

وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری

دانشگاه فنی و حرفه ای

دانشکده فنی و حرفه ای همدان (حضرت زینب کبری (س))



جزوه کار آفرینی

تهیه کننده و مدرس: امیرعلی لطفی تابنده

کلیه دانشجویان مقطع کاردانی

بهار ۹۹

مقدمه :

در واقع مفهوم و ایده کارآفرینی، مفهومی جدید و متعلق به عصر حاضر نمی باشد. این مفهوم از قبل از قرون وسطی مطرح بوده که در طول زمان دچار تحولاتی نیز شده است. به طور خلاصه، کارآفرین سازمان دهنده و فعال کننده یک واحد اقتصادی (یاغیراقتصادی) و کسب و کار به منظور دستیابی به سود (دستاوردهای) شخصی (یا اجتماعی) است. یک کارآفرین با بهره گیری از عوامل مورد نیاز مانند: زمین، نیروی کار، مواد مصرفی و سرمایه را فراهم آورده و با استفاده از قدرت تصمیم گیری، مهارتها و استعدادهای فردی اش در طراحی، سازماندهی، راه اندازی و مدیریت واحد جدید، ایده اش را محقق می سازد و از این راه به کسب درآمد میپردازد. همچنین در این راه یک عدم موفقیت را به دلیل فعالیت در محیط غیر قابل کنترل و مبهم و با موانع پیش بینی نشده می پذیرد.

سیر تاریخی کارآفرینی

« صاحبان پروژه های بزرگ » دوره ی اول: قرن ۱۵ و ۱۶ میلادی

« مخاطره پذیری » دوره ی دوم: قرن ۱۷ میلادی

« تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه ی اقتصاد »

دوره ی سوم: قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم

« نوآوری » دوره ی چهارم: دهه های میانی قرن بیستم میلادی

« رویکرد چند جانبه » دوره ی پنجم: دوران معاصر از ۱۹۸۰ تاکنون

مفهوم کار آفرینی

واژه ای نو است، که از کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن دست یافت. این واژه معادل « کارآفرینی » واژه در زبان انگلیسی است و ریشه آن از زبان فرانسوی گرفته شده است. به عبارت دیگر هنوز در فارسی Entrepreneurship کارآفرینی وجود ندارد. اما بین استادان دانشگاهها، دانشجویان رشته های اقتصاد، مدیریت و « مفهوم » معادل دقیقی برای انتقال از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام « کارآفرینی » برخی محافل علمی این واژه تا حدودی مصطلح شده است. به طور کلی شئون زندگی حضور داشته و مبنای تحولات و پیشرفتهای بشری بوده است. لیکن تعاریف زیاد و متنوعی از آن شده است.

تعریف کار آفرینی

کار آفرینی یک شیوه ی اندیشیدن، استدلال و عمل مبتنی بر فرصت گرایی با رویکردی کل گرا و رهبری متوازن است.

