

کارآفرینی

نویسنده : محمد محمودی

۴۳

کارآفرینی، واژه ای است که ممکن است بدون توجه به مفاهیم دیگر آن «اشتغالزایی از نوع کسب و پیشه» را در اذهان ، تداعی کند . کارآفرینی به مفهوم «بر عهده گرفتن مسئولیت تولید یک شیء یا یک خدمت» است. بر اساس لغت نامه های معتبر مدیریت و توسعه ، کارآفرین ، شخصی است که ریسک های ایجاد یک سازمان یا فعالیت اقتصادی را می پذیرد و آن را ایجاد و سازماندهی و مدیریت می کند. بیشتر کارآفرینان ، باورهای قوی در مورد فرصت ها و عزم راسخی در قبول سطوح بالای مخاطرات دارند و از آنها برای پیگیری این فرصت ها استفاده می کنند.

توانایی در به کارگیری عوامل تولید (نیروی کار ، سرمایه ، تکنولوژی و ...) از ویژگی های کارآفرینان است. آنها با استفاده از این عوامل و استفاده از کاتالیزوری (شتاب دهنده ای) به نام خلاقیت و نوآوری ، اقدام به تولید کالا و خدمات جدید می کنند.

یک کارآفرین ، فرصت هایی را به تصویر در می آورد که سایرین هم می توانند آنها را ببینند ، ولی به آنها توجهی ندارند. چنین شخصی برای تولید کالای جدید ، از اطلاعاتی استفاده می کند که این اطلاعات در دسترس همگان قرار دارد ، اما این اوست که با تیزبینی و درایتش دست به اقدام و کارآفرینی می زند.

یک کارآفرین ، اصولاً نیازی جدید را می بیند و سپس نیروی انسانی ، سرمایه ، تکنولوژی و تمام منابع و تجهیزات لازم را برای تأمین این نیاز ، بسیج می کند.

با توجه به تعاریف بالا می توان نتیجه گرفت که قلمرو کارآفرینی ، تنها به حوزه کسب و کار محدود نمی شود ، اگر چه امروزه مفهوم آن بیشتر در این حوزه و در بعد اقتصادی مطرح است. تشریح عمیق مفهوم کارآفرینی (به طوری که بتواند تمامی معانی آن را در بر گیرد) دشوار است ، اما به طور خلاصه می توان گفت : «کارآفرین ، فردی است که ارزشی را در جامعه خلق کند». این ارزش ، ممکن است مادی یا معنوی باشد. در تعریفی دیگر ، «کارآفرین به شخص حقیقی یا حقوقی ای گفته می شود که توانایی تحمل ریسک (اغلب مالی) را دارد و می تواند یک ایده اولیه را به یک فعالیت اقتصادی تبدیل کند». به همین دلیل ، یکی از عمده ترین تفاوت های مخترعان و کارآفرینان را می توان در همین گسترش و اقتصادی کردن ایده های آنها دانست. به این معنا که یک فرد مخترع ، قادر است یک ایده و فکر را به مرحله اجرا درآورد ، ولی ممکن است توانایی ارائه آن را به بازار نداشته باشد و

نتواند آن را به یک طرح تجاری سودآور تبدیل نماید. به همین خاطر ، اغلب ابداعات و نوآوری های مخترعان ، در همان چار دیواری محل کارشان می ماند و هیچ گاه راهی به بازار پیدا نمی کند.

کارآفرینان ، چه ویژگی هایی دارند؟

پژوهشگران کوشیده اید نگرش ها ، مهارت ها و شخصیت افراد کارآفرین ، را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند و نیز شرایطی را که موجب تشویق و تقویت کارآفرینان می شود ، بررسی کنند . نتیجه این پژوهش ها نشان می دهد که عوامل اجتماعی و روانی بسیاری در شکل گیری شخصیت افراد کارآفرین ، نقش دارند که در ادامه به بعضی از آنها اشاره می شود:

شاید نخستین و مطمئن ترین تئوری درباره ریشه های روانی کارآفرینان در دهه ۱۹۶۰ م ، به وسیله دیوید مک کلند ارائه شده باشد. او دریافت، افرادی که خط مشی خود را بر کارآفرینی می گذارند ، بیش از حد ، جاه طلب و در پی ترقی و پیشرفت دائمی ، یا بسیار بلند پرواز هستند و از نظر روانی، این احساس را دارند که همواره باید به موفقیت های بزرگی دست یابند. اینان برای رسیدن به پیشرفت و ترقی ، این احساس را هم در خود می بینند که دست به خطر بزنند ، اما این خطرها باید معقول باشد. خطرهای سنگین ، آنها را وادار می کند که تلاش بیشتری بنمایند. او همچنین دریافت، جوامعی که در صدد پیشرفت و ترقی هستند ، درصد بیشتری کارآفرین را پرورش می دهند.

