

## فصل اول:

### مقدمه:

انتقاد به رشته کارآفرینی به سبب فقدان دقت و استحکام نظری به این معنا که کارآفرینی نظریه های کاملاً تعریف شده ای ندارد.

این ادعا ممکن است در مورد دیدگاه های روش شناسی صادق باشد. ولی در مورد رهیافت ها به کارآفرینی از جمله رهیافت اقتصادی این انتقاد وارد نیست.

اقتصاد به مطالعه ی پیامد های کارآفرینی و خلق ارزش (چه) جامعه شناسی به مطالعه در سطح سازمان و بستر کارآفرینی روانشناسی به مطالعه در سطح فرد و ویژگی های کارآفرینان (چرایی) مدیریت به مطالعه ی رفتار و فرآیند (چگونگی)

### نظریه:

کاربرد نظریه ها (تحلیل چيستی، چرایی، چگونگی، زمانی و مکانی)

- 1- ابزار های زبان شناختی و ادراکی هستند.
- 2- ابعادی از دنیا را تعریف، طبقه بندی و دسته بندی می کنند.
- 3- علی را به صورت علت و معلول پیشنهاد می کنند (چرایی و چگونگی)
- 4- موقعیت ها و بستر های زمانی را شناسایی می کنند.
- 5- پیش بینی را ممکن و حتی کنترل رویداد ها را قادر می سازند.

### چرا باید به مطالعه کارآفرینی پرداخت؟

- اطلاعات فراوانی درباره ی محصول و خدمات ارائه می دهد.
- ساز و کاری است که از طریق آن اطلاعات فنی به محصولات و خدمات تبدیل می شود.
- ناکارآمدی های زود گذر و فرا زمانی در اقتصاد را کشف و کاهش میدهد.
- نوآوری کارآفرینانه موتور اصلی فرآیند تغییر محسوب می شود.

کارآفرینی از قبل از تولد به عنوان یک عرصه مطالعاتی وجود داشته ولی در عرصه دانشگاهی از زمان شومپتر مطرح شده است.

تاریخچه کارآفرینی

### **\* کارآفرینی در قرون وسطی**

اولین شکل کارآفرینی بصورت تجارت غذا یا صنایع ← بعد ها نوآوری و معماری و مهندسی تعبیر شد ← به

مرور غرب از دانش تخصصی برای کشف فرصت ها استفاده کرد

کارآفرینی به صورت ← ارائه راه حل برای حل مشکلات ، محصولات و خدمات روشی برای امرار

معاش (مدیریت کارآمد و اثر بخش ← سود کارآفرین را افزایش می داد).

کارآفرینان فرقه مذهبی و صنعت گران بودند.

افزایش تقاضا برای اقلام لوکس

سده شانزدهم : کارآفرین = نوآوری به همراه پذیرش ریسک

سده هفدهم : کارآفرین = خطر را می پذیرد و از پیامدهای اقتصادی فعالیت کارآفرینی سود می برد

سده هجدهم : کارآفرین = مخترع (کاربران سرمایه و تاکید بر دگرگونی در بازار)

### **\* تاریخچه کارآفرینی دانشگاهی:**

1947 دانشگاه هاروارد کسب و کارهای کوچک

1948 کنفرانس SMEs دانشگاه سنت گامن سوئیس

1953 نیویورک دوره کارآفرینی

1970 کنفران پورودو

....

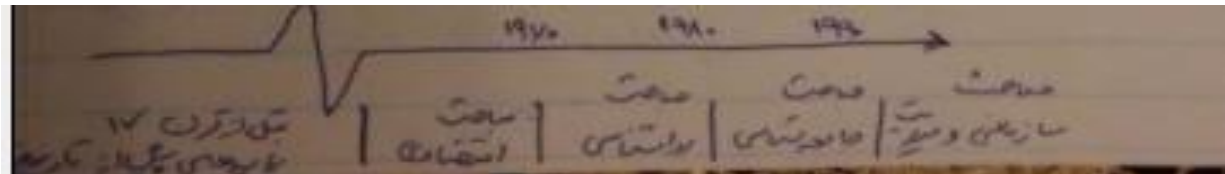
کارآفرینی نه تنها یک زمینه مطالعاتی جدید است ، بلکه تعداد دانشکده هایی که بطور تمام وقت در این زمینه تحقیق می کنند نیز اندک است.

### **\* کارآفرینی و تکامل مفهوم**

یک علم/تعریف ، زمانی خوب است که در یک مقطع زمانی خاص بتواند نیاز های افراد جامعه را پاسخ دهد.  
2ویژگی تعریف خوب:

- 1-جازه ی نظریه پردازی و اجرای پژوهش های تجربی را بدهد وبتواند به شناخت پدیده ها کمک کند.
- 2-قابل اشتراک گذاری باشد.

تاریخچه مفهومی کارآفرین ( توضیح به دلیل ناخوانی تصویر : قبل از قرن 17 پایه های پیش از تاریخ)



- تا اواسط قرن 17 : بحث بهره پول ، زمین داری و کشاورزی ، فعالیت های نظامی به عنوان کارآفرینی
- تا اواسط قرن 18 : رقابت درون صنعت ، مصالحه جویی ، پایه های نظری ، مهندسی سازمان و کشاورزی
- از قرن 18 : ارزش معمولی کالاها ، زمین و... به عنوان سبک های تولید یا تقسیم کار / بحث سود حاشیه ای / کاهش دوره برگشت پول (آدام اسمیت) / کرزنر و نایت : بحث عدم اطمینان
- 1934 : کارآفرین به عنوان ترکیب جدید از منابع موجود نوآوری به عنوان تخریب خلاق
- 1950 : رقابت و دانش ، دانش کم سبب می شود جستجو برای کشف پدیده های جدید بوجود آید.
- 1960 : بحث مشخصه های روانشناسی
- 1970 : بحث دانش - هوشیاری کارآفرینانه کرزنر / نوآوری امری سازنده و کارآفرینان جهت دهنده نظام های بازار
- 1980 : بحث فرصت . ناکارآمدی ها فرصت را در بازار بوجود می آورند. / نظریه های جامعه شناختی
- 1990 : ارزش اجتماعی ، مشابه ارزش مالی و بازاری / اهمیت شبکه ها و دسترسی به دانش و اطلاعات
- قرن 21 : بحث فرصت ها و کشف فرصت / تحقیق و شانس
- \* برای کارآفرینی تعاریف متعددی ارائه شده است.

برای جمع بندی ، این تعاریف را در قالب نظریات ریز دسته بندی می کنند:

### 1- ریسک سود : کانتیلون

در صورتیکه مدیران ریسک را بپذیرند ، از طریق نوآوری تدریجی می توانند سود کسب کنند ، اما مدیران کارآفرین نیستند. کارآفرین عامل تولید نیست ،عامل ریسک است .بین عرضه و تقاضا پویایی و تعادل برقرار می کند.

2- پویایی سود : سود نتیجه تغییرات پویا از وضعیت تعادل و ایستا در شرایط رقابت کامل است(سی)

### 3- مکتب اتریش (حوزه اقتصادی) : اواسط قرن 20

کارآفرین فردی است که بتواند فرآیند بازار را پیش ببرد.(فرصت برای کسب سود)

\* میزس : فرصت برای سود

\* کرزنر : هوشیاری کارآفرینانه

\* سی : ایجاد کننده تغییرات پویا + خطر پذیری + قضاوت خوب / نتیجه اصلی کارآفرین تولید است.

\* آلفرد مارشال : علاوه بر مدیریت و ریسک پذیری ، کارکرد نوآورانه کارآفرین را مد نظر قرار داده است.دائم در جستجوی فرصت ها برای کاهش هزینه ها.

\* شومپتر: خلق ترکیبات جدید (محصول/ روش / بازار/ منبع/ سازماندهی)/ رفتار نوآورانه حتی بدون آنکه

مالک سرمایه باشد./ تخریب خلاق/ کارآفرین تولید را با نوآوری تغییر می دهد و نظام اقتصادی را از حالت ایستا خارج می کند که تخریب خلاق نام دارد.

## حوزه روانشناسی

### \* مک کله لند " مکتب صفات شخصیتی "

- اشاره می کند که در تعریف کارآفرینی در نظریه های اقتصادی هیچ توافقی وجود ندارد.

- به ویژگی های شخصیتی و ارزش های فرهنگی توجه می کند.

- معتقد است کارآفرین درگیر یک کسب و کار است و به شیوه کارآفرینانه رفتار می کند.

- افراد کارآفرین نیاز بیشتر به موفقیت بالاتر ،کنترل و تمایل به ریسک دارند.

### \* استیونسون " مکتب رفتاری "

- فرآیند ایجاد کسب و کار مخاطره آمیز جدید ، نه شخصیت بنیانگذار
- فرآیند تعقیب فرصت ها که به بیان مراحل فعالیت های کارآفرینانه از جمله "نو بودن و دگرگونی" منجر می شود.

### **\* چارچوب تعریف کارآفرینی**

- 1- کارآفرین به عنوان کارآفرین فردی : فرد کارآفرین محور اصلی کارآفرینی (رویکرد اقتصادی و روانشناسی)

### **\* تقسیم بندی مکاتب اقتصادی :**

- الف : آلمان : توسط شومپیتر، تاکید بر نوآوری و تخریب خلاق
- ب : اتریش : توسط منگل، کرزنر میزس ، هایک ، کارآفرین مسئول برقراری مجدد تعادل از طریق شناخت و بهره برداری از فرصت ها
- ج : شیکاگو : نایت و شومپیتر
- نقش کوچکی برای کارآفرین در وضعیت تعادل در نظر گرفته است. کارآفرین تمایل به خرید چیزی با قیمت مشخص و فروش به قیمت نا مشخص
- 2- کارآفرینی به عنوان فرآیند نوآوری : شومپیتر(تمرکز : نوآوری)
- 3- کارآفرینی به عنوان ایجاد کسب و کار ها یا سازمان جدید : رویکرد رفتاری(تمرکز : فرآیند)
- 4- کارآفرینی به عنوان عمل ورود : راه اندازی کسب و کار جدید درون سازمانی یا نوپا
- 5- کارآفرینی به عنوان کسب و کار خطر پذیر سازمانی : تلاش فعال کارکنان
- \* رویکرد های توسعه : 1- تمرکز بر سود 2- تمرکز بر شرکت 3- تمرکز بر رویکرد 4- سطح شرکت
- 6- کارآفرینی به عنوان فرآیند تخریب خلاق : شومپیتر / عدم تعادل
- 7- کارآفرین به عنوان موسسات با اندازه کوچک و متوسط
- 8- کارآفرینی به عنوان فرصت

### **فصل دوم:**

### **فصل دوم : نوع شناسی و کارکرد کارآفرینان**

با آشکار شدن ناکارآمدی فرهنگ بروکراتیک در سازمان های مدیریت سنتی از مدیریت کارآفرینانه متمایز می گردد. در دنیای کنونی نگرش نوآورانه ای برای کارکرد کارآفرینانه لازم است.

نوآوری یا معرفی کسب و کاری که قبل از این وجود نداشته است ، برای تحقق اهداف زیر حیاتی است.

1- ورود به کسب و کار مخاطره پذیر جدید در نظام موجود

2- کارآیی عملیاتی بهتر

3- بقا و توسعه واحدی که قبل از این تاسیس شده

4- بهره وری بالاتر

5- استفاده از منابع غیر سنتی

6- استفاده بهینه از منابع مورد استفاده

7- افزایش ارزش کالا و خدمات موجود

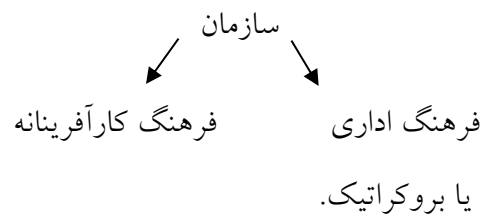
8- صرفه جویی در هزینه های ورودی ، سهم بزرگتری از بازار یا افزایش در سود

دو نکته برای داشتن نگرش نوآورانه ضروری است:

1- تصمیم گیری کارآفرینانه 2- فرهنگ کار آفرینانه

توقعات در فضای فرهنگ کارآفرینی از دولت ها :

1- ایجاد اشتغال 2- شکل گیری منابع جدید 3- نوآوری 4- برنامه ریزی مجدد و احیای مبانی کسب و کار



مدیریت کارآفرینانه در هشت بعد از مدیریت بروکراتیک متمایز است :

1- گرایش راهبردی 2- تعهد به فرصت 3- تعهد بر منابع 4- کنترل بر منابع 5- ساختار مدیریت 6- فلسفه

پاداش 7- گرایش به رشد 8- فرهنگ کارآفرینانه

**کارآفرینان و طبقه بندی و انحراف :**

کارآفرینان نوآور: موجب ایجاد تغییر شکل در سبک زندگی می شوند .  
کارآفرینان پیرو : از کارآفرینان موجود تقلید می کنند و روش آنها را در پی میگیرند این کارآفرینان در کشور های توسعه یافته بسیار مفید هستند.  
کارآفرینان محتاط : آنها دوست دارند تا در تکنیک های قدیمی تولید باقی بمانند و زمانی حاضر می شوند تا فناوری جدید را بپذیرند که بدانند شکست در تقلید بهتر از ، از دست دادن کسب و کارشان است.  
کارآفرینان یکنواخت : محافظه کار هستند ، آنها همیشه با سیستم های تولیدی قدیمی خود احساس راحتی می کنند.

### **طبقه بندی جدید کارآفرینان:**

- 1- گردانندگان منفرد : دوست دارند کار خود را به صورت فردی راه اندازی کنند ، آنها سرمایه مادی و ذهنی را برای اداره موفق کسب و کارشان دارند.
- 2- شرکای فعال : تلاش و همکاری شرکا منجر به موفقیت آنان می شود .
- 3- مخترعین : پس از درگیر کردن خود در تحقیق ، با استفاده از خلاقیت محصولات جدید اختراع و احساس خوبی دارند.
- 4- مبارزه جویان : چالش آنها را بی باک میکند و هرگز از درگیر شدن یا عدم اطمینان ها برای کسب سود مردد نیستند.
- 5- خریداران و 6- زمان نگهداران (سایر طبقه بندی ها ص 56 و 57)

### **نوع شناسی کارآفرینی :**

- آلوازی و بارنی (2007) : اقدامات انسانی بر اساس سه زیر بنای فکری شکل می گیرد.
- 1- اهداف انسانی 2- افراد 3- زمینه تصمیم گیری که افراد در آن اقدام میکنند.
- با عنایت به مفروضات فوق و با استفاده از رویکرد غایی به کارآفرینی ، طبقه بندی جامعی از کارآفرینی صورت گرفته است به گونه ای که :
- مفروضات درباره ی ماهیت اهداف انسانی در قالب هدف تنظیم شده است .
  - مفروضات درباره ی ماهیت افراد با عنوان " فاعل "

- مفروضات مرتبط با ماهیت تصمیم‌گیری در دسته فرآیند قرار گرفته‌اند. (به جدول ص 59-60 رجوع شود)

1- کارآفرینی نهادی : به مجموعه فعالیت‌های فردی اطلاق می‌شود که در تاسیس کسب و کار ذینفع هستند و منابع را برای خلق نهادی جدید یا تغییر شکل موسسه‌ای بکار می‌گیرند. (پاسخ به چگونگی تولد موسسات جدید)

2- کارآفرینی دولتی : فرآیند خلق ارزش برای شهروندان از طریق گرد هم آوردن ترکیباتی از منابع دولتی و خصوصی برای بهره‌برداری از فرصت‌های اجتماعی. تمرکز بر خدمات‌رسانی کارا تر . از اصول دموکراتیک برای طراحی و اجرای سیاست‌ها پیروی می‌کند.

3- کارآفرین پاسخگو : فرآیندی است که طی آن شرکت‌های کارآفرینانه توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب و کار خود را با هم می‌آفریند و با ذینفعان مختلف تعامل برقرار می‌کند. جنبه‌های محیطی و اجتماعی مرتبط با کارکرد موسسه را مد نظر قرار دهد.

4- کارآفرینی توزیع‌شده : فرآیندی جمعی است که اتکای آن به تجمع قابلیت‌ها و شایستگی‌های پراکنده شده در سرتاسر سازمان و تعداد زیادی از کارگزاری‌هاست. تعامل با سایرین الزامی است. مرکز نوآوری از یک سازمان به شبکه‌ها منتقل شده است .

