

کار آفرینی چیست؟

کار آفرین کیست؟

با توجه به توسعه دنیای امروزی، کسب و کار و تجارت شکل تازه‌ای به خود گرفته است. کارآفرین و کارآفرینی واژه‌هایی هستند که بسیار به گوش می‌خورد و برداشت متفاوتی از آن می‌شود. اما واقعاً معنا و مفهوم آن چیست؟ کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست؟ در این مقاله سعی کردیم بر اساس تعاریف متخصصان و محققان دنیا، تعبیری از این کلمات را ارائه دهیم.

بنابر تعریف دانشگاهی ویستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند. اقتصاد جهانی در حال ایجاد تغییراتی بنیادی و اساسی برای سازمان‌ها و صنایع در سراسر جهان است. این تغییرات، شرکت‌های تجاری را ملزم می‌سازد تا به‌طور دقیق هدف خود را بررسی کرده توجه فراوانی به انتخاب و دنبال کردن راهبردهایی داشته باشند که منتهی به سطوحی از موفقیت با احتمال موفقیت بالا برای بسیاری از افراد ذینفع شود.

تکامل سریع علم و فناوری و همچنین رشد جمعیت نیاز به کارآفرینی را افزایش می‌دهد. کارآفرینی فرایند مهمی است که بدان دانش جدید تبدیل به کالا و خدمات می‌شود. نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه‌گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی است.

کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان روش‌های کسب و کاری تعریف شود که با رشد و ترقی مرتبط است، بیشتر کنش‌گرایانه است تا واکنش‌پذیر، مشتری‌مدار است و مخاطره‌های یک شرکت جدید را می‌پذیرد. کارآفرین می‌تواند هرکسی باشد که نوآوری را ایجاد کند، او می‌تواند یک شخص مستقل، یک کارمند یا مدیر یک شرکت و غیره باشد. کارآفرین با به‌کارگیری خلاقیت و کاربرد ترکیبات جدید از منابع سروکار دارد.

کارآفرینی شامل فرایند جست‌وجو و پیگیری فرصت و حداکثر سازی ارزش ناشی از آن است.

کارآفرینی هنر یافتن راه‌حل‌های سودمند برای حل مسائل است. کارآفرین موفق کسی است که بتواند مسائل را تشخیص دهد و راه‌حل‌های آن‌ها را ارائه کند قبل از اینکه دیگران چنین کاری کنند. کارآفرینی تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده نوآوری به‌منظور حداکثرسازی ارزش حاصل از فرصت بدون توجه به محدودیت مدل‌ها، ساختار یا منابع موجود است.

کارآفرین، فردی است که کسب و کاری را با هدف سودآوری و رشد ایجاد و مدیریت می‌کند. چنین شخصی، اساساً به‌وسیله رفتار نوآورانه شناخته شده و اقدامات مدیریت استراتژیک را در کسب و کار به کار می‌گیرد. اما مالک کسب و کار کوچک، فردی است که کسب و کاری را بر مبنای اصل دستیابی هرچه بیشتر به اهداف شخصی ایجاد و مدیریت می‌کند. از نظر چنین شخصی، کسب و کار باید منبع اصلی درآمدش باشد. از این‌رو وی عمده زمان و منابع کسب و کار را مصرف خواهد کرد. مالک، کسب و کار را به‌عنوان وسیله‌ای برای توسعه شخصی‌اش تلقی کرده و آن را به‌طور پیچیده‌ای با نیازها و تمایلات خانوادگی‌اش گره می‌زند. از این‌رو کارآفرین همان صاحب یا مالک کسب و کار کوچک نیست.

کارآفرینی، مدیر فرایند تولید است که مسئول تعیین حداکثر بازده برای سطح تعیین‌شده ترجیحات مصرف‌کننده است. با این حال، در مدل تعادل جزئی که مطرح شده است؛ بین کسی که روش‌های جدید را به کار می‌گیرد و کسب و کارها را بهبود بخشیده و ریسک‌پذیر است و فردی که از شکست می‌ترسد و دست‌مزد مدیریت خود را می‌گیرد، تفاوت وجود دارد.

کارآفرین در تعریفی به‌عنوان کسی که ترکیبات جدیدی از ابزارهای تولید را ایجاد می‌کند و یک نوآور است، بیان می‌شود.

