

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
چکیده	۱

فصل اول : کلیات تحقیق

۱-۱- عنوان تحقیق	۴
۱-۲- بیان مسئله	۴
۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق	۷
۱-۴- اهداف تحقیق	۹
۱-۴-۱- هدف اصلی:	۹
۱-۴-۲- اهداف فرعی:	۹
۱-۵- قلمرو تحقیق	۱۰
۱-۶- تعاریف و مفاهیم واژه ها	۱۰
۱-۷- متغیر های تحقیق	۱۲
خلاصه فصل	۱۲

فصل دوم : مروری بر ادبیات موضوع

مقدمه	۱۴
بخش اول: رهبری تحول آفرین	۱۴
۱-۱-۲- رهبری	۱۴
۱-۲-۲- اهمیت رهبری	۱۷
۱-۲-۳- تفاوت مدیریت و رهبری	۱۸
۱-۲-۴- رهبری علم است یا هنر	۲۰
۱-۲-۵- قدرت رهبران در سازمان	۲۰
۱-۲-۶- عوامل موثر بر رهبری	۲۲
۱-۲-۷- تاریخچه رهبری تحول آفرین	۲۳
۱-۲-۸- ویژگی های رهبری تحول آفرین از نظر تیکی و دوانا:	۲۴
۱-۲-۸- تفاوت های رهبری تحول آفرین با کاریزماتیک:	۲۵
۱-۲-۹- رهبر تعامل گرا (مراوده ای)	۲۶

صفحه	عنوان
۲۷	۱-۱-۱۰- رهبری تحول گرا و تعامل گرا
۲۷	۱-۱-۱۰- رهبران تحول گرا
۲۹	۱-۱-۱۱- ویژگیهای مدیران تحول گرا
۳۱	۱-۱-۱۲- عوامل زمینه‌ساز در پیدایش نظریه رهبری تحول آفرین
۳۱	بخش دوم: توانمندسازی کارکنان
۳۱	۱-۲-۱- مفاهیم و ابعاد نظری راجع به توانمندسازی کارکنان
۳۴	۱-۲-۲- ریشه های توانمندسازی
۳۶	۱-۲-۳- تعاریف توانمندسازی نیروی انسانی
۳۶	۱-۲-۳-۱- توانمندسازی به عنوان تفویض اختیار
۳۶	۱-۲-۳-۲- توانمندسازی به عنوان ایجاد انگیزش
۳۹	۱-۲-۴- رویکرد های توانمندسازی
۳۹	۱-۲-۴-۱- رویکرد مکانیکی
۴۰	۱-۲-۴-۲- رویکرد ارگانیکی
۴۳	۱-۲-۵- ابعاد توانمندسازی
۴۳	۱-۲-۵-۱- احساس شایستگی
۴۵	۱-۲-۵-۲- احساس خودمختاری (داشتن حق انتخاب)
۴۶	۱-۲-۵-۳- احساس موثر بودن
۴۷	۱-۲-۵-۴- احساس معنی دار بودن
۴۸	۱-۲-۵-۵- احساس داشتن اعتماد
۴۹	۱-۲-۶- عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان
۵۱	۱-۲-۷- راهبردهای رهبری و مدیریت توانمندسازی کارکنان
۵۵	بخش سوم: کارآفرینی
۵۵	۱-۳-۱- مفاهیم و مبانی کارآفرینی سازمانی
۵۶	۱-۳-۲- مفهوم واژه کارآفرینی
۵۷	۱-۳-۳- سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی
۵۸	۱-۳-۴- تعریف کارآفرینی
۶۰	۱-۳-۵- مفاهیم و تعاریف کارآفرین

