

بررسی رابطه منابع مالی با کارآفرینی در صنعت طیور - مرغداری های شهر مشهد

امیرحسین جمشیدی کاخکی^۱ و زاداله فتحی^۲

^۱ گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده - کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است. لازمه گرایش و تلاش برای راه اندازی کسب و کارهای جدید و کوچک و فعالیت های کارآفرینانه فراهم بودن زمینه های قانونی، فرهنگی و اقتصادی در کشور است. این پژوهش با هدف تعیین رابطه منابع مالی با کارآفرینی در صنعت طیور - مرغداری های شهر مشهد انجام گرفت. روش تحقیق به کار برده شده در این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده ها توصیفی - همبستگی و میدانی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارآفرینان منتخب صنعت طیور (مرغداری) می باشند که تعداد آنها ۱۳۵ نفر می باشد. از آنجا که جامعه آماری تنها شامل ۱۳۵ نفر از مدیران، کارشناسان خبره و کارآفرینان در صنعت طیور در شهر مشهد می باشد، کل جامعه آماری در محاسبات برآورد می گردد. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید و پس از بررسی روایی و پایایی مجدد آن، بین افراد نمونه توزیع و جمع آوری گردید. نتایج پژوهش حاکی از این است که منابع مالی با کارآفرینی در صنعت طیور - مرغداری های شهر مشهد رابطه معنادار دارد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، توسعه اقتصادی، منابع مالی

۱- مقدمه

حوزه سوم تمرکز بر سازمان کارآفرین می باشد که تاکید عمده ای بر ویژگی های این سازمان ها دارد (آنتونسکیک و هیسریچ، ۲۰۰۱). بسیاری از سازمان های بزرگ هم اکنون از کارآفرینی سازمانی به عنوان روشی که در بلند مدت به آنها مزیت رقابتی بیشتری می دهد، استفاده می کنند. مهارت های کارآفرینانه که ایده هایی را شناسایی و تعیین می کنند می توانند یاد گرفته شوند. کسب توانایی برای پویایی متفاوت با توانایی های رقابتی نو ظهور، برای شرکت های در حال رشدی که جویای تطبیق با تغییرات هستند، چالش مهمی به شمار می رود (ثورنبری، ۲۰۰۳). کارآفرینی منحصر به سازمان هایی با اندازه خاصی نیست و نیز مربوط به دوره خاصی از حیات سازمان نمی گردد؛ بلکه در یک محیط رقابتی، کارآفرینی یک جزء بسیار مهم برای موفقیت سازمان است. کارآفرینی سازمانی به عنوان توسعه حدود سازمان از لحاظ صلاحیت و تطبیق فرصت

تعاریف بسیاری برای کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. کارآفرینی فعالیتی که شامل کشف، ارزیابی و استفاده از فرصت برای تولید کالاها و خدمات جدید، روش های سازمانی، بازارها و مواد اولیه از طریق سازماندهی تلاش هایی که قبلاً وجود نداشت، تعریف می شود (شین، ۲۰۰۴). کارآفرینی سازمانی سه حوزه اصلی را در بر می گیرد. حوزه اول تمرکز بر کارآفرینان سازمانی است، که تاکید اصلی آن بر ویژگی های فردی کارآفرینان سازمانی می باشد. تشخیص و حمایت از کارآفرینان در سازمان نیز یک بخش از این حوزه اصلی است. حوزه دوم شامل تمرکز بر تشکیل کسب و کارهای مخاطره آمیز سازمانی می باشد. تأکید اولیه بر تفاوت انواع کسب و کارهای مخاطره آمیز جدید، تطبیق آنها با شرکت و توانمندسازی محیط درونی سازمان در این بخش مورد توجه می باشد.