

تعریف،  
ویژگیهای کارآفرینان،  
انواع کارآفرینی

کارآفرینی

فرصتها را مغتنم بشمارید که همچو ابرها درگذرند.

حضرت علی (ع)

بسیار خوشحال کننده است که امروزه خاص و عام کارآفرینی را بیش از گذشته می‌شناسند. شاید دلیل این امر، اهمیت و نقش کارآفرینان باشد که در هزارهٔ جدید در سطح گسترده‌ای بر زندگی خانوادگی و روابط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی تأثیر گذاشته‌اند. اگر در این زمینه دانش خود را گسترش دهید، متوجه خواهید شد که کارآفرینی جزء لاینفک زندگی ما شده است.

### کارآفرین<sup>۱</sup> کیست؟ کارآفرینی<sup>۲</sup> چیست؟

برای شناخت فرد کارآفرین باید ابتدا بدانیم که او چه کارهایی می‌کند و سپس دریابیم کدام خصوصیات و ویژگیهای شخصیتی او را از دیگران متمایز می‌سازد.

#### تعریف

کارآفرین فردی است دارای فکر جدید که از طریق ایجاد کسب و کار (کسب و کار خانگی، کسب و کار مجازی، کسب و کار در مغازه یا شرکت یا سازمان) توأم با منابع مخاطره‌انگیز مالی و اجتماعی، محصول یا خدمت جدیدی به بازار عرضه می‌کند.

#### در این تعریف، سه نکته اهمیت دارد:

۱- کارآفرین کسب و کار جدیدی را راه‌اندازی می‌کند. اصولاً کارآفرینان با کسب و کارهای تازه و نو شناخته می‌شوند. این تازگی، ممکن است در زمینه‌های زیر باشد:

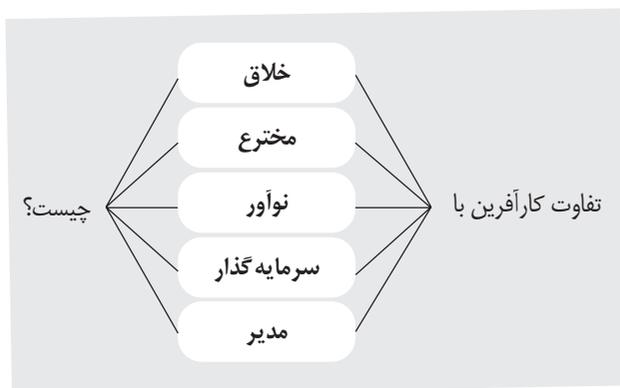
- عرضهٔ محصول تازه یا محصولی با کیفیت جدید
- ارائهٔ روشی جدید برای تولید یک محصول
- گشایش بازار تازه
- تهیهٔ منابع و روش جدید برای تأمین مواد اولیه یا اجزای تشکیل‌دهندهٔ یک محصول
- سازماندهی مجدد یک صنعت

۲- راه‌اندازی کسب و کار با خلاقیت و نوآوری همراه است. به دلیل اهمیت موضوع خلاقیت، در فصلی جداگانه در این باره بحث خواهیم کرد.

۳- فرد کارآفرین خطر می‌کند. به این دلیل که کارآفرین راه‌ها و روش‌هایی را طی می‌کند که دیگران آن را تجربه نکرده‌اند، در راه رسیدن به هدفش ریسک‌های مختلفی را می‌پذیرد. پس می‌توان گفت که کارآفرینی به فرایند شناسایی فرصت‌های جدید و ایجاد کسب و کار و سازمان‌های جدید و رشدیابنده برای بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده اطلاق می‌شود که در نتیجه آن، کالاها و خدمات جدیدی به جامعه عرضه می‌شود.

