**فهرست مطالب:**

**مفاهیم و تعاریف کارآفرینی :**

**2-2-1-1- دوره اول : قرن15 و 16 میلادی « صاحبان پروژه های بزرگ »**

**2-2-1-2- دوره دوم : قرن 17 میلادی « مخاطره پذیری »**

**2-2-1-3- دوره سوم : قرون 18 ، 19و اوایل قرن بیستم« تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد »**

**2-2-1-4- دوره چهارم : دهه های میانی قرن بیستم میلادی « نوآوری »**

**2-2-1-5- دوره پنجم : دوران معاصر « رویکرد چند جانبه »**

**2-2-2انواع کارآفرینی :**

**2-2-3 تعریف فرد کارآفرین**

**2-2-4ویژگی ها و خصوصیات شخصیتی(روان شناختی ) فرد کارآفرین :**

**2-2-5 عوامل موثر بر ظهور کارآفرینان**

**2-2-6اهمیت و ضرورت کارآفرینی :**

**2-2-7 رویکردهای کارآفرینی :**

**2-2-8 پیامدهای کارآفرینی :**

**2-2-9 عوامل موثر بر کارآفرینی :**

**2-4 پیشینه تحقیقات :**

**2-4-1 مطالعات داخلی :**

**2-4-2 مطالعات خارجی :**

**منابع :**

**الف ) منابع فارسی :**

**ب ) منابع لاتین :**

**مفاهیم و تعاریف کارآفرینی :**

واژه کارآفرینی در سال 1848 توسط استوارت میل[[1]](#footnote-1) از فرانسه به زبان انگلیسی ترجمه شد. او کارکرد و عمل کارآفرین را شامل هدایت ، نظارت ، مهار و خطرپذیری می دانست و عامل اخیر را به منزله عامل متمایز کننده مدیر و کارآفرین در نظر گرفت . ( سهرابی فرد ، 1385) کارآفرینی به فرآیند ایجاد ارزش از طریق فراهم آوردن ترکیب منحصر به فردی از منابع برای بهره گیری از یک فرصت اشاره دارد. این فرآیند نیازمند یک عمل کارآفرینانه و یک عامل کارآفرینانه است . عمل کارآفرینانه به مفهوم پیاده سازی یک ایده ، فرآیند ، محصول ، خدمت یا یک کسب و کار جدید دلالت دارد .عامل کارآفرینانه ، فرد یا گروهی است که مسئولیت شکوفاسازی و به بار نشستن عامل کارآفرینانه را بر عهده می گیرد. ( حق شناس ، 1386 ) به علاوه کارآفرینی فعالیتی است که شامل اکتشاف ، ارزیابی و استفاده از فرصت ها برای معرفی محصولات و خدمات جدید است . (هوآنگ ، 2013) در واقع شناسایی یک فرصت کارآفرینی ، درک معرفی کالا و خدمات جدید و ابداعی در بازار از طریق ، راه انداختن و تشکیل یک فعالیت اقتصادی جدید یا ارتقاء چشمگیر فعالیت اقتصادی موجود می باشد . (سیگل ، 2012) دريك عبارت كوتاه بايدگفت كارآفريني يك شغل نيست ، يك حرفه نيست ، اشتغالزايي نيست ، بلكه كارآفريني يك شيوه ي زندگي است . كارآفريني يك منش است . گونه اي از بودن و شدن است . كارآفريني يك سبك زيستن است ، يك راه ، يك روش و يك منش ويژه است . كارآفريني مجموعه اي از خصايل و فضايلي است كه متأثر از ويژگيهاي فردي ، خانواده ، محيط تربيتي و شيوه "اجتماعي شدن" در فرد تكوين مي يابد و تحول مي پذيرد . (ملک پور ، 1390 ، 21)

پیتر دراکر[[2]](#footnote-2) ، کارآفرینی را منظری برای تغییر می داند که همیشه در جستجوی تغییر است ، نسبت به آن از خود واکنش نشان می دهد ، و آن را یک فرصت و شانس می داند . (کردنائیج ، 1384 ) همچنین وی معتقد است خلاقیت و کارآفرینی آن چنان لازم و ملزوم یکدیگرند که می توان گفت کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد . ( شکرکن ، 1381) کارآفرینی نقش ضروری در بهبود بهره وری و ترویج رشد اقتصادی را بازی می کند (مونترو سانچز[[3]](#footnote-3) ، 2011)تامپسون[[4]](#footnote-4) کارآفرینی را فرآیندی می داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت ، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان ، منابع ، ریسک و به کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد . همچنین چرچیل[[5]](#footnote-5) درباره کارآفرینی با نگاه متفاوتی معتقد است : کارآفرینان باید بر حرکت ها و بهبودهای مستمری متمرکز شوند که بصورت مداوم در پی بهره برداری از ریسک ها و فرصت های قابل کنترل باشد . اما می توان کارآفرینی را به صورت فرآیند نیز در نظر گرفت که از درون آن تعریفی از کارآفرینی نیز استخراج شود که سمت و سوی واقع گرایانه تر داشته باشد . حال اگر این فرآیند را به شکل زیر تصور کنیم ، این گونه است :

 تشخیص فرصت ها غربال ایده امکان سنجی ایده تهیه BP تولید نمونه اولیه تامین مالی نهایی

ایده اولویت بندی ایده انتخاب ایده تامین مالی ایده آزمایش نمونه

شکل 2-1 : فرآیند کارآفرینی (ناهید ، 1388)

از این رو و بنا به موارد عنوان شده ، کارآفرینی عبارت است از : فرآیندی که با شناسایی خدمت از سوی فردی که معمولاً ریسک پذیر بوده و دارای تفکر و نگاه دوراندیشانه است ، آغاز و پس از طی مراحل مختلف از جماه ایده یابی ، غربال ایده ، امکان سنجی و تدوین طرح کسب و کار و ... به تشکیل شرکت منتهی می شود . ( ناهید ، 1388 )

از منظر شرکت های نوآور رشد محور[[6]](#footnote-6) ، یکی از بهترین تعاریف کارآفرینی در دیدگاه رونستات[[7]](#footnote-7) دیده می شود :

کارآفرینی فرآیند پویای خلق ثروت تدریجی است . ثروت به وسیله افرادی خلق می شود که ریسک های عمده ای در قالب سهم ، زمان و یا تعهد کارراهه ای[[8]](#footnote-8) یا فراهم کردن ارزش برای برخی از کالاها و خدمات تحمل می کند . کالا و خدمات ممکن است جدید یا منحصر به فرد باشد یا نباشد اما ارزش باید تا حدی از جانب کارآفرین دریافت و تخصیص مهارت ها و منابع ضروری به صورت تدریجی حاصل شود .(دانایی فرد ، 1386 )شرکت هایی که رفتارهای کارآفرینانه را ابراز می کنند ، سودآوری و رشد آنها بیشتر از شرکت هایی است که سیستم های کارآفرینی را قبول نمی کنند . در نتیجه امروزه کارآفرینی یک روش و رفتار دائمی است که شرکت ها باید توسعه دهند . (فرانکو[[9]](#footnote-9) ، 2013)لغت کارآفريني نزديک به 200 سال است مورد استفاده قرار مي­گيرد که مفهوم سنتي تأکيد بر تلاش­هايي داشت که يک فرد، بينشي را به کسب­وکاري موفق تبديل مي­نمود. اما اخيراً کارآفريني به عنوان فرآيندي که مي­تواند در سازمان­هاي گوناگون بدون در نظر گرفتن نوع و اندازه رخ دهد، مفهوم­پردازي شده است (کاظمی ، 1389 )

شومپیتر[[10]](#footnote-10) کارآفرینی را به عنوان نیروی برهم زننده اقتصاد به کار برد و آن را تحت عنوان «تخریب خلاق» نامگذاری کرد . کارآفرینی شومپیتری شامل سه ویژگی اساسی است :

ویژگی اول : کارآفرینی از قبل قابل درک است . اما نمی توان با به کار بردن قوانین معمولی و با استنباط از حقایق موجود به طور عملی آن را پیش بینی کرد ؛

ویژگی دوم : کارآفرینی رویدادها و نتایج بلندمدت را شکل می دهد و برای اینکه موقعیت های مناسبی خلق کند ، موقعیت های اقتصادی و اجتماعی را تغییر می دهد ؛

ویژگی سوم : کثرت و تکرار رویدادهای کارآفرینانه به کیفیت نسبی نیرو ها ، تصمیمات فرد ، اقدامات و الگوهای رفتاری بستگی دارد .

در عدم توازن پویا ، کارآفرینانی خلق می شوند که ترکیب های جدیدی را در تولیدات معرفی می کنند . شومپیتر براین نکته اصرار می ورزد که کارآفرین ، مدیری نیست که فرآیند تولید را نظارت می کند ، بلکه او فعالیت های معمولی را بر مبنای تجارب گذشته انجام می دهد ، اما خطر ابهامات را می پذیرد و در فعالیت هایی شرکت می کند که تاکنون انجام نشده اند . به طور خلاصه ، کارآفرین فردی است که « ترکیبات جدیدی » را در تولید معرفی می کند . بنابراین کارآفرین یک نیروی ناپایدار است که فرآیند « تخریب خلاق » را که لازمه توسعه اقتصادی است آغاز میکند .(کردنائیج ، 1384 ) شومپیتر می گوید : نیازی نیست که کارافرینی یک کار فیزیکی خاصی باشد . هر محیط اجتماعی روش خاص خود را برای کارآفرینی دارد (ملک پور ، 1390 ، 26 )

همچنین شومپيتر ميگويد شخص كارآفرين كسي است كه نوآوري خاص داشته باشد ؛ اين نوآوري مي تواند نوآوري در توليد ، در فرآيند يا در ارائه خدمات ، در رضايت مشتري و ... باشد . از سوي ديگر پيتر دراكر از ديگر نظريه پردازان علم مديريت در مورد شخص كارآفرين معتقد بود كارآفرين فردي است كه هميشه در جستجوي تغيير است ، در برابر آن از خود واكنش نشان ميدهد و آنرا يك فرصت و شانس ميداند . از طرف ديگر مي توان بيان داشت كارآفرين كسي است كه فرصتها را شناسايي و تشخيص داده ، منابع مورد نياز را جمع آوري كرده ، طراحي و اجراي نقش هاي عملي را برعهده گرفته ، نتايج بدست آمده را به موقع و با روشي انعطافپذير و منطقي جمع آوري مي كند . (ناهید ، 1388)

**2-2-1- سیر تحول تاریخی کارآفرینی :**

پیدایش مفاهیم نظری کارآفرینی با گسترش وسیع این اصطلاح همراه بوده است که در زیر به روند تکامل نظری کارآفرینی از ابتدای پیدایش واژه آن می پردازیم : ( ملک پور ، 1391 ، 108 و 109 )

**2-2-1-1- دوره اول : قرن15 و 16 میلادی « صاحبان پروژه های بزرگ »**

اولین تعاریف کارآفرینی در این دوره ارائه شد . این دوره همزمان با دوره قدرتمندی ملاک و حکومت فنودالی در اروپاست . کارآفرین کسی است که مسئولیت اجرای پروژه های بزرگ را بر عهده می گیرد و البته در این راه مخاطره ای را نمی پذیرد زیرا عموماً منابع توسط حکومت محلی تامین می شود او صرفاً مدیریت می کند . نمونه بازار کارآفرینان در این دوره مسئول ساخت کلیساها ، قلعه ها و تأسیسات نظامی هستند .