5- کارآفرین اقتصادی : شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های امیدبخش کسب و کار در محیط بیرونی و انجام ترکیبات جدید منابع سازمانی برای ایجاد محصولی جدید ، خدمتی جدید و روش جدید تولید برای دستیابی به سودآوری.

6- کارآفرین محیطی : مورد توجه قرار دادن مسائل اساسی در پایداری محیط زیست محیطی از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که کارآفرینی و محیط زیست را به هم پیوند می‌دهد.

7- کارآفرینی اجتماعی : عبارتست از کاربرد رفتار کارآفرینانه برای مقاصد اجتماعی به جای هدف انتفاعی به عبارت دیگر کسی است که کسب و کار غیر انتفاعی را برای ایجاد درآمد ، برای هزینه کردن و برای خدمات اجتماعی متقبل می‌شود .

8- 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 حفاظت زیست محیطی را به بار آورد.



9- کارآفرینی خیریه ای : تلاش های سازنده ی یک فرد ،گروه یا سازمان به الگو های متحول شده های را به کارمیگیرند که بر اساس آن منابع شخصی و متعلق به خود را بسیج کند تا از آنها برای اثرگذاری بر تغییر اجتماعی استفاده کنند.

10- کارآفرینی سازمانی و درون سازمانی (به ص 64 رجوع شود) : زایش کسب وکار های جدید از طریق به کارگیری نوآوری های درونی ادغام سازمانی و نوسازی راهبردی در درون سازمان...

11- کارآفرینی راهبردی : به عنوان مفهومی کلیدی در پارادایم کارآفرینی مطرح شده و به پیگیری عملکرد برتر توسط شرکت ها از طریق فعالیت های کارآفرینانه (فرصت جویی) و فعالیت های راهبردی (مزیت جویی) به صورت توامان اشاره دارد.

ایجاد کسب وکار سازمانی : شامل شروع یک کسب وکار در کسب وکار دیگر است. اقدامات مخاطره آمیز برای فرآیند های نقل و انتقال است .اقدامات مخاطره آمیز از جهتی نیازمند دامنه ی جدیدی از یادگیری هاست که از سمت سازمان است و از جهت دیگر نیازمند یادگیری قابلیت های جدید یا به کارگیری مهارت های موجود در مسیر جدیدی است.

### **کارآفرینی درون سازمانی : شاخص های فرهنگ کارآفرینانه :**

1- آزادی در انتخاب به علاوه بر اینکه سازمان برای افراد وظیفه تعیین می کند خود کارآفرینان سازمانی وظایفشان را مشخص می کنند.

2- ظرفیت بدون استفاده سازمان : منابعی هستند که کارآفرین میتواند از آن برای تامین مالی فعالیتی خاص استفاده کند.

3- گروه های چند وظیفه ای : باید به کارمندان اجازه داده شود تا بدون توجه به نوع تخصصی که دارند در قالب گروه های کاری گرد هم آیند و از مهارت ها و دیدگاه های دیگران استفاده کنند.

تغییر شکل سازمانی : یک نوع دیگر از کارآفرینی سازمانی است که به دنبال تغییر شکل سازمان است . این نوع از کارآفرینی تنها زمانی مطابق با تعریف اصلی شومپتتر است که شامل نوآوری و ترکیب جدید منابع و ایجاد ارزش های اقتصادی پایدار باشد.

نقض قوانین صنعت : نوع دیگری از تغییر شکل است ، اما به دنبال تغییر قوانینی است که رقبا درگیر آن هستند.

(مثال) تویوتا : تولید خودروهای ارزان اما با کیفیت

کارآفرینی شامل شناسایی فرصت ها و بهره برداری از آنهاست در حالیکه مدیریت راهبردی در بردارنده ی

ایجاد و حفظ مزیت رقابتی است... (به ص 68-69 مراجعه شود)

چارچوبی برای طبقه بندی کارآفرینی :

استیونسون و همکاران : (طبقه بندی)

1- چه چیزی : قلمرو فعالیت کارآفرینانه - نظریه اقتصادی کلاسیک و نئو کلاسیک کارآفرینی را بر اساس

فعالیت های سودجویانه تعریف می کند.

نظریه ی پویایی تعریف کارآفرینی را فراتر از فعالیت کسب و کار سودجویانه یعنی بخش های غیر انتفاعی

توسعه داد.

2- چه کسی : مکتب صفات شخصی نشان داد که کارآفرینان شامل افرادی با مهارت های خاص هستند که به

فعالیت های کارآفرینانه اقدام می کنند.

3- چگونه : حالتی که با آن ارزش خلق می شود ، یک بعد اساسی در کارآفرینی که از نظریه ی پویایی سود و

مکتب اقتصادی اتریش ناشی می شود ، در این حالت بازار به سمت تعادل حرکت می کند.

4- چرا : اهداف ورودی برای انجام فعالیت

5- چه موقع : مرحله ی ظهور ، نو بودن یا تحول کسب و کار

6- کجا : محیط تاثیر فراوانی بر کارآفرینی ، منابع در دسترس و بازار های مربوط دارد.

### **کارکرد کارآفرینان: (وظایف اصلی)**

ایده سازی : خلق ایده مهمترین کارکرد کارآفرینان است. ایجاد ایده از طریق چشم انداز ، بینش، مشاهده ،

تجربه ، آموزش ، و ... امکان پذیر است. ایجاد ایده نمایانگر انتخاب محصول و مشخص کردن پروژه است.

ایده ها می توانند از طریق جستجوی محیطی و پیدایش بازار ایجاد شوند.

تعیین اهداف : کارآفرین باید در مورد ماهیت کسب و کار و نوع کسب و کار آگاه باشد ، این امر القا کننده این

است که آیا کسب و کار متعلق به طبقه ساخت یا واحد خدمتی است.

جمع آوری منابع مالی : او باید از منابع مختلف مالی آگاهی داشته باشد، دانش کاملی در مورد حمایت دولت از برنامه خود داشته باشد.

تهیه مواد خام : باید مواد خام معمول و ارزان را بشناسند تا هزینه کمتر شود.

تهیه دستگاه ها : تجهیزات فن آوری ، ظرفیت نصب تجهیزات ، دوره ضمانت تجهیزات  
تحقیقات بازار : تجزیه و تحلیل بازار، تحقیقات بازار، جمع آوری نظام مند داده ها ، با توجه به محصولی است  
که کارآفرین قصد ساخت آن را دارد. آگاهی از نیاز محصول ، عرضه محصول ، قیمت محصول ، وجود یا عدم وجود مشتری داشته باشد.

تعیین شکل کسب و کار : کارآفرین باید در مورد شکل کسب و کار بر مبنای ماهیت محصول ، کیفیت منابع انسانی ، حجم سرمایه گذاری ، نوع محصول تصمیم بگیرد  
استخدام نیروی انسانی :

1- برآورد نیروی انسانی مورد نیاز سازمان

2- ایجاد فرآیند انتخاب

3- تدبیر کردن در مورد طرح جبران خدمات (جدول ص 80-81)

4- ایجاد قوانین آموزش و توسعه

## فصل سوم :

### رویکرد چهارگانه به نظریه های کارآفرینی :

کارآفرینی رشته مطالعاتی بسیار گسترده ای است و نظریه های بسیاری در این رشته ارائه شده است . در این فصل با نظریه ها و مدل های مطرح در حوزه کارآفرینی چارچوبی را ابداع می نمایم که از جامعیت کافی برخوردار باشد. در این چارچوب ابداعی ، نظریه ها و مدل ها براساس مفروضات مشترک و مشابهت های محتوایی طبقه بندی شده اند .

### کارآفرینی به عنوان یک رشته :

آنچه امروزه پژوهش های کارآفرینی را شکل می دهد ، بعضی از ابعاد این حوزه (مثل کسب و کارهای کوچک یا شرکت های جدید ) است (شین و ونکاترمن ) ، به زعم کوپرکارآفرینی به عنوان پارادایمی نوظهور در علم

مدیریت ، هنوز به دنبال دستیابی به مشوعیت و ارزیابی جایگاه خود در میان رشته های مطالعاتی است .  
 کارآفرینی , علمی (( کاربردی )) است و در کنار علومى مانند مهندسى ، پزشكى ، اقتصاد و تجارت قرار مى  
 گیرد . دو سلسله مراتب برای علم : یک سلسله مراتب برای علوم پایه و یک سلسله مراتب برای علوم کاربردی  
 داریم .

### جایگاه کارآفرینی در سلسله مراتب علم

علوم پایه	علوم کاربردی
ریاضیات	
فیزیک	مهندسی
شیمی	
بیولوژی	پزشکی
روان شناسی	
جامعه شناسی	اقتصاد
	کسب و کار
	کارآفرینی

کارآفرینی علمی ((میان رشته ای)) و پدیده ای گلچین از رشته های ((التقاطی)) است . به همین دلیل ، دانشمندان پرسش های مربوط به کارآفرینی را در رشته های مختلف و با نظریه ها و روش های متعدد بررسی کرده اند . توسعه نظریه کارآفرینی در رشته های زیادی ریشه دارد مثل روانشناسی ، جامعه شناسی ، اقتصاد سازمانی ، کسب و کار و مدیریت دولتی . روانشناسی : شخصیت افراد را برای درک علل و ماهیت اقدامات کارآفرینانه و رفتارهای نوآورانه بررسی کرده است . جامعه شناسان : با ارائه درک تحلیلی از تغییر سازمانی و نوآوری در چارچوب سازمانی و اجتماعی به مطالعه کارآفرینی می پردازند . اقتصاد دانان به نقش نوآوری و کارآفرینی در رشد اقتصادی توجه دارند . کسب و کار: برابعد مدیریتی مثل رهبری ، رفتار سازمانی ، مدیریت راهبردی و نوآوری مدیریتی در مطالعه کارآفرینی توجه دارد . اقتصاد سازمانی : دیدگاه خاصی در مورد انتخاب و نوآوری های سازمانی به منظور صرفه جویی ارائه کرد. مدیران دولتی و علوم سیاسی : مطالعه کارآفرینی را

به مدیریت دولتی نیز توسعه دادند ، یعنی جایی که بهره‌وری اجتماعی و سیاسی بیش از بهره‌وری اقتصادی مورد تاکید است .

### کمک علوم پایه به نظریه کارآفرینی

رشته	واحد تحلیل	تمرکز	کاربردهای نظریه	سهم نظریه پردازی
روان شناسی	فرد	ویژگی های شخصیتی و عوامل محیطی	نظریه شناخت اجتماعی ، نظریه انتظار	رفتار ریسک پذیر
جامعه شناسی	فرد/شبکه /سازمان	شبکه عامل سازمانی عامل محیطی	تغییر اجتماعی تغییر سازمانی	اثرات تغییر سازمانی بر نوآوری
اقتصاد	فرد	نوآوری رشد فعالیت امتیاز جویی	رشد اقتصادی	نوآوری فرصت جویی
اقتصاد سازمانی	سازمان	صرفه جویی بهترین ساز و کارهای سازمانی	هزینه مبادله	فرآیند سازمانی
کسب و کار: بازاریابی مدیریت	فرد فرد/سازمان	محصول جدید ارتباطات مدیریت ارتباط با مشتری مدیریت ، قدرت تشخیص مدیریتی	رفتار مشتری انتخاب کارآفرینانه مدیریت راهبردی	مشتری محوری مشتری محوری
مدیریت دولتی	فرد/سازمان	بستر سیاسی عامه بودن	کارآفرینان دولتی نوآوری در خط مشی رقابت بازار مدیریت دولتی نوین	نوآوری مدیریتی بهبود کیفیت

شومپیتر مفهوم جدید کارآفرین را معرفی کرد. ابزارهای تجربی کارآفرینی مبهم و فاقد دقت لازم هستند حتی دقیق ترین ابزار کارآفرینی و همه علوم تجاری، دارای صحت فرض شده و احتمالی است.

### ابزارهای تجربی

ابزارها	کارآفرینی
نظریه ها	تجربی مفروضات علوم اجتماعی
مدل ها	شکنده و پدیدارشناسانه
پارامترها	متغیر
پیش بینی ها	خام و ناپخته
متغیرها	تعاریف فازی (فرصت، منابع، عملکرد)
ابزارهای سنجش	صحت مورد تردید پرسشنامه ها، مقیاس ها، لیکرت، مالی
جامعه آماری	مبهم و نامشخص (افراد، شرکت ها و صنایع)

نظریات و مدل ها براساس رشته های اصلی تاثیر گذار بر کارآفرینی، یعنی روان شناسی، اقتصادی، جامعه شناسی و سازمانی دسته بندی شده اند که تشکیل دهنده رهیافت های چهارگانه در این حوزه تفکر هستند. رهیافت های چهارگانه در کارآفرینی

هبرت و لینک (2006) و لینک و سیجل (2007)، نظریه های کارآفرینی را به دو دسته تقسیم بندی کرده اند:

1- نظریه بعد عرضه کارآفرینی: بر نقش کارآفرین در تولید و عرضه کالاها و خدمات تاکید دارد که برای آن تقاضا بصورت مستقل تعیین شده است.

2- نظریه بعد تقاضا کارآفرینی: بر نقش کارآفرین در ماهیت تقاضا برای کالاها و خدمات از طریق تولید کالا و خدمات جدید و ترکیب کالاها و خدمات موجود می پردازد.

تفاوت های قابل ملاحظه ای درباره کانون و محور کارآفرینی وجود دارد . گارتنر، کروگر و برایزل ، شولر ، شین و ونکاترمن و استیونسون و جاریلو بعد محوری و کانون کارآفرینی را برای تفسیر زیر پا گذاشتند یا به روشنی بیان کردند که کارآفرینی شاید در شکل جدید یا کسب و کار موجود وجود داشته باشد . براساس نظر گارتنر ، کوریلوف و ولوو شکل گیری سازمان جدید یا کسب و کارهای مخاطره پذیر ، هدف نهایی کارآفرینی است . زمانی که فرآیند شکل گیری پایان یابد ، کارآفرینی تیز پایان می یابد . به نظر گارتنر نوآوری ضرورتاً مسئله نیست ، زیرا مرتبط کردن کارآفرینی و نوآوری فقط ابهام را افزایش می دهد ، پژوهشگران دیگری مخالف دیدگاه گارتنر هستند و به روشنی به ارتباط کارآفرینی و نوآوری اذعان دارند و گروهی دیگر آنها رو به جلو حرکت و بیان کردند که کارآفرینی هشدار و تعقیب فرصت هاست .

### تعریف کارآفرینی

صاحب نظران	تعریف
میلر 1983	اقدام شرکت در رابطه با نوآوری بازار- محصول و نوآوری فناورانه
کانتز 1985	خلق ترکیبات نوین
گارتنر 1985-1989	فرآیند خلق سرمایه گذاری مخاطره آمیز جدید، فرآیندی که به وسیله آن سازمان جدیدی به وجود می آید.
شولر 1986	اقدام به خلق و نوآوری محصولات و خدمات جدیدی در درون کسب و کار موجود یا شکل دهی جدید به کسب و کارها
استیونس و جاریلو 1990	فرآیندی که به وسیله آن افراد هم در خود و هم در سازمانی که در آن هستند فرصت ها را بدون توجه به منابعی که هم اکنون در کنترل آنهاست تعقیب می کنند
جونز و بوتلر 1992	فرآیندی که بدان طریق شرکت ها به فرصت ها توجه می کنند و به طور خلاقانه مبادلات بین عوامل تولید را سازماندهی می کنند ، به صورتی که ارزش مازاد خلق شود
کروگر و برایل 1994	تعقیب فرصت ها بدون توجه به منابع موجود
کوریلوف 2000	فرآیند خلق سرمایه گذاری مخاطره آمیز جدید
شین و ونکاترمان 2000	کشف ، خلق و اکتشاف فرصت ها برای ایجاد کالاها و خدمات در آینده
لوو 2001	خلق یک شرکت جدید

استیونسون و جاریلو (1990) رشد کارآفرینی را در سه جریان پژوهشی تقسیم کرده اند : چه اتفاقی می افتد وقتی کارآفرینان اقدام می کنند، آنها چرا و چگونه اقدام می کنند .

