



پاسخ به یک پرسش بزرگ

ارائه الگو برای کار آفرینی ممکن است یا غیر ممکن؟

مهندس عباس سلمانزاده

کشورهای مذکور، برنامه‌های توسعه خود را دیرتر از ایران شروع کرده و حتی منابع کشور ما از اکثر آنها بیشتر بوده است، با ما فاصله زیادی دارند.

مطالعات گوناگون نشان می‌دهد الگوی حاکم در توسعه بسیاری از کشورها، توسعه را بر مبنای دانش و قابلیت‌های انسانی عملی می‌داند و جهت‌گیری آن به سوی اقتصاد دانایی-محور و استراتژی آنان برای دستیابی به اقتصاد دانایی محور، توسعه ملی کار آفرینی است. راه اندازی روبه تزايد دوره‌ها و رشته‌های کار آفرینی در دانشگاه‌های معتبر جهان به منظور ایفای نقش کلیدی در راستای ایجاد و ارتقای فرهنگ، اقدامات و رفتارهای کار آفرینانه، خود مبین اهمیت این موضوع است.

هر چند این جهت‌گیری‌ها در برنامه‌های پنجساله ایران نیز مشهود است، اما برای نیل به توسعه پایدار و ایجاد وضعیت مطلوب در اقتصاد کشور، می‌بایست استراتژی توسعه کار آفرینی را به عنوان استراتژی محوری توسعه مورد توجه قرار داد.

دولتی بودن اقتصاد کشور و اتکا به درآمدهای نفتی، مولد نبودن بخش بزرگی از جمعیت کشور و تولید سرانه اندک، بهره‌وری پائین در دستگاه‌های دولتی، توزیع ناعادلانه درآمد، ظرفیت‌های بلا استفاده تولید، رفاه اجتماعی نامناسب، مشکلات عدیده زیست محیطی و ده‌ها مشکل دیگر تنها نشانه‌هایی از بیماری جامعه ماست که نیاز به یک درمان اصولی یعنی تغییر در برنامه‌های توسعه را ایجاد می‌کند. بخشی از این مشکلات، در برنامه سوم توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تشخیص داده شد و در این برنامه فصولی به اصلاحات اداری و ساختار اقتصاد کشور اختصاص یافت. اما در عمل این اصلاحات ناموفق باقی ماند.

در چرایی این موضوع باید گفت اگر برنامه‌های توسعه کشور ایران را با کشورهایی مانند چین، مالزی، کره و دیگر کشورهای در حال توسعه که برخی از آنها در حال حاضر توسعه یافته تلقی می‌گردند، مقایسه کنیم، مشاهده خواهیم کرد علیرغم این که

مفهوم کارآفرینی

در فارسی، هنوز معادل دقیقی برای انتقال مفهوم «کارآفرینی» نداریم و اغلب، واژه «کارآفرینی» شنونده ناآشنا به آن را به اشتباه می‌اندازد، هر چند بین استادان دانشگاه‌ها، دانشجویان رشته مدیریت، محافل علمی و گروه قلیلی از مدیران و متخصصان این واژه به معنای دقیق خود تا حدودی متداول و مصطلح شده است.

واژه «کارآفرینی» ترجمه واژه Entrepreneur است که خود از لفظ فرانسوی Entrepreneur به معنای «متعهد شدن» مشتق شده است. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را بپذیرد و سازماندهی و اداره آن را تقبل می‌کند.

به طور کلی «کارآفرینی» از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون مختلف زندگی حضور داشته و مبنای بسیاری از تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده و لذا تعریف‌های متنوعی از آن در دسترس است. با این همه، مفهوم و ماهیت اصلی کارآفرینی هنوز شناخته شده نیست و نمی‌توان تعریف استاندارد، جامع و مانعی از آن به دست داد.

