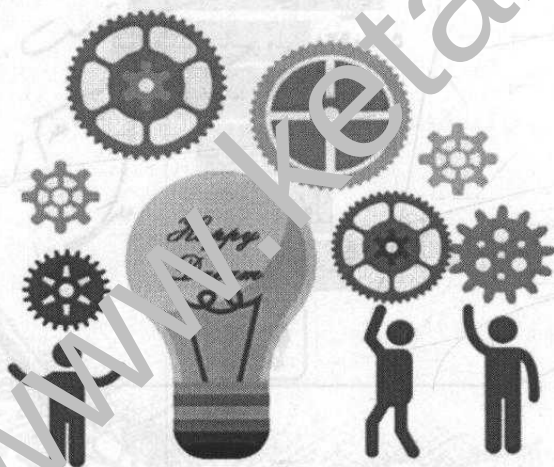


!!! درست باش !!!



علی محمد زاده مقدم

عنوان و نویسنده: کار درست باش!!!

سر شناسه: علی محمدزاده مقدم، ۱۳۷۱

ویراستار: یگانه غلامی

مشخصات نشر: شیروان: آوای شرق، ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸۶۲۲۹۵۲۴۴۴۲

رده بندی کنگره:

HB۱۳۹۷ ۲۵۲۶۷/۶۱۵

رده بندی دیویی: ۰۴/۳۳۸

شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۵۰۶۳۸

طابع جلد: یگانه غلامی

ترا: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: این

بهاء: ۱۱۰۰۰ تومان



فهرست

۹.....	مقدمه.....
۱۵.....	جو سازمانی.....
۱۶.....	معانی جو.....
۲۳.....	عوامل موثر در جو.....
۲۷.....	انواع جو.....
۲۹.....	ابعاد جو.....
۳۰.....	کار آفرینی.....
۳۳.....	تعاریف کار آفرینی.....
۳۵.....	ماهیت کار آفرینی.....
۴۲.....	سیره تاریخی کار آفرینی.....
۴۵.....	کار آفرینی از دیدگاه اقتصاددانان.....
۴۷.....	کار آفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری.....
۴۹.....	کار آفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت.....
۵۱.....	انواع کار آفرینی.....
۵۴.....	عوامل موثر بر کار آفرینی.....
۵۴.....	کار آفرینی سازمانی.....
۵۵.....	تعریف کار آفرینی سازمانی.....
۵۷.....	اهمیت کار آفرینی.....
۵۸.....	اهداف کار آفرینی.....
۵۹.....	ویژگی کار آفرینی سازمانی.....
۶۰.....	نتایج کار آفرینی.....

۶۰.....	توسعه کار آفرینی.....
۶۲.....	موانع و مشکلات کار آفرینی.....
۶۳.....	عوامل تسهیل کننده کار آفرینی.....
۶۴.....	تفکر استراتژیک.....
۶۷.....	منابع.....

www.ketab.ir

تغییر و تحول در سازمان‌های امروزی به قدری سریع، چند جانبه، پیچیده و فراگیر است که سازمان‌ها بدون پیش‌بینی، همگامی و تطابق با آن قادر به ادامه حیات، رشد، بالندگی و توسعه نمی‌باشند. تا دو دهه قبل، سازمان‌های زیادی در صحنه رقابت داخلی می‌توانستند با پیگیری اهداف کمی و اقتصادی به حیات خود ادامه دهند، اما با بین‌المللی شدن رقابت (یعنی امتداد اهداف ملیت به فرا ملیتی) و اهمیت یافتن اهداف کیفی و فرا اقتصادی، سازمان‌ها دیگر بدون توسعه قادر به ادامه حیات نمی‌باشند و توسعه و پیشرفت آنها بدون واکنش مناسب و پاسخ آگاهانه به شرایط محیطی متحول و پویا ممکن نیست (ساعتچی، ۱۳۸۰).

واکنش متناسب و پاسخ آگاهانه به تحولات پیچیده، سازمان‌ها را در جایگاه نظری سیستم‌های باز اجتماعی قرار می‌دهد. سیستم‌هایی که تغییر و توسعه دائمی، جزء جدایی ناپذیر ماهیت آنهاست و بنابراین سازمان‌ها به عنوان سیستم‌های باز اجتماعی باید مکانیزم‌ها و ساختارهای داخلی خود را با توجه به اصل تنوع ایجابی^۱ بنا به پیچیدگی محیط، تنوع و پیچیده سازند و در تعامل قطع ناشدنی با محیط، هم در عناصر اصلی تشکیل دهنده خود (ساختار، کارکردها، نقش‌ها، رفتارها و اهداف) و هم در بعضی از عناصر محیطی تغییراتی را به وجود آورند. حال اگر این تغییرات و پاسخ‌های آگاهانه به تحولات محیطی بر مبنای مدل و الگوی خاص و معینی صورت گیرد، باعث استمرار و استمرار یک یا چند عامل و یا ارزش جدید محیطی در داخل سازمان می‌گردد. بدین نحو که عوامل و ارزش‌های فوق در سطوح مختلف سازمان فراگیر باشد و نهایتاً

1. Requisite Variety

به صورت یک یا چند هنجار جدید مورد پذیرش اکثریت افراد سازمانی قرار می‌گیرد و عوامل و این ارزش‌ها بصورت یک یا چند واقعیت اجتماعی در سازمان مستقر شده و جو کارآفرینی در آن سازمان شکل می‌گیرد (سلطانی تیرانی، ۱۳۷۸).