**2-2-1-2- دوره دوم : قرن 17 میلادی « مخاطره پذیری »**

در این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی ، بعد جدیدی به کارآفرینی اضافه شد . کانتیلون کارآفرین را اینگونه تعریف می کند: کارآفرین کسی است که منابع را با قیمت مشخص می خرد ، روی آن فرآیندی انجام می دهد و آن را به قیمتی نا مشخص و تضمین نشده می فروشد ، از این رو مخاطره پذیر است . کارآفرین در این دوره شامل بازرگانان ، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی اند .

**2-2-1-3- دوره سوم : قرون 18 ، 19و اوایل قرن بیستم« تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد »**

قرون 18 و 19 میلادی و اوایل قرن بیستم کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد متمایز می گردد . یعنی کسی که مخاطره می کند با کسی که سرمایه را تامین می کند ، متفاوت است . ادیسون به عنوان یکی از کارآفرینان این دوره ، پایه گذار فن آوری های جدید شناخته می شود ، ولی او سرمایه مورد نیاز فعالیت خود را از طریق اخذ وام از سرمایه گذاران خصوصی تامین می کرد . همچنین در این دوره میان کارآفرینان و مدیران کسب و کار نیز تفاوت گذارده می شود . کسی که سود حاصل از سرمایه را دریافت می کند با شخصی که سود حاصل از توانمندی های مدیریتی را دریافت می کند تفاوت دارد .

**2-2-1-4- دوره چهارم : دهه های میانی قرن بیستم میلادی « نوآوری »**

مفهوم نوآوری در دهه های میانی قرن بیستم میلادی به یک جزء اصلی تعریف کارآفرینی تبدیل می شود . از تعاریف برآمده این دوره می توان موارد زیر را نام برد :

کارآفرین فردی نوآور و توسعه دهنده فن آوری های به کار گرفته نشده است . کارآفرینان کسب و کاری جدید را شروع می کنند در حالی که دیگران خلاف آنان تغییرات اندکی در محصولات موجود می دهند . مفهوم نوآوری می تواند شامل همه چیز ، از خلق محصولی جدید تا ایجاد یک نظام نوین یا حتی ایجاد یک ساختار سازمانی جدید برای انجام کارها باشد . اضافه شدن این مفهوم به خاطر افزایش رقابت در بازار محصولات و تلاش در استفاده از نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی در کسب و کارهای موجود و بقای آنهاست .

**2-2-1-5- دوره پنجم : دوران معاصر « رویکرد چند جانبه »**

در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و شناخته شدن کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازوکار ، توجه زیادی به این رشته جلب شد . تا این زمان کارآفرینی فقط از دیدگاه محققان اقتصادی مورد بررسی قرار می گرفت ، ولی در این دوره توجه جامعه شناسان و روانشناسان نیز به این رشته معطوف گردید . عمده توجه این محققان بر شناخت ویژگی های کارآفرینان و علل حرکت فرد به سوی کارآفرینی است . از تعاریف شناخته شده تر این دوره می توان به موارد زیر اشاره کرد :

کارآفرینی روند پویایی در جهت افزایش و ایجاد سرمایه است ، این کار توسط کسی انجام می شود که مخاطره از دست دادن زمان یا فرصت های شغلی دیگر را با هدفایجاد ارزشی برای یک محصول یا خدمت می پذیرد .

**2-2-2انواع کارآفرینی :**

تا اوایل دهه 1970 پژوهش در زمینه کارآفرینی بر اقدامات یا ویژگی های افراد متمرکز بود . (حق شناس ، 1386 ) از اوایل دهه 1980 هجوم همزمان به سوی کارآفرینی و تأکید شرکت ها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می شدند ، موجب هدایت فعالیت های کارآفرینانه به درون شرکتها شد . با انجام مطالعات اکتشافی ، موضوع کارآفرینی به دو دسته فردی و سازمانی تقسیم شد . (سهرابی فرد ، 1385 ) با پیشرفت فناوری و گسترش ارتباطات میان افراد ، انواع دیگری از کارآفرینی مورد توجه محققان قرار گرفته است که به طور اختصار به آن ها اشاره می شود :

**2-2-2-1 کارآفرینی مستقل[[11]](#footnote-11) :**کارآفرینی مستقل معمولاً اهداف و راهبردهاي مستقل و فردي را پيگيري ميكند و خود راهبري جريان خلاقيت و كارآفريني را در دست دارد و برحسب انديشه و راهكارخويش به دنبال سودآوری ، خدمت رسانی یا ارزش آفرینی از انواع دیگر است. (ملک پور ، 1390 ، 24) در نتیجه کارآفرینی مستقل فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می گردد. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها . براین اساس کارآفرین مستقل ، فردی است که مسئولیت اولیه جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار را به عهده می گیرد و مشخصه اصلی کارآفرینی ، نوآوری است . (فرهنگی ، 1384)

**2-2-2-2 کارآفرینی سازمانی[[12]](#footnote-12) :**برای اولین بار در سال 1970 دو محقق به نام های کالینز و مور[[13]](#footnote-13) بین کارآفرینان مستقل و کارآفرینانی که در یک سازمان فعالیت می کردند ، تمایز قائل شدند و این گروه را کارآفرینان اداری نام نهادند. ( هادیزاده مقدم ، 1388) کارآفرینی سازمانی شیوه برانگیختن و سپس بهره گیری از افراد در درون یک سازمان می باشد . شیوه ای که افراد فکر می کنند قادرند کارها را از طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند . از طریق توسعه روحیه کارآفرینی در درون سازمان ها می توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف پذیری ، رشد و نوآوری فائق آمد . (زارع ، 1386) فعالیت های کارآفرینانه اغلب توسط افراد درون سازمانی آغاز و انجام می شود . سازمان ها به خودی خود کاری انجام نمی دهند . در این زمینه شرکت ها باید انعطاف پذیری و کسب مزیت رقابتی خودشان را به وسیله پرورش کارآفرینی از طریق عملیاتشان بهبود بخشند . ( مونترو سانچز، 2011 ) برای رشد کارآفرینی سازمانی رهبران به ایجاد و تقویت فرهنگ کارآفرینی در مقابل فرهنگ سنتی می پردازند . تفاوت این دو فرهنگ در این است که در فرهنگ سنتی ، تصمیم گیری به طور محافظه کارانه صورت گرفته و سیستم های گزارش دهی ، جریان اختیارات ، دستورات ، مکانیزم های کنترل و آموزش به طور سلسله مراتبی شکل گرفته است در این سازمان ها ساختار سلسله مراتبی از فرهنگ موجود حمایت کرده و مانع فعالیت های جدید اقتصادی می شود . در حالیکه فرهنگ سازمان های کارآفرین به جای ساختار سلسله مراتبی دارای ساختار مسطح با شبکه ارتباطی ، کار گروهی و پشتیبانان و مشاوران فراوان است . این ارتباط نزدیک محیطی همراه با صداقت و مشورت را به وجود می آورد . در فرهنگ کارآفرینی بر رشد بینش ، هدف گذاری ، برنامه ریزی ، خلاقیت ، انعطاف پذیری ، نوآوری ، آزادی عمل و پذیرش مسئولیت تاکید می شود .(علائی ، 1390 )

**2-2-2-3 کارآفرینی شرکتی[[14]](#footnote-14) :**به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید ، فرآیندهای جدید و نظام سازمانی نوین است . تفاوت کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی شرکتی در این است که در اولی ، یک فرد سر منشأ نوآوری و تحول و کارآفرینی در سازمان است ، اما در دومی تمام اعضای شرکت و سازمان دارای روحیه کارآفرینی هستند و این روحیه در جای جای سازمان وجود دارد .

**2-2-2-4 کارآفرینی دولتی[[15]](#footnote-15) :**کارآفرینان دولتی معمولاً در موسسات دولتی یا سازمان های بزرگ فعالیت می کنند و تمایل زیادی به دور زدن و حذف بروکراسی های اداری دارند ، زیرا توان تحمل قوانین و مقررات و کنترل هایی را که این بوروکراسی های بزرگ به اعضای خود تحمیل می کنند ندارند و در بخش های مختلف از جمله قانونگذاری موج های جدیدی ایجاد می کنند .

**2-2-2-5 کارآفرینی از راه دور[[16]](#footnote-16) :**فرآیندی است که طی آن ، فرد کارآفرین بدون حضور فیزیکی خود در محل و صرفاً از راه دور به کارآفرینی مشغول می شود .

**2-2-2-6 کارآفرینی ارزشی یا اجتماعی[[17]](#footnote-17) :**کارآفرینی ارزشی ( اجتماعی ) یا غیرانتفاعی ، فرآیندی است که طی آن ، فرد یا افرادی با خلق و انجام یک عمل نوآورانه عده زیادی را در جامعه از منافع آن عمل بهره مند می سازند . برخی سازمان های غیر دولتی چنین فعالیت هایی را انجام می دهند .

**2-2-2-7 کارآفرینی اطلاعاتی[[18]](#footnote-18) :**فرآیندی است که در آن ، فرد کارآفرین در صنعت اطلاعات مشغول به فعالیت می گردد و در عرصه اطلاعات ، اقدام به نوآوری می کند . به این افراد ، محتواساز نیز گفته می شود . آنچه در سازمان های مجازی[[19]](#footnote-19) کشف و بهره برداری از فرصت ها گفته می شود توسط همین کارآفرینان اطلاعاتی صورت می گیرد .

**2-2-2-8 کارآفرینی زوجی[[20]](#footnote-20) :**فرآیندی است که زن و شوهر پس از ازدواج با یکدیگر و به واسطه با هم بودن ، اقدام به کارآفرینی به طور مشترک می کنند .

**2-2-2-8 کارآفرینی فناورانه[[21]](#footnote-21) :**فرآیندی است که در آن ، فرد کارآفرین با خلق فناوری های پیشرفته اقدام به کارآفرینی می کند .

