

نکته و تست مبانى کارآفرینى

دکتر محمد کشاورز

نکته؛ خاستگاه واژه کارآفرینی کشور فرانسه است. این واژه، از واژه فرانسوی **Entrepreneur** که به معنای متعهد شدن است، گرفته شده است. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که ماموریت‌های نظامی را هدایت می کردند، کارآفرین می خواندند. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد فرانسویان این واژه را برای پیمانکاران دولت که مسئول ساخت جاده، پل، بندر و... بودند به کار بردند. این واژه در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شد. البته این ترجمه، جامع، مانع و مفید معنای دقیق واژه نیست. در واقع اگر این واژه "ارزش آفرین" ترجمه می شد، به نظر رساتر بود. گرچه معنای واژه ای "ارزش" در ادبیات اقتصادی غرب با معنای آن در ادبیات دینی ما متفاوت است.

نکته؛ استیونسون و همکارانش معتقدند که کارآفرینی عبارت است از فرایندی که فرصت‌ها بوسیله افراد (یا برای خودشان یا برای سازمانی که در آن کار می کنند)، بدون توجه به منابعی که در اختیار دارند تعقیب می شوند. کارآفرینی را توانایی خلق و ساخت چیزی ارزشمند از هیچ چیز می داند. این مفهوم یعنی شروع انجام دستیابی و ایجاد یک شرکت یا سازمان.

نکته؛ هوارد استیونسون که یک نظریه پرداز برجسته کارآفرینی در دانشگاه بازرگانی هاروارد است، عنصر ابتکار و تدبیر (چاره اندیشی) را به تحقیق خود اضافه کرده و مدیریت کارآفرینی را از روش‌های رایج مدیریت اجرایی مجزا می کند. او پس از شناخت ابعاد مختلف نقطه ثقل مدیریت کارآفرینی را پیگیری فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که در حال حاضر تحت اختیار و کنترل هستند، می داند. از نظر او کارآفرینان نه تنها فرصت‌هایی را می بینند که از خاطر مدیران اجرایی رفته‌اند، بلکه اجازه نمی دهند، منابع اولیه‌شان، حق انتخابشان را محدود نماید. کارآفرینان، منابع دیگران را برای تحقق اهداف کارآفرینی خود بسیج می کنند. برخی مدیران اجرایی اجازه می دهند که منابع موجود و مفاهیم شغلی آنها، دیدگاه‌ها و اعمال آنها را محدود کند. بدین ترتیب مجدداً ما شاهد تعریفی از کارآفرینی هستیم که محدود به شرکت‌های تازه تأسیس نیست.

نکته؛ «پیتر دراگر» معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه شروع می نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می دهد و ماهیت آنها را دچار تحول

می‌نماید. همچنین مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید. برای فعالیت خود به سرمایه نیز دارد، ولی هیچگاه سرمایه گذار نیست، کارآفرینی همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند و کارآفرینی به عقیده‌ی دراکر همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، بکارگیری ابزارها و فرآیندها و طراحی و بنانهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است. او کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد.

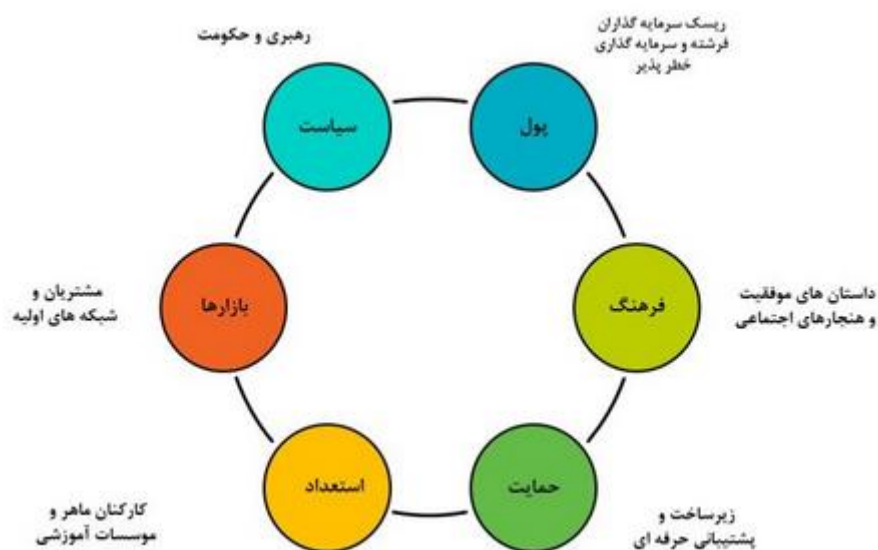
نکته؛ فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آنها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. «مک کله‌لند» تعریف گسترده‌تری از کارآفرینی بیان می‌کند و فرایند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت‌اندیشی، زیر‌بنا و اساس زندگی کارآفرینانه می‌باشد، در این زندگی شکست مفهومی ندارد به جز این که پله‌ای برای بالا رفتن، موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد، واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است، در این زندگی پول انگیزه‌ی اصلی و اولیه فعالیت‌های اقتصادی نیست بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود.

نکته؛ از نظر اقتصاددانان کارآفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد نماید. یعنی اینکه با زمان و انرژی لازم، سرمایه‌ها را به گونه‌ای به کار گیرد که ارزش آنها و یا محصولات بدست آمده، نسبت به حالت اولیه اش افزایش یابد. رابرت هیسریچ فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌داند که توأم با صرف و وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را به نیاز مندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد. یا به عبارتی فرایند کارآفرینی تنها خلق محصول یا خدمتی جدید نیست، بلکه

خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیاز های بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه نمود. از دیدگاه اندیشمندی به نام ژان باتیست سی، کارآفرین در شرکت هم جایگاه رهبر را دارد و هم جایگاه مدیر و هماهنگ کننده.

نکته؛ اکوسیستم یا زیست بوم کارآفرینی عبارت از مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل وابسته به هم است که به گونه‌ای هماهنگ شده در قالب یک اجتماع شبکه‌ای پویا، کارآفرینی مولد را با نوآوری، رشد بهره‌وری و اشتغال در یک منطقه‌ای خاص ممکن می‌سازند. بازیگران درگیر در اکوسیستم‌ها شامل کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، مشاوران، دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی یا NGOها و گروه‌های جامعه مدنی هستند. اکوسیستم‌ها همچنین عواملی فراتر از افراد و سازمان‌ها مانند ویژگی‌ها، فرهنگ‌ها، شبکه‌ها، اعتماد و سرمایه را نیز شامل می‌شوند. اهمیت این تعریف در این است که فرآیند کارآفرینی به بیش از بنیان‌گذاران شرکت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی فردی و منابع مرتبط با سازمان موفق متمرکز شده است. محققان اکوسیستم‌ها دیدگاهی پساچه‌رمانانه از کارآفرینی دارند و تمرکز را از بنیان‌گذار به محیط وسیع‌تری که بنیان‌گذار و سازمان او در آن وجود دارد، تغییر می‌دهند.

نکته؛ مدل ایزنبرگ شناخته‌شده‌ترین و در عین حال قابل استنادترین مدل در هر دو کار دانشگاهی و سیاست‌گذاری است. این مدل ۶ حوزه مختلف از اکوسیستم‌های کارآفرینی را اعم از سیاست، تأمین مالی، فرهنگ، حمایت، سرمایه انسانی و بازار فهرست می‌کند.



از نظر آیزنبرگ، اکوسیستم کارآفرینی ۴ ویژگی دارد:

- زیست‌بوم شامل شش سازه است.
- هر زیست‌بوم منحصر به فرد است.
- عوامل حیاتی موفقین یک زیست‌بوم غیرممکن است.
- کارآمدی زیست‌بوم به تقویت همه سازه‌های شش‌گانه بستگی دارد.

تست؛

بر اساس مدل آیزنبرگ (۲۰۱۱) اجزای اکوسیستم کارآفرینی کدامند؟

(۱) سیاست - فرهنگ - حمایت‌ها - سرمایه انسانی - تأمین مالی - بازارها

(۲) سیاست - جمعیت - دولت - سرمایه انسانی - تأمین مالی - بازارها

(۳) سیاست - فرهنگ - دولت - سرمایه فکری - سرمایه انسانی - تأمین مالی

(۴) فرهنگ - دولت - حمایت‌ها - سرمایه فکری - تأمین مالی - بازارها

نکته؛ سازه‌های شش‌گانه یک زیست‌بوم کارآفرینی عبارتند از:

- سیاست
- تأمین مالی
- فرهنگ
- پشتیبانی
- سرمایه انسانی
- بازار

زیست‌بوم کارآفرینانه تکرارناپذیر است، همانگونه که در سیلیکون تکرارناپذیر است. علل زیربنایی موفقیت این زیست‌بوم نیز به خاطر روابط چندبعدی و درهم‌تنیده‌ای که دارند، غیرممکن است. راهبرد زیست‌بوم کارآفرینانه، راهبردی تازه و اقتصادی برای توسعه کارآفرینی و شکوفایی اقتصادی است. این راهبرد دست‌کم مکمل لازم و پیش‌شرطی برای رشد نوآوری، اقتصاد دانش‌بنیان و رقابت‌پذیری ملی است.

نکته؛ اکوسیستم کارآفرینی فناورانه عبارت است از سیستم تکاملی شامل دانش، افراد دارایی‌هایی که برای ایجاد یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق لازم است. ابعاد زیست‌بوم کارآفرینانه مبتنی بر فناوری عبارتند از؛

- کارآفرینان
- دولت
- دانشگاه‌ها
- سرمایه‌گذاران
- مرشدها
- تامین‌کنندگان خدمات پشتیبان
- شرکت‌های نوپا

در این زیست‌بوم وجود رهبران و حامیان اکوسیستم مورد نیاز است. همچنین باید پیشروانی وجود داشته باشند که بتوانند انگیزه و هیجان لازم را در جامعه ایجاد کنند. تحقیقات حوزه کارآفرینی در سه سطح فردی، سازمانی و سیستمی قابل دسته‌بندی است. حوزه اکوسیستم کارآفرینانه مبتنی بر فناوری در زمره پژوهش‌های سطح سیستمی دسته‌بندی می‌شود. به این معنا که باید تعامل و تبادل منابع میان نقش‌آفرینان مختلف پرسشنامه اکوسیستم کارآفرینی قرار داده و با ارجاع به مطالعات مختلف دسته‌بندی شوند.

نکته؛ مدل استام عناصر اکوسیستم را به شرایط چهارچوبی متشکل از نهادهای رسمی، فرهنگ، زیرساخت و تقاضای بازار و شرایط سیستماتیک متشکل از شبکه‌ها، رهبری، امور مالی، استعداد، دانش و خدمات پشتیبانی جدا می‌کند. شرایط چهارچوب نمایانگر ساختار نهادی یک منطقه، «علل اساسی ایجاد ارزش در اکوسیستم» است. شرایط سیستماتیک منابع و پشتیبانی است که کارآفرینان با رشد بالا برای ایجاد و رشد سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه جدید به آن وابسته هستند. این شرایط سیستماتیک برای توسعه به شرایط چهارچوب بستگی دارد. نکته مهم این است که مدل استام فراتر از فهرست کردن این چهارچوب و شرایط سیستماتیک است. او استدلال می‌کند که حضور و تعامل آن‌ها به خروجی‌ها (فعالیت کارآفرینی با رشد بالا) منجر می‌شود که سپس به نتایج اجتماعی گسترده‌تر با ایجاد ارزش کل جدید در یک منطقه یا اکوسیستم منجر می‌شود. در این منظر، هدف اکوسیستم‌ها بیش از افزایش نرخ

کارآفرینی با رشد بالا است؛ هدف اکوسیستم‌ها استفاده از کارآفرینی برای ایجاد ارزش اجتماعی برای جامعه گسترده‌تر است.

نکته؛ مدل اسپیکل نیز ویژگی‌های مختلف اکوسیستم را به ۳ دسته فرهنگی، اجتماعی و مادی طبقه‌بندی می‌کند. ویژگی‌های فرهنگی آن‌هایی هستند که به شیوه درک کارآفرینی در یک منطقه مرتبط هستند، از جمله تاریخچه‌های قبلی کارآفرینی که روایت‌هایی از ریسک و موفقیت و حمایت فرهنگی برای رشد کارآفرینی بلندپروازانه را تولید می‌کنند. ویژگی‌های اجتماعی جنبه‌هایی از اکوسیستم هستند که از طریق شبکه‌هایی مانند دسترسی به کارگران ماهر و سرمایه‌گذاری، راهنمایی و مشاوره تجاری به آن‌ها دسترسی پیدا می‌کنند یا در آن جاسازی می‌شوند. ویژگی‌های مادی آن‌هایی هستند که به نحوی در منطقه حضور فیزیکی دارند، مانند مشتریان نزدیک، دانشگاه‌ها، خدمات پشتیبانی و زیرساخت‌های تجاری و همچنین سیاست‌هایی که توسط دولت‌های محلی ایجاد شده است. این مدل بر ارتباط متقابل ویژگی‌های مختلف در اکوسیستم تأکید می‌کند که هر کدام به بازتولید عناصر دیگر اکوسیستم در طول زمان کمک می‌کنند.

نکته؛ آلفرد مارشال در اثر خود تحت عنوان "اصول علم اقتصاد" تغییر وضعیت را که ویژگی ذاتی کسب و کارهای بزرگ و دارای مدیریت مستقل تلقی می‌شده درک کرده بود. وی معتقد بود آن صفات عمومی که ویژگی دست اندرکاران کسب و کارهای جدید است، باعث گسترش ابعاد کسب و کار می‌شود. مارشال معتقد است که کارآفرین در شرکت صرفاً جایگاه مدیر و هماهنگ کننده را داراست.

تست؛

به ترتیب، از نظر سی و مارشال جایگاه کارآفرین در شرکت چیست؟

(۱) مدیر و هماهنگ کننده - رهبر

(۲) کارفرما - مدیر و هماهنگ کننده

(۳) مدیر و هماهنگ کننده - ترکیب منابع و ابداعات جدید

(۴) رهبر، مدیر و هماهنگ کننده - مدیر و هماهنگ کننده

نکته؛ "آرتور کول" کارآفرینی را با فعالیت‌های عمومی و مستمر مدیران یکسان می‌دانست و آن را فعالیت هدفمند (شامل یک رشته تصمیمات منسجم) فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، حفظ یا توسعه واحد خود، برای کسب و کار و به قصد تولید یا توزیع کالا و خدمات اقتصادی می‌دانست. نوآوری تنها زمانی در دنیای کسب و کار موفقیت آمیز خواهد بود که نهاد ارائه‌کننده آن به نحوی کارآمد اداره شود. وی معتقد است کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل به ویژه جنبه‌های غیر اقتصادی جامعه و مؤسسات انتفاعی تأسیس شده برای تمتع از مزیت‌های اقتصادی و ارضای آرزوهای اقتصادی.

نکته؛ "کلارنس دانهوف" معتقد بود که ذهن کارآفرین متوجه تغییر فرمول است و زمان کمی را صرف اجرای یک فرمول خاص می‌کند. وی عمل کارآفرین را به سه بخش تقسیم می‌کند؛ تحصیل اطلاعات مرتبط، ارزیابی از لحاظ سودآوری و در آخر راه اندازی و عملیات. از نظر وی تصمیم‌گیری نقش بنیادی در عملکرد کارآفرین دارد.

نکته؛ هبرت "و" لینک " ۱۲ خصوصیت کارآفرین را در سطح اعتقادی، شناسایی کرده‌اند؛

- مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می‌دهد.
- عرضه‌کننده سرمایه مالی است.
- مبتکر است.
- تصمیم‌گیرنده است.
- رهبر صنعتی است.
- مدیر یا رئیس است.
- سازمان‌دهنده یا هماهنگ‌کننده منابع اقتصادی می‌باشد.
- مالک شرکت تجاری است.
- بکارگیرنده عوامل تولیدی است.
- پیمانکار است.
- حاکم است.
- فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف بکار می‌گیرد.

نکته؛ "هبرت" و "لینک" ریسک، عدم قطعیت، نوآوری و درک تغییر را در تمام تعاریف، ثابت یافتند و کارآفرین را متخصص در پذیرش مسئولیت برای اتخاذ تصمیماتی می‌دانند که بر محل، شکل و کاربرد کالاها و منابع مؤسسات تأثیر می‌گذارد.

نکته؛ از نظر "کاسون" کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی در خصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد. وی می‌کوشد تا با ارایه مفهوم "واسطه‌گری" عنصری مشترک را در میان کارآفرینان تشخیص دهد. کارآفرین به عنوان شخصی تعریف می‌شود که در تخصیص منابع کمیاب بر اساس تصمیمات مبتنی بر قدرت تشخیص فردی، تخصص دارد. کارآفرین معتقد است که وجود کلیه اطلاعات برای اتخاذ یک تصمیم برای او، ضروری است و او راهی را بر می‌گزیند که دیگران بر نمی‌گزینند و همواره فکر می‌کند که درست می‌گوید و دیگران در اشتباه می‌باشند.

نکته؛ "روبرت رونشتات" معتقد است که کارآفرینی فرآیند پویای ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را برحسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی درقبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می‌پذیرند. کالاها یا خدمات بخودی خود ممکن است جدید یا بی‌نظیر باشند یا نباشند، اما کارآفرین با تأمین کردن و تخصیص دادن مهارت‌ها و منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالاها یا خدمات ایجاد کند.

