

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین فرصت های کارآفرینی سازمانی موثر بر احساس امنیت شغلی

محل انتشار:

اولین همایش ملی کارآفرینی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فرشاد بزرگی - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی

لیلا مددی - دانشجوی کارشناسی ارشد

سارا مددی - دانشجوی کارشناسی ارشد

خلاصه مقاله:

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان طی می کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرینان انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت های فردی یا گروهی را به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی به ثمر برسانند. هنگامی که فعالیت کارآفرینی توسط فرد یا گروه کارآفرین در داخل یک سازمان انجام بگیرد، به آن کارآفرینی سازمانی گویند نتیجه این نوع کارآفرینی معمولاً ایجاد یک واحد سازمانی جدید در داخل سازمان، طراحی و عرضه محصولات یا خدمات جدید و ایجاد ارزش های نوین مانند شبکه های توزیع مدرن، شیوه های بازاریابی مبتنی بر شبکه های اجتماعی و اینترنت و غیره، برای سازمان می باشد. ریشه های مفهوم فرصت در مکتب اقتصادی اتریش یافت شده است. پیروان مکتب اتریش فرض می کنند که بازارها از افرادی که اطلاعات متفاوتی دارند ساخته شده است (هایک، 1954). داشتن اطلاعات خاص به افراد اجازه می دهد فرصتهای خاصی را که دیگران نمی بینند، ببینند، حتی اگر آنها فعلاً چنین فرصت هایی را جستجو نکنند. تفاوت های موجود در اطلاعات باعث می شود افراد ارزش متفاوتی در یک کالا یا خدمت معین ببینند و قیمت های متفاوتی برای بدست آوردن آن پیشنهاد کنند. با خریدن یا فروختن کالاها و خدمات در پاسخ به کشف اختلافات قیمتی، یک شخص می تواند منفعت کارآفرینانه ای را بدست بیاورد یا ضرر و زیان کارآفرینانه ای را متحمل شود. این فرایند تصمیم گیری درباره قیمت ها اقتصاد را از عدم تعادل به سمت تعادل سوق می دهد. با توجه به تعریف لغوی امنیت، میتوان امنیت شغلی را شرایطی تصور نمود که فرد در معرض خطر از دست دادن شغل یا تغییرات شغلی نباشد و برابری به شغل مناسب، ایمنی لازم را احساس کند. در واقع امنیت شغلی به این مسیله توجه دارد که اشتغال کارگران به خطر نیفتد و کارگر خود را از هر گونه تهدید از دست دادن شغل مصون و ایمن بداند.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/805743>