«دیوید مک کله‌لند» استاد روانشناسی دانشگاه هاروارد، مشکل تعریف کارآفرینی و اختلاف نظرهای صاحب‌نظران را در این مورد ناشی از مغشوش شدن «نقش» و «پایگاه» می‌داند. در واقع نقش کارآفرین وجود همان ویژگی‌ها و خصوصیات کارآفرینی در فرد است و پایگاه، همان توجه به کارکرد کارآفرین است. بنابراین در شناسایی کارآفرینان باید توجه داشت که ممکن است فرد دارای نقش کارآفرینی باشد، ولی هرگز در پایگاه کارآفرینی قرار نگیرد. همچنین هر فردی که در پایگاه کارآفرینی قرار می‌گیرد، الزاماً دارای نقش کارآفرینی نیست. به عبارتی دیگر، پایگاه به جایگاه اجتماعی فرد اطلاق می‌شود و نقش، رفتاری است که در آن پایگاه لازم می‌باشد. به زبانی ساده تر باید توجه داشت که کارآفرین از نظر مفهومی از رفتار کارآفرینی جداست و در واقع اختلافات از آنجا ناشی می‌شود که سعی بر این است تا نقش کارآفرینی و رفتار کارآفرینی در پایگاه او توصیف شود.

در اینجا، تعدادی از مهم‌ترین و معروف‌ترین تعریف‌های کارآفرینی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

- پروسه ایجاد ثروت.

- پروسه تخریب خلاق.

- پروسه هدایت به «خلق سازمان جدید» بدون توجه به نوع و پتانسیل سازمان.

- توسعه موقعیت‌ها و اقدام‌های نوآورانه همراه با خطر، چه در سازمانی که قبلاً تأسیس شده است و چه به صورت آزاد و مستقل.

- روش اداره‌ای است که فرصت‌ها را بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی، تعقیب می‌کند.

- وظایف، فعالیت‌ها و اعمالی است که به تحقق فرصت شناخته شده و ایجاد سازمانی مناسب با آن، کمک می‌کند.

- پروسه‌ای است فراتر از شغل و حرفه، بلکه یک شیوه زندگی. ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرینی در سه زمینه یا قالب ذیل شکل می‌گیرد:

۱- کارآفرینی مستقل (آزاد): فرآیندی است که کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را بطور آزاد به ثمر رساند.

۲- کارآفرینی درون سازمانی: فرآیندی است که کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را در سازمانی که معمولاً سنتی و بوروکراتیک است به ثمر رساند.

۳- کارآفرینی سازمانی: فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرینی انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خود مختار به ثمر برسند.

ضرورت توجه به توسعه کارآفرینی

از جمله دلایل توجه به توسعه کارآفرینی، می‌توان به قدرت آن در ایجاد کسب و کارهای جدید با ارزش افزوده بالا، توسعه کسب و کارهای موجود، افزایش درصد استفاده از ظرفیت‌های بدون استفاده تولید و به تبع آن رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی، کاهش نرخ بیکاری، افزایش سرانه تولید و عدالت اجتماعی اشاره کرد که از مهم‌ترین دغدغه‌های مسئولان کشور ما نیز محسوب می‌شوند.

در ایران، منابع انسانی به عنوان مهم‌ترین نیروی محرکه تولید و اقتصاد، در خدمت توسعه کشور نیست. چون علاوه بر بیکاری آشکار و پنهان بخشی از جمعیت، قابلیت‌های بخش توانمند جمعیت کشور نیز فرصت شکوفایی نمی‌یابند و شاید همین عامل، یکی از دلایل مهم فرار مغزها از کشور باشد. در این میان، از نکات بارز دیگر در توجیه پرداختن به توسعه ملی کارآفرینی در جامعه، وجود فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است که در حال حاضر در اثر نبود مکانیزم‌های حمایتی و سیاست‌های شفاف، جزء جمعیت بالای بیکاران جامعه قرار دارند و متأسفانه جامعه فاقد قدرت استفاده از تخصص و دانش آنهاست.

فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، افرادی هستند که به دنبال تلاش‌ها و کوشش‌های تحصیلی وارد دانشگاه شده و ضمن دریافت مجموعه‌ای از اطلاعات و تجارب گوناگون، در صدد هستند به نحوی این اطلاعات (تخصص) را به یک فعالیت مشخص تجاری تبدیل کنند. این در حالی است که شغل‌های موجود، ظرفیت پاسخگویی به خیل عظیم فارغ‌التحصیلان را ندارد و این عدم توازن، جامعه را با چالشی عظیم مواجه ساخته است. بنابراین نقش حیاتی کارآفرینی و قدرت آن در ایجاد تحولات نظامدار اقتصادی در ساختار جامعه، موضوعی است که مورد توجه متخصصان و صاحب‌نظران به منظور ارائه

بنابر تعریف واژه‌نامه

دانشگاهی وبستر،

کارآفرین کسی است

که متعهد می‌شود

مخاطره‌های یک فعالیت

اقتصادی بپذیرد و

سازماندهی و اداره

آن را تقبل می‌کند.

پاسخ به این سؤال که پیشرفت اجتماعی را تضمین می کند مستلزم وجود سازو کارهایی است که راه حل های ارائه شده را عملی سازد. در این میان، کار آفرینی یکی از سازو کارهای مهمی به شمار می رود که ایجاد و توزیع ثروت را تضمین می کند.

واژه «کار آفرینی» نخست توسط «کانتیلون» در سال ۱۷۵۵ وارد نظریه اقتصادی شد. وی در رساله مشهورش تحت عنوان «مقاله ای در باب ماهیت تجارت عمومی» معتقد است که زمین، منبع کل ثروت است و سه نوع عامل اقتصادی را مشخص کرد: زمینداران، کار آفرینان و دستمزد بگیران. از دیدگاه وی جوهره کار کرد کار آفرین همانا تحمل عدم قطعیت می باشد. او هر کسی را که با بهایی نامعین دست به خرید و فروش بزند، کار آفرین می داند. پس از او اقتصاددانان زیادی، در این خصوص اظهار نظر کرده اند.

«هبرت» و «لینک» دوازده خصوصیتی را که تا سال ۱۹۸۲ در تئوریهای ایستای اقتصادی به کار آفرینان نسبت داده شده است بصورت ذیل جمع بندی نمودند:

۱. مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می دهد.
۲. عرضه کننده سرمایه مالی است.
۳. مبتکر است.
۴. تصمیم گیرنده است.
۵. رهبر صنعتی است.
۶. مدیر یا رئیس است.
۷. سازمان دهنده یا هماهنگ کننده منابع اقتصادی می باشد.
۸. مالک شرکت تجاری است.
۹. به کار گیرنده عوامل تولیدی است.
۱۰. پیمانکار است.
۱۱. حاکم است.
۱۲. منابع را جهت مقاصد مختلف به کار می گیرد.

«بارتو» در سال ۱۹۸۹ آنها را در مطالعات خود تحت عنوان «بررسی نقش کار آفرینی در تئوری های اقتصادی» مورد توجه قرار داد. در این تئوری ها، شش عامل مشترک کار کردی را می توان یافت که به کار آفرینان نسبت داده شده است.

نقشهای کار کردی کار آفرینان در تئوریهای اقتصادی	
نقش کار کردی	نظریه پرداز اصلی
معامله گر	ریچارد کانتیلون
هماهنگ کننده	ژان باتیست سی
مالک محصول	فردریک هالی
نوآور	ژوزف شومپتر
تصمیم گیرنده	فرانک نایت

به طور کلی تمام اقتصاددانان علاوه بر نقش هایی که از نظر کار کردی به کار آفرینان نسبت می دادند، آنها را سرمایه دار

راهکارهایی برای حل مشکلات موجود، در نظر گرفته می شود. شاید یکی از مهمترین راهکارهای توسعه کار آفرینی در میان تمام اقشار جامعه، خصوصاً دانشجویان، توسعه و ارتقای رفتار کار آفرینانه افراد از طریق ترویج، آموزش، حمایت و شناخت افراد مستعد برای کار آفرینی باشد.