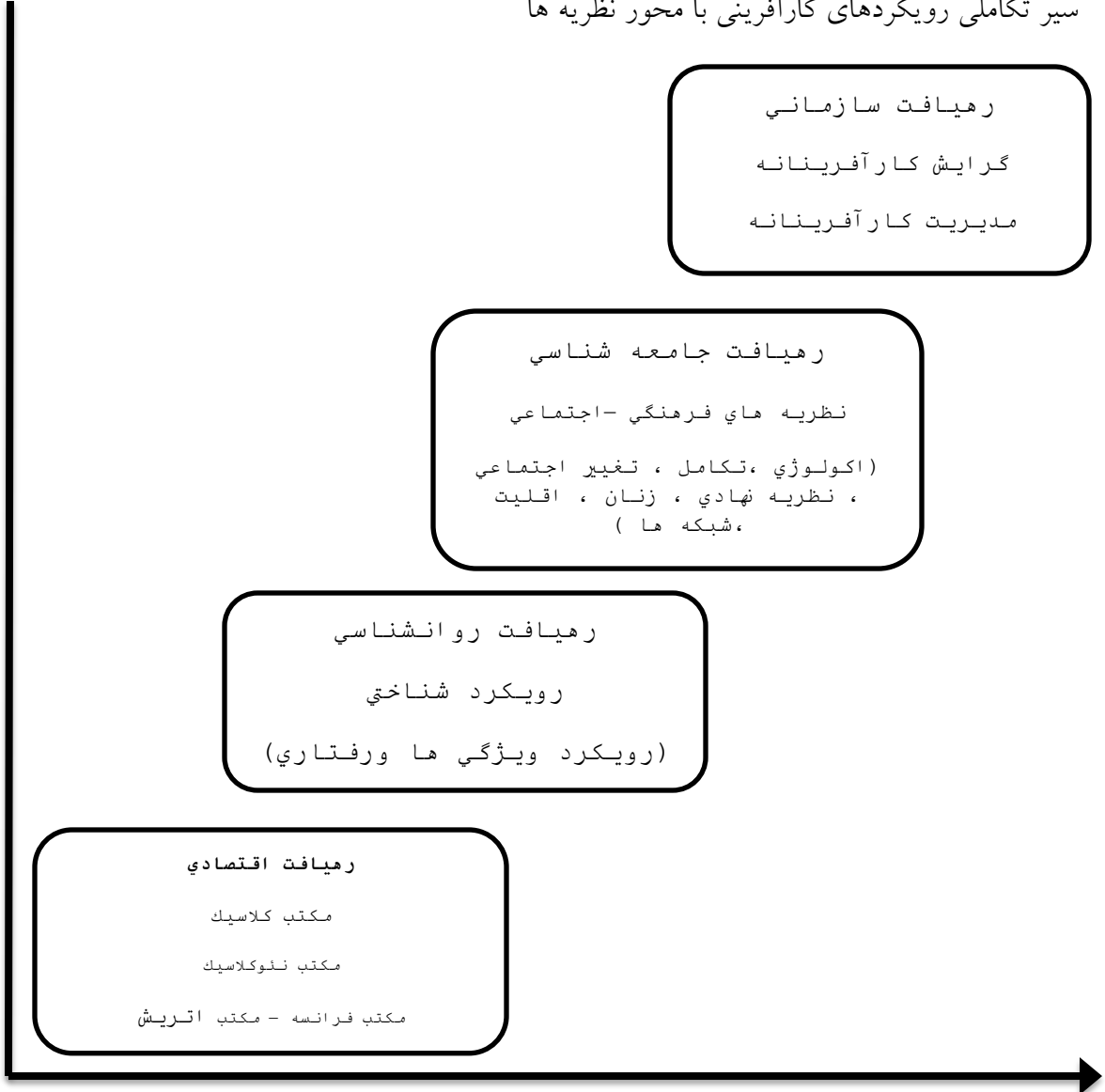
### جریان های اصلی تحقیقات کارآفرینی

خط علمی	دلایل	رفتار(فرآیند )	اثرات
سوال اصلی	چرا	چگونه	چه
رشته پایه	روان شناسی ، جامعه شناسی	مدیریت	اقتصاد
کمک ها	اهمیت فرد و متغیرهای محیطی	تمایز بین کارآفرینان و مدیران	کارآفرینی کارکردی است که منجر به رشد می شود (صرفا اقدام به آغاز کسب و کار نیست )

استیونسون و جاریلو (1990) معتقدند که مطالعات کارآفرینی در سه طبقه اصلی تقسیم می شوند: چه ، چرا و چگونه .جریان نخست برپیامدهای کارآفرینی تاکید دارد که مد نظر اقتصاددانان است .جریان دوم به رویکردهای جامعه شناسی و روانشناسی اشاره دارد که تبیین کننده دلایل اقدام کارآفرینانه است و بر بعد خلق کننده (پیشینه ،ارزش ها وانگیزه ها و...)تاکید دارد . اگر چه این شاخه بر فرد کارآفرین متمرکز است ، اما مترادف رویکرد ویژگی های شخصی است .جریان سوم ویژگی مدیریت کارآفرینانه و فرآیند خلق ،توجه دارد .



سیر تکاملی رویکردهای کارآفرینی با محور نظریه ها



دوره زمانی	تا سال 1737	اوایل دهه 1980	اوایل دهه 1990	1990 به بعد
	کانتیلون	مک کله لند	استاک	کوبین و سلوین
	سی	بروکهاوس	هوسلیتز	زهرا
	مارشال	روتر	پارسونز	کوراتکو و هاجتس
	شومپتر و ...	گارتنر و ...	ماکس وبر و ...	هیسریچ و پیترز و ...

## رہیافت اقتصادی :

کارآفرینی عصر ویایی اقتصاد است . آیزن ہاور (1995) تکامل نظریہ های اقتصادی را با در نظر گرفتن

کارآفرینی خلاصہ کرد . او چہار مکتب اقتصادی مشخص را بررسی کرد :

1- نظریہ های اقتصادی نئو کلاسیک

2- نظریہ های شومپیتری

3- مکتب اتریش

4- نظریہ های ریسک پذیری

## الف) اقتصاد کلاسیک : غفلت از کارآفرینان

نظریہ کلاسیک شامل مفہیمی مانند تجارت آزاد و رقابت است . رقابت در میان صنایع بہ پویایی فعالیت های اقتصادی افزودہ و سبب شدہ است کہ کارآفرینان فرصت های بدیع را کشف کنند . کارآفرین نقش اصلی را در یک محیط و بازار رقابتی ایفا می کنند . کارآفرینان بہ مثابہ ہماہنگ کنندگان بازار ہستند کہ نیروی کار بازار را ہم آموزش می دہند آدام اسمیت ((پدر علم اقتصاد)) است ولی وظیفہ و کارکرد کارآفرینی را نادیدہ گرفته است . اقتصاددانان ((کلاسیک)) بنیان آنچه را کہ بعد ہا انقراض کارآفرین در اقتصاد نئوکلاسیک نامیدہ شد پی ریزی کردند .

## ب) اقتصاد نئو کلاسیک : حذف کارآفرین

در نظریہ های نئوکلاسیک جایی برای کارآفرین وجود ندارد . مدل های نئو کلاسیک تاثیر بسیار زیادی بر روش های پژوهش کنونی بہ ویژہ در اقتصاد خرد و کارآفرینی گذاشتہ اند . در تفسیر معمول مدل نئو کلاسیک ہمہ افراد دارای اطلاعات کامل ہستند و اہداف اقتصادی خود را بہ صورت روشنی بیان می کنند . شرکت ها بستہ های تولیدی با حد اکثر سود را انتخاب می کنند . مصرف کنندگان بستہ های مصرف خود رل بہ گونه ای انتخاب می کنند کہ با فرض بودجہ آنها ، مطلوبیت مورد انتظار آنها را حداکثر می کند . در وضعیت تعادل ، مجموعہ ای از قیمت ها وجود دارد کہ تقاضا برای ہر کالا با عرضه آن کالا برابر است .

نظریه های نئوکلاسیک بحث کارآفرینی را نادیده می گیرند ، زیرا دیدگاه آنها براساس دستیابی به تعادل فعالیت های اقتصادی است . آنچه در دهه 1980 به عنوان روشی برای تجسم فعالیت های تجاری رواج یافته بود ، امکان ظهور دیدگاه های ذهنی تر را در مورد فعالیت های افراد به وجود آورد . عوامل اجتماعی مهم تر شدند که نمایانگر اهمیت عوامل فردی بودند ، کارآفرینان می توانستند قیمت را بپذیرند ، نه اینکه مجبور شوند آن را بپذیرند . برخی نظریه تعادل را برای شناسایی افرادی بکارگرفتند که ترجیح می دهند کارآفرین باشند . در مجموع ، همه اقتصاددان های کلاسیک و نئو کلاسیک به اهمیت اقدامات کارآفرینانه اذعان دارند، اما واژه کارآفرین را در نظریه هایشان به کار نمی گیرند و بنابراین کارآفرین یک واژه پنهان مانده است .

### **پ ( شومپتر : تولد دوباره**

شومپتر نظریه خود را در اثرش با عنوان نظریه توسعه اقتصادی در سال 1911 منتشر کرد که در آن کارآفرین منع همه تغییرات پویا در بازار است . با بکارگیری اصطلاح تخریب خلاق برای اشاره به نقش نو آورانه ای که در بازارها ایفا می کند ، کارآفرین را به عنوان نیروی مخرب و برهم زننده تعادل می بیند و بر کارآفرین و پویایی فرآیندهای رقابتی تاکید داشت او کارآفرین را به عنوان یک پیشرو در نوآوری ، نه فقط یک مقلد در نظر گرفته است . آنچه شومپتر را از سایر اقتصاددان ها متمایز می کند ، در نظر نگرفتن ریسک از ویژگی کارآفرینی است . کارآفرینی به عنوان تبدیل منابع به محصولات پیش بینی نشده است ، زیرا ایده های ترکیب شده به یک مفهوم سازی جدید از کارآفرینی منجر می شود . ((تخریب خلاق)) کارآفرینان ، توازن سیستم را به هم می ریزد.

### **ث) اقتصاد مکتب اتریش : استمرار شومپتر**

اقتصاد دانان اتریشی اعتقاد دارند که رویکردهای تعادلی ، در ارائه چارچوبی نظری برای درک فرایندهای بازار ناکام بوده است . فرض می کنند که بازار ها از افرادی تشکیل شده اند که دارای اطلاعات مختلف هستند .. داشتن اطلاعات منحصر به فرد به افراد اجازه می دهد که فرصت های خاصی را که سایر افراد نمی توانند ببینند را ببینند . خلاصه نظریه های اتریش فرض می کند که 1) افراد نمی توانند همه فرصت های کارآفرینی را

تشخیص دهند، 2) اطلاعات درباره فرصت‌ها تعیین می‌کند که چه کسی کارآفرین باشد، نه اطلاعات درباره ویژگی‌های افراد، 3) این افراد به عوامل دیگری غیر از توانایی و تمایل افراد برای اقدام بستگی دارد.

چارچوب اتریش تبیین‌های متفاوتی درباره کشف، به کارگیری (بهره‌برداری) و سازماندهی فرصت‌های کارآفرینانه نسبت به چارچوب روانشناسی و اقتصاد نئوکلاسیک ارائه می‌کند:

- 1- برخلاف نظریه اقتصاد نئوکلاسیک، اقتصاد اتریشی فرآیند کشف فرصت را به صورت مکانیکی نمی‌بیند.
- 2- برخلاف اقتصاد نئوکلاسیک و نظریه روانشناسی، تبیینی که اقتصاد اتریشی از فرآیند کارآفرینی ارائه می‌کند، به شناسایی افرادی که بیش از دیگران کارآفرین باشند، متکی نیست.
- 3- نظریه‌های اتریش برخلاف نظریه روانشناسی و اقتصاد نئوکلاسیک، بهره‌برداری از فرصت را مد نظر قرار می‌دهد.

4- تبیین چارچوب اتریش از کارآفرین نسبت به چارچوب روانشناسی و اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه اینکه چه کسی کارآفرین است، چگونه تلاش‌های کارآفرینانه در اقتصاد سازماندهی می‌شود و چگونه دولت بر فرآیند کارآفرینی اثر می‌گذارد، کاربردهای متفاوتی دارد.

رهیافت اقتصادی، کارآفرینان را به عنوان شکارچیان فرصت‌های کسب و کار، خالقان کسب و کار و ریسک‌پذیران توسعه اقتصادی می‌بیند. نظریه‌های اقتصادی با تمرکز بر پیامدها (توسعه اقتصادی) به مطالعه کارآفرینی کمک کرده‌اند. رهیافت اقتصادی، عوامل تسهیل‌کننده و محدودکننده فعالیت‌های کارآفرینانه (راه‌اندازی کسب و کار و کسب و کارهای مخاطره‌پذیر) را شناسایی کرده است و در سطح سازمانی نیز بر پیامدهایی نظیر سود، قدرت، موقعیت اجتماعی، رضایت، مشتری‌محوری، فعالیت‌های بازار و راهبرد تأکید دارد.

## ج) نظریه‌های اقتصادی نوین کارآفرینی

کارآفرینی تحت تأثیر رشته‌های مختلف مانند روان‌شناسی، جامعه‌شناسی تاریخ و زیست‌شناسی است در حالی که نظریه‌های اقتصادی کارآفرین، در این دوره چندان مورد توجه قرارنگرفته‌اند. یکی از جامع‌ترین

طبقه بندی ها درباره نظریه های اقتصادی کارآفرین ، کارآفرین هربرت و لینک (1988) است . آنها یک بررسی تاریخی از نقش کارآفرین آن گونه که اقتصاددانان مفهوم سازی کردند را ارائه می کنند. بیش از سه دهه پیش ، پیتر کیلی (1977) از قیاسی استفاده کرد و کارآفرین گریزان را با هیفالومپ مقایسه کرد . مناطق همپوشان بین اقتصاد و کارآفرینی به کانون بررسی نظامندی با عنوان نظریه های اقتصادی کارآفرین منجر شده است .

## رہیافت روان شناسی

روانشناسی سه بعد مرتبط به هم را بررسی می کنند شخص ، فرآیند و انتخاب . شخص که نشان می دهد که واحد تحلیل در پژوهش های روان شناسی ، فرد است . فرآیند ، اهمیت بستر محیطی و ساختاری را یاد آوری می کند ، که بر رفتار انسان اثر می گذارد. انتخاب ، به کنش انسان اشاره دارد که به ساز و کارهای روان شناسی شکل می دهد و از طریق آن نیات شناختی افراد به تصمیم و اقدام تبدیل می شوند. روان شناسی دو رویکرد را برای مطالعه رفتار انسانی ، به ویژه انگیزه ارائه کرده است : رویکرد شناختی و رویکرد غیرشناختی . رویکرد غیر شناختی : توجه اندکی به پویایی های درونی فرد دارد و بیشتر به فکر فرد توجه دارد که تحت تاثیر محرک های خارجی است رویکرد شناختی : تلاش می کند که رفتار افراد را از طریق شخصیت ، پیشینه خانوادگی ، تعلیم و تربیت و جامعه پذیری درک کند . این عوامل بر پویایی های درونی افراد اثر می گذارند و الگوی رفتاری و نگرش افراد تعیین می کند . روانشناسی ، رویکرد شناخت را برای مطالعه شخصیت ریسک پذیر افراد به کار می گیرد تا ماهیت اقدام کارآفرینانه و رفتارهای نوآورانه را درک کند .

## رہیافت جامعه شناختی

در حالی که روان شناسی تحلیل در سطح فردی را به کار می گیرد جامعه شناسی ، تحلیل در سطح سازمانی و جامعه را ارائه می دهد . توشمن و رومانلی (1990) سه دیدگاه سازمانی را خلاصه کرده اند : (1) مدل اکولوژیکی ، (2) مدل انطباق ، (3) مدل تحول . مدل اکولوژیکی : ایده ای انتخاب محیطی را می پذیرد . مدل انتخاب محیطی بیان می کند که هر سازمان تغییرات مستمری را برای انطباق با محیط متغیر ایجاد می کند . مدل انطباق : به بررسی اثر عوامل محیطی بر تغییرات سازمانی می پردازد . فرض بر آن است که که سازمان ها به

تعدیلات تدریجی در برابر محیط متغیر گرایش دارند. مدل تحول : بر اصطلاحات ریشه ای در پاسخ به تغییرات محیطی تاکید دارند . جامعه شناسی کمک های نظری بسیار زیادی به مطالعه کارآفرینی کرده است :

1- جامعه شناسی مطالعه کارآفرینی را به قلمروهای مختلف از جمله کسب و کار ، مدیریت دولتی و سیاست توسعه داده است .

