

بررسی نقش دانش فنی در تشخیص و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه

سیدمحمد موسوی^{۱*}، سید محمود شبگو منصف^۲

^۱ کارشناس ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بین المللی بندر انزلی
^۲ استادیار مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

m.industrialengineering2012@gmail.com

چکیده

کارآفرینی فرایند مرتبط با کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های مناسب ایجاد و توسعه کسب و کار است که طی آن کالاها و خدمات نوینی خلق یا ارائه می شود. از این رو تشخیص و بهره برداری مناسب از فرصت، یکی از مهم ترین توانایی های کارآفرین محسوب می شود. در فرآیند کارآفرینی ایده های مناسب به منظور بهره برداری از فرصت ها و نابع موجود شناسایی و پیاده سازی می شوند. یکی از مهمترین عوامل تقویت و گسترش خلاقیت و نوآوری وجود ساختار مناسب سازمانی می باشد. این تحقیق به بررسی نقش دانش فنی در تشخیص و بهره داری از فرصت های کارآفرینانه پرداخته شده است. با توجه به این که شناخت ها فرصت های کارآفرینانه در حوزه های مختلف اقتصادی بسیار با اهمیت است و برای شناختن این فرصت ها باید دارای دانش و خلاقیت بود. از این رو مقاله حاضر به بررسی نقش دانش فنی در تشخیص و بهره برداری از این فرصت ها پرداخته است و در این مقاله نشان داده شده است که داشتن دانش توام با خلاقیت و نوآوری می تواند پایه گذاری کارآفرینی باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال بین المللی انسانی

واژگان کلیدی: دانش فنی، تشخیص و بهره برداری، خلاقیت، کارآفرینی

مقدمه

چنانچه بخواهیم تعریف مختصری از کارآفرینی و فعالیت کارآفرینانه ارائه دهیم باید گفت کارآفرینی را می‌توان فرآیند شناسایی فرصت‌ها و بهره‌برداری و خلق ارزش از آن‌ها دانست. البته باید توجه داشت که این خلق ارزش، هم برای فرد کارآفرین یا ارائه‌کننده کالا و خدمات مطرح است و هم برای جامعه یا دریافت‌کنندگان کالا و می‌تواند جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی را در بر بگیرد و بدین ترتیب فرصت کارآفرینانه، به عنوان شانس یا امکان رفع یک نیاز یا تقاضای جامعه از طریق ترکیب خلاقانه منابع و ایجاد یک ارزش برتر برای یک کالا یا تقاضا تعریف می‌گردد و اگر خدمت را شکلی از نیاز به آن کالا یا خدمت فرض نماییم که به پشتوانه تمایل و توانایی مالی شخص یا گروه متقاضی بروز نموده و ارائه کالا یا خدمت مورد نظر جهت پاسخگویی به تقاضای مذکور را نیز متجلی بدانیم، آن‌گاه کمبود در قالب مفهوم عرضه یک کالا یا خدمت نسبت به تقاضای دریافت‌کنندگان آن کالا یا خدمت در هر عرصه‌ای، به عنوان منبع فرصت کارآفرینانه در آن عرصه محسوب می‌شود. در کشورهای توسعه یافته به کارآفرینی به عنوان راهبردی برای توسعه می‌نگرند و به دلیل جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه پایدار و رشد و شکوفایی اقتصادی، تلاش می‌کنند افراد را به فعالیت‌های کارآفرینانه هدایت کنند. در دهه‌های اخیر تغییر و تحولات در زمینه رقابت روز افزون و عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده است تا سازمان‌های بزرگ که تغییرات اندکی در روش و ساختار خود می‌دهند نتوانند با شرکت‌های کوچک که از انعطاف پذیری، سرعت و نوآوری بالاتری برخوردار هستند رقابت کنند. امروزه سازمان‌ها در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که گرایش داشتن به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها امری ضروری است (shepherd et al, 2008).