صفحه	عنوان
۶۱	۲-۳-۶- سیر تحول واژه کارآفرینی
۶۲	۲-۳-۶- فرایند کارآفرینی
۶۴	۲-۳-۷- سابقه کارآفرینی در ایران
۶۴	۲-۳-۸- سابقه کارآفرینی در جهان
۶۴	۲-۳-۹- دیدگاه‌های کارآفرینی
۶۵	۲-۳-۹-۱- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۶۶	۲-۳-۹-۲- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری
۶۸	۲-۳-۹-۳- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۶۸	۲-۳-۱۰- ویژگی‌های کارآفرینان
۶۹	۲-۳-۱۱- انواع کارآفرینی
۷۴	۲-۳-۱۲- کارآفرینی مستقل (فردی)
۷۵	۲-۳-۱۳- کارآفرینی درون سازمانی
۷۶	بخش چهارم: تحقیقات انجام شده
۷۶	۲-۴-۱- تحقیقات انجام شده در داخل کشور در مورد رهبری تحول آفرین
۷۷	۲-۴-۲- تحقیقات انجام شده رهبری تحول آفرین در خارج از کشور
۷۸	۲-۴-۳- تحقیقات انجام شده در داخل کشور در مورد توانمند سازی کارکنان
۸۰	۲-۴-۴- تحقیقات انجام شده در داخل کشور در مورد کارآفرینی
۸۱	۲-۴-۵- تحقیقات انجام شده کارآفرینی در خارج از کشور
۸۱	بخش پنجم: بررسی چارچوب نظری تحقیق، مدل مفهومی و فرضیه های تحقیق
۸۱	۲-۵-۱- چارچوب نظری
۸۲	۲-۵-۲- مدل مفهومی تحقیق
۸۳	۲-۶- فرضیه های تحقیق
۸۳	خلاصه فصل

فصل سوم: روش تحقیق

۸۵	۳-۱- فرایند تحقیق
۸۶	۳-۲- روش تحقیق
۸۶	۳-۳- جامعه آماری

عنوان	صفحه
۳-۴-حجم نمونه و روش نمونه گیری	۸۷
۳-۵-ابزار جمع آوری داده ها	۸۸
۳-۶-نحوه نمره گذاری سوالات	۸۹
۳-۷-روایی و پایایی ابزار سنجش	۸۹
۳-۸-روش جمع آوری داده ها	۹۰
۳-۹-روش تجزیه و تحلیل داده ها	۹۱
خلاصه فصل	۹۱

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

۴-۱- وضعیت نمره متغیرهای تحقیق	۹۳
۴-۱-۱- نمره متغیرهای رهبری تحول آفرین، توانمند سازی کارکنان و کارآفرینی	۹۳
۴-۲- فرضیه های تحقیق	۹۳
۴-۲-۱-آزمون نسبت برای تعیین وضعیت متغیرهای رهبری تحول آفرین،توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی	۹۴
خلاصه فصل	۱۱۲

فصل پنجم : نتیجه گیری، بحث و پیشنهادها

مقدمه	۱۱۳
۵-۱-نتایج مربوط به توصیف متغیر ها	۱۱۴
۵-۲-نتایج مربوط به فرضیه های تحقیق	۱۱۴
۵-۲-۱- نتایج برازش مدل رگرسیون	۱۱۴
۵-۳-بحث و بررسی	۱۱۵
۵-۴-محدودیت های تحقیق	۱۱۸
۵-۵-پیشنهادهای تحقیق	۱۱۸
۵-۶-پیشنادهایی به پژوهشگران دیگر	۱۱۹
خلاصه فصل	۱۱۹
منابع	۱۲۰
پیوست ها	۱۲۷
پیوست ۱: پرسشنامه ها	۱۲۸

پیوست ۱-۱) پرسشنامه کارآفرینی	۱۲۸
پیوست ۱-۲): پرسشنامه رهبری تحول آفرین	۱۳۰
پیوست ۱-۳) پرسشنامه توانمندسازی کارکنان	۱۳۲
پیوست ۲: خروجی های نرم افزار	۱۳۳