فرهنگ به‌عنوان عامل تعیین‌کننده کارآفرینی بیان می‌شود و برای رشد کارآفرینی در یک جامعه تناسب بین سازه‌های ایدئولوژیکی و رفتار اقتصادی، ضروری دانسته می‌شود



کارآفرین عاملی است که تمامی ابزارهای تولید را به هم پیوند می‌دهد و ارزش را در تولیدات جست و جو می‌کند، او تمامی سرمایه به کار گرفته‌شده، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصله خود را بازگشت می‌دهد.

کارآفرینی در کل شامل انجام فعالیت‌هایی است که عموماً در شرایط جاری انجام نمی‌شود و به طور کلی پدیده‌ای است که تحت شرایط کلی‌تر رهبری به وجود می‌آید.

کارآفرین ممکن است با اختیارات رسمی خود را به‌طور مستقل توجیه کند یا این که آن را تفویض شده از سوی دیگران تشریح نماید. (به‌خصوص از سوی افراد ذینفع) اما در سازمان خود او به‌تنهایی منع اختیارات رسمی نیست. معمولاً تعریفی که از مدیریت ارائه می‌شود این است که مدیریت منبع تمامی اختیارات نیست، بنابراین مرز بین کارآفرین و مدیر بسیار دقیق ترسیم شده است. به عقیده وی تمایل به پولدار شدن، تمایل به شناخت قدرت، انگیزش موفقیت، تحمل ناملایمات از ویژگی‌های کارآفرینان است.

کارآفرین، فردی است که فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت می‌کند و به خاطر سود مخاطره آن را می‌پذیرد و ویژگی‌های آنان شامل رشد‌گرایی، استقلال‌طلبی و مهارت طلبی معرفی می‌شود.

به نظر می‌رسد افراد کارآفرین با افراد خلاق از لحاظ زمینه‌های خانوادگی نیز دارای همانندی‌هایی باشند. به‌عنوان نمونه، پژوهش‌ها نشان داده است که افراد خلاق بیشتر در خانواده‌هایی که ارزش و احترام خاصی برای استقلال و اعتماد به نفس کودکان قایلند، پرورش می‌یابند.

کارآفرینان بیش از مدیران شرکت‌ها، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند، کارآفرینان بدون این که احساس تهدید یا ناراحتی کنند، قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف روبرو شوند و ضمن رفع ابهامات، آن‌ها را به نفع خود تغییر دهند. درواقع ابهام سبب انگیزش آن‌ها می‌شود. کارآفرینان موفق عاشق هیجان‌هایی مانند ابهام هستند امنیت شغلی و امثال آن برای آن‌ها مهم نیست. بر همین اساس یکی از ویژگی‌های محیط کارآفرینی ابهام، عدم ثبات و فقدان دانش پایه‌ای کافی است.

تعاریف و مطالبی که بیان شد بخشی از ویژگی‌های کارآفرینی و کارآفرینان بود. روش‌هایی برای تشخیص روحیه کارآفرینی در افراد وجود دارد که در مقالات دیگر به آن پرداخته می‌شود.

منبع: کتاب ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، دکتر اسدالله کردناییج و همکاران



چگونه يك استارت آپ را شروع كنيم؟



۹. ایده برای یک کسب و کار موفق

۱. محصولی رشد می کند که با نیازهای بازار همسو باشد.
۲. یک گزاری فروش منحصر به فرد داشته باشید.
۳. بازارهای مکمل را شناسایی و در آنها هدف گذاری کنید.
۴. یک کانال توزیع جدید ایجاد کنید.
۵. برای معرفی نام و تصویر برندتان هزینه کنید.
۶. از استراتژی های بازاریابی آنلاین برای رشد کسب و کارتان استفاده کنید.
۷. برنامه ی وفاداری داشته باشید.
۸. تمرکزتان را بر مصرف کننده ی نهایی بگذارید ولی از توزیع کنندگان نیز غافل نشوید.
۹. هیچ استراتژی بازاریابی، تأثیرگذارتر از حرف مردم نیست.

توجه داشته باشید که ۹۰ درصد موفقیت کسب و کارتان به بازاریابی موفق وابسته است و فقط ۱۰ درصد به ایده ی کسب و کار منتسب است.