2- جامعه شناسی با تمرکز بر تغییرات سازمانی و نوآوری سازمانی ، محور سازمانی را برای مطالعه کارآفرینی ارائه کرده است .

3- اثر عوامل محیطی را بر تغییرات سازمانی کشف کرد .

4- جامعه شناسی به درک عمیق اثرات ساختار سازمانی و فرهنگ بر رفتار سازمانی کمک کرد .

## رہیافت سازمانی

کارآفرینی در سطح سازمانی هم گرایشات کارآفرینانه و هم مدیریت کارآفرینانه را بررسی می کند. دیدگاه سلزمانی بیانگر کمک نظری رشته های کسب و کار و مدیریت ، نظیر بازاریابی و مدیریت به مطالعه کارآفرینی است . اصطلاح ((گرایش کارآفرینانه )) برای توصیف مجموعه ای سازگار از فعلیت ها و فرآیندهای پویای سازمانی استفاده می شود . سازمان های کارآفرین نسبت به سایر سازمان ها گرایش بیشتری به ریسک پذیری دارند . به علاوه سازمان های کارآفرین فعالانه در جست و جوی فرصت کسب و کار جدید هستند . سازمان های کارآفرین برنوآوری در محصول جدیدتاکید دارند و این سازمان ها دارای تمایل به نوآوری به طور جسورانه و منظم هستند و ریسک قابل توجهی را در راهبردهای بازار محصول خود پذیرا می شوند . ((مدیریت کارآفرینانه )) بر تعقیب و توسعه فرصت تاکید دارد . رشته مدیریت ، کارآفرینی را به عنوان فرآیند سازمانی درک می کند که به نوآوری ،ریسک پذیری و پیشگامی منجر می شود .

بارت و همکاران سه رفتار سازمان های کارآفرین را شناسایی کردند: پیشگامی در آگاهی درباره مشتریان و رقبا ، نوآوری با تخصیص مجددمنابع با تخصیص مجددمنابع با تنظیم پاسخ های راهبردی و پذیرش درجه ای از ریسک و عدم اطمینان . عناصر اصلی فرآیند کارآفرینانه ، محیط متغیر ، تصمیم گیری و تغییر سازمانی است .

کوبین و سلوین (1991) و لامپکین و دس (1996) مفهوم کارآفرینی را به رفتارها و گرایش های سطح شرکت در سازمان های موجود مرتبط کردند . ساختار ، سیستمها و فرهنگ های سازمانی برای بهبود اثر بخشی کارآفرینانه سازمان تغییر می یابند . اثر بخشی کارآفرینانه در سطح سازمان تحت تاثیر عملکرد سازمانی است و عملکرد سازمانی بهترین پیش بینی کننده ابعاد کلیدی اثر بخشی کارآفرینانه است . دیدگاه سازمانی با تمرکز بر مشتری ، تمرکز بر فعالیت بازار و تمرکز بر فعالیت بازار و تمرکز بر راهبرد ، به مطالعه کارآفرینی کمک کرده است . در حقیقت دیدگاه سازمانی اثر گذار ترین قلمرو در مطالعه کارآفرینی است زیرا این دیدگاه دارای مسائلی مشابه کارآفرینی است .

## فصل چهارم:

### کارآفرینی : رهیافت اقتصادی

- کارآفرینی یکی از چالش برانگیزترین موضوعات در تاریخ تحلیل اقتصادی بوده است.

- پژوهش درباره کارآفرینی عمرمی به قدمت تحلیل های اقتصادی دارد.

نظریه های کارآفرینی : مکاتب اقتصادی:

### الف ( مکتب فرانسه:

1- **ریچارد کانتیلون** : اقتصاد دان فرانسوی ایرلندی تبار - کارآفرین را فردی با توان پیش بینی بالا تعریف می کند که تمایل به پذیرش خطرات برای کسب سود دارد. کارآفرین را مسئول تمام مبادلات و گردش اقتصاد قلمداد کرد. کارآفرین کسی است که به دنبال سود است و فردی است که بین عرضه و تقاضا در اقتصاد تعادل برقرار می کند.

وی کارآفرین را به عنوان هسته اصلی بازار می داند . 3 عامل را معرفی کرد: 1- زمین داران ( سرمایه داران)

2- کارآفرینان ( معامله گران) 3- مزد بگیران ( کارگران مزد بگیر)

یکی از راه هایی که کارآفرین کانتیلون از طریق آن اقدام به نوآوری می کند معامله است.

یک فرد معامله گر می تواند ابزار زمان و مکان را از طریق کالاهای کم ارزش به سمت کالاهای با ارزش حرکت دهد.

2- **نیکلاس بائودیو**: معتقد به الویت برتر برای کشاورزی بود . بر اهمیت انرژی ، دانش و توانایی فرد که از

عوامل موفقیت اقتصادی بود تاکید داشت.

مفهوم کارآفرین به عنوان نوآور را ارائه داد یعنی فردی که فنون و ایده های جدیدی را اختراع می کند و آنها را برای کاهش هزینه ها و به همین نحو افزایش سود به کار میگیرد. ایده ای که ما آن را فرایند نوآوری می نامیم. نظریه کارآفرینی بائودو رویداد اقتصادی را به 2 دسته تقسیم می کند. : 1- رویدادهای اقتصادی که تحت کنترل بشر هستند 2- رویدادهایی که خارج از کنترل بشر هستند.

### 3- آن رابرت ژاک تارگوت : کارآفرین یعنی مالک - سرمایه دار.

سرمایه محرک بازار است و تامین کننده سرمایه کسی است که کارگران را به کار می گیرد. نظریه سرمایه ، پس انداز و بهره را ارائه کرد . نظریه پول و ارزش را بیان کرد . مالک سرمایه میتواند پولش را قرض بدهد و فقط یک سرمایه دار باشد. یا تصمیم بخرد زمین برای اجاره بگیرد و یک زمین دار باشد و یا تصمیم به خرید کالا برای راه اندازی یک کسب و کار بگیرد و به طور خودکار یک کارآفرین باشد. در مفهوم تارگوت از کارآفرین ، اهمیت سرمایه بر نقش کارآفرینانه غالب است. کارآفرین : کارآفرین ، سرمایه داری است که به دنبال کسب سود از سرمایه به کار گرفته شده و به دست آوردن پاداش برای نیروی انسانی است.

### 4- ژان باتیست سی : کارآفرین هماهنگ کننده تولید

در رساله خود با عنوان " اقتصاد سیاسی ، تولید ، توزیع و مصرف ثروت " بیان داشت که کارآفرین نقش هماهنگ کننده را در تولید و توزیع بازی می کند. واژه کارآفرین را ماجراجو تعریف می کند. سی ، سه عامل : 1- سرمایه 2- صفت انسانی 3- عوامل طبیعی را از عوامل اساسی تولید می داند. سرمایه همان سرمایه واقعی و پولی است.

عوامل طبیعی: شامل کل طبیعت و قوانین حاکم بر آن است.

صفت انسانی شامل : فیلسوفان ، کارگران، کارآفرینان است.

قبل از اینکه محصول نهایی تولید شود قوانین و رفتار طبیعت باید مطالعه شود . یعنی بخش کاربردی صفت انسانی تولید دانش فناورانه لازم برای تولید کالای قابل معامله است .

گام بعدی راه اندازی و هماهنگ کردن فرایند تولید است که در مرحله بعدی توسط کارگر قابل اجراست.



تولید دانش توسط فیلسوف صورت می گیرد که به شرح نظریه می پردازد . کارآفرین کل فرایند تولید را هماهنگ می کند و کاربرد آن را تبیین می کند و در نهایت توسط کارگر اجرا می شود. سی نخستین اقتصاد دانی بود که بر نقش مدیریتی کارآفرین تاکید داشت. 3 صفت : صنعت کشاورزی ، صنعت تولیدی ، صنعت تجاری ارزش ایجاد می کنند.

### **(ب) مکتب کلاسیک:**

مکتب کلاسیک کارآفرین را نادیده گرفته است. اگرچه اقتصاد دانان کلاسیک بریتانیایی به نقش کارآفرین توجه کردند اما به صراحت نظریه ای درباره کارآفرینی ارائه نکردند.

**1- جرمی بنتهام :** پیرو مکتب فرانسه بود. اسمیت و بنتهام تاکید بر لیبرالیسم اقتصادی دارند. در اثرش با عنوان دفاع از رباخواری به تفصیل نشان داد که چگونه قوانین ضد ربا میزان سرمایه قرض داده و قرض گرفته شده را محدود می کند و چگونه چنین قوانینی ، پول خارجی را از بازارهای سرمایه داخلی خارج می کند. در مجموع بنتهام بر خلاف مربی خود اسمیت، مفهوم کارآفرین را مفهوم سازی کرد. اگرچه او هرگز اصطلاح کارآفرین را استفاده نکرده است ، اما آن را پروژکتور نامیده است. وی پروژکتور را به عنوان یک عامل اقتصادی معمولی می دید و چشم انداز قهرمانانه ( کارآفرین به عنوان فردی نوآور) شومپیتر را پیش بینی کرد.

### **کلاسیک ها و مکتب تاریخی آلمان :**

**1- جان هیسریچ ون تونن:** به دلیل نظریه مکان یابی مشهور شده است. به وضوح تفاوت بین مدیریت و کارآفرینی را مشخص کرده است. وی کارآفرین را از یکسو به عنوان عامل ریسک و از سوی دیگر به عنوان نوآور توصیف می کند . 2 عنصر کسب درآمد کارآفرینانه وجود دارد: بازده ریسک کارآفرینانه و بازده نبوغ که مجموع این دو ، سود کسب و کار را تشکیل می دهد.

**2- گوستاو اشمولر:** اقتصاددانان باید انگیزه انسانی و تمایلات رفتاری انسان را بوسیله اطلاعات واقعی روانشناسی بررسی می کنند. وی کارآفرین را به عنوان یک هماهنگ کننده ، مدیر و مبتکر معرفی می کند . وی در نظریه کارآفرینی اتریش جای می گیرد.

کارآفرین اشمولر سازمان دهنده ، خلاق و مدیری است که نقش نوآوری و شروع پروژه های جدید را بر عهده می گیرد. وی برای کسب درآمد عوامل تولید را برای عملکرد ( محصولات جدید یا روش های جدید تولید) ترکیب می کند.

### 3- ورنر سومبارت و ماکس وبر:

سومبارت کارآفرین اشمولر را با شخصیت و توانایی استخراج حداکثر بهره وری از افراد درگیر در فرایند های تولیدی ترکیب می کند. وی نشان داد که کارآفرین چه در قالب سرمایه گذار ، تولید کننده یا تاجر ، فردی است که سود حداکثر کند. فرایند بر هم زدن تعادل به طور خاص توسط وبر تاکید شد. ویژگی های مهم کارآفرین وبر ، الزامات مذهبی او هستند که اخلاق پروتستان نامیده می شود. نظریه وبر به همان اندازه که جامعه شناسی است اقتصادی نیز می باشد.

### ث) تولد مکتب نئوکلاسیک:

اقتصاددانانی مثل جینوس ، والر اس و منگر از بنیان گذاران مکتب نئوکلاسیک هستند (روانشناسی نئوکلاسیک)

1- **آلفرد مارشال:** اصول اقتصاد - نظریه مارشال نسبت به سایر نظریه های نئوکلاسیک ، نقش غالب تری برای کارآفرین قائل است.

- مارشال بر رابطه همکارانانه بین سرمایه و نیروی کار بر اساس اصل مشارکت تاکید دارد. تولید کنندگان به روش های مختلف با عدم اطمینان مواجه هستند:

1- برآورد الگوی ترجیحات مصرف کنندگان و فناوری های موجود برای تامین آنها

2- پیش بینی اقدامات رقبا

3- توسعه تکنیک هایی برای پاسخ به تغییر در ترجیحات مصرف کنندگان برای ظهور فناوری ها با شرکت های جدید .

توانایی کلی ابتدا به پیشینه خانوادگی ، تحصیلات و توانایی درون فردی بستگی دارد. دوم کارآفرین موفق نیازمند توانایی های خاص و تخصص ( نظیر دانش ، تجارت ، داد و ستد و...) و سوم کارآفرین در انجام نقش خود به عنوان یک کارفرما ، باید ذاتا یک رهبر باشد.

به طور خلاصه مارشال تلاش کرد که پیشرفت های اقتصادی را مشابه اقتصاددانان مکتب اتریش در قالب پیشرفت های کوچک بی شمار در بهره وری و میزان کیفیت محصولات موجود توضیح دهد. در نظریه مارشال بر خلاف تحلیل شومپیتر، پیشرفت به مرد بزرگ بستگی ندارد بلکه به تعداد زیاد افراد بستگی دارد.

مارشال واژه کارآفرین را نادیده می گیرد.

## 2- کیل استروم و لافونت:

نظریه های تعادل کارآفرینی را ارائه کردند. فرض می کند که بازار ترکیبی از عناصر حداکثر کننده است که تصمیم های جمعی در بازار را اتخاذ می کنند.

در چاقوب تعادل، هیچ فردی نمی تواند عدم تعادلی را کشف کند، زیرا در هر لحظه از زمان همه فرصت ها تشخیص داده می شوند و تمام تعاملات به طور کامل هماهنگ می شوند.

مدل کیل استروم و لافونت یادآوری می کند که افرادی که بیشتر پذیرای عدم اطمینان هستند، کارآفرین شدن را انتخاب و افرادی که کمتر پذیرای عدم اطمینان هستند (کارمند شدن) را انتخاب می کنند.

در مجموع، نظریه های تعادل فرض می کند که: 1- هر فردی میتواند همه فرصت های کارآفرینانه را تشخیص دهد. 2- ویژگی های اصلی افراد، در مقابل اطلاعات درباره فرصت ها تعیین می کند که چه کسی کارآفرین باشد.

## 3- نظریه تعادل بازار هایک:

از نظر هایک خدمات کارآفرین شامل: 1- ترکیب ابزار و منابع تولید

2- بر عهده گرفتن وظایف کارآفرینانه از جمله برنامه ریزی، زمانبندی فعالیت ها و تصمیم گیری

3- تضمین نرخ ثابت درآمد و سود و بهره که به عنوان اجرتی به کارآفرین در قبال خدماتش خواهد رسید.

نظریه تعادل بازار با این نکات نشان داده می شود:

- فرض تعادل کامل

- اکتساب و ابلاغ دانش

- بازار به عنوان وسیله ارتباطی

## ج) مکتب اتریش:

مکتب اتریش ، دستاوردهای بزرگ رو به جلویی در اقتصاد نئوکلاسیک داشت. کارل منگر آغازگر مکتب اتریش است. کرزنر بیان می کند که اتریشی ها ، بازار را به عنوان یک فرایند می بینند که به سوی تعادل گرایش دارد. اما هیچ گاه به طور کامل به تعادل نمی رسد.

### 1- کارل منگر :

از بنیان گذاران مکتب اتریش است.

- ارزش تنها بعد از اینکه مطلوبیت حاصل می شود ، به وجود می آید . منگر به بعد مصرف کننده تاکید دارد . ارزش ذهنی از مطلوبیتی که مصرف کنندگان از مصرف یک کالای خاص به دست می آورند ناشی می شود. تنها زمانی چیزی مفید است یا به چیز مفید تبدیل می شود که نیاز های مصرف کننده را برآورده کند. - به اعتقاد وی ، ارزش بستگی به شرایط زیر دارد:

1- باید یک نیاز انسانی وجود داشته باشد

2- چیزی ، یعنی ارضای نیاز باید دارای خواصی باشد که افراد را برای شکل دادن به یک ارتباط علی بین کالا و رضایت قادر کند.

3- فرد باید این ارتباط را بداند

4- فرد باید به چیزی دسترسی داشته باشد و قادر به هدایت آن برای ارضای نیاز باشد.

\* برآورده کردن نیازهای انسانی دارای 2 تعیین کننده است: 1- فرد 2- وضعیت دنیای خارجی کنش انسان عنصری پویا در اقتصاد اتریشی است.

### 2- لودویگ الدر فون میزس:

هدف او تعقیب علم قیاسی برای ارائه حقیقت بود. میزس با دیدگاه اثبات گرایی بنیادی مخالف است. به نظر او اقتصاد یک علم ساخته شده بر اساس منطق و ریاضیات و در عین حال دربردارنده جنبه های نهادی است.

