

# کار آفرینی بانوان و جهت‌گیری بازار در سطح شهر

تألیف:

محمدجواد شهسوار حقیقی





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# کارآفرینی بانوان و جهت‌گیری بازار در سطح شهر

تالیف:

محمدجواد شهسوار حقیقی



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: شهسوار حقیقی، محمدجواد، ۱۳۷۰-

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی بانوان و جهت‌گیری بازار در سطح شهر/تالیف محمدجواد شهسوار حقیقی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)، ۱۴۰۲.

مشخصات ظاهری: ا.ج. (صفحه‌شمار گوناگون): مصور، جدول.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۶۳۳-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: کارآفرینی -- ایران -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Entrepreneurship -- Iran -- Case studies

موضوع: یادگیری سازمانی -- ایران -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Organizational learning -- Iran -- Case studies

موضوع: کارآمدی سازمانی -- ایران -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Organizational effectiveness -- Iran -- Case studies

موضوع: زنان -- ایران -- اشتغال -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Women -- Employment -- Iran -- Case Studies

موضوع: زنان اهل کسب و کار -- ایران -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Businesswomen -- Iran -- Case studies

موضوع: شهرداری -- ایران -- برنامه‌ریزی -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Municipal government -- Planning -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: HB۶۱۵

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۹۳۱۱۰۶۱

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir اینستاگرام: mojakpublication



عنوان: کارآفرینی بانوان و جهت‌گیری بازار در سطح شهر

تالیف: محمدجواد شهسوار حقیقی

مشخصات ظاهری: ۹۸ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: زمستان ۱۴۰۲، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۸۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۶۳۳-۴

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

تقدیم به

مادرم

آنکه آفتاب مهرش در آستانه قلبم،

همچنان پابرجاست و هرگز غروب نخواهد کرد.





# فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار..... ۱۱

**فصل اول: کلیات** ..... ۱۳

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ..... ۱۳

۲-۱ اهمیت موضوع کتاب ..... ۱۵

۳-۱ تعریف گرایش کارآفرینی ..... ۱۶

۴-۱ تعریف جهت گیری بازار ..... ۱۷

۵-۱ تعریف گرایش به یاد گیری ..... ۱۷

**فصل دوم: کارآفرینی بانوان** ..... ۱۹

۱-۲ تعاریف کارآفرینی ..... ۱۹

۲-۲ کارآفرینی و خلاقیت ..... ۲۲

۳-۲ تعریف مزیت رقابتی ..... ۲۳

۴-۲ عملکرد سازمانی ..... ۲۳

۵-۲ فرایند ارزیابی عملکرد ..... ۲۴

۶-۲ گرایش به یاد گیری ..... ۲۵

**فصل سوم: جهت گیری بازار در سطح شهر** ..... ۲۷

۱-۳ تعاریف جهت گیری بازار ..... ۲۷

۲-۳ ویژگی های جهت گیری بازار ..... ۲۸

- ۳-۳ برنامه‌ریزی بلند مدت و جهت‌گیری بازار ..... ۲۹
- ۴-۳ تعریف خانه کارآفرینی ..... ۲۹
- ۵-۳ ستاد توانمند سازی بانوان سرپرست خانوار ..... ۳۰
- ۶-۳ مجموعه کارآفرینی ..... ۳۲

### فصل چهارم: مدل‌های کارآفرینی ..... ۳۳

- ۱-۴ انواع مدل‌های کارآفرینی ..... ۳۳
- ۲-۴ مدل‌های محتوایی ..... ۳۳
- ۳-۴ مدل‌های فرآیندی ..... ۳۳
- ۱-۳-۴ فرآیند رویدادی ..... ۳۴
- ۲-۳-۴ فرآیند چندبعدی ..... ۳۸
- ۴-۴ مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن ..... ۴۶
- ۵-۴ مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزیگر ..... ۴۷
- ۶-۴ مدل کارآفرینی سازمانی اِگلس و نِک ..... ۴۸
- ۷-۴ ابعاد کارآفرینی سازمانی تامپسون ..... ۴۹
- ۸-۴ مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی ..... ۵۱
- ۹-۴ مدل استراتژیکی کارآفرینی سازمانی ..... ۵۲
- ۱۰-۴ مدل OSIM ..... ۵۴

### فصل پنجم: مروری بر تحقیقات مشابه ..... ۵۷

- ۱-۵ تحقیق داخلی ..... ۵۷
- ۲-۵ تحقیق خارجی ..... ۶۲

### فصل ششم: مطالعه موردی ..... ۶۷

- ۱-۶ جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری ..... ۶۷

- ۶-۲ روش گردآوری داده‌ها ..... ۶۷
- ۶-۳ تعیین روایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه ..... ۶۸
- ۶-۴ تعیین پایایی پرسشنامه ..... ۶۸
- ۶-۵ معرفی پرسشنامه کارآفرینی سازمانی رابینز و کولتر (ROE) ..... ۷۰
- ۶-۶ ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان ..... ۷۲
- ۶-۷ آزمون نرمال بودن توزیع متغیرها ..... ۷۴
- ۶-۸ ضریب همبستگی پیرسون ..... ۷۴
- ۶-۹ آزمون فرضیه‌ها ..... ۷۶

