

عنوان مقاله:

مدل جامعه شناختی توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی چشم اندازهای نوین در حسابداری، مدیریت و کارآفرینی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

هانیه ابریشم چی - کارشناسی ارشد کارآفرینی سازمانی

سیدعلیرضا انوری - دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

درمدل جامعه شناختی توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی باید به توسعه نظامی مشترک از باورها، ارزش ها و هنجارهای اعضای یکسازمان که بر اساس ارزش نهادن به خلاقیت و توجه بیشتر به افراد خلاق می شود توجه نمود. تحقیق حاضر با هدف توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه مدیران شرکتهای شهر مشهد می باشند و حجم نمونه 117 نفر ازمدیران این شرکتهای است. به منظور شناسایی مدل مناسب توسعه فرهنگ کارآفرینی مدل های مختلف کارآفرینی سازمانی از جمله فرهنگ کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن، فرهنگ کارآفرینانه وین اسلو، محیط کارآفرینانه اکوال، الگوی کارآفرینی عمقی سانه، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه موریس و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه مک گوایر، مدل فرهنگ کارآفرینی وبر و پارسونز بررسی و عوامل موثر و مشترک تمامی مدلها در سه بخش فردی، سازمانی و اجتماعی دسته بندی شدند. نتایج تحقیق نشان می دهد که در بین عوامل فردی مهمترین عوامل شامل خلاقیت، ریسک پذیری، اعتماد به نفس، مسئولیت پذیری، مهمترین عوامل سازمانی شامل کشف فرصت، نوآوری، انتقادپذیری، مشارکت و تحرک شغلی و مهمترین عوامل اجتماعی شامل فرهنگ غالب کار، سیاستهای حمایتی، جامعه پذیری، آموزش و نگرش به کارآفرینی می باشد. در نهایت بر اساس مدل جامعه شناختی فرهنگی یعنی نهادینه سازی رفتارها برای هرعامل راهکارها ارائه گردیده است.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، جامعه شناختی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1143021>