### تفاوت کارآفرین با نوآور، مخترع، سرمایه‌گذار و مدیر

در خیلی از موارد، به خاطر نزدیکی و وجود تشابهات بین واژه‌های کارآفرین، نوآور، مخترع، سرمایه‌گذار و مدیر، آنها را به جای همدیگر به کار می‌برند. در این قسمت به تفاوت آنها با همدیگر اشاره می‌شود.



### خلاق

خلاقیت یک پدیده ذهنی است و فرد خلاق کسی است که فکر و ایده جدیدی دارد و به دنبال روش جدیدی برای هر موضوع است. به عنوان مثال، هر کدام از افراد عادی در مواجه شدن با شیشه کثیف خودرو، به این فکر می‌افتند که شیشه را تمیز کنند. ولی فرد خلاق احتمالاً به این فکر می‌کند که چگونه می‌توان شیشه‌ای تولید کرد که کثیف نشود. در اینجا فرد خلاق و به دنبال راه تازه برای یک مشکل است.

### مخترع

خلاقیت و اختراع به هم نزدیک‌اند. گفته شد که فرد خلاق، به دنبال راه و روش تازه برای حل مشکل است. اما او هنوز این راه و روش را پیدا نکرده است. ایجاد کننده راه و روش تازه، همان مخترع است. پس مخترع کسی است که روش یا محصولی را برای اولین بار تولید می‌کند. در مثال فوق، کسی که شیشه‌ای تولید کند که کثیف نشود و نیاز به شستن نداشته باشد، مخترع است.

نوآور کسی است که قابلیت استفاده و مقرون به صرفه بودن محصول اختراع شده را بررسی و در صورت امکان، آن را تجاری می کند. در مثال بالا، پس از اختراع شیشه توسط مخترع، فرد نوآور بررسی می کند که شیشه تولید شده در مقایسه با شیشه های قبلی، چقدر مقرون به صرفه و اقتصادی است؟

### سرمایه گذار

سرمایه گذار کسی است که سرمایه (مالی) را در اختیار افراد (در اینجا منظور کارآفرینان است) می گذارد و در برابر آن در سود و منفعت به دست آمده نیز شریک می شود. در مثال فوق، کارآفرین برای تجاری کردن محصول تازه اختراع شده (شیشه)، احتمالاً به سرمایه زیادی نیاز دارد. به همین خاطر، با سرمایه گذاری صحبت می کند تا از سرمایه او برای انتقال محصول به بازار استفاده کند. سرمایه گذار نیز قبول می کند و سرمایه خود را در اختیار کارآفرین می گذارد و در پی آن، در سودی که از این راه به دست می آید، شریک شود.

جدول ۱-۴ مقایسه مخترع، نوآور و کارآفرین

مخترع	نوآور	کارآفرین (با کمک سرمایه گذار)
ایده شیشه	تولید شیشه	تولید انبوه و ارسال به بازار

### تفاوت کارآفرین با مدیر

مدیران، واحد کسب و کار را اداره می کنند و کارآفرینان با نگاه فرصت گرایانه، واحد کسب و کار را راه اندازی می کنند. از آنجا که هر کارآفرینی مسئولیت تمام کارهای مربوط به کسب و کار را برعهده دارد. به طور کلی می توان گفت هر کارآفرینی مدیر است اما هر مدیری کارآفرین نیست. به تفاوت این دو در جدول اشاره شده است.

جدول ۲-۴ مقایسه مدیران و کارآفرینان

مدیران	کارآفرینان
در گذشته زندگی می کنند. علاقه به ثبات دارند. تهدیدگرا محسوب می شوند. یک خانه می سازند و می خواهند تا ابد در آن زندگی کنند.	در آینده زندگی می کنند. علاقه به تغییر دارند. فرصت گرا محسوب می شوند. یک خانه می سازند و بلافاصله برای خانه بعدی برنامه می ریزند.