بایگرو^۱ (۱۹۹۴) کارآفرین را شخصی می‌داند که فرصتی را تشخیص داده و برای پیگیری آن یک سازمان را راه اندازی می‌کند. بسیاری از مطالعات صورت گرفته در رابطه با تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه بیان کرده‌اند که قابلیت‌های فکری یاد گرفته شده و اطلاعات تجاری کسب شده، آن دسته از کارآفرینانی را توصیف می‌کنند که فرصتی را کشف کرده‌اند (westhead et al, 2009). در این میان عوامل زیادی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تاثیر دارند که یکی از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، سرمایه فکری و دانش فنی افراد سازمان است (puhaka; Ramos, et al 2010). دانش فنی حلقه مفقود شده کارآفرینی می‌باشد. توجه به تربیت نیروی فنی یکی از مسائلی است که مورد نیاز کارآفرینان هر جامعه است. از طرفی افرادی که دانش فنی دارند می‌توانند خود نیز کارآفرین باشند (Iscanews.ir). کارآفرینی پیوند کارآفرین و فرصت‌های ارزشمند است. کارآفرینان در دوفرایند مهم کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه درگیرند (Shane & Venkataraman, 2000). کارآفرینی فرایندی از ارائه اندیشه‌های تازه و نو و بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌ها موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است. یک کارآفرین به منظور تحقق ایده‌اش عوامل مورد نیاز مانند: زمین، نیروی کار، مواد مصرفی و سرمایه را فرام آورده و با استفاده از قدرت تصمیم‌گیری و مهارت‌ها و استعدادهای فردی‌اش در طراحی، سازماندهی و راه‌اندازی و مدیریت واحد جدید، ایده‌اش را تحقق ساخته و از این راه کسب درآمد می‌کند. کارآفرین سرمایه‌دار نیست، اما قادر است از سرمایه‌های راکد به خوبی استفاده کند. همچنین او ممکن است مخترع و متخصص هم باشد. بیل گیتز می‌گوید: بیشترین راه حل‌ها در جای دیگری کشف می‌شود که باید آن‌ها را شناسایی و از حوزه کشفشان به حوزه خودمان انتقال دهیم، این همان کارآفرینی است (مطهری، ۱۳۸۶).

ادبیات پژوهش

امروزه سازمان‌ها در حال وارد شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند (Giju et al, 2010). دانش یکی از مهم‌ترین عوامل تولید و مزیت رقابتی و همچنین به عنوان مهم‌ترین منبع نوآوری برای سازمان‌ها شناخته شده است (Massa, Testa, 2009; Harris et al, 2013). برای آن که یک کارآفرین موفق شوید باید از مجموعه‌ای از دانش‌ها و مهارت‌ها برخوردار باشید. این دانش فنی در واقع دارای شش محور اصلی می‌باشد: بازاری تجاری-حقوق اداری-فنی عملیاتی-حسابداری مالی-رفتاری انسانی و نهایتاً استراتژیک. در پژوهش‌های متعددی بیان شده است که عوامل مختلفی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تاثیر دارد که مهم‌ترین این عوامل دانش و سرمایه فکری است. پژوهشی دیگر با عنوان نقش دانش سابق کارآفرین بر تشخیص فرصت کارآفرینانه با تکیه بر نقش دانشگاهها در ایجاد و توسعه دانش بیان کردند که برخی از پژوهش‌ها به نقش مستقیم دانش کارآفرین

بر روی تشخیص فرصت اشاره کرده اند. اما اطلاعات جدیدتر براساس دیدگاه شناختی معتقدند که دانش سابق با تقویت ساختار شناختی کارآفرین در جذب اطلاعات جدید و در نتیجه، شناخت فرصت به او کمک می کند. همچنین فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی، ترویجی و مشاوره ای دانشگاه ها در تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینانه تاثیر دارند (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۸).

کارآفرینان فرایند کسب و کار خود را با جستجوی یک فرصت کسب و کار آغاز می کنند. آن‌ها زمانی که از سود آوری فرصت شناسایی شده اطمینان یابند، کانون توجه خود را از جستجو گری به بهره برداری از آن تغییر می دهند. برخی دیدگاه های نظری و عملی، فرایند کار آفرینی را به صورت ساده در جستجو و سپس بهره برداری از فرصت‌های کار آفرینانه مفهوم پردازی کرده اند (Choi et al, 2008). در واقع کارآفرینان با دانش فنی که وابسته به خلاقیت و نو آوری می باشد ابتدا فرصت های مناسب ایجاد کسب و کار را تشخیص و پس از تشخیص درست آن ها اقدام به بهره برداری مناسب می کنند. بهره برداری از فرصت، شروع عملیاتی موثر و تمام عیار جهت تولید کالا و یا ارائه خدماتی است که نتیجه فرصت کسب و کار باشند. در این صورت، کل فرایند کار آفرینی وابسته به تصمیم کار آفرینان برای اقدام براساس فرصت است.