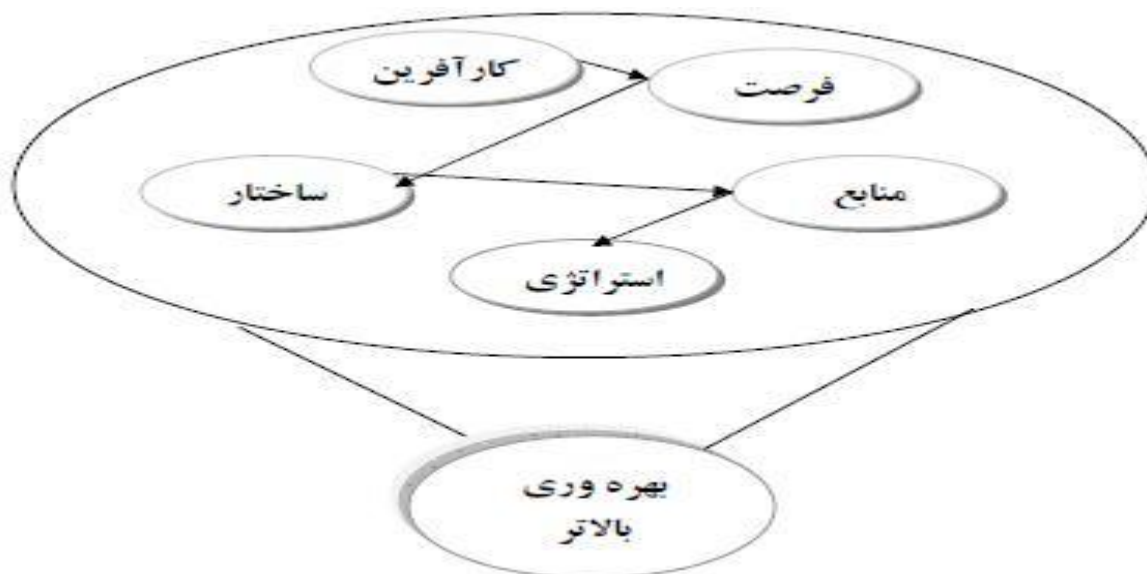
کارآفرینی، فرایند خلق چیزی جدید و با ارزش که با صرف زمان و کوشش لازم، همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی واجتماعی، و کسب پاداش های مادی و رضایت شخصی و استقلال عجین است.

کار آفرینی، نتیجه ی یک فرایند منضبط و نظام مند بکار گیری خلاقیت و نوآوری پیرامون نیازها و فرصت های موجود در محیط بازار است.

کار آفرینی عبارتست: از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فرد از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایت مندی و یا تقاضای جدید می گردد. کار آفرینی را می توان فرآیند شروع یک کار مخاطره آمیز، سازماندهی منابع ضروری و پذیرفتن خطرات و دستاوردهای مرتبط با آن، تعریف کرد. کارآفرینی رویه ای از فکر کردن، تجزیه و تحلیل و عمل کردن است که از فرصتها ناشی می گردد. اهمیت کار و کارآفرینی در میان بزرگان کار در میان بزرگان و ائمه معصومین علیهم السلام از ارزش بالایی برخوردار بوده و از ابعاد مختلف مورد توجه قرار گرفته است.

کارآفرینی و ارتقاء بهره‌وری

در این شکل کارآفرین فرصت‌ها را کشف می‌کند و بدان ساختار می‌دهد و منابع را بسیج می‌کند و استراتژی در نظر گرفته می‌شود. این نمودار مراحل و جنبه‌های عملی کارآفرینی که در نهایت بهره‌وری بیشتر را خواهیم داشت نشان می‌دهد.



کارآفرینی و رشد فناوری بیش از ۶۷ درصد از نوآوریها در زمینه فن آوری و حدود ۹۵ درصد از نوآوریهای منجر به تحولات بنیادی در عرصه پدید آورده اند. کارآفرینان از طریق ایجاد فن آوری، محصولات و خدمات « کسب و کارهای کارآفرینانه » صنعت را جدید، قدرت انتخاب مصرف کنندگان را افزایش داده و با افزایش

بهره‌وری کار، سرگرمی‌های نو، بهبود بهداشت و سلامتی، تسهیل ارتباطات و ... موجب افزایش کیفیت زندگی بشر می‌شوند. در واقع بیشترین بخش نسل جدید صنایع را کارآفرینان ایجاد کرده اند که می‌توان از رایانه‌های شخصی، تلفنهای همراه، خرید از طریق اینترنت و صنعت نرم افزار به عنوان نمونه‌هایی از آن یاد نمود .

انواع رهیافت های کار آفرینی

تعریف ره یافت: راه پرداختن به یک مسئله یا موقعیت یا شیوه تفکر درباره آن ها، رویکرد.

