تاریخ دریافت: ۲۳ مرداد ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش: ۲۰ آذر ۱۴۰۱

شناسایی و وزن‌دهی ابعاد و مولفه‌های اصلی کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز

سیروس طهماسبی زاده

دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، siross.siross@gmail.com

منیژه حقیقی نسب

دانشیار گروه مدیریت ، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی ، دانشگاه الزهراء ، تهران، ایران *

استاد مدعو ، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران m.haghighinasab@alzahra.ac.ir

افسانه زمانی مقدم

دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، a.zamanimoghadam@srbiau.ac.ir

چکیده

نفت و گاز از راهبردی‌ترین منابع تامین انرژی در جهان محسوب می گردند و کشورهای دارای این منابع در تلاش برای افزایش استخراج و تولید به منظور توسعه صنایع پیشرو و صادرات آن به صورت خام یا فرآوری شده برای افزایش درآمد ارزی هستند. توجه به اثرات کارآفرینی در سازمان‌ها باعث پر رنگ شدن نقش نوآوران در توسعه این صنایع شده و متخصصین کارآفرینی به راحتی به نیازهای مختلف جامعه و کمبودهای موجود در این صنایع پاسخ خواهند داد. پژوهش حاضر که به روش آمیخته انجام شده است، با مطالعه متون متعدد ، انجام

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

مصاحبه با خبرگان حوزه کارآفرینی و انجام تحلیل محتوای کیفی، ۵ بعد و ۱۴ مولفه اصلی کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری را شناسایی کرده است. سپس با دریافت پرسشنامه از خبرگان حفاری و تحلیل داده‌های کمی به روشAHP ، به ترتیب ابعاد مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و الکترونیکی را رتبه بندی کرده است. مولفه با اهمیت هر بعد، مدیریت منابع انسانی، درآمدزایی، شخصیت کارآفرین، سیاست‌های داخلی- خارجی و فناوری در تولید نتیجه گیری شده است.

واژگان کلیدی:کارآفرینی سازمانی،صنعت حفاری نفت و گاز،تحلیل محتوا، AHP

۱-مقدمه

در محیط رقابتی و پویای کنونی، سازمان‌ها به‌منظور افزایش توانمندیهای کارآفرینانه جهت حفظ رشد و سودآوری به‌شدت به کارآفرینی سازمانی نیاز دارند و این موضوع تنها در سایه تبادل ایده‌های نوآورانه و بازنمودن مرزهای سازمانی امکان‌پذیر است (چپردار و همکاران ،۱۴۰۰).

کارآفرینی به عنوان پدیده ای مهم در اقتصاد، نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا میکند. از دیدگاه دیگر، در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر هستند و در این میان، کارآفرین و سازمانهای کارآفرین الگویی مناسب برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید محسوب میشوند.(حیدری و همکاران ، ۱۴۰۰)

طی سالیان گذشته رهبران سازمانها تلاش کردند تا فرایندهای کارآفرینی را در سازمان خود وارد کننـد و ایـن کارآفرینی سازمانی باهدف شناسایی و تعریف مجدد فرصتهای بازار از طریق استراتژیهـا، فرایندها و سازمانهای نوآورانه ای انجام میشود که مزیت رقابتی جدید را به وجـود مـی آورد.(دریکوند و گلرد، ۱۴۰۰)

امروزه، تحولات دنیایی که در آن زندگی میکنیم، غیرقابل پیش بینی و پرشتاب شده است و با توجه به جهانی شدن و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی، راه حل های گذشته برای

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

مسائل جاری و آینده کارگشا نیستند و باید به شیوه های جدید اندیشید. این امر در خصوص سازمانها نیز صدق میکند، لذا باید به دنبال راهکارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین بود، از این رو، برای شناخت فرصتهای جدید و افزایش بهره وری، نیاز مبرم به توسعه کارآفرینی سازمانی درون سازمانها احسا س میشود. (روخاسا[1]، ۲۰۱۹)

سازمانها در طول دهه های گذشته، کارآفرینی سازمانی را با هدف ارتقا دانش خود وبرای تسهیل در افزایش درآمد و سود دهی به کار گرفته اند. این امر نیاز به درک عمیق تری ازکارآفرینی سازمانی در محیط های سازمانی، به ویژه نقشی که کارآفرینی در توانمند سازی سازمانی داشته،تا به خوبی با منابع و استراتژیهای سازمانها ادغام شود و متعاقبا عملکرد سازمانی را به سطوح بالاتر هدایت کند. (قاسمیه و همکاران ، ۱۳۹۹)

در شرایط کنونی مزیت های رقابتی به سرعت تغییر، متحول و ناپدید می گردند و سازمانها جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار نمی توانند به مدیریت راهبردی با کارآفرینی متکی باشند لذا این دو عامل باید به صورت همزمان برای ایجاد ارزش در راستای دستیابی به عملکرد برتر به کار گرفته شوند.(ممبینی دهکردی و همکاران ،۱۳۹۷)

کارآفرینی سهم مهمی در رساندن سازمان به موفقیت دارد و مدیران ارشد سازمان نیز با استفاده از قابلیت ها و اجرای صحیح مدیریت منابع انسانی به آن کمک می نمایند. ازاینرو، سازمانها باید شرایطی را برای مدیران ارشد ایجاد کنند تا با تقویت رویکرد کارآفرینی در آنها، بتوانند خلاقیت را در تمامی ارکان سازمان بنیان کنند. (حسنی صدرآبادی، ۱۳۹۶)

می توان به سهولت برداشت کرد که در روشهای معمول و کنونی که به صورت سنتی به تولید نفت و گاز محض پرداخته میشود دیگر پاسخگوی محیط تجاری امروزی نیست و امکان ادامه آن در آینده نه چندان دور وجود ندارد و هرلحظه امکان توقف آن وجود دارد. خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی که امروزه بسیاری از صنایع و حوزه های خدماتی را متحول و دگرگون

---

۱ - Rojasa

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

نموده است، می تواند ابزاری مناسب برای بهبود این صنعت باشد(شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۵).

بر اساس توضیحات ارائه شده، باتوجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده، کارآفرین سازمانی برای تمامی صنایع بــه خصوص برای صنایع پیشرو مانند صنعت نفت وگاز از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است.

ادامه این مقاله به شرح زیر سازماندهی میشود. بخش دوم و سوم به ترتیب به بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته و سپس روش پژوهش در بخش چهارم و تحلیل داده ها در بخش پنجم به تفصیل توضیح داده شده و در نهایت بخش ششم به نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها اختصاص دارد.

۲-مبانی نظری

اصطلاح کارآفرین در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر[۱] به کار برد.این اقتصاددان که او را پدر علم کارآفرینی می‌نامند بر این باور بود که رشد و توسعهٔ اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش‌ها و راه حل‌های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبلی شود.

پیتر دراکر[۲] معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید. همچنین مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید. برای فعالیت خود به

۱- Joseph Schumpeter
۲ - Peter Drucker

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه‌گذار نیست، کارآفرین همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۸).

