

کارآفرینی و مفاهیم آن

دکتر حسین درگاهی : دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران

مقدمه:

کارآفرینی را توانایی دیدن فرصت های کسب و کار توسط کارآفرین می دانند . کارآفرینی فرآیندی است که از راه تشکیل مجموعه ای منحصر به فرد از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها بدست می آید. کارآفرینی می تواند با ایجاد رضامندی یا تقاضای جدید برای کسب و کار همراه باشد . کارآفرینی نوعی تفکر و اندیشیدن است . این اعتقاد وجود دارد که کارآفرین با قدرت تخیل یا توانایی تصویر سازی ذهنی خود می تواند مبادرت به کارآفرینی کند. کارآفرین نیاز به یافتن راههای جدید برای انجام دادن بهتر کارها را دارد . پس انجام بهتر کارها نسبت به گذشته و ترمیم و توسعه مکانیزم ها و روش ها نوعی کارآفرینی به حساب می آید. اگر چه راه حل های جدید برای کاهش هزینه و تولید همراه با ارائه خدمات بهتر نیز از کار آفرینان بوجود می آید. بنا بر این با توجه به توضیحات بالا مفاهیم کارآفرینی را می توان در نوآوری ، خلاقیت ، خطرپذیری نسبی نه مطلق، رضامند بودن و رضامندی ایجاد کردن و رضامندی طلب کردن، داشتن عکس العمل مثبت و منعطف نسبت به مشکلات و موانع، ایجاد مهارت ارتباطی ، توفیق طلبی و مسئولیت پذیری خلاصه کرد. صاحب نظران، کارآفرینی را به سه نوع فردی، گروهی و سازمانی تقسیم کرده اند یا به عبارتی کار آفرینی منوط به داشتن فرد کارآفرین ، گروه کارآفرین و سازمان کارآفرین است(۱و۲)

کارآفرینی فردی:

دراصل تاریخچه کارآفرینی با فعالیت اقتصادی کسانی شروع شد که اهل خطر پذیری بودند. ژوزف شومپیتر برای اولین بار در سال ۱۹۳۴ به نقش فردی کارآفرینان در ایجاد سود اشاره کرد. کارآفرینی فردی به نوعی به وجود صفات و ویژگی های شخصیتی در افراد کارآفرین اشاره می کند. صفاتی مانند نیاز به پیشرفت و توفیق که خود از انگیزه های فردی برگرفته از ویژگی های شخصیتی نشات می گیرد ، خطر پذیری آن هم بصورت نسبی و مدبرانه که خود را در معرض پیامدهای ناشی از شکست قرار دهد، خلاقیت ، نوآوری ، کنجکاو و جزئی نگر بودن، چالشگر و رقابت طلب بودن ، دقت و حساسیت به محیط اطراف ، انتقاد پذیر بودن، مثبت اندیشیدن و آرامش درون و ظاهری داشتن. از سوی صفات دیگری مانند شوخ طبعی، داشتن کنترل درونی یعنی اعتقاد به کنترل و مدیریت اتفاقات و پدیده های اطراف خود داشتن، سادگی و بی تکلفی و ساده زیستن ، امید به آینده ، شجاع بودن، جلب اعتماد دیگران را کردن، استقلال طلبی و تحمل ابهام یا پذیرش عدم قطعیت یا به عبارتی دوری از ثبات و نزدیکی به تحول و تغییر سازمانی به صفات قبلی در مورد یک فرد کارآفرین افزوده شده است.(۲)

بعد از اینکه مشخص شد افراد به غیر از داشتن صفات و ویژگی های شخصیتی که آن ها را از یکدیگر متمایز می کند، بعضی دیگر از ابعاد فردی نیز پیشنهاد شد تا فرد کار آفرین را فرد غیر کار آفرین متمایز و جدا سازد. این ابعاد عبارتند از:

- ۱- تجربه کاری قبلی: افرادی که دارای تجربه کاری در یک حوزه یا زمینه باشند درمقایسه با افرادی که فاقد تجربه کاری هستند از توانایی کارآفرینی بیشتری برخوردارند.
- ۲- هم نشینی با افراد کارآفرین: کار کردن در کنار افراد کارآفرین یا قرار گرفتن در سازمان های کارآفرین و یا در گروه کارآفرین می تواند زمینه ساز ظهور یا باعث رشد و توسعه کارآفرینی در یک فرد شود.
- ۳- سن: اعتقاد بر این است که سنین بین ۵۰-۲۰ سالگی برای کارآفرینی مناسب تر است:
- ۴- تحصیلات: افرادی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند و یا آموزش های کوتاه مدت و ضمن خدمت را در زمینه مدیریتی گذرانده اند نسبت به دیگر افراد از توانایی کارآفرینی بیشتری برخوردارند.
- ۵- تجربه دوران کودکی: قرار گرفتن در محیط فقر، ناامنی، مرگ یا جدایی والدین از یکدیگر و یا زندگی کردن با والدین حمایت گر و مشوق باعث ظهور کارآفرینی در سنین بعد از کودکی می شود. از نظر روانشناسی اصولاً تجربه دوران کودکی در ساخت شخصیت افراد نقش مهمی دارد. نکته حائز توجه در این است که داشتن زندگی فقیرانه، نا امن و یا جدایی والدین از یکدیگر همیشه باعث بروز صفات شخصیتی منفی در افراد نخواهد شد و همیشه نباید انتظار داشت. بچه های طلاق و بچه هایی که در شرایط بد اقتصادی و ناامنی رشد کرده اند آینده مبادرت به بروز رفتارهای ناهنجار نمایند. بلکه بالعکس زمانی که افراد در یک پایگاه اجتماعی پائین و غیر قابل انتظار حضور داشته باشد، این امر باعث می شود تا انگیزه های کارآفرینی در جهت رشد به سمت پایگاه های اجتماعی بالاتر از افراد ظهور پیدا کند (۴ و ۳).

کار آفرینی گروهی (گروه کار آفرین)

یکی از راههای رسیدن به نتایج و پیامدهای کارآفرینی داشتن یک گروه کارآفرین است. اما باید توجه داشت که گروه کارآفرین نیاز به یک رهبری گروهی مناسب دارد. رهبری که بتواند در گروه خود مشارکت ایجاد کند، رهبری قوی و موثر را به نمایش بگذارد، و استفاده موثر از فعالیت های گروه را داشته باشد و رهبری تحول گرا را بوجود آورد. اما دیگر اعضای دیگر گروه را باید صاحبان سرمایه تشکیل دهند تا بتوانند از فکر و اندیشه فرد کارآفرین حمایت کنند. در نتیجه گروه کارآفرین را یک رهبر تحول گرا و موثر، افراد کارآفرین با داشتن مهارت های فردی و سرانجام صاحبان سرمایه تشکیل می دهند تا بدین ترتیب توانایی ها و مهارت های فردی در کنار منابع و امکانات و سرمایه بتواند به ظهور کارآفرینی کمک کند (۵).

کارآفرینی سازمانی

وقتی صحبت از کارآفرینی سازمانی می شود کارآفرینی در چارچوب یک سازمان که دارای همه ویژگی ها خود می باشد اتفاق می افتد. از مهم ترین ویژگی یک سازمان برای اجرای کارآفرینی وجود مدیریت ارشد متعهد و معتقد به کارآفرینی است که صفات یک مدیر کارآفرین را داشته باشد و بتواند از فعالیت های نوآورانه به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه حداکثر بهره برداری را بنماید. همچنین برای اجرای کارآفرینی در سازمان نیاز به نیروی صف و ستاد البته هماهنگ با یکدیگر می باشد. نیروی انسانی ستادی که مسئولیت ایده پردازی، پردازش ایده، مشاوره و راهنمایی و تحقق و توسعه را داشته باشد و کارکنان فنی بعنوان نیروی های سازمانی صف که بتوانند این نوع ایده ها را به عمل تبدیل کنند و نتایج نوآورانه را به وجود آورند. لذا در کارآفرینی سازمانی باید به نیروی انسانی بعنوان یک منبع مهم و ارزشمند که می تواند باعث بهره برداری مفید از سایر منابع مانند پول، ساختمان، مواد و تجهیزات می شود توجه خاص داشت. تمامی منابع و تمهیدات بالا زمانی بارور می شوند که فرصت ها در خارج از سازمان شناسایی شده و در داخل سازمان تبدیل به پدیده کارآفرینی شود. باید توجه داشت که گاهاً تقلید از کار دیگران نیز در سازمان ها بعنوان کارآفرینی تلقی می شود که به آن کارآفرینی تقلیدی می گویند. این نوع کارآفرینی اگر چه برای فرار از شکست برنامه ها کاربرد دارد ولی با روح کارآفرینی منافات خواهد داشت (۳).