معمولاً در زمینه کارآفرینی از دو رهیافت عمده استفاده می شود که عبارتند از:

(۱) ره یافت محتوایی یا صفات مشخصه (خصیصه)

(۲) ره یافت فرایندی یا رفتاری

ره یافت محتوایی هدف از به کار گیری رهیافت محتوایی، متمایز ساختن کارآفرینان از غیر کارآفرینان و تعیین ویژگی های آنان است. بر این اساس ویژگی های شخصیتی کارآفرین عبارتند از: نیاز به توفیق طلبی، تمایل به قبول مخاطره، برخورداری از مرکز کنترل درونی، داشتن روحیه خلاق و تحمل ابهام.

ره یافت فرایندی هدف از به کارگیری این رهیافت، تمرکز بر شناسایی فعالیت های کارآفرینان و بیان ماهیت کارآفرینی است. در قلمرو مطالعه این رهیافت، بررسی همه عوامل اثر گذار در تاسیس یک شرکت جدید، مانند محیط، فرد، فرایند و سازمان مد نظر قرار می گیرد. برای مثال مواردی نظیر دسترسی به سرمایه، حضور کارآفرینان مجرب، وجود نیروی کار ماهر (از نظر فنی)، میزان دسترسی به عرضه کنندگان، مشتریان یا بازارهای جدید بررسی می شوند. افراد نیز از نظر دارا بودن خصوصیات کارآفرینی مورد بررسی قرار می گیرند.

انواع کار آفرینان

نوظهور (در آغاز یک کسب و کار قرار دارد)

مبتدی (سابقه کسب و کار قبلی ندارد)

کهنه کار (سابقه فعالیت در کسب و کار دارد)

ترتیبی یا زنجیره ای (دائماً در حال تغییر کسب و کار است)

مزایای کار آفرینی:

مزایای فردی

حقوق و دستمزد: عایدی قطعاً بیشتر از هنگامی است که برای دیگران کار می کنید.

امنیت: ادامه کسب و کار شخصی برای چند سال پیاپی، در زمان بازنشستگی امنیت مالی به همراه دارد.

ایجاد دارایی: با رشد و سودآوری شرکت، ارزش آن بالا می رود. به مرور زمان شرکت با ارزش می شود

استقلال: سرنوشت به دست خود فرد کارآفرین است. رئیس و کارفرما خودشخص است. با رونق کار نگرانی های مالی از بین می روند.

رضایتمندی: هیجان ها و چالش ها کار را مهیج می کند و برای فرد خشنودی عمیق به بار می آورد.

مزایای ملی پیامدهای مثبت توسعه کارآفرینی در اقتصاد کشور بیش از سایر اثرات آن مورد توجه قرار گرفته است. به باور محققین کارآفرینان از رسیدن نظام اقتصادی به تعادل ایستا جلوگیری می کنند و بواسطه رفتارهای فرصت جویانه خود، اقدام به فرصت سازی برای کلیت نظام اقتصادی می نمایند. تأثیرات دیگری نظیر ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی نیز مدنظر پژوهشگران بوده است.

تفاوت کار آفرینی اجتماعی و کار آفرینی اقتصادی

وجه تمایز اصلی کارآفرینی اجتماعی و اقتصادی اولویت اهداف اجتماعی بر اقتصادی است. کارآفرینان اجتماعی برای رسیدن به اهداف اجتماعی شان، ناگزیر از پیگیری فرصت های سودآور هستند، بنابراین گفته می شود که در کارآفرینی اجتماعی، اهداف اجتماعی بر اهداف اقتصادی اولویت دارند ولی توجه به این نکته هم ضروری است که کارآفرینی تجاری هم عاری از جنبه های اجتماعی نیست بلکه یکی از محصولات فرعی کارآفرینی تجاری، سود اجتماعی است ولی از آنجائیکه ایجاد این سود اجتماعی انگیزه و هدف اولیه ایجاد سازمان های کارآفرینانه نیست گفته می شود اولویت در کارآفرینی اقتصادی، اهداف اقتصادی هستند.