پینکات[۱] واژه کارآفرینی سازمانی را از ترکیب دو واژه Entrepreneurship و Intercorporate ابداع نمود. کارآفرین سازمانی به فردی گفته می شود که موفقیت او ایجاد سرمایه جدید در یک شرکت می باشد. او محصولات ؛ خدمات و فرآیندهای جدید ارائه می کند که شرکت را قادر به رشد و سودآوری می سازد.(اورچرد[۲]، ۲۰۱۵)

ترو و همکاران[۳] (۲۰۱۴) کارآفرینی سازمانی را حاصل نوآوری، بازجوان سازی، و همچنین تلاشهای مخاطره جویانه یک شرکت در راستای کسب سود اقتصادی تعریف میگردد

نیاز سازمانها به پدیده کارآفرینی و وابسته شدن بقای سازمانها به این پدیده موجب پیدایش قلمروی خاصی از این مفهوم به نام کارآفرینی سازمانی شده است. (لامپکین و همکاران[۴]، ۲۰۰۷)

کارآفرینی سازمانی مجموعه ایی از فعالیت هایی است که بهره برداری از مزایای رقابتی نوآوری در یک سازمان را امکان پذیر کرده و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان ها است.(کوراتکو و همکاران[۵]، ۲۰۰۵)

امروزه بسیاری از سازمان‌های بزرگ، کارآفرینی را به عنوان روشی برای کسب مزیت رقابتی در بلندمدت استفاده می‌کنند. اهمیت کارآفرینی در صنایع و حوزه‌های مختلف برای دولت‌ها یکسان نیست و بعضی صنایع مادر مثل صنعت نفت جایگاه ویژه‌ای دارند. (پناهی و همکاران، ۱۴۰۱)

کارآفرینی از منابع مهم، ارزان و بسیار ارزشمند و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است.عوامل سازمانی مختلفی، ازجمله فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، نظام ها، روش ها وفناوری، در

---

۱ - Pinchot
۲ -Orchard
۳ - Turro et al
٤ - Lumpkin et al
٥ - Kuratko et al

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

توسعهٔ کارآفرینی مؤثر هستند. فرهنگ سازمانی را می توان یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی در شرکت تلقی کرد. در فرهنگ کارآفرینانه، شناسایی، حمایت و رشد استعدادهای خلاق تأکید میشود. رواج این نوع فرهنگ سبب میشود در رو به رویی با تهدیدهای رقبا ، استفاده از نوآوری و خطرپذیری برای بهره برداری از فرصت ها را امری ضروری تلقی کنند. (نظری، ۱۴۰۰)

با توجه به فناوری محور بودن صنعت نفت و گاز و نیز هزینه های بالای تحقیق و توسعه آن، شرکتهای حوزه نفت و گاز به دلیل کمبود منابع داخلی همچون سرمایه و منابع انسانی در مسیر کارآفرینی با مشکلاتی مواجه هستند که می توانند با اتخاذ نوآوری باز بر این مشکلات فائق آیند.یافته ها نشان داد ویژگی های کارآفرین (شخصیتی-رفتاری)، بازار محصولات و خدمات فناوری پیشرفته، عوامل فناورانه و شبکه های همکاری برای نوآوری، مهارتهای اصلی شرکت، ویژگی های سازمانی، منابع انسانی و دولت و نهادها به ترتیب مهمترین عوامل اثرگذار بر اتخاذ نوآوری باز در این شرکت ها می باشند. درنتیجه شناسایی و الویت بندی این عوامل می تواند به کاهش هزینه های تحقیق و توسعه، توسعه فناوری، رشد مداوم شرکت های دانش بنیان نفت و گاز و درنهایت توسعه و پیشرفت مستمر کشورهای دارای این موهبت کمک نماید (صابر کهنه گورابی و همکاران، ۱۳۹۹).

دانشگاه صنعت نفت، پس از دانشگاه تهران، قدیمی‌ترین مؤسسه آموزش عالی کشور است و این مؤسسه آموزش عالی در فاصله سال‌های ۱۳۱۸ تا ۱۳۳۷ با عنوان آموزشگاه فنی صنعت نفت فعالیت داشته و از سال ۱۳۳۷ به‌عنوان دانشکده نفت آبادان به فعالیت خود ادامه داد و در سال ۱۳۶۸ با توجه به حجم گسترده فعالیت‌های آموزشی و سابقه موفق آن در زمینه پژوهشی بر اساس مصوب شورای گسترش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به دانشگاه صنعت نفت تبدیل شد.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

این دانشگاه به‌منظور دستیابی به نوآوری‌های مورد نیاز در زمینه علوم مهندسی مرتبط با صنایع نفت و گاز، همچنین تربیت نیروی متخصص ضروری این صنایع، فعالیت‌های خود را گسترش داد.(عربی، ۱۴۰۰)

دور هم جمع کردن صاحبان ایده، تجربه، دانش و سرمایه بستر مناسبی را برای زایش و رشد و شکوفایی هسته‌های نوآفرین شکل می‌دهد. می‌توان با جهت دادن به توان بالقوه جامعه کارآفرینی نوآورانه کشور در تقاطع صنعت و دانشگاه، به حل چالش‌های صنعت انرژی کشور کمک کرد. مهم ترین موانع توآوری شرکت‌های حوزه نفت و گاز و پتروشیمی در پنج دسته کلی عدم اطمینان از وجود تقاضا برای نوآوری، موانع مالی، موانع مربوط به محیط کسب و کار، موانع سازمانی و عدم اگاهی از مزایای نوآوری شناخته شده اند.(مرکز نوآوری انرژی، ۱۳۹۹)

۳- پیشینه تحقیق

پناهی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی تحت عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت نفت ، نتایج نشان داد عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، شامل ۲۷ مولفه در قالب شش بعد (محیطی- نهادی، استراتژی اقیانوس آبی، فرصت، عوامل انسانی، عوامل سازمانی، عوامل مدیریتی) می‌باشند. همچنین تحلیل معادلات ساختاری نشان داد محیطی- نهادی (۰/۳۸۶)، استراتژی اقیانوس آبی (۰/۴۲۳)، فرصت (۰/۳۴۲)، عوامل انسانی (۰/۳۱۸)، عوامل سازمانی (۰/۳۷۰)، عوامل مدیریتی (۰/۴۵۵) بر توسعه کارآفرینی در صنعت نفت تاثیر مثبت و معنی‌دار دارند. در نهایت می‌توان گفت ورود کارآفرینی به این صنعت می‌تواند صنعت نفت را از ناکارآمدی کنونی نجات دهد و به سمت حل مشکلاتی همچون تجهیزات نفتی و فروش نفت هدایت نماید.

نظری(۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان نقش فرهنگ سازمانی بر توسعه کارآفرینی ، کارآفرینی از منابع مهم، ارزان و بسیار ارزشمند و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است.عوامل سازمانی

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

مختلفی، ازجمله فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، نظام ها، روش ها وفناوری، در توسعهٔ کارآفرینی مؤثر هستند. فرهنگ سازمانی را می توان یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی در شرکت تلقی کرد. در فرهنگ کارآفرینانه، شناسایی، حمایت و رشد استعدادهای خلاق تأکید میشود. رواج این نوع فرهنگ سبب میشود در رو به رویی با تهدیدهای رقبا ، استفاده از نوآوری و خطرپذیری برای بهره برداری از فرصت ها را امری ضروری تلقی کنند.

صابر کهنه گورابی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان الویت بندی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری باز در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر کارآفرینی فناورانه نفت و گاز بیان نمود که کارآفرینی در شرکتهای دانش بنیان نفت و گاز نقش مهمی در رشد جوامع با افزایش ظرفیت فناورانه اقتصاد از طریق تولید، انتقال و انتشار محصولات فناورانه در عصر رقابتی امروز ایفا می-کند. با توجه به فناوری محور بودن صنعت نفت و گاز و نیز هزینه های بالای تحقیق و توسعه آن، شرکتهای دانش بنیان نفت و گاز به دلیل کمبود منابع داخلی همچون سرمایه و منابع انسانی در مسیر کارآفرینی فناورانه با مشکلاتی مواجه هستند که می توانند با اتخاذ نوآوری باز بر این مشکلات فائق آیند.یافته ها نشان داد ویژگی های کارآفرین (شخصیتی–رفتاری)، بازار محصولات و خدمات فناوری پیشرفته، عوامل فناورانه و شبکه های همکاری برای نوآوری، مهارت-های اصلی شرکت، ویژگی-های سازمانی، منابع انسانی و دولت و نهادها به ترتیب مهمترین عوامل اثرگذار بر اتخاذ نوآوری باز در این شرکت-ها می-باشند. درنتیجه شناسایی و الویت بندی این عوامل می-تواند به کاهش هزینه های تحقیق و توسعه، توسعه فناوری، رشد مداوم شرکت های دانش بنیان نفت و گاز و درنهایت توسعه و پیشرفت مستمر کشورهای دارای این موهبت کمک نماید.

