

کارآفرینی سازمانی (مدیران نسل سوم)؛ مفاهیم، راهبردها و مدل‌ها

^۱ محلا زارع مهرجردی

^۲ محسن رضایی

^۳ ابوالقاسم عربیون

^۴ سید محمد رضا اکبری

تاریخ پذیرش: ۸۹/۱۱/۱۰

تاریخ وصول: ۸۹/۷/۱۷

چکیده

با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی در جامعه و سازمان‌ها توجه به الگوهای کارآفرینی، توسعه و ترویج آن‌ها خصوصا در سازمان‌ها بیش از پیش احساس می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن اهمیت و گسترش غیر قابل انکار سازمان‌ها در زندگی امروزه مردم توجه به کارآفرینی سازمانی امری ضروری به نظر می‌رسد. هدف از انجام این مقاله ارائه تعریفی از کارآفرینی سازمانی، ابعاد و جنبه‌های آن، عوامل موثر در گسترش و چالش‌های عمده پیش روی آن می‌باشد. با توجه به تحقیقات انجام شده کارآفرینی سازمانی یکی از ابعاد کارآفرینی

^۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران Mahla_zare@ut.ac.ir

^۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

^۳. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

^۴. عضو باشگاه پژوهشگران جوان و دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت

است و با توجه به محیط متغیر کنونی تنها راه پایداری سازمان‌ها استفاده از شیوه‌های نوآورانه یا کارآفرینی در سازمان می‌باشد. از این رو این مطالعه با استفاده از روش مطالعه اسنادی و تطبیقی به جمع‌آوری اطلاعات و سپس با استفاده از چهارچوب‌های موجود به نقد و بررسی این مقوله و در انتها به بررسی موانع اساسی در کارآفرینی و کاربرد دنیای واقعی پرداخته است.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، سازمان، مفاهیم و راهبردها

مقدمه

مفهوم کارآفرینی از آغاز وجود بشر تا به حال همواره در میان جوامع وجود داشته است ولی هرگز به نام و نشان امروزه آن مطرح نشده است به همین خاطر به کارآفرینی به عنوان یک مفهوم و رشته جدید نگریسته می‌شود. کارآفرینی منبع و منشأ تمامی فعالیت‌های بشری، انگیزه افراد خلاق و نوآور و راهی برای افزایش تولید بازدهی منابع در کشورها است. به بیان دیگر کارآفرینی را می‌توان این گونه توصیف کرد:

فرآیندی که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد. کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور، ۱۳۸۷)

کارآفرینی فرایند ایجاد و یا توسعه کسب و کار بر مبنای یک نوآوری، ایده، فکر و یا طرح جدید است. (غلامیان، ویسی، نازکتابار)

جوامع برای ایجاد و توسعه کارآفرینی نیاز به فرهنگ خاصی دارند. در این میان سازمان‌ها با توجه به گستردگی در جوامع و انجام اکثر فعالیت‌ها و نیازها انسان‌ها از طریق بسیج منابع و امکانات نقش بسیار مهمی در توسعه و گسترش کارآفرینی دارند. از این رو از اوایل دهه ۸۰ بعد دیگری از فعالیت‌های کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفت که به آن کارآفرینی سازمانی می‌گویند. در عصر حاضر با توجه به تغییرات و تحولات بسیار زیاد و سریع در محیط، بهره‌گیری مناسب از استعدادها و توانمندی‌های کارکنان سازمان در جهت شناسایی و رسیدگی

به نیازهای واقعی و مهم مشتریان و بهبود خدمات و تولیدات امری حیاتی است. اگر سازمان‌ها دارای افراد خلاق و کارآفرین باشند قابلیت رشد و رقابت با رقبایان در این محیط متغیر کنونی را پیدا می‌کنند. در این راستا شناسایی و آموزش فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی و اهمیت آن در جوامع ضروری به نظر می‌رسد.

در این مطالعه بر آنیم تا با تعاریف داده شده در بالا و جنبه‌های مختلف کارآفرینی سازمانی، عوامل و چالش‌های موثر در آن اهمیت توجه به کارآفرینی سازمانی را در زندگی امروزه واضح و روشن گردانیم. همچنین در ادامه یک مطالعه موردی از کارآفرینی سازمانی به منظور آشنایی بیشتر در این مقوله آورده شده است.