نکته؛ "ویلکن" کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌داند و از ویژگی تسریع‌کنندگی، برای تسریع کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند. وی معتقد است که کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه‌ی رشد و توسعه‌ی اقتصادی را فراهم می‌آورد. او چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد؛

۱. عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار و فراهم بودن سرمایه.
۲. عوامل غیراقتصادی؛ مقبولیت کارآفرینی (فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل.
۳. عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیر
۴. ترکیب عوامل تولید؛ به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات.

نکته؛ "کرچهوف" کارآفرینان را افرادی می‌داند که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند. بنابراین کارآفرینان به وضوح مدیران مالکی هستند که به منظور بهره‌برداری از نوآوری‌ها، شرکت‌های جدید و مستقلی را راه‌اندازی می‌کنند. آنها فعالیت خود را با دارایی شخصی خیلی کم و با آرزوی بدست آوردن ثروت هنگفت برای خودشان آغاز می‌کنند.

نکته؛ نظریه خودکارآمدی آلبرت باندورا؛ اصطلاح خودکارآمدی برای اولین بار توسط آلبرت باندورا، یک روانشناس کانادایی-آمریکایی و استاد دانشگاه استنفورد در سال ۱۹۷۷ ابداع شد. باندورا در مورد اصطلاح خودکارآمدی می‌گفت، این اصطلاح یک قضاوت شخصی است و در مورد خوب بودن فرد در برابر رویارویی با اتفاقات مختلف، می‌باشد. خودکارآمدی مجموعه باورهایی است که تعیین می‌کند، یک فرد تا چه اندازه در موقعیت‌هایی که در آینده برایش رخ می‌دهد، می‌تواند با موفقیت عمل کند. به بیان ساده‌تر، خودکارآمدی، باور فرد به توانایی‌هایش برای موفقیت در یک موقعیت خاص است.

نکته؛ بر اساس این نظریه خودکارآمدی که باور به توانایی‌های خود می‌باشد در اندازه‌گیری توانایی‌های شناختی، نقش مهمی دارد. همچنین اراده و تلاش در خودکارآمدی نقش مهمی دارد؛ تلاش و اراده در برخورد با موانع و چالش‌ها به فرد کمک می‌کند و باعث می‌شوند فرد بتواند از توانایی‌های ذاتی خود برای مقابله با مشکلات بهره‌گیرد.

نکته؛ به گفته باندورا، چهار منبع عمده خودکارآمدی وجود دارد:

- تجربه‌های موفق؛ باندورا توضیح داد مؤثرترین و نیرومندترین راه برای ایجاد احساس قوی اثربخشی و تغییر نظام باور کارکنان، تجربه‌های موفق است. انجام یک کار با موفقیت احساس خودکارآمدی ما را تقویت می‌کند. با این حال، عدم برخورد کافی با یک کار یا چالش می‌تواند خودکارآمدی را و تضعیف کند.
- مدل‌سازی اجتماعی؛ شاهد بودن سایر افراد در انجام موفقیت‌آمیز یک کار، یکی دیگر از منابع مهم خودکارآمدی است؛ به گفته باندورا، «دیدن موفقیت افراد مشابه خود با تلاش مداوم، باورهای ناظران را افزایش می‌دهد که آن‌ها نیز توانایی تسلط بر فعالیت‌های قابل‌مقایسه برای موفقیت را دارند.
- اقتناع اجتماعی باندورا همچنین اظهار داشت که می‌توان مردم را ترغیب کرد که باور کنند؛ مهارت و توانایی لازم برای موفقیت را دارند. زمانی را در نظر بگیرید که کسی حرف مثبت و دلگرم‌کننده‌ای گفته است که به شما در رسیدن به هدفی کمک می‌کند. گرفتن تشویق و تأیید کلامی از دیگران به افراد کمک می‌کند تا بر کمبود اعتمادبه‌نفس غلبه کنند و در عوض بر تلاش خود برای انجام وظیفه متمرکز شوند
- پاسخ‌های روان‌شناختی؛ واکنش‌ها و واکنش‌های احساسی خودمان نسبت به موقعیت‌ها نیز در خودکارآمدی نقش مهمی دارند؛ خلق و خوی، حالات عاطفی، واکنش‌های بدنی و میزان استرس می‌تواند بر احساس فرد در مورد توانایی‌های شخصی خود در یک موقعیت خاص تأثیر بگذارد. فردی که قبل از صحبت در جمع به شدت عصبی می‌شود، ممکن است در این شرایط احساس ضعف خودکارآمدی داشته باشد

با این حال، باندورا همچنین یادآور می‌شود: شدت آشکار واکنش‌های جسمی و روانی مهم نیست بلکه بیشتر نحوه درک و تفسیر آن‌هاست. با یادگیری نحوه به حداقل رساندن استرس و بالا بردن خلق و خو هنگام مواجه شدن با کارهای دشوار یا چالش‌برانگیز، افراد می‌توانند احساس خودکارآمدی خود را بهبود بخشند.

تست؛

بر اساس نظریه خودکارآمدی آلبرت باندورا، نیرومندترین منبع برای تغییر نظام باور خودکارآمدی کارکنان کدام است؟

- (۱) تجربه‌های موفق
(۲) تجارب جانشینی
(۳) ترغیب کلامی یا اجتماعی
(۴) حالات عاطفی یا فیزیولوژیک

گزینه ۱

نکته؛ فرانک نایت در کتاب خود تحت عنوان "مخاطره، عدم قطعیت و سود" کارآفرین را به عنوان عنصر اصلی هر نظام معرفی نمود. وی عدم اطمینان را عاملی جدا نشدنی در تصمیم‌گیری می‌دانست و معتقد بود که در هر کسب و کار، موقعیت منحصر به فردی حاکم است و تناوب نسبی رویدادهای پیشین را نمی‌توان در ارزیابی نتایج احتمالی آینده بکار برد. بر اساس دیدگاه فرانک نایت این عدم اطمینان از نوآوری کارآفرین و عوامل بیرونی نشئت می‌گیرد. طبق نظر وی مخاطره‌های قابل اندازه‌گیری را می‌توان از طریق بازارهای بیمه تعدیل نمود، اما این مسأله در خصوص عدم اطمینان صدق نمی‌کند. کسانی که در شرایط عدم اطمینان شدید به اتخاذ تصمیم می‌پردازند باید پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز به طور شخصی بپذیرند. چنین افرادی کار آفرین، یعنی صاحب کسب و کار می‌باشند، نه مدیران حقوق‌بگیری که در خصوص مسائل جاری و روزمره، تصمیم‌گیری می‌کنند.

کدام گزینه در مورد نظریه کارآفرینی «فرانک نایت» صادق است؟

- (۱) مبنای نظریه سود است و از توان پیش‌بینی و ریسک‌پذیری ناشی می‌شود.
(۲) مبنای نظریه عدم اطمینان است و از نوآوری کارآفرین و عوامل بیرونی ناشی می‌شود.
(۳) مبنای نظریه ریسک است و از تحمل ابهام کارآفرین و عوامل بیرونی نشأت می‌گیرد.
(۴) مبنای نظریه نوآوری است و از تغییرات محیطی و توانایی کارآفرین ناشی می‌شود.

نکته؛ ریچارد کانتیلون در حدود سال ۱۷۳۰ بین زمین‌داران، دستمزد بگیران و کارآفرینان، تمایز قائل شد. او به سه عنصر اصلی در خصوص فعالیت کارآفرینان اشاره نمود، اول آنکه آنها

در یک محیط همراه با عدم قطعیت فعالیت می کنند، دوم آنکه آنها در صورت نداشتن توانایی زیاد برای فعالیت اقتصادی، با فساد و تباهی خاصی مواجه می شوند و سوم اینکه آنها سرمایه اولیه را خودشان فراهم می آورند. وی در تعریف کارآفرین می آورد: "فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار، ارائه می کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات، اطلاع ندارد، از این رو "کانتیلون" عناصر "هدایتگری" و "حدس و گمان" را در تعریف کاربردی خود وارد می نماید. وی در اثر خود کارآفرین را به مثابه‌ی واژه‌ای فنی مورد توجه قرار می‌دهد. از دیدگاه وی جوهره کارکرد کارآفرین همانا تحمل عدم قطعیت می‌باشد؛ او هر کس را که با بهایی نامعین دست به خرید و فروش بزند، کارآفرین می‌داند.

نکته؛ "فردریک هاولی" مخاطره پذیری را صفت بارز کارآفرینان دانست، اما آنها را همچون زمین، و سرمایه در زمره عوامل تولید تلقی می‌نمود. در اواخر سده‌ی ۱۹، "جان کامونز" به گونه‌ای غیراصولی سود حاصل از مخاطره پذیری را از انواع دیگر سودها، متمایز نمود. طبق نظر "کامونز" یکی از انواع سود از توانایی کارآفرین و مخاطره‌پذیری او ناشی می‌شود و برحسب تغییر وضعیت اقتصادی این سود، متغیر و ناپایدار است.

نکته؛ جان بیتس کلارک "نخستین فردی بود که میان سود کارآفرینانه و مازاد بر بهره (و اجاره) و کاربرد موفقیت‌آمیز پیشرفت‌های فناوری، بازرگانی یا تشکیلاتی در فرآیند اقتصادی، ارتباط برقرار ساخته است. جدایی مالکیت بنگاه و مدیریت، سبب شد تا مطالعه‌ی کارآفرین به گونه‌ای متمایز از نقش صاحب سرمایه و مالک صورت گیرد.

نکته؛ در اوایل سده‌ی بیستم "آرتور استون دوینگ" مؤسس یا توسعه دهنده را فردی می‌دانست که فکرها را به کسب و کاری سودآور تبدیل می‌نمود. وی ویژگی‌هایی همچون قدرت تحلیل، ابتکار و واسطه‌گری را برای مؤسس قائل بود و معتقد بود که هیچ کسب و کاری بدون مؤسس ایجاد نمی‌شود.

نکته؛ برخی نقش های کارکردی دیگر کارآفرینان در تئوری های اقتصادی در جدول زیر ذکر شده است؛

نقش کارکردی	نظریه پرداز اصلی
معامله گر	ریچارد کانتلون
هماهنگ کننده	ژان باتیست سی
مالک محصول	فردریک هاولی
نوآور	رؤف شومپتر
تصمیم گیرنده	فرانک نایت
واسطه	ایزائیل کرزرنر

نکته؛ داگلاس نورث در سه زمینه علم اقتصاد نقش برجسته ای ایفا کرد. او روش های آماری را برای مطالعه تاریخ اقتصادی به کار گرفت و نقش نهادها را در تنظیم رفتار انسانی بررسی کرد و همچنین کوشید تا نیروهای تاریخی موثر در فقر و ثروت اقتصادها را درک کند، البته این سه موضوع چندان هم از هم گسیخته نیستند، نورث رشد اقتصادی را با اتخاذ نهادهای درست توضیح داد و از تکنیک های آماری برای آزمون نظریه های نهادی خود درباره علل رشد اقتصادی بهره جست.

نکته؛ از منظر رویکرد نهادگرا، محیطی که اقتصاد را شکل می دهد، بر پویایی های کارآفرینی در درون هر کشور اثر می گذارد. این محیط از طریق وابستگی های متقابل بین توسعه اقتصادی و نهادها شناخته می شود. کارآفرینان عاملان اصلی تغییر هستند که به محرک های جاافتاده در چارچوب نهادی واکنش نشان می دهند. سازمان ها انعکاس دهنده فرصت هایی هستند که نهادها ایجاد می کنند. تحول نهادی، حاصل تعامل میان سازمان ها و نهادهاست. هزینه های تعیین و تنفیذ قراردادها، و هزینه های کسب اطلاعات درباره شرایط بازار، بر کیفیت نهادها اثر می گذارد و کیفیت نهادها نیز فعالیت کارآفرینی را تحت الشعاع قرار می دهد.

- تفاوت دیدگاه های اقتصادی، روان شناسی و جامعه شناسی نسبت به کارآفرینی

نکته؛ دیدگاه اقتصادی؛ اقتصاددانان به بررسی اینکه چگونه جامعه منابع کمیاب مانند زمین، نیروی انسانی، موادخام و ماشین ها را برای تولید کالاها و خدمات تقسیم میکند، می پردازند. ریچارد کانتیلون اولین فردی بود که واژه کارآفرینی را با الهام از لغت فرانسوی که به معنی عهده دار شدن کاری می باشد، را به ادبیات علوم اقتصادی عرضه داشت. او کارآفرین را بعنوان شخصی معرفی می کند که با قیمت ثابت می خرد و با قیمت نامعین می فروشد. از این رو بجای سود بالقوه به ریسک دست می زند. کارآفرین بیشتر از لحاظ فعالیت اقتصادی شناخته می شود تا از لحاظ نوع شخصیت. به پیروی از وی "ژان باتیست سی" کارآفرین به عنوان فردی تعریف می کند که از دانش، قضاوت، مهارت های مدیریتی، رهبری و توانایی فنی برای حرکت و مبدل کردن منابع اقتصادی کم بازده به منابع پربازده با عوایدی بیشتر استفاده کند. برخلاف کانتیلون، سی در تعریف خود روی حرکت با عدم قطعیت تاکید ندارد. فرانک نایت توجه خود را بر روی کارآفرینی از دیدگاه اقتصادی با تمایز قائل شدن بین مفهوم ریسک قابل پیش بینی و ریسک غیر قابل پیش بینی، معطوف کرد. او کارآفرین را بعنوان فردی تعریف کرد که خواهان ارائه پول و شهرت در انتظار نامعلوم برای دریافت سود نامعلوم و اعتبار و رضایت شغلی از فرایندهای تولید و توزیع است. ژوزف شومپتتر نیز که بعنوان پیشرو در زمینه کارآفرینی نام گرفت ادعا میکند "مفهوم کارآفرینی توانایی شکست خط مشی جاری، نابودی ساختارهای موجود و حرکت دادن سیستم به خارج از دایره تعادل است." بر طبق نظر او، مفهوم کارآفرینی در درک و استفاده به موقع از فرصت ها در قلمرو موسسات ظهور پیدا می کند. این ترکیب جدید واقعیت های موجود اقتصادی را به چالش می طلبد، موسسات و محصولات قدیمی را با انواع بهتر جایگزین می کند و در نتیجه سیستم اقتصادی را به مراحل بالاتری از تعادل می رساند.

او کارآفرین را با نوآوری شناسایی می کند و آن را بعنوان یک حرکت موقت توصیف می کند نه یک وضعیت ثابت. از نظر او کارآفرینان ۵ نوع نوآوری را عهده دار هستند؛

۱. معرفی نوع تازه یا کیفیت بهتری از کالا

۲. ابداع روش نوینی از تولید

۳. گشایش بازار جدید

۴. استفاده عملی از منابع برای تامین موادخام یا کالاهای واسطه‌ای

۵. به انجام رساندن تعداد جدیدی ساختار سازمانی از صنعت بر خلاف نظر او از جریان بازار به عنوان تخریب خلاق، کرزنر فرض می کند که کارآفرینان افرادی هستند که عدم تعادل را در شکل فرصت‌های جدید بر طرف می کنند.

نکته؛ دیدگاه روان شناختی؛ روانشناسی شامل مطالعه رفتار و پدیده های ذهنی است. این رویکرد به دنبال شناسایی رفتارها و ویژگی های شخصیتی که منحصر به کارآفرینان موفق است میباشد. جایی که ویژگی ها بعنوان خصوصیات خلقی افرادی که زیاده استوار هستند تعریف می شوند .

تحقیق "مک کله لند" (۱۹۶۱) ارتباط "توفیق طلبی" با کارآفرینی و بسط معنی آن با توسعه اقتصادی بود. "هنسمارک" (۲۰۰۳) مطالعات روانشناسی زیادی را برای شناسایی ویژگیهای شخصیتی انجام داد. این ویژگیها شامل: درجه سازگاری و تکانش گری، استقلال طلبی، نیاز به پیشرفت و وسعت این باور که شخص تا چه حدی نتایج و اتفاقات را نتیجه کنترل فعال خود میداند تا نتیجه سرنوشت.

نکته؛ دیدگاه جامعه شناختی؛ جامعه شناسی مطالعه زندگی اجتماعی دگرگونی اجتماعی و علل و دستاوردهای اجتماعی رفتار انسانی است. امیل دور کیم (۱۹۱۷-۱۸۵۸)، ماکس وبر (۱۸۶۴) و رینلدز (۱۹۹۱) هر کدام عدسی جامعه شناسی را بر روی فعالیت های انسانی متمرکز کردند. در این رویکرد، گروه و ساختارهای اجتماعی مورد آزمایش قرار گرفتند نه ویژگیهای فردی، تا فعالیت های گروهی نظیر کارآفرینی را پیش بینی کنند. توسعه دادن کارآفرینی پویا بیشتر به عنوان کارکرد نیروی اجتماعی و ساختارها در نظر گرفته می شود تا اینکه نیازها و ویژگی های شخصیتی افراد.

نکته؛

انواع کارآفرینی؛ کارآفرینی را به دو دسته فردی (مستقل) و سازمانی تقسیم می کنند.

