



کارآفرینی سازمانی ضرورتی برای سازمان های ترویج کشاورزی ایران

آذر هاشمی نژاد^۱

^۱ دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین

azar.hasheminejad@gmail.com

امروزه با تغییرات و تحولات شگرف و مداومی که بر سازمان ها وارد می شود، کارآفرینی نقشی محوری در فعالیت های سازمانی ایفا می کند و از آنجا که سازمان ترویج کشاورزی در عرصه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی و کشاورزی و توسعه پایدار این جوامع حضوری گسترده و فراگیر دارد تحول و بهسازی مداوم در سازمان ترویج کشاورزی موضوعی است که باید مورد توجه واقع شود، به گونه ای که باید خود را با تغییر و تحولات خارج از سازمان از قبیل تغییر در عرصه فناوری های کشاورزی، روش های ارتباطی، نیازهای کشاورزان، شرایط روستایی، صادرات و واردات محصولات کشاورزی و اقتصاد بازار وفق دهند. بر این اساس تبدیل شدن این سازمان از حالت سنتی و بوروکراتیک به سازمان کارآفرینانه ضرورتی اجتناب ناپذیر است. کارآفرینی سازمانی، شیوه ی برانگیختن و سپس بهره گیری از افراد در درون یک سازمان می باشد، شیوه ای که افراد فکر می کنند و قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند و شیوه تبدیل کردن سازمان به یک سازکان کارآفرین است. این مقاله به صورت مروری- تحلیلی، ضمن معرفی کارآفرینی سازمانی و ضرورت آن، به بررسی عوامل بازدارنده و پیشبرنده کارآفرینی سازمانی پرداخته و با شرح مدل های ارائه شده در این زمینه و بررسی کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی ایران، مدل کوراتکو را نسبت به سایر مدل های کارآفرینی سازمانی بیشتر با شرایط بومی ایران سازگار می بیند و یکی از الزامات فائق آمدن بر مشکلات کنونی سازمان ترویج کشاورزی را کارآفرینی سازمانی با تکیه بر این مدل بیان می دارد.

واژه های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، سازمان ترویج کشاورزی، مدل کوراتکو