



وزارت علوم تحقیقات و فناوری

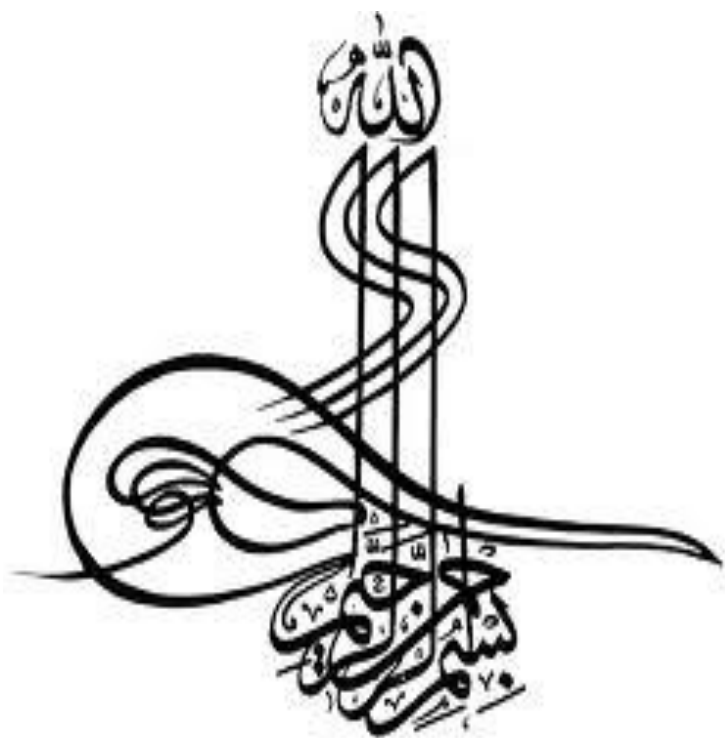
دانشگاه جامع علمی - کاربردی

مرکز آموزش علمی کاربردی علمی - صنعتی خراسان

کار آفرینی و شناخت ویژگیهای روان شناختی در افراد کار آفرین

استاد : علی بهرامی زاده

دانشجو : ایده کشاورز



خداوندا !

به علمای ما مسئولیت، به عوام ما علم، به مومنان ما روشنائی، به روشنفکران ما ایمان، به متعصبین ما فهم، به فهمیدگان ما تعصب، به زنان ما شعور، به مردان ما شرف، به پیران ما آگاهی، به جوانان ما اصالت، به دانشجویان ما نیز عقیده، به خفتگان ما بیداری، به بیداران ما اراده، به مبلغان ما حقیقت، به دینداران ما دین، به نویسندگان ما تعهد، به هنرمندان ما درد، به شاعران ما شعور، به محققان ما ادب، به نومیدان ما امید، به ضعیفان نیرو، به محافظه کاران ما گستاخی، به نشستگان ما قیام، به مسلمانان ما قرآن، به شیعیان ما علی، به فرقه های ما وحدت، به مردم ما خود آگاهی، و به همه ما همت تصمیم و استعداد ، شایستگی نجات و عزت ببخش!

استاد دکتر علی شریعتی

تقدیر و تشکر



بر خود لازم می دانم :

از استاد فرهیخته و گرانقدر جناب آقای علی بهرامی زاده که با صبر و بردباری و در

اسرع وقت با راهنمایی های استادانه خود ، تحقیق حاضر را هدایت نمودند ، با تمام وجود

تشکر و قدردانی می نمایم .

فهرست

۶	چکیده
۷	مقدمه
	فصل ۱: کارآفرینی
۱۰	کارآفرینی
۱۲	کارآفرین چه کسی است؟
۱۴	ویژگی های یک کارآفرین
۱۸	احساس مسئولیت و داشتن عزم و اراده
۱۹	رهبری
۱۹	استفاده از فرصت
۲۰	تحمل مخاطره، ابهام و عدم اطمینان
۲۱	خلاقیت، اتکا به نفس و قدرت سازش
۲۲	انگیزه برتری طلبی
۲۳	سایر گرایش ها و رفتارهای مطلوب کارآفرین موفق
۲۳	انرژی، سلامتی و استواری عاطفی
۲۳	خلاقیت و نوآوری
۲۴	هوش
۲۴	توانایی القای تفکر
۲۵	ارزش ها
۲۸	نمونه هایی از نقش اجتماعی کارآفرینان
۳۱	انگیزه کارآفرینان
۳۲	مزایای کارآفرینی
	فصل ۲: بررسی روان شناختی
۳۵	بررسی روان شناختی
۳۵	شخصیت
۳۶	زبان و تفکر
۳۶	حل مسئله
۳۷	مراحل حل مسئله
۳۷	تعریف تفکر خلاق
۳۸	رابطه تفکر خلاق و هوش
۳۹	ویژگی اشخاص خلاق
۴۱	ویژگی های روان شناختی کارآفرینان
	فصل ۳: نتایج

چکیده:

این مقاله در راستای توصیف ویژگی های روان شناختی شخصیت افراد کارآفرین انجام شده است. پژوهشگر در این مقاله ضمن تعریف مفاهیم مربوط به کارآفرینی و ابعاد آن و بررسی ویژگی افراد کارآفرین ، به واکاوی شخصیت این افراد از دیدگاه روانشناختی نیز پرداخته است تا بدین گونه عناصر شخصیتی لازم برای ظهور یک فرد کارآفرین را شناسایی نماید.

نویسنده نتیجه گیری می کند که یک فرد کارآفرین بایستی از هوش خلاقانه و قدرت تفکر ، تأمل و ادراک در مشاهده برای تحلیل مسأله برخوردار بوده و با ذهن خلاقانه ای که در سرشت خود دارد به ارائه ی راهکار و خلق نوآوری ها در راستای حل مسئله بپردازد. بدین ترتیب هوش و تفکر خلاق ، قدرت ادراک و دقت نظر ، واگرایی و پویایی شخصیت ، انگیزش بالا و برجسته تر از همه ذهن خلاق و منعطف و قالب ناپذیر را از ویژگی های روان شناختی برای شکل گیری یک شخصیت کار آفرین دانسته و در پایان به مدیران سیستم ها توصیه می کند تا ضمن بهره گیری از شیوه های نوین مدیریتی ، به شناسایی هر چه بهتر این شخصیت ها در منابع انسانی خود در راستای ارتقاء راندمان سیستم ، همت گمارند.

***کلید واژگان:** کارآفرینی ، روان شناسی و کارآفرینی ، کارآفرین ، شخصیت و کارآفرینی.

جامعه ی جهانی در قرون گذشته ،تحولات و پیشرفت های چشمگیری را در عرصه های گوناگون علمی بر خود دیده است و این تحولات با شتابی افزون بر گذشته به سوی آینده ای مبهم و به حتم متحول تر طی مسیر می نماید. این پیشرفتهای علمی ، رشد عظیمی را در پهنه ی تکنولوژی و صنعت نیز ایجاد نموده است. این تغییرات تکنولوژیکی از یک سو سبب تنوع در محصولات تولیدی و افزایش روز افزون تولید و القای مصرف گرایی در جوامع و از سوی دیگر تعدیل در نیروی کار و ماشینی شدن هرچه بیشتر روند تولید و ارایه ی خدمات را در پی داشته است. همراه با این تحول ، افزایش روز افزون جمعیت در جهان و بخصوص در کشورهای در حال توسعه ،زمینه ی ظهور بحران هایی از جمله بیکاری را بستر سازی نمود و بدین گونه خلق مشاغل جدید یکی از دغدغه های مهم جوامع بشری شد.

همچنین سازمان ها ،واحدهای تولیدی کوچک و بزرگ و در معنای عام تمامی سیستم های خدماتی و تولیدی ، دریافتند که برای بالا بردن *راندمان سیستم* و افزایش *کارآیی و اثر بخشی* و در نهایت سود دهی افزون تر ، می بایستی هزینه ها، به کمینه ی میزان خود رسیده و استفاده ی هرچه بهتر از منابع مالی و انسانی نیز در حد اعلا قرار گیرد؛ بدین صورت و با در نظر داشتن چنین رویکردی ،توجه به مفهومی به عنوان *کارآفرینی* در سطح بین المللی ظهور و بروز پیدا کرد و بسیار مورد توجه مدیران سیستم های تولیدی و خدماتی در بخش خصوصی و دولتی جهان قرار گرفت.

در کشور ما نیز به سبب بروز بحران بیکاری ،هزینه های بی رویه و راندمان پایین سیستم ها ، توجه به کار آفرینی در سیستم ها بسیار جلوه نمود؛ بدین صورت توجه هرچه بیشتر مدیران به مباحث کار آفرینی جهت ارتقای بازدهی سیستم، سبب شد تا افراد دارای خلاقیت و ایده های نو بیشتر در سازمان ها

شناختی، جامعه شناختی و جمعیت شناختی فرد به توانایی او برای کارآفرین شدن کمک می کنند و یکی از مهمترین خصایص این افراد کار آفرین داشتن بینش عالی ، تفکر و ذهن خلاق و توانایی ابداع و نوآوری است که می تواند راهکارهایی را برای افزایش کارایی سیستم ارایه و کاربردی نماید.

در این مقاله سعی بر اینست که با رویکردی روان شناختی به بررسی ابعاد شخصیتی افراد کارآفرین و خلاق پرداخته شود و بدین گونه دریافت گردد که افراد کار آفرین دارای چه شاخصه های شخصیتی هستند و یا به عبارت دیگر چه عناصر شخصیتی و روان شناختی در یک فرد می تواند ، خلاقیت ، ابتکار و کارآفرینی را در وی ایجاد نماید و به صحنه ظهور رساند؛ لذا در ابتدا به مفهوم کار آفرینی و ابعاد آن و شاخصه های مورد نیاز برای آن پرداخته و در قسمت بعد از دیدگاه روان شناختی به تحلیل و بررسی شخصیت فردی که دارای عناصر لازم برای بروز صفات یک فرد کار آفرین است ، اشاره می شود و در نهایت نیز ارتباط میان این ویژگیهای شخصیتی و اثر آن بر کارآفرینی ، به عنوان نتیجه مورد ارایه و بررسی قرار می گیرد.

فصل اول

کار آفرینی

کارآفرینی:

مسئله ی کارآفرینی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی به شمار می رود ، به طوری که در غرب و برخی دولت های دیگر ، دو دهه اخیر ، ((دوران طلایی کارآفرینی)) نام گرفته است . کارآفرینی از منابع مهم و پایان ناپذیر همه جوامع بشری است . منبعی که به خلاقیت انسان ها بر می گردد که از یک سو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند پایان ناپذیر است . این یکی از انواع زندگی شغلی است که افراد در مسیر زندگی خود می توانند انتخاب کنند (محمد/امین نایبی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۲۹).