کارآفرین کیست ؟

کارآفرینی یا Entrepreneurship واژه ای نسبتاً قدیمی است که ریشه فرانسوی دارد. و بطور ساده میتوان گفت کارآفرین به شخص حقیقی یا حقوقی گفته می شود که توانایی تحمل ریسک را دارد و میتواند یک ایده را به فعالیت اقتصادی تبدیل کند. کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. در حقیقت شخص کارآفرین فرصت های موجود در بازار را به ثروت تبدیل نموده و در این راستا ارزش پایدار برای جامعه ایجاد می نماید. زندگی کارآفرینانه، زندگی است توأم با هیجان، خطرپذیری، تنوع، تغییر، شکست تا پیروزی، شوق، تلاش، خلاقیت و فرصت گرایی. زندگی که در آن از سکون و رخوت و ناامیدی خبری نیست. به عبارتی دیگر کارآفرینی یعنی شیوه ای از تفکر، استدلال و کارکردن که پایه اش فرصت طلبی است. زندگی شغلی کارآفرینانه را افرادی انتخاب می کنند که دوست دارند از دیگران موفق تر باشند. این افراد نه از رئیس داشتن خوششان می آید و نه از ریاست کردن به دیگران.

کارآفرینی: کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به

منظور بهره گیری از فرصت ها.

ویژگی های کارآفرین :

هدف و پشتکار دارند	داشتن اطلاعات تجاری	تمایل به استقلال	تلاش برای اجرای پروژه	اطلاعات فنی و خدماتی
آمادگی روبرویی با شکست	شکیبایی دربرابرناملایمات	توانایی ارائه عقاید به دیگران	شجاعت در فرآیند کارآفرینی	تمایل به مشورت با کارشناسان
به خود متکی بودن	توانایی ایجادارتباط	مسئولیت پذیری	دارا بودن توانایی لازم	دیدگاه مثبت
توانایی به حداقل رساندن خطرات	سلامت فکری و روحی	اعتماد به نفس	شناخت شخصی	ابتکار و خلاقیت
حل مشکلات بطور مداوم	سلامت جسمی	دسترسی به منابع مالی	استفاده از تجارب دیگران	قابلیت تغییر و انعطاف پذیری
عقل معاش	تعهد			

کارآفرین: کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بهره گیری و هماهنگی منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه میدهد.

انواع کارآفرینی

الف) فردی

کارآفرین مستقل

فردی که مسئولیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمات جدید می باشد. او نمی خواهد " آقا بالا سر " داشته باشد. به طوری که از کار کردن برای دیگران رنج می برد . او می خواهد کارها را به شیوه خود انجام دهد. و به این معتقد است که می تواند با برنامه ریزی در راستای ایده خلاقانه خود به پیشرفت دست یابد و خود، تولید کننده کار باشد تا این که دیگران برای او شغل دست و پا کنند . همچنین از این که کسی برایش شغلی فراهم کند و احساس دین کند بیزار است.

ب) کارآفرینی سازمانی

فرآیندی است که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان، فعالیت کارآفرینانه خود را به ثمر میرساند. شباهت های بسیاری بین کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد تفاوت آنها در این است که کارآفرینی سازمانی در داخل سازمان صورت می گیرد. موضوع اصلی آن ایجاد یا توسعه روح کارآفرینانه در داخل محدوده سازمان می باشد که به موجب آن، نوآوری ارتقا یابد. کارآفرینان سازمانی افرادی هستند که در سازمان های بزرگ، حیثیت شغلی خود را بر روی نتیجه حاصل از نوآوری می گذارند.

ب) گروهی

کارآفرینی شرکتی

فرآیندی است که یک شرکت طی می کند تا همه افراد آن به کارآفرینی تشویق شده و تمام فعالیتهای کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام پذیرد. در این فرآیند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه میکنند.

کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی فرایند استفاده و ترکیب نوآورانه منابع است که می تواند درون، یا بین بخش های غیرانتفاعی، تجاری و دولتی صورت پذیرد و برای بهره برداری از فرصت هایی است که ارزش اجتماعی ایجاد می کنند. کارآفرینان اجتماعی که عهده دار انجام این فرایند و رسیدن به سود اجتماعی هستند همانند یک کارآفرین بوده یعنی عاملان تغییری هستند که ارزش آفرینی می کنند، نوآورند، به دنبال فرصت ها و منابع هستند و تنها تفاوت آن ها این است که یک رسالت اجتماعی در ذهن خود دارند و می خواهند جهان بهتری بسازند که مشکلات اجتماعی در آن کمتر به چشم بخورد.