میزس کارآفرین را به عنوان مالک - سرمایه دارد می بیند و بر اساس اینکه چه کسی مسئول زیان به بار آمده است ، کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می کند.

### 3- شومپیتر: نظریه توسعه اقتصادی:

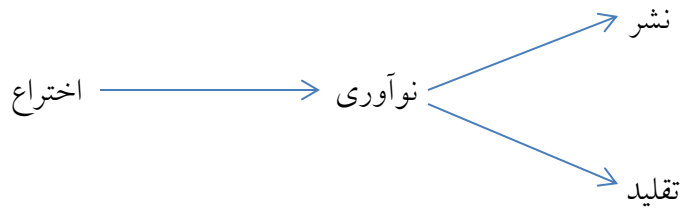
افکار شومپیتر به طور کامل جدید نیست ، اما او موفق به جمع آوری ایده های متعدد برای ایجاد رویکرد جایگزین برای تحلیل اقتصادی شد.

شومپیتر برای توصیف سهم کارآفرین در اقتصاد ، نظریه خود را با یک دنیای متضاد آغاز می کند و اشاره می کند که دنیا بدون کارآفرین ، گردش دایره وار است.

در دنیای ایستا هر روز تکرار روز قبل است.

شومپیتر برای رسیدن به تعادل پیشنهاد می کند که تصمیم ها و اقدامات عاملان اقتصادی باید به شیوه ای یکسان هرچه بیشتر تکرار شود، به صورتی که در نهایت کل طرح های عاملان ، به تعادل ختم شود. این نتیجه را شومپیتر وضعیتی ایستا می نامد.

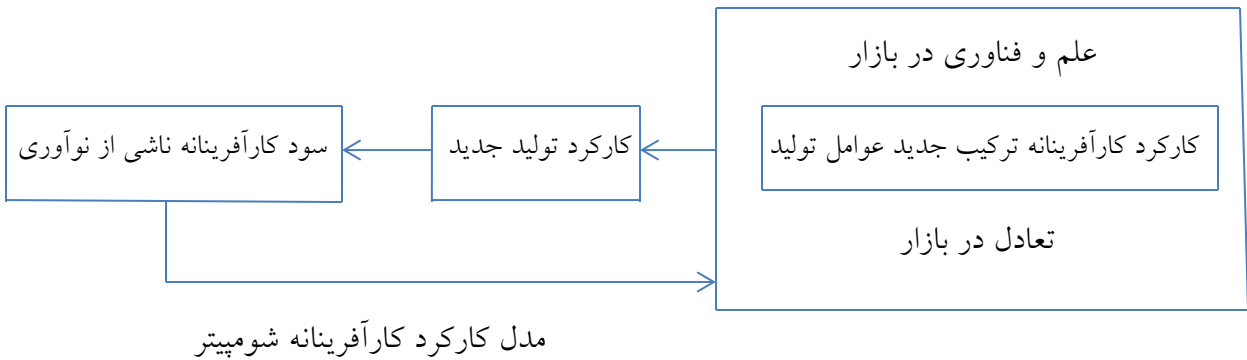
شومپیتر طرفدار یک نظام پویاست. نظامی که تابع تغییر درون زاست.



فرایند نوآوری در نظریه شومپیتر

مفهوم ترکیب جدید که به نوآوری منجر می شود 5 مورد زیر است.

- 1- معرفی کالاهای جدید با کیفیت بهتر
- 2- معرفی روش تولید جدید
- 3- گشایش بازار جدید
- 4- دستیابی به منبع جدید عرضه مواد خام یا کالاهای نیم ساخته
- 5- راه اندازی سازمان جدید.



نظریه کارآفرینی شومپیتر دارای ویژگی های زیر است:

- 1- تمایز بین اختراع و نوآوری
- 2- تاکید بر کارکردهای کارآفرینانه
- 3- ارائه وضعیت عدم تعادل از طریق فعالیت کارآفرینانه
- 4- کارآفرینی در ارتباط با 3 جفت متضاد مرتبط به هم
- 5- محرک های بارز رفتار کارآفرینانه
- 6- رویای کارآفرینی و دستیابی به یک قمر و خصوصی

### نقد و بررسی نظریه کارآفرینی شومپیتر:

- 1- این نظریه دامنه گرایش به کارآفرینی را توسعه داده است.
- 2- کارآفرین شومپیتر نمایانگر اقدام جسورانه یا ویژگی های نوآورانه و تحقیق و توسعه است.
- 3- نظریه کارآفرینی شومپیتر تاکید بسیار زیادی بر نوآوری دارد.
- 4- کارآفرینان شومپیتر بازرگانان در مقیاس بزرگ هستند که فناوری و روش های تولید جدیدی را معرفی می کنند.
- 5- به اعتقاد وی یک فرد تنها زمانی کارآفرین به حساب می آید که به دنبال ترکیبات جدیدی باشد که به تولید کالاهای جدید و نوآوری منجر شود.
- 6- شومپیتر تمام مسئولیت نوآوری را بر دوش مرد بزرگ می گذارد. بر خلاف مارشال در تجزیه و تحلیل شومپیتر، پیشرفت به مرد بزرگ بستگی دارد و بر اساس تعریف کارآفرین به عنوان یک مبتکر، رهبر اجتماعی و اقتصادی و یک انحصار طلب است.

7- درباره کسانی که تلاش کرده اند اما موفق نبوده اند چه می توان گفت؟  
به هر حال با وجود انتقادات بالا نظریه شومپیتر به عنوان یکی از بهترین نظریه ها در تاریخ توسعه اندیشه کارآفرینی است.

#### 4- نظریه سود فرانک نایت :

ریسک ، عدم اطمینان و سود.

نایت به صراحت بیان می کند که کارآفرینان ، صاحبان شرکت ها هستند و بنابراین سود را دریافت می کنند. به منظور کسب سود کارآفرین 3 وظیفه را انجام می دهد: 1- آغاز تغییرات یا نوآوری  
2- خود را با تغییرات در محیط اقتصادی سازگار می کند  
3- عواقب عدم اطمینان مربوط به شرکت را می پذیرد  
کارآفرین موفق نه تنها نیازمند توانایی کارآفرینانه است ، بلکه به خوش شانسی و اعتقاد به شانس خوب نیز نیاز دارد. ویژگی های نظریه نایت شامل موارد زیر است: 1- سود خالص 2- وضعیت عدم اطمینان 3- ظرفیت ریسک پذیری 4- تضمین مجموعه ای خاص 5- شناسایی عوامل اقتصادی - اجتماعی و روانشناسی 6- استفاده از فن تلفیق برای کاهش عدم اطمینان کسب و کار 7- اعتماد به نفس

#### 5- نظریه اصلاح ( تعدیل ) قیمت کرزنر:

بر اساس نظر کرزنر بهبود در روش تولید یا تغییر در ترجیحات ، ابتدا به تغییر ( عدم تعادل ) در بازاری منجر می شود که در آن تعادل وجود دارد. اگر تعادل در بازار وجود دارد ، چیزی برای انجام توسط کارآفرین وجود ندارد و مبادله ای صورت نمی گیرد و فرصت های سود نیز وجود ندارد.  
به اعتقاد وی عنصر اساسی کارآفرینی تنها داشتن اطلاعات نیست بلکه هوشیاری نسبت به اهمیت اطلاعات است.

\* کارآفرینی هوشیاری نسبت به فرصت های جدید است و کارآفرینی توالی عملکردهای نوآورانه است که به دنبال کشف فرصت ها صورت می پذیرد. ( خلاصه معانی کارآفرینی از نظر کرزنر جدول ص 150 مطالعه شود )

\* نظریه تعدیل قیمت دارای ویژگی های زیر است:

1- تعدیل قیمت: اگر قیمت های مختلفی در بازار شایع شود، فرصتی برای معامله سودآور بین 2 بخش بازار به وجود می آید. بنابراین نقش اصلی کارآفرین اصلاح قیمت است.

2- آمادگی برای عدم تعادل: به اعتقاد کرزنر، کارآفرین با داشتن قدرت پیش بینی برتر نسبت به عدم تعادل آگاهی دارد. این هوشیاری، کارآفرین را قادر می کند تا با تغییر قیمت هر بازار مداخله کند.

3- فرایند کشف کارآفرینانه: منجر به گرایش به یک قیمت در بازار می شود.  
شومپیتر = فردی خلاق و تخریب کننده خلاق

### تعریف کارآفرین

کرزنر = متعادل کننده و هوشیار به فرصت های بازار

## 6- نظریه مارک کاسون:

نظریه کارآفرینی کاسون به بررسی رفتار کارکردی کارآفرینی و ویژگی هایی می پردازد که برای موفقیت او ضروری است.

- کار آفرین فردی است که در تصمیم های قضاوتی در مورد هماهنگی منابع کمیابی دارای تخصص است.

نظریه کاسون دربردارنده ویژگی های زیر است:

1- رابطه عرضه و تقاضا

2- شناسایی ویژگی های کارآفرین

این نظریه نشان می دهد که در ایجاد کارآفرینی موفق موارد زیر باید رعایت شود:

1- تقاضا برای کارآفرین باید به موازات تغییر نیاز طی زمان تعدیل و تطبیق داده شود

2- ویژگی های ناقص غیر موثر کارآفرین باید با توجه به شخص بهبود داده شود.

## 7- تئودور شولتز:

نظریه کارآفرینی خود را بر اساس تصور خود از سرمایه انسانی ارائه داده است.

شولتز از مفهوم استاندارد کارآفرین و طرز عمل کارآفرینان در چهار عرصه زیر انتقاد کرده است:

1- این مفهوم به تجار محدود است.

2- اختلاف بین توانایی های به کار گرفته شده توسط کارآفرینان در نظر گرفته نمی شود



3- عرضه کارآفرینی ، یک منبع کمیاب پنداشته نمی شود.

4- در نظریه تعامل عمومی ، نیاز به کارآفرینی احساس نمی شود.

شولتز از نظریه تعادل در تحلیل اقتصادی به شرح زیر دفاع کرد:

- نقش این توانایی های خاص بین کارآفرینی را نمی توان تحلیل کرد، مگر اینکه الگوهای تعادل ساز ارائه شوند . بر اساس چنین مدل معینی ، نقش کارآفرینی گسترش زیادی خواهد یافت و عرضه توانایی کارآفرینانه یک منبع کمیاب پنداشته خواهد شد.

### **8- نظریه پاپانیک و هریس:**

به اعتقاد این دو اقتصاددان ، مشوق های اقتصادی از جمله عواملی هستند که ابتکارات کارآفرینانه را تشویق می کنند. ویژگی های اصلی نظریه پاپانیک و هریس به شرح زیر است:

1- مشوق های اقتصادی

2- ارتباط بین دستاوردهای اقتصادی و میل درونی

3- سود اقتصادی - شرط کافی - نظریه کارآفرینی

### **(ح) مکتب هاروارد:**

مکتب هاروارد معتقد بود که کارآفرینی در بردارنده هر نوع فعالیت آگاهانه است که به راه اندازی ، حفظ و رشد یک موسسه سود محور به منظور تولید یا توزیع کالاها و خدمات اقتصادی می انجامد. نکات زیر از جمله ویژگی های نظریه مکتب هاروارد است:

1- نیروی داخلی 2- نیروی خارجی

نظریه هاروارد بر دو نوع فعالیت کارآفرینانه تاکید دارد:

1- کارکرد های کارآفرینانه مثل سازماندهی و هماهنگ کردن منابع برای ایجاد موسسات فعال

2- پاسخ گویی به شرایط محیطی که تصمیم گیری را تحت تاثیر قرار می دهند.

### **فصل پنجم:**

### **کارآفرینی رهیافت روان شناسی:**

چون تعریف مشخصی از کارآفرینی وجود ندارد چندین رویکرد مشخص شدند: 1- رویکرد ویژگی ها که بر

شخصیت کارآفرین تاکید دارد

2- رویکرد رفتاری که بر فعالیت کارآفرینان تاکید دارد.

اینها نشان می دهند که ویژگی های روانشناسی بر کارآفرین شدن افراد جامعه اثر دارند.

### **الف) نظریه های خصیصه :**

سوال اصلی = چرا یک فرد می تواند کسب و کاری را راه بیاندازد و دیگری در همان شرایط نمی تواند؟  
چون فرد کارآفرین دارای ویژگی ها و خصایص درونی است. و فرد و ویژگی هایش اساس این رویکرد هستند.

دو مکتب در این زمینه وجود دارد: 1- مرد بزرگ 2- ویژگی های روان شناسانه

مرد بزرگ به این می پردازد که افراد بزرگی مثل هنری فورد دارای توانایی شهودی برای شناخت فرصت ها و اتخاذ تصمیم های مناسب هستند.

رویکرد ویژگی ها تنها به فرد کارآفرین توجه دارد و نیم رخ روان شناسانه را مطرح کرده که بیانگر مجموعه ای از ویژگی هایی است که یک کارآفرین باید داشته باشد. این رویکرد به کارآفرین به عنوان " گوشت و خون " فردی تمرکز دارند که کسب و کار را ایجاد می کند و معتقد است که کارآفرینان با غیر کارآفرینان تفاوت دارند. نظریه صفات روانی بر اساس دو فرض تشکیل شده است:

اول اینکه کارآفرین تصمیم گیرنده برای شرکت جدید و دارای مشخصات روانی متفاوت از سایر افراد است.

دوم اینکه کارآفرین موفق دارای مشخصات روانی متفاوت از کارآفرینان کمتر موفق است.

نظریه های روانشناسی بر ویژگی های افراد تاکید دارند و پژوهش های آنها صفات زیر را برای کارآفرینان مهم ترین دانسته اند:

- 1- نیاز به استقلال
- 2- نیاز به موفقیت
- 3- کانون کنترل مرکزی
- 4- تمایل به خطر کردن
- 5- فرد ناراضی یا حاشیه ای
- 6- شهود
- 7- تحمل ابهام

بولتن و همکارانش عوامل شخصیتی زیر را بر شمرده اند: 1- انگیزش و احساس = انگیزش و احساس از نظر روانشناسان با هم در ارتباطند

2- بحث متولد شدن یا ساخته شدن = روانشناسان معتقدند که ژنتیک جزئی از شخصیت را شکل می دهد و

عوامل محیطی باقی آن را شکل می دهند اما سایر محققان به این نتیجه رسیدند که عوامل محیطی کارآفرینان را می سازد. پس کارآفرین ساخته میشود نه اینکه متولد شود.

به اعتقاد دراکر = کارآفرینی مانند نوآوری ، یک رشته با مجموعه ای منحصر به فرد از قوانین است که می تواند یادگرفته شود.

اما بولتن و تامپسون می گویند که کارآفرین ها هم متولد و هم ساخته می شوند.

3- ویژگی های رفتاری = بولتون و تامپسون 8 ویژگی رفتاری غالب را برای کارآفرینان ارائه کرده اند:

1- عزم راسخ و پشتکار

2- نیاز به موفقیت

3- ابتکار

4- مسئولیت پذیری

5- گرایش به اهداف روشن

6- خلاقیت

7- صداقت و درستی

8- استقلال

12 ویژگی کارآفرینان موفق عبارتند از :

1- شوق کسب و کار 2- استقامت با وجود شکست 3- اعتماد و اطمینان 4- خودمختاری یا داشتن

کانون کنترل درونی ( کارآفرینان قربانی سرنوشت نیستند ) 5- مدیریت ریسک = تا جایی که ممکن است

ریسک را به حداقل رساندن 6- تغییرات را به عنوان فرصت می بینند 7- تحمل ابهام 8- قوه ابتکار و

نیاز به موفقیت 9- کمال گرایی 10- درک گذر زمان 11- خلاقیت 12- توانایی دیدن تصاویر بزرگ

= مردم تنها اجزای تصاویر را می بینند ولی کارآفرین به کل می نگرد.

4- ویژگی های شخصیتی = نظریه های ارائه شده با محور ویژگی های شخصیتی در زمینه ویژگی های

کارآفرینان:

1- نظریه مک کله لند:

او کارآفرین را کسی می داند که روی ابزارهای تولید و محصولات اعمال کنترل می کند و بیشتر از آنچه مصرف می کند ، درآمد فردی کسب می کند. این نظریه بیان می کند که افراد بوسیله 3 نیاز اصلی برانگیخته می شوند: 1- نیاز به موفقیت 2- نیاز به قدرت 3- نیاز به تعلق ( یعنی برقراری روابط گرم با سایر افراد)

1- نیاز به موفقیت = تمایل به انجام درست کار است به دلیل احساس درونی ناشی از موفقیت شخصی . این افراد اعتماد به نفس بالایی دارند و به شناسا اعتقاد ندارند. به شیوه ای عالی عمل می کنند و به پول به عنوان شاخص دستیابی به موفقیت نگاه می کنند.