واژه ی Entrepreneur (که در فارسی کار آفرین ترجمه شده است) دربردارنده ی معنای موفقیت است. این واژه به معنای محصولات ، ابداعات، کیفیت، و خدمات نوین است. در درون یک شرکت ، این واژه به معنای نوع خاصی از روحیه ، سر زندگی و فضیلت است. ای. ۱. باتلر ، مفسر روزنامه ی تجاری ، آن را ((شوق خلقت)) می نامد. از همه مهمتر ، این واژه به اشخاص پراراده ای اطلاق می شود که اراده ، خلاقیت ، پایداری و موفقیت اجتناب ناپذیرشان ، آنها را به رهبران و قهرمانان روز تبدیل می کند. این مطلب آخر ، تغییر قابل توجهی را در نگرش مردم نسبت به کار آفرینان نشان می دهد. تب و لرز یک اقتصاد ناپایدار ، ارزش والای این زنان و مردان را به ما می فهماند . چرا که امنیت اقتصادی آینده ما ، تا حد زیادی ، بر کیفیت کار کار آفرینان متکی است (کوک، جیمز آر، ۱۳۸۲، ص. ۱۵) .

کار آفرینی از سه جنبه تعریف شده است : برای اقتصاددان ، کارآفرین فردی است که منابع ، نیروی کار، مواد، و سایر دارائیه را با هم می آمیزد تا محصولی تولید کند که ارزش آن بیشتر از اجزای سازنده آن باشد و در ضمن، تغییرات، نوآوریها و نظم نوینی ایجاد کند . از دید روان شناس، چنین فردی معمولاً با نیروهای درونی نظیر نیاز به دستاوردهای نو ، تجربه ، موفقیت ، یا شاید رهایی از قیومیت دیگران

برخی دیگر، منبع عرضه کالا و خدمات، مشتری یا فردی تلقی می شود که برای ثروت فراهم می آورد، روشهای بهتر استفاده از منابع را پیدا می کند، ضایعات را کاهش می دهد، و برای دیگران شغل تولید می کند. هر چند هر یک از تعاریف فوق کارآفرین را از جنبه ی خاصی مد نظر قرار می دهد ولی همه ی آنها مفاهیم مشترکی مانند تازگی، سازماندهی، خلاقیت، ثروت و خطر پذیری را دربردارند. با این حال، این تعاریف تمام کارآفرینان امروزی را که در تمام حرفه ها اعم از آموزش و پرورش، پزشکی، حقوق، معماری، مهندسی، مددکاری اجتماعی، و توزیع کالا و خدمات یافت می شوند تحت پوشش قرار نمی دهند و از این رو تعریف زیر که انواع رفتار کارآفرینی را در بر می گیرد کاملتر از همه به نظر می رسد. کارآفرینی فراگرد تولید کالا و خدمت جدید و با ارزشی است که با صرف وقت و تلاش، پذیرش خطرات مالی، فیزیکی و اجتماعی آن و دریافت پاداش پولی، رضایت شخصی و عدم وابستگی به دیگران به دست می آید. این تعریف جنبه های عمده ی کارآفرینی را بدون توجه به زمینه فعالیت آن مورد تاکید قرار می دهد. نخست آنکه فراگرد تولید کالا یا خدمت با ارزش و جدید را به میان می کشد. تولید کالا یا خدمت باید هم برای خود کارآفرین و هم برای افرادی که کالا و خدمات به خاطر آنان ایجاد شده است ارزشمند باشد. قابل توجه است که کارآفرینی به صرف وقت و تلاش نیاز دارد. تنها کسانی که فراگرد کارآفرینی را تجربه یا بررسی می کنند مقدار زمان و تلاش چشمگیری را که برای تحقیق کالا یا خدمت جدیدی که لازم است درک می کنند. پذیرش خطر سومین جنبه کارآفرینی است. این خطرات، بسته به تلاش کارآفرین اشکال گوناگون به خود می گیرند، ولی معمولاً حول زمینه های مالی، روانشناختی، و اجتماعی متمرکز می شوند. قسمت پایانی تعریف به پاداشی که کارآفرین به دست می آورد می پردازد که عدم وابستگی، رضایت شخصی و سود از زمره ی آنها می باشند، کسب سود برای بسیاری از کارآفرینان نشانه ی موفقیت به

اما تعریفی که تقریباً اکثر صاحب نظران در مورد آن اتفاق نظر دارند و به عنوان یک تعریف مورد قبول همگان مطرح گردیده است تعریف زیر می باشد :

کارآفرینی عبارت است از فرایند خلق چیزی با ارزش و متفاوت، از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی، همچنین دریافت پاداش های مالی و رضایت شخص از نتایج حاصله.

در این تعریف چند نکته وجود دارد :

۱- بطور کلی کارآفرینی فرایند خلق چیزی است، خلق هر چیز ارزشمند و جدید.

۲- کارآفرینی فرایندی است که مستلزم صرف زمان و تلاش کافی است.

۳- کارآفرینی دارای ریسک های اجتناب ناپذیری است.

۴- آنچه به عنوان پاداش در فعالیت های کارآفرینانه وجود دارد، رسیدن به استقلال مالی و کسب درآمد و همچنین رضایت خاطری است که فرد کارآفرین بعد از انجام کار، کسب خواهد کرد.

اما اینکه فردی صرفاً کسب و کاری را آغاز کند و ریسک های آن را پذیرا شود، کارآفرین نیست، نوآوری هم باید وجود داشته باشد یعنی کارآفرین کسی است که محصول یا خدمت جدیدی را تولید می کند (محمد امین نایی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۳۰)

کارآفرین چه کسی است ؟

کلمه ی Entrepreneur معادل کلمه کارآفرین، کلیمه ای فرانسوی است. واژه نامه ویستر کارآفرین را کسی عنوان می کند که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره و

تقلیل نماید (محمد امین نایی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۲۹).

همچنین می توان گفت کار آفرینان کسانی اند که با ایجاد محصولات و خدمات نوین مورد نیاز مردم، در آمد خوبی کسب می کنند. معمولاً گمان می رود که کار آفرینان در راه اندازی شرکت ها تبصر دارند. در هر حال، آنها سعی دارند کسب و کاری جدید خلق می کنند. آنها به رغم مخاطرات بسیار، پیشگام کارهای جدید می شوند. درست است که برخی شرکت های بزرگ را کارآفرینان بنا نهاده اند، ولی یک راننده ی تاکسی کولی هم می تواند کارآفرین باشد (کوک، جیمز آر، ۱۳۸۲، ص. ۱۵).

اقتصاددانان بر این باورند که کارآفرین کسی است که منابع، نیروی کار، مواد و سایر دارایی ها را با هم ترکیب می کند تا ارزش آن را نسبت به قبل بیشتر نماید. به بیان دیگر آنها بیشتر به نقش اقتصادی کارآفرینان در جامعه توجه می کنند و اثراتی که این افراد بر جامعه می گذارند را مورد بررسی قرار می دهند. روانشناسان و علم روانشناسی بر این باور است که کارآفرین کسی است که به وسیله نیروهای شخصی خود به پیش می رود نیروهایی از قبیل نیاز به کسب کردن یا رسیدن به چیزی، تجربه نمودن، انجام دادن یا شاید فرار از قدرت اختیار دیگران. در واقع این گروه بیشتر به بررسی الگوی رفتاری و ویژگی های خاص کارآفرینان می پردازند. دانشمندان مدیریت نیز بیشتر به تشریح کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمانهای موجود پرداخته اند (محمد/مین نایی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۲۹ و ۳۰).

اهمیت نوآوری در ایجاد محصولات، فرایندها و خدمات جدید برای بازار کاملاً شناخته شده است شومپیتر در اوایل دهه ی ۱۹۳۰ نوآوری و فرایند نوآوری را به کارآفرین پیوند داد. برطبق نظر شومپیتر، وقتی اقتصاد در شرایط ایستا قرار دارد، کارآفرینانی که انگیزه ی کسب سود دارند دست به نوآوری می زنند تا ظرفیت نهایی تولید را بالا ببرند و سود خود را افزایش دهند. این کارآفرینان چه کسانی هستند؟ انگیزه ی آنان چیست؟ آیا آنان می توانند جزئی از سازمانهای موجود باشند؟

همچنان که توضیح داده شد علی رغم علاقه ی فزاینده ی به کارآفرینی، هنوز تعریف دقیقی که

فرانسه شده تا به امروز معانی مختلفی به خود دیده است . بسیاری از تعریف هایی که درباره ی کارآفرینی به عمل آمده به رفتارهایی دلالت داشته که ابتکار و اندیشه ی خلاق ،سازماندهی ساز و کارهای اجتماعی و اقتصادی را به منابع و شرایط عملی مبدل ساخته است و مخاطره و شکست را پذیرفته است . برای کسانی که عملا کسب و کاری را آغاز می کنند . تجربه ی کارآفرینی به شور و شوق ناکامی ،دلوپسی ،و مشقت همراه است . امان شکست به سبب عدم فروش کالا یا خدمت بسیار بالا است .رقابت در این مورد خاص شدید است ،و کمبود سرمایه امری مسلم می باشد برای مثال ، گزارش ارائه شده توسط امور کسب و کار کوچک حاکی است که در ایالات متحده ، ۸۰ درصد صاحبان حرفه های کوچک در ۵ سال اول فعالیت خود با شکست مواجه می شوند . مخاطره مالی و عاطفی هم بی اندازه است .

به علت بالا بودن مخاطره و هزینه ،نوع جدیدی از کارآفرینی به وجود آمده است که به آن کارآفرینی سازمانی اطلاق می شود . کارآفرینی سازمانی در سازمانهای موجود به ابداع و ابتکار می پردازد و مانند کارآفرین های عادی ،سود و رضایت را نصیب سازمان خود می کنند و همان روحیه و رفتار کارآفرینان عادی را دارند .امروزه در بسیاری از کشور ها ،سازمانهای تولیدی و خدماتی ،دولتها و حکومت های محلی و دانشگاه ها به تقویت و تحکیم روح کارآفرینی سازمانی همت می گمارند (آقا محمدی،مصطفی و رستم نژاد، بهزاد، ۱۳۸۶، ص. ۳۵و۳۶) .

ویژگی های یک کارآفرین :

بیشتر توصیفاتی که از کارآفرین وجود دارد ،تعاریفی است که بیشتر ویژگی های کارآفرینان را بیان می کند . تلاش روانشناسان بیشتر در جهت یافتن ویژگی های شخصیتی مشترک کارآفرینان وسیعی جامعه شناسان در جهت یافتن ویژگی های جمعیت شناختی این افراد بوده است . ویژگی های مختلف ، توسط روانشناسان برای افراد کارآفرین ذکر شده است ،اما ویژگی هایی که در اکثر تعاریف

آنها مشترک است، شامل ویژگیهای جمعیت شناختی و روان شناختی است که ویژگیهای جمعیت شناختی آن شامل موارد ذیل است :

۱- تجربه کاری: کارآفرینان در صنعتی که کار خود را در آن آغاز می کنند. دارای تجربه قبلی هستند تجربه کاری قبلی در مسیر خاصی از فعالیت اقتصادی همبستگی مثبتی با موفقیت دارد .

۲- نارضایتی از شغل قبلی : نارضایتی علت اصلی دور شدن فرد از شغل خود می باشد . در مورد کارآفرین، نارضایتی از شغل قبلی نه تنها او را وادار می کند که کار خود را ترک کند . بلکه این عقیده را در او ایجاد می کند که کار کردن در هیچ جای دیگری ارضا کننده نخواهد بود نارضایتی از شغل قبلی حاکی از چند موضوع است :

اول اینکه بیشتر کارآفرینان فعالیت خود را با کار کردن برای شخص دیگری آغاز می کنند و دوم اینکه تنها در صورتی از این وضعیت خارج می شوند که نیازهایشان ارضا نشود .