انسان در طول حیات خود، همواره دارای نوعی رفتار کار آفرینانه خاص است؛ رفتاری که منشاء از ذات وجودی او می گیرد و بسته به شرایط اجتماعی، خانوادگی و تجارب حیاتی او متفاوت است. شاید مهم ترین واقعیت در رفتار کار آفرینانه، فرآیند تبدیل ایده به عمل باشد که انسان ها به شکلهای گوناگون و در مقیاس های مختلف آن را تجربه کرده اند، گر چه این فرآیند به یک فعالیت تجاری خاص در برهه ای از زمان منجر نشده است، ولی می توان آن را نوعی رفتار کار آفرینانه بالقوه دانست که در صورت فراهم آمدن شرایط خاص می تواند به بالفعل تبدیل شود.

استعداد کار آفرینی و یا آنچه به عنوان نوعی رفتار کار آفرینانه یاد می شود، فرآیندی است نامنظم که ارتباط مستقیمی با دانش، تجارب انسانی، شرایط اجتماعی و خانوادگی و همچنین ویژگی های شخصیتی فرد دارد.

در فرآیند تبدیل فرد با رفتار کار آفرینانه متوسط به یک کار آفرین بالفعل چه اتفاقی می افتد؟ آنچه مسلم است درک فرصت های بالقوه کار آفرینی و حضور قدرتمندانه کار آفرین در این فرصت ها، امری است که در افراد با رفتار کار آفرینانه پائین رخ نمی دهد. بنابراین فرصت های بی شماری که برای یک کار آفرین وجود دارد، بالطبع برای افراد دیگر که توانایی درک این فرصت ها را ندارند، وجود ندارد. بنابراین باید به این نکته اشاره کرد که رفتار کار آفرینانه هر فرد قابل ارتقا و بهبودی است و این ارتقای رفتار تا حدی رشد می کند که فرد بعد از عبور از دروازه کار آفرینی، آمادگی لازم را برای حضور در یک فعالیت کار آفرینی منسجم پیدا می کند.

سیر تکامل مفهوم کار آفرینی

۱- کار آفرینی در نظریه های اقتصادی

کار آفرینی در بطن تئوری های اقتصادی تبلور یافت و از قرن نوزدهم تا دهه ۱۹۶۰ تنها اندیشمندان اقتصادی به آن می پرداختند که بعد از آن همراه با گرایش تحلیل های اقتصادی به استفاده از شیوه های آماری و ریاضی، عملاً از تئوری های اقتصادی حذف شد.

به منظور ریشه یابی و شناخت علل طرح کار آفرینی در علم اقتصاد، باید اشاره کرد که مکاتب و گرایش های مختلف اقتصادی همچون سوداگرایان، فیزیوکرات ها، نئو کلاسیک ها، مکتب آلمان - اتریش، مکتب شیکاگو، نهادگرایان، نهادیون تا مکتب اتریش مدرن، همواره به دنبال یافتن عامل اصلی ایجاد و توزیع ثروت و به عبارتی دیگر، عامل ایجاد ارزش اقتصادی در جامعه بوده اند و این که چگونه یک جامعه ثروت را میان اعضای خود توزیع می نماید. بدیهی است



نیز می‌دانستند و در میان آنها تنها «کرزنز» بود که کارآفرین را به عنوان واسطه معرفی نمود.

۲ کار آفرینی در دیدگاه‌های غیراقتصادی
اقتصاددانان کانون توجه خود را تنها به فضای اقتصادی کارآفرینی متمرکز کرده‌اند و در نتیجه از ویژگی‌ها و عوامل فردی و اجتماعی که به طور مثبت یا منفی بر فرد کارآفرین تأثیر می‌گذارد، غافل مانده‌اند. بدون شک کارآفرین فعالیت خاصی را مطابق با ویژگی‌های روانشناختی و جمعیت شناختی خاص خود دنبال می‌نماید. به هر روی، تاکنون اقتصاددانان هیچ جایگاهی را برای آن ویژگی‌ها در نظریه‌های خود در نظر نگرفته و آنها را خارج از حیطه مطالعات خود دانسته و از آنجا که تصویری کردند این ویژگی‌ها قابل اندازه‌گیری نیست، از ارائه مدلی اثر بخش برای سنجش آنها چشم‌پوشی نموده‌اند.