### کارآفرین چه کارهایی می کند؟

همان گونه که در تعریف بالا نیز اشاره شد، کارآفرین کسب و کاری را برای خود راه می اندازد. او در راه اندازی و ادامه کسب و کار خود، معمولاً کارهای زیر را می کند:

- سرمایه‌اش را با ریسک مواجه می‌کند.
- امور مربوط به خودش را شخصاً سازماندهی می‌کند.
- تصمیم‌گیرنده کارش خودش است.
- مجبور است برای ادامه فعالیت، مشتریانش را خودش پیدا کند.
- همزمان به فعالیتهای متفاوتی می‌پردازد.

## ویژگیهای کارآفرینان

یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، شناسایی ویژگیهای کارآفرینان است. شناخت ویژگیهای کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه باعث می‌شود که ما نیز این ویژگیها را در خود پرورش دهیم. مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینان ویژگیهای گوناگونی دارند که در اینجا فقط به عمده‌ترین آنها اشاره می‌شود:

### ■ نیاز به موفقیت<sup>۱</sup>:

نیاز به موفقیت را این‌چنین تعریف کرده‌اند: نیاز به موفقیت، عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی به قصد موفقیت در موقعیتهای رقابتی. افراد برخوردار از نیاز به توفیق، مایل‌اند همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترسی و همچنین نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند. این افراد ترجیح می‌دهند تا شخصاً مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی به عهده گیرند.

افرادی که نیاز زیادی به کسب موفقیت دارند، اهداف چالش برانگیزی را برای خود تعیین می‌کنند و برای رسیدن به آنها به تلاش می‌پردازند. چنین افرادی برای بازخورد نتیجه رفتارشان ارزش زیادی قائل‌اند و از آن در ارزیابی عملکردشان استفاده می‌کنند.

اساساً نیاز به موفقیت و پیشرفت، به کنش و واکنش شخصیت و محیط فرد بستگی دارد. معمولاً افرادی که نیازشان به پیشرفت کمتر از ترسشان از شکست باشد، از پذیرش مسئولیت اجتناب می‌کنند و از قرار گرفتن در وضعیتهای رقابتی و سنجشی می‌پرهیزند. اینان اگر مجبور باشند وظایفی را برگزینند، وظایف و کارهایی را انتخاب می‌کنند که یا بسیار مشکل باشد (چون شکست در این‌گونه کارها طبیعی به نظر می‌رسد، از این رو نگرانشان از شکست کمتر می‌شود) یا بسیار ساده (چون ترس از شکست ندارد). به همین ترتیب، کارهایی را انتخاب می‌کنند که یا با ریسک خیلی بالایی همراه‌اند یا اصلاً ریسکی ندارند. درحالی‌که کارآفرینان کارهایی را انتخاب می‌کنند که دارای سختی و ریسک متوسط و حساب شده باشد.

### ■ برخورداری از مرکز کنترل<sup>۲</sup> درونی :

عقیده فرد را در این مورد که تحت کنترل وقایع خارجی است یا داخلی، مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده‌اند. افراد دارای کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنان است، سرنوشت آنان را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند.

این عقیده که شانس یا سرنوشت، زندگی شخصی فرد را کنترل نمی‌کند، از خصوصیات ویژه کارآفرینان است. کارآفرینان تمایل دارند فکر کنند که خودشان راه و روش هر چیزی را می‌دانند و شانس و اقبال نقش و تأثیری در زندگی شخصی و کاری آنان ندارد. به عنوان مثال، اگر از افراد موفق پرسید که چه چیزی باعث موفقیت شما شده است، در پاسخ خواهند گفت: «تلاش و پشتکار خودم». چنین افرادی به قدرت و توانایی خویش اعتماد دارند و سرنوشت خود را قابل کنترل می‌دانند.