البته عدم شناخت کارفرما از روحیه کارآفرینانه فرد، موجبات نارضایتی وی را فراهم می نماید . این مساله نه تنها کارفرما را از داشتن یک نیروی فعال و کارآزموده محروم می سازد، بلکه اغلب رقابت جدیدی را نیز برای خود او ایجاد می کند، چرا که بیشتر کارآفرینان، فعالیت اقتصادی را در حیطه ای که در آن تجربه دارند، آغاز می کنند .

۳- الگوی نقش : خانواده و دوستان نقش مهمی در کارآفرین شدن فرد بازی می کنند، تحقیقات نشان داده است که غالب پدران کارآفرینان موفق ، در زمینه هایی با فناوری بالا، مالک و مدیر بوده اند آنها در محیط خانواده با فرهنگ کارآفرینی آشنا می شوند و تجربیات کارآفرین شدن را کسب می کنند . به طور کلی وجود یک الگوی نقش، افراد را به پذیرش مخاطرات کارآفرینی تشویق می کند .

۴- شرایط کودکی :تحقیقات به دست آمده از بررسی ها نشان می دهند که تجربیات کودکی تاثیرات به سزایی در زندگی آینده فرد دارد . به همین جهت است که مطالعات در خصوص شرایط کودکی در ابعاد مختلف صورت گرفته است . اعضای خانواده و به خصوص والدینی که در پرورش حس استقلال طلبی ،علاقه به موفقیت ،مسئولیت پذیری و دیگر ویژگی های کارآفرینی در فرزندان خود بسیار موثر می باشند .

۵- سن : به طور کلی ،برای کارآفرین بودن داشتن سن مشخصی معیار نمی باشد .اما نکته ای که وجود دارد ، این است که هر چه سن افراد بالاتر می رود و سالخوردگی فرا می رسد ،از ریسک پذیری بیزار می شوند و نمی خواهند بر روی فعالیت های اقتصادی که ممکن است شکست بخورند ،ریسک کنند . تحقیقات نشان می دهد که اکثر کارآفرینان کسب و کار خود را در سنین بین ۲۵ تا ۴۵ سالگی آغاز می کنند و هر چه کارآفرین جوانتر باشد ،امکان موفقیت بیشتر است .

۶-سطح تحصیلات :زمینه های تحصیلی کارآفرینان مانند سن آغاز به فعالیت شان متفاوت است. بعضی از آنها ترک تحصیل کنندگان دبیرستانی هستند که یا مجبور شدند مدرسه را به خاطر کمک مالی به خانواده ترک کنند و یا کسانی که دنیای واقعی را از مدرسه مهیج تر یافتند و آن را ترک کردند با این وجود به طور کلی کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی داشته و تعداد زیادی از آنان دارای مدارج بالای علمی هستند البته این امر تا حدود زیادی به جامعه بستگی دارد . اگر جامعه روی هم رفته از سطح دانش بالاتری برخوردار باشد ، کارآفرینان آنها نیز تحصیلات بالاتری خواهند داشت .

۷-انگیزش برای آغاز فعالیت اقتصادی : مطرح شدن این سوال که چرا افراد کارآفرین می شوند ، مطلبی است که به شرایط انگیزشی آنان مربوط می شود کارآفرینان اغلب به دلیل ضرورت ، شروع به فعالیت اقتصادی مستقل می کنند .

گاهی نیز انگیزه های ایجاد کسب و کار مرتبط با فعالیت قبلی شان همراه با مدیریت مستقل ، خود دلیل شروع یک فعالیت کارآفرینانه است . در حقیقت یکی از مهم ترین دلایل برای کارآفرینی ، استقلال و عدم وابستگی به دیگران است .

دربعضی مواقع نیز، افراد در اثر عوامل سوق دهنده ای همچون اخراج یا برکناری موقت از کارشان ، تشویق به راه اندازی یک شغل جدید شده اند .

همچنین آموزش نیز از عواملی است که بر کارآفرین شدن افراد تاثیر دارد . اگر نظام آموزشی به گونه ای باشد که افراد بتوانند علاوه بر کسب دانش ، چگونگی استفاده از آن را در محیط کار و بازار کار نیز یاد بگیرند ، تعداد کارآفرینان و به دنبال آن ، کسب و کارهای تازه زیاد خواهد شد .

و در نهایت قرار نگرفتن فرد در جایگاه اجتماعی مورد انتظارش ، سبب می شود تا فرد به سوی فعالیت های کارآفرینانه برانگیخته شود ، هنگامی که بین جایگاه اجتماعی فرد و انتظارات وی فاصله باشد ، به سوی رفتارهای متفاوت برانگیخته می شود (محمدامین نایی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۳۰ و ۳۱ و ۳۲) .

همچنان که تصور می شود ، کارآفرینان و کارآفرینان سازمانی از بسیاری جهات شبیه به هم هستند آنها رهبرانی هستند که بر فرهنگ ها ، مخصوصا بر فرهنگ های پیرامون خود در رویای آفرینش چیزی با قیمت جدید و کسب ثروت با توانمندی برای اشتغال جدید مشارکت داشته اند اثر می گذارد . در سال ۱۹۸۷ ، تقریبا ۸۵۸۰۰۰۰ شرکت جدید در مقایسه با ۲۰۰۰۰ شرکت جدید در سال ۱۹۶۳ در ایالات متحده تاسیس شده است و این رقم در سال ۱۹۵۰ فقط ۹۰۰۰۰ بوده است . علاوه بر این شرکت ها ، در همان سال حدود ۴۰۰۰۰۰ مشارکت جدید و ۳۰۰۰۰۰ مولد فردی ثبت شده است این امر سبب ایجاد ۱.۵ میلیون شغل جدید در اقتصاد بخش خصوصی شده است .

کار آفرینی موجب شده است چندین میلیون مشاغل جدید در سراسر جهان ، حتی در اقتصادهای بسته نظیر اقتصاد چین ،مجارستان ،و لهستان به وجود آید . علی رغم رکود ،تورم ،میزان بالای بهره ،فقدان زیر بنای اقتصادی ،عدم اطمینان اقتصادی و ترس از شکست ،ملیونها شرکت جدید تاسیس می شود . این شرکت ها با وجودی که بیشتر فراگرد شخصی داشته و بی همتهاستند خصوصیات مشترکی دارند ، و مثل تمام فراگردها موجب حرکت می شوند و حرکت کارآفرین از شیوه موجود زندگی به سوی تشکیل یک موسسه کارآفرینی است و بر این اساس مهمترین ویژگی کارآفرینان عبارتند از :

احساس مسئولیت و داشتن عزم و اراده:

احساس مسئولیت و داشتن عزم و اراده مهمتر از سایر ویژگی های کارآفرینان تلقی می شوند با احساس مسئولیت و عزم و اراده قوی کارآفرین می تواند بر موانع فایق آید و نقطه ضعف های خود را جبران کند .

احساس مسئولیت تقریبا برای بنگاه های کارآفرینی لازم است . کارآفرین بدون استثنا تحت فشارهای سخت و مداوم زندگی می کنند تا در وهله اول بنگاه خود را راه اندازند ،سپس آنها را سر پا نگه دارند و سر انجام رشد دهند این امر با سرمایه گذاری قسمت اعظم دارایی در بنگاه ،اشتقاق برای کاهش پرداختها به علت داشتن قسمت عمده سهم بنگاه و از طریق فدا کردن زندگی خود و سخت کردن شرایط زندگی خانوادگی سنجیده می شود .

کارآفرینانی که بنگاه های جدید را با موفقیت راه می اندازند بر موانع غلبه کنند . مشکلات را رفع و رجوع کنند و کاری را که به عهده گرفته اند .به پایان رسانند . از موقعیتهای دشوار و مشکل آفرین نمی هراسند ولی اگر کاری قابل حل نباشد آنان پیش از دیگران آن را رها می کنند و این امر نشانگر واقعیت گرایی آنان است .

رهبری:

کارآفرینان موفق در بسیاری از امور از جمله در آگاهی از فناوری و بازاری که در آن به رقابت می پردازند، در مهارت‌های عمومی مدیریت و مسیر شغلی مسلماً با تجربه و خبره هستند. آنها افرادی کارآمد هستند و مرکز کنترل درونی با استادارد بالا دارند.

کارآفرینان رهبرانی صبور هستند و قدرت ایجاد بینش و اداره ی ملموس امور دشوار را دارند. آنان همزمان هم معلم، هم متعلم، هم کاری و هم اهل بینش هستند رویای این را دارند که بنگاله خود را راه اندازی کرده، کالایی در خور نیاز جهان عرضه دارند و برای کسب سود ۵ تا ۱۰ سال با صبر و استقامت تلاش کنند. این گونه افراد به حل تعارض عادت دارند و می داند چه وقت از منطق استفاده کنند و چه وقت مقبولانه تر، چه هنگام تسلیم شوند و کی خواست خود را تحمیل کنند. آنان متوجه این امر هستند که موفقیت زمانی به دست می آید که فردی میانجی و طرف مذاکره باشند تا مستبد و فرمانروا.

استفاده از فرصت:

کارآفرینان موفق همیشه دنبال فرصت هایی می گردند. هدف آنان پیدا کردن فرصت و استفاده از آن برای انباشت منابع یا پول می باشد. فرصت با استفاده از ایده ها و خلاقیت، کارآفرینی به وجود می آید. ایده ها با شرایط عالم واقعی و خلاقیت کارآفرینی تعامل دارند و در نقطه ای فراهم می شود، نقطه ای که به اصطلاح ((دریچه فرصت)) نام دارد.

فرصت ها بر موقعیت مبتنی هستند، برخی از شرایطی که موجب به وجود آمدن فرصت می شوند کلی هستند و می توان آنها را در تمام صنایع، تولیدات و خدمات به کار بدر ولی برخی از شرایط ایجاد فرصت و استفاده از آن به خصوصیت و ویژگی فرد بستگی دارد، کارآفرین با ذهن خلاق خود

تحمل مخاطره، ابهام و عدم اطمینان:

از آنجا که سرعت تغییر و میزان مخاطره پذیری و عدم اطمینان همواره با کارآفرینی عجین است از این رو کارآفرینان موفق خود را به تحصیل آنها عادت می دهند و تلاش می کنند تضاد و تناقض حاصل از آنها را مدیریت کنند .

کارآفرین سرمایه و بالاتر از آن شهرت و جنسیت خود را در مخاطره قرار می دهد ولی هرگز ناسنجیده کار نمی کند ،مخاطره کارآفرینان موفق همواره حساب شده است . آنان در تصمیم گیری های خود جهت اقدام به مخاطره جوانب کار را به دقت می سنجند و تلاش می کنند شانس موفقیت را افزایش دهند .

کارآفرینان دیگران را نیز در مخاطره کسب و کار خود سهیم می سازند . آنها با تشکیل شرکت ، سرمایه گذاران ،اعتبار دهندگان ،عرضه کنندگان مواد اولیه و کالاهای نیمه ساخته و نیز مشتریانی را که برای دریافت کالا بهای آن را از پیش پرداخت می کنند .در فعالیت و مخاطرات خود شرکت میدهند. تحقیقات نشان داده اند که کارآفرینان علاوه بر استفاده از منابع مالی هواخواهان خود، از تراوشهای فکری ،روشن بینی ،آینده نگری ،جرات ،جسارت ،و ابزار کنترلی آنان سود برده و مخاطرات حاصل از فعالیت را با آنها سهیم شده اند .