در سال ۱۹۸۰ توماس بگلی و دیوید پی بوید به پنج بُعد از زندگی کارآفرینان اشاره کردند:

۱. نیاز به کسب موفقیت : یک کارآفرین ، همواره در پی هدف های بلند پروازانه است و می خواهد هر چه بیشتر موفق شود ، به طوری که هنگامی که فعالیت اقتصادی را راه اندازی کرد ، متوقف نمی شود .او علاقه دارد که همه روزه به پیشرفت های جدیدی دست پیدا کند.

۲. اعتماد به مرکز کنترل : این دیدگاه که فرد ، حاکم بر زندگی خویش است و می تواند زندگی خود را کنترل کند ، در بین کارآفرینان به شدت رواج دارد و آنها خود را حاکم بر سرنوشت خویش می دانند.

۳. خطرپذیری : اینان در مقایسه با کسانی که ریسک (خطر) متوسط را می پذیرند و یا هیچ ریسکی را نمی پذیرند ، خود را در معرض ریسک بیشتری قرار می دهند. این ریسک ، ممکن است مالی یا حیثیتی باشد و یا از دست دادن بسیاری چیزها که مردم عادی در زندگی، آنها را دارند.

۴. رویارویی با وضعیت های مبهم : کارآفرینان ، بسیاری از تصمیمات را بر اساس اطلاعاتی بسیار ناقص و مبهم می گیرند و یا کلاً دست به کارهایی می زنند که برای نخستین بار انجام می شود.

۵. رفتار از نوع : A این ، بدان معناست که باید در زمانی معین به دستاوردهای بیشتری رسید و اگر ایجاب کند ، باید اعتراضات دیگران را هم نادیده گرفت.

از دیگر ویژگی های کارآفرینان می توان به موارد زیر اشاره کرد:

خوداتکایی : با کمک این نیرو ، کارآفرین می تواند به مبارزه با سختی ها بپردازد ، با امکانات اندک بسازد و نومیدي را از خود ، دور کند.

نیاز به انجام دادن و به دست آوردن : این گونه اشخاص ، به صورت دائم ، نیاز به آن دارند که محصول یا خدمتی را ایجاد کنند. از ساده ترین نوع آن (مثلاً از فعالیت های خانگی) گرفته تا پیچیده ترین کارهایی که ممکن است در تولید یک محصول یا یک خدمت ، لازم باشد .

استفاده از نهایت بهره وری : کارآفرین ، همواره می خواهد از وقت خود ، بهترین استفاده را بکند.

شکار فرصت ها : کارآفرین ، به سادگی می تواند میان یک اتفاق بی خاصیت ، با اتفاق دیگری که در دل آن ، فرصت شکوفایی نهفته است ، تمایز قائل شود و دومی را شکار کند.

توانایی بالا در کنترل خود : تحقیقات ، نشان می دهد که اغلب کارآفرینان ، بیشتر از آن که بتوانند محیط بیرون را کنترل و مدیریت کنند ، بر خود تسلط دارند. اثر جنبی این ویژگی می تواند همان تسلط یافتن بر محیط نیز باشد.

تمرکز بر روی هدف : کارآفرینان ، شب و روز ، فکرشان رسیدن به هدف است ، در حالی که تمرکز بر هدف ، برای بسیاری از مردم ، دشوار است و اغلب به کاری که در حال انجام دادن آن هستند فکر می کنند ، نه هدف.

توانایی تشخیص اولویت ها : کارآفرین ، خوب می داند چه کاری ، چه موقع باید انجام شود و حاضر است بر سر آن با دیگران مبارزه کند.

خوش بینی : از ویژگی های مهم و بارز یک کارآفرین ، خوش بینی است. برای همین ، بسیاری از کارآفرینان ، جوان هستند؛ چرا که جوان ها معمولاً به هر کاری خوشبین اند. کارآفرین ، در برخورد با مشکل ، بدون آن که ذهن خود را مخدوش کند ، مبارزه می کند تا آن را از میان بردارد و حتی اگر مشکل بزرگی باشد ، به خود می گوید: «الآن که نمی شود آن را حل کرد ، به کار دیگری می پردازم و بعد به سراغ آن می آیم.»