تاج پور و حسینی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تاثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز پرداخت و این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران شرکت گاز شهر شیراز به تعداد ۲۳۰ نفر بود اطلاعات گردآوری

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

شده توسط نرم‌افزارهای لیزرل و اس‌پی‌اس مورد تجزیه‌و تحلیل قرار گرفت. نتایج به‌دست آمده نشان داد که هر دو عامل هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. به این معنی که با افزایش فرهنگ و هوش سازمانی در مدیران سازمان، کارآفرینی درون سازمانی آنها افزایش می یابد.

خدیر و همکاران[۱] (۲۰۲۲)در پژوهشی به بررسی تاثیر شیوه‌های رهبری پایدار در ارتقای کارآفرینی سازمانی برای شرکت‌های نفتی فعال در جنوب عراق پرداخت و یافته ها نشان داد بین شیوه های رهبری پایدار و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت وجود دارد همچنین شیوه های رهبری پایدار برای ایجاد یک محیط خوب در شرکت ها برای به کارگیری ایده های کارکنان و به اشتراک گذاری اطلاعات برای بهبود مستمر عملکرد و دستیابی به مزیت رقابتی ضروری است.

گراتس و الت[۲] (۲۰۲۲)در مقاله ایی با عنوان اقدام کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های تاسیس شده : ما استدلال می‌کنیم که سازمان های تاسیس شده فرصت‌ها و چالش‌های منحصربه‌فردی را برای افرادی ایجاد می‌کند که درگیر اقدامات کارآفرینانه برای رسیدگی به مشکلات اجتماعی هستند، که تاکنون کشف نشده باقی مانده‌اند و برای ارتقای دانش خود در مورد کارآفرینی اجتماعی سازمانی ، ما ادبیات کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی را با تمرکز بر نحوه پرداختن کارآفرینان در هر دو زمینه به سه عنصر اصلی اقدام کارآفرینانه ادغام و ترکیب می‌کنیم: نوآوری، تخصیص منابع و عدم اطمینان.

لی و همکاران[۳] (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان کارآفرینی سازمانی : مدل مفهومی و ابعاد آن ، به توسعه یک مدل مفهومی از کارآفرینی سازمانی یا همان طور که به آن کارآفرینی شرکتی نیز می‌گویند پرداخت . کارآفرینی سازمانی ، از طریق تشویق نوآوری در شرکت‌های بزرگ، می‌تواند هم مزیت رقابتی و هم بقای یک شرکت در عصر حاضر را نشان دهد. از آنجایی که

۱ - Khdair et al
۲ - Geradts & Alt
۳ - Lee et al

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

کارآفرینی سازمانی جنبه‌های خود را در سال‌های اخیر بیشتر مورد بررسی قرار داده است، با این حال هیچ استاندارد مشخصی طراحی و منتشر نشده است که بتواند به یک دید کلی از موضوع کارآفرینی سازمانی کمک کند. بر اساس این فرض که می‌توان کارآفرینی سازمانی را بر پایه‌های مضامین مختلف استوار کرد، ابعاد اصلی و مهم‌تر موجود در ادبیات جمع‌آوری شد. این ابعاد، مانند ظرفیت نوآوری، ریسک پذیری، منابع و موارد دیگر، برای کارآفرینی سازمانی ضروری در نظر گرفته می شوند.

سی کاگ و همکاران[۱] (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان اندازه گیری کارآفرینی سازمانی در سطح فردی : توسعه و اعتبار سنجی **مقیاس کارآفرینی کارکنان**[۲] :کارآفرینی سازمانی کارکنان را به‌عنوان رفتارهای عاملی و پیش‌بینی‌کننده یک کارمند با هدف ایجاد کسب‌وکارهای جدید برای سازمان و افزایش توانایی سازمان در واکنش به پیشرفت‌های داخلی و خارجی تعریف کردند. پیرو این تعریف، مقیاسی عمومی و معتبر برای کارآفرینی سازمانی ایجاد کردند با نام مقیاس کارآفرینی سازمانی کارکنان (EIS) . با EIS ، محققان این اختیار را پیدا می‌کنند که به طور سیستماتیک رفتارهای درون‌آفرینی کارکنان را مطالعه کنند و درک ما از سوابق و پیامدهای آن را در سطوح فردی و سازمانی افزایش دهند. علاوه بر این، سازمان ها به طور فزاینده ای بر رفتارهای کارآفرینیانه کارکنان برای بهبود سازگاری و موقعیت رقابتی خود تکیه می کنند

مجبوری[۳] (۲۰۱۶)تئوری اقتصادی پیش‌بینی می‌کند که رانت‌های تولید شده از منابع طبیعی، به‌ویژه نفت و گاز، می‌توانند فرصت‌های کارآفرینی را افزایش دهند، اما همچنین ممکن است مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه را کاهش دهند زیرا انگیزه‌ها را به سمت رانت‌جویی تغییر می‌دهند. این مطالعه با استفاده از نظرسنجی‌های سالانه مانیتور جهانی کارآفرینی (GEM)،

۱ - C. Gawke et al
۲- Employee Intrapreneurship Scale (EIS)
۳ - Majbouri

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

شواهد تجربی ارائه می‌کند که نشان می‌دهد سود سرانه بیشتر از نفت و گاز، کارآفرینی را نه تنها در محیط‌های فاسد کاهش می‌دهد بلکه هر چه فساد بیشتر باشد، تأثیر آن بیشتر است.
به دلیل اهمیت صنعت نفت و گاز و نقش عمده آن در تامین انرژی و توسعه اقتصادی کشور، کارآفرینی سازمانی در این صنعت اهمیت مضاعفی پیدا می کند و با مطالعه تحقیقات انجام شده در خصوص کارآفرینی سازمانی این حقیقت نمایان شد که در اکثر صنایع از جمله صنعت نفت وگاز مطالعات مناسبی در موضوع کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی انجام شده است اما در صنعت نفت به واسطه اهمیت تولید ، شرکت های تولید کننده نفت و گاز و مشتقات آن به خصوص شرکت های صادرات محور به دلیل بالا بردن تولید و صادرات، توجه بیشتری به موضوع نوآوری ، کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی داشته اند و به این موضوع در شرکتهای ارایه دهنده خدمات به شرکت های نفتی مادر از جمله در شرکت های حفاری(ارایه دهنده خدمات فنی- مهندسی حفاری) توجه کمتری شده است. ضمنا" بیان این موضوع که کارآفرینی سازمان در سازمان های ارائه دهنده خدمات بخصوص صنعت حفاری نفت وگاز از چه ابعاد و مولفه هایی برخوردار است نیازمند بررسی دقیق و جامعه تری است.علاوه بر این، بررسی این موضوع که سازمان های فعال در این صنعت با چه اقداماتی در این حیطه میتواند پیامدهای مطلوب کارآفرینی سازمانی را ارائه دهد، نیاز به واکاوی عمیقی دارد. از اینرو، تحقیق حاضر با در نظر داشتن شکاف نظری کنونی به بررسی ابعاد و مولفه های کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری ایران پرداخته است.