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشسازی سوق می‌دهد، و در تعادل با محیط اتفاق می‌افتد. حوزه‌هایی مانند جو سازمانی، استراتژیک‌های سازمان و فعالیت‌های مدیریت به عنوان عواملی مطرح شده‌اند که کارآفرینی سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (صمدآقائی، ۱۳۸۲). بنابراین به نظر می‌رسد که محیط نقش مهمی در فرایند کارآفرینی سازمانی داشته باشد. محیط پویا، ناهمگون یا خصمانه، تأثیرات متفاوتی بر کارآفرینی در سازمان به جا می‌گذارد. از طریق فعالیت‌های مدیریت می‌توان به نقش مدیریت به عنوان تسهیل‌گر و ترویج دهنده کارآفرینی سازمانی (صمدآقائی، ۱۳۸۲). در این میان آموزش و پرورش به عنوان یکی از با ارزش‌ترین سازمان‌ها و منابع علمی و تحقیقاتی هر جامعه در جهت پیشرفت و تعالی می‌باشد. آموزش با سرعتی بیشتر و کیفیتی بالاتر نسبت به گذشته باید انجام شود و در جهت نیل به این هدف است که وسایل پیشرفته امروزی در جهت تقویت خلاقیت و تفکر انتقادی باید مورد استفاده قرار گیرد (دوایی، ۱۳۷۵).

وصول اهداف متفاوت آموزشی، پژوهشی و پیشرفت و ترفی و حضور در عرصه‌های بین‌المللی، منوط به حضور جوی پویا و نوآورانه در محیط آموزش و پرورش است. ایده‌های نو و بدیع در قالب کارآفرینی سازمانی، همچون روحی در کالبد آموزش و پرورش دمیده می‌شود و تمامی جنبه‌های حیات سازمانی، ساز و کارها، فرآیندها، فعالیت‌ها و جنبه‌های خرد و کلان آنها را حیاتی دوباره

بخشیده، موجب رشد، توسعه و بالندگی شده، قابلیت‌ها، امکانات و فرصت‌های جدید را برای فعالیت‌ها، برنامه‌های سازمانی و فن‌آورانه و نیز ارتقای کیفیت و بهبود حیات کاری آنها ایجاد می‌نماید. متأسفانه در اکثر سازمان‌های ما، کارآفرینی جایگاه مناسب و لازم خود را پیدا نکرده و با نوآوری به صورت امری مقطعی و موردی برخورد می‌شود و حتی در حوزه مطالعات نظری و تحقیقاتی نیز به ندرت بدان توجه شده است (سلطانی تیرانی، ۱۳۷۸).

در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود، رابطه معنی‌داری برقرار سازند. به عبارتی دیگر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکتی را به پیش و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش، مهارت کارآفرینی مولد، تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندسازی، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند (کردنائیج، ۱۳۸۴).

تحقیقات در زمینه ی کارآفرینی ثابت کرده است که شرایط محیطی یک سازمان بیشترین مساعدت را در رشد کارآفرینی سازمانی دارند (آدن^۲، ۱۹۹۷؛ هلارد^۳، ۱۹۹۵؛ اسکول همز^۴، ۱۹۸۲) (وی لیانگ تن^۵، ۲۰۱۱) و برای رشد و

^۱ Oden

^۲ Hullar

^۳ Schollhammer

4. Wee-Liang Tan

شکوفایی کارآفرینان و نهایتاً نهادینه کردن کارآفرینی در سازمان‌ها، نیازمند جو و محیطی همگام با این مهم هستیم. در کارآفرینی، در یک سمت فرد و در سمت دیگر جو و محیط وی قرار دارد.

بر این اساس، فرهنگ و جو سازمانی اثر زیادی روی پدیده کارآفرینی خواهد گذاشت (آقاجانی، ۱۳۸۵). جو سازمانی عبارت است از مجموعه‌ای از حالات، خصایص یا ویژگی‌های حاکم بر یک سازمان که آن را گرم، سرد، قابل اعتماد، غیر قابل اعتماد، ترس‌آور یا اطمینان‌بخش، تسهیل‌کننده یا بازدارنده می‌سازد و از عواملی نظیر رضایت‌شغلی، شخصیت، رفتار، سوابق، نوع مدیریت، روحیه، انگیزش، ساختار، تکنولوژی و غیره به وجود می‌آید و سبب تمایز دو سازمان مشابه از هم می‌شود (مراتب، ۱۳۶۹).