### ■ مخاطره پذیری<sup>۱</sup>:

مخاطره‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند با تلاشهای شخصی مهار شوند. ریسک‌پذیری (مخاطره‌پذیری) شامل تمایل به مدیریت و برعهده گرفتن امور و اختصاص منابع به فرصتهایی است که احتمال تقبل هزینه شکست معقولی را نیز به همراه دارند. در اینجا مقصود از مخاطره، ریسک غیر قابل کنترل و بی‌انتها نیست، بلکه ریسک معتدل، حساب شده و قابل اندازه‌گیری مدنظر است. کارآفرین لزوماً در پی فعالیتی نیست که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره را که برای شروع فعالیت اقتصادی «معمولی» تلقی می‌شود، بپذیرد. در این حد، او حاضر می‌شود پول، امنیت، شهرت و موقعیت خود را به خطر اندازد. کارآفرینان هرگز ماجراجویی نمی‌کنند، بلکه در روی آوردن به مخاطره، بسیار حساب شده و با دقت عمل می‌کنند و تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا احتمالات رابه نفع خود تغییر دهند.

کارآفرینانی که به ریسک‌های متوسط تمایل دارند، در مقایسه با کارآفرینانی که ریسک حساب نشده‌ای را می‌پذیرند، بازده بالاتری را به دست می‌آورند. آنان مخاطره را می‌پذیرند، زیرا ممکن است برای اولین بار برخی از کارها را تجربه کنند.

### ■ استقلال طلبی<sup>۲</sup>:

نیاز به استقلال از ویژگی‌هایی است که به عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان بر آن تأکید شده است. در واقع، نیاز به استقلال را می‌توان با عباراتی نظیر «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن» و «رئیس خود بودن» تعریف کرد. همان‌گونه که اشاره شد، تمایل به استقلال، یک نیروی انگیزشی برای کارآفرینان است؛ از این رو، آزادی عمل، پاداش دیگر کارآفرینی است.

در واقع، نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند. احساس خشم آنان از نظام خشک دیوانسالاری، همراه با تعهد خالصانه در قبال ایجاد تغییر، به شخصیت استقلال طلب آنان که می‌خواهند همه چیز را به شیوه خود انجام دهند، اضافه می‌شود. البته داشتن استقلال، یک زندگی راحت را تضمین نمی‌کند. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند اما رضایت آنان از آنجا حاصل می‌شود که علی‌رغم محدودیتهای اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند، کارها را به شیوه خود انجام می‌دهند، طبق برنامه خود عمل می‌کنند و سودی را که خود به دست آورده‌اند برداشت می‌کنند.

### ■ خلاقیت<sup>۳</sup>:

خلاقیت، توانایی خلق فکرهای جدید است. این فکرهای ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز

منجر شوند. در دایرة المعارف علوم اجتماعی، برای خلاقیت چنین تعاریفی ذکر شده است: برخی آن را توانایی هستی بخشیدن به پدیده‌ای جدید تعریف کرده‌اند و عده‌ای دیگر آن را نه توانایی، بلکه فرایندی روان‌شناختی یا فرایندهایی تعریف کرده‌اند که از طریق آنها محصولات جدید و ارزشمند خلق می‌شوند.

برای تعریف دقیق خلاقیت، باید ابتدا جایگاه نوآوری را مشخص کرد. نوآوری محصول فرایند و خدمات نوآورانه است. خلاقیت، نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. خلاقیت، ارتباط بین تصویر و ایده‌های نو و عرصه محصول، فرایند و خدمات نوآورانه است.

نوآوری به جست‌وجوی خلاق یا غیرعادی راه‌حل‌های تازه برای برای مسائل و نیازها برمی‌گردد. این نوآوری در کارآفرینی شامل تولید محصول یا خدمات جدید در سازمان یا شرکت است (مانند نوآوری در محصول، بسته‌بندی، مواد، فروش، بهبود و ارتقای مدیریت). هم نوآوری وهم خلاقیت، از اجزای لاینفک کارآفرینی‌اند و به گفته پیتز دراکر، صاحب‌نظر معروف در زمینه مدیریت، وجود نوآوری در کار آفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا کرد کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای نمی‌دهد.