٤-روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و وزن دهی ابعاد و مولفه های کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز انجام شده است و قلمرو مکانی این تحقیق صنعت حفاری (مورد مطالعه شرکت حفاری شمال) و قلمرو زمانی جمع آوری داده ها نیمه دوم ۱۴۰۰ تا نیمه اول سال ۱۴۰۱

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

می باشد لذا بدین منظور ابتدا با مطالعه متون و مقاله های علمی - پژوهشی چاپ شده در سایت های معتبر خارجی نظیر Elsevier, Science Direct, Scopus, Emerald, Springer و سایت های معتبر داخلی مانند پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC ، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی SID و پایگاه اطلاعات نشریات کشور MAGIRAN و سایر فصلنامه های علمی و پژوهشی معتبر مورد تایید وزارت علوم مرتبط با موضوع تحقیق ، ابعاد و مولفه های کارآفرینی و عوامل اثر گذار بر آن مورد مطالعه قرار گرفت و بر اساس ابعاد و مولفه های به کار رفته در مدل های معتبر پرسشنامه محقق ساخته جهت انجام مصاحبه تهیه شد و در اختیار ۵ تن از خبرگان دانشگاهی در حوزه کارآفرینی قرار گرفت و پس تایید و انجام مصاحبه از روش تحلیل محتوای کیفی ابعاد و مولفه های کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز ۵ بعد و ۱۴ مولفه اصلی شناسایی شد که و در ادامه بعد از شناسایی ابعاد و مولفه های اصلی پرسشنامه های مقایسات زوجی تحلیل سلسله مراتبی[۱] تهیه و در اختیار خبرگان صنعت حفاری قرار گرفت و پس از جمع آوری دادهای کمی از پرسشنامه های دریافت شده و از روش (AHP) و استفاده نرم افزار Super Decision اهمیت و وزن ابعاد و مولفه های اصلی کارآفرینی سازمانی در این صنعت تعیین گردید.

مطالعه حاضر از حیث هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری دادهها، توصیفی و از نوع تحقیق آمیخته می‌باشد. جامعه آماری کیفی شامل خبرگان کارآفرینی دانشگاه آزاد واحد علوم وتحقیقات تهران با حداقل رتبه دانشیاری و سابقه تدریس دروس کارآفرینی و کسب وکار می باشد و جامع آماری کمی شامل معاونین و مدیران ارشد و میانی شرکت حفاری شمال با حداقل مدرک دانشگاهی فوق لیسانس و حداقل ۲ سال سابقه مدیریت می‌باشند.

۱ - Analytical Hierarchy Process(AHP)

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

در روش تحلیل محتوای کیفی نخستین قدم برای محاسبه حجم نمونه تعریف خبره براساس مشخصات دقیق خبرگان است. بنابراین به طور مرسوم در تحقیقات کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین در این مطالعه نیز از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب خبرگان استفاده شده و انتخاب خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. با توجه به این موضوع، تعداد ۱۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.
روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی روشی منطبق بر نظر آگاهان است یعنی اینکه پرسشنامه مقایسه زوجی را باید در اختیار خبرگان و کارشناسانی قرار دهید که بر همه معیارها و گزینه‌های مسئله اشراف و تسلط داشته باشند و نتایج به دست آمده نیز کاملاً علمی و قابل اکتفا است و چون پرسشنامه‌ها را آگاهان تکمیل کرده‌اند نیاز به داشتن حجم بالای نمونه نیست و از روش نمونه گیری هدفمند در دسترس با تشکیل پنل خبرگان استفاده شد.
در بخش کمی، ابتدا با استفاده از ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده در بخش کیفی، پرسشنامه مقایسات زوجی برای روش AHP طراحی شده و با تشکیل پنل خبرگان ، برای معاونین و مدیران ارشد و میانی شاغل در حفاری شمال به عنوان نمونه آماری بخش کمی ارائه شد و بعد از جمع آوری دادها از نمونه ۳۰ام کفایت داده ها به دست آمده و در نهایت با تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه های دریافتی به کمک نرم افزار Expert Choice ، ابعاد و مولفه های اصلی کارآفرینی سازمانی رتبه بندی و وزن دهی شده‌اند.

۵-یافته‌های پژوهش

بخش کیفی توسط ۳ مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی و به کمک مصاحبه با خبرگان انجام شده است. در کد گذاری باز ابتدا محتوای کلیه مصاحبه‌ها پیاده‌سازی و سپس با روش کدگذاری باز نکات کلیدی انجام شد. بدین ترتیب که داده‌های جمع‌آوری شده در مصاحبه‌ها در فایل Word مکتوب شده و سپس توسط تجزیه و تحلیل نوشته‌های موجود، کدهای باز ایجاد و در مجموع ۱۱۹ کد از کدگذاری باز طبق جدول (۱) استخراج گردید.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

جدول (۱) تعداد کد باز استخراج شده از هر مصاحبه

شماره مصاحبه	تعداد کد باز استخراج شده	شماره مصاحبه	تعداد کد باز استخراج شده
۱	۱۲	۷	۹
۲	۱۰	۸	۹
۳	۱۵	۹	۸
۴	۹	۱۰	۸
۵	۱۴	۱۱	۶
۶	۱۰	۱۲	۹
مجموع	۷۰		۴۹

ماخذ: یافته‌های پژوهش

بخشی از مصاحبه‌ها به همراه مفاهیم استخراجی در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول (۲) بخشی از مصاحبه به همراه مفاهیم استخراج شده

بخشی از مصاحبه	مفاهیم استخراج شده
گسترش ایده کارآفرینی اجتماعی ایجاد اشتغال و اثر گذاری بر سیاست ملی است. همچنین عواملی که این اثرگذاری را تحت تاثیر قرار می دهند عبارتند از بصیرت اجتماعی کارآفرین و منابع آماده شده ای همچون دانش نمونه ها یا الگوها مواد شبکه ها و ارتباطات و حمایت دولت	بصریت اجتماعی کارآفرین، شخصیت کارآفرین، حمایت دولت از کارآفرینان
در حال حاضر باتوجه به کمبود منابع مالی درکشور و باتوجه به شرایط محیط زیست فعلی ، پاندمی ویروس و ازبین رفتن مشاغل ، نیاز بکارگیری کارآفرینی ضروری است، اما تا حدود بسیاری موجود نمی‌باشد	پاندمی ویروس کرونا و ازبین رفتن مشاغل
منابع انسانی مهم‌ترین عامل اثرگذار در سازمان است از آنجا که منابع انسانی یک سازمان بعنوان یک منبع مزیت رقابتی شناخته می‌شوند، می‌توان از مدیریت منابع انسانی مانند اتصال با کارکنان به عنوان ابزاری برای کاهش مشکلاتی که سازمان با آنها روبرو می‌شود یاد کرد.	مدیریت منابع انسانی، اتصال با کارکنان

ماخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در روش‌های کیفی است. هدف از این مرحله برقراری رابطه بین طبقات تولید شده در مرحله کدگذاری باز است (Creswell , ۱۹۹۸).
این عمل بر اساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند تا فرآیند ایجاد نظریه را به سهولت انجام دهد. در کدگذاری محوری، کدهای تولید شده در گام قبلی، توسط ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان این کدها به یکدیگر مرتبط می‌شوند. این فرآیند توسط تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده از کدگذاری باز بدست می‌آید. بنابراین هدف از کدگذاری محوری، مرتب سازی رابطه میان هر مفهوم است .
هنگام برقراری اتصالات در شبکه، لازم است بررسی شود که این مقوله‌ها به چه صورت با یکدیگر در ارتباط هستند. در نهایت ۵ بعد، ۱۴ مولفه اصلی و ۱۱۹ مولفه فرعی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری مطابق با جدول (۳) شناسایی شدند. ابعاد شناسایی شده عبارتند از: بعد اجتماعی ۲) بعد اقتصادی ۳) بعد سیاسی ۴) بعد مدیریتی ۵) بعد الکترونیکی

جدول (۳) نتایج کدگذاری محوری

ابعاد	مولفه اصلی	مولفه فرعی
بعد اجتماعی	نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا	۱-تولید محتوای خوب و جدید۲- کیفیت محتوای ۳-تولیدی دسترس‌پذیری۴- دور از ذهن نبودن۵- قابل درک برای مخاطب ۶- به روز بودن۷-سناریو داشتن محتوا ۸-خلق فرصت ۹- ریسک پذیری ۱۰-بسترهای مناسب فعالیت کسب و کارهای اینترنتی ۱۱-جستجوی فرصت‌های جدید۱۲-اجرای قوی و خلاقیت ۱۳- کشف فرصت های جدید ۱۴- ذهن باز
	توسعه شغل و جامعه	۱۵- توسعه کسب و کارهای اقتصادی اجتماعی۱۶-حرکت‌به‌سوی‌جهانی‌شدن ۱۷ -ایجاد و توسعه شغل های خانوادگی ۱۸- رشد و توسعه کسب و کارهای اجتماعی۱۹-رفاه اجتماعی ۲۰- توسعه کسب‌وکارهای‌خانگی ۲۱- جامعیت و فراگیر بودن ۲۲- پویایی کسب و کارها
	شخصیت کار آفرین	۲۳- فعال بودن ۲۴- مدیریت ریسک ۲۵- استفاده از تجربه های دست اول ۲۶- بصیرت اجتماعی کارآفرین ۲۷-توانایی خلق ارزش۲۸- خلاقیت و ابتکار ۲۹-پیگیری برای رسیدن به اهداف ۳۰- نگرشهای خلاقانه برای حل مسائل

