

نقش مدیریت منابع انسانی پیشران در استقرار کارآفرینی سازمانی

افشین قاسم زاده کاسمانی^۱

^a (دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه)

(afshin.kasmani@yahoo.com)

نویسنده مسئول: افشین قاسم زاده کاسمانی

چکیده

به موازات این که محیط های کاری و تجاری پیچیده تر و پویا می شوند، سازمانها بایستی به منظور شناسایی فرصتهای جدید برای دستیابی به عملکرد بهتر و پایداریتر به سوی کارآفرینی بیشتر پیش روند. نیروی انسانی کارآمد می تواند نیروی محرک و پیشران برای ایجاد کارآفرینی سازمانی باشد. به علت اینکه ماهیت کارآفرینی سازمانی در بردارنده یادگیری است و به وسیله همکاری، خلاقیت و تعهد افراد پرورش می یابد و خاستگاه هم افزایی مدیریت ارشد سازمان و کارمندان در نهادینه سازی این مقوله خواهد بود. لذا در مقاله حاضر سعی بر آن شده است تا نقش نظام مدیریت منابع انسانی کارآمد را در پرورش اقدامات کارآفرینانه ی سازمانی نشان دهد.

کلمات کلیدی: منابع انسانی، مدیریت منابع انسانی، کارآفرینی سازمانی

۱. مقدمه

کارآفرینی یک موضوع جذاب در میان اهالی حوزه کسب و کار و دانش پژوهان بوده و ترکیب آن با منابع انسانی در میان دانشمندان مدیریت و محققان، از موضوعات مورد علاقه است. بسیاری از دولتها در سراسر جهان اعتقاد دارند که کارآفرینی زیربنای توسعه اقتصادی است و از همین رو دولتهای زیادی به ارائه برنامه های توسعه کارآفرینی روی آورده اند. کارآفرینی با شتاب دادن به فعالیتهای اقتصادی و خلق شغلها و کارهای جدید، نقش راهبردی در توسعه اقتصادی ایفا میکند. مدیریت منابع انسانی نیز به طور کلی یک تابع استراتژیک و جامع از کارمندان را برای کمک موثر و مولد به نفع شرکت و در جهت اهداف سازمان و رونق کسب و کار، در فضای رقابتی امروز فراهم میآورد. کارآفرینان نمیتوانند کسب و کار را به تنهایی توسعه دهند، بنابراین مهمترین وظایف مدیران کارآفرین، جذب، ایجاد انگیزش و نگهداری کارکنان خلاق و کارآفرین است. زیرا چنین نیروهایی، به کسب و کار هر سازمانی رونق داده و برای رشد و توسعه آن موثرند.

انواع کارآفرینی سازمانی

"تور نبری"^۱ بر این باور است که چهار نوع کارآفرینی سازمانی وجود دارد که عبارتند از:

۱- سرمایه گذاری مخاطره آمیز در سازمان ۲- کارآفرینی درون سازمانی ۳- تحول سازمانی ۴- هنجارشکنی صنعتی (فروهر و همکاران، ۱۳۹۰).

- نوع اول سرمایه گذاری مخاطره آفرین در سازمان، آغاز کسب و کار در درون سازمان موجود است که معمولاً نشأت گرفته از یک "صلاحیت یا فرآیند کلیدی" سازمان می باشد. به عنوان نمونه بانکی که در حوزه "فرآوری داد و ستدها و معاملات" دارای صلاحیت کلیدی است، این صلاحیت محوری را در قالب کسب و کاری مجزا درآورده و این فرآیند را برای سایر سازمان هایی که نیازمند پردازش حجم وسیعی از اطلاعات هستند، عرضه می کند (چن^۲، ۲۰۱۲).

