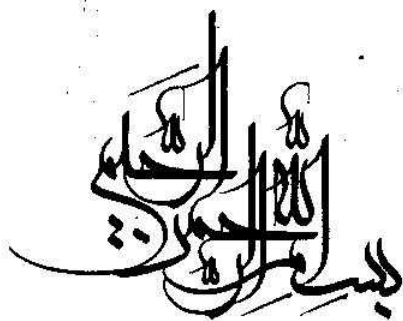




مباحث نرین در کار آفرینی

گردآوری و ترجمه

دکتر محسن ملک محمدی

هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

سهیلا ناصری

علیرضا اژدری

کارشناس ارشد مدیریت دولتی

انتشارات نصیبی

۱۳۹۶



سرشناسه : ملک محمدی، محسن، ۱۳۴۱ - گردآورنده، مترجم
 عنوان و نام پدیدآور : مباحث نوین در کارآفرینی/ گردآوری و ترجمه محسن ملک محمدی، علیرضا اژدري، سهيلا ناصري.
 مشخصات نشر : گرگان: انتشارات نصیبي، ۱۳۹۶.
 مشخصات ظاهري : ۱۴۲ ص.: جدول، نمودار.
 فروست : سری کتابهای آموزشی دانشگاهی؛ ۳.
 شابک : ۱۰۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰۹۶۰-۳-۰۰
 وضع فهرست نویسی : فیپا

یادداشت: : ص.ع. به انگلیسی: Mohsen Malek Mohammadi, AliReza Ajdari, Sohila Naseri. New topics in entrepreneurship.

یادداشت : کتابخانه: ص. ۱۳۳ - ۱۳۵.
 موضوع : کارآفرینی
 موضوع : Entrepreneurship
 شناسه افزوده : اژدري، علیرضا / ۱۳۵۴ - گردآورنده، مترجم
 شناسه افزوده : ناصري، سهيلا / ۱۳۶۴ - گردآورنده، مترجم
 رده بندی کنگره : HB ۱۹۶۲ / ۲۲ / ۷۲۱
 رده بندی دیویی : ۰۴/۳۳۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۶۸۷۳۷۰
 تاریخ درخواست : ۱۳۹۶/۰۲/۰۴
 تاریخ پاسخگویی :
 کد پیگیری : ۴۶۸۶۷۹۵



انتشارات نصیبي

نام کتاب : مباحث نوین در کارآفرینی
 ترجمه و گردآوری : دکتر محسن ملک محمدی، علیرضا اژدري، سهيلا ناصري
 ویراستار : علیرضا اژدري، سهيلا ناصري
 ناشر : انتشارات نصیبي
 چاپ اول : اول، ۱۳۹۶
 تیراژ : ۵۰۰ جلد
 قطع : وزیری
 چاپ : اول
 طراح جلد : الناز ناصري
 قیمت : ۱۰۰۰۰۰ ریال
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۶۰۹۶۰-۳-۰۰

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۵
مقدمه.....	۱
کارآفرینی.....	۵
کارآفرینی رسمی و غیر رسمی.....	۸
جست و جوی کارآفرینی در مکانهای اشتباه.....	۱۰
نیاز به مطالعه تنوع کارآفرینی.....	۱۵
آموزش کارآفرینی.....	۱۷
رویکردهای آموزش کارآفرینی.....	۲۱
تحقیقات آموزش کارآفرینی در برخی کشورها.....	۲۴
تاثیر آموزش بر روی نرخ کارآفرینی رسمی.....	۲۷
آموزش و قصد کارآفرینی.....	۲۹
نیات کارآفرینانه (قصد و اراده کارآفرینی).....	۳۱
مسیرهای جدید برای تحقیقات نیات کارآفرینانه.....	۳۳
فرایند کارآفرینانه و ارتباط نیات- رفتار.....	۳۵
فعالیت کارآفرینانه.....	۳۹
نقش واسطه‌ای فعالیت‌های کارآفرینانه.....	۴۱
تعریف و وظایف الگوها (رل مدل ها).....	۴۵
گرایش کارآفرینانه.....	۴۸
چارچوب نظری گرایش کارآفرینانه.....	۵۰
گرایش کارآفرینانه و ابعاد.....	۵۱
گرایش کارآفرینانه، سرعت نوآوری و عملکرد شرکت.....	۵۴
گرایش کارآفرینانه و موفقیت ائتلاف استراتژیک.....	۵۶
سرمایه انسانی و کارآفرینی.....	۵۹
سرمایه انسانی عمومی و کارآفرینی.....	۶۱
ویژگی های سرمایه انسانی کارآفرین.....	۶۴

