

عنوان مقاله:

کارآفرینی سازمانی؛ تعاریف، مفاهیم و الگوها

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ناصر شاهنازیان - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی سازمان مدیریت صنعتی تبریز و دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی

پریوش رضائی - دانشجوی رشته مدیریت آموزش در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

محمدرضا بذلی - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

سعید عبدحافظ - دانشجوی رشته مدیریت اجرایی در پردیس ارس دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

شکی نیست که سازمانهای سده بیست و یکم با تحولات پر شتاب و تهدیدهای گسترده منطقه ای، ملی و بین المللی روبه رو هستند و تضمین و تداوم حیات و بقای سازمانها نیازمند یادگیری سازمانی و کارکنان آن و یافتن راه حلها و روشهای جدید مقابله با مشکلات است که این امر مهم، به نوآوری، ابداع، خلق محصولات یا خدمات، فرایندها و روشهای جدید بستگی زیادی دارد. ابزار کلیدی در نیل به این امر، کارآفرینی سازمانی است. کارآفرینی سازمانی راهی برای بازآفرینی قابلیت های اقتصادی و سازمانی محسوب شده و نقش مهمی در تثبیت موقعیت رقابتی دارد. کارآفرینی سازمانی باعث می شود تا سازمان ها و جوامع در مسیر توسعه قرار گرفته و حرکت رو به جلویی داشته باشند. این موارد گواه این حقیقت است که کارآفرینی نقشی تعیین کننده و راهبردی در زندگی نوین سازمانی دارد. در این مقاله در صدد هستیم تا مروری بر ادبیات کارآفرینی داشته و به تشریح کارآفرینی سازمانی بپردازیم.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، سازمان کارآفرین، خلاقیت، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286627>