### ■ تحمل ابهام<sup>۱</sup>:

قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل، بی‌آنکه شخص بداند موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد کارآفرینان به مراتب بیشتر از افراد دیگر تحمل ابهام را داشته باشند. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند، قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات، آنها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع، ابهام، سبب انگیزش آنان می‌شود.

به‌طور واضح، کارآفرینان برای اقدام به یک کار تجاری، بیش از هر چیز به اعتماد به نفس، خود‌هدایتی، خوش‌بینی و تشویق نیاز دارند. گاهی کارآفرینان تصمیم می‌گیرند به سرمایه‌گذاری جدید اقدام کنند، زیرا نمی‌خواهند افتها و چشم‌انداز آینده خود را نادیده بگیرند. آنان تمایل به ریسک تضمینی با سود مالی دارند. در رویارویی با این شرایط، بسیاری از افراد کارآفرین برای کنترل سرنوشت شغلی و حرفه‌ای خود انگیزه می‌یابند. در عرصه مدیریت و عرصه‌های مختلف می‌توانید برخی از این کارآفرینان را ببینید.

علاوه بر ویژگی‌هایی که برای کارآفرینان ذکر شد، یکی از صاحب‌نظران مطالعاتی درباره کارآفرینان کرده است و نتایج مطالعات او نشان می‌دهد که کارآفرینان ویژگی‌های زیر را دارند.

### ده ویژگی کارآفرینان از نظر بایگراو

به منظور توصیف شخصیت کارآفرینان، ویلیام دی. بایگراو<sup>۲</sup>، مدیر مرکز مطالعات کارآفرینی کالج بابسون، ده ویژگی شخصیتی کارآفرینان را با ده واژه انگلیسی که همگی با حرف «D» آغاز می‌شوند مشخص کرده و آنها را «D» نامیده است.

■ **رؤیا ( Dream )**: کارآفرینان دیدی نسبت به آینده دارند که برای خود و کسب و کارشان جالب و دوست

داشتنی است. کارآفرینان توانایی آن را دارند که رؤیایشان را به عمل تبدیل کنند.

■ **قاطعیت (Decisiveness):** آنان امروز و فردا نمی‌کنند. بلکه سریع تصمیم می‌گیرند. سریع عمل کردن کارآفرینان، عامل مهمی در موفقیتشان است.

■ **عملگرایی (Doers):** هنگامی که کارآفرینان تصمیمی می‌گیرند، به سرعت ممکن آن را به انجام می‌رسانند.

■ **اراده (Determination):** آنان امور مربوط به کسب و کارشان را با تعهد کامل به انجام می‌رسانند. کارآفرینان، وقتی با موانعی روبه‌رو می‌شوند که به نظر می‌آید برطرف نشدنی‌اند، به ندرت تسلیم می‌شوند.

■ **وقف (Dedication):** کارآفرینان در راه کسب و کارشان از خود گذشتگی زیادی به خرج می‌دهند. گاهی در راه آن هزینه قابل توجهی پرداخت می‌کنند و حتی بعضی مواقع ممکن است به خاطر کسب و کارشان روابطشان با دوستان و آشنایانشان به هم بخورد. آنان بدون احساس خستگی کار می‌کنند. هنگامی که یک کارآفرین می‌خواهد طرح کسب و کارش را پیاده کند، برای او غیر عادی نیست که دوازده ساعت در روز کار کند یا تمام هفت روز هفته را به کار مشغول باشد.

■ **عشق (Devotion):** کارآفرینان عاشق کاری‌اند که انجام می‌دهند. همین عشق است که وقتی اوضاع و شرایط نامساعد می‌شود، آنان را نگه می‌دارد. عشق آنان به محصول یا خدماتشان است که کارآنان را در فروش محصول یا خدمات اثر بخش‌تر می‌کند.