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

	عوامل محیطی	۳۱-عدم اطمینان محیطی۳۲- تغییرات مداوم و چالش های زیاد محیطی ۳۳- بهبود کیفیت زندگی ۳۴-پاندمی ویروس کرونا و ازبین رفتن مشاغل ۳۵- ریسک‌های محیطی
بعد اقتصادی	درآمدزایی	۳۶-قیمت بالاترداشتن۳۷- درآمد کافی ۳۸-سودآوری ۳۹-کاهش هزینه‌های جانبی
	تامین مالی	۴۰- نیاز به سرمایه ۴۱- داشتن پول ۴۲-ثبات اقتصادی۴۳- پس انداز ۴۴-ارائه اعتبار و تسهیلات انتقال ۴۵-تأمین منابع مالی برای فعالیت‌های اجتماعی ۴۶- سود اجتماعی ۴۷-سرمایه گذاری مخاطره آمیز در شبکه های اجتماعی مالی ۴۸- خدمات مالی فراگیر ۴۹- منابع قرض الحسنه ۵۰- توانمند سازی جوانان و اقشار آسب پذیر ۵۱-تامین مالی خرد ۵۲-ذخیره منابع مالی ناشی از سود
	توسعه اقتصادی	۵۳-توسعه اقتصادی جامعه ۵۴-کسب سود ۵۵- مسائل اقتصادی سودآور ۵۶- ایجاد دارایی برای مالکان و ذی‌نفعان ۵۷- رشد اقتصادی ۵۸- کاهش تورم ۵۹-تسریع و تسهیل توسعه اقتصادی کشور ۶۰-تجهیز و تخصیص منابع میان مدت و بلندمدت ۶۱- تشویق و ترغیب بخش خصوصی در کمک به توسعه اقتصادی ۶۲-تأمین استقلال اقتصادی ۶۳-کاهش نرخ بیکاری۶۴- کاهش هزینه تولید
بعد سیاسی	ضوابط و مقررات	۶۵-گواهینامه استاندارد محصولات ۶۶-نظارت دولت ۶۷-تشویق دولت ۶۸- مراحل دریافت مجوز ۶۹- آموزش رایگان توسط دولت ۷۰-حمایت دولت از کارآفرینان ۷۱-معافیت‌های مالیاتی ۷۲-برقراری تسهیلات بانکی ارزان قیمت ۷۳- محیط و قوانین
	زیرساخت‌ها	۷۴-گسترش زیر ساخت های توسعه فضای کارآفرینی ۷۵- الگوسازی برای گسترش فضای کارآفرینی ۷۶- تبلیغات برای توسعه فضای کارآفرینی ۷۷- برگزاری نمایشگاه های فصلی تخصصی ۷۸ -برگزاری نمایشگاه های سالانه تخصصی
	سیاست‌های داخلی و خارجی	۷۹- سیاست‌های دولت ۸۰- محیط سیاسی ۸۱-تحریم ۸۲-سیاست‌های پولی ۸۳-سیاست‌های مالی

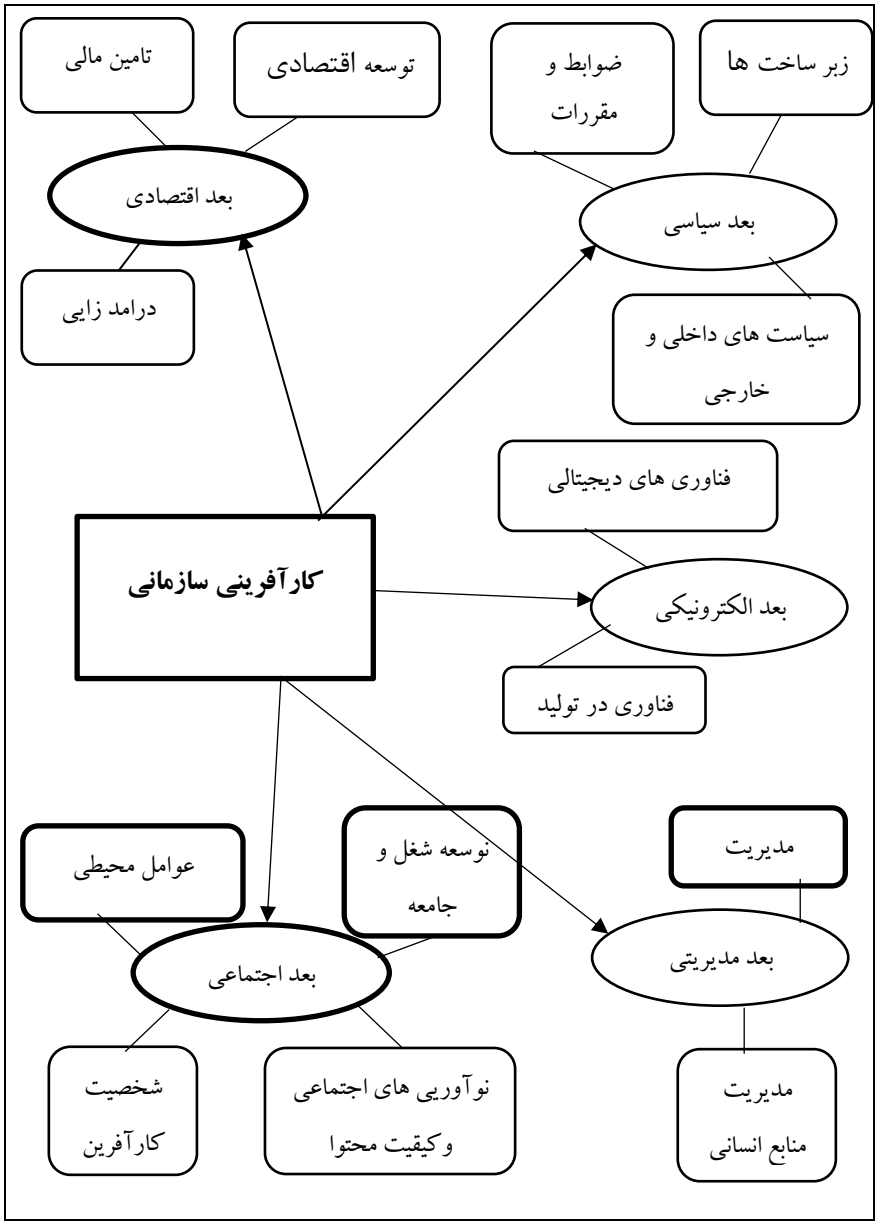
[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