انواع کارآفرینی

۱- کارآفرینی مستقل (فردی): فردی که مسئولیت اولیه وی جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می‌کند و تمرکز او بر نوع‌آوری و توسعه فرایند، محصول یا خدمات جدید می‌باشد (احمدپور، ۱۳۸۷).

۲- کارآفرینی اجتماعی: زمینه نوظهوری است که بویژه در میان سازمانهای غیر انتفاعی رایج گردیده و فعالیت‌های اجتماعی مخاطره‌آمیز، کسب و کار با هدف اجتماعی و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز در زمینه توسعه اجتماعی را شامل می‌شود. (Austin & Stevenson, 2006).

۳- کارآفرینی سازمانی

تعریف کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی کسی است که تحت حمایت یک شرکت، محصولات، فعالیت‌ها و تکنولوژی‌ها جدید را کشف و به بهره‌برداری می‌رساند. (احمد پور، ۱۳۸۷)

کارآفرینی سازمانی در فرایندی سبب خلاق شدن سازمان و تغییر سریع آن در مواجهه با تغییرات می‌شود. (رضانی،).

کارآفرینی سازمانی فرایندی است که فعالیت‌های سازمان را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری و نوآوری سوق می‌دهد (هادیزاده مقدم، رحیمی فیل آبادی،، ۱۳۸۴)
 کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی می‌باشد (شومپتر، ۱۹۳۴)
 فعالیت کارآفرینانه سازمانی می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرایند اثر بخش باشد (مکنزی، دیکامبو، ۱۹۸۶).

فرایند توسعه محصولات و یا بازارهای جدید (جینگ و یانگ، ۱۹۹۰).
 ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چهارچوب شرکت‌های مادر (کوراتکو، متاگو و هورنسبای، ۱۹۹۰).

ابزار شرکت‌ها برای افزایش ثبات اقتصادی شرکت در بلند مدت (مکگرات، بولیند و ونکاتارامن، ۱۹۹۲).

کارآفرینی سازمانی دارای سه بعد است: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات یا فرایندهای جدید و ریسک پذیری (آریلا ۱۹۹۶)
 یک فعالیت نوآورانه در درون سازمان (زاهرا، پیرس، ۲۰۰۳، ص ۲).
 ویژگی بارز در تمامی تعاریف فوق وجه توسعه محصول از طریق نوآوری در روش‌ها و فرایندها می‌باشد.

نتایج و یافته‌ها

ضرورت و اهمیت کارآفرینی سازمانی:

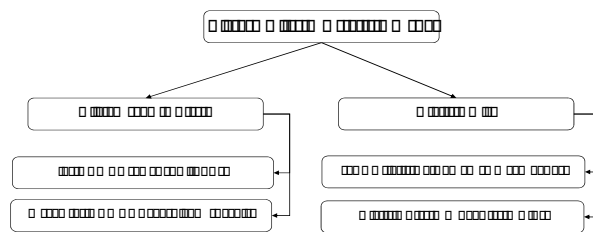
در محیط پیچیده امروزی با تفاوت‌های فاحش در طرز تفکر، ایدئولوژی، سلیقه، ارزش‌های اجتماعی و روش‌های انجام کار یقیناً انجام کار سازمانی بسیار مشکل خواهد بود در چنین محیطی سازمان‌ها با ابهام و پیچیدگی رو به رو هستند و تنها راه نجات آنها به سوی

پایداری و کارآمدی استفاده از شیوه‌های خلاقانه و نوآورانه در جهت انعطاف پذیر تر کردن شرایط، بهره‌گیری از فرصت‌ها به سود خود و رقابت با رقبای است. از سوی دیگر نوآوری‌های سازمان‌ها به علت دستیابی گسترده رقبای به اطلاعات و منابع اطلاعاتی به سرعت تقلید شده و مزیت خود را از دست می‌دهد.

چنین مشکلی باعث شده است تا مدیران در سازمان‌ها به فکر خلق مزیت رقابتی جدیدی برای خود باشند و در این راستا از افراد سازمان به عنوان منابع بیدیل آن استفاده کنند تا از طریق تلفیق تولیدات خود با ایده‌ها و نوآوری‌های کارکنان سازمان به عنوان سازمانی بی‌رقیب مطرح شوند.