**2-2-2-9 : کارآفرینی زنان[[22]](#footnote-22) :**چنانچه زنان مستقلاً و به تنهایی اقدام به کارآفرینی کنند ، نام این عمل را کارآفرینی زنان می گذارند . ( فرهنگی ، 1384 ) زنان در کشورهای درحال توسعه ، امید اول برای ارتقاء خانواده ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند . موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها سبب سود اقتصادی می شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می کنند . ( گلرد ، 1384 )

**2-2-3 تعریف فرد کارآفرین**

کارآفرین ، فردی نوآور یا توسعه گر است که فرصت ها را تشخیص می دهد و آن ها را به چنگ می آورد ، آن فرصت ها را به ایده های عملی و قابل فروش تبدیل می کند ؛ از طریق پول ، زمان و مهارت و از افزودن ارزش ، بهره گیری از این فرصت ها را تحقق می بخشد . کارآفرین شتاب دهنده تغییرات در جهان است . او عنصری مستقل است که جرأت می کند در محیطی از رویدادهای متداول متفاوت باشد . ( ملک پور ، 1390 ، 22 ) کارآفرین بودن ، یعنی در هم آمیختن ویژگی های شخصی ، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار که بسیاری از این ویژگی های شخصیتی را می توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت ( محمدی ، 1390 ) به طور معمول طیف وسیعی از فعالیت ها برای شروع یک سرمایه گذاری و کسب و کار مورد نیاز است . (ترولیان[[23]](#footnote-23) ، 2011)مارکمن[[24]](#footnote-24) استدلال می کند کارآفرینان دارای دانش ، مهارت و توانایی به عنوان یک رهبر استراتژیک برای سرمایه گذاریشان هستند ، که در آن اقداماتشان بر موفقیت سرمایه گذاری اثر می گذارد ( احمد[[25]](#footnote-25) ، 2010 ) وقتی یک کارآفرین کسب و کاری را شروع می کند ، مجموعه ای بی نظیر از افراد منحصر به فرد را همراه با تجربیات ، مهارت ها و شخصیتشان به عنوان بخشی از منابع موهبتی به کسب و کار خودش می آورد . (دی ژانگ[[26]](#footnote-26) ، 2011 ) ماسون[[27]](#footnote-27) توصیف می کند ، کارآفرینان فرهیخته و فارغ التحصیل در بخش هایی چون اساس شرکت ، خدمات کسب و کار مخالف غیر فارغ التحصیلان شروع به تعیین عوامل ، کارگاه یا واحدهای کسب و کار می کنند ( هوسین[[28]](#footnote-28) ، 2010 ) کارآفرین همواره باید تفکر خیلی دقیقی در مورد فعالیتی که باید انجام دهد ، داشته باشد زیرا او در انجام کاری که کاملا جدید است ، درگیراست . این تاکید بر روی تازگی در اطلاعاتی به کار میرود که اساس یک فرصت کارآفرینی است (سیگل ، 2012 ) مک کلند[[29]](#footnote-29) کارآفرینان را به عنوان کسانی که نسبت به دیگران تعهد دارند توصیف می کنند ، ایشان برخی اوقات به عنوان کسانیکه همرنگ جماعت نیستند یا "گرگهای تنها" ئی فرض می شوند که به خوبی با سازمان های سنتی منطبق نمیشوند . علاوه بر این ، کارآفرینان به عنوان کسانی که داراری "حس تخریب" هستند پنداشته میشوند (دکر[[30]](#footnote-30) ،2012 ) استوارت میل[[31]](#footnote-31) وظايف کارآفرين را شامل هدايت، نظارت و خطرپذيري مي­دانست و عامل اخير را به منزله عامل متمايزکننده مدير و کارآفرين در نظر گرفت . ( کاظمی ، 1389)

**2-2-4ویژگی ها و خصوصیات شخصیتی(روان شناختی ) فرد کارآفرین :**

یکی از رویکردها برای مطالعه کارآفرینی و شناسایی کارآفرینان ، استناد به خصایص رفتاری آنهاست که از آن با عنوان رویکرد ویژگی ها یا خصایص نام برده می شود . از این منظر ، افراد کارآفرین از ویژگی های شخصیتی خاصی برخوردارند که مخاطره پذیری[[32]](#footnote-32) (اعتدال) ، نوآوری و خلاقیت ، مسئولیت پذیری ، داشتن عزت و اعتماد به نفس ، خواهان احترام ، منزلت و شهرت اجتماعی ، خواهان آزادی و ابتکار عمل ، توانایی برقراری ارتباطات قوی با دیگران ، واقع گرایی ، هدف گرایی ، آرزومندی ، توفیق طلبی و رشدگرایی ، قدرت طلبی ، تهاجمی بودن ( اندیشه و رفتار آوانگارد گونه ) ، ظرفیت راهبردی ، تحمل ابهام و عدم قطعیت ، توانایی واکنش به مسائل و مشکلات ، پر انرژی ، انگیزه مندی ، خوش بینی ، نوع دوستی ، متعهد بودن ، استقلال طلبی و گرایش به ارزشهای شخصی ، خواهان شناخت و کسب مهارت و دانش فنی و داشتن مرکز کنترل درونی بخشی از ویژگی های این افراد است . ( شریف زاده ، 1391 ) همچنین به عقیده مک کلند کارآفرینان دارای ویژگی هایی از قبیل اصالت و نوآوری ، ریسک گریزی متوسط ، پذیرش مسئولیت فردی ، آگاهی از نتیجه روش خود و برنامه ریزی بلند مدت می باشند ( سانچز کانیزار[[33]](#footnote-33) ، 2010 ) همچنین بروکهاس و هوروپتز[[34]](#footnote-34) معتقدند که علاوه بر ویژگی های شخصیتی ، ویژگی های تجربی و سابقه ( پذیرش الگوی نقش ، نارضایتی شغل ) و جمعیت شناختی ( سن ، تحصیلات ، خانواده و کودکی ) نیز مورد توجه است . ( تجاری ، 1385 ) یک فرض کلیدی این است که کارآفرین موفق دارای برخی ویژگی های منحصر بفردشخصیتی و قابلیت هایی هستند که می توانند حمایت ارائه دهندگان منابع را جلب نمایند . (ان جی[[35]](#footnote-35) ، 2010 ) به طور سنتی کارآفرین به عنوان یک فرد که رفتارهایش براساس ویژگی های ذاتی و نه عوامل خارجی تعیین می شود ، در نظر گرفته می شود (کارمن[[36]](#footnote-36) ، 2011 ) نیت تنها پیش بینی کننده رفتار است . نیت کارآفرینی برای فهم کارآفرینی پویا ضروری است زیرا نیت ها اولین کلید تاسیس سازمان های جدید است .( دیوونیش[[37]](#footnote-37) ، 2010) کارآفرینان توانایی مقابله موثر با شرایط و یا اطلاعات مبهم ، ناقص ، بدون ساختار ، نامشخص و یا پنهان را دارند ، بدون آنکه به لحاظ روانی احساس ناراحتی نمایند .(علائی ، 1390 )

چهار خصیصه توفیق طلبی ، قدرت طلبی ، رقابت مندی ، ریسک پذیری توجه بیشتری را به خود معطوف داشته است:

**2-2-4-1 توفیق طلبی[[38]](#footnote-38) :**نیاز و تمایل به پیشرفت و سبقت جستن ، توفیق طلبی نامیده می شود . افراد توفیق طلب افرادی مسئولیت پذیر بوده که به دنبال اهداف واقع گرایانه و منتظر بازخورد دیگران درباره عملکرد خود می باشند .

**2-2-4-2 قدرت طلبی[[39]](#footnote-39) :**قدرت طلبی به مفهوم تمایل به اعمال نفوذ در دیگران و تسلط یافتن بر سایر افراد می باشد.

**2-2-4-3 رقابت مندی[[40]](#footnote-40) :**رقابت مندی شامل رفتار ادراکات فردی است که بطور قدرتمندی تحت تاثیر حضور یا عدم حضور دیگران می باشد .

**2-2-4-4 ریسک پذیری[[41]](#footnote-41) :**در واقع ریسک به مفهوم احتمال وقوع پدیده ای خاص در یک زمان مشخص است و دال بر وجود عدم حتمیت و پیامدهای منفی برخاسته از موقعیتی خاص می باشد . ( زمانی ، 1385 ) دیس و لومپکین[[42]](#footnote-42) ریسک پذیری را تصمیم گیری و انجام فعالیت ها بدون اتکا به دانش مشخص و کامل راجع به نتایج احتمالی تعریف کرده اند . ( هادیزاده ، 1388 )

برخی از برجسته ترین خصوصیات فرد کارآفرین براساس دیدگاه ماریسون[[43]](#footnote-43) در جدول زیر آمده است :

جدول 2-1 : خصوصیات فرد کارآفرین از دیدگاه ماریسون (جواهری ، 1383 )

|  |  |
| --- | --- |
| **ویژگی ها** | **گرایش و رفتار** |
| تعهد و عزم راسخ | سر سخت و مصمم بودن ، توانایی به سرعت متعهد و غیر متعهد شدن ، انضباط ، اصرار بر حل مسئله ، آماده برای از دست دادن منافع ، غرق شدن کامل در کار  |
| قدرت رهبری | خود آغازگر ، دارای معیارهای بالا (اما) نه کمال گرا ، تشکیل دهنده ی گروه و قهرمان ساز ، مشوق دیگران ، رفتار مساوات طلبانه با دیگران ، تقسیم ثروت میان افرادی که در ایجاد آن سهیم بوده اند ، نهراسیدن از تنهایی ، شکیبا ، متعلم و معلمی فراگیر |
| فرصت طلب بودن | شناخت دقیق نیازهای مصرف کنندگان ، براتگیخته به سوی بازار ، تمایل به ایجاد ارزش و اقزایش آن |
| تحمل خطر ، ابهام و عدم قطعیت | اتخاذ ریسک حساب شده ، به حداقل رساندن خطر و سهیم شدن در خطر ، از عهده ی تعارض و تناقض برآمدن ، تحمل فقدان ساختمندی ، فشار و تضاد ، توانایی حل مشکلات و ترکیب راه حل ها |
| خلاقیت و اعتماد به نفس | غیرمتعارف ، دارای ذهنی باز ، ناراضی از وضع موجود ، توانا در انطباق و تغییر ، ارائه راه حل های خلاقانه برای حل مشکلات ، سرعت در آموختن ، نهراسیدن از شکست ، قدرت مفهوم سازی |
| تمایل به سرآمد بودن  | سوی گیری معطوف به هدف و نتیجه ، اهداف برتر اما واقعی ، اشتیاق به موفقیت و رشد ، نیاز اندک به مقام و قدرت ، شوخ طبعی ، آگاه از ضعف ها و توانایی ها |

در زمينه ي شخصيتي نقاط مشابهي بين زنان و مردان كارآفرين وجود دارد . هر دو پر انرژي ، هدفمند و مستقل هستند و يا ميخواهند باشند . هرچند مردان اغلب داراي اعتماد به نفس بيشتر و ملايمت و انعطاف كمتري نسبت به زنان همتاي خود هستند كه اين مي تواند باعث اتخاذ سياست هاي مختلف مديريتي شود . همچنین ویژگی های شخصیتی که می تواند کارآفرینی زنان را تحت تاثیر قرار دهند عبارتند از : اعتماد به نفس ، موفقیت طلبی ، شیوه رهبری ، مردم گرایی ، آینده نگری ، ریسک پذیری و ترس از موفقیت. (محمدی ، 1390) افراد خلاق ، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان ، منشاء تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی ، تولیدی و خدماتی می شوند و از آنان به عنوان قهرمانان ملی یاد می کنند .( سهرابی فرد ، 1385)

در یک دیدگاه افراطی ولف بر این باور است که افرادی که دارای خمیرمایه ی کارآفرینی هستند ، کارآفرین می شوند و افرادی که دارای این گونه ویژگی های طبیعی و شخصیتی نباشند ، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود . این نگرش نمایانگر اهمیت وافر ، ویژگی های شخصیتی در شکل گیری کارآفرینی است . در این خصوص صاحب نظران اذعان دارند که عوامل شخصیتی و سبک رهبری اهمیت فراوان دارد . ( محمدی ، 1390 )