■ **توجه به جزئیات (Details):** کارآفرین کارهای جزئی و کوچک را نیز با کیفیت بالا انجام می‌دهد.

■ **کنترل سرنوشت (Destiny):** کارآفرینان می‌خواهند که خودشان سرنوشتشان را در دست گیرند، نه آنکه به کارفرما وابسته باشند.

■ **افزایش درآمد (Dollars):** انگیزه اولیه کارآفرینان ثروتمند شدن نیست. پول بیشتر وسیله سنجش موفقیت آنان است. اما کارآفرینان پذیرفته‌اند که اگر موفق شوند، پاداش خواهند گرفت.

■ **توزیع ثروت (Distribute):** کارآفرینان مالکیتشان را با کارکنان کلیدی خود که در موفقیتشان نقش حیاتی و ضروری دارند، تقسیم می‌کنند.

این ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، انگیزه هدفمندی آنان به حساب نمی‌آید. چنین ویژگی‌هایی موقعی بروز می‌کند که فرد هدفی را برای خود تعیین و تا رسیدن به آن تلاش کند. انگیزه شماره یک معمولاً به صورت خود کار می‌آید. کارآفرینان خیلی نگران توانایی به انجام رساندن خواسته خودند. آنان می‌خواهند از فشارها و تنگناهای سلسله مراتب اداری دور بمانند و بر سرنوشت خویش مسلط باشند.

کارآفرینان افرادی‌اند که به هدف خود می‌رسند. در بسیاری از موقعیتها آنان مدیران اجرایی خیلی موفق برای شرکتها محسوب می‌شوند. در موقعیت مناسب هم ایده‌های تازه‌ای دارند و جرئت آن را نیز دارند تا این ایده‌ها را توسعه و پرورش دهند.

همان‌گونه که اشاره شد، نمی‌توان گفت هرکسی که این ویژگیها را داشته باشد، قطعاً کارآفرین خواهد شد. یعنی علاوه بر ویژگیهای شخصیتی، عوامل محیطی و پیرامونی نیز در شکل‌گیری رفتار کارآفرینان تاثیر دارند که در اینجا به مهم‌ترین این عوامل می‌پردازیم.

## ویژگیهای جمعیت شناختی کارآفرینان (الف) تجربه کاری

تعدادی از محققان نشان داده‌اند که کارآفرینان در حرفه و صنعتی که کار خود را در آن شروع می‌کنند، دارای تجربه قبلی‌اند و تجربه کاری قبلی آنان در مسیر خاصی از فعالیت اقتصادی، رابطه مثبت و مستقیمی با موفقیت دارد. تجربه کاری باعث می‌شود کارآفرین به این موضوع پی‌ببرد که می‌تواند این کارها را بهتر از رئیس و کارفرمای خود انجام دهد. به همین دلیل، اقدام به راه‌اندازی کسب و کار شخصی می‌کند. شما دانش‌آموزان نباید نگران این موضوع باشید که تجربه لازم را در زمینه مورد نظر ندارید. به خاطر داشته باشید که می‌توانید در همین دوران نیز تجربه کارکردن و کسب درآمد را بچشید. به عنوان نمونه، آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید چگونه می‌توانید برای خود درآمد کسب کنید؟ در اینجا به چند نمونه اشاره می‌کنیم. با فکر کردن به این موارد یا با توجه به علاقه و توانایی خود، می‌توانید موارد بیشتری را بیابید. آنچه مهم است، چگونگی تبدیل دانش، سرگرمی، توانایی و مهارت خود به درآمد است. این را هم بدانید که کارکردن برای انسان ارزش به شمار می‌آید و در دین مبین اسلام نیز به این موضوع اشاره شده است. پیامبر گرامی اسلام (ص) می‌فرماید: «الکاسب حبيب الله.» (کاسب دوست خداوند است.)