- نوع دوم کارآفرینی درون سازمانی، اولین بار در سال ۱۹۸۵ میلادی بوسیله "پینکات" مطرح شد که عبارت است از کوشش در جهت بکارگیری تفکرات و رفتارهایی که کارآفرینان خارج از سازمان برای کسب و کارهای مستقل استفاده می کنند و وارد نمودن این ویژگی ها در درون سازمانی که موجودیت دارد (همان منبع).

- نوع سوم کارآفرینی سازمانی شامل "نوسازی یا تحول سازمانی" است. این نوع کارآفرینی در صورتی که تحول سازمانی شامل نوآوری، ترتیبات جدید منابع و در نتیجه خلق ارزش اقتصادی پایدار شود، تنها با تعریف اولیه شومپیتر از کارآفرینی تناسب دارد (پنگ^۳، ۲۰۱۳).

^۱. Thornberry

^۲. Chen

^۳. Peng

- نوع چهارم کارآفرینی سازمانی، زیر مجموعه تحول سازمانی است که تنها تحول سازمان، بلکه رقابتی را که صنعت در آن فعالیت می کند، شامل می شود و باعث می گردد تا چیزی متفاوت از آنچه که قبلا در صنعت وجود داشت، بوجود آید (آگستام^۴، ۲۰۰۸).
"استاپفورد و بادن فولر، این نوع رفتارها را "تغییر چارچوب شکنی" نامگذاری می کنند. "پینکات" در سال ۱۹۸۵ کارآفرین سازمانی را فردی تعریف کرد که در سازمان های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت وی، ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می باشد که شرکت را به سوی رشد و سودآوری سوق می دهد (احمدپور، ۱۳۸۷). انواع دیگر کارآفرینی عبارت اند از:

- کارآفرینی اداری: سازمان سعی می کند با ایجاد و استقرار واحد تحقیق و توسعه و وضع مقررات، روش ها و خط مشی هایی برای آن، ایده هایی جدید را خلق و اجرا کند. میزان موفقیت نوآوری ها و فعالیت های کارآفرینانه این واحدها به نحوه مدیریت اداری، سازماندهی، برنامه ریزی، کنترل و حمایت مدیریت بستگی دارد (پوپسکو^۵، ۲۰۰۹).

- کارآفرینی فرصت گرایانه: نوآوری از طریق این استراتژی به صورت اتفاقی روی می دهد و جستجوی محیط درونی و بیرونی سازمان برای کشف و اجرای فرصت های جدید ویژگی اصلی این رویکرد است. در این روش، تلاش های کارآفرینانه به سمت کشف فرصت ها و تبدیل آنها به ایده های قابل اجرا هدایت می شود (بوشی^۶، ۲۰۱۰).

- کارآفرینی تقلیدی: گرچه این استراتژی با خود نوآوری متناقض است اما از جهت نهادینه کردن روح کارآفرینی در سازمان ارزش زیادی دارد. مطالعات گرابوسکی نشان می دهد که رقابت های تکنولوژیکی، سازمان ها را مجبور می کند که برای کاهش ریسک از نوآوری های یکدیگر تقلید کنند. ضمن اینکه برخی از تقلیدها در واقع تقلیدهای نوآورانه هستند به علاوه خیلی از تقلیدها احتیاج به تغییر و اصلاح تکنیکی یا پالایش و تنظیم های جدیدی دارند که خود نوعی نوآوری است (همان منبع).

- کارآفرینی اکتسابی: شرکت های بزرگ با اتخاذ چنین استراتژی رشدگرایانه قصد دست یافتن به تنوع فعالیت ها را دارند. این روش با خرید سایر شرکت ها یا ادغام با آنها رشد می یابد. سازمانی که به این استراتژی روی می آورد، هزینه فعالیت های نوآورانه خود را کاهش می دهد، قابلیت تکنولوژیکی شرکت را بالا می برد، سریع تر به دانش فنی دست می یابد و توان رقابتی خود را افزایش می دهد (لانس و همکاران^۷، ۲۰۱۱).