**2-2-5 عوامل موثر بر ظهور کارآفرینان**

هبرت و لینک دوازده خصوصیت کارآفرین را در سطح اعتقادی شناسائی کردند که عبارتند از :

1. مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می دهند .
2. عرضه کننده سرمایه مالی است .
3. مبتکر است .
4. تصمیم گیرنده است .
5. رهبر صنعتی است .
6. مدیر یا رئیس است .
7. سازمان دهنده منابع اقتصادی است .
8. به کار گیرنده عوامل تولید است .
9. مالک شرکت تجاری است .
10. پیمانکار است .
11. حاکم است .
12. فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف به کار می گیرد . ( ملک پور ، 1390 ، 110 )

**2-2-6اهمیت و ضرورت کارآفرینی :**

جهان در اواخر قرن بيستم شاهد تغييرات بسيار گسترده در تمامي عرصه­هاي کسب­وکار بوده است. بطوري که اداره امور بخش دولتي را با چالش­هاي جدي روبرو نموده است. از جمله کارهاي اثربخش دولت­ها براي رويارويي با اين چالش­ها، توسل به کارآفريني شناخته شده است. جان تامپسون[[44]](#footnote-44) معتقد است که رفتار کارآفرينانه نيازي فراگير و ضروري براي تمامي سازمان­ها اعم از دولتي، خصوصي، داوطلبانه و غيره با هر اندازه است. از نظر پاولين[[45]](#footnote-45) بخش خصوصي خط مقدم احياي کارآفريني است. زيرا سود بالاتري را به دنبال دارد که اين امر مورد علاقه مالکين خصوصي است. بعلاوه مالکين خصوصي اختيار کافي و قدرت عمل لازم را دارا مي­باشند. بر عکس در بخش دولتي، فرهنگ سازماني بوروکراتيک رايج است و اجراي کارآفريني اگر غيرممکن نباشد، بسيار دشوار است. تري[[46]](#footnote-46) معتقد است که تفاوت­هاي ميان بخش­هاي خصوصي و دولتي، اجازه پذيرش مدل­هاي کارآفريني را در بخش دولتي نمي­دهد . پرورش افراد کارآفرين و تفکر خوداشتغالي به عنوان راه­حل­هاي مقتضي از طرف سياستگذاران و مديران اقتصادي مورد توجه قرار گرفته است. چرا که از نظر شومپيتر ، کارآفريني موتور رشد و توسعه است و از ديدگاه بارنت [[47]](#footnote-47)کارآفريني علاوه بر اينکه موتور توسعه اقتصاد است، به عنوان حلقه اتصال بين اختراع، نوآوري و توليد محصولات و خدمت جديد نقش ايفا مي­کند .( کاظمی ، 1389 ) همچنین آموزش کارآفرینی برای رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در سرتاسر جهان بحرانی است (پلتیر[[48]](#footnote-48) ، 2010 )

در اهميت کارآفريني همين بس که برخي از شرکت­هاي بزرگ جهان براي حل مشکلات خود به کارآفريني روي آورده­اند.کارآفريني از منابع مهم و پايان­ناپذير همه جوامع بشري است. منبعي که به خلاقيت انسان­ها بازمي­گردد، از يک سو بسيار ارزان و از سوي ديگر ارزشمند و پايان­ناپذير است . ( کاظمی ، 1389 ) در جهان امروز دانشگاه ها از ارکان اساسی هر کشوری به حساب می آیند و می توانند تأثیرات قابل توجهی در زمینه های مختلف اعم از اجتماعی ، اقتصادی ، فرهنگی و ... بر جای بگذارند و منشأ تغییر و تحولات مهم باشند . ( مدهوشی ، 1382 )

**2-2-7 رویکردهای کارآفرینی :**

بررسی ها نشان می دهد در مطالعه کارآفرینی عمدتاً سه رویکرد عمده به عنوان مبنای مطالعات مورد استفاده قرار گرفته است :

* مطاله بر اساس خصوصیات روان شناختی و جمعیت شناختی یا رویکرد شخصی
* مطالعه براساس ویژگی های رفتاری و فعالیت ها یا رویکرد رفتاری
* مطالعه براساس عوامل محیطی ( اطرافیان و جامعه ) یا رویکرد محیطی

به تعبیر دیگر در حوزه کارآفرینی چهار رویکرد عمده وجود دارد :

رویکرد روانشناسی ، رویکرد جامعه شناسی ، رویکرد انسان شناسی و رویکرد اقتصادی ( دانایی فرد ، 1386)

همچنین یامادا[[49]](#footnote-49) رویکردهای کارآفرینی را در قالب سه رویکرد کلان[[50]](#footnote-50) ، خرد[[51]](#footnote-51) و میانه[[52]](#footnote-52) مورد بررسی قرار می دهد که سطح کلان مبتنی بر محیط گرایی[[53]](#footnote-53) ، سطح خرد کارآفرینی را از دید روانشناختی و جامعه شناختی در سطح خرد بررسی میکند و در سطح میانه به سازمانی رشد محور که در ان بر گردآوری ، انباشت و توزیع منابع تاکید دارد توجه می نماید . ( ناهید ، 1388 )

**2-2-7-1 رویکرد شخصی :** در رویکرد شخصی به برخی ویژگی ها که افراد کارآفرین را از غیر کارآفرین متمایز می کند اشاره می شود . ( مرتضوی ، 1383) که خود شامل دو قسمت می باشد:

**2-2-7-1-1خصوصیات روانشناختی :** در خصوص مشخصات روانی و گرایش های کارآفرینان مطالعات نسبتاً زیادی انجام شده است اما از یک سو اشخاصی که خود را واقعاً درگیر کارهای کارآفرینانه می کنند سخت پیدا می شوند و از سوی دیگر هیچ یک از آنها کارآفرین صرف به شمار نمی آیند . بطور کلی ویژگی های شخصی افراد کارآفرین را به شرح زیر می توان برشمرد : احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ ، بهره مند از هوش کافی ، تأثیر گذار بر دیگران ، عمل گرا ، تمایل به انجام کارهای ابداعی و نه انطباقی ، خلاق و نوآور ، مقاومت در مقابل شکست ، مسئولیت پذیر ، اعتماد به نفس ، زمان شناس ، امیدواری بالا و تمایل نسبی به پذیرش ریسک (کاظمی ،1386) در واقع این رویکرد خصیصه های شخصی ، ارزش ها ، نگرش ها و انتظارات شخص کارآفرین را توصیف می کند . (دانایی فرد ، 1386 )

**2-2-7-1-2 خصوصیات جمعیت شناختی :** در این مورد سعی بر آن است تا با استفاده از اطلاعات و داده های آماری مثل سن ، تحصیلات ، سابقه خانوادگی و ... مشخصات کلی کارآفرینان در مقایسه با دیگران بررسی شود ( کاظمی ، 1386 )

**2-2-7-2 رویکرد رفتاری (انسان شناسی ) :**بر خلاف رویکرد روان شناختی که بر ویژگی های شخصی یا شخصیتی فرد کارآفرین تأکید دارد ، در رویکرد رفتاری بر فعالیت های کارآفرین تأکید دارد .(تجاری ، 1385) در دیدگاه رفتاری فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی مورد توجه قرار می گیرد . هافروسربرگ در بیان ویژگی های کارآفرینی عوامل رفتاری زیر را در موفقیت فعالیت ها و ایجاد کسب و کارهای جدید موثر می دانند :

* کارآفرینان موفق بهتر از دیگران قادر به شناسایی فرصت های بالقوه هستند .
* کارآفرینان موفق از نوعی تعجیل در امور برخوردارند .
* کارآفرینان موفق معمولاً به جزئیات عوامل کلیدی مورد نیاز برای موفقیت در صنعت اشراف دارند .
* افراد کارآفرین معمولاً برای تکمیل مهارت های خود از منابع و افراد خارج از سازمان کمک می گیرند . (کاظمی ، 1386 )

**2-2-7-3رویکرد محیطی (رویکرد جامعه شناسی ) :**در رویکرد جامعه شناسی کارآفرین ، کارآفرینی و غیر کارآفرینانه را متأثر از عوامل و پدیده های جامعه شناسی می دانند و تئوری های جامعه شناسی از این منظر به تبیین و توصیف پدیده کارآفرینی می پردازد .رولت به عنوان یکی از عوامل که بستر لازم را برای ارتقای کارآفرینی ایجاد می کند ، در رویکرد جامعه شناسی جای دارد . ( دانایی فرد ، 1386)

اگر برآیند خصوصیات شخصی و رفتاری را در قالب سرمایه ی انسانی یعنی مجموعه ای از توانایی های خدادادی مکتسب کارآفرینان قلمداد نماییم ، سرمایه اجتماعی بعد محیطی فضای کارآفرینی را برجسته می سازد . با این توضیح که سرمایه اجنماعی به وجود فرصت هایی اطلاق می شود که به وسیله ساختار اجتماعی پدید می آید و بر وجود ارتباطات فرد با محیط اجتماعی خود دلالت دارد . در این صورت این دو سرمایه مکمل یکدیگرند . پژوهش هایی نشان داده است که سرمایه اجتماعی بالا موجب افزایش دستیابی کارآفرینان به منابع شده ، لذا هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی فعالیت های کارآفرینان را بهبود می بخشد . (مرتضوی ، 1383)

**2-2-7-4 رویکرد اقتصادی :**اقتصاددانان و نویسندگان کارآفرینی ، رفتار کارآفرینی را به عنوان « دستاورد کارآفرینی[[54]](#footnote-54) » تعریف می کنند که در تمامی فعالیت انسان ، نه فقط فعالیت های اقتصادی ، وجود دارد . (عنالویی ، 2009 )ویلکن[[55]](#footnote-55) معتقد است ، کارآفرینی به عنوان یک تسریع کننده ، جرقه ی رشد و توسعه ی اقتصادی را فراهم می کند و عوامل اقتصادی ، عوامل غیر اقتصادی ، عوامل روان شناختی و ترکیب عوامل تولید را برای ظهور کارآفرینی مهم می شمارد . جدول زیر نمایانگر نقش های کارکردی کارآفرینان در نظریه های اقتصادی است :

جدول 2-2 نقش های کارکردی کارآفرینان در نظریه های اقتصادی( تجاری ، 1385 )

|  |  |
| --- | --- |
| **نقش کارکردی** | **نظریه پرداز اصلی** |
| معامله گر | ریچارد کانتیلون[[56]](#footnote-56) |
| هماهنگ کننده | ژان باتیست سی[[57]](#footnote-57) |
| مالک محصول | فردریک هاولی[[58]](#footnote-58) |
| نوآور | ژوزف شومپیتر |
| تصمیم گیرنده | فرانک نایت[[59]](#footnote-59) |
| واسطه | ایزائیل کرزنر[[60]](#footnote-60) |

