

## چکیده

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به عنوان یکی از ارزانترین ابزارها با بهترین نتیجه و

. بیشترین کارآیی مطرح است و فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی برخوردار است

در این مقاله به روش تحلیل توصیفی مفهوم کارآفرینی در سه سطح فردی ، سازمانی و ملی

مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است . ویژگیهایی نظیر اعتماد به نفس ، ریسک پذیری ،

انعطاف پذیری ، خوش بینی و ... به عنوان عوامل فردی ، ویژگیهایی نظیر ریسکی بودن ،

نوآوری ، انعطاف در برنامه ریزی و تمرکز بر نتیجه و...به عنوان عوامل سازمانی و ویژگیهایی

نظیر گروه گرایی ، سنت پرستی و کمال گرایی و سودپرستی به عنوان عوامل ملی ، شناسایی

. شده است

## مقدمه

تربیت نیروی انسانی و آموزش در جامعه باهدف بهره برداری آتی از این نیرو صورت می گیرد.

اما امروزه بسیاری از جوانانی که در دانشگاهها و مراکز علمی کشور به تحصیل مشغولند

امیدوارند که پس از فراغت از تحصیل هرچه سریعتر وارد "بازار کار" شوند. عبارت "بازار کار"

عبارتی است بسیار حساس ، و برداشت جوانان از این عبارت ، یکی از عوامل حیاتی موثر در

آینده کشور به حساب می آید. متأسفانه امروزه "بازار کار" در اذهان بسیاری از جوانان و

دانشجویان کشور یکسری پستهای از پیش تعیین شده، و به عبارتی یکسری "صندلیهای پیش

اما دیدگاه کارآفرینانه نسبت به . ساخته ای " تعبیر می شود که در جامعه منتظر آنهاست

پدیده اشتغال، فاقد زیادی از مشکلات جوانان در مواجهه با آینده، خواهد کاست. یک چنین

دیدگاهی می تواند در پوشش تحولات فرهنگی لازم برای توسعه کارآفرینی در کشور، حاصل

شود.

هدف این مقاله، بررسی و تحلیل جنبه های مختلف فرهنگ کارآفرینی و ارزیابی اقدامات لازم

برای پیاده سازی آن است. در این راستا سعی بر آن است که با تحلیل ویژگیها،

ارزشها، هنجارها، و دانش لازم برای استفاده برنامه ریزی شده از کارآفرینی به عنوان ابزار توسعه

اقتصادی، گامی در جهت ایجاد زمینه لازم برای اقدامات کارشناسی برداشته شود.

کارآفرینی سازمانی مستقل

کارآفرینی از دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفته است و دانشمندان دودسته افراد کارآفرین را از

. یکدیگر مجزا و مشخص کرده اند: کارآفرینان مستقل یا فردی و کارآفرینان سازمانی یا اداری

پیتر دراگر بیشتر کارآفرینی را از دیدگاه نخست مدنظر قرار داده و در تعریف خود از کارآفرین

می نویسد: "کارآفرین فردی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود

"شروع می کند". "احمدپور داریانی - پایان نامه دکتری مدیریت صفحه ۲۷

با وجود تفاوت‌های بین کارآفرینی سازمانی و مستقل ، به دلیل کلیت عوامل موردبررسی ، دراین

مقاله واژه کارآفرینی در معنای عام یعنی ، درهر دو مفهوم فردی و سازمانی ، به کار می رود

### فرهنگ کارآفرینی

ازجمله اقدامات لازم برای به کارگیری ابزارکارآفرینی در سطح کلان ، بسترسازی است . ویکی

. از مهمترین جنبه های آن ، ایجاد فرهنگ کارآفرینی است

بستر فرهنگی ، به عنوان عاملی زیربنایی ، و یاختی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای

کارآفرینی ، مستلزم تحولات عمیقی در شناخت ، باورها، حقوق ، آداب و رسوم و اخلاق یک

ملت است

فرهنگ سازمانی ازجمله خرده فرهنگهای یک جامعه است که به دلیل ارتباط بسیار نزدیکی

. که با کارآفرینی دارد، بر این پدیده تاثیرگذار است

کارآفرینی به عنوان یکی از ویژگیهای فردی انسان ، از بعد فردی نیز، مستلزم بستر وچارچوب

شخصیتی متناسب با این پدیده است . کارآفرین ، نیازمند برخی ویژگیهای شخصیتی ذاتی و یا

اكتسابی است ، كه نقش بسزایی در موفقیت وی به عهده دارد.

فرهنگ کارآفرینی از بعد فردی

فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگیهای شخصیتی یک فرد، متبلور می شود. مانند

تواناییهای رهبری و مدیریت ، بر سر ذاتی یا اکتسابی بودن ویژگی کارآفرینی ، در بین

در یک دیدگاه افراطی ، ولف معتقد است : "افرادی كه صاحب نظران اختلاف نظر وجود دارد

دارای خمیرمایه کارآفرینی هستند، کارآفرین می شوند و افرادی كه دارای اینگونه ویژگیهای

"صفحه ۷۶-طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود". "احمدپور

این نگرش نمایانگر اهمیت وافر ویژگیهای شخصیتی در شکل گیری کارآفرینی است . در این

رابطه صاحب نظران اذعان می دارند كه عوامل شخصیتی و سبک فردی از اهمیت فراوانی

برخوردار است . "رس و آنوالا ۱۹۸۶". در مقابل باید توجه داشت كه اگر کارآفرینان هم

مهارتها را كسب کرده و هم ویژگیهای ذاتی لازم برای ارزیابی ریسك را دارا باشند، دیرتر دچار

یاس می شوند. و به عبارتی چنانچه کارآفرینان هم آموزش ببینند و هم دارای ویژگیهای ذاتی

باشند، كمتر دچار تنزل می شوند. "آرتور لیپر ۱۹۸۸" بنابراین ویژگیها و مهارتهای اکتسابی ،

عامل مهمی در شکل گیری شخصیت کارآفرین به حساب می آید.

از نظر بروس جی وایتینگ ، افراد کارآفرین دارای ۱۹ ویژگی هستند که آنها را از نظر شخصیتی

از افراد عادی یا سایر افراد جامعه مجزا می کند

اعتماد به نفس پشتکار انرژی زیاد

اتخاذ ریسک حساب شده نیاز به موفقیت خلاقیت ابتکار انعطاف پذیری واکنش مثبت در

مقابل چالشها استقلال خوش بینی ادراکی بودن دارای منابع کافی دارای مهارتهای متعدد

سودگرا توانا در برخورد بامردم دوراندیشی رهبری پویا مسئول و پاسخگو در مقابل انتقادات

اعتماد به نفس : اعتماد به نفس از مهمترین ویژگیهای کارآفرین است که منجر به تقویت حس

اعتماد وی نسبت به تواناییهای درونی ، می شود. این ویژگی ، یکی از عوامل شخصیتی موثر

براستقامت و پشتکار نیز به حساب می آید. اعتماد به نفس به عنوان مشوق افراد برای طرح ایده

های نو و جسارت لازم برای پروراندن آن ، حتی از دارا بودن دانش کافی نیز اهمیت بیشتری

دارد. افراد باید نسبت به ایده خود تعهد و اعتماد داشته باشند

پشتکار و استقامت : به خاطر مشکلات و موانع موجود بر سر راه اقدامات کارآفرینانه ، پشتکار

و استقامت بسیار در خلق محصول ، فرایند یا شرکت جدید از ملزومات موفقیت کارآفرین به

حساب می آید. "موفقیت بعضی کارآفرینان وحتى در مواردی موفقیت افسانه ای آنان ، ناشی

از استقامت در تحلیل هایی از ریسک و بازده است که بنابر دیدگاه کارآفرین بر توقف فعالیتهای

"1988وی تاکید می کند". "آرتور لیپر

اتخاذ ریسک حساب شده : ریسک پذیری از ویژگیهای کلیدی کارآفرینی است و محافظه کاری

منجر به عملکرد منفعل و تقلید از دیگران خواهد شد. گام برداشتن در آینده ای نامطمئن

و حرکت در تاریکیها، فرصتهایی را به کارآفرین نشان می دهد که شاید به راحتی برای دیگران

قابل درک نباشد.