- کارآفرینی پرورشی: در این روش که از سال ۱۹۶۰ مورد توجه سازمان ها واقع شد، در واقع سعی می شود با تشکیل تیم یا واحدی به نام مدیریت، اقدامات و موقعیت های جدید و پر مخاطره یا توسعه اقدامات جدید و پر مخاطره فعالیت های کارآفرینانه تسهیل و سامان داده شود. علت تشکیل چنین گروه های کاملا آزاد و خود مختار، ایجاد بستر و فضای مساعد برای پرورش نوآوری و کارآفرینی است (پوپسکو، ۲۰۰۹).

پذیرش کارآفرینی در سازمان

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان از قبل تأسیس شده، به ظهور می رسد یا به عبارت دیگر مجموعه فعالیت هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (خدایاری، ۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی ها و فرصت ها در درون سازمان از طریق ترکیبات مختلف منابع جدید است (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۶).

"شومپیتر" بر این باور است که کارآفرینی سازمانی واژه ای است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و به عنوان توانایی استفاده از منابع باروش های جدید است که منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می شود. "جنینگز"^۸ و "لامپکین"^۹ بر این باورند که سازمان کارآفرینانه نسبت به سازمان های معمولی، محصولات جدیدتر و بازار های جدیدتری را ایجاد می کنند. در مقابل تعاریف تک بعدی، "میلر"^{۱۰} کارآفرینی سازمانی را پدیده ای چند بعدی تلقی می کند که شامل گرایش به نوآوری، پیش نگر و ریسک پذیری در توسعه محصولات و تکنولوژی است. نوآوری ظرفیت اجراء محصولات یا خدماتی است که جدیدا طراحی شده اند. درجه ای از نوآورانه بودن،

^۴. Aggestam

^۵. Popescu

^۶. Bushi

^۷. Lans & et al

^۸. Jennings

^۹. Lumpkin

^{۱۰}. Miller

کار کردی است که منجر به تغییر اساسی در عملیات سازمان می شود. پیش نگری به عنوان جستجوی فعال فرصت های جدید تعریف شده است. به عبارت دیگر تمایل به شکل دهی محیط بجای برخورد انفعالی با محیط و یا تمایل به آغاز کردن فعالیتی که رقباء را به واکنش وادارد را پیش نگری گویند. ریسک پذیری نیز تمایل به جذب منابع برای فعالیت های مخاطره آمیز در قلمرویی ناشناخته در حالتی منطقی و محاسبه شده است (جیم وو و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۲).

کارآفرینی سازمانی پروسه ای است که از طریق آن سازمان ها متوجه فرصت ها می شوند و عوامل تولید را به طرز خلاقانه ای جهت ایجاد ارزش اضافه، سر و سامان می دهند. کارآفرینی سازمانی به این معنی است که سازمان ها می توانند نوآوری های مفید را بوسیله تشویق کارکنان برای فکر کردن همانند کارآفرینان، توسعه دهند و به آنها برای تعقیب برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری بدهند، بدون اینکه آنها را در باتلاق بوروکراتیک قرار دهند. سازمان کارآفرینانه ممکن است به عنوان سیستم توانمندسازی افراد برای استفاده از فرآیندهای خلاق که آنها را برای به کار گرفتن و نوآوری فنونی که می توانند به طور برنامه ریزی شده، سنجیده و پرمعنع در سطحی از فعالیت نوآورانه مطلوب قادر سازد، نگریده شود. کارآفرینی سازمانی برای اطمینان از بقاء بوسیله بازسازی عملیات سازمان ها، تعریف مجدد مفهوم کسب و کار و افزایش ظرفیت های نوآوری و کیفیت مورد نیاز در محیط پویا، ضروری است. فری نیز معتقد است که کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندها نوآورانه بوسیله خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان، ایجاد می گردد. کارآفرینی درون سازمانی به عنوان سیستمی تعریف می شود که ظرفیت خلاقانه مدیران و کل نیروی کار در سازمان را افزایش داده و کاملاً قابل بهره برداری می سازد، آنها را برای تعیین و دستیابی به اهداف کارآفرینانه با استفاده از توسعه حوزه ها و واحدهای سازمانی و توسعه محصولات و خدمات آنها، ترغیب می نماید؛ منابع را شناسایی و آماده بهره برداری می سازد، و برای دستیابی به رشد تولید و سود، بهترین عرضه کنندگان و مشتریان را در درون و خارج سازمان می یابد (کاستیگلیون^{۱۲}، ۲۰۰۷).