سازمانی را بایستی کارآفرینانه اجتماعی در نظر گرفت که:

- با اولویت هدف اجتماعی ایجاد شده باشد. برای تامین منابع مالی مورد نیاز جهت ایجاد ارزش اجتماعی از فرصت های کسب و کاری و استراتژی های درآمدزایی بهره گیرد.

- از روشهای نوآورانه برای تولید ارزش اجتماعی بهره گیرد.

- درآمد حاصل از فعالیت های سودآور، بدون تقسیم بین موسسان، برای ایجاد ارزش اجتماعی بیشتر صرف شود.

کارآفرین اجتماعی انتظار منفعت مالی ندارد و کار خود را براساس آن سازماندهی نمی کند، همان طور که سازمان های بشردوستانه و دولتی براین اساس فعالیت نمی کنند. در عوض هدف کارآفرین اجتماعی ایجاد ارزش در مقیاس بزرگتر از سازمان های بشردوستانه است و تلاش می کند تغییرات سودآوری را برای بخش عمده ای از جامعه یا کل جامعه ایجاد کند.

تفاوت کار آفرینی سازمانی و کار آفرینی شرکتی

امروزه کار آفرینی سازمانی و کار آفرینی شرکتی به عنوان دو استراتژی متفاوت برای ایجاد تحول در شرکت ها مطرح می باشد. بطوری که اگر یک فرد آغازگر فعالیت های مخاطره آمیز سازمانی باشد به فرد مورد نظر کار آفرین سازمانی گفته می شود و اگر کل شرکت و کارکنان دارای روحیه کار آفرینی شوند، از آن به عنوان کار آفرینی شرکتی نام برده میشود

خصوصیات کار آفرینان

نگران مهمی که اکثر مردم هنگام تشکیل یک فعالیت کار آفرینانه نوپا با آن :

1- Locus of control مرکز کنترل درونی مواجه می شوند این است که آیا انگیزه و توان لازم را نه تنها

برای شکل دادن اولیه سازمان جدید ، بلکه برای اداره و رشد آن دارا هستند یا خیر ؟ افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنها می باشد سرنوشت آنها را تعیین می کند . به عبارت دیگر کار آفرینان موفق به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سر نوشت ، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی دهند . به عقیده آنها شکست ها و پیشرفت ها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکرد – هایشان موثر میدانند. رئیس خود بودن یکی از قوی ترین نیاز های فرد کار آفرین است .

2- Need for independence استقلال طلبی خواهد کارها را به شیوه خود و برای خود انجام دهد

و کارکردن برای دیگران برای او سخت است . در واقع نیاز به استقلال ، عاملی است که سبب می شود تا کار آفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند . احساس خشم آنها از نظام خشک دیوانسالاری همراه با تعهد خالصانه در قبال ایجاد تغییر ، به شخصیت استقلال طلب آنها که می خواهند همه چیز را به شیوه خود انجام دهند، اضافه می شود. کار آفرینان با انگیزه و مهارت خود دست به رقابت می زنند

3- Need for achievement نیاز به کامیابی و موفقیت سعی می کنند از عهده کاری که بر روی آن

وقت و انرژی خود را متمرکز کرده اند به درستی برآیند. تمایل به انجام کار دراستانداردهای مالی جهت پیشی گرفتن از رقبا را دارند و حتی آنها می کوشند که استانداردها را خود تعیین کنند. زیرا افرادی که استانداردها را در هر حرفه ای تعیین می کنند همیشه بر بازار حاکم و مسلط هستند. از ویژگی های بارز کارآفرین خطر کردن و ریسک پذیری هست .