قدرت تحمل بالا : این قدرت تحمل ، در کارآفرینان ، از مسائل کاری شروع می شود و یقیناً به مسائلی که در اجتماع یا خانواده رخ خواهد داد نیز کشیده می شود.

انگیزه بالا برای انجام دادن کار : اگر فردی دارای انگیزه بسیار قوی برای انجام دادن کاری نباشد ، در هر لحظه ممکن است که آن کار را رها کند؛ اما نیروی انگیزشی که در درون کارآفرینان وجود دارد ، باعث می شود که تا زنده هستند به کار و فعالیت ادامه دهند . کارآفرینان ، معمولاً روزانه ، انگیزه های خود را تقویت هم می کنند و بلکه برای ادامه دادن همان کار دیروز ، انگیزه های جدیدی هم برای خود ، دست و پا می کنند.

نوگرایی و نوآوری : مفاهیم خلاقیت (نوآوری) و نوگرایی ، در درک مفهوم کارآفرینی، نقشی کلیدی دارند. «خلاقیت» در لغت ، به معنای پدیدار شدن و تولید یک اندیشه و فکر نو و به کارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر جدید است و «نوگرایی» به مفهوم به کارگیری ایده های نوین ناشی از خلاقیت. عملی ساختن این ایده هاست که می تواند به صورت محصولی جدید یا خدمتی نو پدیدار شود.

جمع بندی

یک فرد کارآفرین همچنین دارای روحیه نوگرایی یا انعطاف پذیری ادراکی است ، یعنی توانایی دور شدن از یک قاعده مشهور و مقبول عامه و پذیرش یک قاعده جدید را دارد. پیچیدگی را بر سادگی ترجیح می دهد ، به این مفهوم که به چالش های جدید و مسائل پیچیده توجه می کند. استقلال رأی دارد و به خود ، متکی است .اعتماد به نفس دارد و توانایی خود را باور دارد. تمرکز ذهنی دارد و به طور فعال و پرتلاش به ایده ها (فکرهای تازه) می پردازد. همواره با دانش و آگاهی به دنبال کسب اهداف و موفقیت است. بسیار اهل رقابت ، پرشتاب ، مقاوم و محاسبه گر است. او می داند که مسائل امروز ، با راه حل های دیروز ، قابل حل نیستند و حتی حل آنها با راه حل های امروز نیز کارساز نیست. بنا بر این ، او باید مسائل آینده خود را با راه حل های آینده ، اما در زمان حال ، حل کند.

یک فرد کارآفرین ، در انتظار نمی ماند که ایده ای طلایی به ذهنش خطور کند و سپس کار را شروع کند؛ بلکه کار را با ایده ای به نسبت کوچک آغاز می کند و به تدریج، به سمت ایده های بزرگ تر و کامل تر گام بر می دارد. در زندگی کارآفرینی ، خوش بینی و تفکر مثبت ، بیش از هر چیز دیگری در جریان است و همین امر ، باعث می شود که افراد کارآفرین ، هر مشکلی را یک فرصت بدانند. نشاط ، از نشانه های بارز این نوع زندگی است که موجب از بین رفتن افسردگی و غم و ترس می شود.

در نهایت ، می توان گفت که کارآفرینی، فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می شود و کارآفرین ، مسئول ایجاد ارزش از راه تشکیل یک مجموعه منحصر به فرد از منابع ، به منظور بهره گیری از فرصت هاست.

منابع:

- مدیریت : مقدمه ای بر مدیریت قرن ۲۱ ، جیمز استونر و ادوارد فریمن و دانیل گیلبرت ، ترجمه : علی پارسائیان و سید محمد اعرابی ، تهران : دفتر پژوهش های فرهنگی.

- کارآفرینان امیرکبیر (ماه نامه) ، شماره ۱۰ (اسفند ماه ۱۳۸۴) ، ص ۱۴.

- «کارآفرینی و مدیر کارآفرین» ، حمید رضا خلیلی، سایت اینترنتی آفتاب. (www.aftab.ir)

- سایت اینترنتی فاریا. (www.farya.com)