از نظر گورول و آستان[[61]](#footnote-61) ، کارآفريني يک زمينه تحقيقاتي مهمي در ميان اقتصاددانان سراسر دنيا بوده است. اين اهميت به دليل تأثير فعاليت کارآفرينانه بر اقتصاد و غلبه بر مسائل ناشي از بيکاري و ايجاد فرصت­هاي شغلي جديد است. از اين رو رشد کسب­وکارهاي کوچک و ايجاد کسب­وکارهاي جديد بطور گسترده­اي توسط سياست­هاي اقتصادي ملي براي ايجاد ثروت و رشد اقتصادي مورد تشويق قرار گرفته است . ( کاظمی ، 1389)

**2-2-8 پیامدهای کارآفرینی :**

کارآفرینی از فعالیت هایی است که می تواند برطرف کننده ی بسیاری از چالش های عمده هم چون ، بیکاری ، درآمد پایین ، فقدان تنوع اقتصادی و ... باشد زیرا به عقیده بسیاری از اندیشمندان ، کارآفرینی موتور محرکه ی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن به شمار می رود . ( حیدری ساربان ، 1391 )همچنین کارآفرینی تأثیر مستقیمی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی مردم دارد . هرچه یک جامعه بیشتر در فعالیت های کارآفرینی شرکت کند ، سریعتر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می یابد . جوامع امروزی به افرادی نیاز دارد که مصمم به کسب موفقیت و قادر به تبدیل رویا به حقیقت و دارای روحیه استقلال طلبانه برای کاوش موقعیت های جدید باشند . علاوه براین ، کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدید و نیز به دنبال روش هایی هستند که این کالاها و خدمات را به طور موثر تولید و عرضه کنند ، از این رو کیفیت زندگی را بهبود می بخشند . (هزار جریبی ، 1382) اثرات ترویج کارآفرینی در توسعه اقتصادی ، نوآوری و اشتغال گسترش قابل توجهی یافته است ، با این حال در سطح خرد هنوز هم فقدان تفسیر نظری و نظام مند در مورد مسائل از جمله ویژگی ها و صفات فرد ، کسی که می تواند به راحتی یک سرمایه گذاری را ایجاد کند ، فعالیت های کارآفرینی را انجام دهد و این فعالیت ها را مدیریت کند ، وجود دارد . ( لانگ[[62]](#footnote-62) ، 2010 ) در نتیجه ، تعمیق و گسترش کارآفرینی ، بستری مناسب برای گسترش عدالت در جامعه است . در یک جامعه کارآفرین ، همه انسان ها فرصت های یکسانی پیش روی خود دارند . در این گونه جوامع ، سرمایه یا زمین منشاء تولید ثروت نیست و افراد هوشمند ، مبتکر ، و صاحب اندیشه و نیز پر تلاش و مصمم ، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و سرمایه های کلان در انحصار ثروتمندان قرار نمی گیرد . این شرایط زمینه مناسبی برای گسترش عدالت در سطح اجتماع است . ( علائی ، 1390 )

به طور کلی کارآفرینی در جامعه می تواند سه منفعت اصلی ایجاد کند که عبارتند از :

1. افزایش رشد اقتصادی
2. ارتقای بهره وری
3. پدید آمدن تکنولوژی ها ، محصولات و خدمات جدید (ناهید ، 1388 )

**2-2-9 عوامل موثر بر کارآفرینی :**

از جمله عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی که می تواند این فرآیند را توسعه دهند عبارتند از :

1. **زیرساخت های اجتماعی :**یک زیر ساخت خوب کسب و کار می تواند پشتیبانی موثر برای فعالیت های تجاری باشد و باعث رشد مهمترین عامل تولید یعنی مردم و سرمایه معنوی آنان شود . همچنین تسهیل کننده توزیع منابع و جریان اطلاعات شود و محیط طبیعی کسب و کار را ارتقاء بخشد . همین امر رقابت پذیری را توسعه داده و نیروهای انسانی را تشویق به انجام کار و خلق کارآفرینی می کند .
2. **تحقیق و توسعه :** تحقیق و توسعه رابطه متقابلی با فرآیند کارآفرینی دارد . سرمایه گذاری بلندمدت می تواند به ابداعات و فناوری های جدید منجر شود و عرصه را برای رشد اقتصادی پایدار فراهم آورد . فقر اطلاعات ، دانش و تجربه به مدیریت ضعیف و بهره وری پایین منابع انسانی منجر می شود و این عمل به فرآیند تولید ضعیف می انجامد که در نهایت عملکرد ضعیف شرکت ها را به دنبال دارد .
3. **کیفیت نیروی انسانی :** نیروی کار ماهر ، انگیزه و نگرش مثبت به رشد و توسعه در عرصه کارآفرینی موجبات افزایش بهره وری و تقویت کسب و کارهای کوچک را فراهم می آورد . در این راستا آموزش و کسب مهارت نیروی کار ، باعث افزایش قدرت درآمد و موجبات رشد اقتصادی و توسعه را پدید می آورد . در این مورد انعطاف پذیری و قابلیت انطباق بالا یکی از مشخصه های نیروی انسانی کارآفرین است .
4. **کیفیت مدیریت :** کیفیت مدیریت و رهبری کسب و کار در سازمان های کوچک و بزرگ ، معرف سطح کارآفرینی و مهارت در فعالیت ها و کسب و کار است . هر روز بر اهمیت قابلیت مدیریت در دنیا افزوده می شود . کیفیت کارفرمایان از لحاظ جذب ، رشد و نگهداری استعدادها می تواند کارآفرینی بالا را در پی داشته باشد . امروزه یکی از عوامل موثر در توسعه کارآفرینی ایجاد فضای کسب و کار دوستانه و دارای انگیزه برای همه افرادی است که می توانند به کارآفرینان موثر در حوزه کاری خود تبدیل شوند . (مهدوی عادلی ، 1385)

از نظر جان کائو چهار عامل در ایجاد شرایط برای خلاقیت و کارآفرینی موثرند :

1. **عامل انسانی :** وی معتقد است که نقش و اهمیت عامل انسان در ایجاد و توسعه خلاقیت و کارآفرینی بسیار واضح و آشکار است ، زیرا عقاید و ایده های جدید و نو ، هرگز توسط سازمان یا تکنولوژی جدید زائیده یا خلق نمی شوند ، بلکه این ایده های جدید و نو توسط مغزهای خلاق انسان های با استعداد ، زبده و تلاشگر خلق می شوند .بنابراین شناخت شخصیت ، انگیزه ها ، مهارت ها ، سطح تجربیات و ترجیحات روان شناختی این نیروها جهت ایجاد و توسعه کارآفرینی از اهمیت ویژه ای برخوردار است .
2. **وظایف :** وظیفه عبارتست از فعالیت هایی که گروه معینی از مردم یا کارکنان یک سازمان جهت دستیابی به اهداف معینی آن را انجام می دهند . وظایف در یک سازمان بر اساس راهبرد های سازمانی شکل می گیرند و در عین حال تحت تأثیر محیط خارجی نیز قرار دارند . از نظر فرد کارآفرین ، وظایف مهم وظایفی هستند که ایده ها و عقاید جدید را به وجود می آورند و یا باعث می شوند تا فرد کارآفرین فرصت های جدید را شناسائی کند . وظایف خلاق و ایده ها ، عقاید جدید را به مرحله عمل می رسانند ( وظایف عملیاتی یا مدیریتی ) . فرد کارآفرین سازمان را توسعه می دهد و به همان نسبتی مه سازمان تحول می یابد و پیچیده تر می شود ماهیت و تنوع وظایف نیز به طور اجتناب پذیر باید تغییر کنند .
3. **بافت یا فضای سازمانی :** عبارت است از محیط یا فضایی که کاهای خلاقانه و کارآفرینانه در آن صورت می گیرد . مسائلی مثل ساختار و سیستم سازمانی ، تعریف نقش های کاری و فرهنگ گروهی ، که ماهیت محیط کارآفرینانه را به صورت موثری تحت تأثیر خود قرار می دهند . وجود مطلوب و مناسب این عوامل ، خلاقیت و کارآفرینی را در سازمان ها تسهیل می کند و باعث افزایش عوامل تغییر دهنده سازمان می شود .
4. **محیط :** تمامی عوامل ایجاد کننده کارآفرینی باید در محیطی مناسب قرار گیرند تا باعث به وجود آمدن و توسعه کارآفرینی شوند ، محیط به فضای بیرونی و خارجی که سازمان را در بر گرفته اشاره دارد . اهمیت محیط به عنوان سرچشمه منابع خارجی مثل سرمایه ، نیروی انسانی ، اطلاعات ، تخصص ( مهارت ) و همچنین بع عنوان منشاء انواع مختلف خدمات حرفه ای در ایجاد توسعه کارآفرینی بسیار آشکار است .(ملک پور ، 1390 ، 109 و 110 )