4- Risk taking مخاطره پذیری خطری که ممکن است مالی ، روانی و حتی اجتماعی باشد. البته برخلاف

مردم عادی ، کارآفرین خطر قمارگونه نمی کند ، بلکه با ارزیابی دقیق و حساب شده از میزان مخاطره تصمیم می گیرد و پس از آن برای دست یابی به نتیجه مطلوب از هیچ کاری فروگذار نمی کند. افراد کارآفرین با اختصاص انرژی و زمان زیاد همیشه از موضوع بزرگ بعدی حمایت و پشتیبانی می کنند، در صورتی که افراد دیگر از باقی ماندن در شهرت و افتخار موجود خرسند می شوند. "هاینر" در سال ۱۹۹۰ نشان داد که کارآفرینان موفق کمتر از مدیران از مخاطره پرهیز می کنند، فرق آنها با مدیران در این است که مدیران خانه ای می سازند و سعی در نگهداری آن خانه دارند و به همین دلیل تهدیدگرا و محافظه کارند و تلاش می کنند وضعیت موجود را حفظ کنند، اما کارآفرینان همواره در پی ساختن خانه ای جدید هستند و به همین جهت فرصت گرا، انعطاف پذیر و اهل ریسک هستند. کارآفرینان می دانند به کجا می خواهند بروند .

5- Futurism آینده نگری تصور و دیدگاهی از آینده سازمان خود : دارند. البته بسیاری از اوقات این تصور

از ابتدا وجود ندارد و در طی زمان شکل می گیرد که شرکت چه است و چه می تواند باشد، گرچه شاید کارآفرین مجبور به برنامه ریزی کوتاه مدت و مقطعی باشد ، ولی داشتن چنین دیدگاهی می تواند این برنامه های کوتاه مدت را در یک جهت برای رسیدن به هدف هماهنگ نماید.

بدون شک نوآوری مهمترین ویژگی کارآفرین است.

6- Creativity and Innovation خلاقیت و نوآوری

، توانایی گسترش ایده های جدید و کشف راه های جدید با نگاه به مسایل و مشکلات و فرصت هاست . خلاقیت بیشتر قراردادن چیزهای قدیمی در کنار یکدیگر برای راه های جدید و حذف زواید نظر و خلق چیزی ساده و بهتر است . نوآوری توانایی به کار بردن راه حل‌های خلاق برای مسایل ، مشکلات و فرصت هاست . به تعبیری دیگر نوآوری ، عملی ساختن محصول یا خدمت از ایده ای خلاق است . کارآفرینی نتیجه فرایند سازمان یافته و منظمی است که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی ها و فرصت ها در بازار ، پیوند می دهد یا به عبارت دیگر با به کارگیری استراتژی متمرکز برای یک ایده جدید سعی می کند یک محصول یا یک سری خدمات را خلق کند که هدفی جز رضایت مشتریان ندارد و درنهایت به سود دهی می رسد.

کارآفرینان گاهی با مشکلاتی روبرو می شوند و ممکن است که در ادامه کار خود دچار تزلزل گردند

7- Optimism خوش بینی تردید و ، ولی در طول این دوره آنان با اعتمادی که به خود دارند در حل این مشکل تلاش می کنند . این حس باعث می شود که دیگران نسبت به خلاقیت و نوآوری خوش بین باشند و حس اطمینان در گروه پدید آید .

8- Ambiguity tolerance قدرت تحمل ابهام یعنی پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی :

تحمل ابهام کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند ، قادرند بطور اثر بخش با شرایط و اطلاعات مبهم ، ناقص و غیر طبیعی ، سازمان نیافته و غیر شفاف روبرو شوند و ضمن رفع ابهامات ، آنها را به نفع خود تغییر دهند. برای کارآفرین ، شکست یک تجربه جدید است .

9- Failure tolerance تحمل شکست

انسان را به موفقیت های بزرگ نزدیک تر می کند. فرد کارآفرین ، با واقع بینی شکست را تحمل می کند، ناامید ، دلسرد و افسرده نمی شود. اغلب کارآفرینان معتقدند که از شکست های خود بیشتر از موفقیت های خود درس آموخته اند.