به عبارت دیگر در دنیای متغیر کنونی تنها سازمانهایی موفق هستند که بتوانند به تغییرات محیطی پاسخ داده و نیازهای مشتریان را برآورده سازند. این امر جز با وجود افراد کارآفرین و در سازمان و در نهایت کارآفرینی در سازمان‌ها صورت نمی‌گیرد. سیر تحولات کارآفرینی سازمانی از اوایل دهه ۷۰ (مطرح شدن مفهوم کارآفرینی سازمانی به عنوان اولین بار در کشور سوئد) شروع شده و ادامه می‌یابد. (هادیزاده مقدم، رحیمی فیل آبادی، ۱۳۸۴)

اهمیت کارآفرینی سازمانی در ایران:



(فیض بخش، ۱۳۸۵)

توسعه کارآفرینی سازمانی در دنیا

دو عامل بسیار اساسی امروزه به صورت معضلی خودنمایی می‌کند:

از یک طرف سازمانها با توجه به عواملی مانند رقابتی شدن محیط بین المللی، افزایش رقابت بین سازمانی، افزایش نیاز به انعطاف پذیری، سرعت پیشرفت تکنولوژی، تنوع خدمات و محصولات و همچنین بی اعتمادی نسبت به مدیریت سنتی به افراد کارآفرین برای بقای سازمان خود نیاز دارند و از سوی دیگر افراد کارآفرین نیز به علت جو خاص حاکم بر سازمانها، تسهیل سرمایه گذاری بر رو یایده‌های جدید و رشد روحیه کارآفرینانه حاضر به کار در سازمانها نیستند. تنها عاملی که می‌توان این معضل را رفع نماید کارآفرینی سازمانی است تا از طریق بر طرف نمودن نیازهای کارآفرینان در سازمانها آنها را به س. ی سازمانها جذب نماید. (فیض بخش، ۱۳۸۵)

مزایای کارآفرینی سازمانی:

- نوآوری در طراحی محصول و خدمات
- نوآوری در فرایندهای سازمان
- بهبود عملکرد سازمان
- کارآیی و اثربخشی

فرایند کارآفرینی سازمانی

مبدع واژه کارآفرینی سازمانی یعنی پینکات در مقاله‌ای که در سال ۱۹۷۸ انتشار داد، اصول استقرار و پرورش کارآفرینی سازمانی را به شرح زیر توضیح داد (Pinchot, 1978):
 برای تبدیل شدن به یک کارآفرین سازمانی، فرد می‌بایست ریسک‌فعالیتی که برای او ارزش دارد را بپذیرد و در این راه از هزینه‌های مادی و معنوی نظیر کاهش حقوق نهراسد. پادشاهی ناشی از موفقیت در یک پروژه کارآفرینانه باید بین شرکت و کارآفرین به روش عادلانه ای تسهیم شود و به همین منظور باید کمیته مورداعتمادی برای خرید و ارزیابی پروژه

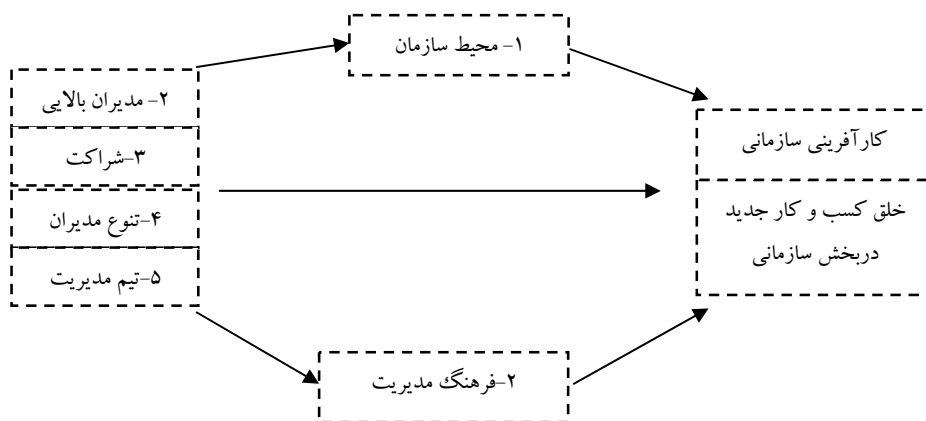


تشکیل شود. کارآفرین سازمانی می‌بایست فرصت کافی برای خلق سرمایه (در درون سازمان) داشته باشد. کارآفرین سازمانی موفق علاوه بر پاداشهای نقدی، کنترل کامل مقدار معینی از بودجه D&R را به دست می‌آورد و دستان او در سرمایه‌گذاری منابعی که به نیابت از شرکت در اختیار او قرار داده است، آزاد است.