- کارآفرینی سازمانی بر اساس نوآوری است. کارآفرین مستقل به دنبال این است که بازار محصولات را در ید قدرت خویش بگیرد ولی کارآفرین سازمانی علاوه بر بازار بر مسائل سازمانی نیز باید فایق آید. در سازمان کارآفرین منابع برای اجرای ایده‌ها راحت تر تخصیص می‌یابد. در سازمان کارآفرین، کیفیت در همه ابعاد نهادینه شده است. در این سازمان خود - انتخابی وجود دارد و کارآفرینان منتظر دستورات از بالا نیستند، سرپرستان نیز منابع و زمان را در اختیارشان می‌گذارند. مثلاً در جنرال موتورز کارکنان اجازه دارند تا ۱۵٪ وقت خود را صرف پروژه‌های منتخب کنند. در واقع خودشان کار را شروع می‌کنند ولی کار واگذار نمی‌شود و فرد از ابتدا تا انتها در تیم پروژه باقی می‌ماند. در چنین سازمانی انجام دهنده تصمیم می‌گیرد، چرا که وقتی لایه‌های سازمانی زیاد باشد، سرعت تصمیم‌گیری پایین می‌آید.
- کارآفرینی سازمانی؛ فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، به ظهور می‌رسند. کارآفرینی سازمانی از منابع و حمایت سازمان برخوردار است. نوآوری می‌تواند در زمینه محصولات جدید، فرایندهای سازمانی و روش‌های مدیریتی باشد. در سازمان کارآفرین همه کارآفرینند و مدیر کارآفرین در رأس قرار دارد.
- کارآفرین سازمانی کسی است که تحت حمایت یک سازمان، محصولات، فعالیت‌ها و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره‌داری می‌رساند.

ویژگی	مدیر سنتی	کارآفرین مستقل	کارآفرین سازمانی
نگرش به مخاطره	احتیاط	خواهان مخاطرات معتدل، سرمایه‌گذاریهایی سنگین است، اما انتظار موفقیت هم وجود دارد.	خواهان مخاطرات معتدل، از خطرات واهمه‌ای نداشته و از اینرو خطرات شخصی برایشان کوچک به نظر می‌رسد.
استفاده از تحقیقات بازار	مطالعات بازار به خاطر کشف نیازها و توسعه محصول	ایجاد نیاز، ایجاد محصولاتی که اغلب در تحقیقات بازار مورد آزمایش قرار نمی‌گیرد و مشتریان قبلاً آنها را درک نکرده‌اند. صحبت با مشتریان و عملی ساختن ایده‌ها.	همانند کارآفرین بررسی بازار و ارزیابی روشنی از آن به عمل می‌آید.
نگرش به مقام	توجه به جایگاه	در صورت انجام کار، داشتن یک موقعیت اجتماعی مناسب برای آنها مسرت بخش است.	سمتهای سنتی برای آنها مسخره است و سمبهای آزادی را حفظ می‌کنند.

نکته؛ محققین بر اساس جنبه‌های رویکرد رفتاری و رویکرد ویژگی‌ها و تعاریف کارآفرینی به دنبال ارائه مدل‌های کارآفرینی می‌باشند. انواع رهیافت‌های کارآفرینی؛ معمولاً در زمینه کارآفرینی از دو رهیافت عمده استفاده می‌شود که عبارتند از:

نکته؛ مدل‌های محتوایی؛ کلیه مطالعات و تحقیقات انجام شده در رویکرد ویژگی‌ها که منجر به شناسایی خصوصیات فردی و شخصی افراد می‌گردد، جزء این طبقه بندی محسوب می‌گردد. و به دلیل محدودیت تحقیقات در پرداختن و اظهار نظر قطعی راجع به ویژگی‌های فردی، ارائه این مدل‌ها عقیم مانده است. براین اساس محققین به جای پرداختن به رویکرد ویژگی‌ها، به رویکرد رفتاری و مدل‌های فرآیندی روی آوردند.

نکته؛ هدف از به کارگیری رهیافت محتوایی، متمایز ساختن کارآفرینان از غیر کارآفرینان و تعیین ویژگی‌های آنان است. بر این اساس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین عبارتند از نیاز به توفیق طلبی، تمایل به قبول مخاطره، برخورداری از مرکز کنترل درونی، داشتن روحیه خلاق و تحمل ابهام.

نکته؛ فرآیند رویدادی؛ در این دیدگاه کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌نماید و محققین معتقدند که بروز برخی عوامل

محیطی و تأثیر آن بر فرد، نقش بسیار تعیین کننده ای در تصمیم وی به کارآفرین شدن دارد. مهمترین مدل های ارائه شده از این دسته عبارتند از: مدل رویدادی آلبرت شاپیرو در سال ۱۹۷۵، مدل رویدادی فرای در سال ۱۹۹۳، مدل رویدادی ویلیام بای گریو در سال ۱۹۹۴.

نکته؛ 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، فرآیند 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 نظر دارا بودن خصوصیات کارآفرینی مورد بررسی قرار می گیرند.

نکته؛ از نظر فرای سه مجموعه در انگیزه کارآفرین در تأسیس یک شرکت نوپا دخالت دارد. این سه مجموعه عبارتند از متغیرهای مقدم یا پیشینه، متغیرهای تسریع کننده یا حرکت دهنده، و متغیرهای توانبخش. هر سه گروه از متغیرها به عنوان نیروهای انگیزشی در تصمیم گیری کارآفرین دخالت می کنند.

عامل مقدم؛ عامل مقدم با متغیرهای زمینه ساز در ارتباط است. این موفقیت ها یا ویژگیها، عواملی هستند که باعث می شوند، فرد به طور نا خودآگاه یا خودآگاه امکانات کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهد. بعضی از این متغیرها ماهیتا تاریخی یا محیطی می باشند. برای مثال، بسیاری از کارآفرینان در خانواده هایی کارآفرین دنیا می آیند. برای بسیاری از آنها نیز در اوایل زندگی شان حوادثی پیش آمده که شخصیت کارآفرین آنها را شکل داده است.

عامل تسریع کننده؛ در حالی که عامل مقدم در طول زمان باعث ایجاد شرکت نوپا می شود. عامل تسریع کننده، حادث یا موقعیتی است که بطور ویژه ای عمل کارآفرینی را سرعت می بخشد. اینها، حوادث برجسته زندگی می باشند و شامل تحولات شخصیتی، مالی یا حرفه ای در زندگی یک کارآفرینی می باشند، که در تصمیم گیری کارآفرین تاثیر گذار می باشند برای مثال، اخراج شدن از یک کار می تواند یک عامل تسریع کننده باشد. آشنا شدن با یک کارآفرین دیگر که در پی یک شریک می باشد می تواند عامل ترک شغل جاری شخص و تبدیل شدن وی به یک کارآفرین باشد.

عوامل توانبخش؛ متغیرهای مقدم و تسریع کننده، انگیزه بالقوه کارآفرین برای تاسیس سرمایه خیز را بوجود می آورند. اما، این مساله بدین مفهوم نیست که شرکت نوپا به طور واقعی تاسیس خواهد شد. برانگیخته شدن برای راه اندازی یک تشکیلات اقتصادی، بدین مفهوم نیست که شروع آن تشکیلات، عاقلانه یا امکان پذیر خواهد بود. فرد کارآفرین تنها یکی از اجزاء تشکیل دهنده شرکت های نوپای کارآفرینانه است. دو جزء فرصت و منابع، در تصمیم گیری برای تاسیس شرکتهای نوپا حیاتی می باشند. که آنها را عامل توانبخش می نامیم. معادله کارآفرینی را می توان برای در بر گرفتن این دو متغیر مهم گسترش داد.

نکته؛ فرای بر این باور است که فرآیند کارآفرینی شامل کلیه فعالیتها، وظایف و اقدامات مرتبط با درک فرصتها و ایجاد سازمانها برای تعقیب فرصتهاست. کارآفرینی فرآیندی است که از اجزا و عناصر مختلفی تشکیل شده است؛

عناصر	اقدام مورد نیاز
کارآفرین	یک فرد تصمیم آگاهانه ای می گیرد تا کسب و کار کارآفرینانه ای را به انجام برساند. این عنصر کلیدی ترین جزء فرآیند کارآفرینی است.
فرصت	فرصت های زیادی در جامعه برای کسب و کار وجود دارد. ولی کارآفرین فرصت های با ظرفیت بالا در بازار را شناسایی و مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد.
ساختار	کارآفرین برای شروع کسب و کار به صورت مالکیت فردی یا شراکت با فرد دیگر و یا به صورت شرکت تصمیم می گیرد. کارآفرین قالب ساختاری (فردی، شراکتی، شرکتی) فعالیت خود را آغاز می کند.
منابع	منابع مالی و انسانی مورد نیاز مورد شناسایی قرار می گیرد و از تعهد سرمایه گذاران خاطر جمع می شود یعنی حمایت سرمایه گذاران جلب می شود.

اهداف کل، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی تفصیلی کسب و کار تعیین می‌شوند.

استراتژی

تست؛

عناصر تشکیل دهنده فرایند کارآفرینی از نظر فرای کدام است؟

- (۱) کارآفرین - فرصت - ساختار - منابع - استراتژی
(۲) کارآفرین - منابع - نوآوری - فرصت - تیم‌کاری
(۳) کارآفرین - محیط - منابع - فرهنگ - استراتژی
(۴) کارآفرین - فرصت - فرهنگ - ساختار - مدیریت

پاسخ؛ گزینه ۱

نکته؛ مدل رویدادی آلبرت شاپیرو؛ آلبرت شاپیرو "استاد دانشگاه ایالت اوهایو پیشنهاد داد که ما باید بیش از آنکه بر فرد کارآفرین تمرکز نمائیم باید به رویداد کارآفرینی توجه کنیم. چرا که چنین دیدگاهی کلیه مشکلات مربوط به تعارف کارآفرین را کنار می‌گذارد. در این زمینه او بیان می‌دارد که «رویداد کارآفرینی» در بر گیرنده موارد زیر است:

- ابتکار: یک فرد یا گروه، ابتکاری را انجام می‌دهد.
- مدیریت اجرایی: کسانی که ابتکار را در دست دارند و مدیریت سازمان را بر عهده می‌گیرند.
- استقلال نسبی: مبتکران، به آزادی نسبی برای تخصیص منابع نیاز دارند.
- مخاطره پذیری: مدیران و مبتکران در موفقیت یا عدم موفقیت سازمان سهیم هستند.

نکته؛ شاپیرو در مدل رویداد کارآفرینانه خود بیان می‌کند که عواملی همچون مطلوبیت درک-شده، امکان‌پذیری درک شده و قصد فرد برای راه‌اندازی در انتخاب شخص برای شروع یک کسب و کار یا فعالیت اقتصادی جدید تأثیرگذار است.

در «مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو»، انتخاب شخص برای شروع یک کسب‌وکار یا فعالیت اقتصادی جدید به چه عواملی بستگی دارد؟

(۱) مطلوبیت درک شده، امکان‌پذیری درک شده، قصد فرد برای راه‌اندازی

(۲) نگرش به رفتار، مطلوبیت درک شده، امکان‌پذیری درک شده

(۳) هنجارهای ذهنی، قصد رفتار، مطلوبیت درک شده

(۴) هنجارهای ذهنی، نگرش به رفتار، قصد رفتار

نکته؛ مدل رویدادی ویلیام گریو؛ از نظر وی عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی، روانی و محیطی می‌باشند. اینها عواملی هستند که باعث تولد یک موسسه جدید می‌شوند، یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا بطور تصادفی بدست می‌آورد. تصمیم‌گیری یا عدم تصمیم‌گیری برای پیگیری آن فکر به عواملی همچون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل دسترس بودن منابع بستگی دارد.

نکته؛ فرآیند چند بعدی؛ در این دیدگاه کارآفرینی یک چارچوب چند بعدی و پیچیده می‌باشد و کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگی‌های او، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می‌گیرد. برخی از مدل‌های ارائه شده توسط محققین در این زمینه عبارتند از:

- مدل فرآیندی جفری تیمونز و دیگران
- مدل چند بعدی ویلیام گارتنر
- مدل فرآیندی «چل» و «هاورس»
- مدل فرآیندی استیونسون و دیگران
- مدل یکپارچه کارآفرینی «نیوالی» و «فوگل».

نکته؛ مدل فرایندی جفری تیمونز و دیگران؛ وی در مدل خود، محیط، ویژگی‌های شخصی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می‌گیرد و بر توانایی سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها تکیه می‌نماید. بنابراین این نظریه فرصت محور است و زیربنای آن پایداری است. همچنین کارآفرین را فردی می‌پندارد که دارای مهارت‌های چندگانه است.

کدام مورد درباره مدل فرایندی جفری تیمونز درست است؟

- (۱) منبع محور است و زیربنای آن پایداری است. (۲) فرصت محور است و زیربنای آن پایداری است.
(۳) فرصت محور است و زیربنای آن منابع کافی است. (۴) منبع محور است و زیربنای آن فرصت است.

نکته؛ رویکرد منبع محور در کارآفرینی نشان می‌دهد که منابع بنگاه به طور همزمان با ارزش، کمیاب، غیرقابل تقلید و جایگزین ناپذیر می‌باشند. نقطه تمرکز این دیدگاه از محیط رقابتی به منابع موردنیاز بنگاه‌ها برای رقابت تغییر یافته است. منابع، قلب تپنده دیدگاه مبتنی بر منابع می‌باشند که شامل دارائی‌های فیزیکی ویژه برای مثال تجهیزات ویژه، موقعیت‌های جغرافیائی دارائی‌های انسانی و دارائی‌های سازمانی بوده که می‌توانند برای پیاده‌سازی استراتژی‌هایی که ارزش‌آفرین هستند، به کار روند.

تست؛

در کدام نظریه بنگاه، سازماندهی منابع بنگاه براساس توان خلق ارزش و توان انعطاف و پویایی است؟

- (۱) منبع محور (۲) قابلیت پویا
(۳) بنگاه کارآفرینانه (۴) وابستگی به منبع

نکته؛ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین به طور کلی شامل موارد زیر می‌شود؛

تعهد، قاطعیت، پایداری، پشتکار، عزم، یکپارچگی، اعتماد

• عناصر شناختی

حل مشکل، هدف‌گیری، بصیرت، قدرت درک، هوشمندی، فراست شغلی

• قدرت انگیزش

کاملاً رقابتی در انجام کار، توفیق طلب

• انتظار موفقیت

اعتماد به نفس، متکی به خود، خودآگاه

• مهارت‌ها

تشکیل تیم، توانایی انگیزش، یادگیری از اشتباهات، سرمایه گذاری در فرصته

نکته؛ مدل چند بعدی ویلیام گارتنر؛ وی چهار عنصر فرد، محیط، سازمان و فرایند را در ایجاد یک شرکت نوپا دخیل دانست و آنها را با یکدیگر مرتبط دانست.

نکته؛ مدل فرایندی "چل" و "هاورس؛" "چل" و "هاورس" یکی از جامع‌ترین مدل‌های کارآفرینی را در سال ۱۹۸۸ ارائه نمودند. این مدل شامل ویژگی‌های شخصیتی و عناصر شناختی می‌باشد و همچنین بر قدرت سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها که مخالف تجهیز منابع می‌باشد، تاکید دارد. در این مدل کارآفرین موفق فردی شمرده می‌شود که مهارت‌های مختلفی همچون تشکیل تیم‌های کاری و انجام کار با کمک دیگران را داشته باشد.

نکته؛ مدل یکپارچه کارآفرینی "نیاوالی" و "فوگل"؛ این دو محقق ضمن مطالعات خود چهار عنصر اصلی را معرفی نمودند که بطور تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده تاثیر زیادی بر فرایند ایجاد شرکت‌های نوپا دارد. چهار عامل عبارتند از: (۱) رویکردها و سیاستهای دولت (۲) شرایط اجتماعی و اقتصادی (۳) مهارت‌های شغلی و کارآفرینی (۴) حمایت‌های مالی و غیر مالی کلیه این عوامل رابطه مستقیم با ایجاد شرکت‌های جدید دارند. فرآیند با کارآفرین شروع می‌شود، که تصمیم آگاهانه می‌گیرد تا یک فعالیت اقتصادی را شروع کند. پس از آن فرصت برای تعیین حجم برگشت از سرمایه قابل انتظار مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. سپس ساختار باید تعیین شود، مانند شکل مالکیت و رابطه با امتیاز دهندگان یا شرکت‌های دیگر، پس از آن تمام منابع مهم باید فراهم شوند. سپس هنگامی که مرحله شروع پایدار به نظر می‌رسد، استراتژی معینی باید ایجاد گردد.

نکته؛ تیم‌های کارآفرین زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که در آن این منابع مختلف با هم ترکیب می‌شوند. بدون مشاهده مستقیم منابع جمع‌آوری شده، درک نحوه کارکرد منابع و مکمل‌های تأسیس تیم کار مهمی است. ترکیبات اعضای تیم کارآفرینانه منجر به ایجاد درصد متفاوتی از منابع مختلف شده و این موضوع نیز ناظر بر تنوع در تیم‌ها است. در تیم‌های کارآفرینانه آشیانه‌ای، یک کارآفرین در یک دوره زمانی، چشم‌اندازی کلی برای تعقیب فرصت‌ها ارائه می‌دهند و سپس خود به عنوان کارآفرین زبردست در زمان بعدی عمل می‌کند.