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲: تفاوت رهبر با مدیر (برومند وسکاکی، ۱۳۸۹: ۳۵).....	۱۹
جدول ۲-۲: رویکردهای نظریه‌های رهبری تحول آفرین	۲۴
جدول ۳-۲: سیر تاریخی مفهوم توانمندسازی (کارلوس و راندلف ۲۰۰۰؛ ۴۳۲).....	۳۵
جدول ۴-۲: رویکردهای توانمندسازی کارکنان (محمدی، ۱۳۹۱: ۵۵).....	۴۲
جدول ۵-۲: جدول نیمرخ های کارآفرینانه (مقیمی، ۱۳۸۴: ۳۳).....	۷۲
جدول ۱-۳: برآورد حجم نمونه برای هر یک از پست های سازمانی	۸۸
جدول ۲-۳: تشریح امتیاز بندی طیف لیکرت پرسشنامه ها	۸۹
جدول ۳-۳: سازگاری درونی	۹۰
جدول ۱-۴: آماره های توصیفی نمره‌های رهبری تحول آفرین، توانمند سازی کارکنان و کارآفرینی	۹۳
جدول ۲-۴: آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای تحقیق	۹۴
جدول ۳-۴: جدول مربوط به آزمون نسبت برای بررسی وضعیت متغیرهای رهبری تحول آفرین، توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی	۹۴
جدول ۴-۴: آزمون همبستگی اسپیرمن و سطح معنیداری برای آزمون فرضیه‌های ۲، ۳ و زیر فرضیه‌های آن	۹۶
جدول ۵-۴: تحلیل واریانس مدل رگرسیون بین مؤلفه های رهبری تحول آفرین (نفوذ آرمانی، انگیزش الهام بخش، ترغیب ذهنی و ملاحظات فردی) با کارآفرینی	۱۰۹
جدول ۶-۴: ضرایب مدل رگرسیون روابط مؤلفه های رهبری تحول آفرین (نفوذ آرمانی، انگیزش الهام بخش، ترغیب ذهنی و ملاحظات فردی) با کارآفرینی	۱۱۰
جدول ۷-۴: تحلیل واریانس مدل رگرسیون بین مؤلفه های توانمندسازی (احساس شایستگی، احساس اعتماد، احساس موثر بودن، احساس معنادار بودن و احساس خودمختاری) با کارآفرینی	۱۱۱
جدول ۸-۴: ضرایب مدل رگرسیون روابط مؤلفه های توانمندسازی (احساس شایستگی، احساس اعتماد، احساس موثر بودن، احساس معنادار بودن و احساس خودمختاری) با کارآفرینی	۱۱۱

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۲: انواع کارآفرینی (مقیمی، ۱۳۸۴: ۳۳)	۷۳
نمودار ۲-۲: تقسیم بندی کارآفرینی (مقیمی و پورداریانی، ۱۳۸۹: ۹۳)	۷۴
نمودار ۱-۴: نمودار پراکنش بین رهبری تحول آفرین با کارآفرینی	۹۸
نمودار ۲-۴: نمودار پراکنش بین انگیزش الهام بخش با کارآفرینی	۹۹
نمودار ۳-۴: نمودار پراکنش بین نفوذ آرمانی با کارآفرینی	۱۰۰
نمودار ۴-۴: نمودار پراکنش بین ترغیب ذهنی با کارآفرینی	۱۰۱
نمودار ۵-۴: نمودار پراکنش بین ملاحظات فردی با کارآفرینی	۱۰۲
نمودار ۶-۴: نمودار پراکنش بین توانمندسازی با کارآفرینی	۱۰۳
نمودار ۷-۴: نمودار پراکنش بین احساس شایستگی با کارآفرینی	۱۰۴
نمودار ۸-۴: نمودار پراکنش بین احساس اعتماد با کارآفرینی	۱۰۵
نمودار ۹-۴: نمودار پراکنش بین احساس موثر بودن با کارآفرینی	۱۰۶
نمودار ۱۰-۴: نمودار پراکنش بین احساس معنادار بودن با کارآفرینی	۱۰۷
نمودار ۱۱-۴: نمودار پراکنش بین احساس خودمختاری با کارآفرینی	۱۰۸

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و توانمندسازی کارکنان با کارآفرینی در شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان است. بنابراین تحقیق حاضر از لحاظ هدف، جزء تحقیقات کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است که به شیوه تحقیقات میدانی به جمع آوری داده ها پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه کارکنان شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان که تعداد این افراد ۱۵۴ نفر بود که با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم جامعه و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۱۱۰ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده ها سه پرسشنامه رهبری تحول آفرین، توانمند سازی کارکنان و کارآفرینی بود. نتایج نشان داد که بین رهبری تحول آفرین و توانمندسازی کارکنان با کارآفرینی در شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. همچنین نتایج حاکی از آن است که وضعیت رهبری تحول آفرین، توانمند سازی کارکنان و کارآفرینی در شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان در حد متوسط به بالا می باشد. شایسته است که در این سازمان به ابعاد هر یک از این متغیرها توجه ویژه ای شود. یعنی رهبر و مسئول این سازمان در جهت انگیزش کارکنان و استفاده از ذهنیات و پیشنهادات آنها برای بهبود سازمان استفاده کند تا کارکنان انگیزه بیشتری برای رسیدن به آرمانهای سازمان داشته باشند.