"فرای" معتقد است کارآفرینی سازمانی در یک سازمان ایجاد می شود که بالاترین مقام اجرایی نسبت به مفهوم کارآفرینی متعهد شود و بعد از آن کل سازمان کارآفرینی را بپذیرند تا یک ساختار زنده و پویا در سازمان ایجاد شود و همچنین بخش محصولات جدید، برای رهبری تولیدات، تشکیل شده تا شرکت های فرعی بتوانند پیشنهادها را از افراد پذیرفته و به طور مشتقل بر روی آنها سرمایه گذاری کند، بخشی هم در تولید منابع انسانی سعی کند به آموزش کارکنان و مدیران مبادرت ورزد و اینکه توسعه فرهنگ کارآفرینی و شناسایی استعدادهای کارآفرینانه و پاداش به کارآفرینان سازمانی، از عمده کارهایی است که یک شرکت برای کارآفرین شدن باید انجام دهد. کوراتکو، نافزیگر و همکارانشان، معتقدند که فرآیند ایجاد کسب و کار کارآفرینانه جدید، تعاملی از عواملی مختلف است (گلاسر و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۰).

مفهوم کارآفرینی درون سازمانی همزمان با مطرح شدن "اقتصادی کردن سازمان" بوجود آمده است. قدرت واقعی و نیروهای تغییردهنده در درون سازمان بیشتر بوسیله قواعد اقتصادی تحت تاثیر قرار می گیرند تا رویه ها و ساختار سازمان. در این مفهوم، کارآفرینی واقعی درون سازمانی در یک سازمان همچنین علاج و چاره بوروکراتیزه شدن تشکیلات اداری است. کارآفرینی درون سازمانی همچنین روشی برای یافتن و بهبود استعداد کارآفرینانه بزای پست های مدیریت عالی در سازمان است (کورک و راجال^{۱۴}، ۲۰۱۱).

فراهم سازی زمینه برای شکل گیری کارآفرینی سازمانی؛ به توسعه قابلیت های داخلی برای توانمندی رقابتی، تغییر جایگاه راهبردی، به کارگیری گستره ای از استراتژی های رشد گرایانه و منحصر به فرد برای ایجاد مزیت رقابتی، ایجاد انعطاف پذیری برای پاسخ گویی به تغییرات شدید و پرشتاب محیطی، علاقه مندی کارکنان به ایجاد تغییر از طریق نوآوری، سازمان دهی منابع و استفاده اثربخش از آنها، ایجاد جو نوآورانه و استقبال افراد از آنها، تیم سازی در سازمان، توانمند شدن سازمان در تبدیل فرصت ها به تهدیدها، توجه به امکان سنجی ایده های افراد و تخصیص بخشی از بودجه به ایجاد کسب و کار جدید و فائق آمدن بر رقبای چابک، منعطف و فرصت گرا کمک می کند (آیرلند^{۱۵}، ۲۰۰۴).