آیا کارآفرینی یک شیوه مدیریتی است؟

گفته شد که یک از اجزاء مهم کارآفرینی سازمانی، مدیران ارشد آن سازمان ها می باشند. مدیرانی که نقش رهبری بارزی دارند و بیشتر رهبر هستند تا مدیر. رهبران تحول گرایی که بیشتر به جستجوی فرصت ها و آگاهی از آنها تکیه دارند تا آن ها را در فرآیند کارآفرینی به پیروزی در سازمان تبدیل کنند. این رهبران باید بر کل سازمان تمرکز داشته باشند نه به برخی از جنبه های آن. نتایج پژوهش های بدست آمده حاکی از این است که بین مدیریت کارآفرین با ویژگی های شخصیتی و روان شناختی مدیران ارتباط وجود دارد. اگر چه نقش آموزش نیز بر عملکرد کارآفرینانه مدیران به اثبات رسیده است و مدیریت کارآفرین فقط به ویژگی های شخصیتی مدیران ارتباط ندارد و عوامل اکتسابی نیز در آن دخیل می باشند. اگر چه مدیران کارآفرین در سازمان ها نیاز به داشتن قدرت و اختیار بالا هستند، اما فرهنگ و محیط مناسب سازمانی نیز باید به آنها در این راه کمک کند (۶).

قناعت جو و درگاهی (۱۳۸۵) در پژوهشی که در مورد مدیران اجرایی بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی تهران انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که این مدیران از نظر کارآفرینی امتیاز بالایی دارند همچنین، درگاهی (۱۳۹۰) نیز اعلام کرد که مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی تهران نیز از نظر کارآفرینی و ابعاد آن یعنی نیاز به خطرپذیری، نیاز به عزم و اراده، نیاز به خلاقیت و نیاز به استقلال وضعیت مطلوبی دارند. اگرچه در این پژوهش مشخص شد که بین سطوح مدیریتی، جنسیت مدیران،

گروه سنی مدیران و سابقه کار مدیریتی (۱۵-۱۱سال) با کارآفرینی و ابعاد آن رابطه معنی داری وجود دارد (۹-۷).

به نظر می رسد اگر اجزاء مدیریت را علم، هنر و تجربه بدانیم، مدیر کارآفرین در کارآفرینی سازمانی بیشتر از هنر مدیریتی خود بهره می برد. هنر مدیریت یعنی اثر بخشی مدیریت و ابزار بکارگیری علم و آگاهی مدیر. سنجش هنر مدیریت در گرو مهارت های انسانی، ادراکی، سیاسی و ارتباطی یک مدیر است. مهارت انسانی یعنی توانایی کار کردن و انگیزه دادن به انسانها مهارت ادراکی را فهمیدن پیچیدگی کل سازمان و توانایی ذهنی در هماهنگ کردن همه فعالیت ها و منابع سازمانی تعریف می کنند. مهارت سیاسی یعنی توانایی مدیر در بدست آوردن، حفظ، افزایش و بکار گیری قدرت مدیریتی جهت دستیابی به اهداف سازمانی و سرانجام مهارت ارتباطی توانایی برقراری ارتباط موثر با زیردستان به شمار می رود (۱۰).