واژگان کلیدی:

رهبری تحول آفرین، توانمندسازی کارکنان، کارآفرینی، شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

نظریه رهبری تحول آفرین توسط بس در سال ۱۹۸۵ مطرح شده است و میتوان آن را فرایند نفوذ آگاهانه در افراد یا گروهها به منظور ایجاد تغییر و تحول نا پیوسته در وضع موجود و کارکردهای سازمان به عنوان یک کل تعریف کرد (موغلی، ۱۳۸۲، ۷۹). توانمندسازی نیروی انسانی یکی از اعجاز آورترین رویکردهای توسعه منابع انسانی است که منجر به بالندگی نیروی انسانی شده و در نهایت به توسعه و بالندگی و اثربخشی سازمانی می انجامد. لذا آن برای هر سازمانی یک ضرورت به حساب می آید (بوجی دیوید و همکاران، ۲۰۰۱). سازمانهای امروز، نیازمند افرادی هستند که بتوانند بهترین استفاده از تکنولوژی پیشرفته را ارائه دهند و نوآوریها را بیابند و بتوانند محصولات و خدمات خود را بهبود بخشند. (اسمیت، ۱۳۸۱: ۱۴) هدف توانمندسازی این است که مغزهای افراد را همانند بازوایشان به کار بیندازد. توانمندسازی اشاره به یک حس درونی در افراد دارد که باعث می شود آنان بطور مستقل تصمیمات را در فرآیند کاری خویش اتخاذ نمایند (آرگاریس، ۱۹۹۸). به طور کلی، میان قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی، رابطه معنی‌داری وجود دارد. به کلامی واضح‌تر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و شتابان داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم در منابع انسانی، خود را به دانش و مهارت کارآفرینی تجهیز کند و با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کند. کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به عنوان یکی از ارزان‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است، و فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی برخوردار است. لذا بستر لازم جهت ایجاد کارآفرینی سازمانی، آماده‌سازی فرهنگ آن سازمان خواهد بود. (شاه حسینی و کاوسی، ۱۳۷۹: ۶۳). برای ایجاد کارآفرینی در هر سازمانی در مرحله نخست باید مدیران و کارکنان به آن باور داشته و آن را بپذیرند، و در مرحله دوم، شرایط لازم برای بروز آن در سازمان برای کارکنان مهیا سازند. این امر در صورتی امکان‌پذیر می‌باشد که سازمان از فرهنگ مناسبی برخوردار باشد (چاوش باشی، ۱۳۸۷: ۸۹).

در این فصل به بیان مساله، اهمیت و اهداف تحقیق پرداخته می شود و بعد از آن تعاریف نظری و عملیاتی واژه ها و در آخر خلاصه این فصل، بیان خواهد شد.

۱-۱- عنوان تحقیق

بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و توانمندسازی کارکنان با کارآفرینی در شرکت سهامی آب منطقه ای شهر کرمان

۱-۲- بیان مسئله

اندیشمندان سازمانی به این نتیجه رسیده اند که تنها مدیریت کردن برای هدایت سازمان کافی نیست بلکه اگر رفتار به طرز صحیح در جهت هدف های سازمان هدایت شود سازمان قطعا به هدف های خود خواهد رسید. موضوع رهبری در دنیای امروز از اهمیت ویژه ای برخوردار شده تا به نیازهای روحی و روانی انسان در سازمان پاسخ دهد. همه مدیران اعم از نوع سازمان و بخش های مختلف آن به رهبری و سرپرستی کارکنان خود می پردازند. در واقع لازمه ی مدیریت بر دیگران رهبری کردن است با توجه به این که امروزه سازمان ها در محیط های پویا و پر از تغییر و تحول فعالیت می کنند لازمه ی بقا در چنین شرایطی ایجاد تغییرات و تحولات مستمر سازمانی است و رهبری و مدیریت اساسی در این تغییر و تحولات دارد. تحولات سازمانی نیاز به رهبران تحول آفرین دارند و مطالعات مربوط به این امر نقش قاطع رهبری در این اوضاع را تأیید می کند (فرجامی، ۱۳۸۶).