^{۱۱}. Jim Wu

^{۱۲}. Castiglione

^{۱۳}. Glaeser & et al

^{۱۴}. Kurek & Rachwal

^{۱۵}. Ireland

کارآفرینی سازمانی به وجود آورنده فرآیند نوآوری در سازمان و پیشتاز و حامی توسعه محصولات جدید است (فاکس^{۱۶}، ۲۰۰۸). کارآفرینی سازمانی ممکن است تحت عنوان فعالیت های رسمی و یا غیر رسمی با ایجاد کسب و کارهای جدید در درون شرکت ها و بر اساس نوآوری فرآیند ها و محصولات و توسعه بازارها هدف گذاری شود (شاکر زهرا، ۱۹۹۱). کارآفرینی سازمانی از حوزه های رو به رشد دانش کارآفرینی است. کارآفرینی سازمانی بر آن است تا از قابلیت های کارآفرینی برای رشد و توسعه بنگاه ها و سازمان های موجود استفاده کند. این موضوع از عوامل مهمی است که در بقاء، کسب سود، رشد و نوسازی سازمان ها نقش کلیدی بازی می کند (آنتونیک^{۱۷}، ۲۰۰۸).

ضرورت کارآفرینی سازمانی برای تحول سازمان های امروزی کارآفرینی سازمانی را شیوه برانگیختن و سپس بهره کنند. شیوه وری از افراد در درون یک سازمان تعریف می ای که افراد فکر میکنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند. در اغلب موارد که کارآفرینان سازمانی مورد حمایت سازمان قرار نمیگیرند، از سازمان خارج شده و به کارآفرینی مستقل روی میآورند. بنابراین به منظور جلوگیری از خروج افراد کارآفرین و توانمند از سازمان، توجه به کارآفرینی سازمانی و فراهم آوردن بستر مناسبی برای آن، باید در استراتژی شرکت شدیداً مورد تاکید و توجه قرار گیرد. در همین راستا مهمترین عواملی که باعث افزایش توجه به کارآفرینی سازمانی شده، در پاسخ به سه نیاز است که به شرکتهای تحمیل گردیده است. (پرداختچی و همکاران، ۱۳۸۵)

- ✓ افزایش سریع رقبای جدید
- ✓ ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه های مدیریتی سنتی در شرکتهای
- ✓ خروج بهترین نیروهای کار از شرکت و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل

اهمیت منابع انسانی در تقویت کارآفرینی سازمانی

طی سه دهه گذشته، ادبیات محدود اما رو به رشدی شکل یافته که به طور تجربی به بررسی راه های بین فعالیت به مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی پرداخته اند. همان طور که سازمان های مبتنی بر ای استراتژی ها به طور فزاینده کارآفرینی و نوآوری را به کار میگیرند. کارآفرینی سازمانی، یک جنبه مهم در عملکرد سازمان است که انتظار می رود. تحت تاثیر سیستمهای مدیریت منابع انسانی قرار گیرد. در ادامه، نقش فعالیتهای مدیریت منابع انسانی و هم چنین تاثیرات سیستمهای مدیریت منابع انسانی در نوآوری و کارآفرینی سازمانی شرح داده می شوند.

بر اساس نتایج تحقیقات انجام شده، به منظور تشویق محافظه کاران برای انجام اقدامات مخاطره آمیز و نوآورانه، سطح دستمزد پرداختی به این افراد بایستی بالاتر بوده و بخشی از کل پرداختی، باید بر مبنای سطوح ریسک پذیری باشد نه بر مبنای ستانده های نوآوری مانند سود. با این حال شواهد نشان میدهد که احتمالاً استفاده از تشویقهای مالی و پرداختهای انگیزشی در های با فن سازمان آوری پیشرفته و در مراحل اولیه چرخه حیات، قابل توجه و مناسب است. اما زمانی که حجم پرداخت های انگیزشی افت کند، به همان نسبت ترک خدمت و جایجایی نیز افزایش خواهد یافت (شائمی و همکاران، ۱۳۸۷)

نقش استقرار سیستمهای مدیریت منابع انسانی در سازمان های کارآفرین :

از دیدگاه این اندیشمندان، اقدامات منابع انسانی تنها زمانی میتواند به کارآفرینی اثربخش در سیستم کلان سازمانی منجر شود که هم دارای انسجام افقی در سطح واحد منابع انسانی باشد و هم انسجام عمودی میان اقدامات این واحد با اهداف سازمانی مشاهده شود (دیانتی و زارع، ۱۳۹۶).