خلاقیت:

خلاقیت به معنای خلق کردن است. از دیدگاه روانشناختی، خلاقیت به معنای پدید آوردن چیزی از چیز دیگر به گونه ای منحصر به فرد است. به اعتقاد (تورنس^۱) فرایند حساس شدن به مسائل، نقص‌ها، پیدا کردن نقاط مبهم در معلومات و مشخص نمودن مشکل، جستجو برای حل و حدس زدن و صورت بندی فرضیه ها درباره نواقص، آزمون فرضیه‌ها، تغییر در فرضیات و آزمون مجدد آن‌ها و در نهایت اتصال عناصر مختلف به یکدیگر را خلاقیت گویند (رنجبریان، ۱۳۹۱). بسیاری چنین می پندارند که خلاقیت یک ویژگی ذاتی و ارثی است که تنها برخی افراد خوشبخت با آن متولد می شوند. امروزه ثابت شده است که این توانایی در نوع بشر عمومیت دارد و همه در هنگام تولد به درجات گوناگون دارای این استعداد هستند. خلاقیت را به صورت‌های مختلف و متعددی تعریف کرده اند. اما در همه این تعاریف دو مفهوم تازگی و نو بودن به همراه ارزشمندی و مناسب بودن مشترک می باشد و نوآوری از اعمال کلیدی در فرایند کار آفرینی می باشد.

یک مدیر خلاق در سازمان جوی ایجاد می کند که هم خود و هم کارکنان دیگر به گونه ای خلاق، فکر و عمل کنند. ایجاد این جو مستلزم فراهم کردن شرایط است که کارکنان به تفکر بپردازند و برای تحقیق این امر باید به اندیشه ها و دیدگاهها فرصت بروز داد. اگر افراد سازمان بدانند با عرضه نظرات جدید مورد حمایت و تشویق مدیران قرار می گیرند برای تفکر بیشتر و همچنین ارائه طرح‌ها و ایده‌های ابتکاری و خلاق جهت پیشرفت کار سازمان تلاش خواهند کرد. خلاقیت در یک محیط مستعد، پرورش می یابد. قبول چنین محیط هایی برای بسیاری از مدیران دشوار است. آن‌ها ممکن است با استمرار فرایند تغییر که همراه ضروری خلاقیت است راحت نباشند (رنجبریان، ۱۳۹۲).

راه های زیر برای ایجاد محیطی که خلاقیت در سازمان ها تشویق می کند به شرح زیر است:

۱- پذیرش تغییر

۲- تشویق نظریه های جدید

۳- اجازه تعامل بیشتر

۴- تحمل شکست

۵- ایجاد هدف های روشن و آزادی جهت تحقق آن‌ها

۶- تشخیص (رنجبریان، ۱۳۹۲)

خلاقیت در سازمان زمانی عملی می شود که مدیران، محیطی ایجاد کنند که در آن خلاقیت بتواند رشد کند. مدیران می توانند با به کار بردن راه های زیر برای پرورش خلاقیت در میان کارکنان خود اقدام کنند:

¹ Torrens

- ۱- از کارکنان خود انتظار خلاقیت داشته باشید
- ۲- تحمل شکست و یادگیری از آن را به کارکنان خود بیاموزید.
- ۳- روحیه کنجکاوی را تشویق کنید
- ۴- مشکلات را به عنوان چالش تلقی کنید
- ۵- آموزشهایی در زمینه خلاقیت را به اجرا در آورید
- ۶- از کارکنان خود حمایت کنید
- ۷- برای کارهای خلاق، پاداش را در نظر بگیرید
- ۸- الگوهای مناسبی در زمینه خلاقیت معرفی کنید (پرداختچی و شفیع زاده، ۱۳۸۵).

نوآوری:

فرایند ایجاد هر چیز جدیدی که برای فرد و گروه ارزش مهمی داشته باشد. به عبارت دیگر به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر، ارائه محصول و یا خدمات جدید، نوآوری است (رنجبران، ۱۳۹۲). در دنیای پیچیده و رقابتی امروز، نوآوری شاهرگ حیاتی انواع کسب و کارها در عرصه اقتصاد در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود و می‌توان گفت که بدون نوآوری هر کسب و کاری محکوم به زوال و نابودی است. کارآفرینان با پیوند نوآوری به نیازهای جامعه، فرصت بازار را به نفع خود سمت و سو می‌دهند. به عبارت دیگر نوآوری از عناصر کلیدی فرایند کارآفرینی است. همان‌طور که خلاقیت به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است (صمد آقایی، ۱۳۸۵). نوآوری هم فرایند اجرای خلاقیت و تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده‌های نو و تبدیل خلاقیت به نتیجه عینی می‌باشد (گلستان هاشمی، ۱۳۸۰).

فرایند نوآوری را می‌توان به مراحل چند دسته بندی کرد:

- ۱- نیاز
- ۲- نظر یا ایده
- ۳- پذیرش
- ۴- اجرا
- ۵- منابع (عالی، ۱۳۸۰).

