و جستجو و استفاده از فرصت‌هایی به کار رود که در بازار به وجود می‌آیند (پراهالاد و بتیس، ۱۹۸۶).

چارچوب نظری و مدل مفهومی

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، هدف، تعیین نقش کارآفرینی (مستقل) در مدیریت کسب و کار (وابسته) می‌باشد.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

در این مقاله، هدف، کاربردی و قابل توسعه‌سازی و جمع‌آوری داده‌ها، پیمایشی - همبستگی می‌باشد. جامعه آماری ۱۰۰ نفر از افراد فعال در حوزه کسب و کارهایی می‌باشند که از طریق کارآفرینی به اشتغال‌زایی رسیده‌اند. این مقاله دارای ۲ جامعه آماری می‌باشد. جامعه آماری اول، با بررسی تحلیل آماری با روش‌های پیرسون و رگرسیون از ۱۰۰ نفر و نرم‌افزار SPSS به تعیین نقش کارآفرینی و رابطه آن با مدیریت کسب و کار می‌پردازد. جامعه آماری دوم، از ۱۵ نفر از خبرگان و نظریه‌پردازان حوزه کارآفرینی برحسب اولویت (محاسبه اوزان) با روش بردار ویژه (یکی از روش‌های تعیین اوزان شاخص در تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره) می‌پردازد. داده‌های روش تحقیق اول، از پرسشنامه‌های استاندارد با طیف استخراج شده است. داده‌های روش تحقیق دوم، از مصاحبه از خبرگان استخراج شده است.

تحلیل یافته‌ها

- فرضیه: کارآفرینی با مدیریت کسب و کار رابطه معنی‌داری دارند.

آزمون پیرسون

جدول ۱: همبستگی پیرسون

| وابسته | مستقل |
|------------------|-----------|
| مدیریت کسب و کار | کارآفرینی |
| N=۱۰۰ | sig |
| P-value | ۰/۰۰۰ |
| ۰/۰۵ | |

با توجه به جدول (۱)، کارآفرینی و مدیریت کسب و کار رابطه معنی‌داری دارند. از آن جهت که sig کمتر از P-value می‌باشد، بنابراین فرضیه تأیید می‌شود.

آزمون رگرسیون

- فرضیه: نقش کارآفرینی در مدیریت کسب و کار پیش بین است.

تحلیل رگرسیون

جدول ۲: تحلیل رگرسیون Model Summary

| Model | R | R square | Adjusted R square | Std.Error |
|-------|-------|----------|-------------------|-----------|
| 1 | 0/849 | 0/721 | 0/714 | 9/264 |

جدول ۳: Anova

| Model | Sum of square | dF | Mean square | F | sig |
|-------|---------------|-----|-------------|--------|-------|
| Reg | 36959/390 | 4 | 9239/84 | 107/65 | 0/000 |
| Res | 14333/773 | 167 | 85/831 | | |
| Total | 51293/163 | 171 | | | |

جدول ۴: Coefficients

| Model | U.C | | S.C | t | sig |
|------------|--------|-----------|-------|------|-------|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| (constant) | ۱۵/۰۹۳ | ۴/۰۳۷ | ۰/۴۱۸ | ۳/۷۳ | ۰/۰۰۰ |

با توجه به سطح معناداری در جداول (۳) و (۴)، می توان گفت کارآفرینی در مدیریت کسب و کار نقش پیش بین دارد و فرضیه تأیید می گردد.

روش بردار ویژه

روش دیگری که برای انتخاب کارآفرینی و نقش آن در مدیریت کسب و کار در این پژوهش پرداخته می شود، روش بردار ویژه است. روش بردار ویژه برای محاسبه اوزان یک ماتریس در شرایط عدم وجود سازگاری کامل می باشد.

$$D.w = \lambda_{\max} \cdot w \quad (1)$$

که در آن w بردار ویژه و λ_{\max} مقدار ویژه می باشد. اگر:

$$Dw - \lambda w = 0 \quad \square \quad w(D - \lambda I) = 0 \quad (2)$$

پس

$$D - \lambda I = 0 \quad (3)$$

و

$$w = \lim_{k \rightarrow \infty} \frac{D^k e}{e^t D^k e} \quad (4)$$

اضافه می‌گردد. D یک ماتریس مربع و معکوس پذیر و e یک ماتریس واحد به صورت $\begin{pmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \\ 1 \end{pmatrix}$ می‌باشند.