2- نیاز به قدرت = این افراد به جایگاه و اقتدار اعتقاد دارند و به دنبال رهبری ، تعلیم و تربیت یا امور هنری هستند.

3- نیاز به تعلق = به دنبال حمایت اجتماعی و دوستی هستند تا تصمیم گیری. دیگران را دوست دارند. به عقیده مک کله لند دو ویژگی مهم کارآفرینی بر رفتار اقتصادی کارآفرین اثر می گذارد : 1- انجام کارها به شیوه ای جدید و برتر 2- تصمیم گیری در شرایط عدم اطمینان

عوامل روان شناسی برای انگیزش کارآفرین : 1- نیاز به موفقیت از طریق ارزشیابی عملکرد 2- هدف گذاری و حل مسئله 3- تمایل قوی به پذیرش ریسک و... ادامه موارد در ص 174

انگیزه درونی به عنوان محرک اصلی : به عقیده مک کله لند این انگیزه ها به پذیرش ریسک و پیدا کردن فرصت ها در شرایط عدم اطمینان کمک می کنند.

فقدان جاه طلبی در کشورهای کمتر توسعه یافته : به منظور دستیابی به توسعه اقتصادی وجود حس جاه طلبی در افراد امری ضروری است.

پس بر اساس نظریه مک کله لند عامل اصلی حیات در توسعه کارآفرینی است. که این امر به نوبه خود به تسریع اقتصادی می انجامد.

آزمایشات مک کله لند نشان می دهد که بالا بودن میل به پیشرفت سبب می شود که افراد جوان ، کارآفرین بودن را انتخاب کنند.

به عقیده وی نیاز به موفقیت را می توان توسعه داد و تقویت کرد.

## 2- نظریه کوزنر:

کوزنر معتقد به هوشیاری یا توانایی های شخصی کارآفرین برای شناسایی فرصت های کسب و کار است.

چارچوب روانشناسانه کرزنر بر تصمیم به بهره برداری از فرصت ها تاکید دارد تا بر کشف فرصت ها.

نظریه کارآفرین کرزنر 2 رویکرد را دنبال می کند: 1- ویژگی های اساسی افراد و نه اطلاعات درباره فرصت هاست که تعیین می کند که چه کسی کارآفرین باشد

2- این فرایند به توانایی و تمایل افراد برای عمل بستگی دارد.

کرزنر به توانایی درک فرصت ها در محیط تاکید می کند که کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می کند برای کرزنر کارآفرین فردی است که نسبت به فرصت های کسب و کار که توسط دیگران شناسایی نشده، هوشیار است.

او معتقد است که بازار ناقص و در عدم تعادل است و به همین دلیل فرصت هایی وجود دارند که کارآفرینان از طریق رفتار خود بازار را به سمت تعادل هدایت می کند.

### **3- نظریه روان پوشی شخصیت کارآفرینانه کتز و وریس:**

این نظریه رفتار کارآفرینانه را به عنوان پیامد تجربیات دوران کودکی می داند و معمولاً بر پیشینه خانوادگی ناگوار متمرکز است.

### **4- نظریه دوراند:**

او پیرو مک کله لند اثرات موفقیت و آموزش مهارت بر رفتار کارآفرینانه تاجران سیاه پوست را بررسی کرد و نتایج نشان داد که موفقیت، کانون کنترل درونی و آموزش از ویژگی های کارآفرینانه است.

### **5- واینر و روبین:**

نتایج تحقیقات آنها نیز نشان داد که نیاز بالای کارآفرینان به موفقیت و نیاز متوسط آنها به قدرت با عملکرد آنها ارتباط دارد.

### **6- جولیان راتر:**

به زعم وی هر فردی نتایج واقعه را در محدوده کنترل و درک خود تصور می کند. او دو دسته کانون کنترل را به صورت زیر تعریف کرد: وقتی عامل یا فاعل، کاری را مقدمه عمل خود نمی بیند معمولاً نتیجه شانس است یا به عبارتی در کنترل دیگران است و باور او را، باور به کنترل خارجی می نامیم اما اگر کسی باور داشته باشد که کاری متکی به رفتار اوست می گوئیم باور به کنترل داخلی دارد.

جولیان راتر معتقد بود که انگیزه پیشرفت با عقیده به کنترل داخلی ارتباط دارد.

### **7- بورلند:**

نتایج تحقیقات بورلند بر دانشجویان دانشگاه تگزاس نشان داد که بین کانون کنترل و انگیزه موفقیت تعاملی وجود دارد

### **8- رابرت بروکهاوس:**

وی در تحقیقاتش به این نتیجه رسید که کانون کنترل درونی پیش بینی کننده خوبی برای نیت کارآفرینانه است. و همچنین اینکه ریسک پذیری مشخصه بارز کارآفرینان نیست بلکه آنها دارای گرایش متوسط به ریسک پذیری هستند.

### **9- هال ، بوسلی و اودل:**

آنها کارآفرین را به صورت زیر تعریف می کنند = فردی که فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت می کند و برای کسب سود ، مخاطره ی آن را می پذیرد . و البته شامل افرادی است که فعالیتی را به ارث می برند یا می خرند و قصد توسعه و گسترش آن را دارند.

به زعم پژوهش های آنها نشان داده شد که موفقیت و کانون کنترل درونی در تشخیص احتمال بالا یا پایین بودن راه اندازی کسب و کار در سه سال آینده چندان مفید نیستند . و مقیاس ریسک و اخلاقیت ، تعیین کننده های بهتری هستند.

نتایج مطالعه دانشگاه ارگان و ویژگی های شخصی زیر را در شناسایی انواع کارآفرین نشان داد: 1- توجیحات وظیفه و سازه های شخصی شامل اخلاقیت، ریسک و انعطاف پذیری ، تحمل شکست ، مقاومت در برابر رویه های عملیاتی استاندارد یعنی رهبری

### **10- احمد:**

نتایج تحقیقات او نشان داد که کارآفرینان دارای نیاز به موفقیت ، کانون کنترل و ریسک پذیری بالاتر از غیر کارآفرینان هستند.

### **11- ولس و یانگ:**

در نتیجه کارهای آنها ویژگی های زیر به عنوان ویژگی های مالکان کسب و کار عنوان شد:

1- کانون کنترل 2- ماکیاولیس 3- احترام به خود 4- ریسک پذیری 5- باز بودن برای نوآوری 6- عدم انعطاف 7- مقررات و خوش بینی اقتصادی

### **12- بیگلی و بویاد:**

نتایج کار آنان نشان می دهد که سه ویژگی نیاز به موفقیت، گرایش به ریسک و تحمل ابهام نماد شخصیت کارآفرینانه هستند.

در واقع نتایج نشان داد که ویژگی های روان شناسی با عملکرد شرکت تا نقطه معینی رابطه دارد. در میان موسسان ، گرایش متوسط به ریسک با افزایش نسبت بازگشت سرمایه گذاری مرتبط است پس زمانی که ریسک بالا است ، نرخ بازگشت در سرمایه گذاری کاهش می یابد

### **13- مسکون و مونتاناری:**

از نظر آنان کارآفرینان به عنوان بنیان گذاران کسب و کار جدید تعریف می شوند.

نتایج تحقیقات آنان نشانگر ویژگی های زیر برای کارآفرینان مستقل و فرانشیز بود: 1- نیاز به موفقیت 2- استقلال 3- تسلط 4- صبر و پایداری 5- نظم

### **14- هورنادی و بونکر:**

نتایج کارهای آنها نشان داد که کارآفرینان موفق نیاز به موفقیت ، هوش ، خلاقیت ، سطح انرژی ، پیشقدم شدن ، اعتماد به نفس ، رهبری ، تمایل به پول ، تمایل به شناسایی ، محرک دستاورد ، قدرت ، تعلق ، تحمل عدم اطمینان هستند.

### **15- هورنادی و ابود:**

نتایج کارهای آنها نشان داد که کارآفرینان در مقیاس هایی که بیانگر نیاز به موفقیت ، مستقل بودن ، اثر بخشی رهبری بالا بودن و تنها مقیاس نیاز به حمایت در میان کارآفرینان پایین بود.

### **16- دی کارلو و لاینز:**

که بر روی ویژگی های شخصیتی کارآفرینان زن اقلیت و غیر اقلیت کار کردند.

### **17- سکستون و باومن:**

به بررسی ویژگی های روان شناسی کارآفرینان زن و مرد برای درک تفاوت های آنان پرداختند نتایج نشان داد

که در پنج ویژگی از 9 ویژگی در نظر گرفته شده تفاوت معناداری وجود نداشت. و زنان در ویژگی‌هایی مثل سطح انرژی و ریسک‌پذیری بسیار پایین‌تر از مردان بودند و در استقلال و تغییر بالاتر از مردان و نشان داده شد که کارآفرینان زن تمایل کمتری به درگیر شدن در وضعیت‌هایی دارند که دارای پیامدهای نامعین و سطح تحمل و تلاش کمتری برای حفظ کسب و کارهای رشد محور دارند.

## **ب) نظریه‌های رفتاری:**

رویکرد رفتاری به مطالعه فرایندهای کارآفرینانه و به ویژه فعالیت کارآفرین می‌پردازد. ویلیام گارتنر نظریه پرداز اصلی در این نظریه بیان کرد که اشتباه است که رویکرد ویژگی‌ها را در مقابل رویکرد رفتاری قرار دهیم. رویکرد رفتاری، کارآفرینی را به عنوان فرایندی می‌داند که طی آن سازمان‌های جدید خلق می‌شوند. به عقیده گارتنر باید بازیگر را از بازیگری متمایز کنیم. به عقیده او کارآفرینی وضعیت ثابت و ایستایی نیست، کارآفرینی نقشی است که افراد برای خلق سازمان‌ها ایفا می‌کنند. رویکرد رفتاری بر خلاف رویکرد ویژگی‌های روانشناسی که فرد را سطح تحلیل قرار داده بود، سازمانی را که خلق می‌شود سطح تحلیل در نظر می‌گیرد. و هدف آن این است که بگوید چرا موفقیت کارآفرینانه بوجود می‌آید.

ویژگی‌های شخصی به عنوان مکملی برای رفتار در نظر گرفته می‌شود. در رویکرد رفتاری کارآفرین به عنوان سازه‌های چند بعدی مشاهده می‌شود. رفتار عنصر محوری در کارآفرینی است دوم رفتار علنی و آشکار است و سوم مدل‌های رفتاری کارآفرینی برای مجریان جذاب است زیرا رفتار قابل مدیریت است.

## **1- جفری تیمونز:**

او ویژگی‌های کارآفرینان را بر مبنای فعالیت‌های آنان و شیوه‌ای که کارشان را انجام می‌دهند به صورت زیر بیان کرد:

- 1- تعهد و عزم راسخ: در برابر مشکلات پافشاری می‌کنند
- 2- رهبری: دارای دانش کامل از بازار هستند و مهارت‌های مدیریتی و رهبری خوبی دارند
- 3- وسوسه فرصت: کارآفرین موفق کسی است که ذهنش مشغول فرصت می‌شود.



4- تحمل ریسک ، ابهام و عدم اطمینان: آنها ریسکی که با آن مواجه هستند را محاسبه میکنند و تصمیم می گیرند که آن را بپذیرند یا نه

5- خلاقیت، اتکای به خود و توانایی تطبیق: آنها عمل گرا و دارای قدرت تطبیق و سازگاری هستند . خود را سریع با دنیای کسب و کار تطبیق می دهند و از شکست نمی ترسند بلکه از آن یاد می گیرند.

6- انگیزه برتری : کارآفرینان دارای مجموعه ای از استانداردهای شخصی هستند که دارای ابعادی مثل صداقت ، وفاداری ، قابلیت اطمینان و نظم است.

به نظر نیموز کارآفرینی توانایی خلق بعضی چیزهاست و یک فرایند اساسا خلاقانه انسانی است که به دنبال انرژی فردی ، ایجاد یک سازمان یا کسب و کار است و نیازمند توانایی محاسبه ریسک و کاهش شانس شکست ، توانایی ایجاد یک گروه بنیانگذار رای تکمیل استعداد ها و مهارت کارآفرینی است.

## 2- اسکات شین ، لوک و کالینز:

آنها با بررسی مطالعات کمی و کیفی در گذشته دو دسته انگیزه را مشخص کردند : 1- انگیزه حاصل از

مطالعات کمی 2- انگیزه حاصل از مطالعات کیفی

انگیزه های حاصل از مطالعات تجربی عبارتند از : 1- نیاز به موفقیت ، ریسک پذیری ، تحمل عدم اطمینان ،

کانون کنترل ، کفایت نفس و هدفگذاری

مفاهیم ماطلعات کیفی عبارتند از : استقلال ، پیش برنده ها( شامل جاه طلبی ، اهداف ، انرژی و پافشاری) و

حس خود خواهی

علاوه بر اینها عوامل شناختی زیر هم بر فرصت تاثیر گذار هستند: بینش ، دانش ، مهارت و توانایی

## 3- الوارو کوپرو:

به زعم وی سه دسته عوامل یعنی : 1- ویژگی های روان شناسی و غیر روانشناسی افراد

2- ویژگی های محیطی

3- شرایط نهادهای حاکم بر فعالیت اقتصادی

به کارآفرین در شناسایی فرصت ها برای خلق یک کسب و کار کمک می کنند.

1- ویژگی های شخصی به دو دسته تقسیم می شود: 1- شخصی ( روان شناختی و غیر روانشناختی ) مثل

برون گرایی ، گرایش به عمل ، رفتار ریسک پذیرانه ، تمایل به استقلال ، برآورد بیش از حد قابلیت ها ، کارایی

و توانایی کنترل و ویژگی های شناختی

2- عوامل روان شناسی شامل هزینه فرصت ، آموزش و تجربه ، جایگاه و روابط اجتماعی ، گروه های حاشیه ای و خانواده

#### 4- واکنر و زلتنر:

آنها چارچوبی شامل عوامل شخصی اثر گذار بر تصمیم خود اشتغالی ارائه کردند که عناصر آن عبارتند از:

- 1- عوامل جمعیت شناختی - اجتماعی ( سن ، جنسیت ، پیشینه خانوادگی )
- 2- ویژگی های شخصیتی ( گرایش به ریسک پذیری ، کانون کنترل ، نیاز به موفقیت ، کفایت نفس و قابلیت تطبیق )
- 3- سرمایه انسانی ( آموزش ، تجربه در صنعت ، تجربه کارآفرینی ، شایستگی اجتماعی ، شایستگی مدیریت اجتماعی و شایستگی مدیریت عملیاتی )

#### 5- اسکات شین (مهم):

به اعتقاد شین کارآفرینی یعنی کشف و بهره برداری از فرصت های سودآور.

2 دسته از عوامل در شناسایی فرصت نقش دارند: 1- عوامل روان شناختی 2- عوامل غیر روان شناختی

الف) عوامل روان شناختی :

1- ابعاد شخصیت و انگیزه 2- خودارزیابی هسته ای 3- ویژگی های شناختی

ب) عوامل غیر روانشناختی

آموزش ، تجربه کاری ، سن ، موقعیت اجتماعی ، هزینه فرصت

درآمد ، ازدواج و همسر شاغل

کشف فرصت

دسته اول :

ابعاد شخصیت و انگیزه بر روش خاص هر فرد برای کشف فرصت ها تاثیر می گذارد.