کلیه محققینی که از جنبه‌های غیر اقتصادی (جامعه شناختی و روانشناختی) به مطالعه کارآفرینی پرداخته‌اند، ابعاد مختلفی از جمله رویکرد رفتاری در مقابل ویژگی‌ها، رویکرد تک بعدی در مقابل چند بعدی، رویکرد ایستا در مقابل فرآیند را بررسی کرده و علاوه بر آن به مفاهیمی از قبیل تفاوت شرکت‌های کوچک با شرکت‌های نوپا، شرکت‌های کوچک با شرکت‌های کارآفرین، تفاوت بین مدیر و کارآفرین و شرکت‌های بزرگ با شرکت‌های کوچک و فرق بین کارآفرین و غیر کارآفرین پرداخته‌اند.

بطور کلی از چهار جنبه مختلف، متغیرهای مربوط به کارآفرین و کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته است.

الف رویکرد ویژگی‌ها (شخصیتی):

دسته اول این متغیرها که مورد توجه روانشناسان قرار گرفت، متغیرهای شخصیتی و روانشناختی بود. روانشناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشته و اکثر آنها به دنبال کشف پاسخ به این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌سازد.

هدف روانشناسان در واقع کشف چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایز کننده می‌باشد. از این رو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها نام برده می‌شود. این دسته از محققین با تمرکز بر رویکرد ویژگی‌ها، مولفه‌های متعددی را به کار آفرینان نسبت دادند که در جدول مقابل، مهمترین ویژگی‌های مورد

ویژگی‌های کارآفرینی قابل آموزش نبوده، بلکه ذاتی یا نشأت گرفته از یک مبداء و منبع خاص است و از این رو کارآفرینان از دیگر افراد متمایز هستند

توافق محققین ارائه شده است. «بروکهاوس» و «هورویتز» در سال ۱۹۸۶ در مقاله «The Psychology of the Entrepreneur» در بازنگری روانشناسی کارآفرینان نتیجه گرفتند که آنچه در ادبیات کارآفرینی وجود دارد، نشان می‌دهد هیچ‌گونه تعریف کلی یا جامعی راجع به کارآفرین وجود ندارد و اگر وجود دارد، هیچ ابزار روانشناختی برای کشف آن در حال حاضر در دسترس نیست. بیشتر تلاش‌هایی که در جهت فرق گذاری و تمایز بین کارآفرینان و مدیران و یا صاحبان شرکت‌های کوچک صورت گرفته، به کشف مشخصه متمایز کننده‌ای منجر نشده است.

«جینگز» در سال ۱۹۹۴ در کتاب خود تحت عنوان **Multiple Perspectives of Entrepreneurship Test, Readings, and Cases** این گونه تحقیقات، شناسایی افرادی بود که قادر به تأسیس یا رشد شرکت‌های جدید و موفق شدند. در این گونه تحقیقات تک بعدی سعی شده است تا ویژگی‌های مشترک بین کارآفرینان و شرکت‌هایشان شناسایی شود. آنها فهرست طولانی از ویژگی‌هایی همچون نیاز به توفیق، تمایل به مخاطره پذیری، دارا بودن مرکز کنترل درونی، استقلال طلبی، تحمل ابهام، عزم و اراده، پشتکار، اتکا به نفس و... را در فرضیات خود گنجانده‌اند. کلیه تحقیقات و مطالعاتی که به شناسایی ویژگی‌ها، تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان و یافتن تفاوت‌های بین مدیر و کارآفرین مربوط می‌شود در این رویکرد جای می‌گیرند.