نکته؛ یک تیم کارآفرینانه به مراتب نتایج بهتر و سریع‌تری را نسبت به کارآفرین تنها ایجاد خواهند کرد و همین تیم در صورت ناکارآمد بودن می‌توانند به ضررهای مکرر و در نهایت از بین رفتن کسب و کار منتج شوند. بنابراین امروزه موضوع تیم‌های کارآفرینی، عملکرد تیم‌ها، چینش و ترکیبات تیم، عناصر مؤثر بر ساختار تیم و همچنین تأثیر تیم بر عملکرد کلی سازمان در راستای رسیدن به اهداف، موضوعی داغ و در حال رشد و بررسی است.

تست؛

در کدام نوع تیم‌های کارآفرینانه، یک کارآفرین در یک دوره زمانی، چشم‌اندازی کلی برای تعقیب فرصت‌ها ارائه می‌دهد و سپس خود به عنوان کارآفرین زبردست در زمان بعدی عمل می‌کند؟

(۱) کارآفرینانه انفرادی

(۲) کارآفرینانه نوظهور

(۳) کارآفرینانه آشیانه‌ای

(۴) کارآفرینانه صرفه‌جویی مختلط

نکته؛ رهبری کارآفرینانه شیوه‌ای برای اعمال نفوذ و هدایت کسب‌وکارهای کارآفرینی است که به ایده‌های نو و نوآوری سازمانی منجر می‌شود. در کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی، استراتژی رهبری کاملاً جدیدی مورد نیاز است که آن را رهبری کارآفرینانه می‌نامند. استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه شامل کاوشگری، جستجوگری، شتاب‌گری و تلفیق‌گری می‌شود.

نکته؛ رهبری کارآفرینانه را توانایی برقراری ارتباط میان دیدگاه‌های مختلف برای درگیر شدن تیم‌ها در شناسایی، توسعه و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد ارزش برای سازمان، تأثیرگذاری و

هدایت عملکرد گروهی برای دستیابی به اهداف سازمانی از طریق شناخت و کشف فرصت‌ها تعریف می‌کنند. به عبارت دیگر، نوعی از رهبری است که سطوح بالایی از اعتماد و تعامل در سازمان‌ها را در ارتباط با مسئولیت‌های مدیریتی و خلاقیت افزایش می‌دهد. همچنین موجب تقویت و گسترش اصلاحات اداری و شیوه‌های مدیریت در سیستم جدید می‌شود.

نکته؛ ویژگی‌های رهبری کارآفرینانه؛ اندیشمندان و پژوهشگران ویژگی‌های متعددی را برای رهبری کارآفرینانه برشمرده‌اند. براساس نظر کوراتکو، ویژگی‌های رهبری کارآفرینانه عبارت‌اند از:

- الهام بخشی
- انگیزش سریع یک گروه صاحب ایده‌های جدی
- هدایت افراد در تبدیل این دیدگاه مشترک به واقعیت

تست؛ کدام یک از موارد زیر جزء استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه محسوب نمی‌شود؟

- (۱) جستجوگری
- (۲) تلفیق‌گری
- (۳) پویاگری
- (۴) شتاب‌گری

تست؛

استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه کدام‌اند؟

- (۱) تحول‌آفرین - تفویضی - فرصت‌گرایی - کاوشگری
- (۲) کاوشگری - جستجوگری - شتاب‌گری - تلفیق‌گری
- (۳) کاوشگری - جستجوگری - فرصت‌گرایی - تحول‌آفرین
- (۴) تفویضی - کاوشگری - فرصت‌گرایی - جستجوگری

نکته؛ نظریه سرهم بندی خلاق تلاش دارد تا کارآفرینی را در شرایط محدودیت منابع توضیح دهد.

نکته؛ اگر کارآفرینی را به عنوان فرآیند کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها معرفی کنیم که با توجه به منابع موجود به دنبال ایجاد ارزش جدید می باشد، فرصت از جایگاه خاصی در این فرآیند برخوردار است، که از یک طرف برای کارآفرینان یک عامل توانمندساز و محسوب می شود. از طرفی برای خود کارآفرینی ایجاد یک حوزه جدید از سایر علوم کرده که به آن استقلال و مشروعیت می بخشد. لذا اگر فرصت های کارآفرینانه را مهمترین عنصر کلیدی در ساختار فرآیندی کارآفرینی بدانیم در زمینه ایجاد و منشاء شکل گیری آن دو جریان نظری شاخص وجود دارد. رویکرد خلق و رویکرد کشف فرصت. در دیدگاه خلق مدیریت عدم اطمینان از طریق اثرسازی و عرضه و تقاضا ناشناخته است. پیش فرض دیدگاه کشف فرصت این است که فرصت ها در اثر نقایص بازار یا در نتیجه تغییرات تکنولوژی، ترجیحات مصرف کننده یا دیگر ویژگی های صنعت یا بازار مورد نظر به وجود می آیند. همچنین در رویکرد کشف فرصت باید توجه داشت که منظور از فرصت، فرصت های عینی می باشد.

در کدام دیدگاه فرصت کارآفرینانه، مدیریت عدم اطمینان از طریق اثرسازی و عرضه و تقاضا ناشناخته است؟

- | | |
|---------|-----------------|
| (۱) کشف | (۲) تشخیص |
| (۳) خلق | (۴) تشخیص و کشف |

گزینه ۳

در کدام رویکرد به فرصت های کارآفرینانه، فرصت ها عینی هستند؟

- | | | | |
|----------|---------------|--------------|--------------|
| (۱) ساخت | (۲) منبع محور | (۳) خلق فرصت | (۴) کشف فرصت |
|----------|---------------|--------------|--------------|

گزینه ۴

نکته؛ اثرسازی یک اصل است که توسط ساراسواتی در سال ۲۰۰۱ معرفی شده است. از سال ۱۹۹۷، ساراسواتی تحقیقاتی را بین ۴۵ کارآفرین کارآزمایی انجام داد. ساراسواتی با کارآفرینان مصاحبه کرد و به آنها اجازه داد تا موارد را حل کنند تا ببینند که چگونه فکر می کنند

و از کجا شروع می‌شوند. به نظر می‌رسد که ۸۹ درصد کارآفرینان متخصص، اغلب از اثربخشی و عواقب آن استفاده می‌کنند. در مواردی که اثرسازی در موقعیت‌های نااطمینانی استفاده می‌شود، زمانی که آینده قابل پیش‌بینی است، استدلال علی وجود دارد. با استدلال علی، کارآفرینان اهدافی را برای دستیابی و جستجو برای منابع تعیین می‌کنند. در مقابل کارآیی، کارآفرینان اهداف را با توجه به منابع موجود در اختیار خود قرار می‌دهند. منطق اثرسازی مانند دنده ۱ و ۲ است شما به آنها نیاز دارید تا کسب و کار خود را آغاز کنید، اما در نهایت، شما از منطق فعلی دور می‌شوید. اثرسازی را می‌توان دسته‌ای از فعالیت‌ها دانست که شامل:

- یک چارچوب تفکر
- مجموعه‌ای از اکتشافات
- انجام کارهای قابل انجام
- و فکر به این که چگونه محصولات و خدمات قابل فروش را ایجاد کنید.

اما اثرسازی را نباید با موارد زیر اشتباه گرفت؛

- یک سیستم که به شما بگوید چه کاری باید انجام دهد.
- یک الگوریتم
- برنامه ریزی نکردن
- یک راه برای راه اندازی یک کسب و کار کلی

نکته؛ اصول اثرسازی از دیدگاه ساراسواتی

کارآفرینان راه‌های سختی را طی کرده اند که باعث شده جالب ترین فعالیت ها را حداقل یک بار برای شکل دهی آینده در محیط کسب و کاریشان تجربه کنند که در آن آینده نه تنها غیر قابل پیش‌بینی بلکه ناشناخته بوده است. هنوز هم، کارآفرینان این آینده غیر قابل پیش‌بینی را شکل می‌دهند. آنها از تکنیک‌هایی استفاده می‌کنند که ریسک پیش‌بینی را به حداقل می‌رساند و به آنها امکان می‌دهد، آینده را شکل دهند. این پنج اصل، که در زیر آورده شده اند، منطق کلی اثرسازی را تشکیل می‌دهند؛

(۱) اصل پرنده در دست : (Bird-in-hand Principle)

کارآفرینان با آنچه که دارند آغاز می کنند. آنها به این که چه کسی هستند و چه می دانند و چه کسانی را می شناسند نگاه می کنند. سطح تحصیلات ، طعم و تجربه زندگی آنها نمونه هایی از عوامل است که در این مرحله مهم هستند. علاوه بر این نمونه ها، کارآفرینان به ۳ F's خود نگاه می کنند، که بهتر است به عنوان دوستان، خانواده و احمق های دور و بری (Family, Friends, Fools) شناخته شوند. در این اصل ، آنها به توانایی های خود نگاه خواهند کرد. بنابراین یک کارآفرین با هدف مشخصی شروع نمی کند، بلکه با ابزارهایی که دارد در نظر می گیرد که چیزهایی در خود و اطراف خود میبیند و عموماً استدلال عقلانی به طور معکوس با جمع آوری معانی پس از تعیین هدف کار می کند.

(۲) اصل از دست دادن مقرون به صرفه: (Affordable Loss Principle)

یک کارآفرین بر سود احتمالی تمرکز نمی کند، بلکه از زیان های احتمالی جلوگیری می کند و به چگونگی به حداقل رساندن این ضررها فکر می کند. کارآفرینان حرفه ای با محدود کردن ریسک بواسطه درک آنچه که می توانند در هر مرحله از دست بدهند، به جای جستجوی فرصت های بزرگ یا پوچ که ممکن است چیزی نصیب آنها نکند دست به انتخاب می زنند. آنها اهداف و اقداماتی را انتخاب می کنند که حتی اگر سیر نزولی اتفاق افتاد، باعث پیشروی آن ها بشود. استدلال عقلانی برای اولین بار هدف قرار دادن بازگشت سرمایه و سپس برای به حداقل رساندن خطر مرتبط است. به این اصل زیان قابل قبول (جبران) نیز گفته می شود.

(۳) اصل دمپایی دیوانه: (The Crazy Quilt Principle)

کارآفرینان با گروه ها و افرادی که می توانند به آن ها اعتماد کنند، همکاری می کنند. این گروه ها می توانند از دست دادن مقرون به صرفه (Affordable Loss) را با دادن تعهدات محدود کنند. کارآفرینان مشارکت با ذینفعان خودشان انتخاب می کنند و با اخذ پیش شرط هایی برای کار با شرکا در اوایل این سرمایه گذاری، کارآفرینان شرایط عدم اطمینان را کاهش می دهند و بازار جدید را با مشارکت کنندگان علاقه مند خود ایجاد می کنند. بنابراین ابزارها و اهداف جدید در این نظریه بر اساس کسب تعهد ذی نفعان شکل می گیرد.

(۴) اصل لیموناد: (The Lemonade Principle)

کارآفرینان در مورد چگونگی استفاده از احتمالات نگاه خواهند کرد. کارآفرینان به جای اینکه سناریوهای "چه چیزی" را برای مقابله با بدترین حالتها به کار گیرند، خبرهای "بد" و سورپرایزها را به عنوان سرنخهای بالقوه برای ایجاد بازارهای جدید تفسیر می کنند. استدلال عقلانی برای به حداقل رساندن احتمال نتایج غیر منتظره کار می کند. به این اصل اهرم‌بندی احتمالات نیز گفته می شود.

کدام مورد جزو اصول منطق اترسازی است؟

- (۱) اهرم‌بندی احتمالات - تحلیل رقابتی
- (۲) بازده مورد انتظار - تحلیل شرکا به جای تحلیل رقابتی
- (۳) زیان قابل قبول (جبران) - اهرم‌بندی احتمالات
- (۴) تحلیل رقابتی - زیان قابل قبول (جبران)

گزینه ۳

(۵) اصل خلبان در هواپیما؛ (The Pilot in The Plane)

در این مرحله، تمام اصول قبلی با یکدیگر ترکیب می شوند. آینده را نمی توان پیش بینی کرد، اما کارآفرینان می توانند برخی از عوامل پیش‌بینی، آینده را کنترل کنند. کارآفرینان متخصص با تمرکز بر کنترل فعالیت‌های خود می دانند که اقدامات آنها به نتایج مطلوب منجر می شود. در حقیقت دنیای اثربخشی بر این باور است که آینده آشکارا و پیش‌بینی نشده است، ولی با توجه به توانایی‌های شما قابل ساختن است.

در نظریه اترسازی ساراسواتی، ابزارها و اهداف جدید چگونه شکل می گیرند؟

- (۱) تعامل به ذی‌نفعان
- (۲) کسب تعهد ذی‌نفعان
- (۳) زیان قابل قبول
- (۴) شرایط محدود کننده

گزینه ۲

نکته؛ در ادبیات کارآفرینی دو تعبیر عمده وجود دارد. دیدگاه شومپتری که بر ایده و نوآوری و خلاقیت تأکید می کند و دیدگاه کرزنری که بر کشف فرصت کارآفرینانه در فرایند بازار تمرکز

دارد. هیچ کدام از این دیدگاه‌ها به جای دیگری قابل استفاده نیست؛ یعنی هر کدام می‌توانند فقط شرایط ویژه‌ای از اقتصاد و بازار را تحلیل کنند.

نکته؛ نظریه "کرزنر"؛ در نظریه کارآفرینی "کرزنر"، فرض اساسی این است که اغلب بازارها در اغلب اوقات ناکارایی دارند و در حالت تعادل نیستند. این مسئله فرصت‌هایی را برای افراد کارآفرین ایجاد میکند تا با بهره برداری از این ناکارایی‌ها، منابع را با کارایی بیشتری تخصیص داده و خلق ثروت کنند. فرصت‌هایی که کرزنر معرفی می‌کند باعث تقویت روش‌های از قبل انجام شده برای انجام امور می‌شود. بنابراین کرزنر معتقد است ارائه گونه شناسی از فرصت‌های کارآفرینی بر اساس منشاء و فرآیند شکل‌گیری آنها، بازار همیشه در حالت تعادل نیست و نقش کارآفرین را بردن بازار به سمت حالت تعادل می‌داند و نه بر هم زدن تعادل. فرصت‌های کارآفرینی که کرزنر از آنها صحبت می‌کند لزوماً نتیجه نوآوری نیستند، بلکه از جنس فرصت‌هایی هستند که ناکارایی در بازار آنها را به وجود می‌آورد. برای مثال، در ساده‌ترین شکل فرصت‌های کرزنری، خرید چیزی در یک مکان و فروش آن به قیمت بالاتر در مکان دیگر است. یا در حالت پیچیده‌تر خرید مواد اولیه، ترکیب آنها با یک فرآیند تولید جدید و فروش محصولی جدید همراه با کسب سود مثال دیگری از فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کرزنر است.

تست؛

کدام نوع فرصت‌ها، باعث تقویت روش‌های از قبل انجام شده برای انجام امور می‌شود؟

(۱) لاجمعی (۲) شومپتری (۳) کرزنری (۴) کمیاب‌تر و ارزشمندتر

گزینه ۳

کدام نظریه، کارآفرینی را در شرایط محدودیت منابع توضیح می‌دهد؟

(۱) کرزنر (۲) شومپتر
(۳) اثرسازی (۴) سرهم‌بندی خلاق

گزینه ۴

نکته؛ نظریه "شومپیتر"؛ شومپیتر برخلاف دیدگاه تعادل بازار در اقتصاد، کارآفرینی را به عنوان پدیده های در حالت عدم تعادل می بیند. در این مدل فرصتها به صورت دوره ای و خارج از یک محدوده اقتصادی در اثر عواملی از جمله ارائه منابع جدید، پیشرفت های تکنولوژیک، و توسعه بازارها به وجود می آیند. شومپیتر معتقد است که تغییرات در تکنولوژی، نیروهای سیاسی، قوانین، عوامل اقتصاد کلان و روندهای اجتماعی اطلاعات جدیدی را خلق میکند که کارآفرینان میتوانند با استفاده از آنها منابع را به روش جدیدی ترکیب کنند و ترکیبات ارزشمندتری را از آنها خلق کنند.

نکته؛ در مدل شومپیتری کارآفرین، نوآوری دارد و نقش آن تعادل شکنی است که هم باعث تولید ثروت و هم باعث توزیع ثروت می شود. در مدل کرزنری کارآفرین، نوآوری ندارد و نقش آن تعادل سازی است که فقط باعث تولید ثروت می شود. کارآفرینی کرزنری یا شومپیتری به عنوان مصلح و منجی جامع سرمایه داری هستند. به این دلیل که چون جامعه سرمایه داری (کاپیتالیسم) در درون خودش مشکلاتی دارد که یکی از آنها انحصار ثروت در دست عده ای معدود است که باث شکل گیری و به وجود آمدن اختلاف طبقاتی می شود. از این روست که کارآفرین باید وارد میدان شود و این شکاف طبقاتی را از بین ببرد و یا آن را کاهش دهد.