دستیابی به اهدافی - 1 : موفقیت در کارآفرینی به واسطه دونهشته عمده قابل شناسایی است

که کارآفرینان برای شرکت خود تعریف می کنند. ۲ - سودآوری ریسکی . شرکتهایی با این

الف - در شروع کار متحورانه : نشانه های موفقیت ، نمایشگر ویژگیهای خاصی هستند

خود، منابع خویش را به ریسک می گذارند. ب - نقاط قوت و "VENTURE TASK"

ارزشهای عمومی متحورانه در شرکت - ضعف خود را در موقعیتهای متحورانه می شناسند. ج

"دارند... "کارل ج سامسوم و میخائیل آگوردون ۱۹۹۳

آرتور لیپر در مقاله خود در اشاره به یکی از نگرشهای فکری لازم برای کارآفرینی می

نویسد: "از دست دادن پول و فرصتهای شناخته شده ، بخشی از فرایند کارآفرینی است . و آخر

"دنیابه حساب نمی آید .

بنابراین کارآفرینی مستلزم ریسک بوده و منابع سازمان یا فرد کارآفرین دائما در خطر باختن

قرار دارد. و این زیان زمانی که مقدمه پیروزیهای بعدی قرار گیرد، جزیی از کارآفرینی به

حساب می آید. سودآوری به عنوان یکی از نشانه های موفقیت سازمانهای کارآفرین ، از بازده

بالا به دست می آید. در یک دنیای رقابتی ، بازده بالامستلزم ریسک بالا است ، و ریسک پذیری

کارآفرین و قدرت تحمل خطرات و شکستهای احتمالی است که به وی قدرت می دهد به

فعالیتهای ریسکی با بازده بالا بپردازد

نیاز به موفقیت : عموماً افراد کارآفرین در تلاش برای دستیابی به توسعه تکنولوژیک و کمال

جویی هستند ولی افرادی که کارآفرین نیستند، به واسطه این انگیزه درونی برانگیخته نمی

شوند. چنانچه بنابر ویژگیهای شخصیتی یک فرد، موفقیت محرک انگیزشی قوی برای وی

نباشد، تلاش برای دستیابی به موفقیت ، و پشتکار وی در این جهت ، روبه افول خواهد گذاشت .

البته چنانچه موفقیت در کارآفرینی به مفهوم پیروزیهای مالی تعبیر شود، به عنوان یک علت ،

به عبارت دیگر برای اینکه کارآفرین موفق باشد، .تاثیر کمتری در کارآفرینی خواهد داشت

باید موفق بودن - به عنوان یک انگیزه - در مسائل ماورای پولی درک شود. یک کارآفرین حتی

بدون موفقیت در دستیابی به سطوح بالای سود مالی می تواند موفق به حساب آید. و این در

صورتی اتفاق خواهد افتاد که تعریف وی از موفقیت چیزی غیر از معیارهای پولی بوده و زندگی

تجاری خود را بر مبنای این معیارها برنامه ریزی کند.