کارآفرینان موفق ابهام و عدم اطمینان را تحمل می کنند و خود را با تضاد و تعارض محیط کار سازش می دهند ،به هنگام راه اندازی بنگاه کارآفرینی ،ممکن است درآمدی به دست نیاید از طرف دیگر ،فقدان سازماندهی ساختار سازمان یا نظم ،دامنه ی ابهام و عدم اطمینان را وسیعتر می سازد . تغییرات مداوم ، ابهام و فشار روانی را بر هر قسمت بنگاه مستولی می سازد .مشاغل تعریف نمی شوند و جدید بودن همکاران ،ناشناخته بودن مشتریان ،ضیق وقت ،بد بیاری و حوادث

کارآفرینان موفق نتایج خوب حاصل از فشارهای روانی را به حداکثر می‌رسانند و واکنشهای منفی آن، یعنی فرسودگی و ناکامی را یا از بین می‌برند و یا به حد اقل کاهش می‌دهند.

خلاقیت، اتکا به نفس و قدرت سازش:

میزان بالای عدم اطمینان و سرعت سریع تغییر که از ویژگی‌های بنگاههای کارآفرینی می‌باشد. به سازماندهی روان و کاملاً سازش‌پذیر نیازمند است تا بتواند به سرعت و با اثر بخشی واکنش نشان دهد.

کارآفرینان موفق به خود اطمینان دارند آنها معتقدند که مهارت‌ها و دستاوردهایشان (مشکلات و مسایل بنگاهشان) در کنترل خودشان و تحت سیطره فکری آنان قرار دارند و می‌توانند پیامدهای حاصل از این مهارت‌ها را تحت نفوذ خود درآورند. این کارآفرینان قدرت سخت کار کردن را دارند و از حفظ وضع موجود احساس رضایت نمی‌کنند. کارآفرین از همان بدو تاریخچه‌ی تشکیل کارآفرینی فردی مستقل، نوآورو متکی به خود و قهرمان اقتصاد ساخته شده است.

اکثر پژوهش‌های جدید حاکی از آن است که کارآفرینان کارآمد در صدد ابتکار عملی می‌باشند و با میل و رغبت خود را در موقعیت‌هایی قرار می‌دهد که شخصاً مسئولیت موفقیت یا شکست عملکرد خود را به عهده گیرند. دوست دارند ابتکار حل مشکل با پر کردن خلایی را زمانی که رهبری وجود ندارد تقبل نمایند و موقعیت‌هایی را می‌پسندند که نفوذ فرد در حل مشکل مورد سنجش قرار گیرد و همه‌ی این موارد ناشی از ماهیت عملگرایی، اتکا به نفس و خلاقیت آنان است. کارآفرینان موفق سازش‌پذیر و انعطاف‌پذیر هستند همواره در صدد بهبود عملکرد خود هستند و از بازخور برای تصحیح رفتار خود سعی می‌جویند و از شکست نمی‌هراسند. آنان تجارب حاصل از شکست را راهی برای یادگیری تلقی می‌کنند. در تحصیل علت شکست نه تنها

نقش خود، بلکه نقش دیگران را در نظر می گیرد تا از این طریق از شکست های مشابه در آینده پیشگیری نمایند.

انگیزه برتری طلبی :

کارآفرینان موفق انگیزه برتری طلبی دارند. آنان افراد با کفایتی هستند که با خواست درونی قوی هدایت می شوند تا معیارهایی را که خود به وجود آورده اند برای دستیابی به هدف به کار گیرند . این نیاز به برتری طلبی در ادبیات کار آفرینی با نوشته ای مک کلند و اتکینسون در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ جلوه گر شده است .

برعکس کارآفرینان موفق نسبت به مقام و قدرت نیاز کمتری از خود نشان می دهند و انگیزه ی شخصی را از چالش و هیجانی که برای راه اندازی بنگاه خود به کار می گیرد به دست می آورند . آنها تشنه ی موفقیت هستند تا جاه و مقام ، موفقیت آن قدرت و مقام را برایشان به ارمغان می آورد .

تعیین اهداف والا ولی دست یافتنی کارآفرینان را قادر می سازد بر انرژی های خود تسلط داشته باشند، در بررسی فرصت ها گزینشی عمل کنند و بدانند چه مواردی را نباید تغییر دهند . داشتن هدفها و جهت ، به تعریف اولویت ها نیز کمک می کند و معیار سنجش آنها را فراهم می آورد . اتخاذ روشهای عینی به هنگام بررسی تغییر در سود ، فروش یا قیمت سهام هم جایز اهمیت می باشد . با این دیدگاه پول به عنوان ابزار تلقی می شود نه هدف نهایی.

کارآفرینان موفق نسبت به نقاط قوت و ضعف خود ، شرکا ، رقبا و نیز بر موارد قوت و ضعف محیط های اطراف خود و سایر محیط ها آگاهی دارند و با استفاده از این آگاهی ، موفقیت و شکست بنگاه خود را ناشی از سرنوشت ، بخت و اقبال ، یا سایر نیروهای بیرونی نمی دانند و همین

امر سبب می شود کارآفرینان روشن بین و شوخ طبع باشند، فشارها و تنش ها را کاهش دهند و موقعیتهای نامطلوب را به موارد سودمند مبدل سازند .

سایر گرایش ها و رفتارهای مطلوب کارآفرین موفق:

برخی از دانشمندان پنج ویژگی برای کارآفرینان موفق در نظر می گیرند که نمی توان آنها را از طریق یادگیری کسب کرد و آنها را ویژگی های ذاتی تلقی می کنند و معتقدند که دارندگان این ویژگی ها کارآفرینان مادرزاد هستند تا کارآفرینان آموزش دیده .این ویژگی ها عبارتند از :

انرژی ، سلامتی و استواری عاطفی:

بار کاری فوق العاده و خواسته های تنش آفرینی که کارآفرینان با آنها مواجه می شوند ،انرژی و سلامت جسمی و عاطفی کارآفرینان را مهم جلوه گر می سازد .

ضمن اینکه هر یک از این موارد ریشه در وراثت دارد ولی می توان آنها را با عادت های خوب تغذیه ، ورزش ،استراحت به دقت تنظیم و نگهداری کرد .

خلاقیت و نوآوری:

خلاقیت مدتها توانایی حاصل از وراثت شمرده می شد و بسیاری از افراد در این امر توافق داشتند که خلاقیت یک موضوع کاملا ژنتیکی است . ولی امروزه ثابت شده است که خلاقیت کاملا به فرهنگ بستگی دارد و برخی از فرهنگها این عامل را تقویت می کنند و موجب ایجاد انگیزه درونی افراد می شود .

سطوح بالای خلاقیت که به شکل پیشرفتهای عملی و دستاوردهای حیرت انگیز هنری ظاهر می شوند در پیوستاری مداوم قرار دارند و همه آنها ضمن آنکه از ویژگی های خاص خود

برخورد دارند، زمینه های مشترک می باشند و این زمینه ها همان سبک شناختی، انگیزه های درونی، شرایط و مقتضات محیطی می باشند .

نوآوری بعد از خلاقیت قرار دارد و به معنی تبدیل خلاقیت به محصول، فرایند یا خدمت جدید است که با استفاده از فن آوری صورت می گیرد . پیتز دراکر، دانشمند نامی علم مدیریت معتقد است که خلاقیت و نوآوری از اجزای جدانشدنی کارآفرینی می باشند و این دو عنصر چنان در هم تنیده اند که خلاقیت بدون نوآوری و نوآوری بدون خلاقیت معنا و مفهوم پیدا نمی کنند .

هوش:

هوش و توانایی ذهنی از مزایای عمده کارآفرینی محسوب می شوند . هیچ بنگاه اقتصادی را نمی توان یافت که بنیانگذاران آن از هوش سرشار برخوردار نباشند ولی کارشکنی، محتوای احساسی و غریزی، زبر دستی، انواع خاصی از هوش تلقی می شوند که در اکثر کار آفرینان دیده می شوند .

در ضمن باید خاطر نشان کرد که ترک تحصیل کنندگان مراکز آموزشی گاهی کارآفرینان فوق العاده درآمدند این امر نشان می دهد که هر فرد دارای نوع خاصی از هوش است که اگر در موردی کار ساز نباشد در موارد دیگر و در موقعیت های مناسب می تواند بسیار مفید قرار گیرد .

توانایی القای تفکر:

همه بر این امر اتفاق نظر دارند که فرهنگی شجاعت و الهام بخشی از ویژگی های رهبری طبیعی است و این ویژگی هایی مادر زادی هستند . هر چند میزان فرهنگی کارآفرین ممکن است پایین باشد، ولی نظر و دیدگاه او با سبک رهبری اش القا می شود . اهداف و ارزش های کارآفرین جوی

را برای ما بوجود می آورد که در آن فعالیت های بعدی او نشو و نمو می یابند و القای فکر او بدون در نظر گرفتن اینکه چه شکلی به خود می گیرد، بنگاه کارآفرینی را شکل می دهد .

ارزش ها:

ارزش های شخصی و اخلاقی محیط ،زمینه هایی را که کارآفرینان از آنها رشد کرده و پا به عرصه وجو گذاشته اند منعکس می سازد . این ارزشها جز لاینفک هر فرد به شمار می آیند (آقا محمدی،مصطفی و رستم نژاد، بهزاد، ۱۳۸۶، ص. ۳۷-۴۴) .

از آنجا که بیشتر کارآفرینان برای رفع نیازهای مالی و شغلی آغاز به کار می کنند ،می توانیم نتیجه بگیریم که عنصر اصلی انگیزش یک کارآفرین منافع شخصی است . ما برای منافع شخصی تولید می کنیم ،دست به خطر می زنیم و می کوشیم .

منتقدان این ملاحظات شخصی را ((طمع)) می نامند . آنها تنها یک سود معادله را می بینند ،چرا که تنها در پاسخ گویی به منافع شخصی دیگران است که کارآفرینان موفق می شوند . یک بازار ، بر ساخته از کارآفرینانی است که نیازهای مشتریان را برآورده میکنند . خریداران حق انتخاب کالاهای مورد نظر خود را دارند . وقتی دو طرف به توافق می رسند ،هر دو منافع شخصی یکدیگر را بر آورده کرده اند . تنها با خدمت به مشتری است که یک کارآفرین به موفقیت دست می یابد . یک سبب از یک دستفروش که بخیرد دو نفر را شاد کرده اید . این جادوی سیستمی است که ساز و کار شکست ناپذیر آن بر این اصل استوار است که یک طرف معادله باید راضی باشد تا طرف دیگر سود خود را ببرد .

جورج گیلدر در کتاب پر فروش خود در دهه ۱۹۸۰، به نام ثروت و فقر ،ایمان و اعتقاد را مهمترین اصل پیشرفت میداند ((ایمان به انسان ،ایمان به آینده ،ایمان به بازگشت در قبال دهش ...همه اینها لازمه

با این حال، گرچه ایمان عنصری حیاتی برای پیشرفت کارآفرینی است، ولی نقطه آغاز یا تنها جزء اساسی یا عنصر اولیه موفقیت نیست.