نکته؛ نظریه "لاچمن"؛ از آنجاییکه لاچمن به ذهن گرایی رادیکال اعتقاد دارد، دیدگاه او را میتوان جز مکتب اقتصاد اتریشی طبقه بندی کرد. نگاه شومپیتر و کرزنر به کارآفرینی، اگر چه در ظاهر متضاد به نظر می آید، اما در واقع مکمل یکدیگر است. هر دو این اقتصاددانان، حالت تعادل را به عنوان نقطه مرجع نهایی خود می بینند. بنابراین آنقدر هم از پارادایم تعادل بازار فاصله نمی گیرند. بعد از اینکه کارآفرین شومپیتری تعادل فعلی بازار را بر هم می زند و عدم تعادل ایجاد میکند، کارآفرین کرزنری ناکارایی های موجود در بازار را اصلاح میکند و بازار را به سمت تعادل جدید می برد. اما لاچمن فرض تمایل بازار به سمت تعادل را به کلی کنار میگذارد و معتقد است که اغلب بازارها نه تنها به حالت تعادل نمی رسند بلکه به سمت تعادل نیز تمایل ندارند. از این لحاظ لاچمن بر خالف کرزنر و شومپیتر پارادایم تعادل بازار را به طور

کامل نقض میکند و بینش جدیدی را درباره منشأ خلق فرصتهای کارآفرینی ارائه میدهد. لاجمناً معتقد است فرصتها با تصورات خالق کارآفرین، درباره آنچه از آینده در ذهن خود تجسم میکند، خلق میشوند و با استفاده از ترکیب و بازآرایی پیوسته منابع به بهره برداری می‌رسند.

نکته؛ از آنجایی که افراد بر اساس ذهنیت خود گذشته را تفسیر میکنند و آینده را میسازند، دانش آنها و انتظارات آنها درباره آینده با یکدیگر متفاوت است. این تفاوتها باعث میشود که افراد برنامه‌های متفاوتی برای آینده داشته باشند. این برنامه‌ها در فرایندی پیوسته در طول زمان در تعامل با یکدیگر هستند و نتیجه تعامل بین آنها از قبل قابل تعیین نیست. در اثر این تعامل، برنامه‌های برخی از کارآفرینان موفق می‌شود و بسیاری نیز با شکست مواجه میشوند. این فرایند بازار، در طی زمان اطلاعات جدیدی را به صورت درون‌زا تولید می‌کند. که منجر به بازنگری پیوسته در برنامه‌ها و خلق دانش و انتظارات جدید از آینده می‌شود. بنابراین لاجمناً اقدامات خلاقانه افراد کارآفرین را منشأ فرصتهای کارآفرینی می‌داند.

مقایسه دیدگاه‌های کرزنر، شومپتر و لاچمن درباره فرصت‌های کارآفرینی								
ریسک	دستیابی به اطلاعات	رویکرد نسبت به نوآوری	رویکرد نسبت به بازار	ماهیت فرصت	منشاء فرصت		رویکرد اقتصادی مبنا	انواع فرصت
ریسک	عدم نیاز به تولید اطلاعات جدید	نوآوری تدریجی - جدید بودن برای فرد یا سازمان	حرکت بازار به سمت تعادل	عینی	عدم تقارن اطلاعات - نواقص بازار	بازار	اقتصاد اتریشی	کرزنر
عدم قطعیت	بر اساس تولید اطلاعات جدید در بازار	نوآوری رادیکال - جدید بودن برای بازار	عدم تعادل‌های دوره‌ای در بازار	عینی	شوک‌های برون‌زا	بازار	اقتصاد اتریشی	شومپتر
عدم قطعیت حقیقی	بر اساس انتظارات فرد نسبت به آینده - اطلاعات جدید نیز وابسته به شخص و درون‌زا هستند.	نوآوری رادیکال - جدید بودن برای بازار	حرکت بازار به سمت عدم تعادل	ذهنی	تجسم خلاق کارآفرین	ذهن کارآفرین	ذهن‌گرایی رادیکال در اقتصاد اتریشی	لاچمن

نکته؛ اشتیاق کارآفرینانه را احساسات مثبت شدیدی می‌دانند که آگاهانه دست یافتنی هستند و از طریق مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه تجربه می‌شوند که مرتبط با هویت شخصی کارآفرینان می‌باشند. بر اساس نقش‌های گوناگون کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی، سه نوع اشتیاق شناسایی شده است. اشتیاق ابداعی، اشتیاق تأسیسی و اشتیاق توسعه‌ای

نکته؛ اشتیاق ابداعی به فعالیت‌های مرتبط با پویش محیط و شناسایی فرصت‌های جدید بازار، توسعه محصولات و خدمات جدید و کار با نمونه‌های جدید گفته می‌شود. بعضی از

کارآفرینان بیشتر و عمیق‌تر از دیگران ایده‌های نوآورانه را جستجو می‌کنند و به ارائه پاسخ‌های جدید با توجه به نیاز بازار علاقه نشان می‌دهند؛ بنابراین، افرادی که اشتیاق ابداعی قویتری دارند، فعالانه در جستجوی فرصت‌های جدید هستند، از یافتن ایده محصولات یا خدمات جدید لذت می‌برند و به ابداع راه‌حل‌های جدید برای نیازها و مسائل، ذوق و رغبت ویژه‌ای دارند. اشتیاق ابداعی، اشتیاق به انجام فعالیت‌های مربوط به شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های جدید کسب و کار است

نکته؛ اشتیاق تأسیسی به فعالیت‌های مربوط به فراهم نمودن منابع مالی، انسانی و اجتماعی موردنیاز برای خلق کسب و کار مخاطره‌ای جدید است. تمایل به خلق سازمانی جدید، انگیزه‌های مهم و هویت نقش بنیانگذار از خودانگاره‌های مرکزی و پیچیده کارآفرینان است. در بنیان‌گذاری کسب و کار جدید، نیاز کارآفرینان به موفقیت نشان دهنده هویت کارآفرینانه است. کارآفرینانی که اشتیاق تأسیسی را تجربه می‌کنند در درجه اول از فرایند بنیان‌گذاری کسب و کار لذت می‌برند.

نکته؛ اشتیاق توسعه‌ای به رشد و توسعه کسب و کار پس از تأسیس و سرمایه‌گذاری مربوط می‌شود. بسیاری از کارآفرینان نه از بنیان‌گذاری یک سازمان بلکه با انگیزه‌های آگاهانه از رشد و گسترش آن لذت می‌برند. این افراد معمولاً راهبردهای متفاوتی را نسبت به دیگران برای مدیریت سازمان به کار می‌گیرند. کارآفرینانی که اشتیاق توسعه‌ای را تجربه می‌کنند از فعالیت‌هایی مانند فروش، استخدام کارکنان جدید یا جذب سرمایه‌گذاران بیرونی برای توسعه کسب و کار لذت می‌برند.

تست؛

کدام بُعد از اشتیاق کارآفرینانه، «بر پویش محیط برای دستیابی به فرصت‌های جدید بازار، توسعه خدمات و محصولات جدید و کار با نمونه‌های جدید» تأکید دارد؟

(۲) توسعه‌ای

(۱) مقلدانه

(۴) ابداعی

(۳) تأسیسی

گزینه ۴

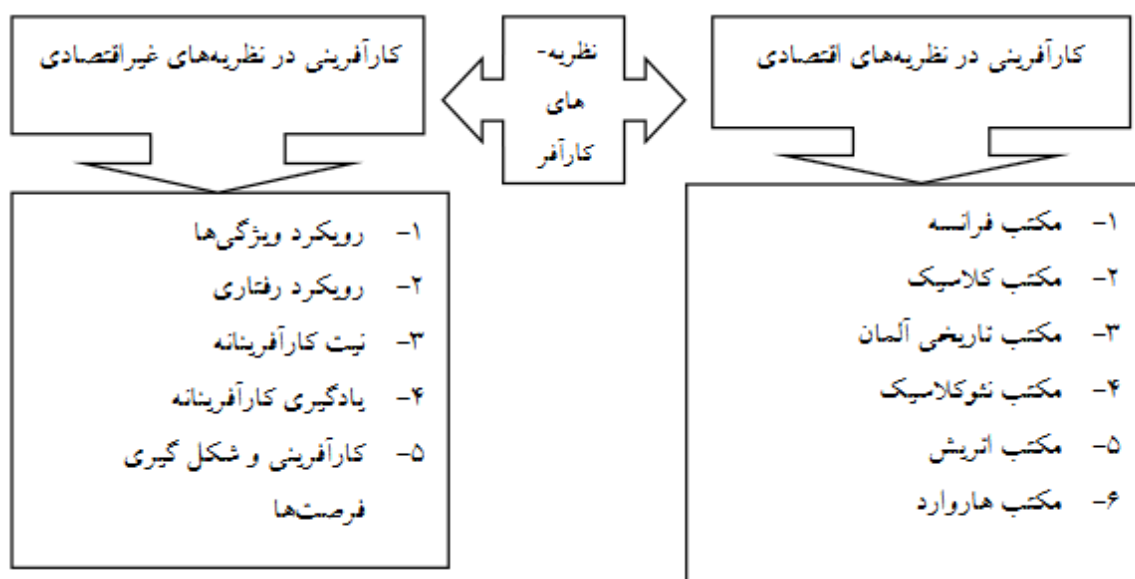
تست؛

کدام بعد اشتیاق کارآفرینانه، به ترتیب، به فعالیت‌های پوش محیط برای کسب فرصت‌های جدید بازار و رشد گسترش سرمایه‌گذاری پس از بنیانگذاری مربوط می‌شود؟

- (۱) تأسیسی - توسعه‌ای
(۲) ابداعی - تأسیسی
(۳) توسعه‌ای - ابداعی
(۴) تأسیسی - ابداعی

گزینه ۳

نکته؛ نظریات کارآفرینی در دو قالب نظریات اقتصادی و غیراقتصادی قرار می‌گیرد؛



کارآفرینی در نظریه‌های اقتصاددانان در شکل‌های دیگری مطرح شده است؛

نکته؛ سوداگرایان؛ مرکانتی لیست‌ها یا اصحاب مکتب سوادگری اعتقاد داشتند هر جامعه‌ای که در جمع‌آوری و اندوختن طلا و نقره موفق‌تر عمل نماید جامعه ثروتمندتری تلقی می‌گردد و از آن‌جا که تجارت خارجی را اصولی‌ترین و مؤثرترین حرفه در جمع‌آوری طلا و نقره می‌دانستند، لذا این‌گونه فعالیت‌های اقتصادی را موجب ثروت در جامعه دانسته و برای آن ارزش ویژه‌ای قائل بودند. به اعتقاد سوداگرایان مقررات تجارت خارجی باید باعث شود صادرات بر واردات مازاد داشته باشد تا بدین وسیله جریان دائمی ورود طلا و نقره به کشور حفظ گردد.

نکته؛ سوداگری یا مرکانتیلیسم (Mercantilisme) نوعی سیاست یا رویکرد یا مکتب اقتصادی است برای به حداکثر رساندن صادرات و به حداقل رساندن واردات. این هدف مستلزم "اقتصاد طراحی شده" است. در چنین اقتصادی، دولت تعرفه کالاها و خدمات وارداتی و یارانه کالاها و خدمات صادراتی را در حوزه بازرگانی افزایش می‌دهد. واژه "سوداگری" یعنی تجارت یا بازرگانی. اما سوداگری در واقع "شکل و شیوه خاصی از بازرگانی" است و بیانگر اهمیت بالای تولید در نظام اقتصادی است. همچنین دولت می‌بایست برای حمایت از تولید مواد خام در داخل بکوشد و از وارد کالاهای لوکس به کشور جلوگیری نماید. از طرف دیگر بازرگانی یا تجارت آزاد می‌تواند سمت و سوی غیرسوداگرانه هم داشته باشد. اگر چه نه کاملاً، ولی این امر نسبتاً قابل تحقق است.

تست؛

کدام مورد درباره نظریه سوداگری (مرکانتیلیسم) نادرست است؟

- ۱) فلزات گران بها به عنوان «ثروت ملی» تلقی می‌شد.
- ۲) تولید در نظام سوداگری از اهمیت شایانی برخوردار است.
- ۳) دولت باید برای حمایت از تولید مواد خام در داخل بکوشد و از ورود کالاهای لوکس به کشور جلوگیری کند.
- ۴) سوداگران بر ممنوعیت صدور کالای ساخته شده، ورود مواد خام و فراهم کردن زمینه جذب متخصصان تأکید داشتند.

گزینه ۴

نکته؛ فیزیوکرات‌ها (طبیعیون)؛ فیزیوکرات‌ها منشاء ایجاد ثروت را زمین می‌دانستند و هر نوع فعالیت دیگر اقتصادی را تبدیل آن چه که از زمین استخراج و یا استحصال می‌شد، تلقی می‌کردند. بنابراین آن‌ها فعالیت کشاورزی را ارجح شمرده و عامل اصلی ایجاد ثروت در جامعه را زراعت می‌دانستند.

نکته؛ کلاسیک‌ها؛ پس از فیزیوکرات‌ها و به موازات رشد فعالیت‌های صنعتی در اروپا، برخی از اندیشمندان اقتصادی ضمن نقد اندیشه فیزیوکرات‌ها به این باور بودند که فعالیت صنعتی عامل اصلی ایجاد ثروت در جامعه می‌باشد. «آدام اسمیت» به عنوان بنیان‌گذار مکتب کلاسیک در کتاب معروف خود «ثروت ملل» اعلام کرد که سرچشمه حقیقی ثروت هر ملتی کار سالانه

اوست. در واقع او سرمایه‌دار را به عنوان یک مدیر مالک که منابع اولیه (زمین، کار، سرمایه) را در یک مجموعه صنعتی ترکیب می‌نماید، می‌نگریست. به نظر او سرمایه‌داران عناصر اصلی رشد و توزیع ثروت در جامعه هستند. در اثر اشاعه افکار مکتب کلاسیک، سرمایه‌داری آزاد به عنوان یک نظام اقتصادی به جهان ارائه شد. در این نظام فرد در هسته مرکزی فعالیت‌های اقتصادی قرار داشته و هدف اصلی او به حداکثر رساندن منافع و رضایت خویش است.

نکته؛ مارکسیست‌ها؛ نظام سرمایه‌داری علی‌رغم نظریه «اسمیت» به سوی انحصار و رقابت انحصاری گرایش پیدا کرد، از سوی دیگر اجرای سیاست کلاسیک‌ها درباره آزادی کامل تجارت همراه با ظهور سرمایه‌داری انحصاری سبب شد تا تمرکز سرمایه به وجود آید و کارفرمایان از آن برای بهره‌داری از شیوه‌های فنی جدید استفاده کنند و مقدار تولید را افزایش دهند. این مسئله منجر به نتایج نامطلوبی مانند افزایش ساعات کارگران و به کار گماردن خردسالان شد. مارکس به مبارزات سیاسی علیه نظام سرمایه‌داری کلاسیک پرداخته و فرقه کمونیست‌ها را تأسیس نمود.

نکته؛ نئوکلاسیک‌ها؛ نظریه نئوکلاسیک سعی بر این دارد تا اثبات نماید که سرمایه‌داری از طریق عملیات پیچیده بازاریابی که نوسانات تقاضا و عرضه را به وسیله تغییرات قیمت‌ها تعدیل می‌کند، ثروت را به طور مساوی در میان خریداران و فروشندگان توزیع خواهد کرد. البته فرآیند ایجاد و توزیع ثروت، جزء اصلی این نظریه اقتصادی است. چنان‌چه عرضه‌کنندگان به منظور تأمین تقاضای جدید و به دست آوردن سود بیش‌تر تولید را افزایش دهند، افزایش تقاضا به افزایش عملیات تولید محصول منجر می‌شود. چنان‌چه میزان درآمد و سود عرضه‌کنندگان افزایش یابد، آن‌ها کارگران بیش‌تری را به کار می‌گیرند که به موجب آن سطح اشتغال عمومی و میزان کلی دستمزد پرداختی افزایش می‌یابد. باید توجه داشت که نظریه‌های تعادل در کارآفرینی زیرمجموعه اقتصاد نئوکلاسیک است.

تست؛

نظریه‌های تعادل کارآفرینی، زیرمجموعه کدام مکتب اقتصادی است؟

(۴) کلاسیک

(۳) نئوکلاسیک

(۲) آلمان

(۱) اتریش

نکته؛ نهائیون؛ منگر در سال ۱۸۷۱ میلادی کتاب خود تحت عنوان «اصول اقتصاد» را به چاپ رساند و انقلاب نهائیون را تشریح کرد. وی ۳ مسؤلیت اساسی برای کارآفرینان در نظر می‌گیرد؛

۱. کسب اطلاعات اقتصاد
۲. تحریک فرآیند تولید
۳. کنترل تمامی این فرآیندها در شرایط اقتصادی عالی

از این جهت می‌توان دریافت که وی کارآفرین را اساساً با محاسبه‌گر، سازمان‌دهنده یا کنترل‌کننده برابر می‌داند یعنی همان چیزی که مدیریت نامیده می‌شود. لئون والراس اقتصاددان فرانسوی نقش کارکردی کارآفرین را مانند عوامل تولیدی در فرآیند تولید نمی‌دانست بلکه نقش وی را هم‌چون عامل سرمایه‌دار، مدیریتی و اداره‌کننده تلقی می‌نمود.

نکته؛ آنچه به نام مکتب اقتصاد اتریشی می‌شناسیم، در ۱۸۷۱ آغاز شد؛ زمانی که کارل منگر کتابی کم‌حجم را با نام اصول علم اقتصاد منتشر کرد. تا پایان دهه ۱۸۷۰ چیزی با عنوان «مکتب اتریش» وجود نداشت. مکتب اتریشی از نظر روش و نظریه بنیادین خود، اقتصاد منگری بوده و همواره خواهد ماند. جایگاه منگر به عنوان پدید آورنده آموزه‌های بنیادین اقتصاد اتریشی را همه صاحب نظران برجسته تاریخ این مکتب اقتصادی پذیرفته‌اند. جوزف شومپیتر بعد از مرگ منگر در سال ۱۹۲۱ برایش نوشت، تصدیق کرد که «منگر شاگرد هیچ کس نیست و آنچه آفریده، پا بر جا می‌ماند. نظریه منگر در باب نظریه ارزش، نظریه قیمت و بکارگیری روش رفتارشناسانه بهترین نظریه‌ای است که تاکنون داشته‌ایم.