انعطاف پذیری : علاوه بر ویژگیهای پیش گفته ، کارآفرینی ، نیازمند نوعی انعطاف پذیری است

انعطاف پذیری در کارآفرینی ، در دید اندیشمندان بیشتر در بعد تطبیق ایده با شرایط متحول

محیطی مطرح است . چرا که کارآفرین بیشتر با ایده ، طراحی و توسعه آن سروکار دارد. در این

رابطه آرتور لیپر معتقد است با توجه به تحولات و تغییرات عمیق محیطی حاکم بر

عملکرد کارآفرین ، اهداف و استراتژی های فردی وی برای دستیابی به ایده موردنظر باید

متناسب با محیط حاکم ، انعطاف لازم را داشته باشد. حتی گاهی لازم می شود که کارآفرین ،

ایده یا رویای اولیه خویش را نیز از موضع خود، خارج کند

چالشی بودن هدف یک سازمان یا یک واحد سازمانی از ملزومات انگیزشی آن واحد یا سازمان به

حساب می آید. هدفی که به راحتی قابل دستیابی باشد، نیازی به فعالیت ندارد و هدفی که

بیش از حد سخت باشد، انگیزه فعالیت را کاهش می دهد. حال هدف یک کارآفرین ، ایده

اوست . این ایده باید چالشی باشد. و چالشی بودن ایده و شدت آن بسته به شرایط محیطی باید

"تغییر کند." یک کارآفرین باید منطقا فردی غیرمنطقی باشد "ایساک ادیزس ۱۹۹۸

خوش بینی : خوش بینی به عنوان یکی دیگر از عوامل فردی ، در کارآفرینی مطرح است .

جایی که همه چیز مایوس کننده و تمام شرایط علیه هدف نهایی ماست ، آنچه می تواند امید

به حرکت را در کارآفرین ایجاد کند، خوش بینی اوست . جروم لملسون یکی از افراد ایده



پروراست . او اختراعاتی در زمینه های متعدد داشته است . وی معتقد است موفقیتش حاصل

خوش بین بودن اوست . البته نه خوش بینی بیش از حد، که خوش بینی محتاطانه . مردم

همیشه اظهار می دارند که ایده آنها "کارآفرینان" قابل اجراییست . برای غلبه بر چنین منفی

نگریهایی ، شما نیازمند مقداری خوش بینی هستید "فرنالده ۱۹۸۸". بنابراین ، تفاوت عامه مردم

با کارآفرینان و یکی از دلایل عدم موفقیت آنان در کارآفرینی ، نداشتن خوش بینی لازم است .

پس می توان خوش بینی را یکی از عوامل مهم فرهنگی در ارتقای کارآفرینی دانست . البته

لملسون تاکید دارد که هرگونه خوش بینی که به نوعی ساده لوحی منتهی شود را نمی توان به

احتیاط به عنوان مکمل خوش بینی ، کارآفرین را . عنوان یک نگرش کارآفرینانه در نظر گرفت

.مجهز به نوعی هوشیاری در برخورد با شرایط ریسکی می کند

ویژگیهای مذکور در فوق و عواملی از این قبیل ، دیدگاههایی در فرد کارآفرین ایجاد می

: کند که به شرح ذیل است

نگرشهایی در کارآفرینان سازمانی

; خواستار آزادی و دسترسی به منابع است

; اهداف نهایی او سه تا پانزده ساله است

از کار خسته نمی شود; درمورد سیستم بدگمان اما درمورد قدرت خود برای غلبه برسیستم

خوش بین است ؛ علاقه مند به ریسک متوسط است ؛ در مورد خود تحقیق و ارزیابی می کند

؛ "علاقه مند به بازخورد است"

نشانه ها و علائم موقعیت فعلی را به بازی می گیرد و به علائم آزادی ارجح می دهد؛ مشتری

وسرپرست خود را راضی نگه می دارد

فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمانی

همانطور که قبلا ذکر شد، سازمان به عنوان یک خرده سیستم اجتماعی ، نزدیک ترین رابطه را

با کارآفرینی دارد. بر این اساس ، فرهنگ سازمانی اثر زیادی روی پدیده کارآفرینی

خواهد گذاشت . در این رابطه مارک ویور "۱۹۸۸" می نویسد: نگرش ویژگیهای رفتاری ، رایج