شرکت باید به کارکنان اجازه کارآفرین شدن را بدهد. کارآفرینان سازمانی موفق نمی‌بایست توسط انضباط درونی شرکت، محدود شوند. کارآفرینی که سرمایه ندارد، برای شروع یک کسب و کار جدید می‌بایست به دنبال سرمایه‌گذاران ریسکی در درون سازمان باشد. سرمایه‌گذاران ریسکی افرادی هستند که بر روی پروژه‌های جدید و نوآورانه کارکنان کارآفرین سرمایه‌گذاری می‌کنند. اگر کالا یا خدمت جدیدی توسط کارآفرین سازمانی ارائه گردید، آن محصول نمی‌بایست به صورت کاسبکارانه و سودجویانه‌ای به سایر قسمتهای شرکت تحویل یا فروخته شود. کسب و کار جدید می‌تواند مقدمات یک بخش جدید در درون یا حتی به عنوان یک شرکت جدید که مالکیت آن به عهده شرکت مادر خواهد بود، سازماندهی شود. ممکن است انرژیهای بی‌حد کارکنان کارآفرین موجب بروز مشکلاتی برای مدیریت مرکزی گردد اما آنها باید بدانند که مزایای کارآفرینان سازمانی بیشتر از مضرات آن است و مدیران می‌توانند درک کنند که چگونه باید با چالش‌ها روبه‌رو شوند.

مدل‌های کارآفرینی سازمانی

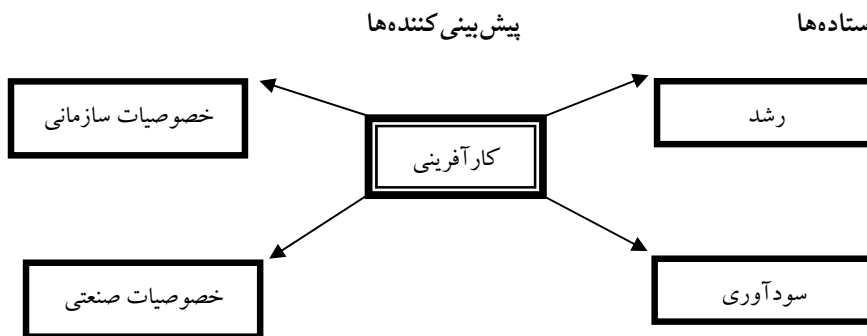
مدل *sathe*



مدل Kuratko



مدل hisrich



عوامل موثر در شکل دادن رفتار کارآفرینانه در سازمان

در استفاده از منابع و امکانات در سازمان انسانها به عنوان یگانه عامل در دست گیرنده هدایت و کنترل در گر منابع مطرح می‌شوند که اصولاً حیات سازمان بدون وجود انسانها میسر نمی‌باشد. این مزیت از توانایی خلق ایده‌ها و افکار نوآورانه در انسان منعث می‌شود لذا در ادامه به بررسی عوامل لازم و موثر در خلق رفتار کارآفرینانه انسانها در سازمان می‌پردازیم:

الف- عوامل زیر بنایی: به عواملی گفته می‌شود که به عنوان اساس و پایه ای برای ایجاد کارآفرینی در سازمان شرط لازم اند و لی شرط کافی نمی‌باشند.