بعد مدیریتی	مدیریت منابع انسانی	۸۴- اتصال با کارکنان ۸۵- نظم داشتن ۸۶- تعامل با کارکنان ۸۷- پشتیبانی شغلی ۸۸- آموزش منابع انسانی ۸۹- جانشین پروری ۹۰-دورکاری ۹۱- مدیریت استعداد ۹۲- توسعه مهارت‌ها ۹۳- حفظ و نگهداری کارکنان ۹۴- وجدان کاری ۹۵- انگیزش شغلی ۹۶-گسترش روابط مطلوب میان کارکنان و مدیران ۹۷- تحلیل و طراحی شغل ۹۸- تشخیص اهداف ۹۹- مدیریت عملکرد ۱۰۰- جبران خدمات
	مدیریت دانش	۱۰۱- گردآوری دانش ۱۰۲- انتشار دانش ۱۰۳- پاسخگویی
بعد الکترونیکی	فناوری های دیجیتال	۱۰۴-هوش مصنوعی ۱۰۵-شبکه‌های داده ۱۰۶- اینترنت اشیاء ۱۰۷- رایانش ابری ۱۰۸- فناوری بلاکچین ۱۰۹- فناوری اطلاعات و ارتباطات ۱۱۰- داده-های حجیم ۱۱۱- روشهای داده کاوی ۱۱۲- شبکه های اجتماعی
	فناوری در تولید	۱۱۳- نام تجاری (برند) ۱۱۴- دسترسی به بازار ۱۱۵- کیفیت کالا و خدمات ۱۱۶- عرضه سالم ۱۱۷-استمرار عرضه ۱۱۸- حمل و نقل آسان و صحیح ۱۱۹- فروشگاه‌های اینترنتی

ماخذ: یافته‌های پژوهش

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

شکل(۱) مدل کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری



(ماخذ: یافته‌های پژوهش)

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

کدگذاری انتخابی فرآیند یکپارچه سازی و بهبود مقوله‌هاست. نکته‌ای که در این مرحله از پژوهش باید مورد نظر قرار گیرد این است که در صورتی که هدف از پژوهش، تئوری سازی باشد، یافته‌ها در غالب مفاهیمی به هم مرتبط و نه صرفاً لیستی از موضوع‌ها ارائه شوند. ذکر این نکته ضروری است که همواره بیش از یک راه برای نشان دادن روابط وجود دارد. برای رسیدن به یکپارچگی مورد نظر لازم است پژوهشگر خط اصلی موضوع را تنظیم و با تعهد به آن به شرح خط اصلی داستان بپردازد. در کدگذاری انتخابی، محقق یک اصل را کشف می‌کند و بطور منظم یک دسته اصلی را با دیگر دسته‌ها مرتبط می‌کند .

دسته اصلی باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد: اول توسط کدهایی که در مرحله کدگذاری محوری مرکزیت بیشتری دارند بدست آید؛ دوم باید بیشترین فراوانی را در فرآیند کدگذاری نشان دهد. سوم همه ارتباطات با مقوله‌ها باید به طور خودجوش انجام شود (He & Shi , ۲۰۰۹).

در بخش کمی، ابتدا از ابعاد مولفه‌های شناسایی شده در بخش کیفی، پرسشنامه مقایسات زوجی تهیه و در اختیار پاسخ دهندگان قرار گرفت.

برای وزن دهی به ابعاد و عوامل اصلی از روش AHP استفاده شد و پس از دریافت پرسشنامه های مقایسات زوجی از پاسخ دهندگان و تغذیه این داده های کمی پرسشنامه به نرم افزار Expert Choice یافته های کمی پزوهش به مطابق اشکال و جداول ذیل تهیه گردید.

ابعاد کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری در این مطالعه عبارتند از:

۱- بعد اجتماعی (A)

۲- بعد اقتصادی (B)

۳- بعد سیاسی (C)

٤- بعد مدیریتی (D)

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

۵- بعد الکترونیکی (E)

جدول (٤) وزن و رتبه بندی ابعاد

معیارها	وزن	رتبه
بعد اجتماعی (A)	۰/۱۸۵	۳
بعد اقتصادی (B)	۰/۲۴۵	۲
بعد سیاسی (C)	۰/۱۴۱	۴
بعد مدیریتی (D)	۰/۳۲۳	۱
بعد الکترونیکی (E)	۰/۱۰۷	۵

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۴)، ابعاد مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی والکترونیکی به ترتیب اولویتهای اول تا پنجم در کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز میباشند.

مولفه های بعد اجتماعی در این مطالعه عبارتند از:

۱- نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا (A۱)

۲- توسعه شغل و جامعه (A۲)

۳- شخصیت کارآفرین (A۳)

٤- عوامل محیطی (A٤)

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

جدول(۵)وزن و رتبه بندی مولفه های بعد اجتماعی

زیرمعیارها	وزن	رتبه
نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا	۰/۱۹۵	۳
توسعه شغل و جامعه	۰/۲۷۶	۲
شخصیت کارآفرین	۰/۳۹۱	۱
عوامل محیطی	۰/۱۳۸	۴

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۵)، شخصیت کارآفرین، توسعه شغل و جامعه، نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا و عوامل محیطی به ترتیب اولویت‌های اول تا چهارم را در بعد اجتماعی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز می‌باشند.

مولفه های بعد اقتصادی در این مطالعه عبارتند از:

۱- درآمدزایی (B۱)

۲- تامین مالی (B۲)

۳- توسعه اقتصادی (B۳)

جدول (٦) وزن و رتبه بندی مولفه های بعد اقتصادی

زیرمعیارها	وزن	رتبه
درآمدزایی	۰/۴۹۳	۱
تامین مالی	۰/۳۱۱	۲
توسعه اقتصادی	۰/۱۹۶	۳

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۶)، درآمدزایی، تامین مالی و توسعه اقتصادی به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را در بعد اقتصادی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز دارا می‌باشند.

مولفه های بعد سیاسی در این مطالعه عبارتند از:

۱- ضوابط و مقررات (C۱)

۲- زیرساخت‌ها (C۲)

۳- سیاست‌های داخلی و خارجی (C۳)

جدول (۷) وزن و رتبه بندی مولفه های بعد سیاسی

زیرمعیارها	وزن	رتبه
ضوابط و مقررات	۰/۳۱۱	۲
زیرساخت‌ها	۰/۱۹۶	۳
سیاست‌های داخلی و خارجی	۰/۴۹۳	۱

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۷) ، سیاست‌های داخلی و خارجی، ضوابط و مقررات و زیرساخت‌ها به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را در بعد سیاسی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز دارا می‌باشند.

مولفه های بعد مدیریتی در این مطالعه عبارتند از:

۱- مدیریت منابع انسانی (D۱)

۲- مدیریت دانش (D۲)

جدول (۸) وزن و رتبه بندی مولفه های بعد مدیریتی

زیرمعیارها	وزن	رتبه
مدیریت منابع انسانی	۰/۶۶۷	۱
مدیریت دانش	۰/۳۳۳	۲

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۸)، مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش به ترتیب اولویت-های اول و دوم را در بعد مدیریتی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز دارا می‌باشند.

مولفه های بعد الکترونیکی در این مطالعه عبارتند از:

۱- فناوری‌های دیجیتال (E۱)

۲- فناوری در تولید (E۲)

جدول(۹) وزن و رتبه بندی مولفه های بعد الکترونیکی

زیرمعیارها	وزن	رتبه
فناوری‌های دیجیتال	۰/۲۵۰	۲
فناوری در تولید	۰/۷۵۰	۱

بر اساس نتایج رتبه بندی جدول (۹)، فناوری در تولید و فناوری‌های دیجیتال به ترتیب اولویتهای اول و دوم را در بعد الکترونیکی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز دارا می‌باشند.

٦- نتیجه گیری و پیشنهادات

بر اساس نتایج بخش کیفی تحلیل محتوا، ۵ بعد، ۱۴ مولفه اصلی و ۱۱۹ مولفه فرعی برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت و گاز شناسایی شد. در ادامه، هر یک از مولفه‌های اصلی به همراه مولفه‌های فرعی مرتبط شرح داده شده‌اند.