از خبرگان خواسته شد چهار عامل مهم در حوزه کارآفرینی که کسب و کار را تشکیل می‌دهند، در قالب جدول مقایسات زوجی ارائه و تکمیل کنند.

جدول ۵: مقایسات زوجی

| $X_i \backslash X_j$ | X_1 | X_2 | X_3 | X_4 |
|----------------------|-------|---------------|---------------|---------------|
| X_1 | 1 | $\frac{1}{9}$ | $\frac{1}{3}$ | $\frac{1}{2}$ |
| X_2 | 9 | 1 | 3 | 2 |
| X_3 | 3 | $\frac{1}{3}$ | 1 | $\frac{1}{2}$ |
| X_4 | 4 | $\frac{1}{2}$ | 2 | 1 |

که در جدول (۵)، $X_1 =$ وراثت، $X_2 =$ محیطی، $X_3 =$ اقتصادی، $X_4 =$ روانی عوامل را شکل می‌دهند. از این رو:

$$k=1 \square D^1 e \square \begin{bmatrix} 1 & \frac{1}{9} & \frac{1}{3} & \frac{1}{2} \\ 9 & 1 & 3 & 2 \\ 3 & \frac{1}{3} & 1 & \frac{1}{2} \\ 4 & \frac{1}{2} & 2 & 1 \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} 1 \\ 1 \\ 1 \\ 1 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1.694 \\ 15 \\ 4.83 \\ 7.5 \end{bmatrix}$$

$$e^t D^k e = e^t \cdot D^1 e = [1 \quad 1 \quad 1 \quad 1] \cdot \begin{bmatrix} 1.694 \\ 15 \\ 4.83 \\ 7.5 \end{bmatrix} = 29.024$$

$$w^{(1)} = \frac{D^1 e}{e^t D^1 e} = [0.05836 \quad 0.51481 \quad 0.16641 \quad 0.25841]$$

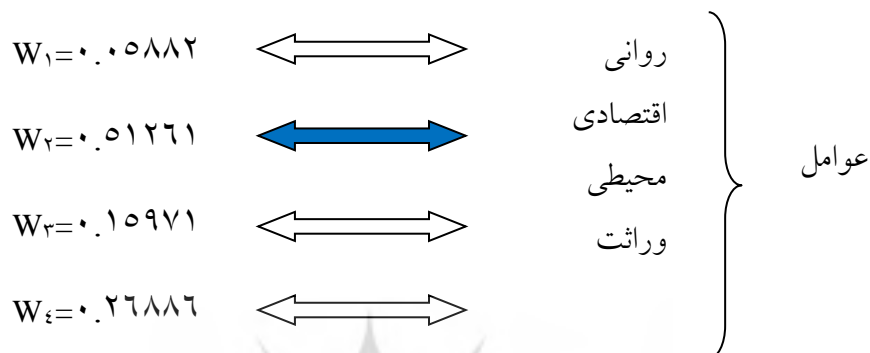
$$w^{(2)} = \frac{D^2 e}{e^t D^2 e} = [0.05862 \quad 0.51196 \quad 0.1594 \quad 0.26943]$$

$$w^{(3)} = \frac{D^3 e}{e^t D^3 e} = [0.06862 \quad 0.051259 \quad 0.15954 \quad 0.2689]$$

$$w^{(4)} = \frac{D^4 e}{e^t D^4 e} = [0.05882 \quad 0.51261 \quad 0.15974 \quad 0.2686]$$

$$w^{(5)} = \frac{D^5 e}{e^t D^5 e} = [0.05882 \quad 0.51261 \quad 0.15974 \quad 0.2686]$$

به دلیل یکسانی دوره ۴ و ۵ توقف در روش بررسی اتفاق می‌افتد.



همان‌طور که از نتایج پیداست، عامل اقتصادی بیشترین دلیل ایجاد کارآفرینی یا کسب‌وکار است که برای ایجاد و خلق کسب‌وکار باید برای آن، برنامه‌ریزی منحصر به فرد انجام داد.

بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی، واژه‌ای است که پژوهشگران تعاریف متعددی برای آن ارائه کرده‌اند. به‌طور متداول، واژه کارآفرینی (مانند واژه‌های فیزیک، شیمی و ریاضی) دو مفهوم را می‌رساند: کارآفرینی به معنای فرآیند و پدیده خلاقیت و نوآوری عرضه شده (تجاری شده) و کارآفرینی به معنای یک رشته علمی. رشته کارآفرینی عبارت است از مطالعه پدیده‌های کارآفرینی. رشته کارآفرینی ماهیتی میان‌رشته‌ای و چندرشته‌ای دارد و بیشترین ارتباط را با رشته مدیریت و رشته خلاقیت‌شناسی دارا می‌باشد. رشته علمی کارآفرینی تحت عنوان مدیریت کارآفرینی، مهندسی کارآفرینی و نیز کارآفرینی‌شناسی نیز نامیده می‌شود.

از این جهت که ماهیت فرآیند کارآفرینی، فرآیند خلاقیت و نوآوری است و مجموعه فرآیندهای آن، ماهیت طراحی و مهندسی نرم‌افزاری دارد؛ لذا کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌ها یا گرایش‌های تخصصی علم میان‌رشته‌ای و چندرشته‌ای خلاقیت‌شناسی یا خلاقیت نوآوری‌شناسی محسوب گردد. کارآفرین، فردی است که با صرف زمان و انرژی لازم، منابع، نیروی کار، مواد اولیه و سایر دارایی‌ها را به گونه‌ای هماهنگ می‌سازد که ارزش آنها یا محصولات حاصل از آنها نسبت به حالت اولیه‌اش افزایش یابد (ایجاد ارزش افزوده کند). کارآفرینان با

مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت‌ها دارند، پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند.

کارآفرینی درون‌سازمانی، درون یک سازمان موجود شکل می‌گیرد. این کارآفرینی، الزاماً به خلق کسب‌وکار جدید منتهی نمی‌شود و می‌تواند هر نوع فعالیت و جهت‌گیری نوآورانه دیگر مانند طراحی محصول، خدمات، فناوری‌ها، تکنیک‌های اداری و سازمانی، استراتژی‌ها و موضع‌گیری‌های رقابتی جدید را شامل شود.

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت، سه عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بیاندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی چیز دیگری نیست. امروزه، نیروی انسانی به‌عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه‌ای، مطرح می‌باشد. در این بین، کارآفرینان به طور خاص دارای نقشی مؤثرتر در فرآیند توسعه اقتصادی هستند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور، همبستگی مثبت وجود دارد؛ زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد، از محرک‌های تجاری و اقتصادی قوی‌تری برخوردار است.

کارآفرین کسی است که با معرفی محصولات و خدمات جدید، ایجاد شرکت‌های جدید و یا بهره‌برداری از مواد اولیه جدید، وضع اقتصادی موجود را به هم می‌ریزد. کارآفرین به راحتی از کنار مسائل و مشکلات اطراف خود نمی‌گذرد، چون حلال مشکلات است. کارآفرینان، پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. آنها از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند.

توسعه اقتصادی، هدفی مطلوب برای تمام ملت‌ها بوده و نتیجه‌بخش بودن فعالیت‌هایی که در این مسیر انجام می‌شود، نیازمند شناختی دقیق و جامع از متغیرهایی است که در این فرآیند نقش دارند. در این میان، کارآفرینی نقشی مهم در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. مفهوم کارآفرینی چیزی بیشتر از ایجاد شغل است. اگرچه ایجاد شغل یکی از جنبه‌های کارآفرینی است، اما تنها یکی از کارکردهای آن است. دیدگاه کارآفرینی مشتمل بر جست‌وجوی فرصت‌ها، پذیرش مخاطرات، پایداری برای محقق کردن ایده‌ها و مفاهیمی از این دست است و به‌طور کلی، با مفاهیم توسعه اقتصادی ارتباطی نزدیک دارد.