«ولف» نیز در سال ۱۹۸۴ در کتابی تحت عنوان The Right Stuff

بیان می‌دارد فرض این گونه تحقیقات آن است که ویژگی‌های کارآفرینی قابل آموزش نبوده، بلکه ذاتی یا نشأت گرفته از یک مبداء و منبع خاص است و از این رو کارآفرینان از دیگر افراد متمایز هستند. وی در نظریه کارآفرینی خود در کتاب «خمیره لازم» این گونه مطرح نمود که افرادی که دارای جوهره کارآفرینی باشند، کارآفرین می‌شوند و افرادی که دارای این گونه ویژگی‌های طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود.

عدم توانایی روانشناسان در ارائه مدلی جامع برای تفکیک کارآفرینان از غیر کارآفرینان و همچنین عدم ارائه معیارهای معین و روشن برای ارزیابی ویژگی‌ها در افراد، سبب شد تا جامعه شناسان دیدگاه‌های جدیدی را نسبت به کارآفرین و

ویژگی‌های مشترکی که در رویکرد ویژگی‌ها به کارآفرینان نسبت داده اند

نام محقق اصلی	سال تحقیق	ویژگی
مک کله لند	۱۹۶۱	توفیق طلبی بالا و مخاطره‌پذیری
آتکینسون - روتر	۱۹۵۷-۱۹۶۴	مرکز کنترل داخلی
لایلز - بروکهاوس	۱۹۷۴-۱۹۸۰	تمایل به پذیرش مخاطره معتدل
باومن، سکستون، اسکایر	۱۹۸۲	تحمل ابهام
جاکوپوویتز و وایلدنر	۱۹۸۲	استقلال طلبی
سکستون	۱۹۸۲	پر انرژی، با انگیزه، متعهد

ب رویکرد رفتاری:

از اوایل دهه ۱۹۶۰ و به دنبال عدم موفقیت روانشناسان در دستیابی به ویژگی‌های مشترک بین کارآفرینان، توجه جامعه‌شناسان و روانشناسان به دسته دیگری از متغیرهای جمعیت شناختی معطوف شد که از مطالعات آنها تحت عنوان رویکرد رفتاری یاد می‌شود. در واقع در این رویکرد به فعالیت کارآفرین، دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار یا شرکت نوپا و یافرآیندی که طی آن شرکت‌های جدید پایه عرصه وجود می‌گذارند، توجه می‌شود.

«کولر می‌یر» در سال ۱۹۹۲ در مقاله خود تحت عنوان Entrepreneurship and Transition اظهار می‌دارد: بر خلاف رویکرد روانشناختی که بر ویژگی‌های شخصیتی فرد تأکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأثیر دارد. در این دیدگاه، پدیده کارآفرینی همچون یک فرآیند انگاشته می‌شود که در آن سازمان‌های جدید ایجاد می‌شوند. ایجاد و تأسیس سازمان‌های جدید، نتیجه فرآیندی پیچیده و محتوایی است که متغیرهای بسیاری بر آن تأثیر می‌گذارند. در اینجا تأسیس شرکت نوپا اولین سطح تحلیل می‌باشد و کارآفرین بسته به فعالیت‌هایی که در جهت تأسیس شرکت انجام می‌دهد، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

«جنینگز» در سال ۱۹۹۴ (همان کتاب) بیان می‌دارد که در این دیدگاه، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین تابع رفتار اوست و به دنبال یافتن پاسخ به این سؤال است که «چگونه یک شرکت نوپا به وجود می‌آید؟».

«آرتور کول» اولین اقتصاددانی بود که با اتخاذ یک دیدگاه رفتاری، وظیفه کارآفرین را به عنوان یک عامل اقتصادی این گونه شرح داد: کارآفرین، تمام ابزار تولید (کارگر، سرمایه و زمین) را در هم ادغام می‌نماید.

«واندروف و براش» در سال ۱۹۸۹ در کتاب Toward Agreement on the Focus of Entrepreneurship Research: Progress Without Definition می‌نویسد: در واقع، با این دیدگاه علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی که در رویکرد ویژگی‌ها مورد تأکید است، عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد، شامل تجارب و سوابق شخصی و فردی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد.