سیستم پاداش و پرداخت و کارآفرینی سازمانی: سیستمهای پاداش و پرداخت از زیرسیستمهای اصلی نظام مدیریت منابع انسانی در سازمانها به حساب میآیند. مدیریت سیستم پاداش و پرداخت برای ایجاد شرایط کارآفرینانه، نیازمند توجه به چهار موضوع اصلی است: پاداشهای خوب، دیدگاه زمانی کوتاه مدت و بلند مدت، استفاده از پاداشهای متنوع و توجه به اصل ها به شمار می برابری. سیستم تشویق و پاداش، از مهم ترین عوامل موثر در کارآفرینی سازمان رود. سیستم پاداش و پرداخت در سازمانهای کارآفرین، دارای سه کارکرد عمده است: استخدام افراد، انگیزش و هدایت افراد و حفظ اعضای سازمان. بنابراین به منظور تشویق ریسک پذیری و نوآوری در سازمان، بخشی از کل پرداخت باید بر سطح نوآوری و ریسک پذیری مبتنی باشد و نه بر دست آوردهای نوآوری مثل افزایش سود (همان منبع)

^{۱۶}. Fox

^{۱۷}. Antonic

سیستم ارزیابی عملکرد و کارآفرینی سازمانی: نظام ارزیابی عملکرد، زیر سیستم دیگری از نظام مدیریت منابع انسانی است که میتواند نقش مهمی در شکلگیری رفتارهای کارآفرینانه داشته باشد. ارزیابی عملکرد، به معنای ارزشیابی عملکرد هر فرد، به منظور اتخاذ تصمیمات عینی پرسنلی هر شخص است. به طور کلی مدیریت عملکرد، رویکردی استراتژیک و منسجم است که به منظور تضمین موفقیت پایدار سازمان، از طریق های افراد و تیم ی توانمندی بهبود عملکرد افراد و توسعه ها تعریف شده است. ارزیابی عملکرد می ها بای تواند عملکرد را بهبود بخشد و سازمان د از آن استفاده کنند. هرچند این که چه معیارها و ارزیابی گذاران هایی به کار روند؟ چه زمانی بکار روند؟ و با چه هدفی به کار روند؟ بایستی به مدیران واگذار شود. اما این قانون هستند که با استفاده از ابزارهای کمی و کیفی، سعی میکنند نتایج مورد نظر از قوانین و برن امهه های اعالم شده را به دقت مشخص کنند. به طور کلی، ارزیابی عملکرد در سازمان، باید از ویژگیهایی برخوردار باشد تا خالقیت و کارآفرینی در سازمان بهتر پرورش یابد. ارزیابی عملکرد در سازمانهای کارآفرین، معیارهای مختلف کوتاه مدت، بلندمدت و میانمدت خاصی را برای خلاقیت ها دهد (رابینز و همکاران^{۱۸}، ۲۰۰۰)

سیستم آموزش و کارآفرینی سازمانی: شیوه های منابع انسانی مربوط به آموزش کارکنان به ویژه هنگامی که کارکنان کنند، می خود را به عنوان فرد کارآفرین تلقی می های تواند موثر واقع شود. در مواردی که کارکنان دارای دانش، مهارت و ویژگی شخصیتی مربوط به کارآفرینی سازمانی باشند، مدیران در جهت استخدام و افزایش تعداد چنین کارکنانی که سطح معلومات بالایی دارند، تحریک شده و از طرف دیگر کارکنان نیز در جهت یادگیری بیشتر و کسب مهارت شوند. های جدید تشویق می بنابراین هر چه سطح آموزش و مهارت کارکنان بالاتر باشد، فرصتهای بیشتری برای توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان فراهم شود (بانت و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۱)