پنج بعد شخصیت و انگیزه عبارتند از : برون گرایی ، سازگاری ، نیاز به موفقیت ، ریسک پذیری و میل به

استقلال

هسته خود ارزیابی : 1- کانون کنترل 2- کفایت نفس

1- کانون کنترل = اعتقاد به اینکه فرد می تواند بر محیط تاثیر بگذارد افرادی که دارای کانون کنترل درونی هستند نسبت به افرادی که دارای کانون کنترل بیرونی هستند بیشتر کارآفرین هستند و فرصت ها را کشف می کنند

2- کفایت نفس = اعتقاد به توانایی فرد برای انجام وظایف مشخص

ویژگی های شناختی عبارتند از : 1- اعتماد بیش از حد ( بعدی از سوگیری به خوش بینی است) 2- مسئولیت پذیری 3- شهود ( اعتقاد یا احساسی مبنی بر اینکه بعضی چیزها ، بدون جمع آوری شواهد ، درست هستند)

## **چارچوب رفتاری برای رشته کارآفرینی:**

### **الف) تعداد عناصر:**

در دیدگاه رفتاری ، کارآفرینی به عنوان سازه ای چند بعدی ، یعنی پیوند عناصر چندگانه پذیرفته شده است

### **ب) چارچوب:**

چارچوب قلمرو کارآفرینی شامل 5 عنصر است: 1- خلق کننده 2- فرایند خلق 3- خلق ارزش جدید 4- محیط نزدیک 5- محیط دور

### **خلق کننده:**

فقط فرد می تواند خلق کننده باشد

پنج نوع کارآفرینی داریم : 1- تازه کار 2- نوظهور 3- بومی 4- سریالی 5- پروفایلی  
با وجود این کارآفرینی می تواند توسط مجموعه ای از افراد اعم از مستقل یا جمعی انجام شود.

### **فرایند خلق:**

این فرایند با کشف و شناخت فرصت شروع می شود. گام بعدی تصمیم به بهره برداری از آن است . سپس انتخاب شیوه بهره برداری و توسعه راهبرد کسب و کار.

### **محیط نزدیک:**

محیط نزدیک همه شرایط و نیروهایی را که مستقیم با پیوند خلق کننده - فرایند خلق و خلق ارزش جدید ارتباط دارند را شامل می شود یا به عبارتی محیط نزدیک مترادف سازمانی است که خلق می شود ، روابط

درون گروهها ، ساختار سازمان ، فرهنگ ، رویه ها و...

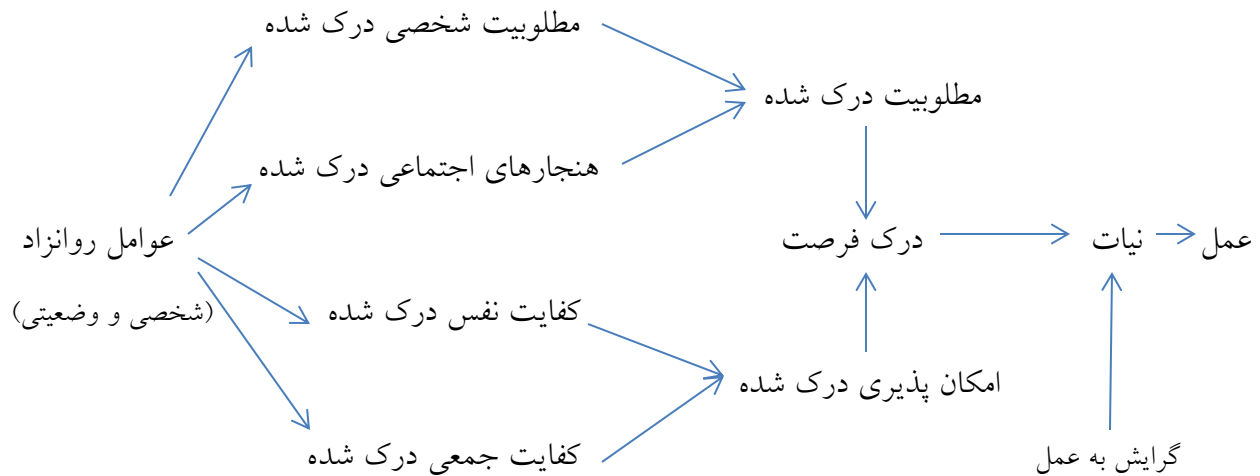
### محیط دور:

شامل هنجارها ، شرایط و نهاد هاست و اثر دائمی و بلند مدت بر پیوند خلق کننده و فرایند خلق و خلق ارزش جدید و محیط نزدیک دارد.

در ادامه برخی از رهیافت های جدید و تلفیقی و متغیر های غیر از شخصیت کارآفرینانه برای مطالعه کارآفرینی ارائه می شود.

### نیات مقدمه رفتار:

به زعم فیلسوفان نیات پایدار رفتار ارادی انسان هستند. در واقع آنها نیات را به صورتی مشابه ، به عنوان حالتی شناختی تعریف می کنند که قبل از رفتار صورت می گیرد و بلافاصله رفتار مورد نظر را پیش بینی می کند. اگر رفتاری ناشی از محرک - پاسخ نباشد ، ارادی است.



از مزایای مدل نیات :

1- مدل نیات به ما در درک شیوه ای که عوامل خارجی بر نیت یا رفتار اثر می گذارند کمک می کند

2- این مدل ها به طور کامل محکم و قوی به نظر می رسند

3- این مدل ها دارای قدرت پیش بینی کنندگی هستند ، نه فقط تبیین های گذشته نگر

4- نیات بهترین پیش بینی کننده عمل متعاقب آن است .

### نظریه کنش معقول:

اساسا روان شناسی اجتماعی ، نگرش ها را در پیش بینی رفتار ناتوان می بیند و نیات را به عنوان متغیر تعدیل کننده اضافه می کند

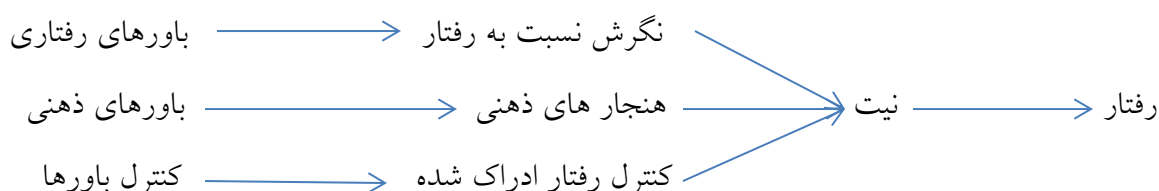
نظریه کنش معقول نگرش ، محور دومی را اضافه کرد که اثر هنجارهای اجتماعی را بر نیات نشان می دهد.

### نظریه رفتار برنامه ریزی شده آیزن :

این نظریه اضافه کردن عنصر سوم ( یعنی یک مقدمه اضافی کلیدی) با نام کنترل رفتار ادراک شده را نشان داد . به عبارت دیگر شاید شکل دادن نیت برای انجام رفتاری که به واقع در کنترل فرد نیست ، سخت باشد. هدف اصلی این نظریه پیش بینی و شناخت دلایل رفتار است.

فرضیه اصلی این است که رفتار فرد متأثر از نیات یا تمایلات افراد است و هر رفتاری نیازمند میزان خاصی از برنامه ریزی است.

در این نظریه از عوامل انگیزشی برای پیش بینی انجام یک رفتار ویژه استفاده شده و فرض بر آن است که نیت ، انعکاسی از انگیزه یک شخص برای انجام یک رفتار مشخص محسوب می شود.



سه متغیر نگرش نسبت به رفتار و.. بر نیت تاثیر می گذارند . نگرش فرد نسبت به رفتار به درک فرد از پیامدهای شخصی حاصل از رفتار توجه دارد یا تحت تاثیر ارزشیابی فرد از برون دادهای رفتارش ( باورهای رفتاری) قرار میگیرد.

هنجارهای اجتماعی یا ذهنی تحت تاثیر فشار اجتماعی درک شده و باورهای ذهنی اجتماعی هستند. کنترل رفتار ادراک شده هم به امکان پذیری انجام رفتار توجه دارد یعنی آیا فرد توانایی اجرای آن رفتار را دارد

یا خیر ( خودکارآمدی)

به عبارت دیگر، کنترل رفتار ادراک شده، بیانگر تجربه گذشته فرد و تجسم موانع آینده است که تحت تاثیر مشکلات و سختی های کار قرار دارد.

### **مدل رویداد کار آفرینانه شاپیرو:**

این مدل مشابه مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده آیزن است.

رویداد کارآفرینانه ( اقدام به رفتار کارآفرینی) به وجود یک وضعیت برجسته، یعنی یک فرصت که از نظر شخص معتبر است بستگی دارد. یک فرصت معتبر به دو مقدمه مهم یعنی ادراک مطلوبیت و ادراک امکان پذیری بستگی دارد. این مدل دربردارنده متغیر شخص یعنی گرایش به عمل است. این مدل بیان می کند که تفکر کارآفرینانه باید در بردارنده گرایش به عمل بر روی فرصت های جدید باشد و اگر تمایلی به عمل نباشد. درک فرصت بالقوه مشکل است. شاپیرو کانون کنترل درونی را به عنوان نماینده تمایل به عمل پیشنهاد کرد. پس تمایل به عمل پیش بینی کننده مهمی برای نیات هستند. شاید منظور شاپیرو رویداد تسریع کننده است که تصمیم گیرنده را از سکون رفتار موجود جدا می کند و به سمت مجموعه فرصت ها سوق می دهد.

او بیان می کند که سکون افراد را هدایت میکند تا وقتی چیزی آن را بر هم بزند. این برهم زدن ممکن است مثبت یا منفی باشد. و انتخاب رفتار ناشی از آن به عواملی از قبیل قابلیت اعتماد، مطلوبیت و امکان پذیری رفتار جایگزین بستگی دارد. همچنین باید میل باطنی برای عمل کردن وجود داشته باشد. پس بر اساس این مدل انتخاب شخص برای شروع یک فعالیت اقتصادی بستگی دارد به: 1- برداشت ذهنی از جذاب بودن 2- گرایش به اقدام 3- برداشت ذهنی از امکان پذیری

### **مدل تکثیری سرمایه کار آفرینانه:**

به زعم ترولز اریکسون دو مقدمه نخست یعنی مطلوبیت و امکان پذیری تعیین کننده سرمایه کارآفرینانه هستند. دو روش نگاه به این پدیده وجود دارد اول آنکه باید در قالب پدیده آستانه فکر کرد. مهم نیست که یک ریسک مطلوب باشد، این احتمال وجود دارد که سطح آستانه امکان پذیری درک شده پایین باشد. که این امر تصمیم گیرندگان را از امکان ریسک منصرف می کند.

راه دیگر، تفکر در قالب دو نیروی مطلوبیت و امکان پذیری درک شده نیست که با هم بر نیات تاثیر میگذارند بلکه آن است که نیات، محل تقاطع این دو مجموعه است.

هر تعریفی از کارآفرینی به مفهوم ریاضی آن فازی است. یعنی هر کسب و کار مخاطره پذیر مفروضی، نباید درون یا بیرون مجموعه کسب و کار مخاطره پذیر کارآفرینانه درک شود، بلکه تنها به طور جزئی به آن مجموعه تعلق دارد.

### **نظریه مطلوبیت:**

می توان مطلوبیت های ذهنی مثل استقلال، رضایت کاری را مشخص کرد و آنها را به نیات فرد برای راه اندازی کسب و کار مرتبط دانست. منحنی مطلوبیت با ریسک پذیری ارتباط دارد. منحنی مطلوبیت تاثیر خوش بینی و بدبینی تصمیم گیرنده نسبت به ریسک هایی که قابل کنترل هستند را هم نشان می دهد. پژوهش ها به ما می گویند که یا پشیمانی خود را حداقل کنیم یا مطلوبیت ذهنی خود را حداکثر سازیم.

### **ادراک کفایت ( نفس و جمعی ) باندورا:**

یک نگرش قوی که تصمیم های انسان از آن نشات می گیرد، احساس شنایستگی است. باندورا اشاره می کند که تغییرات به نسبت بزرگ در کفایت نفس، منعکس کننده تغییر شناختی در سطح عمیق تر است. کفایت نفس در بهترین حالت تحت تاثیر تجربیات مستقیم خبرگی است. با این حال، یادگیری جانشین نیز باید به خوبی مستند شود.

به زعم رابرت شیرو، اثر والدین بر نگرش کارآفرینانه بچه هایشان بستگی به این امر دارد که آیا آنها بر احساس صلاحیت کارآفرینانه بچه هایشان اثر گذاشته اند یا خیر.

بعد دیگر ادراک کفایت، کفایت جمعی است. کفایت جمعی قضاوت درباره این امر است که گروه قادر به اجرای رفتار مورد نظر باشد.

### **نظریه استعداد شخصی:**

این نظریه دارای مصادیق زیر است:

1- کارکرد شناختی: فرض بر این است که فعالیت های کارآفرینانه توسط افرادی که ساختار رفتار به لحاظ شناختی فکورانه ای هستند بر عهده گرفته می شود

2- ابعاد روان شناسی انسان: شومپتر کارآفرین را به عنوان فرد نوآور معرفی می کند در حالی که کارلند بر

ایجاد سازمان برای توسعه کارآفرینی تاکید دارد

از نظر شومپیتر کارآفرینی تحت تاثیر: 1- تمایل به قدرت و 2- تمایل به موفقیت است.

پس صرف تامین ورودی های اقتصادی موقعیت کسب و کار مخاطره آمیز را تضمین نمی کند بلکه عوامل سازمانی و روان شناسی نیز نیازمند بررسی هستند.

### **مدل استعداد بالقوه کارآفرینی کروگر:**

بر اساس کارهای کروگر و کارسرود ، شروع یک کسب و کار جدید فرایند آگاهانه ای است که تحت تاثیر نگرش ها و رفتار فرد است. آنها مدل پایه نیات را ارائه دادند.

بر اساس نظر کروگر به منظور کارآفرین شدن ، فرد باید درک درستی از پیامد تلاش هایش داشته باشد که توانایی موفق شدن را دارد.

مدل کروگر و برازیل ترکیبی از سه عنصر زیر است:

1- مطلوبیت درک شده کسب و کار مخاطره پذیر: بر میزان جذابیت کسب و کار مخاطره پذیر و میزانی که فرد تاثیر شخصی پیامد های اقدام به کارراهه کارآفرینانه را می بیند

2- امکان پذیری درک شده کسب و کار مخاطره پذیر: بر میزان باور فرد به توانایی راه اندازی کسب و کار را دارد.

3- تمایل به انجام کار: به توانایی و آمادگی شخصی برای انجام عمل توجه دارد. بدون اینکه بداند چه اتفاقی خواهد افتاد.

به عقیده آنها کارآفرین متولد نمی شود بلکه ساخته می شود. در نتیجه وجود و موفقیتشان تحت تاثیر درک فرد از توانایی خود و پشتیبانی از آنها قرار دارد.

داوید سون ، کشش اقتصادی - روانی عوامل موثر بر نیت فرد را نسبت به کسب و کار ارزیابی می کند . بر

اساس این مدل هدف تحت تاثیر 2 عنصر است: 1- اعتقاد راسخ که بوسیله نگرش های کلی و نگرش های موقعیتی تعریف شده است 2- وضعیت کنونی: این عنصر شبیه به خودکارآمدی درک شده در روش های قبلی است.

### **نظریه عرضه کارآفرین:**

بر اساس نظر کانکل متغیر های روان شناسی و جامعه شناسی تعیین کننده ظهور کارآفرینان هستند.



وی اعتقاد داشت که استعداد کارآفرینانه در اقلیت های مذهبی و نژادی یافت می شود.

گرایش به کارآفرینی به این ساختارها بستگی دارد: 1- ساختار تقاضا 2- ساختار محدودیت ( که در ماهیت فرهنگی - اجتماعی است . در این ساختار به کارآفرین به عنوان کجروترین فرد در جامعه نگاه می شود)

3- ساختار نیروی کار: دلالت بر عرضه نیروی کار ماهر و مشتاق دارد و تحت تاثیر گروه نژادی ، جایگزین های شغلی موجود ، سنت گرایی ، جا به جایی نیروی کار و... است

4- ساختار فرصت: مهم ترین است. و بر مهارت های فناورانه و مدیریتی ، اطلاعات درباره فنون تولید ، ساختار بازار و عرضه سرمایه دلالت دارد.

بنابراین در این مدل نشان داده شد که عرضه کارآفرین با فعالیت های افراد و روابط آنها با ساختار اجتماعی محیط قبل و کنونی و شرایط فیزیکی ارتباط دارد.