رهبری عبارت است از توانایی اعمال نفوذ برگروه و سوق دادن آن به هدف های مورد نظر (رابینز، پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۴: ۲۱۷). در عصر حاضر روند تغییرات و تنوع ابزار مورد استفاده در جریان زندگی هر روز بیشتر می شود سرعت تغییرات و دگرگونی به حدی است که هیچ یک از افراد بشر حتی در یک قرن گذشته پیش بینی چنین تغییراتی را نمی کرد، رقابت جهانی و تجارت رو به رشد در شرق و غرب در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه فضایی به شدت ناپایدار برای تمامی کسب و کارها ایجاد کرده است؛ در چنین شرایطی مدیریت و رهبری ساکن و بی تحرک نمی تواند مدت زیادی به طول انجامد و موج یا آن را غرق می کند و یا کشتی این مدیریت و رهبری در گل فرو رفته باقی می ماند. دیدگاه های بسیاری از نظریه پردازان نیز حاکی از آن است که سازمان های امروزی نمی توانند روند و سرعت تغییرات را متوقف سازند بلکه می توانند تردیدها، نوسانات و بی ثباتی ها را به فرصت هایی برای آموختن، تطابق و هم خوانی مطلوب تبدیل کنند جهت مقابله با این محیط نامطمئن و تغییرات مداوم نیاز به افرادی در نقش رهبر به شدت احساس می شود، بدیهی است که رهبری سنتی در هزاره سوم ادامه حیات نخواهد یافت و جهان نیازمند رهبران تحول گرا خواهد بود. رهبری تحول گرا یکی از پارادایم های رهبری در روان شناسی سازمانی است که مورد رضایت گسترده ی زیردستان قرار گرفته است (انصاری و تیموری، ۱۳۸۶).

اقدامات رهبری تحول گرا این امکان را به شرکت می دهد تا به هنگام رقابت در یک محیط متلاطم و غیرقابل پیش بینی عملکرد خود را ارتقاء دهد. هنگامی که اجزای رهبری تحول گرا مکمل سایر اقدامات رهبری به کار رود می تواند به عنوان یک منبع مزیت رقابتی برای شرکت تبدیل شود. در واقع بدون رهبری تحول گرای اثربخش احتمال این که سازمان بتواند به هنگام مواجهه با چالش های اقتصاد جهانی به عملکرد برتر حتی رضایت بخش دست یابد کاهش خواهد یافت (گودرزوندچگینی و دیگران، ۱۳۹۰).

رهبران تحول آفرین خوش بینی جاذبه هوش و تعداد زیادی از سایر توانایی های شخصی را بکار می گیرند تا به ارتقای آرمان های دیگران پرداخته و افراد و سازمان را به سمت بالاتری از عملکرد انتقال دهند (میننگ و کرتیس، ۲۰۰۳: ۲۵). نیروی انسانی هر سازمانی به عنوان استراتژیکی ترین عامل، مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است، وجود نیروی انسانی کارآمد و توانمند نسبت به انجام وظایف و ارائه خدمات نتایج مطلوب تری را برای سازمان به ارمغان خواهد داشت. بی شک برای دستیابی به یک سازمان کارا و اثر بخش استفاده از نیروهای انسانی که یکی از ارزش ترین سرمایه هر سازمان است امری اجتناب ناپذیر است. توانمندسازی منابع انسانی، ابزاری است بسیار کارآمد بر پایه نگرش تحول ساز مدیریت به گونه ای که با به کارگیری آن، سازمان ها می توانند گام های بسیار بلند و سریعی در مسیر توسعه و رشد بردارند. از آن جا که انسان محور تحولات سازمانی است، برای دستیابی به تراز بالندگی قابل قبول سازمانی باید به ارتقای تراز منابع انسانی پرداخت و آن ها را از درون رشد داد که این مهم از راه راه کارهایی مانند: ارتقای سیستم شایسته سالاری، سیستم توسعه شغلی، سیستم غنی سازی شغلی، سیستم مشارکت، سیستم توان بخشی نیروی انسانی، سیستم عقلانیت رفتاری و ایجاد ذهنیت فلسفی، امکان پذیر است. هم چنین مشارکت کارکنان و توان بخشیدن به آن ها، از فنون جدید برای آزادسازی استعداد و توانش انسان در سازمان ها است که شامل چهار جزء کلیدی، شامل: قدرت، اطلاعات، دانش و مهارت و پاداش است هم چنین توانمندسازی به عنوان یکی از ابزارهای سودمند ارتقا کیفی کارکنان و افزایش اثربخشی سازمانی تلقی می گردد. به منظور کسب موفقیت در محیط در حال تغییر کسب و کار امروزی، سازمان ها به دانش، نظرات، انرژی و خلاقیت کلیه کارکنان، اعم از کارکنان خط مقدم تا مدیران سطح بالا، نیازمندند. جهت تحقق این امر، سازمان ها از طریق توانمندسازی کارکنان مربوطه به منظور تشویق آنان به ابتکار عمل بدون اعمال فشار، ارج نهادن به منافع جمعی سازمان با کمترین نظارت و انجام وظیفه به مالکان سازمان، اقدام می نمایند. توانمندسازی کارکنان را قادر می سازد تا در مواجهه با مشکلات و تهدیدها، از مقاومت و انعطاف پذیری بیشتری برخوردار باشند. لذا می تواند به عنوان منبعی که از آسیب پذیری کارکنان جلوگیری نماید و بذر امید را در شرایط بحرانی از جمله انهدام سرمایه های مالی و از بین رفتن زندگی انسانی، در دل آنان بکارد، مفید واقع گردد. و با توجه به دگرگونی های سریع و پرشتاب دانش و معلومات بشری، همه چیز به شدت در حال