سیستم استخدام و کارآفرینی سازمانی: ایجاد یک ارتباط آماری بین کارآفرینی و میزان استخدام آسان نیست. کارآفرینی را نمیتوان مستقیماً اندازه گرفت زیرا غالباً پنهان است و حضور آن در رفتاری است که نمایانگر کارآفرینی است. حتی اینکه کارآفرینی چگونه خود را بروز میکند، خود موضوعی است که همواره در حال تغییر است. بنابراین اگر کارآفرینی در مواردی مستقیماً هم قابل اندازه گیری باشد، باز هم برای ایجاد چنین ارتباطی، مشکلاتی وجود خواهد داشت. زیرا در این حالت تحلیلگران با مشکل تفکیک تاثیر کارآفرینی از سایر متغیرها مانند سیاستهای بازار کار و غیره مواجه خواهند بود. به علاوه، رابطه علت و معلولی بین کارآفرینی و استخدام یک رابطه یک طرفه نیست. برای مثال هنگام بیکاری و کاهش نرخ حقوق و دستمزد، هزینه فرصت کارآفرینی پایین است. در هر صورت واضح است که کارآفرینی شرط واجب پیشرفت اقتصادی در یک اقتصاد مبتنی بر بازار است و مشکلات مربوط به اندازه گیری آن نباید تالش در جهت ترویج آن را به عنوان بخشی از راه حل معضل بیکاری، کاهش دهد (جدی، ۱۳۸۲)

۲. بحث و نتیجه گیری

به جرات می توان گفت منابع انسانی مهم ترین و حساس ترین منبع سازمانی است که میتواند هم عامل موفقیت سازمان و هم شکست سازمان گردد. مدیران نمیتوانند انتظار نتایج عالی از کارکنان خود داشته باشند، مگر این که از طریق آموزش مناسب زمینه ها و استراتژی های ایجاد چنین نتایجی را در کارکنان خود ایجاد نمایند. مدیران همواره درگیر برنامه هایی هستند که نتایج و تاثیرات خود را به طور مستقیم و غیرمستقیم بر منابع انسانی میگذارند. بنابراین توسعه برنامه های کارآفرینی در سازمانها بدون توجه به عامل انسانی و نظام مدیریت منابع انسانی، منجر به شکست خواهد شد. هم چنین سرمایهی انسانی، علاوه بر اینکه به طور مستقیم بر تشخیص فرصت اثر میگذارد، به طور غیرمستقیم و با تاثیر بر سرمایهی اجتماعی نیز در تشخیص فرصت موثر است. بنابراین منابع انسانی، چون می انی نقش اساسی در کارآفرینی سازمانی ایفا می تواند با زیر سیستمهای کارآمد و مدیران توانمند و یا برعکس، موجب ترغیب و یا تاخیر کارآفرینی سازمانی شود.