حمایت مدیر: ارزشها و فلسفه مدیریت و میزان حمایت مدیریت ارشد از افراد ریسک‌پذیر و نوآور در سازمان‌های کارآفرین اهمیت بسزایی دارد و اساساً حمایت مدیریت یکی از مهمترین عوامل در بین پنج عامل اصلی کارآفرینی سازمانی - یعنی تشویق و پاداش، ساختار سازمانی، ریسک‌پذیری، دسترسی به منابع، و حمایت مدیریت است تحقیقات زیادی درخصوص این عامل انجام شده و خصوصیات ذیل در مدیریت ارشد سازمان، مبین حمایت مدیریت از کارآفرینی است: خصوصیات شخص مدیرعامل؛ تغذیه مالی برای شروع حرکت طرحهای نو. استفاده از ایده‌های جدید کارکنان. سازگاری ارزشها و فلسفه مدیریت یا کارآفرینی. اعتقاد به مدیریت مشترک. تحمل انحراف از قواعد. قدرت تصمیم‌گیری مدیریت ارشد. قبول مسئولیت فعالیتهای کارآفرینانه. پذیرش ریسک به عنوان خصیصه ای مثبت. تنوع در حمایتهای مالی. قدردانی از افراد صاحب ایده تجربه نوآوری مدیریت ارشد. حمایت از طرحهای آزمایشی کوچک.

دردسترس بودن منابع

استراتژی سازمانی

سیستم پاداش

ساختار

ارتباطات سیستم‌های اطلاعاتی

فرهنگ سازمانی

ب- عوامل موثر در کارآفرینان: عوامل دخیل در شخصیت کارآفرینان که خود به دودسته تقسیم میشوند:

۱- عوامل درونی-روانشناختی

احساس شایستگی

احساس موثر بودن

احساس داشتن حق انتخاب

احساس معنی دار بودن

احساس داشتن اعتماد به دیگران

۲- عوامل بیرونی - محیطی:

متغیرهای شغلی (انسانی)

متغیرهای سازمانی (انسانی)

متغیرهای محیطی (انسانی)

موانع اساسی در فرایند کارآفرینی سازمانی

پیچیدگی: اگر سازمان در سطح افقی (تعداد مشاغل و وظایف) و یا در سطح عمودی (تعدد پستهای مدیریتی) از پیچیدگی برخوردار باشد و ارتباطات سازمانی آن قانونمندتر و رسمی تر شود، امکان تعامل گروهی در سازمان به شدت تقلیل می یابد و این امر سازمان را از اهداف کارآفرینی خود دور می سازد. تحقیقات انجام شده در این رابطه نیز مؤید رابطه منفی پیچیدگی ساختار و کارآفرینی سازمانی است.

رسمیت: در شرایطی که سازمان از رسمیت بالایی برخوردار باشد، افراد آزادی عمل ندارند. کارها از انعطاف قابل قبول و قابل تحمل برخوردار نیست و بروز رفتارهای مختلف

از جانب کارکنان سلب می‌گردد. در این شرایط چون یادگیری نقشی در پیشبرد برنامه و ارتقای عملکردها نخواهد داشت لذا کارکنان تمایل به یادگیری را نیز از دست خواهند داد. در حالی که در سازمان کارآفرین، یادگیری، انعطاف پذیری و پذیرش خطر از سوی سازمان اصول محوری محسوب می‌شوند. به عبارتی دیگر، سازمان در شرایطی می‌تواند کارآفرین قلمداد گردد که ضمن پذیرش خطر، قدرت تصمیم‌گیری و قضاوت‌های شایسته را به اعضا خود واگذار و در انجام امور اجازه به کارگیری خلاقیت‌های فردی را به آنها صادر کند. این امر زمانی میسر می‌گردد که میزان دستورالعملها، بخشنامه‌ها و استانداردهای عملیاتی تا حد امکان تقلیل یابد و فرصت برای بروز توانایی به کارکنان داده شود. با این وصف، رابطه کارآفرینی سازمانی و رسمیت رابطه‌ای معکوس خواهد بود.

تمرکز: در سازمانهای کارآفرین که اختیارات تصمیم‌گیری می‌بایست به واحدها و افراد تفویض شده باشد تا بتوانند در زمان مناسب حرکت مناسب را طراحی و به اجرا درآورند، مفهوم تمرکز رنگ می‌بازد و با توجه به خلاقیت، استعداد و قدرت فکری و اجرایی متخصصان و کارشناسان این گونه سازمانها، عدم تمرکز جلوه شفاف پیدا خواهد کرد. این درحالی است که دیگر ابعاد محتوایی سازمان بویژه اندازه و فناوری نیز بر سطح تمرکز تاثیر بسزایی دارند. به طوری که هر قدر اندازه سازمان بزرگتر شود و یا سازمان از وجود متخصصان مجرب بهره گیرد و شبکه ارتباطی متناسب با فناوری روز در اختیار داشته باشد، مساله تفویض اختیار و تمرکززدایی بیشتر معنی پیدا می‌کند. اگر کارکنان از نظر تخصصی واجد شرایط لازم باشند خطرات مربوطه به تفویض اختیار کمتر می‌شود و زمینه تمرکز زدایی بیشتر فراهم خواهد شد.

فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمان نشان دهنده مجموعه‌ای از ارزشها، باورها و هنجارهایی است که سازمان در آنها با کارکنان وجوه مشترک دارد از ویژگیهای سازمانهای کارآفرین داشتن فرهنگ انعطاف پذیری یا کارآفرینی است (بدان معنا که) از مجرای انعطاف پذیری و از نظر استراتژیک به محیط خارجی توجه شده و کوشش می‌شود تا نیازهای مشتریان تامین گردد. در این فرهنگ، هنجارها و باورهای موردتایید است که بتوان بدان وسیله علائم موجود

در محیط را شناسایی و تفسیر کرد و بر آن اساس واکنش مناسب از خود نشان داد، یا رفتاری مناسب در پیش گرفت. چنین سازمانی باید در برابر طرحهای جدید به سرعت از خود واکنش نشان داده و توان این را داشته باشد که تجدید ساختار کند و برای انجام یک کار جدید، مجموعه رفتارهای جدیدی را در پیش بگیرد».

سازمانهایی که دارای فرهنگ و ساختار غیرقابل انعطاف باشند، برای ایجاد همکاری و وحدت در دوران بحران، دچار آشفتگی می‌شوند درحالی که سازمانهایی که امکان برقرار کردن رابطه مخصوصاً روابط غیررسمی و انعطاف پذیر را در ساختار خود پیش بینی می‌کنند، عوامل مثبت و موثری برای ترغیب و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان خود به وجود می‌آورند. (صمدآقایی، ۱۳۸۵)

بحث و نتیجه گیری



کارآفرینی سازمانی و سازمان‌های سنتی:

در این قسمت با توجه به مطالب گفته شده در بالا به مقایسه ای میان مباحث گفته شده در این مطالع با مطالعات سنتی دیگر در این زمین می‌پردازیم که نتایج یافته‌ها در جدول زیر خلاصه شده است. سازمان‌های سنتی دارای سیستم پاداشی هستند که تصمیم گیری کحافظه کارانه را مطلوب می‌دانند. این سیستم بر جمع آوری مطلوب و حداکثری اطلاعات قبل از تصمیم گیری تاکید دارد. محیط یک سازمان سنتی کاملاً متفاوت از محیط یک سازمان کارافرین است. در سازمان‌های سنتی افراد حق دخالت و ایده پردازی درباره امور ندارند، همه تحت عنوان یک دستور معین عمل می‌کنند و هیچ گاه در انجام امور پیش قدم نمی‌شوند. برعکس در سازمان‌های کارافرین بر رشد بینش و توان افراد در حل مسئله، واگذاری اختیار، خلاقیت، خودباوری و روحیه کار تیمی تاکید میشود.

ساختار یک سازمان سنتی کاملاً عمودی، دارای بوروکراسی بیش از اندازه، قوانین خشک و رسمی و انعطاف ناچیز می‌باشد ولی ساختار سازمان‌های کارافرین نسبتاً مسطح با هدف

واگذاری اختیار به افراد و روحیه صمیمی و دوستانه میان مدیران و کارکنان است. این دو محیط مختلف نیازمند دو نوع سبک مدیریتی کاملاً متفاوت نیز می‌باشند.