منابع

۱. بارینگر، بروس آر، ایرلند، آردوانه. ترجمه: جعفری مقدم، سعید؛ مؤمنی، نگار و مؤمنی، توانا (۱۳۸۸) "کارآفرینی: راه‌اندازی موفقیت‌آمیز کسب‌وکارهای جدید". چاپ اول، تهران: انتشارات صفار-اشراقی.
۲. باقرصاد، وجیهه و زالی، محمدرضا (۱۳۹۰) "اثر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان". اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور.
۳. پورحسن هریس، ساجد و شیخعلی‌زاده هریس، محبوب (۱۳۹۴) "تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران". مطالعات مدیریت ورزشی، دوره هفتم، شماره ۲۸، ص ۲۱۹-۲۳۱.
۴. جوادیان لنگرودی، محبوبه و کنفی، محمدکامران (۱۳۹۱) "آموزش کارآفرینی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات". اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی.
۵. حمیدی، فلورا (۱۳۹۳) "ارائه تعریفی از مدل کسب‌وکار بر مبنای مدیریت دانش". کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب‌وکار.
۶. غفاری گیلانده، عطا و افروز، بهنوش (۱۳۹۳) "مدلسازی ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در بسترسازی برای کارآفرینی با استفاده از منطق فازی (مورد مطالعه: شهر اردبیل)". توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳، ص ۵۴۹-۵۶۸.
۷. فرهادی، کاوه و میرزائی، محمدرضا (۱۳۹۶) "کارآفرینی فتوتی جستاری پدیدارشناسانه در کارآفرینی بومی". فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال هشتم، شماره ۳۱، ص ۱۱۷-۱۶۷.
۸. کاکاپور، صبا و خنیفر، حسین (۱۳۹۲) "رابطه بین مهارت اجتماعی کارآفرینان و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دانش بنیان شهر تهران". توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۲، ص ۳۴۹-۳۶۷.
۹. منطقی، منوچهر و ثاقبی سعیدی، فاطمه (۱۳۹۲) "مدل‌های کسب‌وکار، مبانی، ارزیابی، نوآوری". رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال نهم، شماره ۳۵، ص ۳۹-۵۱.
۱۰. ناهید، مجتبی (۱۳۸۸) "چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه". مجله علمی پژوهشی بررسی‌های بازرگانی، شماره ۳۴، ص ۳۹-۵۸.
۱۱. نصرافهانی، علی؛ انصاری، رضا و مولایی خوراسگانی، ریحانه (۱۳۹۵) "بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در شهرک علمی-تحقیقاتی استان اصفهان)". دوره ۹، شماره ۲، ص ۳۷۷-۳۹۵.

۱۲. Amit, R & Zott, C .(2001). "Value creation in e-business". Strategic Management Journal, 22(6-7). 493-520.
۱۳. Davenport, T .(1993). "Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology". Boston: MA: Harvard Business School Press.
۱۴. Davidsson, P .(2004). "Researching Entrepreneurship". New York, USA: Springer.
۱۵. Prahalad, C; Bettis, R .(1986). "The Dominant Logic: The New Linkage Between Diversity and Performance". Strategic Management Journal: 7: 485-501.
۱۶. Salamzadeh, A; Salamzadeh, Y and Daraei, M .(2011). "Toward a Systematic Framework For an Entrepreneurial University: A Study in Iranian context with an IPOO Model". Global Business and Management Research, 3(1), 30-37.



The role of entrepreneurship in business management

niloofar Vojdanian

M.Sc. Student of Business Management, Entrepreneurship Orientation, Faculty of
.Economics and Management, Islamic Azad University, Shiraz Branch, Iran

Abstract:

Simply put, entrepreneurship is the process of starting a business based on a new idea. Maybe because of the lack of open economic space, an individual or company starts entrepreneurship. The key element of creating a business and the resulting management is the birth of the entrepreneur and entrepreneurship. The purpose of this article is to examine, determine the role and type of entrepreneurial relationship in business management. With the aim of applied implementation and correlational survey of 100 people, a questionnaire was assessed on the relationship between the two and the role of entrepreneurship in business management. Analysis of the results in SPSS software showed that there is a significant relationship between the two and entrepreneurship plays a predictive role for business management. Also, in order to identify the effective factors in prioritizing them in the approach of this role, 15 active and specialized experts in the relevant affairs were measured in the form of a pairwise comparison table, which was determined by special vector method. It is economical.

key words: Entrepreneurship, business management