بعد اجتماعی در این مطالعه، بر اساس مولفه‌های نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا، توسعه شغل و جامعه، شخصیت کارآفرین و عوامل محیطی تعریف شد. نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا نشان می‌دهد که تولید محتوای جدید و در دسترس، قابل درک بودن توسط مخاطب، به روز بودن، جستجوی فرصت‌های جدید، ذهن باز، خلاقیت و مواردی از این قبیل می‌تواند در

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

کارآفرینی سازمانی به کار گرفته شوند. توسعه شغل و جامعه توسط توسعه کسب و کارهای اقتصادی اجتماعی، جهانی شدن، توسعه شغل‌های خانگی، توسعه کسب و کارهای اجتماعی، رفاه اجتماعی، جامعیت و پویایی کسب و کارها تعریف شد. شخصیت کارآفرین شامل مواردی از قبیل بیش فعال بودن، مدیریت ریسک، استفاده از تجربه، بصیرت اجتماعی، توانایی خلق ارزش، خلاقیت، پیگیری و نگرش‌های خلاقانه است که بر اساس شخصیتی که کارآفرین دارد منجر به کارآفرینی سازمانی می‌شود. عوامل محیطی شامل عدم اطمینان محیطی، چالش-های محیطی، بهبود کیفیت زندگی و پاندمی ویروس کرونا است که در محیط وجود دارند و منجر به تاثیرپذیری بر کارآفرینی سازمانی شده‌اند.

بعد اقتصادی در این مطالعه، بر اساس مولفه‌های درآمدزایی، تامین مالی و توسعه اقتصادی تعریف شد. درآمدزایی شامل قیمت بالاتر، درآمد کافی، سودآوری و کاهش هزینه‌ها است که در اثر ایجاد کارآفرینی به وجود خواهند آمد. تامین مالی شامل نیاز به سرمایه، داشتن پول، ثبات اقتصادی، پس انداز، ارائه اعتبار، سود اجتماعی، سرمایه گذاری مخاطره آمیز، خدمات مالی فراگیر، منابع قرض الحسنه، توانمندسازی اقشار آسیب پذیر و جوانان، تامین مالی خرد و ذخیره منابع مالی ناشی از سود می‌باشد. توسعه اقتصادی بر مبنای توسعه اقتصادی جامعه، کسب سود، مسائل اقتصادی سودآور، ایجاد دارایی برای مالکان و ذی‌نفعان، رشد اقتصادی، مهار تورم، تسریع و تسهیل توسعه اقتصادی کشور، تجهیز و تخصیص منابع میان مدت و بلندمدت، تشویق و ترغیب بخش خصوصی در کمک به توسعه اقتصادی، تامین استقلال اقتصادی، کاهش نرخ بیکاری و کاهش هزینه تولید تعریف می‌شود.

بعد سیاسی در این مطالعه بر اساس مولفه‌های ضوابط و مقررات، زیرساخت‌ها و سیاست‌های داخلی و خارجی تعریف شد. ضوابط و مقررات شامل گواهینامه استاندارد محصولات، نظارت و تشویق دولت، مراحل دریافت مجوز، آموزش رایگان توسط دولت، حمایت دولت، معافیت-های مالیاتی، برقراری تسهیلات بانکی ارزان قیمت و محیط و قوانین می‌باشد. زیرساخت‌ها بر اساس گسترش زیر ساخت های توسعه فضای کارآفرینی، الگوسازی برای گسترش فضای

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

کارآفرینی، تبلیغات، برگزاری نمایشگاه های فصلی و سالانه تخصصی تعریف شد. همچنین سیاست‌های داخلی و خارجی توسط سیاست‌های دولت، محیط سیاسی، تحریم، سیاست‌های پولی و مالی تعریف شده است.

بعد مدیریتی در این مطالعه توسط مولفه‌های مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش تعریف گردید. مدیریت منابع انسانی شامل اتصال با کارکنان، نظم داشتن، تعامل با کارکنان، پشتیبانی شغلی، آموزش منابع انسانی، جانشین پروری، دورکاری، مدیریت استعداد، توسعه مهارت‌ها، حفظ و نگهداری کارکنان، وجدان کاری، انگیزش شغلی، گسترش روابط مطلوب میان کارکنان و مدیران، تحلیل و طراحی شغل، تشخیص اهداف، مدیریت عملکرد و جبران خدمات است. مدیریت دانش نیز بر اساس مولفه‌های گردآوری دانش، انتشار دانش و پاسخگویی تعریف گردید.

بعد الکترونیکی در این مطالعه بر اساس مولفه‌های فناوری‌های دیجیتال و فناوری در تولید تعریف می‌شود. فناوری های دیجیتال مشتمل بر هوش مصنوعی، شبکه‌های داده، اینترنت اشیاء، رایانش ابری، فناوری بلاکچین، فناوری اطلاعات و ارتباطات، داده‌های حجیم، روش‌های داده کاوی و شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. همچنین فناوری در تولید شامل نام تجاری (برند)، دسترسی به بازار، کیفیت کالا و خدمات، عرضه سالم، استمرار عرضه، حمل و نقل آسان و صحیح و فروشگاه‌های اینترنتی تعریف شده است.

بر اساس نتایج بخش کمی از روش AHP ، در رتبه بندی ابعاد ، بعد مدیریتی، بعد اقتصادی، بعد اجتماعی، بعد سیاسی و بعد الکترونیکی به ترتیب دارای اولویت‌های اول تا پنجم برای کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری نفت وگاز می‌باشند.

در بعد مدیریتی، که شامل مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش است بیشترین اهمیت را دارد. پس از آن بعد اقتصادی که برای تامین مالی و کسب سود است اهمیت بالایی برای کارآفرینی سازمانی دارد.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

در بعد اجتماعی، شخصیت کارآفرین، توسعه شغل و جامعه، نوآوری اجتماعی و کیفیت محتوا و عوامل محیطی به ترتیب اولویت‌های اول تا چهارم را دارا می‌باشد. بنابراین شخصیت کارآفرین می‌تواند مهم‌ترین عامل در بعد اجتماعی برای کارآفرینی سازمانی باشد. زیرا یک کارآفرین با ریسک پذیر بودن، مدیریت ریسک و روش‌هایی که بر مبنای شخصیت خود انتخاب می‌کند می‌تواند در این زمینه نقش بسزایی داشته باشد.

در بعد اقتصادی، درآمدزایی، تامین مالی و توسعه اقتصادی به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را دارا می‌باشند. لذا درآمدزایی به دلیل آن که انگیزه هر انسانی رسیدن به کسب درآمد در شغل خود است، بالاترین اهمیت را در بعد اقتصادی دارد.

در بعد سیاسی، سیاست‌های داخلی و خارجی، ضوابط و مقررات و زیرساخت‌ها به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را دارا می‌باشند. سیاست‌های داخلی و خارجی از محیط خارجی وارد می‌شوند و در اختیار افراد یا کارآفرینان نیستند. این موضوع به ویژه در کشور ما که با شرایط تحریم و تورم و مشکلات اقتصادی زیادی قرار دارد اهمیت بیشتری دارد.

در بعد مدیریتی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش به ترتیب اولویت‌های اول و دوم را دارا می‌باشند. مدیریت سازمان توسط مدیریت منابع انسانی می‌تواند کارکنان باتجربه و آموزش دیده را در سازمان بکار گیرد.

در بعد الکترونیکی، فناوری در تولید و فناوری‌های دیجیتال به ترتیب اولویت‌های اول و دوم را دارا می‌باشند. فناوری در تولید به دلیل آن که زنجیره ارزش را در فرآیند تولید افزایش می‌دهد، در کارآفرینی نقش مهم‌تری دارد.

با توجه به نتایج حاصله از این پژوهش پیشنهاد می شود : از آنجا که بعد مدیریتی بالاترین اهمیت را در میان سایر ابعاد کارآفرینی سازمانی دارد، لذا توصیه می‌شود مدیریت سازمان راهکارهای مناسب برای مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش به شیوه مطلوب و به روز را فراگیرد و همچنین آموزش‌های لازم در این زمینه به مدیریت سازمان داده شود.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

از آنجا که شخصیت کارآفرین بالاترین اهمیت را در بعد اجتماعی دارد، توصیه می‌شود کارآفرینانی در سازمان وارد شوند که دارای شخصیت مستقل، مدیریت ریسک مطلوب، تجربه بالا، خلاقیت بالا و بصیرت اجتماعی باشد.

از آنجا که درآمدزایی بالاترین اهمیت را در بعد اقتصادی دارد، توصیه می‌شود برای بهبود درآمد سازمان و افزایش سودآوری و کاهش هزینه‌ها، کارآفرینان با تجربه و دارای مهارت‌ها در خلق ارزش در سازمان مشغول به کار شوند.