نکته؛ مکتب اتریش که به مکتب وین نیز مشهور است یکی از مکتب‌های اندیشه‌ی اقتصادی خارج از جریان اصلی است که بر سازمان‌یابی خود به خودی بر اساس ساز و کار قیمت‌ها تأکید دارد. فردگرایی روش‌شناختی و خنثی نبودن پول از دیگر مشخصه‌های فکری آن است. در مکتب کارآفرینی اتریش نقش کارآفرین به عنوان کنشگر و عامل اصلی تغییر تبیین شده است. از طرف دیگر می‌توان گفت ریشه مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه در مکتب اتریش دیده می‌شود.

تست؛ ریشه مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه در مکتب یافت می‌شود.

- (۱) شیکاگو
- (۲) کلاسیک
- (۳) اتریش
- (۴) نئوکلاسیک

تست؛

کارل منگر، به چه علت شایسته لقب بنیانگذاری مکتب اتریش است؟
(۱) ارائه نظریه ارزش، نظریه دستمزدها، به کارگیری روش‌های ریاضی
(۲) ارائه نظریه تغییر اجتماعی، نظریه ارزش، به کارگیری روش تجربی
(۳) ارائه نظریه ارزش، نظریه قیمت، به کارگیری روش رفتارشناسانه
(۴) ارائه نظریه پول و اعتبار، ارائه نظریه دستمزدها، به کارگیری روش‌های رفتارشناسانه

نکته؛ مکتب تاریخی آلمان؛ مشارکت دو اقتصاددان به نام‌های «تانن» و «شومپیتر» بیش از همه در این مکتب به چشم می‌خورد. شومپیتر در خصوص سازوکارهای توزیع ثروت، با نظریه نئوکلاسیک اختلاف نظر داشت. او استدلال می‌کرد که بازارهای کامل نئوکلاسیک با خریداران و فروشندگان متعدد، وجود خارجی ندارند. همه بازارها به جز تعداد اندکی، تحت تسلط چند فروشنده هستند که اغلب تباری می‌کنند تا کنترل عملکرد بازار را در دست بگیرند. به طور کلی می‌توان گفت اصول مکتب تاریخی آلمان شامل تکاملی بودن، دخالت دولت در اقتصاد و تأکید بر ملیت و فرهنگ می‌باشد.

تست؛

اصول مکتب تاریخی آلمان کارآفرینی کداماند؟

- ۱) تکاملی بودن - دخالت دولت در اقتصاد - تأکید بر ملیت و فرهنگ
- ۲) تکاملی بودن - عدم دخالت دولت در اقتصاد - دفاع از انگیزه و سود
- ۳) آزادی کسب و کار - تأکید بر اقتصاد خرد - تأکید بر ملیت و فرهنگ
- ۴) رفتار اقتصادی عقلایی - عدم دخالت دولت در اقتصاد - تأکید بر مطلوبیت ذهنی

نکته؛ قابلیت‌های پویا که یکی از نظریات اساسی در گستره مدیریت استراتژیک و مدیریت نوآوری است که به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که چرا برخی از بنگاه‌ها در شرایط رقابت نسبت به سایر بنگاه‌ها از عملکرد نوآورانه بهتری برخوردارند. به طور کلی قابلیت‌های پویا عبارت است از توانایی بنگاه برای یکپارچه‌سازی، ایجاد و بازیگر بندی شایستگی‌های درونی و بیرونی بنگاه برای پاسخ به محیط به سرعت در حال تغییر تعریف می‌کنند. در نظریه قابلیت‌های پویا به عنوان یکی از نظریات پیرامون بنگاه، سازماندهی منابع بنگاه بر اساس توان خلق ارزش و توان انعطاف و پویایی انجام می‌گیرد.

نکته؛ انواع کارآفرینی شامل موارد زیر است؛ نوظهور (در آغاز یک کسب و کار قرار دارد و در این حالت همه اعضای تیم برابرند و هیچ کس رهبر و زیردست نیست)، مبتدی (سابقه کسب و کار قبلی ندارد)، کهنه کار (سابقه فعالیت در کسب و کار دارد)، ترتیبی یا زنجیره‌ای (دائماً در حال تغییر کسب و کار است) و مجموعه‌ای (کسب و کار اصلی را حفظ می‌کند و کسب و کارهای دیگری (اضافی) را آغاز می‌کند).

تست؛

در کدام یک از انواع تیم‌های کارآفرینانه، اعضای تیم با هم برابرند و هیچ کس رهبر و زیردست نیست؟

- | | |
|------------|--------------|
| ۱) انفرادی | ۲) آشیانه‌ای |
| ۳) نوظهور | ۴) رابینسونی |

سیر تکاملی کارآفرینی در نظریه های اقتصادی

نام مکتب	نام نظریه پرداز اصلی	کشور مربوطه	سال	نوع فعالیت	عامل اصلی مورد تأیید
سوداگرایان	توماس مان	فرانسه	قرن 15 تا اواسط 18	تجارت	طلا و نقره
طبیعیون	فرانسوا کنه ریچارد کانتیلون	فرانسه ایرلند	1758 1755	کشاورزی	زمین مالک زمین
کلاسیک ها	آدام اسمیت ژان باتیست سی جی.اس.میل	فرانسه فرانسه انگلیس	1775 1803 1848	صنعت	نیروی کار، سرمایه، مواد اولیه و کارآفرین
نہانیون	والراس منگر	فرانسه اتریش	1870 1871	تولید	سود
نئوکلاسیک ها	آلفرد مارشال فرانسیس ایچ ورث	انگلیس انگلیس	1870 1930	تولید بر مبنای ساز و کارهای بازار کامل	افزایش تقاضای جدید

نکته: در یک دسته بندی انواع کارآفرینی بر حسب هدف، فرآیند و فاعل انجام دهنده به صورت زیر تفکیک می شود:

کارآفرینی		
هدف	فرآیند	فاعل
کارآفرینی اقتصادی	کارآفرینی راهبردی	کارآفرینی تأسیسی
کارآفرینی محیطی یا اکولوژیکی	کارآفرینی پاسخگو	کارآفرینی سازمانی (درون سازمانی)
کارآفرینی اجتماعی	کارآفرینی توزیع شده	کارآفرینی دولتی
کارآفرینی پایدار		

کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛

با توجه به نگرش هستی‌شناسانه به کارآفرینی، انواع کارآفرینی از نظر فاعل (عامل تغییر) کدام‌اند؟

- (۱) راهبردی - تأسیسی - پایدار
(۲) تأسیسی - سازمانی - دولتی
(۳) تأسیسی - اقتصادی - اجتماعی
(۴) راهبردی - سازمانی - دولتی

نکته؛ در گروه اول (فاعل) برداشت تئوریک از اقدامات کارآفرینانه است که این برداشت به جای خود اقدام حول ماهیت فاعل (اقدام‌کننده) است. در گروه دوم (فرآیند) مجموعه اقدامات به جای هدف از انجام اقدامات مورد تحلیل قرار می‌گیرند و در گروه سوم (هدف) تأکید بر هدف اصلی اقدامات است.

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی حول محور ماهیت فاعل یا اقدام‌کننده می‌باشد؟

- (۱) کارآفرینی راهبردی
(۲) کارآفرینی اجتماعی
(۳) کارآفرینی تأسیسی
(۴) کارآفرینی پاسخگویی

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی بر هدف اصلی اقدامات تأکید دارد؟

- (۱) کارآفرینی سازمانی
(۲) کارآفرینی دولتی
(۳) کارآفرینی توزیع‌شده
(۴) کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛ تأکید بر فرآیندها و مجموعه اقدامات به جای هدف از انجام اقدامات، در کدام یک از انواع کارآفرینی مطرح است؟

- (۱) کارآفرینی پاسخگو

۲) کارآفرینی محیطی

۳) کارآفرینی تأسیسی

۴) کارآفرینی اقتصادی

نکته؛ کارآفرینی تأسیسی: کارآفرینی تأسیسی زائیده‌ی تئوری نهادی است و به مجموعه فعالیت افرادی اطلاق می‌شود که در تأسیس کسب و کاری ذی‌نفع بوده و منابع را برای خلق نهادی جدید و یا تغییر شکل مؤسسه‌ای موجود به کار می‌گیرند. در حقیقت این نوع کارآفرینی پاسخی به چگونگی تولد مؤسسات جدید است.

تست؛ به مجموعه فعالیت افرادی که در تأسیس کسب و کاری ذی‌نفع بوده و منابع را برای خلق یا تغییر شکل نهادی به کار می‌گیرند چه گفته می‌شود؟

الف) کارآفرینی راهبردی ب) کارآفرینی پاسخگو ج) کارآفرینی تأسیسی د) کارآفرینی سازمانی

نکته؛ کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی زایش کسب و کارهای جدید از طریق به کارگیری نوآوری‌های درونی ادغام سازمانی و نوسازی راهبردی در درون سازمانی که دارای قدمت است.

تست؛ زایش کسب و کارهای جدید از طریق به کارگیری نوآوری‌های درونی ادغام سازمانی و نوسازی راهبردی در سازمانی که دارای قدمت است، بیانگر کدام نوع کارآفرینی است؟

الف) کارآفرینی درون سازمانی ب) کارآفرینی راهبردی ج) کارآفرینی تأسیسی د) کارآفرینی پاسخگو

نکته؛ کارآفرینی دولتی عبارت است از فرآیند خلق ارزش برای شهروندان از طریق گرد هم آوردن ترکیباتی از منابع دولتی یا خصوصی برای بهره‌برداری از فرصت‌های اجتماعی. تمرکز کارآفرینی دولتی بر خدمات‌رسانی کارا تر به شهروندان است. کارآفرین دولتی کسی است که فعالیت ثمر بخشی را آغاز می‌کند تا یک یا چند سازمان دولتی را حفظ و بهبود بخشد. کارآفرین

دولتی نیازمند این است که اقتدار سیاسی را به طور جدی اعمال کند و از اصول دموکراتیک برای طراحی و اجرای سیاست‌ها پیروی نماید.

تست؛ تمرکز کدام یک از انواع کارآفرینی بر خدمات‌رسانی کارا تر به شهروندان است؟

الف) کارآفرینی پاسخگو (ب) کارآفرینی دولتی (ج) کارآفرینی راهبردی (د) کارآفرینی توزیع شده

نکته؛ کارآفرینی راهبردی؛ کارآفرینی راهبردی به عنوان یک مفهومی کلیدی در پارادایم کارآفرینی مطرح شده و به پیگیری عملکرد برتر توسط شرکت‌ها از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه (فرصت جویی) و فعالیت‌های استراتژیک مزیت جویی به صورت توأمان اشاره دارد. این نوع کارآفرینی در پاسخ به ناکارآمدی پارادایم سنتی و مدیریت استراتژیک در تبیین و پیش بینی رفتار شرکت در محیط‌های مبهم و متلاطم ایجاد شده است. جایی که انتظارات ذینفعان نوآوری بیشتری را طلب می‌کند. با توجه به اینکه هدف کارآفرینی خلق مزیت‌های رقابتی به طور مستمر است که منجر به تولید ثروت حداکثری می‌شود، بنابراین کارآفرینی راهبردی شیوه‌ای است که بین هویت بخشی فرصت‌ها و بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی پایدار از طریق رفتارهای مزیت جو تعادل برقرار می‌کند.

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی شیوه‌ای است که بین هویت بخشی فرصت‌ها و بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی پایدار از طریق رفتارهای مزیت جو تعادل برقرار می‌کند؟

الف) کارآفرینی دولتی (ب) کارآفرینی توزیع شده (ج) کارآفرینی تأسیسی (د) کارآفرینی راهبردی

نکته؛ کارآفرینی پاسخگو؛ این نوع کارآفرینی مفهوم و فرآیندی است که طی آن شرکت‌های کارآفرینانه ی توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب و کار خود را با هم می‌آمیزند و با ذینفعان مختلف تعامل برقرار می‌کنند. کارآفرینی پاسخگو برای ایجاد اطمینان از موفقیت اقتصادی سازمانی در فعالیت‌های استراتژیک و عملیاتی خود جنبه‌های محیطی و اجتماعی

مرتبط با کارکرد مؤسسه را مد نظر قرار می‌دهد. بر این اساس می‌توان گفت که کارآفرینی پاسخگو نقش ترکیب‌کنندگی کارآفرینی اجتماعی و محیطی را ایفا می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینی پاسخگو به دنبال ارضای نیازها و مطالبات مشتریان است در حالی که انتظارات سایر ذینفعان سازمان را هم بر آورده می‌کند.

نکته؛ در حقیقت کارآفرینی پاسخگو نقش ترکیب‌کنندگی کارآفرینی اجتماعی و کارآفرین محیطی را دارد. این کارآفرینی دنبال ارضای نیاز مشتریان است در حالی که انتظارات سایر ذی‌نفعان را هم برآورده می‌کند. حصول اطمینان از موفقیت شرکت وقتی ذی‌نفع متعددی وجود دارد بیانگر کارآفرینی پاسخگو است.

تست؛ در چه نوع کارآفرینی، شرکت‌های کارآفرینانه توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب و کار خود را با هم می‌آمیزند و با ذینفعان مختلف تعامل برقرار می‌کنند؟

الف) کارآفرینی اجتماعی ب) کارآفرینی خیریه‌ای ج) کارآفرینی پاسخگو د) کارآفرینی تأسیسی

نکته؛ کارآفرینی توزیع شده فرآیندی جمعی است که اتکاء آن به تجمع قابلیت‌ها و شایستگی‌های پراکنده شده در سرتاسر سازمان و تعداد زیادی از کارگزاری‌ها است. کارکرد کارآفرینانه در این تجلی‌گاه کارآفرینی یافتن افراد متعدد در اماکن مختلف است که در بین انبوه‌های از جمعیت و مؤسسات پراکنده هستند. در این حالت کارآفرین یک عامل تنها نیست، بلکه بخشی از شبکه وسیع‌تر است که برای موفقیت در اقدامات کارآفرینانه تعامل آن با سایرین الزامی است. در حقیقت مرکز نوآوری از یک سازمان به شبکه‌ها منتقل شده است. توانایی کارآفرین در تأسیس شبکه‌ها با گرد هم آمدن فعالان و ذی‌نفعان متجانس و همگون در کنار یکدیگر جنبه‌ی حیاتی کارآفرینی توزیع شده را تشکیل می‌دهد.

تست؛ گسترش اثرات سودمند اقدامات کارآفرینانه از طریق شبکه‌ها در سرتاسر سازمان را چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی پاسخگو ب) کارآفرینی محیطی ج) کارآفرینی توزیع شده د) کارآفرینی اقتصادی

نکته؛ کارآفرینی اقتصادی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های امیدبخش کسب و کار در محیط بیرونی و انجام ترکیبات جدید منابع سازمانی جهت ایجاد محصولی جدید خدمتی جدید، روش جدید تولیدی و انواع جدید تشکیلات سازمانی برای دستیابی به سودآوری را کارآفرینی اقتصادی می‌گویند.

نکته؛ کارآفرینی محیطی مورد توجه قرار دادن مسائل اساسی در پایداری زیست محیطی از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که کارآفرینی و محیط زیست را به هم پیوند می‌دهد. در این نوع کارآفرینی کسب و کار سود محور در جستجوی راهکارهایی برای حل مشکلات زیست محیطی است. این نوع کارآفرینی با عنوان دیگری همچون کارآفرینی زیست محیطی نام‌گذاری شده است که می‌تواند به عنوان رفتار نوآورانه‌ی عاملین مستقل یا سازمان‌ها مفهوم‌سازی شود که مسائل زیست محیطی را به عنوان هدف محوری و مزیت رقابتی مورد توجه قرار می‌دهند. کارآفرینان محیطی ظرفیت بالقوه منابع و فرصت‌هایی که از منظر تعهد محیطی مورد پالایش قرار گرفته‌اند را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. این ملاحظات نکته‌ی اساسی در تمایز کارآفرینی محیطی با کارآفرینی سنتی یا اقتصادی است.

تست؛ در کدام نوع کارآفرینی داراییهای اقتصادی انسجام و همبستگی اجتماعی و هم چنین حفاظت محیط زیست حاصل می‌شود؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی سیاسی ج) کارآفرینی پایدار د) کارآفرینی توزیع شده

نکته؛ کارآفرینی اجتماعی عبارتست از کاربرد رفتار کارآفرینانه برای مقاصد اجتماعی بجای اهداف انتفاعی. به عبارت دیگر به نوآوری‌ها و ابتکارات توسعه‌ای و اجرایی که نتایج قابل

ملاحظه‌ای را در قالب دستاوردهای اجتماعی و تعاملات اجتماعی متحول شده برای جامعه به ارمغان می‌آورد، کارآفرینی اجتماعی گفته می‌شود. کارآفرین اجتماعی کسی است که کسب و کار غیرانتفاعی را برای ایجاد درآمد جهت هزینه کردن برای خدمات اجتماعی متقبل می‌شود.