^{۱۸} Robbins et al

^{۱۹} Bont et al

۳. منابع

- احمدی، پرویز، نائیجی، محمدجواد و باباشاهی، جبار(۱۳۹۱) زیرسامانه های منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی: تبیین الگویی در صنعت نفت ایران، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۲ شماره ۱
- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۷)، کارآفرینی، تعریف، الگوها و نظرات، تهران: شرکت پردیس ۵۷.
- افقی، زهرا، (۱۳۹۳)، بررسی عوامل موثر بر رفتار خرید مشتریان محصولات صنعتی، دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، آبان ۱۳۹۳.
- پرداختچی، محمدحسن و شفیع زاده، حمید(۱۳۸۵) درآمدی بر کارآفرینی سازمان، انتشارات ارسباران، تهران
- دیانتی، ربابه، زارع زیدی، علیرضا(۱۳۹۶)، نقش مدیریت منابع انسانی در تقویت کارآفرینی سازمانی، دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال دوم، شماره چهار، ص ۱۲-۱
- شائمی، علی. شاهین، آرش و یزدان شناس، مهدی.(۱۳۸۵) نقش نظام مدیریت منابع انسانی در کارآفرینی سازمانی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی، سال اول، شماره اول.
- فروهر، محمد و هویدا، رضا و جمشیدیان، عبدالرسول (۱۳۹۰)، تبیین رابطه سرمایه روانشناختی و کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی اهواز. فصلنامه علمی پژوهشی سلامت محور. سال سوم.
- محمدیان، یداله، اسکندری، مجتبی، مهدوی، موسی، حسینی نژاد، اعظم، (۱۳۸۹)، بررسی وضعیت رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان یک دانشگاه نظامی، فصلنامه روانشناسی نظامی، سال اول، شماره دوم، ۴۰-۲۵
- Aggestam, Maria. (۲۰۰۸). Conceptualizing entrepreneurial capital in the context of institutional change. *International Entrepreneurship Management Journal*. ۱۰ (۱): ۱۶۵-۱۸۶.
- Bonet, F., Armengot, C., and Martin, M. (۲۰۱۱), "Enrrpprrnuurlll Success nnd human roourees." *International Journal of Manpower*.
- Bushi, Jerr. (۲۰۱۰). Merging mission and money: a board member s guide to social entrepreneurship. *The National Center for Non Profit Boards*.
- Chen, W., Li, P (۲۰۱۲), Skill Balance and Entrepreneurship Evidence from Online Career Histories.
- Fox, Julie M. (۲۰۰۸). "Organizational entrepreneurship and the organizational performance linkage in university extension". (Dissertation). Ohio state university. pp: ۴۰-۵۹, ۴۶'.
- Jim Wu, Ying-Jiun Hsieh, Yenchun (۲۰۱۲), Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities *Computers in Human Behavior*, In press, corrected proof.
- Kurek, S & Rachwal, T (۲۰۱۱), Development of entrepreneurship in ageing populations of The European Union *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume ۱۹, ۲۰۱۱, Pages ۳۹۷-۴۰۵.
- Lans, T. & J. Versteegen, & M. Mulder, (۲۰۱۱), Analyzing, pursuing and networking: a validated three-factor framework for entrepreneurial competence from a small business perspective. *International Small Business Journal*. ۲۹, ۶۹۵-۷۱۳
- Peng, M. (۲۰۱۳), How entrepreneurs create wealth in transition economies. *Academy of management executive*, ۱۵, ۹۵-۱۰۸.
- Popescu, N (۲۰۰۹), Entrepreneurship and SMEs Innovation in Romania *Procedia Economics and Finance*, Volume ۱۶.

Arcl



The banner features a background image of an industrial refinery. On the left, there are logos for the Islamic Republic of Iran and the Islamic Consultative Assembly. The ISC logo is prominently displayed in the center. The title of the conference is written in Persian at the top right. A yellow box on the left contains the conference title in English. A blue box at the bottom right contains the ISC acronym, its full name, and the website address.

ISC
Islamic World Science Citation Center
کد اختصاصی: ۹۸۱۹۰-۵۶۹۱۲

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین
در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری

ثبت شده در پایگاه استنادی اسنادی علوم جهان اسلام (ISC) با کد اختصاصی ۹۸۱۹۰-۵۶۹۱۲
www.confima.ir

1st International Conference on Challenges and New Solutions in
Industrial Engineering and Management and Accounting

Robbins, S.P., Bergman,R., &Stage,I. (۲۰۰۰);Management, Sydney:Pearson Education. Steele, B. & Baker, R.(۱۷۲۱); eeeeeiii ng nnnrrpprnnneurlll pay syssss for nnnrrnll venuure unttts,, Topsss nn Total Compensation, ۱(۱):۱۱-۹۹