عنوان	صفحه
سرمایه اجتماعی ویژه و کارآفرینی	۶۵
فرهنگ بومی و کارآفرینی	۶۷
رهبری تحولگرا، کارآفرینی شرکتی و عملکرد	۷۳
کارآفرینی سازمانی (CE)	۷۴
اخلاق و مدیران کارآفرین	۷۷
سبک زندگی کارآفرینان	۸۷
تاریخچه‌های مختصر و کوتاه بر GEM	۹۰
کارآفرینی پایدار و گردشگری بومی	۹۲
کارآفرینی و رشد اقتصادی	۹۷
کارآفرینی اجتماعی	۱۰۲
کارآفرینی در برابر کارآفرینی اجتماعی	۱۰۳
مفهومی‌سازی کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک مفهوم خوشه‌ای	۱۰۴
چرا نوآوری و کارآفرینی در صنایع دانش بیان با یک مسئله ویژه همراه است؟	۱۰۹
بازبینی مفهوم RIS کارآفرینانه	۱۱۱
فرصت‌بینی در کارآفرینی	۱۱۳
خودکارآمدی کارآفرینانه (ESE)	۱۱۶
ظهور کارآفرینی مبتنی بر شواهد	۱۱۹
ارتقای کارآفرینی مبتنی بر شواهد	۱۲۱
انگیزه کارآفرینانه	۱۲۴
انگیزه کارآفرینی بین‌المللی	۱۲۶
کارآفرینان فراملی	۱۳۰
OBV و IEC مبتنی بر فرصت	۱۳۱
منابع	۱۳۳

پیشگفتار:

بسیاری از محققین در قرن حاضر به موضوع اشتغال و کارآفرینی از زوایای مختلفی می‌پردازند. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، محققین با بهره‌گیری از مزایای بالقوه مراکز علمی، تحقیقاتی و فرهنگی بدنبال ایجاد اشتغال مولد و گسترش فرصت‌های شغلی متنوع برای قشرهای زیادی از نیروهای جوینده کار و بیکار در تمام سطوح هستند. در این میان آموزش و تحصیلات عالی نقش بسزائی در مباحث کارآفرینی دارند. برنامه‌های آموزشی بلند مدت، دانشگاه و آموزش‌های کوتاه مدت کاربردی می‌تواند در ایجاد بستر مناسب برای فضای کارآفرینی نقش بسزائی داشته باشد. اینگونه برنامه‌های آموزشی بهسازی منابع انسانی و سرمایه‌های واقعی کارآفرینانی را به همراه دارد.

این نوشتار بر اساس نتایج تحقیقات و بررسی‌های علمی و پژوهشی محققین سایر کشورها تهیه شده است. مولفان این مجموعه با بررسی مقالات و مطالعات علمی صورت گرفته در اقصی نقاط جهان به جمع‌آوری مطالب ارزشمند در راستای کارآفرینی در دانشگاه‌ها اقدام نموده‌اند و در این رابطه به سبب وجود دیدگاه‌های مختلف پرداخته شده است و سعی گردیده به مطالبی پرداخته شود که در سطح منابع کمتر به آنها توجه شده است و از ذکر کلیات و تعاریف ابتدایی پرهیز نموده‌ایم. مولفان این کتاب تلاش نموده‌اند تا با نگاهی آگاهانه به کارآفرینی، در بکارگیری و پیاده‌سازی آن به محققین و اندیشمندان کارآفرینی یاری رسانند. لذا در مباحث اولیه کتاب بطور اجمالی به موضوع کارآفرینی پرداخته شده است و در ادامه، مباحث تخصصی و مفاهیم نوین در مطالعات کارآفرینی مطرح گردیده است.

در پایان با سپاس به درگاه خالق هستی که توفیق تدوین این اثر را بر مولفان ارزانی داشته است، از تمام اندیشمندان و افرادی که در تدوین این کتاب، را یاری کردند قدردانی و سپاسگزاری می‌نمائیم. از خوانندگان اندیشمند و ارجمند انتظار داریم، نگاه هوشمندانه خود، مطالب این کتاب را نقد و بررسی نموده و ما را از نظرات خود آگاه سازند.