تغییر و تحول است. از آن جا که منابع انسانی مهم ترین عامل و محور سازمان ها محسوب می شوند، تجهیز و آماده سازی منابع مزبور برای مواجهه با تغییرات، از اهمیت ویژه برخوردار است و کلیه سازمان ها با هر نوع ماموریتی باید بیشترین سرمایه، وقت و برنامه را به پرورش انسان ها در ابعاد مختلف اختصاص دهند بسیاری از سازمان ها راه حل این مساله را اجرای برنامه های توانمند سازی تشخیص داده و تلاش کرده اند زمینه لازم برای پرورش کارکنان توانمند را فراهم نمایند. در نتیجه بسیاری از سازمان ها، ضرورت اجرای برنامه های توانمندی منابع انسانی را تشخیص داده و تلاش کرده اند با اجرای این برنامه ها زمینه لازم برای پرورش کارکنان توانمند را به وجود آورند. و از آن جایی که کارآفرینی راه حلی برای مشکلات اقتصادی امروز می باشد. توسعه و ترویج کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران می باشد. در شرایطی که کاهش سرمایه گذاری در اقتصاد کشور از یک سو، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان های دولتی و وابسته به دولت از دیگر سو و خیل تازه واردان به عرصه کار ازسوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان مبدل کرده است به نظر می رسد که توسعه کارآفرینی در ایران یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (پیکارجو، علی اصغری، ۱۳۸۷: ۶۷). شومپیتر کارآفرین را کسی می داند که تمایل به ریسک کردن دارد تا یک محصول جدید، روش جدید و خدمت جدید یا بازار جدید ایجاد کند. و دراکر نیز کارآفرینی را منظری برای تغییر می داند و کارآفرین را فردی که همیشه در جست و جوی تغییرات است و نسبت به آن از خود واکنش نشان می دهد می داند (مقیم، ۱۳۸۴: ۲۴). ولی این رهبری است که سازمان را قادر به حفظ موقعیت غالب در صنعت خود می کند. سازمان های کارآفرین با بنا نهادن آینده بر گذشته خود، برای آینده ایجاد اشتیاق و هیجان می کنند. رهبرانی که می خواهند سازمان ها را تجدید حیات نمایند باید سطح یکسانی از انرژی برای رویارویی با آینده ای که متفاوت از گذشته است را ایجاد کنند (علیرضا شیروانی، ۱۳۸۹: ۲). از جهتی دیگر تحولات سریع علم و فناوری در چند دهه اخیر، ارکان نظام های اجتماعی را تحت تاثیر قرار داده و چالش هایی به همراه آورده است افزایش جمعیت در کشورهایی در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید همگی سبب توجه نهادها و مقامات مسئول در این کشورها به این نیازها و چاره اندیشی بنیادی یا مقطعی برای آن ها شده است افراد، سازمان ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پر شتاب همگام کنند، دچار حالت ایستایی و توقف و سکون شده، بی شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار شکست می شوند.

سازمان های امروزی برای حفظ و بقای خود در محیط متحول و رقابتی باید تغییرات عمیق و همه جانبه ای در آرمان ها، اهداف، سیاست ها، باورها، اندیشه ها و غیره بدهند. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین المللی همراه شده و فرآیند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و