نکته؛ کارآفرین اجتماعی شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجاری و بازرگانی ترکیب می‌کند. موفقیت در کسب و کارهای اجتماعی به جای آن که رشد سودآوری را مورد ملاحظه قرار دهد، از طریق میزان سرمایه‌ی توزیع شده و طیفی از افراد و جامعه که از عملکرد اقتصادی آنها بهره‌مند می‌شوند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. هدف کارآفرینی اجتماعی اداره امور کسب و کار جهت کشف راه‌های جدید برای دستیابی به تغییر اجتماعی مثبت و سازنده است.

تست؛ کدام دسته از کار آفرینان شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجاری و بازرگانی ترکیب میکنند؟

الف کارآفرینان محیطی ب) کارآفرینان اجتماعی ج) کارآفرینان پاسخگو د) کارآفرینان درون سازمانی

نکته؛ کارآفرینی پایدار دستیابی به توسعه پایدار از طریق کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و خلق ارزش‌هایی که دارایی‌های اقتصادی انسجام و همبستگی اجتماعی و همچنین حفاظت زیست محیطی را به بار می‌آورند. این نوع کارآفرینی، موضوعات زیست محیطی و اقتصاد را با یکدیگر تلفیق می‌کند و چگونگی کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها در قالب محصولات و خدمات آتی را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ به گونه‌ای که پیامدهای اقتصادی روان شناختی اجتماعی و زیست محیطی به صورت توأمان لحاظ شده باشد. به عبارت دیگر سه بعد فعالیت کارآفرینانه (ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیطی) به عنوان زیر مجموعه‌های مفهومی وسیع‌تر با عنوان کارآفرینی پایدار قرار می‌گیرند.

تست؛ پیامدهای اقتصادی روان شناختی اجتماعی و زیست محیطی به صورت توأمان در کدام نوع کارآفرینی لحاظ می شود؟

الف) کارآفرینی پایدار (ب) کارآفرینی خیریه‌ای (ج) کارآفرینی محیطی (د) کارآفرینی اقتصادی

نکته؛ کارآفرینی خیریه‌ای تلاش‌های سازنده‌ی یک فرد گروه یا سازمان که الگوهای متحول شده‌ای را به کار می‌گیرند که بر اساس آن منابع شخصی و متعلق به خود را بسیج می‌کنند تا از آنها برای اثرگذاری بر تغییر اجتماعی استفاده نمایند. کارآفرینان خیر ساز و کارهای لازم برای بازخور مثبت جهت رشد اقتصادی فراهم می‌سازند و دارای انگیزه‌های فراوانی برای ارتقای سطح توسعه‌ی اقتصادی هستند. آنها منابع مختلفی همچون پول، زمان، سرمایه‌ی اجتماعی و تخصص را برای بهبود جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، مورد استفاده قرار می‌دهند. چنین کارکردهایی معمولاً در مجموعه‌ی غیرانتفاعی است، اما لزوماً کارآفرینی خیریه‌ای منحصر به چنین سازمان‌هایی نیست و می‌تواند در سازمانهای انتفاعی نیز به وقوع پیوندد.

تست؛

کدام نوع کارآفرینی، مفهوم و فرایندی است که طی آن، شرکت‌های کارآفرینانه، توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب‌وکار خود را با هم درمی‌آمیزند و با ذی‌نفعان مختلف، تعامل برقرار می‌کنند؟

(۲) پاسخ‌گو

(۱) اجتماعی

(۴) نهادی

(۳) محیطی

گزینه ۲

نکته؛ رویکرد هستی‌شناسانه به کارآفرینی به صورت خلاصه در جدول زیر ارائه شده است؛

انواع کارآفرینی	غایت و هدف
کارآفرینی اقتصادی	خلق سود تحت شرایط ریسک و عدم اطمینان

کارآفرینی محیطی یا اکولوژیکی	خلق ارزش در قلمرو محیطی
کارآفرینی اجتماعی	خلق سرمایه اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی
کارآفرینی پایدار	خلق ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی به صورت توأمان
کارآفرینی خیریه‌ای	بازتوزیع ثروت برای بهبود جامعه
کارآفرینی راهبردی	کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های موازی برای خلق مزیت رقابتی جهت جامع‌الاطراف شدن شرکت
کارآفرینی پاسخگو	توجه به پیامدهای محیطی و اجتماعی و همچنین اطمینان حاصل نمودن از موفقیت شرکت به صورت توأمان در شرایطی که ذی-نفعان متعددی وجود دارد.
کارآفرینی توزیع شده	گسترش اثرات سودمند اقدامات کارآفرینانه از طریق شبکه‌ها در سرتاسر سازمان
کارآفرینی تأسیسی	تغییر وضع موجود با استفاده از فرصت‌های آینده در قالب یک مؤسسه یا سازمان
کارآفرینی سازمانی (درون سازمانی)	نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی که قبلاً تأسیس شده است.
کارآفرینی دولتی	خلق ارزش برای شهروندان در سایه‌ی خدمت‌رسانی مضاعف

تست: کدام یک از انواع کارآفرینی زاینده‌ی تئوری نهادی است؟

الف) کارآفرینی تأسیسی (ب) کارآفرینی توزیع شده (ج) کارآفرینی اقتصادی (د) کارآفرینی پایدار

تست: نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی که قبلاً تأسیس شده است را چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی اقتصادی (ب) کارآفرینی تأسیسی (ج) کارآفرینی سازمانی (د) کارآفرینی راهبردی

تست: کدام یک از انواع کارآفرینان نیازمند این هستند که اقتدار سیاسی را به طور جدی اعمال کنند و از اصول دموکراتیک برای طراحی و اجرای سیاست‌ها پیروی کنند؟

الف) کارآفرینان دولتی ب) کارآفرینان اجتماعی ج) کارآفرینان سازمانی د) کارآفرینان اقتصادی

تست؛ در کدام یک از انواع کار آفرینی به فعالیت‌های مزیت جویی و فرصت جویی به صورت توامان توجه می‌شود؟

الف) کارآفرینی سازمانی ب) کارآفرینی دولتی ج) کارآفرینی راهبردی د) کارآفرینی اجتماعی

تست؛ کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های موازی برای خلق مزیت رقابتی جهت جامع الاطراف شدن شرکت را اصطلاحاً چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی پاسخگو ب) کارآفرینی راهبردی ج) کارآفرینی محیطی د) کارآفرینی پایدار

تست؛ در کدام یک از انواع کار آفرینی باز توزیع ثروت برای بهبود جامعه صورت گیرد؟

الف) کارآفرینی توزیع شده ب) کارآفرینی خیریه‌ای ج) کارآفرینی محیطی د) کارآفرینی پایدار

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی نقش ترکیب‌کنندگی کار آفرینی اجتماعی و محیطی را ایفا می‌کند؟

الف) کارآفرینی پایدار ب) کارآفرینی پاسخگو ج) کارآفرینی خیریه‌ای د) کارآفرینی تأسیسی

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی به دنبال ارضای نیازها و مطالبات مشتریان است، در حالی که انتظارات سایر ذینفعان سازمان را هم برآورده می‌کند؟

الف) کارآفرینی توزیع شده ب) کارآفرینی محیطی ج) کارآفرینی پاسخگو د) کارآفرینی پایدار

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی مرکز نوآوری از یک سازمان به شبکه‌ها منتقل شده است؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی پاسخگو ج) کارآفرینی توزیع شده د) کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛ توانایی کارآفرین در تأسیس شبکه‌ها با گرد هم آوردن فعالان و ذینفعان متجانس و همگون در کنار یکدیگر، جنبه حیاتی کدام یک از انواع کارآفرینی است؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی پاسخگو ج) کارآفرینی درون سازمانی د) کارآفرینی توزیع شده

تست؛ خلق سود تحت شرایط ریسک و عدم اطمینان در چه نوع کارآفرینی رخ می‌دهد؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی اقتصادی ج) کارآفرینی راهبردی د) کارآفرینی دولتی

تست؛ موضوع حفاظت از محیط‌زیست در کدام یک از انواع کارآفرینی مورد توجه قرار نمی‌-

گیرد؟

الف) کارآفرینی پایدار ب) کارآفرینی زیست‌محیطی ج) کارآفرینی خیریه‌ای د) کارآفرینی محیطی

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی کسب و کار سود محور در جست‌وجوی راهکارهایی

برای حل مشکلات زیست‌محیطی است؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی اجتماعی ج) کارآفرینی خیریه‌ای د) کارآفرینی تأسیسی

تست؛ هدف کدام یک از انواع کارآفرینی اداره امور کسب و کار جهت کشف راه‌های جدید

برای دستیابی به تغییر اجتماعی مثبت و سازنده است؟

الف) کارآفرینی پایدار ب) کارآفرینی خیریه‌ای ج) کارآفرینی اجتماعی د) کارآفرینی پاسخگو

نکته؛ انواع کار آفرینی با توجه به مالکیت کسب و کار شامل سه مورد می‌شود؛

۱. کار آفرین دولتی؛

زمانی که تأمین‌کنندگان و سرمایه‌گذار ما یک سازمان دولتی می‌باشد، کار آفرینی ما دولتی قلمداد خواهد شد.

۲. کار آفرین مشترک؛

زمانی که یک سرمایه‌گذار با یک سازمان دولتی یک کسب و کار را با هدف کارآفرینی راه‌اندازی می‌کنند، کار آفرینی اشتراکی رخ دادن است.

۳. کار آفرینی دولتی

زمانی که یک سازمان یا نهاد دولتی اقدام به کار آفرینی می‌کند، کار آفرینی دولتی گفته می‌شود.

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس نوع کسب و کار؛ مدل‌های مختلف کار آفرینی بر اساس نوع کسب و کار شامل؛

۱. کارآفرینی اجتماعی؛

در این مدل از کارآفرینی با بهره‌گیری از تمامی کارآفرینان به همراه دانش استارت‌آپ‌ها راهکارهایی را پیاده‌سازی می‌کنند تا مشکلات اجتماعی و فرهنگی در محیط‌های مختلف را پوشش دهند. در کارآفرینی اجتماعی هدف اصلی و نهایی درآمد و پول نیست، بلکه به درآمد نیاز دارند تا اهدافی را که دارند عملی سازند. مثلاً کار آفرینی که برای افراد بیکار فعالیت دارد و دوست دارد که آنها را سرو سامان دهد، شاید این کار آفرین فروشگاه نیز داشته باشد اما هدف اصلی او درآمدزایی از طریق فروشگاه و خرج کردن این درآمد برای افراد بیکار و بی‌خانمان است. در اکثر کار آفرینی‌ها هدف اصلی رسید به پول و پولسازی می‌باشد اما در کار آفرینی اجتماعی هدف اصلی پول نیست.

۲. کار آفرینی تولیدی؛

کارآفرینی تولیدی به کارآفرینی گفته می‌شود که اقدام به تولید محصولی می‌کند، با توجه به خواسته‌ها و نیازهای که بازار دارد، بستری را فراهم می‌کنند و با فراهم کردن منابع مورد نظر اعم از منابع مالی و منابع انسانی اقدام به تولید کردن محصول مورد نظر می‌کنند.

۳. کارآفرین تجاری

این نوع از کارآفرینی هدف کارهای تجاری می‌باشد و به دنبال فعالیت‌های هستند که در آن یک محصول را از تولید کننده یا کشاورز می‌گیرند و به دست مصرف کننده و خریدار می‌رسانند، این نوع از کار آفرینی حکم واسطه را دارد و ما بین تولید کننده و خریدار قرار خواهد گرفت.

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس بزرگی کسب و کار؛ با توجه به یک سری پارامتر که در نظر گرفته می‌شود کار آفرینی نیز بر اساس بزرگی و کوچکی کسب و کار در هر کشوری با یکدیگر متفاوت است، نسبت به اندازه استارت‌آپی که شما قصد دارید آن را راه‌اندازی کنید کار آفرینی شما نیز دسته‌بندی می‌شود. یک سری شاخصه وجود دارد که می‌توان توسط آن مشخص کرد که یک کار آفرین در چه جایگاه قرار گرفته و دسته‌بندی می‌شود، مثلاً ظرفیت تولید، حجم سرمایه، تعداد کارکنان و کل دارایی‌های استارت‌آپ. ولی مهم‌ترین و بهترین عاملی که توسط آن می‌توان از بزرگی و یا کوچکی یک استارت‌آپ کارآفرین مطلع شد تعداد نیروهای آن استارت‌آپ است، مثلاً وقتی که اسم دیجی کالا می‌آید برای همگان واضح است که یک شرکت بزرگ است با تعداد زیادی نیرو. بر اساس آماري که مرکز آمار ایران ارائه داده است تمامی کسب و کارها به چهار گروه تقسیم می‌شوند؛

۱. کسب و کارهایی که بین ۱ تا ۹ نفر پرسنل دارند، این نو از کسب و کارها جزو کارهای کوچک محسوب می‌شوند.

۲. کسب و کارهایی که بین ۱۰ تا ۴۹ نفر نیرو دارند، این نوع از کسب و کارها جزء کارهای متوسط محسوب می‌شوند.

۳. کسب و کارهای که بین ۵۰ تا ۹۹ نفر پرسنل دارند، این نوع از کسب و کارها جزء کارهای متوسط محسوب می‌شوند.

۴. کسب و کارهایی که تعداد نیروهای آنها بیشتر از ۱۰۰ نفر می‌باشد، این نوع از تجارت جزو کسب و کارهای بزرگ محسوب می‌شوند.

نکته؛ انواع کارآفرینی از دیدگاه کلارنس دانهوف؛ با توجه به دیدگاه آقای کلارنس دانهوف کار آفرینی با توجه به ایده اشخاص به ۴ گروه تقسیم می‌شوند، این دسته بندی را کلارنس دانهوف در سال ۱۹۴۹ زمانی که مشغول مطالعاتش در حوزه‌ی کشاورزی بود، انجام داد. این دانشمند که ساکن آمریکا بود اعتقاد داشت که کار آفرینان در اوایل رشد اقتصادی‌شان پشتکار و انگیزه کمتری دارند اما با رشد بیشتر و پیشرفت‌های زیادتر انرژی و انگیزه آنان بالاتر خواهد رفت و اشتیاق بیشتری خواهند داشت، دسته‌بندی کار آفرینان از دیدگاه آقای کلارنس دانهوف به این صورت می‌باشد؛

۱. کار آفرینان خلاق و نوآور؛

این کار آفرینان با خلاقیت و نوآوری که در تولید کالا ارائه می‌دهند باعث می‌شوند که کالاهای جدیدی وارد بازار شود و روشی نوین را برای تولید آن ارائه خواهند داد و بازارهای جدیدی را شناسایی خواهند کرد. این نوع از کار آفرینی زمانی باید انجام شود که به رشد قابل توجهی رسیده باشیم و با ورود به جامعه رنگ تغییر و بهبودی ببخشد.

کارآفرین نوآور، کارآفرینی است که موفق می‌شود ایده‌های نوآورانه را به محصولات، خدمات یا فناوری‌های پر تقاضا و قابل عرضه در بازار تبدیل کند. بنابراین، نوآوری‌ها به‌عنوان ابزاری در کسب درآمدهای نوآورانه، نقش خاصی را برای آن‌ها ایفا می‌کنند. این کارآفرینان فرصت‌ها را برای معرفی ایده‌های جدید، فناوری جدید، تولید، گشایش بازار جدید یا ایجاد سازمان جدید درک می‌کنند.

تست؛

کدام دسته از کارآفرینان، فرصت‌ها را برای معرفی ایده‌های جدید، فناوری جدید، گشایش بازار جدید یا ایجاد سازمان جدید، درک می‌کنند؟

(۱) مبارزه جویان (۲) شرکای فعال (۳) کارآفرینان نسل اول (۴) کارآفرینان نوآور

۲. کارآفرینان منفعل؛ این دسته از کار آفرینان حاضر نیستند، تغییراتی در کارشان حاصل کنند، حتی اگر شرایط فوق به ضررشان باشد، استفاده نکردن از فرصت‌های موجود در بازار از خصوصیات این کار آفرینان می‌باشد و آمادگی ندارند که روش‌های کاریشان را تغییر دهند.

۳. کار آفرین مقلد؛

این نوع از کارآفرینان بیشتر از ایده و ابداعاتی که توسط کار آفرینان دیگر داده می‌شود استفاده می‌کنند و در واقع خود این افراد هیچ گونه نوآوری انجام نمی‌دهند و از روش‌های دیگران بهره می‌برند، کشورهای که توسعه یافته نیستند و از لحاظ تکنولوژی ضعیف محسوب می‌شوند مناسب برای کار آفرینان مقلد هستند تا با کمک این کارآفرینان به رشد لازم برای صنعتی شدن برسند.

۴. کار آفرین محتاط؛

این دسته از کارآفرینان فقط زمانی حاضر هستند از دیگران تقلید کنند که بدانند دیگر جایگاهی در بازار نخواهند داشت و شرایطشان به خطر بیفتد، کار آفرینان محتاط دارای بدبینی و احتیاط زیادی در انجام دادن کارهایشان هستند.

تست؛ عبارت زیر ناظر بر کدام دسته از کارآفرینان است؟

این کارآفرینان حاضر نیستند، تغییراتی در کارشان حاصل کنند، حتی اگر شرایط فوق به ضررشان باشد، استفاده نکردن از فرصت‌های موجود در بازار از خصوصیات این کار آفرینان می‌باشد و آمادگی ندارند که روش‌های کاریشان را تغییر دهند.