## ۸۷ ..... فصل هفتم: جمع‌بندی

- ۷-۱ نتیجه‌گیری ..... ۸۷
- ۷-۲ پیشنهادها ..... ۸۸

## ۹۳ ..... منابع

- منابع فارسی ..... ۹۳
- منابع انگلیسی ..... ۹۵



## پیش‌گفتار

کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند. لذا لزوم ایجاد بستر مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشور ما احساس می‌گردد. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصاد جامعه می‌دانند و دانشمندان مدیریت آنها را از مهم‌ترین عوامل تحول و نوآوری‌های سازمانی در عصر حاضر به شمار می‌آورند (سهیلی، ۱۳۹۴). لذا در هر محیطی که افراد از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، اقتصادی پویا و متنوع وجود خواهد داشت. در این راستا طی دو دهه گذشته زنان بسیاری به عنوان کارآفرین به محیط‌های کسب و کار روی آورده‌اند. در بررسی اثرات روانشناختی اشتغال و کارآفرینی زنان تحقیقات نشان داده است که بیشتر زنان شاغل دارای اعتماد به نفس بالاتر و نیز احساس مفید بودن در جامعه هستند و با وجود خستگی جسمی، وضعیت روحی قوی داشته‌اند (پسند اصیل، ۱۳۹۴). زنان شاغل دارای قدرت برنامه‌ریزی و مشارکت در تصمیم‌گیری بیشتری بوده، شغل خود را مانع از انجام نقش‌های همسری و مادری نمی‌دانسته‌اند. زنان شاغل به علت روابط اجتماعی که در جریان کار خود پیدا می‌کنند روشن‌بین‌تر از مردان شاغل می‌شوند و با زندگی بهتر کنار می‌آیند (اکبری، ۱۳۹۴). از طرفی قابلیت استراتژیک کارکنان، مفهومی است که به توان کارکنان در طراحی و اجرای استراتژی‌هایی که برای شرکت مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌کنند، مربوط می‌شود. در هر سازمان، کارکنان مختلف قابلیت‌های متفاوتی دارند و برای ارتقای این قابلیت‌ها و پیوند آنها با استراتژی شرکت، متناسب با هر دسته از قابلیت‌ها، باید سبک‌های مدیریت منابع انسانی متفاوتی در نظر گرفته شود و در این میان گرایش به کارآفرینی مسیری را برای شرکت‌ها ایجاد می‌نماید تا بتوانند با استفاده صحیح از عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) در عرصه رقابت در محیط پویای امروزی موفق شوند (سید جوادین، ۱۳۸۷).

سازمان‌ها و شرکت‌های دارای جهت‌گیری بازار به طور مستمر نیازهای افراد را بررسی کرده و تلاش می‌کنند ضمن حفظ و افزایش سودآوری سازمان، نیازهای افراد را درک کرده، رضایت‌مندی آنها را تأمین کنند و دارای نوآوری، انعطاف‌پذیری، سرعت، کیفیت، هماهنگی بین‌وظیفه‌ای و مسئولیت‌پذیری باشند.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: کارآفرینی بانوان

فصل سوم: جهت‌گیری بازار در سطح شهر

فصل چهارم: مدل‌های کارآفرینی

فصل پنجم: مروری بر تحقیقات مشابه

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

محمدجواد شهسوار حقیقی

زمستان ۱۴۰۲

# Women's Entrepreneurship and Market Orientation at the City Level

Mohammad Javad Shaheswar Haghghi

کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند. لذا لزوم ایجاد بستر مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشور ما احساس می‌گردد. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصاد جامعه می‌دانند و دانشمندان مدیریت آنها را از مهم‌ترین عوامل تحول و نوآوری‌های سازمانی در عصر حاضر به شمار می‌آورند. لذا در هر محیطی که افراد از تفکر و هنر کارآفرینی برخوردار باشند، اقتصادی پویا و متنوع وجود خواهد داشت. در این راستا طی دو دهه گذشته زنان بسیاری به عنوان کارآفرین به محیط‌های کسب و کار روی آورده‌اند. در بررسی اثرات روانشناختی اشتغال و کارآفرینی زنان تحقیقات نشان داده است که بیشتر زنان شاغل دارای اعتماد به نفس بالاتر و نیز احساس مفید بودن در جامعه هستند و با وجود خستگی جسمی، وضعیت روحی قوی داشته‌اند. زنان شاغل دارای قدرت برنامه‌ریزی و مشارکت در تصمیم‌گیری بیشتری بوده، شغل خود را مانع از انجام نقش‌های همسری و مادری نمی‌دانسته‌اند. زنان شاغل به علت روابط اجتماعی که در جریان کار خود پیدا می‌کنند روشن‌بین‌تر از مردان شاغل می‌شوند و با زندگی بهتر کنار می‌آیند. از طرفی قابلیت استراتژیک کارکنان، مفهومی است که به توان کارکنان در طراحی و اجرای استراتژی‌هایی که برای شرکت مزیت رقابتی پایدار ایجاد می‌کنند، مربوط می‌شود. در هر سازمان، کارکنان مختلف قابلیت‌های متفاوتی دارند و برای ارتقای این قابلیت‌ها و پیوند آنها با استراتژی شرکت، متناسب با هر دسته از قابلیت‌ها، باید سبک‌های مدیریت منابع انسانی متفاوتی در نظر گرفته شود و در این میان گرایش به کارآفرینی مسیری را برای شرکت‌ها ایجاد می‌نماید تا بتوانند با استفاده صحیح از عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) در عرصه رقابت در محیط پویای امروزی موفق شوند.



ISBN : 978-600-994-633-4