مفروضات این مدل عبارتند از : 1- حالت درونی فرد - فراتر از تحلیل عینی

2- رویه شرطی تعیین کننده فعالیت های فردی

3- رویکرد رفتاری و روحیه انسان

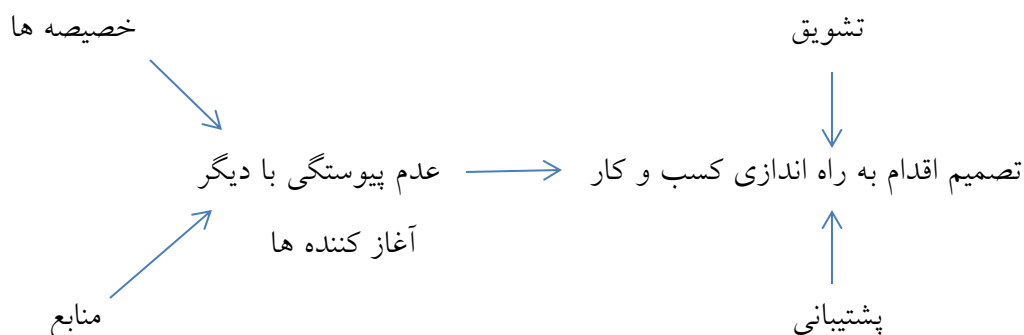
4- تضاد مدل با رویکرد روان زاد: طبق این مدل لزومی ندارد که برای تغییر فعالیت های انسان به تغییر ارزش

ها پردازیم بلکه باید تنها بعضی از عناصر محتوای شرطی کردن عامل پردازیم

5- نقش مفاهیم مبهم و ناکافی

### مدل منابع و خصیصه های بریج:

این خصیصه ها شامل : اعتماد به نفس ، پشتکار ، مهارت های میان فردی و رفتار نوآورانه هستند و منابع شامل منابع مالی ، تجربه ، شبکه ارتباطی و پیشینه است.



## دیدگاه شل:

او بر زیر سوال بردن کفایت رویکرد روانشناسی و اجتماعی تاکید دارد. او نشان داد که پژوهش درباره شخصیت کارآفرینانه در سه مدل مفهومی قرار گرفته است: 1- مدل وابسته به محرک های روانی کیتس و وریس که کارآفرین را به عنوان فردی که در زمینه خانوادگی و محرومیت های دیگر برای توسعه یک شخصیت منحرف سهم داشته و در نتیجه فردی طغیان گر است تجسم می کند.

2- مدل توسعه اجتماعی گیب و ریتچی که معتقد است کارآفرین ساخته می شود

3- مدل ویژگی های شخصی مک کله لند که معتقد است ویژگی های شخصیتی کارآفرینان را از سایر افراد متفاوت می کنند که مهم ترینشان انگیزه پیشرفت است.

میشل مجموعه ای از متغیر های شناختی یادگیری اجتماعی را ارائه کرد از جمله: 1- صلاحیت ها 2- رمزگذاری راهبردی و ساختار های شخصی 3- انتظارات 4- ارزش های ذهنی 5- نظام ها و طرح های منظم ساختار های شخصیتی و نوع شناسی کارآفرینانه : کارآفرینان را به دو گروه صنعتگر و فرصت جو تقسیم کرد. کارآفرین صنعت گر ، شخصی است با آموزش کم و آگاهی اجتماعی پایین و صلاحیت کم در مواجه شدن با محیط اجتماعی که معمولاً یک شرکت غیر منعطف را ایجاد می کند.

کارآفرین فرصت جو فردی است دارای آموزش و تعلیم زیاد ، آگاهی اجتماعی بالا و در مواجهه با محیط اجتماعی بی پروا و تمایل به شرکتی دارد که درهای آن به روی تغییرات در آینده باز است.

فیلی و آلداگ کارآفرینان را در سه طبقه گروه بندی کردند: 1- کسانی که هدفشان آسایش و بقاست

2- کسانی که هدف آنها تعالی فردی است

3- کسانی که هدفشان سازگاری با بازار است

## انواع کارآفرین در مراحل ایجاد کسب و کار:

1- پیش رونندگان بلند همت مسیر شکن = اغلب دانش آموختگان ، نوآوران دارای انعطاف بالا ، خدمات و تولیدات فناوری محور

2- پرنندگان پیشتاز اولیه = محصولاتی را برای اولین بار ارائه می دهند و آن را توسعه می دهند

3- تازه واردان مرحله رشد آسان = شغلشان را وقتی صنعت در مرحله رشد سریع است شروع می کنند

4- بازندگان سردرگم = کسب و کار را برای کسب پول و به طور ابتدایی شروع می کنند و ممکن است متحمل

خسارت شوند

5- تاجران ثروتمند ریسک گریز = از کسب و کار خانوادگی وارد می شوند و وارد بازار های بالغ می شوند. و ریسک کمی می کنند و کسب و کارشان به عنوان منبع اضافی درآمد است.

6- جست و جو گران پناهگاه آخر عمر = کسب و کارشان را بعد از سالها کار کردن برای دیگران شروع می کنند و ریسک نمی کنند. وارد بازار های توسعه یافته ای می شوند که قبلا در آن تجربه داشته اند

## **کیب و ریتچی:**

آنها مدل توسعه اجتماعی را ارائه دادند. و بیان کردند که کارآفرینان در قالب وضعیت هایی که با آن مواجه هستند و گروههای اجتماعی مرتبط با آنها درک می شوند. گیب و ریتچی به مرحله ای که فرد تصمیم به راه اندازی کسب و کار می گیرد و رویدادی که بر تصمیم او اثر دارد توجه زیادی دارند

آنها 4 نوع کارآفرین را پیشنهاد می کنند:

1- آغازگر ( شغلی را در مرحله اولیه زندگی خود راه می اندازد)

2- تجدید گر ( در مرحله میانی زندگی کسب و کار را راه می اندازند)

3- جایگزین ( کسانی که در نیمه دوم زندگی خود کاری را راه می اندازند)

4- رجوع کنندگان ( کسانی که در بخش آخر زندگی کاری را راه می اندازند).

از نظر اسپیجت 5 عامل اجتماعی ، اقتصادی ، سیاسی ، توسعه زیر ساخت و نیاز بازار بر تشکیل سازمان ها اثر می گذارند.

مازارل و همکارانش اشاره می کنند که علاوه بر خصوصیات شخصی تاصیرات محیطی ، نقش اصلی در فرایند شروع یک کسب و کار را ایفا می کنند.

## **فصل ششم:**

این فرض اساسی وجود دارد که " تصمیم به کارآفرینی مستقل شدن و همین طور راه اندازی شرکت جدید " تحت تاثیر عوامل خارجی یا محیطی هستند.

از جمله عوامل موثر بر ظهور کسب و کار ، ساختار اجتماعی است و ساختار های اجتماعی عبارتند از ماهیت

اجتماعی، اقتصادی و سازمانی که کارآفرین در آن پرورش یافته است.

نظریه هایی که نشان می دهند عوامل فرهنگی - اجتماعی همیشه عاملی برای ظهور کارآفرینی هستند:

1- نظریه الگوی سطح گروه: یانگ در نظریه خود با عنوان " تفسیر اجتماعی خرد کارآفرینی " یادآوری می کند که قوه ابتکار کارآفرینانه تابعی از الگوی سطح گروه است. به زعم وی کارآفرین عامل تغییر است. این نظریه دارای ویژگی های زیر است:

- نواقصی در مدل میانجی گری روان زاد = توسعه پدیده ای سازمانی است و ظهور نوع جدید سازمان نواقصی دارد.

- گروه های منسجم و یکپارچه = ویژگی های کارآفرینانه در گروه های اجتماعات قومی و نژادی، گروه های شغلی یا جناح های سیاسی یافت می شود.

- نفی مفهوم کارآفرینی انفرادی = کارآفرین عضوی از یک گروه خاص است و به تنهایی کارایی ندارد.

- کاهش مشکلات پیچیده اقتصادی

- انسجام گروه های فرعی و انفعالی

2- نظریه باور مذهبی: به اعتقاد و بر رفتار سرمایه داری - کارآفرین به شدت مشروط به باورهای دینی است و این جامعه است که افراد را کارآفرین می کند. عناصر اصلی نظریه ماکس وبر:

- روح سرمایه داری = محرک سود همراه با نگرش به دست آوردن پول، افراد را تشویق به راه اندازی کسب و کار مخاطره پذیر جدید می کند.

- روحیه مخاطره پذیری = وبر بین روحیه سرمایه داری و روحیه مخاطره پذیری تمایز قائل می شود. روحیه

سرمایه داری تحت تاثیر نظم دقیقی قرار دارد. در حالیکه روحیه مخاطره پذیری تحت تاثیر نیروی آزاد انگیزه قرار دارد.

- اخلاق پروتستان = روحیه سرمایه داری زمانی رشد می کند که نگرش ذهنی در جامعه نسبت به سرمایه داری مساعد باشد. این نگرش بوسیله اخلاق پروتستان در جامعه ایجاد می شود.

- محرک سود = محرک سود اخلاق پروتستان را به کارآفرین شدن هدایت کرد.

3- نظریه عرضه کارآفرینانه توماس کوچران: اساس مسائل و مشکلات توسعه اقتصادی، غیر اقتصادی است.

عناصر اصلی:

- کارآفرین بعنوان شخصیت هنجاری جامعه

- شخصیت وجهی و نمایی به عنوان یک عامل ناشی شده از شرایط اجتماعی

- انتظار نقش و نقش کارآفرینانه

- نوع گذران دوران بچگی و مدرسه و نفوذ آن بر شخصیت درونی مدیر اجرایی

- پویایی های کارآفرینان و تاکید بر عوامل اجتماعی برای تغییرات عمده.

4- نظریه تغییر اجتماعی هاژن: به زعم وی کارآفرین فردی اقتصادی است که از طریق نوآوری و حل مسئله و ارضا شدن از بکارگیری قابلیت های خود در حل مسئله ، سعی در حداکثر سازی سود خود دارد. ویژگی های اجتماعی عامل تعیین کننده روحیه کارآفرینانه است . ویژگی های این نظریه:

- ارائه مدل عمومی جامعه

- رشد اقتصادی، محصول تغییر اجتماعی و تغییر سیاسی

- رشد سندرم پیروان و مقلدان

- تغییر تاریخی به عنوان عامل ایجاد تغییر

- کنار گذاشتن ابعاد جایگاه بعنوان ساز و کاری برای فعالیت قدرتمند کارآفرینانه ( افراد پس رو - شعائر گرا - اصلاح گر - نوآور)

5- نظریه اکولوژی جمعیت: محیط تعیین کننده تولد، رشد و مرگ اشکال جدید سازمانی یا شرکت است.

بر اساس این نظریه ایجاد شرکت های جدید بستگی به عامل محیطی دارد الف) تعداد تراکم سازمانی ب)

نرخ تولد یا تاسیس ج) میزان مرگ و میر

در مجموع اکولوژی سازمانی بیانگر این ایده است که شرکتها بویژه شرکتهای موجود در کسب و کارهای مشابه عنصر مهم از محیطی هستند که در آن تاسیس شده اند.

6- نظریه نهادی: نهادها عبارتند از هر نوع محدودیتی که موجودات انسان برای برقراری تعامل انسانی ابداع می کنند. بدون شک این نظریه سازگارترین و مناسب ترین چهارچوب مفهومی برای بررسی تاثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی است.

در تعاملات روزانه با دیگران ،چه در درون خانواده و چه در روابط اجتماعی یا فعالیتهای کسب و کار ، ساختار

حاکم بر روابط بوسیله کدها و هنجارهای رفتاری و قراردادهای اجتماعی تعیین می شود.

7- نظریه تکامل: محور اصلی نظریه تکامل در رابطه با فرایندی پویاست که از طریق آن الگوهای رفتاری شرکت و پیامدهای بازار در طی زمان بصورت مشترک مشخص می شوند. این نظریه ادامه رهیافت شومپتر است.

ایده اصلی نظریه تکامل این است که سازمانهایی که بطور معمول در محیط های ثابت فعالیت می کنند بهتر وظایف خود در نگهداری را انجام می دهند تا سازمانهایی که در محیط های در حال تغییر فعالیت می کنند.

8- نظریه حاشیه ای شدن / به حاشیه رانده شدن: موقعیت اجتماعی حاشیه ای افراد نیروی محرک آنهاست و کارآفرینی را بعنوان راهکاری جذاب برای آنها طرح می کند. ایجاد کسب و کار شخصی نه تنها به معنای بدست آوردن یک روش زندگی است ، بلکه سبب دستیابی به پاداش اجتماعی و شناخته شدن است. اخیرا حاشیه ای شدن را بعنوان عاملی تعیین کننده در ایجاد کسب و کار جدید می دانند.

9- نظریه نقش: این نظریه توضیح می دهد چرا ایجاد شرکتهای جدید در مناطق خاص جغرافیایی نسبت به سایر مناطق بالاتر است. در مناطق با بافت کارآفرینی متراکم ، امکان پذیری و موفقیت ایجاد شرکتهای جدید بیشتر است. دره سپلیکون ولی در آمریکا و کاتالونیا در ایتالیا نمونه مثال زدنی است.

10- نظریه انکو باتور: وجود برخی از سازمانها ( مراکز تحقیقاتی و دانشگاهها و پارکهای فناوری) نه تنها تعیین کننده تعداد شرکتهای جدید در یک منطقه خاص هستند. بلکه تعیین کننده ویژگی آنها نیز می باشند. اندازه و محل سازمان انکوباتور ، عواملی هستند که وضعیت شرکتهای جدید را تعیین می کنند.

11- نظریه شبکه : عملکرد کارآفرینی در شبکه ای از روابط اجتماعی توسعه می یابد. کارآفرینان باید روابط خوبی را با سایر افراد برای راه اندازی کسب و کار برقرار کنند تا به مقصود خود که همان راه اندازی کسب و کار است برسند. تعامل در شبکه ها اشاره به موارد زیر دارد:

1- محتوای ارتباطات 2- محتوای مبادله 3- محتوای هنجاری

روابط بین کارآفرین و تامین کنندگان ، مشتریان ، بانک ها ، سازمان های دولتی یا خصوصی و اعضای خانواده و دوستان اساس شبکه را تشکیل می دهد. شبکه ها نقش مهمی در شکل دادن به جریان اطلاعات و منابع دارند:

1- ارائه اطلاعات برای جستجوی فرصتها

2- دستیابی به منابع

3- کسب مشروعیت

12- نظریه عرضه کارآفرینی هوسلیتز: عرضه کارآفرینی تحت تاثیر عوامل فرهنگی است و گروههای اقلیت فرهنگی موتورهای محرک توسعه کارآفرینی هستند. نقطه نظرات هوسلیتز:

- فرض گرفتن انسان های حاشیه ای

- تاکید بر کارکردهای مهارت رهبری و مدیریتی

- تشریک مساعی طبقات اجتماعی خاص

13- نظریه استاک: ارزش های اجتماعی - فرهنگی فعالیت اقتصادی را کانال بندی و مشخص می کنند.

14- نظریه مک گوایر: وی نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می داند.

آنچه باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار گیرد عبارتند از:

1- عقاید اجتماعی 2- هنجارها 3- پاداش رفتارها 4- آرمانهای فردی و ملی 5- مکاتب دینی

15- نظریه نوئل لیندسی: آنچه کارآفرینی فرهنگی را موفق می کند، کارآفرینی بومی است. اجزاء این نظریه عبارتند از:

- رفتار افراد منعکس کننده پیچیدگی های فرهنگی آنان است

- فضاهای فرهنگی گوناگون موجب ایجاد تفاوت های نگرش می شود

- تفاوت های نگرشی کارآفرینان به ایجاد کارآفرینی های توسعه محور گوناگون می انجامد.

16- نظریه فرهنگ کارآفرینی پارسنز: توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تاثیر

نهاد خانواده و مدرسه می داند، که در پرتو آن، انگیزه کنشگران برای برعهده گرفتن نقش های تولیدی بالا می

رود. در همین زمینه باید به شیوه جامعه پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از

کار در جامعه، سختکوشی، پشتکار و وقت شناسی اشاره کرد.

17- نظریه مک کله لند: وی نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد. در جوامعی که این نیاز پایین است نرخ سرمایه گذاری و خطر پذیری پایین است و بر عکس در جوامعی که نیاز به موفقیت بالاست ، نرخ سرمایه گذاری و خطر پذیری هم بالاست.

مک کله لند چنین افرادی را کارآفرین می نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه پذیری ، شیوه های تربیتی والدین ، طبقه اجتماعی والدین ، ایدئولوژی حاکم ، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می داند.