10- The ability to build team work میل به استقلال ، رغبت کارآفرین را نسبت به ایجاد : توانایی

ساخت تیم کاری ساختار کارگروهی مسدود نمی کند. آنها می توانند انگیزه تیم را بشدت قوی نموده تا بخوبی رشد نماید و افراد تیم بتوانند افکار خود را توسعه دهند. روح یگانگی ، ارزش ها ، باورهای مشترک و امیدی که کارآفرین در تیم ایجاد می کنند، باعث می شود ، تیم توانایی آن را پیدا کند که بتواند به تنهایی وارد چالش کاری شود.

11- Hunter Opportunities کارآفرین بسادگی می تواند میان یک اتفاق بدون خاصیت با دیگری :

شکارچی فرصت ها که در دل آن فرصت شکوفایی نهفته است، تمایز قائل شود و دومی را شکار کند.

کارآفرینان شب و روز فکرشان رسیدن به هدف می باشد. دقت کنید که

12- According to goal: توجه به هدف تمرکز بر هدف برای بسیاری از مردم دشوار است اغلب افراد

تنها می توانند به کاری که در حال انجام دادن آن هستند فکرمی کنند نه هدف. کارآفرین خوب می داند چه کاری، چه موقع باید انجام شود و حاضر است بر سر آن با دیگران مبارزه کند:

مفهوم رفتار کار آفرینانه

رفتار کارآفرینانه به مجموعه فعالیت ها و شیوه هایی اطلاق می شود که فرد در سطوح مختلف مسئولیت، به

طور مستقل ، با هدف ایجاد و بهره گیری خلاقانه از منابع، درجهت شناسایی و استفاده از فرصت ها و با

ادراک قوی از کارآمدی خود، به راه اندازی و توسعه کسب و کار می پردازد.

دو فاکتور اصلی که محرک و بر انگیزاننده ی کار آفرینی و رفتار کار آفرینانه است اول خود سازمان و بافت ساختاری آن می باشد، دوم افراد و تعاملات آنها با یکدیگر.

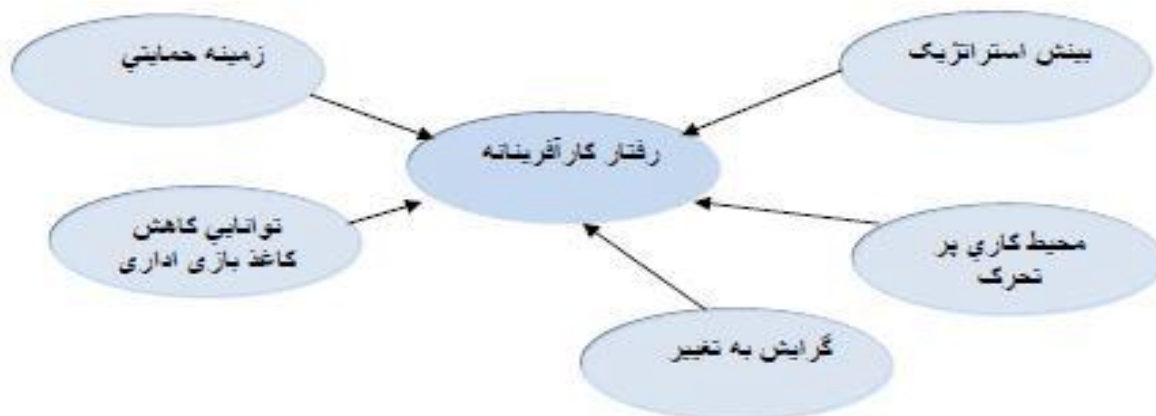
فاکتورهای موثر بر رفتار کار آفرینانه

فاکتورهای فردی، بر روی ویژگی های شخصیتی کار آفرینان متمرکز است.