به سرگرمی‌ها و علایق و نیازهای دوستان و همکلاسیه‌های خود بنگرید. شما می‌توانید از این نیازها حداکثر استفاده را ببرید.

■ ممکن است شما تایپ بلد باشید و دوستان یا اطرافیان شما نیاز به تایپ مطالب، جزوه، یا تحقیق خود داشته باشند. می‌توانید اعلام آمادگی کنید و با اعلام قیمت و شرایط کاری خود، از اطرافیان سفارش بگیرید.

■ ممکن است توانایی نوشتاری یا طراحی شما بهتر از دوستانتان خود باشد. شاید اطرافیان یا دوستان شما به این توانایی نیاز داشته باشند. حتی می‌توانید این توانایی را به اطرافیان خود گوشزد کنید تا در صورت لزوم از آنان سفارش کار بگیرید.

■ شما می‌توانید از مناظر طبیعت یا حتی دوستان و همکلاسیه‌های خود عکس بگیرید و آنان را به دوستان خود بفروشید.

چه موارد دیگری را می‌توانید مثال بزنید؟

## (ب) الگوی نقش

افرادی که در خانواده‌شان فرد کارآفرینی وجود داشته باشد، به احتمال زیاد خودشان نیز کارآفرین خواهند شد. به طور کلی وجود یک الگوی نقش، سبب تشویق تلاشهای کارآفرینانی در فرد می‌شود. این الگوها

ممکن است در خانواده یا بین دوستان یا در محیط‌های کاری باشند. حتی می‌توان گفت کسی که والدینش او شغل آزاد دارند و برای خود کار می‌کنند، بیش از افرادی که شغل والدینشان دولتی است، علاقه دارد برای خود کسب و کاری ایجاد کند. پس اگر چند تن از اطرافیان‌تان به نوعی کارآفرین باشند، احتمال خیلی زیادی دارد که شما نیز به سوی فعالیتهای کارآفرینانه سوق پیدا کنید.

### ج) تحصیلات

یکی از موضوعات مورد توجه محققان این است که آیا افراد، کارآفرین به دنیا می‌آیند یا از طریق تحصیل کارآفرین می‌شوند. این نکته اهمیت تحصیلات را آشکار می‌کند. وسپر معتقد است کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیشتر است، کسانی‌اند که تجربه دارند اما تحصیلات ندارند. نباید از نظر دور داشت که همراه با بالا رفتن سطح تحصیلات جامعه، سطح تحصیلات کارآفرینان نیز ارتقا یافته است. از این گذشته، با توجه به اینکه هماهنگی با پیشرفتهای فن‌آوری نیازمند دانش و مهارت سطح بالایی است، کارآفرینان نیز به دانش و تخصص بالایی نیاز دارند تا بتوانند فرصتهای کسب و کار را در زمینه‌های مختلف تشخیص دهند و متناسب با آنها کسب و کاری را راه‌اندازی کنند. به عنوان نمونه، بنیانگذاران بسیاری از شرکت‌هایی که امروزه در سطح جهانی فعالیت می‌کنند، تحصیلات دانشگاهی دارند.

### د) سن

اساساً نمی‌توان سن مطلوبی را برای آغاز فعالیتهای کارآفرینانه معین کرد. مطالعه و بررسی در مورد کارآفرینان دنیا نشان می‌دهد کارآفرینان می‌توانند در هر گروه سنی (از نوجوانی تا پیری) وجود داشته باشند. مثلاً با ورود اینترنت به زندگی انسان امروز، بسیاری از کسب و کارهای اینترنتی را نوجوانان و جوانان راه انداختند. این موضوع در دهه‌های گذشته سابقه نداشت.