از آنجا که سیاست‌های داخلی و خارجی بالاترین اهمیت را در بعد سیاسی دارد، توصیه می‌شود جهت کنترل تحریم‌ها، سیاست‌های نامناسب و وضعیت سیاسی کشور، از پوشش‌های تورمی اقدام به سرمایه گذاری در سایر حوزه ها مانند خرید تجهیزات حفاری و املاک نماید.

از آنجا که مدیریت منابع انسانی در بعد مدیریتی اهمیت زیادی دارد، لذا مدیریت سازمان باید راهکارهای بکارگیری منابع انسانی مناسب و مطلوب را بداند و از افراد خلاق، کارآزموده، آموزش دیده و دارای تحصیلات مرتبط برای استخدام در سازمان استفاده نماید.

از آنجا که فناوری در تولید در بعد الکترونیکی اهمیت زیادی دارد، توصیه می‌شود مدیران سازمان فناوری‌های به روز را از کشورهای پیشرفته وارد نموده و از آنها در جهت ارایه خدمات برتر استفاده نمایند.

از آنجا که بعد اجتماعی بر سایر ابعاد کارآفرینی سازمانی تاثیرگذار است، توصیه می‌شود همواره به نوآوری و تولید محتوای باکیفیت برای افزایش کارآفرینی سازمانی توجه شود.

از آنجا که بعد مدیریتی از سایر ابعاد کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌پذیرد، لذا توصیه می‌شود ابعاد اجتماعی، اقتصادی که تا حدودی توسط سازمان قابل کنترل هستند مورد توجه قرار گرفته و با برگزاری جلسات مشاوره، نسبت به ارائه راهکار برای بهبود وضعیت مدیریت سازمان اقدام نمایند.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

منابع

پناهی، محمد، رنجی جفرودی، نیما، نصیری، مجید. (۱۴۰۱) .تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در صنعت نفت.فصلنامه رشد فناوری ۷۰ (۱۸) ،۴۳-۴۸.

تاج پور مهدی، حسینی الهه.(۱۳۹۹) تاثیر هوش و فرهنگ‌سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز. مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی; ۱۲ (۴۵) :۳۳۵-۳۵۴.

حسنی صدرآبادی، جلال (۱۳۹۶) . کارآفرینی و اثربخشی مدیریت منابع انسانی، مطالعات حسابداری و مدیریت ،۳ (۱): ۹۱-۸۶.

حیدری, زهرا, رحیمی اقدم, صمد, حسینی, سید صمد. (۱۴۰۰). تأثیر حمایت مدیران ارشد بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی تعهد عاطفی اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی, ۱۴(۱), ۴۱-۶۰.

چپردار، علی، داوری، علی, ایرج پور، علیرضا، سید صالحی، سید علیرضا.(۱۴۰۰) ارائه الگوی کارآفرینی سازمانی در بانکداری ایران مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد .مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی،۵(۲۰) : ۳۱-۷

دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ آذر، عادل (۱۳۹۸). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، چاپ دوم ، تهران : نشر اشراقی.

دریکوند، علیرضا، گلرد، پروانه. (۱۴۰۰). طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی سازمانی: پژوهشی کیفی مبتنی بر نظریه داده بنیاد. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی, ۱۴(۴), ۶۱۹-۶۳۸.

سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۸). اصول و مبانی کارآفرینی، چاپ دوازدهم ، تهران: نشر کیا .

شریف زاده، فتاح، قربانی زاده، وجه الله، سید نقوی، میرعلی، و حسین پوری، مهدی .(۱۳۹۵). ارزیابی مؤلفه های مؤثر بر خط مشی‌گذاری در صنعت نفت و گاز از منظر کارآفرینی. فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، ۵ (۳): ۱۳۳.

صابر کهنه گورابی محمدحسین، ایرانمنش سیدحسین، جعفری پریوش، (۱۳۹۹). الویت بندی عوامل تاثیرگذار بر نوآوری باز در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر کارآفرینی فناورانه نفت و گاز. فصلنامه پژوهش های سیاست گذاری وبرنامه ریزی انرژی; ۶ (۴) :۸۱-۱۲۳

عربی، امین، (۱۴۰۰). احیای کارآفرینی در مراکز علمی صنعت نفت ، www.shana.ir/news/۳۲۱۸۷۱/

قاسمیه, رحیم, نیسی, عبدالحسین, حردانی, یونس. (۱۳۹۹). ارزیابی اثر میانجی نوآوری و کارآفرینی سازمانی بر رابطه میان فاوا و بهبود عملکرد سازمان (مطالعه موردی: شهرک صنعتی شماره یک اهواز.(فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی, ۱۳(۳), ۴۰۱-۴۱۹.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

نظری، اسفندیار (۱۴۰۰)." *نقش فرهنگ سازمانی بر توسعه کارآفرینی" پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری*،۴ (۴۸) : ۸۱-۹۴ .

مبینی‌دهکردی, علی, احمدی, حسن, دلاور, علی. (۱۳۹۷). طراحی مدل شایستگی‌های کارآفرینی راهبردی مدیران ارشد کشور. مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی, ۲ (۷) : ۱۲۷-۱۵۰.

مرکز نوآوری انرژی،(۱۳۹۹). موانع نوآوری درصنعت نفت و گاز، https://irenergic.ir/blog/

C. Gawke, Jason, Marjan J. Gorgievski, Arnold B. Bakker. (۲۰۱۹): Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the Employee Intrapreneurship Scale (EIS), European Management Journal, Volume ۳۷, Issue ٦, Pages ۸۰٦-۸۱۷.

Creswell, (۱۹۹۸). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions. Sage, Thousand Oaks, CA.

Geradts, Thijs & Alt, Elisa. (۲۰۲۲). Social entrepreneurial action in established organizations: Developing the concept of social intrapreneurship. Journal of Business Research. volume ۱۵۱. ۱۹۷-۲۰٦.

He, Y. & Shi, D. (۲۰۰۹). Study on Grounded Theory in Social Surveys, ٥, ٤٦-٤٨.

Khdair, A, Sami, Akram, Abdullah, Hasan. (۲۰۲۲). The impact of sustainable leadership practices in promoting organizational entrepreneurship for oil companies Empirical study for sample of Oil Companies in south Iraq.

Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G. & Hornsby, J.S. (۲۰۰٥). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. Entrepreneurship Theory and Practice, ۲۹ (٦), ٦۹۹-۷۱٦.

Lee, Ana & Nascimento, Danilo & Blumetti Facó, Júlio Francisco & Gaspar, Ricardo. (۲۰۲۰). Intrapreneurship: A conceptual model and its dimensions. International Journal of Advanced Engineering Research and Science. volume ۷. ٤۰۸-٤۱٦.

Lumpkin, G. & Wales, William & Ensley, Michael. (۲۰۰۷). Assessing the Context for Corporate Entrepreneurship: The Role of Entrepreneurial Orientation.

Majbouri, Mahdi. (۲۰۱٦). Oil and entrepreneurship. Energy Policy. Volume ۹٤. ۱۰-۱٥.

Orchard, S. (۲۰۱٥). Entrepreneurship and the Human Capital of Organizational Innovation: The Intrapreneur. https://doi.org/۱۰,۱۰٥۷/۹۷۸۱۱۳۷۳۷۳۸۰۹_٦

Rojas, R., Martin, Garcia-Morales, V. J., & Gonzalez-Alvarez, N. (۲۰۱۹). Technological antecedents of entrepreneurship and its consequences for organizational performance. Technological Forecasting and Social Change, ۱٤۷, ۲۲-۳٥.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]

Turró, Andreu, David Urbano, Marta Peris-Ortiz, (۲۰۱٤). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship, Technological Forecasting and Social Change, Volume ۸۸, Pages ۳٦۰-۳٦۹.

[Downloaded from epprjournal.ir on 2026-11-11]