**2-4 پیشینه تحقیقات :**

**2-4-1 مطالعات داخلی :**

1. شریف زاده و همکار در سال 1391در تحقیقی که با عنوان " بررسی رابطه بین سبک یادگیری و خصایص کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی " و با هدف شناسایی سبک یادگیری و خصایص کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی و بررسی رابطه بین این دو روش پیمایشی صورت پذیرفت نشان داد که دانشجویان مورد مطالعه از سبک های یادگیری متفاوتی برخوردارند . یافته های این تحقیق نشان می دهد که بیشتر دانشجویان از سبک یادگیری فعال ( در بعد پردازش ) ، حسی ( در بعد ادراک ) ، بصری ( در بعد ارائه ) و کل گرا ( در بعد دیدگاه / فهم ) برخوردارند . همچنین ضرایب همبستگی نشان دهنده رابطه مثبت و معنادار بین سبک های یادگیری و برخی از متغیرهای فردی و تحصیلی پاسخگویان نظیر سن ، امید به کسب مهارت و آمادگی شغلی ، شرکت در دوره های آموزشی کارآفرینی و خوداشتغالی ، بازدیدهای علمی ، اجرای پروژه های علمی ، معدل و تهیه مقالات توسط دانشجویان بودند . در نهایت نتایج تحقیق بر این امر دلالت داشت که بیشتر دانشجویان مورد مطالعه از نظر برخورداری از خصایص کارآفرینانه در سطح ضعیف و خیلی ضعیف قرار داشتند . بر اساس ضرایب همبستگی رابطه ی مثبت و معناداری بین خصایص کارآفرینی و برخی از متغیرهای فردی و تحصیلی پاسخگویان نظیر سن ، سابقه ی شغلی پاره وقت ، امید به کسب مهارت و آمادگی شغلی و انجام پروژه های بزرگ علمی وجود داشت .
2. محمدی و همکاران در سال 1390 در تحقیقی با عنوان " بررسی رابطه ی ویژگی های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی " و با هدف بررسی و توصیف ویژگی های شخصیتی زنان در سازمان ها و بررسی تمایل آن ها به کارآفرینی و همچنین تحلیل رابطه ی آن دو با یکدیگر انجام دادند . آنها اشاره کرده اند که ویژگی های شخصیتی زنان به عنوان یکی از عوامل محدود کننده در کارآفرینی است که تاثیر عمده ای بر کارآفرینی خواهد داشت . یافته های پژوهش حاکی از آن بوده است که بین ویژگی های شخصیتی زنان با تمایل آنها به کارآفرینی در سازمان ها و ادارات دولتی شهر شیراز رابطه ی معناداری وجود دارد .در واقع محاسبات آماری نشان داده است که رابطه ی معنادار مثبت بین اعتماد به نفس زنان و تمایل آنها به کارآفرینی وجود دارد ، یعنی با افزایش اعتماد به نفس زنان ، میزان کارآفرینی افزایش می یابد .
3. فلاح حقیقی و همکاران در سال 1390 در تحقیقیبا عنوان " بررسی خصوصیات کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی دانشگاه تهران " و با هدف بررسی خصوصیات کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی دانشگاه تهران را مورد بررسی قرار دادند . نتایج حاکی از آن بوده است که حدود 70 درصد از دانشجویان دارای روحیه کارآفرینی بالا و متوسط بودند که این یافته بیانگر آن است که دانشجویان پردیس دانشگاه تهران دارای زمینه فردی و روانشناختی مناسبی برای کارآفرینی هستند . در میان پنج خصوصیت کارآفرینانه انگیزه ی پیشرفت ، کنترل درونی ، ریسک پذیری و خلاقیت دانشجویان در سطح بالایی قرار داشت ، ولی تحمل ابهام در سطح پایینی بوده است . دانشجویان دختر و پسر از نظر خلاقیت و تحمل ابهام با یکدیگر تفاوت داشته و پسران از روحیه کارآفرینی بالاتری نسبت به دختران برخوردار بوده اند . همچنین روحیه کارآفرینی دانشجویان دکتری نسبت به دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد بالاتر بوده است . بین سن و روحیه ی کارآفرینی رابطه ی معنادارای یافت نگردیده است .
4. هادیزاده مقدم و همکاران در سال 1388 در تحقیقی با عنوان " بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه " و با هدف بررسی ارتباط میان هوش هیجانی با میزان گرایش کارآفرینانه کارکنان سازمان های وابسته به شرکت نفت را بررسی کردند . نتیجه ی تحقیق حاکی از آن است که ابعاد خود تنظیمی ، خودآگاهی ، انگیزش و مهارت اجتماعی با گرایش کارآفرینانه دارای ارتباط هستند ولی بعد همدلی با گرایش کارآفرینانه ارتباطی نداشت . در حقیقت ارتباط قوی بین خودتنظیمی و گرایش کارآفرینانه ، به این معناست که افرادی که به دور نگاه داشتن احساسات مخرب تمایل دارند ، خودکنترل هستند ، قبول مسئولیت می کنند و ایده ها و رویکردهای جدید را با روی باز می پذیرند ، افرادی خلاق ، پیشگام و مخاطره پذیر هستند و به کارآفرینی تمایل زیادی دارند . به طور کلی افراد با هوش هیجانی بالا ، افرادی نوآور ، پیشگام و مخاطره پذیر هستند . افرادی که احساسات خود را خوب می شناسند ( خودآگاهی ) ، توانایی کنترل و تنظیم احساسات خود را دارند ( خودتنظیمی ) ، خود برانگیخته هستند و افراد با توان برقراری ارتباط موثر ( مهارت اجتماعی ) ، کسانی هستند که استقلال عمل دارند ، پیشگام و نوآور هستند و روحیه ی رقابت تهاجمی دارند . به عبارت دیگر افرادی هستند که گرایش کارآفرینانه دارند .
5. بدری و همکارانش در سال 1383 در تحقیقی با عنوان " بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان " و با هدف بررسی قابلیت های کارآفرینی ( استقلال طلبی ، کنترل درونی ، انگیزه پیشرفت ، ریسک پذیری و خلاقیت ) دانشجویان دانشگاه اصفهان و تأثیر آموزش های دانشگاهی در افزایش این قابلیت ها انجام دادند . نمونه آماری این تحقیق مشتمل بر 250 نفر از دانشجویان دانشگاه اصفهان در سال 83-84 بوده است . نتایج نشان داده است که قابلیت های کارآفرینی دانشجویان در زمینه استقلال طلبی ، کنترل درونی ، انگیزه پیشرفت و خلاقیت بالاتر از حد میانگین بوده ، اما نمرات ریسک پذیری از متوسط نمره معیار پایین تر بوده است . همچنین آموزش های دانشگاهی در پرورش ویژگی های کارآفرینی در دانشجویان موثر نبوده است . در زمینه دلایل عدم تاثیر آموزش کارآفرینی بر قابلیت های کارآفرینی دانشجویان ، به نظر می رسد ایجاد یک مرکز مستقل با عملکردی منفک از برنامه های آموزش رسمی نمی تواند ویژگی های کارآفرینی را پرورش دهد .
6. مدهوشی و همکار در سال 1382 در تحقیقی با عنوان " بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران " و با هدف شنایائی مهم ترین موانع محیطی ، داخلی و منتجی کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مذکور را مورد مطالعه و بررسی قرار دادند .در این راستا از الگوی موانع کارآفرینی ای استفاده شده که در سازمان های غیرانتفاعی کاربرد داشته است . متغیر مستقل موثر در سه دسته موانع محیطی شامل فقدان رقابت ، نداشتن اختیار سیاستگذاری و تعیین ماموریت توسط مدیران ، وجود گروه های ذی نفع متعدد ، زیاد مشهور بودن موانع داخلی شامل : تصمیمات نا مناسب مدیریت عالی در انتصاب و انتخاب مدیران ، عدم تفویض اختیار کافی به مدیران زیردست ، و دوگانگی و تعدد اهداف و موانع منتجی نیز مشتمل بر متغیر فرهنگی – اجتماعی ، تعریف سنتی از موفقیت ، امکان ادامه فعالیت سازمانی با وجود ناکارآمد بودن و تغییرات مکرر مدیریت در دوره های زمانی کوتاه مدت بوده است که مورد بررسی قرار گرفت . و در نهایت با توجه به یافته های تحقیق ، موانع بیشترین تاثیر را در ایجاد کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران داشته است . موانع محیطی در این زمینه کمترین نقش بازدارنده را در دانشگاه مازندران داشته است . از بین موانع داخلی ، تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتصاب و انتخاب مدیران زیردست و از بین موانع منتجی ، متغیر فرهنگی – اجتماعی و از بین موانع محیطی نیز فقدان رقابت ، بیشترین تاثیر منفی را بر کارآفرینی دانشگاه داشته اند .
7. شکرکن و همکارانش در سال 1381 در تحقیقی با عنوان " بررسی رابطه ی ساده و چندگانه خلاقیت ، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه چمران اهواز " و با هدف بررسی رابطه ی ساده و چندگانه خلاقیت ، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه چمران اهوازمورد مطالعه قرار دادند . در این تحقیق یک نمونه 200 نفری نیز به منظور اعتبارسنجی آرمون های مورد استفاده به کار گرفته شد . فرشیه های این تحقیق شامل چهار فرضیه اصلی و هشت فرضیه فرعی است ، که رابطه ساده و چندگانه بین متغیرهای پیش بین خلاقیت ، انگیزه پیشرفت و عزت نفس را با متغیر ملاک کارآفرینی در کل نمونه و به تفکیک در نمونه های دختران و پسران مطرح می سازند . در نهایت نتایج این پژوهش با یافته های تحقیقات انجام شده در خارج از کشور هماهنگ هستند .