میل به پول و مقام نقطه پرتابی است که از آن کارآفرین رویایش را آغاز می کند. اشتیاقی سوزان برای انجام کارهای مهم و نام آور شدن، تمایلی شدید به ثروتی وافر و آزادی اقتصادی، اینها همه نقطه آغازین کسب و کار اند.

درست است که ایمان و اعتقاد پایه های بنیادین در پیشرفت کار آفرینی اند و لی این در طبیعت ما است که به خود فکر کنیم و این امر شر مندگی ندارد. نیازها و نگرانی های ما هستند که ما را به پیش می رانند.

چه نوع شخصیتی می تواند این اشتیاق شدید به موفقیت را در خود ایجاد کند؟ آیا فهرستی از خصوصیات شخصیتی برای کارآفرینان وجود دراد؟ آیا از قبل می توانیم کارآفرین بودن خود را تشخیص دهیم؟ بسیاری از مقالات نوشته شده، بر این نکته اشاره دارند که فرد باید خصوصیات ذاتی داشته باشد تا بتواند کارآفرین موفق شود، خصوصیات از قبیل نگرانی بسیار نا چیز، توانایی خطر کردن بدون دلوایسی، اعتماد به نفس قوی، شک بسیار اندک به خود. چنین نتیجه گیری هایی مسلماً حاصل تحقیق روی کارآفرینان موفق و جا افتاده است.

شاید کارآفرینانی باشند که با چنته ای این چنین پر، کار خود را آغاز کنند، ولی معمولاً این خصوصیات پس از سالها تجربه به دست می آید. در حقیقت، کارآفرین موفق امروز، جوان دلوایس دیروز است.

کارآفرین می تواند گذشته ای مملو از فقر یا ثروت، خانواده ای از هم پاشیده، یا بسیار خوشبخت داشته باشد. کارآفرینان می توانند پر طرفدار یا منفور، عادی یا غیر عادی باشند (کوک، جیمز آر، ۱۳۸۲، ص. ۲۱ و ۲۰).

ابعاد کارآفرینی:

ابعاد مورد مطالعه ی کارآفرینی عبارتند از: افراد، محیط ها و سازمانها. این ابعاد برای تشریح استدلالها و الگوهای کارآفرینی ضرورت دارند. تعامل میان افراد، محیط ها، و سازمانها موجب می شود ابتکاری جدید جامه ی عمل بپوشد و منحصر به فرد تلقی شود (آقا محمدی، مصطفی و رستم نژاد، بهزاد، ۱۳۸۶، ص. ۲۲).

اما در روند این تعامل باید اشاره داشت که "آنچه در کشورهای سلطه گر ارزش و اهمیت خود را از دست داد، صاحبان صنایع و مشاغل کوچک بود زیرا این افراد قدرت رقابت با سازمانهای بزرگ و دارای تجهیزات را نداشتند. قیمت تمام شده ی کالای آنان بالاتر از قیمت تولید انبوه کارخانجات بود. دولت از سازمانهای بزرگ حمایت می کرد و سرانجام این که، روند سرمایه داری پاشنه ی آهنین خود را بر حلقوم کارآفرینان می فشرد و خلاقیت و نوآوری آنان را به باد انتقاد می گرفت. این سازمان ها با استفاده از جدیدترین پدیده های صنعتی و روشهای تولید، نظریه ی به کارگیری آدمکهای آهنی توانستند هزینه های خود را کاهش داده و نیروی انسانی را به حداقل برسانند و خود را از درگیری در مسائل انسانی رها سازند. از طرف دیگر، این سازمانها با استفاده از روش های تولید انبوه و تحمیل خواسته های خود به مشتریان، نتوانستند نظر مساعد مصرف کنندگان را به خود جلب کنند. به علاوه، کالا و خدمات تولیدی آنان در سطحی متعارف قرار داشته و برخی از اصول و ارزشهای مورد نیاز مصرف کنندگان را تامین نمی کرد. گاهی هم، عدم توجه به خواسته کارکنانی که فکر ایجاد تغییر در نوع محصول، روش تولید یا ابداع محصول جدید را در سر پروراندند موجب می شد اینگونه افراد، سازمان محل خدمت خود را ترک کنند و به سلیقه ی خود و با استفاده از استقلال و آزادی فکری و عدم وابستگی، نیازهای درونی خود را جامه ی عمل بپوشانند. این روند توجه بیشتر به مشتری، تولید و خدمات با کیفیت بالا و تفکر سیستمی موجب گردید بار دیگر صاحبان خرد و اندیشه به فکر ایجاد

خود را به صورت محصولات جدید و نوآور وارد بازار کنند و از این طریق ، علاوه بر استقلال سنتی کاری خود ، از لذت خویشتن فرمایی ، کیفیت بهار زندگی و خود اشتغالی برخوردار شوند و حاصل دسترنج خود را در اختیار خود بگیرند و به بهزیستی خود و خانواده و در نهایت جامعه ی پیرامون خود کمک و مساعدت نمایند . امروزه تشکیل و توسعه ی سازمانها و شرکتهای کارآفرینی به عنوان سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید ، شرکت در بهبود اوضاع اقتصادی و رشد کشور محسوب می شود . بخشهای گوناگون جامعه اعم از دولتی ، خصوصی ، تعاونی و حتی گروه های مذهبی ، بخش عمده ای از منابع خود را صرف ارتقای کارآفرینی می کنند و سازمانهای آموزشی در سطوح دبیرستان و دانشگاه با تشکیل دوره های کوتاه مدت و بلند مدت ، به توسعه ی دانش کار آفرینی می پردازند تا افراد خلاق را به سوی ایجاد مشاغل کوچک ولی پردرآمد تشویق و هدایت کنند . زیرا این گونه مشاغل ، با استفاده کمتر از ماشین آلات و فن آوری نوین ، سعی دارند تراوشهای فکری مخترعان و نوآوران را به صورت کالا و خدمات نو ، که سازمانها نتوانسته اند آنها را تولید کنند . به مردم عرضه کنند و از این طریق ، ضمن خود اشتغالی ، به توسعه اقتصاد کشور نیز کمک کنند " (آقا محمدی، مصطفی و رستم نژاد، بهزاد، ۱۳۸۶ ، ص. ۲۳ و ۲۴).

نمونه هایی از نقش اجتماعی کارآفرینان:

امروزه بیشتر مشاغل جدید را شرکت های کارآفرینی خلق می کنند. کالا ها و خدمات برتر ، فن آوری نوین و پیشرفت ها عموماً از مراکز کارآفرینی نشأت می گیرند . ریشه رشد و شکوفایی ما در شرکت های کوچک و کارآفرینان کوشایی است که مشتاقانه نظریات نوین خود را عملی می کنند .

ادوین لند وقتی دانشجو بود شرکت پولاروید را در انباری راه انداخت . تقریباً دو دهه بعد او نخستین دوربین عکس فوری خود را روانه بازار کرد . او از هیچ ، شرکتی ساخت که نه تنها باعث هزاران فرصت شغلی جدید و شکوفایی نا گفته ای شد ، بلکه دوربینی به دنیا عرضه کرد که فشار یک دکمه آن

مصرف کنندگان را در اقصا نقاط دنیا ذوق زده می کرد. در ۱۹۷۱ شرکت کارآفرینی کوچک اینتل، انقلاب مهمی در صنعت ریز گدازننده ها (میکروپروسسورها) ایجاد کرد. طی پنج سال، این شرکت ۸۰۰۰ شغل جدید و هزاران فرصت شغلی خارج از حیطه مستقیم خود ایجاد کرد. تقریباً تمام بزرگترین شرکت های آمریکا توسط یک کارآفرین کارا و دلسوز تاسیس شده اند. نویسندگان امور تجاری، رابرت فیرو (Robert Fierro)، اظهار می کند:

شرکت هایی نظیر ای بی ام، جنرال موتورز، کنترل دیتا، پولاروید، زیراکس، سی بی اس، پان ام، یا آلاس، پن سنترال، بدون وجود آن شخصی که نه تنها معتقد بود نظریه بهتری دارد، بلکه شجاعت عملی کردن نظریاتش را داشت، هرگز پا نمی گرفت. روزی در جایی، همه چیز با یک کارآفرین تنها آغاز شد. طی دهه های اخیر کارآفرینان جریان مقایسه ناپذیری از کالاها و خدمات ایجاد کردند که فقر امروزه را شبیه ثروت قرون گذشته کرده است. کارآفرینان دشمنان و رقیبانی سرسخت برای شرکت های جا افتاده هستند. ده ها شرکت از صد شرکت برتر در پایان جنگ جهانی دوم، امروزه بر اثر نبود مهارت های کارآفرینی یا حمله یک تازه وارد پر انرژی، تحلیل رفته یا نابود شده اند. در اوایل دهه ۱۹۶۰، یک گله دار اهل آیووا به نام کوریر هالمن (Currier Holman)، بدون هوش یا فن آوری خاصی به صنعت بسته بندی گوشت حمله کرد. او رقبای خود را یکی یکی با تفکر و مبارزه جانانه از سر راه برداشت تا آنکه همه بزرگان این صنعت یعنی کوداهی، ویلسون، سویفت، و آرموز، شکست خوردند و مغلوب این تازه وارد شدند. اراده قوی هالمن با پافشاری و خلاقیت او همراه شد تا از هیچ، شرکت آیووا بیف پروسسورز را به کسب و کاری چندین بلیون دلاری تبدیل کند. او این نتایج خارق العاده را با کارایی های ساده و بهبود محصولات ارایه کرد. او هیچ ابداع، فن آوری یا تحول جدیدی به جز ایده های محکم و روش های بهتر نداشت.

