

بررسی نقش مدیریت استراتژیک در کارآفرینی سازمانی نیروگاه برق نکاء

فهمیه رضائی

مدرس دانشگاه فرهنگیان بنت الهدی آمل، دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز،

f.rezaei121@yahoo.com.۰۹۳۹۲۰۰۸۷۳۷

فرشید رضائی

دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک، کارمند نیروگاه برق نکاء

چکیده:

در دنیای امروز بسیاری از شرکت ها با بکارگیری مفاهیمی چون کارآفرینی سازمانی و مدیریت استراتژیک، موفقیت های زیادی کسب نموده اند. از این رو مقاله حاضر به بررسی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و اقدامات خاص مدیریت استراتژیک (شامل میزان بررسی محیطی، انعطاف پذیری در برنامه ریزی، افق زمانی برنامه ریزی، مشارکت در برنامه ریزی و ویژگی های کنترل) در نیروگاه برق نکاء می پردازد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی بوده و به روش همبستگی انجام شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز آزمون های آماری نظیر مورد استفاده قرار گرفت. نتایج بررسی نشان داد که بین ابعاد مدیریت استراتژیک با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این نتایج می تواند برای شرکتهایی که بدنبال کارآفرینی بیشتر هستند، سودمند بوده و به محققان برای درک بهتر ظرافت ها در رابطه بین مدیریت استراتژیک و کارآفرینی سازمانی کمک کند که در این راستا پیشنهاداتی برای مدیران نیروگاه نیز ارائه شده است.

واژه های کلیدی: استراتژی، کارآفرینی سازمانی، مدیریت استراتژیک، کارآفرینی

مقدمه:

امروزه به علت رویدادهای متنوعی که در سطوح اجتماعی فرهنگی و کسب و کار رخ داده است در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می شود و تقویت کارآفرینی سازمانی در سازمان های فعلی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می رود (خانکا، ۲۰۰۳). استفاده از افکار و ایده های نوآور کارکنان و کارآفرین می تواند منشاء تحولات عظیمی در سازمانها و نیز به حرکت درآوردن چرخهای توسعه اقتصادی کشور شود. در هر سازمانی کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش کرد که توانایی آنها بیشتر شود و مهم تر از همه باید شرایطی را فراهم نمود که کارآفرینان بتوانند ابراز وجود کنند و توانایی هایشان را به صورت بالفعل درآورند (پرتونیا، ۱۳۹۲). در سطح اجتماعی به عباراتی نظیر انجام دادن کار با ابتکار و کوشش شخصی و بدون کمک گرفتن از دیگران علاقه ی زیادی نشان داده می شود. افرادی که به استعدادهای خود اعتقاد زیادی دارند چیزهایی را ایجاد کنند که از خود آنها باشد. آنها خواهان مسئولیت، نیاز شدید به مطرح کردن خود و آزادی بیشتر در ساختار سازمانی فعلی هستند. هنگامی که آنها از چنین آزادی برخوردار نباشند و نیاز های آنان تامین نشود ناکام شده و این ناکامی باعث می شود که بهره وری فرد کاهش یافته و حتی ممکن است فرد سازمان خود را به امید برآورده کردن این نیازها در جایی دیگر ترک کند. مکنزی و دیکامبو (۱۹۸۶) معتقدند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی شامل توسعه یک محصول جدید برای ایجاد یک فرآیند اثربخش است و جنینگر و یانگ (۱۹۹۰) نیز فرآیند کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرآیند توسعه محصولات و یا شناسایی بازارهای جدید تعریف می نمایند (جیمز پیرس، ۲۰۰۳). در اغلب موارد