(۵) مقلد

(۶) منفعل

(۷) محتاط

(۸) خلاق

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس اصول روانشناسی شامل موارد زیر می‌شود؛

۱. کار آفرینی تکرو

انواع کار آفرینی بر اساس روانشناسی همونطور که از اسمش پیداست به صورت انفرادی و تنهایی کار می‌کنند و فقط در صورت نیاز چند نیرو را به خدمت می‌گیرند.

۲. شرکای فعال

این دسته از کار آفرین نگاه شراکتی به کاری که انجام می‌دهند دارند و به صورت جدی و فعال در فعالیت‌های کاری که می‌خواهند انجام دهند مشارکت می‌کنند.

۳. خریداران

این دسته از اشخاص کار آفرین عادت ندارند که ریسک کنند و ایده‌ای را به عنوان استارت‌آپ‌ها ارائه دهند. این افراد بیشتر تمایل دارند که استارت‌آپ‌هایی را که آینده خوبی را خبر می‌دهند خریداری کنند.

۴. چالشگران

این دسته از کارآفرینان به چالش‌های کارآفرینی علاقه زیادی دارند و به محض به پایان رسیدن یک چالش به سراغ چالش بعدی می‌روند.

۵. کارآفرینان همیشگی

این دسته از کارآفرینان، با کار آفرینی زندگی می‌کنند. در واقع کار آفرینی پازلی از زندگی آنهاست و باید ساعاتی مشخص را به کار آفرینی بگذرانند.

نکته: انواع کارآفرینی بر اساس جنسیت شامل دو مورد می‌شود؛ وقتی که حرف از کار آفرینی به میان می‌آید، شاید جنسیت معنی نداشته باشد و بازگو کردن آن خوشایند نباشد، اما این مسئله واقعیت است و برخی از کشورهای در حال توسعه مکرر مورد استفاده قرار می‌گیرد، این نوع از کار آفرینی به ۲ بخش تقسیم می‌شود؛

۱. کار آفرینی زنانه

در این نوع کار آفرینی کسب و کاری که مشغول به فعالیت است توسط زنان اداره و مدیریت می‌شود و غالباً سرمایه‌گذاران آن زنان می‌باشند و اکثر کارکنان آن را زنان تشکیل می‌دهند.

۲. کار آفرینی مردانه

در این نوع کار آفرینی مدیریت کنترل و مالکیت صد درصدی کسب کار را آقایان بر عهده دارند.

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس کاربرد و تکیه بر فناوری شامل موارد زیر می‌شود؛

۱. کار آفرینی غیر فنی

در این نوع از کار آفرینان از علم و فناوری استفاده نمی‌شود و از روش‌های سنتی برای کسب و کارشان در بازار رقابتی استفاده می‌کنند، این نوع از کار آفرینان را غیر فنی می‌نامند.

۲. کار آفرینی فنی

به آن دسته از کار آفرینانی که کسب کارشان را بر اساس تکنولوژی و صنعت بنا می‌کنند و در کارهای که انجام می‌دهند از فناوری و علم استفاده می‌کنند، کار آفرین فنی می‌گویند. روش‌های جدید و نوآورانه جزو اولویت‌های کار آفرینان فنی می‌باشد.

تست؛ با کار آفرینی زندگی می‌کنند و در واقع کار آفرینی پازلی از زندگی آنهاست و باید ساعاتی مشخص را به کار آفرینی بگذرانند.

(۱) چالشگران

(۲) کار آفرینی فنی

(۳) کار آفرینان همیشگی

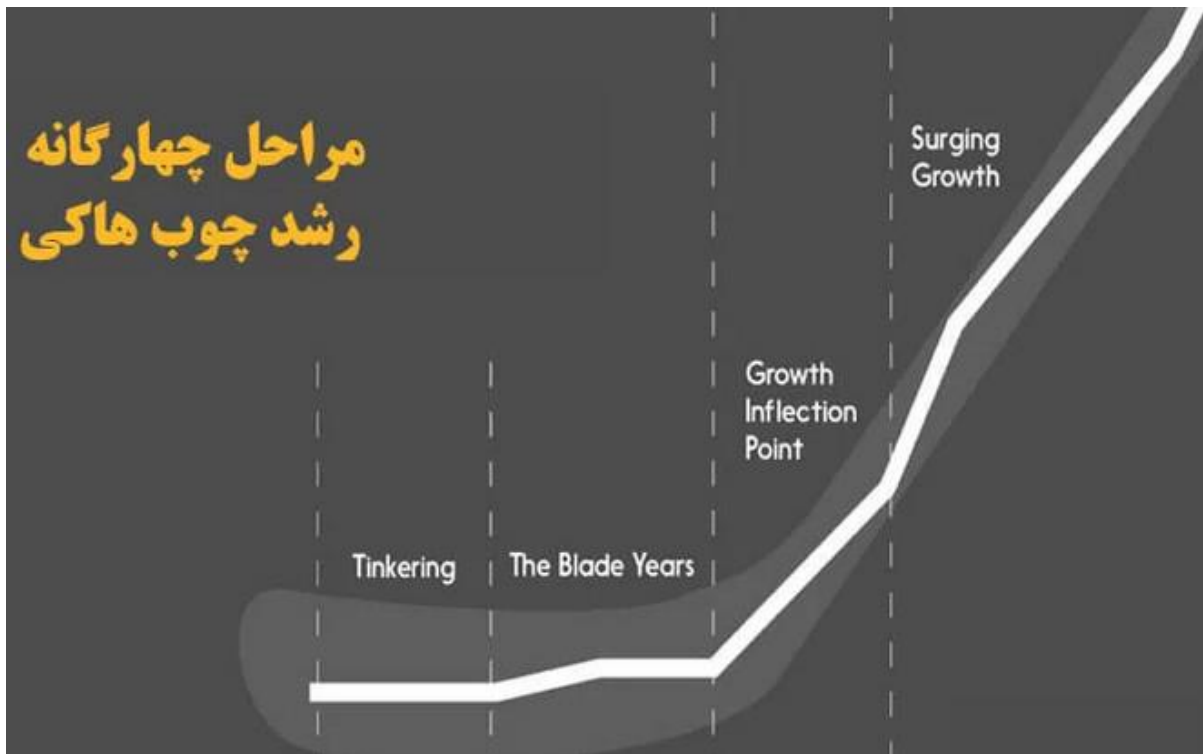
(۴) کار آفرینی تکرار

نکته؛ نمودار چوب هاکی یک نمودار خط قیمت است که در آن افزایش شدید ناگهانی پس از یک دوره کوتاه سکون یا ثبات نسبی رخ می‌دهد. بنابراین، خطی که نقاط داده را به هم متصل می‌کند، شبیه چوب هاکی است. نمودار چوب هاکی در دنیای تجارت، اقتصاد و سیاست به عنوان وسیله‌ای بصری برای نشان دادن تغییرات چشمگیر یا رشد انفجاری، مانند درآمد شرکت‌ها، دمای جهانی و آمار فقر، مورد اشاره قرار گرفته است. نمودار چوب هاکی نموداری است که با افزایش شدید پس از یک دوره نسبتاً صاف و آرام مشخص می‌شود. به طور کلی در تحقیقات علمی اندازه‌گیری نتایج پزشکی یا مطالعات زیست محیطی مشاهده می‌شود. در موارد فروش تجاری، نمودار چوب هاکی با افزایش ناگهانی و چشمگیر فروش نشان داده می‌شود. تجزیه و تحلیل اینکه آیا افزایش ناگهانی یک وضعیت دائمی است یا یک انحراف مهم است.

نکته؛ نمودار رشد چوب هاکی را می‌توان به چهار بخش مختلف تقسیم کرد. یعنی این الگو در چهار فاز شکل می‌گیرد. در تصویر زیر می‌توانید این فازها را مشاهده کنید.

- ایده‌پردازی
- سال‌های ابتدایی کسب‌وکار با رشدی ثابت
- ایجاد نقطه عطف
- رشد تصاعدی

مراحل چهارگانه رشد چوب‌هاکی



- مرحله اول ایده پردازی
- نخستین کاری که باید انجام شود ایده‌پردازی است. در واقع این مرحله بستر تشکیل نمودار چوب‌هاکی را فراهم می‌کند. در این فاز کارآفرینان هر چه در چننه دارند رو می‌کنند تا بتوانند به شکلی جدی‌تر به ایده‌های خود بپردازند. آن‌ها در این مرحله به بررسی ممکن بودن و قابلیت اجرای ایده‌های خود می‌پردازند. همچنین تطابق راه‌حل و مسئله نیز امر مهم دیگری است که در این مرحله باید به آن توجه شود. در نهایت زمانی که ایده به مرحله اجرایی شدن می‌رسد می‌توان گفت پایان مرحله ایده پردازی نیز فرا می‌رسد. اما نباید چنین تصور کرد که بنیان‌گذاران یک استارت‌آپ در این مرحله کارشان تمام می‌شود.
- مرحله دوم سال‌های ابتدایی کسب‌وکار با رشدی ثابت
- در این مرحله حرکت‌های ثابتی در روند کسب‌وکار اتفاق می‌افتد. همین حرکات ثابت موجب تشکیل تیغه نمودار چوب‌هاکی می‌شود. در این زمان است که معمولاً یک نسخه بتا از محصول روانه بازار می‌شود. این کار منجر به اعتبارسنجی محصول می‌شود و به نهایه شدن آن کمک شایانی می‌کند. این فاز بسیار نیازمند توجه و تلاش کارآفرین است. چرا که توسعه محصول در همین برهه از زمان اتفاق می‌افتد. زمانی

که یک استارت‌آپ کلید می‌خورد، معمولاً حدود سه تا چهار سال در این شرایط ثابت باقی می‌ماند. در این سال‌ها نباید چندان انتظار کسب درآمد داشت. کارآفرین در این سال‌ها معمولاً برای تامین هزینه‌های کار، خود دست به کار می‌شود و به صورت مستقل فعالیت می‌کند. اما با چند اشتباه ممکن است ورق برگردد و استارت‌آپ شکست بخورد.

- مرحله سوم ایجاد نقطه عطف
- نقطه عطف نمودار در این مرحله اتفاق می‌افتد. اگر همه چیز خوب پیش رفته باشد و مدل تجاری حرفه‌ای باشد، این نقطه عطف می‌تواند به یک‌باره کسب‌وکار را متحول کند. درست در همین نقطه است که می‌توان همان رشد تصاعدی را در نمودار دید. حرکتی که برگ برنده یک کارآفرین است و او می‌تواند از آن برای جذب سرمایه‌گذارانی که به دنبال موقعیت‌های ریسکی هستند، استفاده کند. اما برخی مشکلات و تهدیدها در این مرحله هم دست از سر کسب‌وکار بر نمی‌دارد. سرعت افزایش کسب‌وکار بسیار بالاست. برخی از استارت‌آپ‌ها این توانایی را ندارند که این شتاب را حفظ کنند. از این رو بعد از مدتی سقوط می‌کنند. کارآفرینان که به دنبال نهایت استفاده از این فرصت فوق‌العاده هستند، به فکر ایجاد تغییراتی می‌افتند که بتواند آن‌ها را بیشتر جلو بیندازد؛ تغییرات در مدلی که امتحان خود را پس داده و نتایج درخشانی با خود به همراه داشته است، کار آسانی نیست. تمرکز اصلی باید صرف هم‌گام‌سازی کسب‌وکار و تغییرات با رشد درآمد باشد.

- مرحله چهارم رشد تهاجمی
- بعد از این همه تلاش، منطقی است که یک رشد تصاعدی در روند کسب‌وکار مشاهده شود. اگر استارت‌آپ بتواند پتانسیل رشد خود را به همگان ثابت کند، از یک رشد خطی به یک رشد نمایی می‌رسد. مهم است این رشد حفظ شود و این حرکت تصاعدی در نطفه خفه نشود. امری که می‌تواند مشتریان بیشتری را برای کسب‌وکار دست و پا کند. در این مرحله کارآفرین پیچیدگی‌ها و چم‌وخم‌های بازار را می‌بیند و باید از پس آن‌ها بر بیاید. کارآفرین باید بتواند کسب و کارش را به خوبی مدیریت کند. این مرحله‌ی حساس با پیشنهادهایی و سوسه‌انگیز همراه است. کارآفرین می‌تواند کسب‌وکارش را در اوج بفروشد و به دیگری واگذار کند یا می‌تواند خود به عنوان

مدیرعامل باقی بماند. حتی ممکن است یک مدیر استخدام کند تا زیر نظر او کسب و کار را هدایت کند. البته که در جریان این انتخاب باید شایسته‌سالاری را مدنظر قرار دهد تا کسب و کارش حفظ شود.

نکته؛ در مورد رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی، می‌توان گفت که رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی به مطالعه روابط بین کارآفرینی و ساختارهای اجتماعی، فرهنگ و عوامل محیطی می‌پردازد. این رهیافت بر این ایده تمرکز دارد که کارآفرینی به عنوان یک فرایند اجتماعی، تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه و عوامل محیطی قرار می‌گیرد و در عین حال، می‌تواند تغییراتی را در ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه ایجاد کند. تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در تغییر ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه عمل کند. در برخی موارد، کارآفرینی ممکن است منجر به دگرگونی ساختارهای اجتماعی شود، در حالی که در برخی دیگر این تغییرات ممکن است به طور موقت باقی بمانند. به همین منظور، رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی می‌تواند از دیدگاه‌های مختلفی، از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی، برای بررسی و تحلیل کارآفرینی استفاده شود. با توجه به اینکه کارآفرینی به عنوان یک فرایند اجتماعی، تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد، پژوهش‌های جامعه‌شناسی می‌توانند به شناسایی این عوامل و تأثیر آنها بر کارآفرینی کمک کنند. همچنین، این رهیافت می‌تواند به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در جامعه، ارزیابی تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی و اجتماعی، و همچنین طراحی و پیاده‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی از کارآفرینان کمک کند. بر اساس نظریه جامعه‌شناسی کارآفرینی تغییر اجتماعی با کنار گذاشتن جایگاه و مقام و ارزش‌های سنتی می‌توان زمینه فعالیت کارآفرینانه را فراهم کرد.

تست؛

در کدام نظریه جامعه‌شناسی کارآفرینی، «کنار گذاشتن جایگاه و مقام و ارزش‌های سنتی» زمینه فعالیت کارآفرینانه را فراهم می‌کند؟

(۴) اکولوژی یا جمعیت محیط

(۳) تغییر اجتماعی

(۲) باور مذهبی

(۱) تکاملی

نکته؛ هایک بر نقش کارآفرین در تحصیل و بکار بردن اطلاعات تأکید می‌ورزد. هوشیاری کارآفرین نسبت به فرصت‌های سودآور و آمادگی او برای بهره‌گیری از آنها از طریق عملیاتی از نوع ارزان خریدن از جایی و گران فروختن در جای دیگر، کارآفرینی را در فرآیند بازار به عنصر اصلی بدل می‌سازد. او کارآفرین را کسی می‌داند که نسبت به تغییرات، واکنش نشان می‌دهد. او بر بداعت فعالیت کارآفرین تأکید نمی‌نماید و معتقد است که تصمیم صحیح همواره تصمیم بر نوآوری نیست و همچنین نوآوری‌های ناپخته، ممکن است از لحاظ بازرگانی فجایی را به بار آورد. از نظر وی کارآفرین در سیستم اقتصادی همچون قدرتی است که بازار را در رسیدن به تعادل یاری می‌نماید و جریان فرآیندهای بازار را بهبود می‌بخشد.

نکته؛ دیدگاه هایک بیان می‌کند تعادل فرآیندی است که در آن، نقشه‌های افراد از طریق آزمون و خطا در طول زمان هماهنگ می‌شود، پس می‌توان گفت تعادل فرآیندی است که بر اساس آن هیچ چیزی در این فرآیند، قطعیت یقینی ندارد. پس می‌توان تصور کرد، تحت شرایط مذکور ناهماهنگی‌های وسیعی در فرآیند بازار هم بتواند رخ دهد. در نظریه تعادل بازار هایک عامل اصلی گرایش بازار به سوی تعادل، کسب دانش دو سویه عاملان بازار است.

نکته؛ هایک نظریه «رسمی» تعادل نئوکلاسیکی را به دلیل نادیده گرفتن نقش یادگیری فقدان اطلاعات کامل مورد انتقاد قرار داد. نقد هایک عمدتاً مربوط به انتشار و پراکندگی دانش در مورد اثرات اقدامات گذشته در بازار بود، یعنی توانایی آن در آشکارسازی تأثیر و موفقیت کارآفرینی. از نظر هایک پراکندگی دانش بین افراد از طریق ایجاد عدم اطمینان با فرصت‌های کارآفرینی مرتبط می‌شود.

تست؛

- در «نظریه تعادل بازار» هایک عامل اصلی گرایش بازار به سوی تعادل کدام مورد است؟
- (۱) هوشیاری
 - (۲) حدس و گمان کارآفرینانه
 - (۳) کسب دانش دو سویه عاملان بازار
 - (۴) کنش کارآفرین

گزینه ۳

تست؛

از دیدگاه هایک، پراکندگی دانش میان افراد چگونه با فرصت‌های کارآفرینی مرتبط است؟

(۱) از طریق ایجاد تعامل

(۲) از طریق ایجاد عدم اطمینان

(۳) از طریق افزایش میزان مخاطره

(۴) از طریق ایجاد ثبات

گزینه ۲