**2-4-2 مطالعات خارجی :**

1. دکر و کالو در سال 2012 در تحقیقی با نام " انگیزه ی وابستگی ( انگیزه پیوند جویی ) و علاقه در حرفه های کارآفرینی " و با هدف درک بهتر الگوهای انگیزه وابستگی در میان دانشجویان مشتاق به دنبال کردن حرفه های خوداشتغالی / کارآفرینی در مقابل دانشجویانی که علاقه کمتری به دنبال کردن حرفه های کارآفرینی داشتند را مورد بررسی و مطالعه قرار دادند . جامعه آماری این مطالعه 424 دانشجوی دانشگاهی را که دوره های کسب و کار سطح بالا در موسسه دولتی ای در منطقه اقیانوس اطلس میانه ی آمریکا ثبت نام کرده بودند ، را در بر می گرفت . یافته های این تحقیق نشان می دهد که علاقه به حرفه های کارآفرینی به طور منفی با نیاز به حمایت عاطفی و به طور مثبت با نیاز به تقلید از دیگران در ارتباط است . بنابراین افراد علاقمند به کارآفرینی از تعامل با دیگران لذت می برند اما از نظر عاطفی به آنها وابسته نیستند . نیاز به مقایسه اجتماعی و نیاز به توجه به عنوان تابع آرمان های کارآفرینی تغییری نکردند .در کل این مطالعه بیان کرد که افراد با علایق کارآفرینی ضرورتاً انگیزه وابستگی کمی ندارند اما تمایل به تعاملات اجتماعی با دلایل تقریباً مختلفی نسبت به افرادی با علاقه کمتر به کارآفرینی دارند .
2. مونترو سانچز و همکار در سال 2012 در تحقیقی با عنوان " مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی شرکت ها " وبا هدف معرفی پیامد مدیریت مناع انسانی و کارآفرینی شرکت های بزرگ مورد مطالعه قرار دادند . در واقع هدف اصلی در این مقاله ایجاد درک صحیح و درست از پیشرفت زنان در مدیریت ارشد و آرزوهای آنها در مورد آینده شان برای تبدیل شدن به کارآفرینانی بزرگ می باشد . در نهایت نتایج این تحقیق تفاوت مدیریت منابع انسانی ، عوامل رفتار کارآفرینانه و تاثیر آنها بر کارآفرینی شرکت ها را روشن نمود .
3. سیگل و همکار در سال 2012 در تحقیقی با عنوان " نقش آگاهی تکنولوژی و آگاهی از بازار در شناسایی فرصت های کارآفرینی " و با هدف کمک گرفتن از نظریه اقتصادی ، بر روی اهمیت آگاهی از بازار در شناسایی فرصت تاکید کرده اند . یافتههای تحقیق برای شاهد بودن اهمیت « آگاهی جدید» نوع شومپیتری در فرآیند شناسایی فرصت ، همچنین به عنوان شاهد وضعیت ضریب جذب در این شرکت ها در نظر گرفته شد . براساس تعریف کوهن و لونیتال (1990) « ضریب جذب توانایی شناسایی اطلاعات بیرونی ، تطبیق این اطلاعات و بکارگیری آن برای اهداف تجاری می باشد » . فعالیت پژوهش در یک شرکت نقش دوگانه در ایجاد آگاهی جدید و افزایش توانایی شرکت در جذب آگاهی جدید ایجاد شده توسط دیگران می باشد . هر چقدر کارآفرینان و شرکت های آنها سابقا برحسب آگاهی از تکنولوژی بیشتر جذب شده باشند ، ضریب جذب آنها بیشتر می شود . از این رو انتظار می رود در فرضیات ضریب جذب رابطه ای بین فعالیت اعطای امتیاز به شرکت ( به عنوان نماینده آگاهی از تکنولوژی ) و قابلیت بعدی آن در شناسایی فرصت های کارآفرینی ، مشاهده شود .
4. لوردز ماچادوو همکار در سال 2011 در تحقیقی با عنوان " نگاهی به رضایت شغلی و انگیزه علمی در مؤسسات آموزش عالی پرتغالی " و با هدف ، مطالعه رضایت و انگیزه ی علمی که هدف اصلی اش تعیین فاکتور ها و تعاملات مؤثرشان بر ابعاد مربوط با رضایت و انگیزه ی شغلی کارمند دانشگاهی در مؤسسات آموزش عالی پرتغال مورد مطالعه قرار گرفت . رضایت شغلی و انگیزه ی کارمند علمی نقشی مهم برای نتایج مثبت کیفیت مؤسسات و یادگیری دانشجویان ایفا میکند، پس نتایج ارائه شده لازم بوده و باید حساسیت به پیش شغلهای علمی و نارضایتی از شغل ها و شرایط کاری خود ایجاد کنند . هدف اصلی ایجاد رضایت شغلی ، انگیزه و بیشترین نتایج برای مؤسسات و دانشجویان است . تحقیق این فرض را ارائه کرده که رضایت شغلی و انگیزه به حقوق بستگی دارد. این اثر اصلی بر رضایت شغلی و انگیزه نمی باشد . کارمندان علمی با کفایت مهارت های آموزش با شغل و فعالیت آموزش راضی تر هستند. در مقایسه با تحقیق کمتر رضایت دارند . بجز با توجه به تحقیق –کارمندان علمی با همه ی جنبه های دیگر مؤسسات آموزش عالی خصوصی در مقایسه با دولتی راضی تر هستند . انگیزه ی بیشتری برای آموزش ، ماندن به عنوان عضو هیئت علمی آموزش عالی و انجام تحقیقات وجود دارد کارمندان علمی انگیزه ی کمتری برای مشارکت در کنترل بخش ها دارند . شاخص های رضایت و انگیزه اثر زیاد و مثبتی بر رضایت و انگیزه ی کلی دارند . همبستگی بین انگیزه و رضایت بسیار زیاد است . نسبت های بیشتر کارمندان علمی ناراضی و بی انگیزه در مؤسسات آموزش عالی دولتی و نسبتهای بیشتر کارمندان علمی بسیار راضی و با انگیزه در مؤسسات آموزش عالی خصوصی وجود دارند . هرچند نمونه عرضه کننده ی جمعیت نمی باشد نتایج فقط به کارمندان علمی موافق برای پاسخ به پرسشنامه ی اینترنتی مربوط اند . از نقطه نظر عملی، یافته های این پروژه باید آگاهی، حساسیت و مذاکره را با توجه به مسائل مهم برای ترویج و حفظ رضایت شغلی و انگیزه در رتبه های کارمند علمی را بیان می کنند . نتایج در مورد رضایت و انگیزه ی علمی در مؤسسات آموزش عالی پرتغال به کشور های دیگر هم در جنبه ی مقایسه ای مرتبط می باشند.
5. ترولیان[[63]](#footnote-63) در سال 2011 تحقیقی با عنوان " خود نظارتی[[64]](#footnote-64) و تلاش در انجام وظایف کارآفرینی " را مورد بررسی قرار داد . سوال اصلی این تحقیق این می باشد که فرد کارآفرین برای انجام وظایف مختلفش چه تلاش هایی را تعیین می کند .استدلال این پوهش جهت گیری ارتقاء انگیزه تلاش در انجام وظایف اکتشافی و جهت گیری پیشگیری انگیزه تلاش در انجام وظایف استثماری است . با استفاده از تئوری خود نظارتی ، دو تفاوت مهم فردی ( تمرکز نظارتی و اعتماد به نفس ) که به تعیین تلاش از طریق فرآیند ارتباطی را شناسایی کرده اند . در نهایت ترولیان در این پژوهش بیان می کند که خود کارآمدی بالا انگیزه تلاش را در انجام وظایف بالا می برد ، اما خود کارآمدی بالا باعث کاهش انجام وظایف قضاوتی می شود .
6. سانچز کانیزار در سال 2010 تحقیقی با عنوان " تفاوت های جنسیتی در نگرش کارآفرینی " را شکل داد . هدف اصلی این تحقیق تجزیه و تحلیل عمیق ، میان نقش تفاوت های جنسی در میان کارآفرینان بالقوه ، صفات روانی جامعه شناختی و انگیزه ها و موانع اصلی زنان هنگام شروع یک فعالیت و کسب و کار جدید را شامل می شود . امروزه تعداد فزاینده ای از زنان در حال ورود به بازار وجود دارند با این حال درصد قابل توجهی از زنان و مردان در اروپا در صدد راه اندازی شرکت های جدیدی هستند . علاوه بر این آمارهای اقتصادی بر نیاز به تمرکز بیشتری در پدیده های اقتصادی و اجتماعی زنان ، به منظور اعمال سیاست های کاری آینده و تجزیه و تحلیل رفتارهای کارآفرینی تاکید می کند و جنسیت را به عنوان تعیین کننده رفتار کارآفرینی بر می شمارد .
7. اس دی هسی[[65]](#footnote-65) در سال 2010 تحقیقی با عنوان " پراکندگی کارآفرینان اجتماعی و توسعه جامعه " را ارائه نموده است . با توجه به اهمیت فعالیت های کارآفرینی اجتماعی برای توسعه جامعه ، هدف اصلی این مقاله تلاش برای شناسایی ویژگی های کارآفرینان اجتماعی و بشردوستان در بازگشت موفقیت آمیز از کشورهای خارجی به روستاهای شمال هند می باشد . نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل تجربی نشان می دهد که وجود عوامل قابل توجهی، مانند اجتماعی شدن اولیه، تجربه در کار جامعه، آموزش و بهداشت تمایز کارآفرینان اجتماعی و کارآفرینان غیر اجتماعی را نشان می دهد . برجستگی ارتباط بین نهادهای رسمی و غیر رسمی، صفات شخصی و مهارت های اجتماعی کارآفرینان اجتماعی در تاثیر گذاری بر نتایج فعالیت های کارآفرینی اجتماعی نشان داده شده است. با سرمایه گذاری منابع معنوی و مادی در جوامع، کارآفرینان اجتماعی باعث تقویت سرمایه اجتماعی و تسهیل عمل اجتماعی می شوند . در مقابل، کارآفرینان غیر اجتماعی ممکن است به انحرافات در عملکرد جامعه دامن بزنند ، به ویژه اگر آنها انتخاب کردن را از طریق نهادهای رسمی محلی تا حد زیادی ناکارآمد در مناطق روستایی است ، انجام دهند .
8. پلتیر و همکار در سال 2010 تحقیقی با عنوان " افزایش آموزش بازاریابی کارآفرینانه : دیدگاه دانشجویی " را مورد بررسی قرار دادند . این مقاله با هدف گزارش یافته های یک مطالعه چند ملیتی در مقیاس بزرگ ازدانش آموزان در یک سازمان بازاریابی است که به بررسی نیاز به گسترش آموزش کارآفرینی در برنامه درسی بازاریابی دانش آموزان پرداخته است . سوالات کلیدی شامل : دانش آموزان با چه طرز فکر کارآفرینی علاقه مند به بازاریابی هستند ، فکر می کنیم آنها چه چیزی را باید بدانند تاتصمیم به دنبال فرصت های کارآفرینی بگیرند ، و اینکه با قرار گرفتن در چه موقعیتی ، راضی به تجربه بازاریابی کارآفرینانه می شوند . این یافته ها نشان می دهد که بخش بزرگی از دانش آموزان بازاریابی تمایل به کارآفرین بودن دارند و به شدت در مورد آموزش کارآفرینی علاقه نشان دادند . همچنین آنها قرار گرفتن در معرض ابزار کارآفرینی بازاریابی ، فعالیت های یادگیری تجربی و فرصت های شبکه ای را مهم تلقی کردند . مطالعه آنها نشان داد که بخش قابل توجهی از دانش آموزان بازاریابی ، علاقه فراوانی برای تبدیل شدن به یک کارآفرین و / یا صاحب کسب و کار کوچک دارند . با این وجود در دانش آموزان ، بسیاری از ویژگی های شخصیتی مدیران موفق یافت نشد. اما محدودیت های این مطالعه این بوده است که وسعت سوالات تحقیق محدود به مجموعه ای از صفات بالقوه کارآفرینانه بوده است .

**منابع :**

الف ) منابع فارسی :