مولفان (دکتر محسن ملک‌محمدی، علیرضا اژدری و سهیلا ناصری)

بهار ۱۳۹۶

مقدمه

کارآفرینی، از طریق ایجاد و خلق کسب و کارهای جدید یا کارآفرینی در درون شرکت‌های موجود، یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی است. به نظر می‌رسد که یک رابطه تنگاتنگ بین کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای و محلی وجود داشته باشد (مالکی^۱، ۱۹۹۷). رینولدز و همکارانش (۱۹۹۴) به این نتیجه رسیدند که نرخ بالای تاسیس شرکت‌های نوپا، شرط لازم، اما ناکافی برای رشد اقتصادی است. این موضوع منجر به افزایش طرح‌ها و پروژه‌های خصوصی و دولتی برای بهبود و ارتقای فعالیت کارآفرینانه با انگیزه تسریع نوآوری، توسعه فناوری، اشتغال‌زایی شده است (رینولدز^۲ همکاران، ۲۰۰۱). بحث‌های عمومی مانند فعالیت‌های صنعتی و توسعه، زیر ساخت صنعتی و عمومی یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر یا تامین سرمایه مرحله کسب ایده^۳ از عوامل پایه و مادر برای توسعه فعالیت اقتصادی جدید هستند. با این حال، بدون داشتن افراد متعهد و ماهر برای توسعه و مدیریت شرکت و فعالیت‌های کسب و کار جدید، همه این‌ها بی‌تأثیر خواهند بود. امروزه دانشگاه‌ها نقش جدیدی در جامعه (علاوه بر تحقیق و آفرین) با استفاده از "ماموریت سوم" توسعه اقتصادی ایفا می‌کنند (ازکویتز و همکاران^۴، ۲۰۰۰). راسمussen et al.^۵ معتقدند، این توسعه در بسیاری از دانشگاه‌های ایالات متحده به مدت چندین دهه وجود داشته و در حال حاضر نیز در اروپا به سرعت در حال پیشرفت است.

دانشگاه‌ها می‌توانند به طور غیرمستقیم به کارآفرینی از طریق آموزش کاندیدهای کارآفرینی و به طور مستقیم از طریق تجاری سازی تحقیقات و عملی کردن به عنوان بستری برای تاسیس کسب و کارهای جدید، کمک کنند. جریان کاندیدها یا "نوآوران آینده" موجب

¹ Malecki

² Reynolds

³ Seed and venture capital

⁴ Etzkowitz

⁵ Rasmussen et al.

افزایش پتانسیل و مسئولیت پذیری دانشگاه‌ها برای برطرف کردن نیاز به نیروی کار کارآفرین بیشتر و مهارت‌های بالاتر در این زمینه، شده است. در عین حال، تحقیقات انجام شده در دانشگاه‌ها، منبع ایده‌ها و نوآوری‌ها با پتانسیل تجاری زیادی هستند که این پتانسیل‌ها به طور کامل در بسیاری از موسسات مورد بهره برداری قرار نمی‌گیرند (مک مولان و ملنیک^۱، ۱۹۸۸). این سوال که آیا امکان آموزش افراد برای تبدیل شدن به کارآفرین وجود دارد یا خیر، بسیار مطرح شده است (فیت، ۲۰۰۱؛ سکستون و آپتون، ۱۹۸۷)^۲. گزارش‌های متعدد در خصوص برنامه‌های موفق آموزش کارآفرینی در موسسات، که اغلب در تعدادی از شرکت‌ها اندازه‌گیری شده است، منجر به افزایش انتظارات گردیده است. نتایج نشان می‌دهد که فارغ التحصیلان، مدیران کارآفرینی تمایل بیشتری برای تاسیس کسب و کارهای جدید و در عین حال اهداف کارآفرینانه، قوی‌تری نسبت به سایر فارغ التحصیلان دارند (کلورید و معین^۳، ۱۹۹۷). همان طور که پترمن و کندی^۴ (۲۰۰۳) گزارش کرده‌اند، برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌توانند به طور چشمگیری موجب تغییر نیت کارآفرینانه شرکت‌کننده‌ها شوند. به این ترتیب، علاوه بر اثرات مستقیم برنامه‌های آموزش کارآفرینی از طریق شرکت‌های نوپا، شرکت‌کننده‌ها قادر به تکرار فرایند کارآفرینانه در طی دوره حرفه‌ای خود با تاسیس شرکت‌های جدید، زمینه‌ای کسب و کار جدید در شرکت‌های موجود، راه اندازی کسب و کارها به طور ماهرانه و کمک به سایر کارآفرینان می‌باشند.

