

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر فرهنگ کارآفرینی و بهبود خلاقیت و نوآوری در سازمانهای دولتی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن 21 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

ابوالقاسم عربیون - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

محمد مهدی شایع ثانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

سازمانهای امروزی دریافته اند که تنها راه نیل به توسعه از مسیر کارآفرینی می گذرد کارآفرینی نیز به منظور رشد و نمو نیازمند وجود فرهنگ خاصی است فرهنگ کارآفرینی مجموعه ارزشها، نگرشها و هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می دهد این فرهنگ از کارآفرینان تغییر و نوآوری ریسک پذیری یادگیری سازمانی، آینده نگری، مشتری گرایی و کارگروهی حمایت می کند. با توجه به اینکه، ارزشها، هنجارها و اعتقادات موجود در یک سازمان، می توانند پشتیبان یا مانعی بر سر راه خلاقیت و نوآوری بسته به چگونگی تاثیرگذاری آنها بر رفتار فردی و گروهی، باشند مقاله حاضر ضمن بررسی رابطه ما بین خلاقیت، نوآوری و فرهنگ سازمانی به ارابه مدلی برگرفته از شاخصهای فرهنگی سازمانی می پردازد که مبتنی بر تئوری سیستمهای باز و با هدف ارائه رویکردی کلی در تشریح تاثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر نوآوری و خلاقیت سازمانی مورد تحلیل واقع شده است. یافته ها نشان می دهد افرادی که فرهنگ بازتری نسبت به کارآفرینی دارند تمایل بیشتری نسبت به کارآفرینی دارند و ابعاد فرهنگی موثر بر کارآفرینی شامل فاصله طبقاتی اجتناب از شک، فردگرایی، مردانگی و انگیزه پیشرفت می باشد همچنین معلوم شد که افراد کارآفرین دارای خود مختاری، خلاقیت، ریسک پذیری بهره وری و پشتکار رقابتی می باشد نتیجه می گیریم چنانچه بخواهیم کارآفرینی را گسترش دهیم ابتدا باید فرهنگ آفرینی را نهادینه کنیم.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، خلاقیت، نوآوری، فرهنگ سازمانی، فرهنگ کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/538087>