ترین روش در جستجوی افراد کارآفرین است . اما بعضی ها یک دیدگاه اقتضایی برای آن مطرح

کرده اند. که این دیدگاه واکنش مناسب به شرایط را باعث می شود. دراکر "۱۹۸۵" آن را تحت

عنوان "تعهد به اجرای سیستماتیک نوآوری" که منجر به موفقیتهای کارآفرینانه می شود،

مطرح کرده است . در نگرش اقتضایی ، اقدامات و عملکردهای مختلف سازمانی نسبت به تجزیه

و تحلیل رفتاری مناسب تر است

جامع ترین فهرست از ویژگیهای سازمانهای کارآفرین که منعکس کننده فرایندها،

ارزشها، ویژگیهای ساختاری و... مرتبط با فرهنگ سازمانی است در ذیل آمده است

ویژگیهای سازمانهای کارآفرین

ریسک پذیر هستند؛ نوآور باقی می مانند

بر نتایج تمرکز دارند؛ کارهای فنی انجام می دهند؛ انعطاف را حفظ می کنند؛ به سازمان به

عنوان یک سیستم نگاه می کنند

تغییر را خوب می پندارند؛ اشتباهات رامی پذیرند و از آن یاد می گیرند؛ معتقدند مدیران از

هیچ ، چیزها می سازند و برانگیخته می شوند

سه ویژگی اصلی سازمانهای کارآفرین ریسک پذیری : سازمانهای ریسک پذیر کارآفرین

، نوآوری ، و پیشرو بودن است ... "بروس آرباینجر و آلن سی بلودورن ۱۹۹۹". در

اینجادانشمندان ریسک پذیری را در کنار نوآوری و پیشرو بودن ، برای سازمانهای کارآفرین

لازم دانسته اند. در سطح عوامل فردی فرهنگ کارآفرینی ، اتخاذ ریسک حساب شده ، به

عنوان یکی از مهمترین ویژگیهای کارآفرین ، بررسی شد. فعالیت چنین افرادی در سازمانهایی

با جومحافظه کارانه ، اجازه انجام کارهای متهورانه را از آنها سلب می کند، و این خود، عامل

مهمی در کاهش انگیزش آنهاست . به نظر بارینجر و بلودورن "۱۹۹۹" برای اینکه سازمان

کارآفرین باشد، و برای نتیجه بخشی فعالیت افراد کارآفرین سازمان باید دائما با شناخت

فرصتهای جدید وانجام اقدامات لازم برای شکار این فرصتها و به دنبال آن کنترل بیشتر بر

محیط، سودآوری خود را افزایش دهد. ولی سازمانهای محافظه کار در برنامه ریزی خود هرگز به

فرصتهای جدید، نمی اندیشند. با وجود اینکه برنامه ریزی استراتژیک ممکن است در سازمانهای

محافظه کار به اندازه سازمان کارآفرین پیچیده باشد، با وجود این در این سازمانها تاکیدی

بر شناخت فرصتها و مناسب بودن ایده های جدید نمی شود

تغییر و تحول ، ریسک از دست دادن قدرت را برای صاحبان آن در سازمان به دنبال دارد. ارائه

ایده های جدید و به دنبال آن شناخت فرصتهایی تواند منجر به تغییراتی گردد که آینده

مشخصی ندارد. بنابراین سازمانهای موفق به دلیل ابهام نسبت به آینده تغییر، ایده های جدید

را سرکوب می کنند. این عامل بازدارنده کارآفرینی، فرایند نوآوری در سازمان را سرکوب می

کند، مگر اینکه جو حاکم بر سازمان جوی ریسک پذیر بوده و افراد حاضر باشند برای امتحان

ایده ها و فرصتهای جدید، تن به خطر دهند. در چنین جوی است که سازمان می تواند افراد

کارآفرین را در خود بپروراند

نوآوری از عمده ترین ملزومات کارآفرینی در سازمانها به حساب : سازمانهای نوآور کارآفرین

می آید. نوآوری در سازمانها، به عنوان وجهه ای از فرهنگ سازمانی، با عوامل مختلفی مانند

ساختار، آزادی و رویه های سازمانی، ارتباط پیدا می کند. همرش در سال ۱۹۷۸ به این

، به عنوان یکی از "TARGETED INNOVATION" نتیجه رسید که نوآوری هدفمند ویژگیهای کوچک ، برای ورود آنها به بازار جدید، تاثیر قابل توجهی در کارآفرینی سازمانی دارد.