### ه) نظام آموزشی

امروزه بر اکثر دولتمردان و سیاست‌گذاران آشکار شده است که می‌توانند از طریق نظام آموزشی بر فراگیران تأثیر بگذارند و به این طریق میزان کارآفرینی را به این طریق در جامعه افزایش دهند. اگر نظام آموزشی به گونه‌ای باشد که افراد بتوانند علاوه بر کسب دانش، چگونگی استفاده از آن را در محیط و بازار کار (دنیای کسب و کار) نیز یاد بگیرند، تعداد کارآفرینان و به دنبال آن، کسب و کارهای تازه زیاد خواهد شد. علاوه بر این، همه شما می‌دانید که کسب و کارهای تازه نیاز به دانش و مهارت بالایی دارند.

### و) جایگاه اجتماعی

قرار نگرفتن فرد در جایگاه اجتماعی مورد انتظارش، سبب می‌شود تا فرد به سوی فعالیتهای کارآفرینانه برانگیخته شود.

در این زمینه جرج هومانز مطالعاتی کرد و نتیجه گرفت که هیچ یک از متغیرهای، قدرت، جایگاه، رتبه و سمت، به تنهایی برای تشریح انگیزه فرد برای کارآفرین شدن کافی نیست. اما هنگامی که بین جایگاه اجتماعی فرد و انتظار وی فاصله باشد، به سوی رفتارهای متفاوت برانگیخته می‌شود. هنگامی که فرد از موقعیت اجتماعی خویش ناراضی باشد، تلاش می‌کند از طریق کسب و کار به جایگاه مورد نظر دست پیدا کند.

ممکن است برخی از شما فکر کنید که هیچ‌کدام از این موارد در موردتان صدق نمی‌کند، پس نمی‌توانید کارآفرین باشید. اما چنین نیست. باید در موردتان بدانید که کارآفرینی دارای الگوها و قوانینی است که می‌توانید آنها را یاد بگیرید. برای کارآفرین شدن لازم است ابتدا وارد دنیای کسب و کار شوید و سپس به نوآوری و خلاقیت بپردازید.

## انواع کارآفرینی

کارآفرینی را به دو دسته کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی تقسیم می‌کنند که کارآفرینی فردی، خود به دو شاخه کارآفرینی آزاد (مستقل) و کارآفرینی درون سازمانی تقسیم می‌شود.

**کارآفرینی مستقل:** فرایندی است که در آن کارآفرین می‌کوشد تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را به طور آزاد به ثمر رساند.

**کارآفرینی درون سازمانی:** فرایندی است که در آن کارآفرین می‌کوشد تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را در سازمانی که معمولاً سنتی و بوروکراتیک است به ثمر رساند.

**سازمان کارآفرین:** فرایندی است که در آن سازمان می‌کوشد تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیتهای کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خود مختار به ثمر برسد.

یک فرق کلی کارآفرینی فردی و سازمانی این است که در کارآفرینی فردی شرکت یا سازمانی از قبل ایجاد نشده است، بلکه فرد کارآفرین از طریق فرایندی سازمان یا شرکت جدیدی را به ثبت می‌رساند؛ اما در کارآفرینی سازمانی، سازمان از قبل وجود دارد و فرد کارآفرین (کارآفرین سازمانی) در این سازمان، تغییرات و نوآوری‌هایی را به وجود می‌آورد که باعث کارآفرینی می‌شود.

**کارآفرین اجتماعی:** یک نوع دیگر از کارآفرینی وجود دارد که در آن فرد به دنبال منافع مادی و ثروت نیست، بلکه هدفش ایجاد تغییر و تحولاتی مثبت در جامعه است که در نتیجه آن، ارزش اجتماعی در جامعه ایجاد می‌شود. به این نوع کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی یا ارزشی می‌گویند. پس کارآفرین اجتماعی فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد کسب و کار اجتماعی (بخش‌های خصوصی، عمومی، داوطلبانه و غیرانتفاعی) با بسیج منابع گوناگون و مخاطرات مالی و اجتماعی، با خلق ارزشهای اجتماعی و اقتصادی، خدمات جدید اجتماعی به جامعه ارائه می‌دهد.