جدول (۱) تفاوت‌های سازمان کارآفرین و سازمان سنتی

سازمان‌های سنتی	سازمان‌های کارآفرین
کاملاً متمرکز، سلسله مراتب رسمی	تمرکز کم، توانمند سازی
رسمیت زیاد، هوانگی به وسیله قوانین رسمی	کوچک بودن، رسمیت کم
وجود واحدهای وظیفه ای	واحدها و تیم‌های خود مدیریتی
وجود روابط خصمانه بین واحدها	وجود همکاری بین واحدها
پیچیدگی زیاد و تخصص گرایی کارها	پیچیدگی کم، شرح شغلی جزئی، تخصص گرایی در قالب تیم‌ها

نمونه‌ای از کارآفرینی سازمانی

شرکت آی. بی. ام (تولید کننده کامپیوترهای شخصی)

این شرکت پس از یک دوره موفقیت در رده‌های پایین رتبه بندی دنیا در امریکا و در دنیا قرار می‌گیرد و ریچارد تامن رئیس بخش مستقل تولید با تمام توان سعی در اصلاح امور دارد. یکی از راه‌های مورد نظر او این است که به سرعت محصولاتی تولید کنند و با حجم بسیار زیاد و با قیمت اندک در اختیار افراد قرار دهند و پیش از اینکه اقلام به صورت غیر قابل فروش درآیند آنها را با محصولات جایگزین تعویض کنند. و به این ترتیب شرکت با تولید و فروش محصول جدیدی به نام محصول پروانه توانست بار دیگر اعتبار و آبروی پیشین خود را به دست آورد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در جوامع امروزی کارآفرینی به عنوان رکن اساسی و لازم برای پیشرفت و توسعه کشورها تلقی می‌شود. در این میان کارآفرینی سازمانی با تکیه بر نقش موثر سازمان‌ها در جوامع امروزی از اهمیت روزافزونی برخوردارند. از طرف دیگر محیط پیچیده و متغیر کنونی سرشار از نوآوری‌هایی است که توسط رقبای سازمان‌ها در هر لحظه متولد می‌شوند. سازمان‌ها برای بقا در چنین محیطی باید دارای انعطاف و مزیت کافی باشند این امر جز با تربیت و آموزش افراد کارآفرین در سازمان‌ها به عنوان موتورهای محرکه دیگر منابع و عامل اصلی نوآوری در سازمان صورت نمی‌گیرد.

موارد کاربر کارآفرینی سازمانی در دنیای امروزی در میان سازمان‌ها به وفور داده می‌شود سازمان‌هایی که در دنیای متغیر مواد خام و اولیه ف فروش کالاها و خدمات، قیمت‌ها و قوانین متغیر مجبور به انعطاف پذیری و تغییر برنامه‌های استراتژیک خود هستند با تکیه بر برنامه‌های نوآوری و خلاقیت و کارآفرینی در سازمان می‌توانند به سمت سازمانی کارآمد با تکیه بر معیارها و ارزش‌های سازمان با پایداری و بقا دست یابند.

برای تحقیقات آینده

محققین و پژوهشگران آینده می‌توانند موضوعات تحقیقی خود را در این زمینه‌ها ارائه نمایند:

جایگاه و وضعیت کارآفرینی سازمانی در ایران
کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی و خصوصی (موانع و چالش‌ها)

منابع فارسی

احمدپور داریانی، م.، ۱۳۸۷، کتاب مبانی کارآفرینی تعاریف، الگوها، نظریه‌ها

هادیزاده مقدم، ا.، رحیمی فیلی آبادی، ف.، ۱۳۸۴، کتاب کارآفرینی سازمانی

صمد آقایی، ج.، ۱۳۸۸، کتاب سازمان‌های کارآفرین، چاپ سوم

غلامیان، س.ع.ا.، ویسی، ر.، نازکتابار، ح.، مقاله فرهنگ کارآفرینی سازمانی، مجله تدبیر شماره ۱۸۸

امین، ف.، رمضانی، ع.، مقاله توانمند سازی منابع انسانی راهکار کارآفرینی سازمانی، مقاله ارائه شده در اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی

منابع انگلیسی

Shahhosseini A. (2009). Studying the Relation of Organizational Entrepreneurship & Financial Functions at Tehran Customs. European Journal of Social Sciences – Volume 12, Number 1

Handfield R, Petersen K, Cousins P, Lawson B. An organizational entrepreneurship model of supply management integration and performance outcomes. International Journal of Operations & Production Management Vol. 29 No. 2, 2009 pp. 100-126

Vicentor J. Garcia a-Morales and Francisco J. Llorens-Montes. Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. Industrial Management & Data Systems Vol. 106 No. 1, 2006 pp. 21-42