کارآفرینان هرگاه آزادی عمل داشته باشند با جادوی خود دنیا را زیر و رو می کنند. نشان کارآفرینی را

انقراض بود. هر جا پیشرفت، بهبود سطح زندگی و اقتصاد بارور وجود داشته باشد کارآفرینان می توانند آزادانه به کار پردازند. هنری فورد اگر متهورترین فرد زمان خود نبود، از آن مقام چندان هم دور نبود. او نابغه ای فن آور و قهرمانی جهانی بود که باید از او به عنوان بزرگترین کارآفرین نیمه اول قرن بیستم یاد کرد. خودروی ساخت او نه تنها زندگی ما بلکه محل زندگی ما را نیز اساسا تغییر داد. در طول عمر او اساسا نتیجه کار او، ۸۰ درصد جمعیت کشور از مزارع به شهرها کوچ کردند. اسب ها و اصطبل ها که زمانی همه جا یافت می شدند، ناپدید شدند. او صنعتی عظیم راه انداخت که اندازه و وسعت آن حتی در رویا هم نمی گنجید. او سال به سال، قیمت خودرو های مدل t خود را کاهش می داد. هدف او رساندن قیمت ها به مرزی بود که همگان توانایی خرید داشته باشند. او با دیدی منتقدانه کیفیت خودروها را بهبود می داد و راندن آنها را ساده تر می کرد. فورد برای بیش از یک دهه که تولید خودرو بالاترین رشد را داشت، نیمی از خودروهایی مورد نیاز جهان را تولید کرد. در سال ۱۹۱۴ او جهان را به گونه ای بی سابقه حیرت زده کرد. او دستمزد کارگران خود را دو برابر کرد و به روزی پنج دلار رساند و ساعات کار آنان را کاهش داد. تمام روزنامه های آمریکایی و بیشتر روزنامه های دنیا این واقعه پدیده وار را گزارش کردند. ((روزی پنج دلار)) به عنوان سخاوتمندانه ترین و شاید اثرگذارترین عمل، در تاریخ کسب و کار به جا مانده است. با این کار دستمزد نیروی کار دو برابر شد. فورد نه تنها شخصا سطح زندگی کارگران خود را با این افزایش دستمزدها بهبود بخشید، بلکه برای بهینه سازی زندگی آنان از هر کارفرمای دیگری فراتر رفت. فورد توجه خاصی به امنیت، بهداشت، و راحتی کارگران خود داشت. این کار در آن زمان بی سابقه بود. او در کارخانه خود، یک بیمارستان ایجاد کرد. او فروشگاه هایی راه انداخت که در آنها کارگران خواروبار، لباس و داروهای خود را با قیمت هایی مناسب تهیه می کردند. او برای کمک به کارگران، یک بخش حقوقی و یک برنامه مشاوره سلامتی ایجاد کرد. نگرانی او در مورد مهاجران فراوانی که در دیترویت حضور داشتند، او را واداشت در کارخانه اش مدرسه زبان انگلیسی بر پا کند. به این مهاجران در مورد

اصول خرید اقتصادی، مدیریت خانه، نظافت اخلاق خوش آموزش می داد. او آنان را از سو استفاده هایی که تازه واردان معمولاً با آن مواجه بودند، مصون می داشت. وقتی طرح روزی پنج دلار اجرا شد، فوراً دست به استخدام معلولین جسمی زد و هزاران فرصت شغلی برای اشخاص نابینا، ناشنوا، بیماران صرعی و کسانی که فاقد دست یا پا بودند ارائه کرد. بیشتر این افراد را هیچ جا استخدام نمی کردند. پس از جنگ، فوراً یک بیمارستان، یک مدرسه تجارت و در نهایت موزه بزرگی را بنیان نهاد که مجموعه بی نظیری از اشیاء عتیقه آمریکایی را در بردارد و این ماجرای مردی بود که از هیچ، تشکیلاتی عظیم ساخت. گرچه به عنوان مردی مشهور، تدریجاً دچار تعصباتی شد که موفقیت های او را در خاطر ما کم رنگ می سازد، ولی به عنوان یک کارآفرین، هرگز هیچ کس مثل او نبوده است. او لبه برنده بیشتر تغییرات مهم در تاریخ آمریکا بود. او در خلق فرصت های شغلی، شکوفایی و تغییرات اجتماعی هیچ همتایی ندارد. شعار معروف او در سال ۱۹۱۵ چنین بود: "من بر این باورم که خدمتی بزرگتر از خلق فرصت های شغلی بیشتر با دستمزد بالاتر برای مردان نمی توانم انجام دهم."

اگر کشوری در هر دهه، چند هنری فوراً داشته باشد، شکوفایی اقتصادی اش تضمین شده است

انگیزه کارآفرینان:

همه ما با این رویای بزرگ آمریکایی برانگیخته می شویم: آزادی اقتصادی یعنی پول کافی برای پرداخت صورت حساب ها، برای خرج کردن بدون نگرانی و داشتن دارایی کافی برای مقاومت در برابر نا ملایمات. چند سال پیش که کسب و کارم تازه رونق گرفته بود، می خواستم یک خودروی سفری (Suburban) بخرم. با دلال خوردو ماس گرفتم، قیمت را از او پرسیدم و از او خواستم آن را برایم بیاورد تا کل مبلغ را به صورت چکی به او پرداخت کنم. برای نخستین بار مجبور نبودم در بانکی ننشسم و مجیز یک کارمند جز را بگویم تا به من کمک کند، مجبور نبودم به خطابه ای در مورد

وام های قبلی، نحوه پرداخت و دیرکردهای بالای آن، گوش فرا دهم، همچنین مجبور نبودم نگران این باشم که طبق معمول در زمان پرداخت اندکی کم خواهیم آورد. آری، این میل شدید به آزادی اقتصادی و عدم وجود فشار مالی است که کارآفرینان را برمی انگیزد. دیوید اوگیلوی، کارآفرین بزرگ تبلیغاتی، موسس شرکت "اوگیلوی اند نادر"، بی پرده از اثر انگیزش بخش در آمد مالی سخن می گوید:

بسیاری از بزرگترین اختراعات بشر بر پایه میل به حصول درآمد به وجود آمده اند. وقتی کفگیر جرج فردریک هندل به ته دیگ خورد، برای بیست و یک روز خود را در اتاق حبس کرد و آهنگ مسی یا (messiah) را خلق کرد و پول فراوانی به دست آورد. در پائین کنسرتی در سالن کارنگی هال، نالترا دامراش از راخمانینوف پرسید در طول اجرای کنسرت با چه فکری به حاضران خیره شده بودید؟ و راخمانینوف پاسخ داد: داشتم تعداد حاضران را می شمردم. تا زمانی که مال اندوزی در خیابان مدیسون را تجربه نکرده بودم با جدیت کار نمی کردم. وقتی دستمزدم دو برابر شد از خوشحالی پر در آوردم.

مزایای کار آفرینی:

در این قسمت به مزیت هایی که کارآفرینی می تواند برای فرد در پی داشته باشد اشاره می شود. به طور نمونه شرکت شما از جنبه های مختلف منافع شما را تامین می کند:

دستمزد: هیچ چیز مانند یک شرکت پر سود، در آمد زای نیست، پس از مدتی شما باید بتوانید درآمدی بسیار بالاتر از دستمزدی به دست آورید که در صورت کار برای دیگران دریافت می کردید. در پایان سال، پاداش شما، پول زیاد خواهد بود. این پس انداز چشمگیر را برای سرمایه گذاری و خرید های عمده باید استفاده کنید.

امنیت: اگر بتوانید چند سال پیاپی در آمد خوبی داشته باشید، گام بلندی در راستای امنیت برداشته اید. در ورای آن یک برنامه تسهیم سود و یک برنامه بازنشستگی وجود دارد که به محض برخورد شرکت با موانع و مشکلات شروع می شود و برای سالهای آتی شما دارایی بی نظیری خواهد بود.

ایجا دارایی: با رشد و سود آوری شرکت شما، ارزش آن بالا می رود. پس خود شرکت هم واحدی مجزا می شود که درازای ابلغ قابل توجهی قابل فروش می شود. طبیعتاً هرچه شرکت سود آورتر شود ارزش آن هم افزایش می یابد. به مرور زمان یک شرکت می تواند ارزشمند شود و فروش نهایی آن آینده شما را تا ابد تامین کند.

مزایای جنبی: یک شرکت مزایای کوچک بسیاری در اختیار شما قرار می دهد، مانند خودرویی برای مقاصد کاری، پرداخت هزینه سفرهای شغلی و تفریحی، وامهای کوتاه مدت یا بیمه خانه شما.

استقلال: کسب و کار شخصی شما می تواند شما را از شز نگرانی های مالی برهاند. و به شما اجازه دهد، سرنوشت خویش را رقم زنید. شرکت شما، استقلال و رهایی از دست روسا و کار فرماها را برای شما به ارمغان می آورد.

رضایتمندی: هیجان و چالش شرکت شما، زندگیتان را فوق العاده مهیج می کند. کسب و کار شخصی برای شما یک خوشنودی عمیق روانی به ارمغان می آورد و بی حوصلگی و بی قراری از زندگی شما حذف می شود (کوک، جیمز آر، ۱۳۸۲، ص. ۱۵-۱۹).

فصل دوم

بررسی روانشناختی

بررسی روانشناختی:

روان‌شناسی^۱، علم کاربردی مطالعه رفتار و فرایندهای ذهنی بر پایه یافته‌های علمی و تحقیق شده می‌باشد. رفتار به فعالیت‌ها و اعمالی اشاره دارد که قابل مشاهده و قابل اندازه‌گیری می‌باشند، مانند صحبت کردن و راه رفتن، اما فرایندهای ذهنی به اعمال و فرایندهایی اشاره دارد که به صورت مستقیم قابل دیدن و درک کردن نیست و نمود آنها را می‌توان در رفتار و دیگر فرایندها مشاهده کرد، مانند تفکر و یا هیجان و ترس. امروزه، روانشناسی از سنین خردسالی و نوجوانی گذشته و پا به مرحله جوانی و بزرگسالی گذاشته‌است و به درجه‌ای از ثبات و استحکام رسیده‌است (شاملو، ۱۳۷۰).

شخصیت:

تعاریف مختلفی از شخصیت^۲ ارائه شده است که هر یک بر وجهی از شخصیت تأکید کرده‌اند. هیلگارد (Hilgard) شخصیت را "الگوهای رفتار و شیوه‌های تفکر که نحوه سازگاری شخص را با محیط تعیین می‌کند" تعریف کرده است در حالی که برخی دیگر «شخصیت» را به ویژگیهای «پایدار فرد» نسبت داده و آن را بصورت «مجموعه ویژگیهایی که با ثبات و پایداری داشتن مشخص هستند و باعث پیش بینی رفتار فرد می‌شوند تعریف می‌کنند.

شخصیت (Personality) از ریشه لاتین (Persona) که به معنی «نقاب و ماسک» است گرفته شده است و اشاره به ماسک و نقابی دارد که بازیگران یونان و روم قدیم بر چهره می‌گذاشتند و این تعبیر تلویحاً به این موضوع اشاره دارد که شخصیت هر فرد ماسکی است که او بر چهره خود می‌زند تا وجه تمایز (تفاوت) او از دیگران باشد.

ویژگیهای شخصیتی، ارزشها، رفتار، اهداف، مهارتها و دانش شما تعیین می کند که آیا شرایط لازم برای احراز مالکیت یاراه اندازی تجارت کوچک را دارید یا خیر (بکال، رابرت و مور، نانسی، ۱۳۸۹، ص. ۱۰).

زبان و تفکر :

تفکر یک فرایند شناختی اطلاعاتی است . بدین معنا که تفکر عبارت است از ترتیب و تنظیم مجدد یا دستکاری شناختی اطلاعات به دست آمده از محیط و نمادهای انبارشده در حافظه بلند مدت . هم چنین ، تفکر فرایندی است که میان محرکها و پاسخ ها وساطت می کند و ابزار کارش مفاهیم یا نمادهاست . به عبارت دیگر، تفکر مجموعه ای از فرایند های شناختی است که بین محرک ها و پاسخ ها میانجی گری می کند .

نمادهای که ما در اندیشیدن به کار می بریم غالبا کلمات و زبان هستند به همین سبب ، تفکر و زبان ، کاملاً به یکدیگر مربوط هستند . زبان صدها هزار نمادهای نهانی می سازد و قواعد کاربرد آنها را به ما می دهد . صورت های ذهنی نوع مهم دیگری از نماد می باشند که در تفکر به کار می روند . مردم از لحاظ کاربرد صورت های ذهنی در تفکر خویش با همدیگر تفاوت دارند . لازم است بدانیم که صورت های ذهنی در طول زندگی آموخته شده اند و در حافظه بلند مدت انبار شده اند .