1. ایران نژاد پاریزی ، مهدی ، 1392 ، اصول پایان نامه نویسی ، تهران
2. بیابان گرد ، اسماعیل ، 1384 ، رابطه ی عزت نفس ، انگیزه پیشرفت و پیشرفت تحصیلی در دانش آموزان سال سوم دبیرستان تهران ، مطالعات روان شناختی ، 1 ، 4و5 ، 5-18
3. تجاری و همکار ، فرشاد ، 1385 ، مطالعه آمادگی کارآفرینی در ورزش : تحلیل مقدماتی مقیاس اندازه گیری کارآفرینی در ورزش ، پژوهش در علوم ورزشی ، 10 ، 73-8
4. جواهری و همکار ، فاطمه ، 1383 ، موانع کارآفرینی زنان : بررسی تأثیر جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران ، جامعه شناسی ایران ، 5 ، 2 ، 161-178
5. حق شناس و همکاران ، اصغر ، 1386 ، الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران ، فصلنامه علوم مدیریت ایران ، 2 ، 8 ، 31-72
6. حیدری ساربان ، وکیل ، 1391 ، اولویت بندی موانع موثر بر کارآفرینی زنان روستایی ( با روش AHP ) ، مطالعات اجتماعی روانشناسی زنان ، 10 ، 2 ، 159-177
7. خاکی ، غلامرضا ، 1390 ، روش تحقیق در مدیریت ، بازتاب چاپ ششم
8. دانایی فرد و همکاران ، حسن ، 1386 ، ارتقاء کارآفرینی در ایران : تحلیلی بر نقش دولت ، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی ، 42 ، 221-262
9. دلاور ، علی ، 1391 ، روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی ، تهران
10. رابینز ، استیفن پی ، 1390 ، رفتار سازمانی (مترجم : پارسائیان ، علی و همکار ) ، تهران
11. زارع ، قاسم ، 1386 ، رابطه بین روان شناختی توانمندسازی کارشناسان و کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی کشور ، نشریه علوم حرکتی و ورزش ، 5 ، 1 ، 9 ، 71-81
12. سکاران ، اوما ، 1381 ، روش های تحقیق در مدیریت ، ترجمه صائبی ؛ محمد ، شیرازی ؛ محمود ، تهران
13. سهرابی فرد و همکاران ، نسرین ، 1385 ، رواسازی مقیاس سنجش کارآفرینی در مدیران دستگاههای دولتی ، فصلنامه روانشناسان ایرانی ، 2 ، 8 ، 267-276
14. شبگو منصف ، محمود ، 1390 ، اصول و سرپرستی و مدیریت ، رشت
15. شریف زاده و همکار ، ابوالقاسم ، 1391 ، بررسی رابطه بین سبک یادگیری و خصایص کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی ، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی ، 64 ، 131-152
16. شکرکن و همکاران ، حسین ، 1381 ، بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت ، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز ، علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران ، 3 ، 9 ، 3و4 ، 1-24
17. طالبی کلیدبری ، ، 1389 ، تأثیر آموزش بر ویژگی های کارآفرینی دانشجویان ( مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد رشت ) ، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت
18. علائی ، سوسن ، 1390 ، نقش فرهنگ کارآفرینی در توسعه کارآفرینی (مطالعه صنایع فرهنگی ) ، پژوهش های مدیریت راهبردی ، 18 ، 48 ، 109-132
19. فرهنگی و همکار ، علی ، 1384 ، طراحی و تببین الگوی ارتباطات سازمانی در فرآیند کارآفرینی سازمانی (با تأکید بر شرکت های پخش سراسر ایران ) ، دو ماهنامه علمی – پژوهشی دانشور رفتار ، 12 ، 14 ، 1-20
20. فلاح حقیقی ، نگین ، 1390 ،بررسی خصوصیات کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی دانشگاه تهران ، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران ، 42-2 ، 3 ، 357-366
21. قلی پور سلیمانی و همکار ، علی ، 1380 ، مبانی رفتار سازمانی ، رشت
22. کاظمی و همکار ، مصطفی ، 1386 ، سنجش میزان کارآفرینی مدیران صنعت (مطالعه موردی : استان خراسان ) ، دانش و توسعه ، 20 ، 167-184
23. کاظمی و همکار ، مصطفی ، 1389 ، بررسی کارآفرینی درون سازمانی با استفاده از مدل استیونسون ، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت ، نوآوری و کارآفرینی ، شیراز
24. کردنائیج و همکاران ، اسدالله ، 1384 ، طراحی ساختار سازمانی مراکز و آموزشگاههای کارآفرینی در کشور ، فصلنامه علوم انسانی ، 9 ، 2 ، 119-156
25. گلرد ، پروانه ، 1384 ، عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی ، پژوهش زنان ، 3 ، 1 ، 101-123
26. محمدی و همکاران ، حمیدرضا ، 1390 ، بررسی رابطه ی ویژگی های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی ، فصلنامه ی علمی – پژوهشی جامعه شناسی زنان ، 2 ، 1 ، 99-120
27. مدهوشی و همکار ، مهرداد ، 1382 ، بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران ، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی ، 27 و 28 ، 157-213
28. مرتضوی و همکار ، سعید ، 1383 ، یررسی و تحلیل ابعاد حمایت از واحدهای کوچک فعال در صنعت فلزات اساسی با تاکید بر رویکرد کارآفرینی ، دانش و توسعه ، 15 ، 85-103
29. ملک پور و همکار ، علی ، 1390 ، شهر و تکاپوی کارآفرینی(زمینه ها ، موانع ، راهکارها و فرصت های کارآفرینی) ، تهران
30. مومنی و همکار ، منصور ، 1391 ، تحلیل های آماری با استفاده از SPSS ، تهران
31. مهدوی عادلی و همکار ، محمدحسین ، 1385 ، بررسی جریان خصوصی سازی و تاثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران ، دانش و توسعه ، 18 ، 31-54
32. ناهید ، مجتبی ، 1388 ، چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه ، بررسی های بازرگانی ، 34 ، 39-58
33. هادیزاده مقدم و همکاران ، اکرم ، 1388 ، بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه ، توسعه کارآفرینی ، 1 ، 4 ، 139-162 )
34. هزار جریبی ، جعفر ، 1382 ، توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان ، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی ، 30 ، 159-174
35. هنری و همکاران ، حبیب ، 1385 ، رابطه ی انگیزه و بهره وری نیروی انسانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران ، حرکت ، 27

ب ) منابع لاتین :

1. Ahmad, Noor Hazlina , 2010 , Is entrepreneurial competency and business relationship contingent upon business environment , International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , 16 , 3 , 182-203
2. Analoui , Farhad et al , 2009 , Public sector managers and entrepreneurship in Islamic Republic of Iran , Journal of Management Development , 28 , 6 , 522-532
3. Carmen , Salvador et al , 2011 , Entrepreneurial self-efficacy and life satisfaction the ICT , Journal of Basic and Applied Scientific Research , 1 , 3 , 242-251
4. Decker , Wayne H , 2012 , Affiliation motivation and interest in entrepreneurial careers , Journal of managerial psychology , 27 , 3 , 302-320
5. Devonish , Dwayne et al , 2010 , Explaining entrepreneurial intentions in the Caribbean , International Journal Entrepreneurial Behavior & Research , 16 , 2 , 149-171
6. Di Zhang , David et al , 2011 , Personal characteristics and strategic orientation : entrepreneurs in Canadian manufacturing companies , International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , 17 , 1 , 82-103
7. Franco, Mario et al , 2013 , Firm resources and entrepreneurial orientation as determinants for collaborative entrepreneurship , Management Decision , 51 , 3 , 680-696
8. Huarng , Kun-Huang , 2013 , A two-tier business model and its realization for entrepreneurship , Journal of business Research , 66, 2102-2105
9. Hussain , Javed , 2010 , The impact of entrepreneurship education on succession in ethnic minority family firms , Education + Training , 52 , 8/9 , 643-659
10. Long ,Dan et al , 2010 , Anatomy of nascent entrepreneurship in China (A preliminary study from CSPED project ) , Journal of Chinese Entrepreneurship , 2 , 2 , 129-147
11. Lourdes Machado , Maria de et al , 2011, A look academics job satisfaction and motivation in Portuguese higher education institutions , Procedia – Social and behavioral Sciences , 29 , 1715-1724
12. Marti , Margarita et al , 2009 , Organization Leadership : Motives and Behaviors of Leaders in Current Organizations , the Spanish Journal if Psychology , 12 , 1 , 267-274
13. Montoro-sanchez ,Angeles , 2011 , Human resource management and corporate entrepreneurship , International of manpower , 32 , 1 , 6-13
14. Ng , Wilson et al , 2010 , Not another study of great leaders , International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , 16 , 5, 457-476
15. S. Dhesi , Autar , 2010 , Diaspora Social entrepreneurs and community development , International Journal of Social Economics , 37 , 9 , 703-716
16. Sanchez Canizares , Sandra et al , 2010 , Gender differences in entrepreneurial attitudes , Equality Diversity and Inclusion : An international Journal , 29 , 8 , 766-786
17. Siegel , Donald S , 2012 , The role of market and technological knowledge in recognizing entrepreneurial opportunities , management decision , 50 , 5 , 797-816
18. Skudiene , Vida et al , 2012 , The contribution of corporate social responsibility to internal employee motivation , Baltic Journal if Management , 7 , 1, 49-67
19. Trevelyan , Rose , 2011 , Self-regulation and effort in entrepreneurial tasks, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , 17 , 1 , 39-63
20. Trevelyan , Rose , 2011 , Self-regulation and effort in entrepreneurial tasks , International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research , 17 , 1 , 39-63
21. W. Peltier , James et al , 2010 , Enhancing entrepreneurial marketing education : the student perspective , Journal of Small Business Enterprise Development , 17 , 4, 514-536
22. Yi Feng Chen , Nancy et al , 2010 , Developing the strategic resources of Chinese entrepreneurial firms , Leadership & Organization Development Journal , 31 , 3 , 213-229
1. Stuwart Mill [↑](#footnote-ref-1)
2. Peter Drucker [↑](#footnote-ref-2)
3. Montoro-sanchez [↑](#footnote-ref-3)
4. Thompson [↑](#footnote-ref-4)
5. N.Churcil [↑](#footnote-ref-5)
6. Growth Oriented Innovation Companies [↑](#footnote-ref-6)
7. Ronstadt (1988) [↑](#footnote-ref-7)
8. Career Commitment [↑](#footnote-ref-8)
9. Franco [↑](#footnote-ref-9)
10. Schumpeter [↑](#footnote-ref-10)
11. entrepreneurship [↑](#footnote-ref-11)
12. Intrapreneurship [↑](#footnote-ref-12)
13. Collins and Moore [↑](#footnote-ref-13)
14. Corporate entrepreneurship [↑](#footnote-ref-14)
15. Public entrepreneurship [↑](#footnote-ref-15)
16. Tele entrepreneurship [↑](#footnote-ref-16)
17. Social entrepreneurship [↑](#footnote-ref-17)
18. Infopreneurship [↑](#footnote-ref-18)
19. Virtual Organization [↑](#footnote-ref-19)
20. Copreneurship [↑](#footnote-ref-20)
21. Technopreneurship [↑](#footnote-ref-21)
22. Entrepreneuses [↑](#footnote-ref-22)
23. Trevelyan [↑](#footnote-ref-23)
24. Markman [↑](#footnote-ref-24)
25. Ahmad [↑](#footnote-ref-25)
26. Di Zhang [↑](#footnote-ref-26)
27. Mason [↑](#footnote-ref-27)
28. Hussain [↑](#footnote-ref-28)
29. McClelland [↑](#footnote-ref-29)
30. Decker [↑](#footnote-ref-30)
31. Stuwart Mill [↑](#footnote-ref-31)
32. Bearing risk [↑](#footnote-ref-32)
33. Sanchez Canizares [↑](#footnote-ref-33)
34. Brockhaus & Horwitz [↑](#footnote-ref-34)
35. Wilson Ng [↑](#footnote-ref-35)
36. Carmen [↑](#footnote-ref-36)
37. Devonish [↑](#footnote-ref-37)
38. Need For Achivement [↑](#footnote-ref-38)
39. Need For Power [↑](#footnote-ref-39)
40. Competitive Situation [↑](#footnote-ref-40)
41. Risk Taking [↑](#footnote-ref-41)
42. Lumpkin & Dess [↑](#footnote-ref-42)
43. Morrison [↑](#footnote-ref-43)
44. Thompson,J [↑](#footnote-ref-44)
45. Pavlin [↑](#footnote-ref-45)
46. Terry [↑](#footnote-ref-46)
47. Barnet [↑](#footnote-ref-47)
48. Peltier [↑](#footnote-ref-48)
49. Ichiro Yamada [↑](#footnote-ref-49)
50. Macro Level Perspective [↑](#footnote-ref-50)
51. Micro Level Perspective [↑](#footnote-ref-51)
52. Meso Level Perspective [↑](#footnote-ref-52)
53. Environmentalism [↑](#footnote-ref-53)
54. Entrepreneurial Discovery [↑](#footnote-ref-54)
55. Robert Vilken [↑](#footnote-ref-55)
56. Richard Cantillon [↑](#footnote-ref-56)
57. Jean Baptiste say [↑](#footnote-ref-57)
58. Fredrick Hawley [↑](#footnote-ref-58)
59. Frank knight [↑](#footnote-ref-59)
60. Ezaeel kerzner [↑](#footnote-ref-60)
61. Gurol & Astan [↑](#footnote-ref-61)
62. Long [↑](#footnote-ref-62)
63. Trevelyan [↑](#footnote-ref-63)
64. Self-regulation [↑](#footnote-ref-64)
65. S. Dhesi [↑](#footnote-ref-65)