

کارآفرینی و خلاقیت سازمانی

دکتر حوریه فیض آبادی

مهندس سعید علانی

سرشناسه	فیض آبادی، حوریه، ۱۳۴۹-
عنوان و نام پدیدآور	کارآفرینی و خلاقیت سازمانی/حوریه فیض آبادی، سعید علایی
مشخصات نشر	تهران: ویهان، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	۱۰۰ ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۵۹۱-۷۷-۵
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	کارآفرینی
موضوع	Entrepreneurship
موضوع	فرهنگ سازمانی
موضوع	Corporate culture
شناخت افز	علایی، سعید، ۱۳۵۸
رده بندی کنگره	HB۶۱۵
رده بندی یوبی	۶۵۸/۴۲۱
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۸۳۹۶۱

عنوان کتاب	کارآفرینی و خلاقیت سازمانی
ناشر	انتشارات ویهان
مؤلف	حوریه فیض آبادی، سعید علایی
ویراستار	الهام کسائی ویر
مدیر تولید	آموزشگاه شریف یار
صفحه آرا	الهام کسائی پور
طراح جلد	محدثه حاجی
شمارگان	۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	اول، ۱۳۹۸
چاپ و صحافی	آموزشگاه شریف یار
ناظر چاپ	حمیدرضا خاشعی و رنامخواستی
قیمت	۳۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۹۱-۷۸-۲
ISBN: 978-622-6591-78-2

همه حقوق برای ناشر محفوظ است

دفتر پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، کوچه انوری، پلاک ۱۴

شماره های تماس: ۰۹۱۲۵۲۷۹۲۴۸-۰۹۱۹۶۸۳۷۱۵۲-۶۶۱۷۵۷۹۱

دفتر موسسه شریف یار: فلکه دوم صادقیه، خ اشرفی اصفهانی، خ سازمان آب غربی، ساختمان نور قائم، پلاک ۱

شماره های تماس: ۰۹۰۲۰۰۸۹۱۲۹-۴۴۰۲۰۲۴۱

شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور در سال‌های اخیر موجب شده که مقوله کارآفرینی در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه به ویژه در ابعاد پژوهشی کارآفرینان مورد عنایت قرار گیرد. امروزه مبحث کارآفرینی تمامی حوزه‌های مختلف سازمانی را تحت پوشش قرار داده است. جو کارآفرینی به طور خاص نقش مهمی در تشویق کارآفرینی سازمانی و رفتارهای خلاقانه ایفا می‌کند. عواملی مانند نظام‌های پاداش و کنترل، حمایت مدیریتی و حمایت سازمانی در کارآفرینی سازمانی نقش مؤثری دارد. اهمیت مشارکت مدیریت همچون مشارکت و حمایت مدیریت ارشد و راه و روش خصوصیات حمایتی سازمان همچون حمایت مدیریتی، بارکاری، پاداش، وجود زمان کافی و مرزهای سازمانی به منزله عوامل روی سازمانی، بر کارآفرینی سازمانی مؤثر هستند. جو سازمانی به طور مستقیم یا غیر مستقیم توسط کسانی که در سازمان کار می‌کنند، درک شده است و روی انگیزش و رفتارشان تأثیر می‌گذارد. جو سازمانی باید بتواند عامل بقای سازمان و زمینه رشد سازمانی را در جهت جهانی شدن فراهم نماید. بدون داشتن یک جو سازمانی اثربخش نمی‌توان انتظار فعالیت‌های نوآورانه را داشت. نوآوری در واقع، تغییر و انطباق سرمایه‌های فکری، یادگیری و خلاقیت در زمینه محیط متغیر است که زمینه مناسب برای رشد فرهنگ کارآفرینی را فراهم می‌سازد که از سطح بالای خطر پذیری، خلاقیت، واکنش به تغییرات محیطی، ایجاد تغییر، انعطاف پذیری و آزادی در سازمان به خود ابراز می‌باشد.

از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی فرایند کارآفرینی و خلاقیت است که اساس و بستر ساز تغییر و تحول و دگرگونی است. افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتواند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند دچار وقف سکون و اضمحلال می‌شوند. در این میان افرادی هستند که در زمانی که همگان به عقب‌نشینی و مرج، نابسامانی، تناقض و عدم تعادل اذعان دارند، به دنبال به دست آوردن فرصتی هستند تا بتوانند با ارائه محصول و یا خدمات جدیدی به جامعه، تعادل را برقرار کرده و اوضاع را سامان بخشند و ارزشی از خود برجای گذارند. این افراد که محور توسعه اقتصادی هستند، کارآفرین خوانده می‌شوند. کارآفرینان موجب می‌شوند تا سازمانی از سازمان‌های دیگر پیشی بگیرد و کشوری نسبت به کشورهای دیگر به نحو چشم‌گیر پیشرفت نماید. مسلماً با توجه

به پیچیده شدن سازمان‌ها، رشد تکنولوژی، نو و بدیع بودن علم سازمان‌ها، مدیران به طور روز افزون تلاش می‌کنند، دریابند چگونه سازمان‌های خود را کارآفرین و خلاق سازند تا باعث رشد و موفقیت سازمان‌هایشان شوند؛ بنابراین اگر ایده نو وارد سازمان نشود رو به زوال می‌روند. در واقع برای سازمان‌های امروز خلاقیت و کارآفرینی به مثابه پله‌های نردبان ترقی هستند که باید با آگاهی کامل و موفقیت طی شود.

کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القای ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار هستند، این فرایند نیازمند یک عمل کارآفرینانه و یک عامل کارآفرینانه است. عمل کارآفرینانه به مفهوم سازی و پیاده سازی یک ایده، فرایند، محصول، خدمت یا یک کسب و کار جدید دلالت دارد.

با نگاهی به روند رشد ترسعه جهانی در می‌یابیم که با افزایش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طره عزاینده ای بیشتر می‌شود. کارآفرین می‌تواند مهم ترین تأثیر را بر توسعه اقتصادی داشته باشد؛ ه همین دلیل در تبیین نظریه ی توسعه اقتصادی نقش اصلی را به کار آفرین نسبت می‌داد. بد پذیرفت که عصر تسلط دولت ها بر اجتماعات بشری رو به افول است. اکنون دوران تسلط روحیه ی کارآفرینی فرا رسیده است. در بازارهای پرقابیت جهانی، سرمایه داری بزرگ کلاسیک به سر ر قدرت خود را از دست می‌دهد. فقط کسانی که روحیه ی کارآفرینی دارند، در عرصه ی بین المللی قادر به ادامه ی حیات اقتصادی - اجتماعی می باشند. از این رو در این عرصه ی بین رقابیتی جامعه ای پیشتاز است که از کارکنانی برخوردار باشد که پویا و خلاق باشند، توان رگری منابع مختلف تولید را داشته، بتوانند با کوشش های خلاقانه خود به کسب و کار رگزارند و به بیانی بهتر کارآفرین باشد.

مسلماً با توجه به پیچیده شدن سازمان‌ها، رشد تکنولوژی، نو بدیع بودن علم سازمان‌ها، مدیران به طور روز افزون تلاش می‌کنند، دریابند چگونه سازمان‌های خود را کارآفرین و خلاق سازند تا باعث رشد و موفقیت سازمان‌هایشان شوند؛ بنابراین می‌توان گفت که خلاقیت جوهره ی کارآفرینی و عامل کلیدی موفقیت و بقای سازمان‌هاست که به معنای توانایی ترکیب ایده ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده هاست. با

نوآوری، این اندیشه های نو به محصول تبدیل می شود؛ به عبارت دیگر، در خلاقیت اطلاعات به دست می آید و در نوآوری، آن اطلاعات به صورت های گوناگون عرضه و باعث تغییر دگرگونی در محصول جدید می شود. ایجاد و رشد خلاقیت در سازمان مستلزم وجود عوامل و شرایط مناسب است این عوامل می توانند گوناگون باشند. عده ای معتقدند که موفقیت سازمان ها مبتنی بر وجود افراد خلاق است و بر همین اساس جذب و استخدام افراد خلاق را به سازمان ها پیشنهاد می کنند. این خصوصیات زاینده ی جوی آزاد و مشارکت جویانه و مطلوب و مقصود هزاره ی جدید میلادی است؛ که در حال حاضر رنگ باخته و دیگر نمی توان بر اساس آن برنامه ریزی کرد. لذا برای پرداختن به این مهم ایجاد فضایی مناسب در سازمان ها در اربوبیت قرار می گیرد. سازمان ها به عنوان جامعه ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را بوجود می آورد، باید بتواند در بروز خصایصی چون خلاقت، خردباوری، آینده نگری با ریسک پذیری و تمایل به کامیابی (روحیه ی کارآفرینی) هر کارکنان باشد. ایجاد جو و فضای مناسب و مطلوب که زمینه ی بروز این ویژگی ها را فراهم آورد یکی از وظایف ها و رسالت های مدیران است.

جو سازمانی محیطی است که افراد در آن کار می کنند و منعکس کننده ی نگرش کارکنان و شیوه ی مدیریت سازمان می باشد. مدیران سازمان نیز باید همیشه به فکر بهبود و اصلاح جو سازمانی باشند تا افزون بر نگهداری کارا و اثربخش آن، در افراد ایجاد انگیزه کرده و نیازهای مادی و معنوی آن ها را برآورده کنند. یکی از اندیشمندان این حوزه بر این باور است که وجود یک جو مناسب می تواند نقش محرکی دایمی را برعهده شرف و رفتار کارکنان را در جهت خلاقیت هدایت کند؛ بنابراین می توان گفت اگر سازمان به جوی مناسب برای خلاقیت دارد با بحرانی مواجه شود به آسانی می تواند با برانگیختن توجهات کارکنان خود به سوی حل آن مشکل، بر بحران فائق آید؛ اما در سازمانی با جو نامناسب، جلب این توجهات، مدت بسیار زیادی به طول می انجامد.