حل مساله :

شاید جنبه مهم و مشخص تفکر آدمی فرایند حل مساله است و مساله (problem) ، چنانکه قبلاً هم اشاره شد ، به طور کلی ، هر نوع تعارض یا تفاوتی است بین دو وضع یا موقعیت که مانع دست یافتن به هدف می باشد . حل مساله که نوع یا جنبه مهم تفکر است تا حد زیاد ، به انتخاب قواعد اکتشاف بستگی دارد .

مراحل حل مساله :

اکثر ما از چگونگی فرایند حل مساله بی اطلاع هستیم یعنی ما وقتی با یک مساله تازه مواجه می شویم ، برای حل آن تلاش می کنیم و سر انجام ،موفق می شویم ولیکن نمی دانیم ذهن ما برای این امر چه مراحل را طی می کند .

به عقیده بیشتر روان شناسان ،فرایند حل مساله در سه مرحله انجام می گیرد :

۱.مرحله آمادگی (Preparation):وقتی با یک مساله تازه مواجه می و شیم ابتدا ناگزیریم آن را برای تشخیص عناصرش مطالعه کنیم .

۲.تولید (Production) : یا ایجاد. در این مرحله ، با آزمایش اطلاعات مربوط به خود مساله و بررسی حقایق ،شیوه ها یا الگوهای مرتبط به آن ،که در حافظه داریم ،راه حل های مختلف را مورد کنکاش قرار می دهیم ،و از بین این راه حل ها آنچه را که سودمند می دانیم نگه می داریم .

۳.قضات (Judgment) یا سنجش و داوری . در این مرحله آخر ،روی یک راه حل تصمیم می گیریم و آن را با معیارهایی که در مرحله اول تشخیص داده ایم مقایسه می کنیم .

تعریف تفکر خلاق :

تفکر خلاق نوع و سطح عالی تفکر است و می توان آن را پایه ساخت تمدن و فرهنگ بشر دانست . تفکر خلاق ،استعداد و توانایی شناخت روابط تازه و مهم در افکار و پدیده های موجود است ،یا توانایی دریافت روابط جدید ،افکار جدید ،روش های تازه ،راه حل های تازه یا حتی مسائل جدید می باشد . به عبارت دیگر ،در تفکر خلاق چیزهای تازه دیده می شوند ،افکار تازه ای به طور ناگهانی ،در ذهن شخص پیدا می شوند و این ظهور ناگهانی افکار جدید را بصیرت یا بینش (insight)نامند .

ما گاهی چنین فکر می کنیم که تفکر خلاق غیر عملی است در صورتی که این تصور از آنجا ناشی می شود که آن فکر خلاق را علیه توقعات خود تلقی می کنیم .

رابطه تفکر خلاق و هوش :

تحقیقات بعمل آمده درباره اشخاص خلاق در عالم هنر ، ادبیات ، علوم ، و ریاضیات نشان داده اند که این اشخاص در آزمون های هوشی نمرات عالی گرفته اند . البته ، این امر تعجب آور نیست زیرا خلاقیت ، مستلزم معلومات و توانایی ارتباط دادن افکار با یکدیگر است که این ، معمولا ، معیار سنجش هوش می باشد . لکن عکس این وضع درست نیست یعنی نمرات عالی هوش ضرورتا تفکر خلاق را پیش بینی نمی کند و هر هوشمندی خلاق نیست . طرق و شیوه های دریافت ، تنظیم ، انبار کردن ، و باز شناسی اطلاعات ، به احتمال زیاد ، در فرایند تفکر خلاق موثرند (شعاری نژاد، علی اکبر، ۱۳۷۱، ص. ۱۱۷-۱۲۲).

اما از همه ی اینها مهمتر اینکه این مغز آدمی است که به او توان خلاقیت داده است که اتومبیل ، خراش ، هواپیما ، یخپال ، دستگاههای تهویه ، تلوزیون و اقمار مصنوعی در فضای بیرون جو را ساخته ایم. به کمک این مغز است که به غنا و معنا و نشاط می رسیم و اسباب سازی می کنیم تا از شدت مشتقات و خطرات زندگی بکاهیم (ماکسول مالتز، ۱۳۸۸، ص. ۹ و ۱۰).

مراحل تفکر خلاق:

سالها پیش بعضی از روانشناسان از راه مصاحبه ها ، پرسشنامه ها ، مطالعه خاطرات و یادداشت ها متفکران خلاق به این نتیجه رسیده اند که تفکر خلاق در پنج مرحله انجام می گیرد .

۱. مرحله آمادگی : در این مرحله ، متفکر (اندیشه مند) مساله را متشکل می کند و حقایق یاد داده ها و

مواد ضمیمه برای راه حل جدید را گردآوری می کند. متفکری مانند واتسن دریافت که مساله مورد

نظرش را بعد از روزها، هفته ها، یا ماه ها کوشش نمی تواند متمرکز و متشکل سازد. ناکامی در این مرحله، شخص متفکر را وادار می کند که به مرحله دوم پردازد.

۲. مرحله نهفتگی یا کمون: در طول این مرحله، شخص متفکر به راه حل های گوناگون می رسد لکن نمی تواند راه حل اصلی نمی تواند راه حل اصلی را دریابد. در این مرحله، قسمت ناخودآگاه ذهن بیشتر فعال است. اگر این متفکر خوش شانس باشد به مرحله سوم قدم می گذارد.

۳. مرحله روشن سازی: این مرحله معمولاً با تجربه بینشی ((آخ، آهان)) (aha) آغاز می شود، و ناگهان فکری یا ره تازه ای برای حل مساله در ذهن پیدا می شود.

۴. مرحله ارزشیابی: در این مرحله، راه حل پیدا شده مورد ارزشیابی قرار می گیرد تا معلوم شود که آیا این راه برای حل مساله مورد نظر رضایت بخش است یا نه. البته، ممکن است این مرحله بینشی زیاد رضایت بخش نباشد و شخص نوعی حالت نومیدی پیدا کند ولی پس از مدتی موفقیت مطلوب حاصل می شود و شخص به فکر جدید ((خوب)) واقعی می رسد، که در این هنگام به مرحله پنجم وارد می شود.

۵. مرحله بازبینی یا تجدید نظر: در این مرحله، شخص متفکر راه حل اکتشافی خود را مورد تجدید نظر قرار می دهد که تا به صحت کامل آن مطمئن شود.

ویژگی اشخاص خلاق:

بیشتر روان شناسان معتقدند که خصایص شخصیت، نقش مهمی در تفکر خلاق ایفا می کنند. روان شناسان از مطالعات خویش روی اشخاص خلاق به این نتیجه رسیده اند که در شخصیت آنها علایم یا خصوصیات زیر دیده می شوند:

داشتن از بدخمد به تناقض ها و مخالفت ها

- تفکر مستقل و تیز بینی (استقلال فکری)

- هوش سرشار

- دقت زیاد در مشاهده

- دقت در اجرا

- ادراک سریع و دقیق

- پر انرژی یا سطح انرژی بالا

- تأکید روی عوامل زیبایی

- رغبت ها و علایق متعدد و وسیع

- ترجیح پیچیدگی بر سادگی

- آزادی افکار و اعتماد به نفس در سطح عالی

- ترجیح یا اولویت دادن به اشراق

- احساس توانایی خلاقیت در خویشتن

- جویای نقش و تعارض

- تفکر آگاهانه

- تلاش برای نوآوری

بعضی از روان شناسان معتقدند که رفتار خلاق از هرگونه فعالیتی تشکیل شده است که شخص خلاق به محیط خود نظم تازه ای می بخشد ، به خود متکی است ، بر خویشتن مسلط است ، با اعمال مثبت اظهار وجود می کنند ، سطح انرژی بالایی دارد ، هوش او بالاتر از حد متوسط است ، روی ارزشهای زیبایی و نظری تاکید می کند ، به نقش های جنسی سنتی عنایتی ندارد ، در اندیشه و کردار مستقل است ، و غالباً خودخواه است .

عناصر شخصیتی اساسی خلاقیت متضمن این خصایص است، خوش بینی، استقلال ذهنی، خویشتن داری، تخیل خلاق، و توانایی ابراز عواطف خود (شعاری نژاد، علی اکبر، ۱۳۷۱، ص. ۱۲۲-۱۲۴).

ویژگی های روانشناختی کار آفرینان :

۱- ریسک پذیری: همانطور که در تعریف کارآفرینی گفته شد، فرایند کارآفرینی همراه با ریسک پذیری است. کارآفرینان عموماً پذیرندگان ریسک های میان رو یا حساب شده هستند. آنان ضرورتاً به دنبال کارهای پر ریسک نمی روند، اما علاقه مند هستند تا برای آغاز یک فعالیت اقتصادی معمولی به مقدار متعالی ریسک کنند.

البته مخاطره پذیری کارآفرینان به این معنی نیست که آنها در کارشان قمار می کنند، بلکه در اقدام به کارهای پر مخاطره، بسیار حساب شده و با دقت عمل می کنند و تمام تلاش خود را به کار می گیرند که احتمالات را به نفع خود تغییر دهند.

برای اینکه یک کارآفرین باشید باید سعی کنید که این ویژگی ها را در خود به وجود آورید، سعی کنید شانس خود را در موارد مختلف امتحان کنید و دست به کاری بزنید که احتمال شکست در آن وجود دارد، هر چند این کار از نظر دیگران احمقانه باشد. اما شما باید به توانایی ها و امکان موفقیت خود اعتماد و ایمان داشته باشید.

۲- استقلال طلبی: کارآفرینان افراد مستقل و استوار هستند که علاقه شدیدی به کنترل داشتن بر امور دارند. آنها نیاز زیاد به استقلال دارند، تا بتوانند تصمیمیشان را خودشان بگیرند. یکی از مهم ترین دلایلی که آنها فعالیت اقتصادی شان را آغاز کرده اند، اجتناب از کار کردن برای دیگران

۳- مرکز کنترل درونی: کانون کنترل درونی یعنی احساسی است که افراد شخصا کنترل سرنوشتشان را بر عهده می گیرند. آنها معتقدند که موفقیت یا شکست شان نتیجه اقدامات خودشان است تا سرنوشتشان و به شانس و بخت و اقبال اعتقادی ندارند.

۴- نیاز به موقعیت و پیشرفت: نیاز به یکی دیگر از ابعاد اساسی شخصیت کارکنان است. علت تامین شغل افرادی که در کار خود ماهر بوده و حقوق و دستمزد خوبی نیز دریافت می کردند. نیاز به توفیق همراه نیاز به استقلال است. فرد کارآفرین هدف گراست حال این هدف ممکن است کسب سود ثروت باشد و یا هدف سازمانی مثل بازار یابی محصولی جدید یا ارائه خدمتی موفقیت آمیز.

گاهی ممکن است تصور شود که کارآفرینان افرادی هستند که تشنه قدرت هستند. پژوهش ها نشان می دهد که کارآفرینان کسانی هستند که نیاز زیادی به پیشرفت و نیاز کمی به قدرت دارند همه این افراد به وابستگی های اجتماعی، نیاز بسیار اندکی از خودشان نشان می دهند.