در پژوهش درگاهی (۱۳۹۱) مشخص شد که مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی تهران از مهارت های ارتباطی، سیاسی، ادراکی و انسانی بالایی برخوردارند و به عبارتی هنر مدیریتی آنها بالاست اگر چه از نظر اولویت بندی و میانگین رتبه به ترتیب مهارت های ادراکی، سیاسی، ارتباطی و در نهایت انسانی قرار می گیرند (۱۱).

اگرچه وجود مدیران کارآفرین در کنار سایر منابع پیشگفت برای اجرای کارآفرینی در سازمان اهمیت دارد، اما طبق مدل های کارآفرینی برای دستیابی به نتایج کارآفرینی نیاز به یک محیط مناسب از نظر کار آفرینی وجود دارد. تقدیر و تشویق از کارآفرینان و کار تیمی و وجود سیستم ارزیابی دقیق برای شناسایی کارآفرینان، و ساختار سازمانی مناسب از عوامل مهم در ایجاد محیط سازمانی مناسب برای کارآفرینی به حساب می آید (۶).

در کنار وجود محیط مناسب، بعضی موانع فردی و سازمانی در ایجاد کارآفرینی در یک سازمان تاثیر گذار هستند که از جمله می توان به نداشتن اعتماد به نفس، دانش و تمرکز ذهنی و همچنین انعطاف ناپذیری، جمود فکری و محافظه کاری، رقابت و انتقاد از پیشنهادات یکدیگر، بد بینی نسبت به ایده های جدید تصمیم گیری مخفیانه اشاره کرد (۵).

در نهایت اینکه کارآفرینی یک مفهوم چند بعدی دارد و برای اجرای کارآفرینی و بدست آوردن نتایج حاصل از آن تمامی ابعاد مورد نظر اعم از فرد، مدیریت، سازمان و محیط درون و خارج از سازمان نقش برجسته ای دارند.

فهرست منابع:

- ۱- تاج آبادی رضا، فلاحی غلامرضا. اهمیت و کاربرد آموزشهای علمی - کاربردی در کارآفرینی. اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی؛ ۱۳۸۸
- ۲- احمد پور داریانی محمود. کارآفرینی: نظریات، تعاریف، الگوها. تهران: انتشارات پردیس؛ ۱۳۷۸
- ۳- صمد آقایی جلیل. سازمانهای کارآفرین. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی؛ ۱۳۷۸
- ۴- سعیدی کیا مهدی. آشنایی با کارآفرینی. تهران: نشر سمپاس؛ ۱۳۸۲
- ۵- هزار جریبی جعفر. کارآفرینی. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی؛ ۱۳۸۴
- ۶- سالازار ملیتو. مقدمه ای بر کارآفرینی. ترجمه سیامک نطاق. چاپ سوم، تهران: نشر دانش؛ ۱۳۸۳
- ۷- فناعت جو ملیحه. پایش مدیران اجرایی از نظر کارآفرینی در بیمارستان های دانشگاه علوم پزشکی تهران. پایان نامه در رشته مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه علوم پزشکی تهران؛ ۱۳۸۵
- ۸- محمدی ابوالفضل. مدیریت کارآفرین در نظام سلامت. پایان نامه در رشته مدیریت خدمات بهداشتی درمانی. دانشگاه علوم پزشکی تهران؛ ۱۳۸۴
- ۹- درگاهی حسین. مطالعه مدیران ستادی از نظر کارآفرینی و ابعاد آن در دانشگاه علوم پزشکی تهران. طرح پژوهشی؛ ۱۳۹۱
- ۱۰- درگاهی حسین. درسنامه جامع اصول و مبانی سازمان و مدیریت. تهران: انتشارات دانش گستر؛ ۱۳۹۰
- ۱۱- درگاهی حسین. سنجش هنر مدیریت در میان مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله پیآورد سلامت؛ (در دست چاپ)