«پیتر کیلیبی» در کتاب خود که مشتمل بر مجموعه‌ای از مقالات مختلف نویسندگان متعدد در ارجع به اقتصاد، جامعه‌شناسی و روانشناسی است، کارآفرینی را به فرآیند رشد و توسعه اقتصادی ربط می‌دهد و تحقیقاتی را که در زمینه شخصیتی کارآفرینان صورت می‌گیرد، شدیداً مورد انتقاد قرار می‌دهد. خلاصه نتایج حاصل از تحقیقات وی در کتاب «کارآفرینی و توسعه اقتصادی» به چاپ رسیده است. در این

کارآفرین کسی نیست که به طور ثابت و جود خارجی داشته باشد، بلکه کارآفرینی، نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت‌های نوپا به عهده می‌گیرند.

کتاب چارچوب کلی برای ترویج کارآفرینی در جوامع توسعه نیافته پیشنهاد شده است. طبق این چارچوب، برنامه‌های خوبی برای کمک به کارآفرینان نوظهور لازم است تا این افراد بتوانند مهارت‌های ضروری را در خود بهبود بخشند و دانش مربوط به بازار و فناوری خود را افزایش دهند و از طریق بهبود کیفیت و کاهش هزینه، سود کسب نمایند.

به عبارتی، در دیدگاه رفتاری، کارآفرینی یعنی ایجاد یک شرکت نوپا. چنانچه قرار باشد پدیده کارآفرینی مورد تشویق قرار گیرد و رشد داده شود، در این صورت باید بر روی فرآیندی تمرکز کرد که به موجب آن، سازمان‌های جدید به وجود می‌آیند. با این کار، کانون توجه مانند کی اصلاح می‌شود (یعنی نگرش به آنچه کارآفرین انجام می‌دهد نه این که کارآفرین کیست).

«گارتنر» در سال ۱۹۸۹ در مقاله‌ای به نام Who is an Entrepreneur? Is the wrong question می‌نویسد: تأسیس و ایجاد یک شرکت نوپا، فرآیند پیچیده‌ای است که از عوامل زیادی تأثیر می‌پذیرد. کارآفرین کسی نیست که به طور ثابت وجود خارجی داشته باشد، بلکه کارآفرینی، نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت‌های نوپا به عهده می‌گیرند. به عبارت دیگر در دیدگاه رفتاری، فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد و دیدگاه رفتاری پوشش دهنده دیدگاه شخصیتی و ویژگی‌ها نیز هست و علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی، طیف وسیع دیگری از ویژگی‌هایی همچون سن و سال، تحصیلات، خانواده، کودکی و عوامل تجربی فرد همچون پذیرش الگوی نقش، نارضایتی شغلی، اخراج از کار نیز مورد توجه قرار می‌گیرد و بطور کلی این دسته از ویژگی‌ها با عنوان خصایص جمعیت شناختی و تحت دو دسته ویژگی‌های تجربی و سابقه بررسی شده‌اند.

البته از اواخر دهه ۱۹۷۰ دو دسته دیگر از متغیرهای سازمانی و محیطی (اقتصادی - سیاسی) نیز مورد توجه قرار گرفتند که بیشتر در مبحث کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی شرکتی قابل بحث خواهد بود.

منابع و مآخذ:

- ۱- دکتر احمدپور داریانی (محمود)، کارآفرینی، نشر شرکت پردیس ۵۷، چاپ چهارم، ۱۳۸۱.
- ۲- صمدآقائی (جلیل)، سازمان‌های کارآفرین، نشر مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، چاپ دوم، ۱۳۸۲.
- ۳- دکتر مقیمی (سید محمد)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، نشر مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ دوم، ۱۳۸۳.
- ۴- مجموعه مقالات همایش علمی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، چاپ اول، ۱۳۸۴.