تعداد موسسات مربوطه و میزان منابع تخصصی داده شده برای برنامه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها به سرعت در حال افزایش و رشد است (کاتز، ۲۰۰۳؛ واسپر و گارتنر، ۱۹۹۷)^۵. که حاکی از شناخت اهمیت کارآفرینی بوده و سبب گردید، این رشته به موازات سایر رشته‌های مربوط به کسب و کار نظیر مدیریت، بازاریابی و بازرگانی، نیازمند آموزش تخصصی و حرفه‌ای شود. با این حال، رشته آموزشی کارآفرینی، در ابتدای راه خود قرار دارد و هیچ گونه چارچوب مشترک یا شیوه پذیرفته شده در خصوص شیوه آموزش کارآفرینان وجود ندارد (بروکس و همکاران، ۲۰۰۱؛ فیت، ۲۰۰۱)^۶.

^۱ McMullan and Melnyk

^۲ Fiet, Sexton and Upton

^۳ Kolvereid and Moen

^۴ Peterman and Kennedy

^۵ Katz, Vesper and Gartner

^۶ Brockhaus et al., Fiet

اگر چه تغییرات و تنوع زیادی در موضوعات آموزشی وجود دارد، لوککنان^۱ (۲۰۰۰)، بیان می‌دارد که الگوی غالب آموزش، بر مبنای طرز فکر فرد محوری می‌باشد. هدف این راهبرد آموزش کارآفرینی فردگرایانه، ارائه آموزش عمومی به افراد در خصوص شیوه تبدیل شدن به کارآفرین می‌باشد. لوککنان (۲۰۰۰)، یک راهبرد موازی را در آموزش کارآفرینی موسوم به راهبرد تولید کسب و کار، با هدف ارایه آموزش‌های ویژه در تأسیس یک شرکت در یک زمینه معین، پیشنهاد می‌کند. به نظر می‌رسد که این راهبرد همسو با پیشرفت‌های اخیر در آموزش کارآفرینی است تا برنامه‌های ویژه‌ای که بتواند یک کسب و کار واقعی را ایجاد کند، بخش از آموزش قرار دهد (مک مولان و گیلین^۲، ۱۹۹۸). اصطلاح آموزش کارآفرینی را می‌توان به دو جهت تفسیر کرد: یادگیری در مورد کارآفرینی به عنوان یک پدیده یا یادگیری مهارت‌های مفید برای تبدیل شدن به یک کارآفرین. مقالات بسیاری بر شیوه آموزش کارآفرینان، موفق در دانشگاه متمرکز است. این را می‌توان به صورت بخشی از تحریک و انگیزش کارآفرینی در نظر گرفت. بر طبق گفته کلوپستن^۳ (۲۰۰۰)، سه فعالیت پایه با هدف بستر سازی انگیزش کارآفرینی در دانشگاه وجود دارد.

اولاً، فعالیت‌های ایجاد و حفظ فرهنگ شغلی به طور کلی در دانشگاه که بخش یکپارچه‌ای از همه دوره‌های آموزشی، تحقیقات و فعالیت‌های خارجی است. دوم، ارائه دوره‌های آموزشی مجزا در کارآفرینی به دانشجویان. سوم، ارائه برنامه‌های آموزشی ویژه برای افرادی که می‌خواهند تا یک کسب و کار برای خود راه‌اندازی کنند. به گفته کلوپستن (۲۰۰۰)، این فعالیت‌ها در کنار یک دیگر موجب هم‌فاز و تقویت یکدیگر به شکلی سودمند می‌شوند. اولین فعالیت، می‌تواند مهم‌ترین فعالیت برای موفقیت در یک فرایند تربیت افراد کارآفرین و تجاری سازی دانش دانشگاهی باشد. شیوه ایجاد یک فرهنگ شغلی بسیار سخت است زیرا یک فرایند جامع بوده و درک این مفهوم به تدریج خود سخت است. از این روی تأکید ویژه در اکثر مطالعات، بر فعالیت‌هایی است که هدف آن‌ها آموزش فارغ التحصیلان برای تبدیل شدن به کارآفرینان آینده و یا بهبود مهارت‌های کارآفرینان فعلی است.

¹ Laukkanen

² McMullan and Gillin

³ Klofsten

فعالیت‌های ترکیبی نیز امکان پذیر هستند زیرا برای دانشجویانی که قصد تاسیس شرکت برای خود دارند، می‌توان دوره‌های آموزشی آرایه داد (راسموسن و سرهیم^۱، ۲۰۰۶، ۱۸۵-۱۸۶). از این رو اگر دانشجویان به دنبال موضوع پژوهش‌های نوین می‌باشند و قصد تحقیق و مطالعه در زمینه کارآفرینی را دارند، مفاهیمی از قبیل انگیزش کارآفرینی و روش‌های آموزش کارآفرینی از موضوعاتی است که هنوز جای کار در کشور را دارد.

www.ketab.ir

^۱ Einar A. Rasmussen, Roger Sørheim