مفهوم جو سازمانی بر این رفعت دلالت دارد که رفتار انسانی در سازمان فقط بر اثر تعامل با رویدادهای مستقیم و بلاواسطه شکل نمی‌گیرد، بلکه تحت تأثیر تعامل نیروهای نامحسوس و ناپیدای سازمانی نیز قرار می‌گیرد. جو سازمانی ادراکاتی است که افراد از جنبه‌های گوناگون محیط سازمان دارند (مزدارانی، ۱۳۷۸).

جو سازمانی دارای ابعاد گوناگونی است که به وسیله ادراکات سایر اعضاء و سازمان از تعامل‌های سازمانی سنجیده می‌شود. مدیران و کارمندان گروه‌هایی هستند که ادراکات آنها منبع معتبری برای سنجش جو سازمانی در ادارات تربیت بدنی آموزش و پرورش است (مراتب، ۱۳۶۹). برای روح کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد. زمانی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، جو یا محیط کارآفرینی نامیده

می‌شود (هادی زاده مقدم، ۱۳۸۴). اگر چه تحقیقات تجربی کمی در زمینه بررسی ارتباط بین جو سازمانی و قصد کارمندان به کارآفرین شدن و شرکت واقعی آنان در این چنین فعالیت‌هایی وجود دارد (وی لیانگ تن، ۲۰۰۲)، اما سازمان به عنوان یک خرده سیستم اجتماعی، نزدیک‌ترین رابطه را با کارآفرینی دارد (پترس و واترمن، ۱۹۸۲).

کارآفرینی نیز فرآیند بلند مدت آموزشی و پژوهشی است که مستلزم برنامه‌ریزی، برنامه آموزشی و پژوهشی است و اجرای برنامه‌های آن از سطح خانواده و مدرسه تا سطح دانشگاه و سازمان گسترده شده و ادامه دارد و باعث می‌شود تا افراد با آشنایی از تخصص و قدرت ابتکار، خلاقیت، و خطرپذیری و نیز امکانات، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند.

جامع‌ترین فهرست از ریزنی‌های سازمان‌های کارآفرین که منعکس کننده فرآیندها، ارزش‌ها، ویژگی‌ها، ساختاری و... مرتبط با جو سازمانی است عبارتند از: ریسک‌پذیر هستند؛ نوآور باقی می‌مانند؛ بر نتایج تمرکز دارند؛ کارهای فنی انجام می‌دهند؛ انعطاف را حفظ می‌کنند؛ به سازمان به عنوان یک سیستم نگاه می‌کنند؛ تغییر را خوب می‌پندارند؛ اشتباهات را می‌پذیرند و از آن یاد می‌گیرند؛ معتقدند مدیران از هیچ، چیزی را می‌سازند و برانگیخته می‌شوند (جانسون، ۲۰۰۱).

سازمان‌هایی با جو محافظه کارانه، اجازه انجام کارهای نوآورانه را از کارآفرینان سلب می‌کنند، و این خود، عامل مهمی در کاهش انگیزه آنهاست. به نظر بارینجر و بلودورن^۱ (۱۹۹۹) برای اینکه سازمان کارآفرین باشد، برای نتیجه-

۱. Barinjer & Bluedorn

۲. Conducive Environment

بخشی فعالیت افراد کارآفرین، سازمان باید دائماً با شناخت فرصت‌های جدید و انجام اقدامات لازم برای شکار این فرصت‌ها و به دنبال آن کنترل بیشتر بر محیط، سودآوری خود را افزایش دهد. ولی سازمان‌های محافظه‌کار در برنامه-ریزی خود هرگز به فرصت‌های جدید نمی‌اندیشند و تأکیدی بر شناخت فرصت‌ها و مناسب بودن ایده‌های جدید نمی‌کنند. تغییر و تحول، ریسک از دست دادن قدرت را برای صاحبان آن در سازمان به دنبال دارد. ارائه ایده‌های جدید و به دنبال آن شناخت فرصت‌ها می‌تواند منجر به تغییراتی گردد که آینده مشخص ندارد. بنابراین سازمان‌های موفق به دلیل ابهام نسبت به آینده، ایده‌های جدید را سرکوب می‌کنند. این عامل بازدارنده کارآفرینی، فرآیند نوآوری در سازمان را سرکوب می‌کند، مگر اینکه جو حاکم بر سازمان جوی ریسک‌پذیر بوده، افراد حاضر باشند برای امتحان ایده‌ها و فرصت‌های جدید، تن به خطر دهند. در چنین جوی، است که سازمان می‌تواند افراد کارآفرین را در خود بپروراند.

سازمان‌هایی که بر کارآفرینی تأکید می‌کنند، همچنین دارای انعطاف سازمانی هستند که به کارمندان اجازه عبور از مرزهای ساختارهای سازمانی موجود را می‌دهد، و از تمایلات حسودانه که مانع نوآوری است جلوگیری می‌کند. یک جو و فرهنگ کارآفرین، به نوآوران و تیم‌هایشان اجازه ادامه فعالیت با پروژه را می‌دهد (مک کریمون، ۱۹۹۵). یک محیط مساعد به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا استعدادهای خلاق و کارآفرین کارمندان و مدیران را بالا بیاورند (زاهرا، هورنسبای و کوراتکو، ۲۰۰۲).