۵- ایده پردازی و خلاقیت و نوآوری: خلاقیت خلق ایده های جدید است که این ایده ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدیدی نیز منجر شود. نوآوری نیز همانا ارائه محصول، فرایند جدید به بازار است. بعبارت دیگر خلاقیت فرایند ایجاد هر چیز با ارزش است و در حقیقت تولید یک اندیشه و فکر است در حالیکه غرایند نوآوری، عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. فرصت ها نیز، موقعیت هایی هستند که از بررسی نیاز های جامعه فراهم می شوند که کارآفرینان نیاز ها را درک کرده اما افراد عادی قادر به درک آنها نیستند بعبارت دیگر فرصت یک موقعیتی است که زمان رسیدن ما به هدف را تسریع می بخشد. حضرت علی (ع) می فرمایند: فرصت ها را مغتنم شمارید که همانند تیرها زود گذرند.

۶- اعتماد به نفس: کارآفرینان معمولاً اعتماد به نفس بالایی دارند آنها توانایی ها و استراتژی های خود را قبول دارند، خود را باور دارند و می دانند که می توانند برای اثبات خود به جامعه می بایست ما اول خود را قبول و باور داشته باشیم تا جامعه نیز بر اساس باور ها، ما را پذیرا باشد.

۷- تحمل ابهام: تحمل ابهام و پذیرش عدم اطمینان به عنوان بخش عادی از زندگی است، تحمل ابهام، توانایی زندگی کردن بدون داشتن اطلاعات کامل از محیط است. تمایل به آغاز یک فعالیت اقتصادی بدون آگاهی کامل از اینکه موفق خواهد شد یا نه؟ اینکه، رقبا چگونه واکنش نشان می دهند. یا دقیقاً چه منابعی ممکن است مورد نیاز باشد، بیان کننده تحمل ابهام است عبارت دیگر ابهام همانند رانندگی در مه است. هر چند بعضی از کارآفرینان ممکن است وانمود کنند که بیش از حد ساختار یافته عمل می کنند، ولی به عنوان یک قانون کلی و بطور نسبی توانایی و تحمل آنان در مقابل شرایط عدم اطمینان زیاد است و علاقه مندند تا با آگاهی نداشتن از اطلاعات کامل به کار ادامه دهند.

کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت ها، قدرت تحمل ابهام را دارند، آنها بدون اینکه احساس تهدید و یا ناراحتی نمایند، قادرند بطور اثر بخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیر قطعی، سازمان نیافته و غیر شفاف دست و پنجه نرم کنند.

۸- پشتکار بالا: کارآفرینان افرادی هستند که در انجام کارهایشان مصمم و دارای پشتکار هستند، این افراد با مواجه شدن با شکست نا امید نمی شوند و به دنبال راهی می گردند که بر آن غلبه کنند و راه خود را تا رسیدن به موفقیت ادامه می دهند.

۹- آرمان گرایی و داشتن دور نما: کارآفرینان برای خود یک هدف نهایی در نظر می گیرند آنها ابتدا تصمیم می گیرند چه می خواهند، سپس برای رسیدن به آن اهداف برنامه ریزی می کنند و تلاش می کنند به این اهداف برسند.

۱۰- پیشقدم بودن: این افراد همیشه در انجام کارها، پیشتاز هستند و منتظر این نیستند که کسی آنها را به کار دعوت کند و یا از آنها بخواهد فعالیت را انجام دهند.

۱۱- اهل عمل و کار بودن: کارآفرینان افرادی هستند که شب و روز نمی شناسند و برای رسیدن به اهداف خود هیچگاه دست از تلاش بر نمی دارند آنها در اوایل فعالیت اقتصادی خود، حتی ممکن است ماه ها بدون فوت وقت کار کنند.

۱۲- نتیجه گرا: کارآفرینان افرادی هستند که مخاطرات و سختی هایی را متقبل می شوند برای این که در نهایت به نتیجه برسند، این نتیجه، کسب در آمد و کسب سود همراه با رضایت شخصی است.

۱۳- کارآمد بودن: یعنی توانایی بهره برداری بدون اتلاف منابع، آنها سعی می کنند از کامل ترین منابع و از زمان حداکثر استفاده را ببرند.

۱۴- چاره جویی: کارآفرینان افرادی هستند که می توانند در برخورد با اتفاقات غیر منتظره راه حل های مبتکرانه ای ارائه دهند.

۱۵- بی صبری: بدان معنا که در صورت تاخیر در کارها آرامش خود را از دست می دهند و در نتیجه سریعاً در پی رفع موانع بر می آیند.

۱۶- علاقه مندی به یادگیری: یادگیری یعنی کسب مهارت از طریق تجربه. یادگیری با خطر پذیری رابطه نزدیکی دارد. چرا که یادگیری نیز مستلزم اشتباه کردن است. کارآفرینان یادگیری را برای پیشرفت ضروری می دانند.

۱۷- رهبری: یعنی جهت دادن به فعالیت ها و مدیریت بر آنها این افراد حس رهبری بالایی دارند

، و می توانند با قدرت در مورد مسائل گوناگون تصمیم گیری نمایند (محمد/امین ناییبی، سید حمید موسوی،

مانی شریفی، علی تنباکوساز، ۱۳۸۹، ص. ۳۲ و ۳۳ و ۳۴ و ۳۵).

بدین ترتیب با معرفی مفصلی که از کار آفرینی، افراد کار آفرین، ابعاد آن و همچنین توصیف

روانشناختی که از شخصیت افراد خلاق ارایه شد، در بخش پایانی این نوشتار به جمع بندی از این

مباحث در رابطه با ویژگیهای شخصیتی و روان شناختی افراد کار آفرین پرداخته می شود.

فصل سوم

نتایج

نتایج:

در این نوشتار سعی شد تا با استناد به منابع و نظریات موجود تعریف کاملی از کارآفرینی، کارآفرینان و ابعاد کارآفرینی عرضه شود و در ادامه به برخی مفاهیم روان شناختی مرتبط با این بحث اشاره شد. شخصیت یک فرد کارآفرین همواره دربردارنده ویژگی‌ها که به قرار گیری در محیط به طور شاخص بروز مینماید.

از دیدگاه روان شناختی میتوان گفت یک فرد کارآفرین ناگزیر به داشتن هوش و همچنین داشتن قدرت تأمل و تفکر در مشاهده است. وی در قرار گیری در یک سیستم به ادراک هر چه بهتر نقایص موجود در اجزای سیستم می پردازد و انگاشت هر نقصی در ذهن وی طرح مسئله ای را ایجاد می نماید.

یک شخصیت کارآفرین در مواجهه با مسئله خود در تکاپو جهت حل آن خواهد شد. این گونه افراد دارای شخصیتی بالقوه و واگرا بوده و همواره نگرش و تفکری خارج از چارچوب را به کار میبندند. این مکانیزم شخصیتی به این افراد اجازه و امکان آن را میدهد که همراه با طرح مسئله ی ذهنی خود بتوانند رویکرد های نوینی برای تحلیل موضوع ابراز دارند و این فرایندی را ایجاد مینماید که منتج به بروز خلاقیت های ذهنی میشود و هوش سرشار چنین شخصیتی در این مرحله متجلی می شود.

این قالب ناپذیری و اسیر چارچوب و گزاره های موجود نشدن، موتور محرک و راه اندازی برای به ثمر رسیدن خلاقیت و ریشه کارآفرینی میتواند باشد که مخاطره پذیری و عزم و اراده ای که در شخصیت این افراد به طور ماهوی وجود دارد، روند حرکت را سریعتر و رسیدن به هدف را به طور چشمگیری مورد تحقق قرار داده و متضمن خواهد بود. چنین ویژگیهای شخصیتی است که وی را ملزم به مشاهده

بیش از پیش به حیطه ی عمل و منطق نزدیک میشود. از دیدگاه روان شناختی چنین شخصیتی با ارایه ی خلاقیت ها، انگیزه و اراده ی خود ، انگیزش و اشتیاق خود را به سایرین نیز تزریق نموده و منابع انسانی و مادی را به بهترین نحو برای پیش برد و کاربردی شدن هر چه بهتر اهداف کار آفرینی را مهیا نموده و به شکل مفید به کار می بندد. این شخصیت با پشتکار فراوان ، به عملیاتی شدن هر چه سریع تر و بهتر خلاقیت ذهنی خود اهتمام و دیگران را ترغیب بدان می نماید.

ادراک بالایی که در بنیان شخصیتی یک فرد کارآفرین وجود دارد، به وی به عنوان یک فردی که دارای استقلال فکری اعتماد و اطمینان به نفس است این امکان را می دهد تا از میان راهکار و نوآوری های مخلوق خویش ، بهترین گزینه را با در نظر گرفتن شرایط و اوضاع درون و پیرامون سیستم بر گزیند و این هوش خلاق در ادامه سیر به سوی هدف و تحقق نتیجه ی ایده آل در طول عملیات کارآمد خواهد بود و به طور یقین حل مسئله به بهترین وجه آن صورت می پذیرد که در پی آن افزایش کارایی ، اثر بخشی و بالا رفتن راندمان در هر سیستمی را در پی خواهد داشت.

آنچه از نتیجه ی این تحقیق به عنوان پیشنهاد شایسته ی عرضه است، این موضوع می باشد که مدیران سیستم ها لازم است منابع انسانی که در سیستم در اختیار دارند را از لحاظ ویژگی های روانشناختی و شخصیتی مورد بررسی قرار دهند و نسبت به آن آگاهی یابند و همراه با به کارگیری رویکرد های نوین مدیریتی از جمله نگرش سیستمی و سیستم مدیریت مشارکتی ، ضمن کشف نیروی انسانی که دارای چنین ویژگی های روان شناختی در شخصیت خود هستند، زمینه ی ظهور و تجلی این استعداد ها را در سیستم فراهم نموده تا ضمن اعتلای بازدهی سیستم خود ، بستر مناسب را برای سرمایه گذاری در سایر بخش ها و ایجاد فرصت های شغلی دیگر فراهم آورند و در نهایت موفقیت افزون خود در جایگاه مدیریتی ، سلامت و ارتقای سطح سیستم و در نگاه کلان ، جامعه را بدین گونه تضمین و محقق نمایند.

منابع (APA):

* آقا محمدی، مصطفی و رستم نژاد، بهزاد. (۱۳۸۶). کارآفرینی (نسخه اول). تهران: گسترش علوم پایه.

* بکال، رابرت و مور، نانسی. (۱۳۸۹). مدیریت کسب و کار های کوچک. (ع. بهزادی مقدم، & س. رفیعی، مترجم) مشهد: اقبال.

* شاملو، س. (۱۳۷۰). روانشناسی بالینی. تهران: رشد.

* شعاری نژاد، علی اکبر. (۱۳۷۱). درآمدی به روان شناسی انسان. تهران: آزاده.

* کوک، جیمز آر. (۱۳۸۲). پیش به سوی کارآفرینی (نسخه اول). اصفهان: آزاده.

* ماکسول مالتز. (۱۳۸۸). روان شناسی خلاقیت {سایکو سبیرنتیک}. (م. قراچه داغی، مترجم) تهران: اسرار دانش.

* محمدامین ناییبی، سید حمید موسوی، مانی شریفی، علی تنباکوساز. (۱۳۸۹). اصول کارآفرینی و مهارتهای کسب و کار. قزوین: فرهیختگان دانشگاه.

* هیلگارد. (۱۳۸۵). زمینه ی روان شناسی. تهران: رشد.