

عنوان مقاله:

ضرورت فرهنگ و گرایش کارآفرینانه در سازمانها

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سید محسن علامه - استادیار، دکتری مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

سعید شریفی - مربی، دکتری مدیریت برنامه ریزی فرهنگی گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان

بهنام خانی - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی فرهنگی، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان

فائقه امیرخانی - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی فرهنگی، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان

خلاصه مقاله:

اهمیت نقش فرهنگ به عنوان پارامتری کلیدی در شکل گیری گرایش کارآفرینانه فرهنگی و کارآفرینی در یک جامعه بسیار حائز اهمیت است. به طوری که می توان فرهنگ را یک عامل موثر در شدت و یا کاهش کارآفرینی در یک جامعه دانست. از طرفی نقش کلیدی فرهنگ در رشد همه جانبه سرمایه های انسانی یک جامعه می تواند بر گرایش کارآفرینان و فرهنگ کارآفرینی بسیار اثر گذار باشد. اهمیت موضوع حاضر از این نظر است که گرایش جامعه برای ایجاد استقلال، ریسک پذیری، نوآوری و کارآفرینان (که از ویژگی های مهم کارآفرینی است) و شرکت های پیشرو به بنیاد فرهنگی جامعه بستگی خواهند داشت. پژوهش حاضر در صدد تبیین نقش فرهنگ در کارآفرینی است که بدین منظور از مدل فرهنگی هافستد استفاده شده است. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی - تحلیلی است، و روش جمع آوری اطلاعات اسنادی است. بررسی ها در این تحقیق نشان داد که فقط کشورهایی با گرایش های خاص فرهنگی سبب ایجاد گرایش کارآفرینانه قوی خواهند شد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، گرایش کارآفرینانه، مدل فرهنگی کارآفرینی، مدل هافستد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/380389>