فاکتورهای اجتماعی عبارتند از : زمینه خانوادگی ، تجربیات زندگی و رشد جامعه

فاکتورهای محیطی عوامل از قبیل کاهش مالیات و سودهای نادرست، تغییر در شرایط بازار، اغتشاش های

اجتماعی و فرهنگ اقتصادی بررسی کرده است مو لفه های اصلی رفتار کارآفرینانه



انواع زندگی شغلی

بطور کلی می توان گفت تاکنون مردم دنیا سه نوع زندگی شغلی را تجربه کرده اند که عبارتند از:

- (۱) استخدام
- (۲) خود اشتغالی
- (۳) کارآفرینی

استخدام

منظور از استخدام، زندگی شغلی ای است که شخص در قالب یک قرار داد رسمی و معتبر، وقت و مهارت های خود را در مقابل دریافت وجه شخصی در اختیار سازمانی دولتی یا خصوصی قرار می دهد این نوع استخدام، استخدامی است که موجب امنیت شغلی کامل یا نسبی برای مدت نسبتاً طولانی می گردد.

خود اشتغالی

هر کس که در استخدام سازمانی نباشد و یا همه افرادی که مزدبگیر نیستند، خواه به صورت انفرادی کار را در منزل انجام دهد یا همانند یک وکیل، یک مشاور، یک متخصص کار بیرون منزل داشته باشد و یا در یک مغازه و یا یک کارگاه یا چند نفر پرسنل به کار مشغول باشد. به عنوان مثال ممکن است فردی در یک مغازه یا کارگاه تعدادی را به کارگمارده و تولید محصولی مثل قابل عکس باشد و یا به تنهایی صاحب مغازه باطری سازی بوده و آن را اداره کند جز خود اشتغالی محسوب می شود.

کارآفرینی

کارآفرینی نه تنها یک نوع زندگی شغلی است بلکه بسیاری معتقدند یک سبک زندگی یا یک سبک تفکر و یا یک فرهنگ است زندگی شغلی کارآفرینانه را افرادی انتخاب می کنند که دوست دارند از دیگران موفق تر باشند آنها می خواهد این موفقیت را از طریق تلاش بیشتر، خلاقیت بیشتر و خلق و کشف و بهره برداری بیشتر از فرصت ها بدست آورند. روحیه آنها طوری است که نه از رئیس داشتن خوششان می آید و از ریاست کردن بر دیگران.

نگاه کارآفرینانه:

کارآفرینان، افرادی هستند که فرصتها را درک میکنند و خلاءها را میبینند. درک فرصتها توسط این افراد، ممکن است از طریق بازارگردی (ارتباط با محیط زندگی، بازار و ...) و یا ارتباط با افراد (در جلسات) یا نگاه به تلویزیون، رسانه ها، شبکه اینترنت و ... حاصل شود، که به آن نگاه کارآفرینانه (یا نگاه جستجوگرانه، نگاه فرصتگرایانه، در پی شکار فرصت و...) گفته می شود. خلاءهای بازار با نگاه کارآفرینانه، به خوبی دیده میشود و انگیزهای برای اقدام به راهاندازی کسب و کار میباشد؛ به عبارت بهتر، افرادی که تمایل به ایجاد کسب و کار دارند، بایستی این نگاه را در خود تقویت نمایند. با توسعه و ترویج این دیدگاه در درون خانواده ها، مدارس و ... به تقویت این نگاه که در کل منجر به نوآوری و ایجاد کسب و کار می شود، کمک خواهد شد.

مفاهیم و کلیات کارآفرینی :

واژه کارآفرین از کلمه (Entrepreneur) به معنای متعهد شدن مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبانها راه یافته است . انگلیسیها سه اصطلاح با نامهای : ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به کار میبردند . از نظر آنها، کارآفرین کسی است که متعهد میشود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند . در واقع کارآفرین کسی است که: نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری میتواند در ارائه یک محصول جدید، ارائه یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد .

از نظر «شومیتز» : کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی است. وی مشخصه کارآفرین را

نوآوری میداند. همچنین «جفری تیمونز» معتقد است که کارآفرین فردی است که باعث خلق بینشی

ارزشمند از هیچ میشود .