رندال شومر در سال ۶۸۹۱ ارتباط بین آزادی و تشویق ناشی از عوامل ساختاری و رویه های سازمانی با استقلال ، و به دنبال آن نوآوری را مطرح کرده و برای ایجاد افراد کارآفرین در سازمان ، مدلی ارائه کرده که اثر رویه های سازمانی و ساختار را بر استقلال و نهایتا نوآوری در سازمان نشان می دهد. در این مدل ، بالا و پایین بودن فعالیت کارآفرینی به سطح نوآوری سیستماتیک در سازمان برمی گردد.

سازمانهای کارآفرین بر نتایج تمرکز دارند: منطق استقلال در کارآفرینی که در بالا به عنوان ابزاری برای ایجاد جو نوآوری و نهایتا رشد کارآفرینی مطرح شد، این است که انتظار ما از فرد کارآفرین ، باید برخاسته از نتیجه عملکرد وی باشد، براساس این منطق ، کارآفرین باید در تعیین روش بهتر برای دستیابی به هدف ، از آزادی لازم برخوردار باشد. در این جایگاه ، تمرکز بر نتیجه به عنوان یکی از ابعاد فرهنگ کارآفرینی در سازمان ، در قالب مفهوم کنترل سازمانی تحلیل می شود. هدف یک سیستم کنترل ، اطمینان از انطباق استراتژیهای سازمانی با اهداف و

"مقاصداز پیش تعیین شده ، می باشد. "لورنج ، مورتون و گوشال ۱۹۸۶

فرهنگ کارآفرینی در سطح ملی

فرهنگ جامعه در سطح ملی با تاثیرات قابل توجهی که بر ویژگیهای اکتسابی فرد می گذارد،

وهمچنین محدودیتهای و فرصتهایی که برای سازمانها ایجاد کند، اثرات قابل توجهی بر

فرایند کارآفرینی می گذارد.

کارل ج. سامسوم و میخائیل آگوردون تحقیقی: فرهنگ گروه گرایی به عنوان مشوق کارآفرینی

درباره تفاوت فرهنگ دانشگاهیان و بازرگانان و تاثیر آن بر کارآفرینی انجام دادند. محققان

درباررسی ویژگیهای فرهنگی دانشگاهیان ، فعالیت آنان در یک محیط گروه گرا را به عنوان

پدیده موثر بر کارآفرینی مطرح می کنند. گروه گرایی در ویژگیهای فرهنگی کشوری مانند ژاپن

دربارزترین حالت خود، در ایده زایی متبلور می شود. حل گروهی مسایل چه در زمینه تجاری ،

یا غیرتجاری منجر به نوعی فرایندطوفان مغزی و به دنبال آن ، ارائه ایده های جدید می گردد.

این ایده ها زمانی که با همفکری افراد بادیدگاههای مختلف به نتایج جدیدی منجر شود، عامل

تقویت کننده کارآفرینی به حساب خواهد آمد. گسترش چنین ویژگی فرهنگی در یک جامعه از

یک طرف به دلیل اثراتی که برنگرش فردی به جای می گذارد، و از طرف دیگر با ایجاد فرصتها

یا محدودیتها و تغییر ارزشهای سازمان به طور غیرمستقیم، پدیده کارآفرینی رامتاثر می کند.

نقل از: <http://www.imi.ir/tadbir/tadbir-102/article-102/4.asp>