نتیجه گیری

تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های مناسب، قلب فعالیت‌های کارآفرینانه را شکل می‌دهد. داشتن دانش فنی و آگاهی کافی توأم با خلاقیت و نوآوری می‌تواند پایه گذار فعالیت‌های کارآفرینانه باشد و باعث ایجاد و شکل‌گیری کارآفرینی شود. کارآفرینان اغلب منابع مورد نیاز برای تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های بازار را با سازماندهی یک شرکت فراهم و هماهنگ می‌کنند. بهره برداری از فرصت‌ها به الگوهایی که کارآفرینان جهت بهره برداری از فرصت‌ها انتخاب و استفاده می‌کنند اشاره دارد. ایده‌های جدید با اندیشیدن به دست می‌آیند که در آن ذهن به طور عمیق بایک مسئله درگیر می‌شود و به تجسم آن می‌پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیت‌های موجود، به روشن شدن فکر جدید کمک می‌کند. افکار بشری به هم ارتباط دارند و به هم پیوسته‌اند. این افکار زمانی رشد و به خلاقیت می‌رسند که در محیطی خلاق قرار بگیرند و بتوان فضای به وجود آورد که دارای محرک باشند. کارآفرینی نتیجه فرایند سیستماتیک کاربرد خلاقیت و نوآوری در تامین نیازها و استفاده از فرصت‌های موجود است. کارآفرینان با برخورداری از دانش فنی که وابسته به خلاقیت و نوآوری است ابتدا فرصت‌های ایجاد کسب و کار را تشخیص و پس از تشخیص اقدام به بهره برداری می‌کنند.

منابع

- ۱- پرداختچی محمد حسن، شفیعی زاده حمید، (۱۳۸۵)، «درآمدی بر کارآفرینی سازمانی». تهران: انتشارات ارسباران
- ۲- رنجبران رسول، (۱۳۹۱)، «مبانی کارآفرینی (کارآفرینی عمومی)»، ارومیه: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی .
- ۳- رنجبران رسول (۱۳۹۲)، «ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی کار و جامعه»، شماره ۱۶۱، صص ۳۰-۲۹ .
- ۴- صمدآقایی جلیل، (۱۳۸۵)، «خلاقیت جوهره کارآفرینی»، تهران: انتشارات دانشگاه تهران .
- ۵- عالی صمد (۱۳۸۰)، «مدیریت خلاقیت و نوآوری»، مجله تدبیر، شماره ۱۱۰، صص ۶۳-۵۸.
- ۶- قلی پور رحمت الله، کرامتی کریمی محمدعلی (۱۳۸۸)، «نقش دانش سابق کارآفرین بر تشخیص فرصت کار آفرینانه با تکیه بر نقش دانشگاهها در ایجاد و توسعه این دانش»، مدیریت در دانشگاه آزاد اسلامی، دوره ۱۳، شماره ۴، صص ۲۶-۲۵.
- ۷- گلستان هاشمی سید مهدی (۱۳۸۰)، «خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه»، رهیافت، شماره ۲۶، صص ۴۰-۳۳.
- مطهری علی، (۱۳۸۶)، «کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری». تهران: انتشارات آزاد مهر .
- 9- Choi, Y.R., Levesque, M. and Shepherd, D.A. (2008) When should entrepreneurs expedite or delay opportunity exploitation. *Journal of Business Venturing* 23. PP. 333-335.
- 10- Giju, G.C., Badea, L., Ruiz, V.R.L. and Pena, D.N. (2010) Knowledge management the Key resource in knowledge economy. *The Oretialand Applied Economics* 6(6). PP. 27-36.
- 11- Iscanews.ir
- 12- Harris, R., Mcadam, R., Mccausland, I. and Reid, R. (2013). Knowledge management as a source of innovation and competitive advantage for smes in peripheral regions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 14(1). PP. 49-61.
- 13- Massa, S., Testa, S. (2009) A knowledge management approach to organization competitive advantage evidence from the food sector. *European management Journal* 27(2). PP. 129-141.
- 14- Puhaka, V. (2010) Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery. *Journal of Management Research* 2(1). PP. 3.
- 15- Ramos Rodriguez, A.R., Medina Oggarrido, J. A., Lorenzo gomez, J. D. and Ruiz Navarro, J. (2010) What you know or who you know the role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal* 28(6). PP. 566-582.
- 16- Shane, S., Venkataraman, S. (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management Review*. PP. 217-226.
- 17- Shepherd, D. A., Covin, G. F. and Kuratko, F. D. (2008) Project failure from corporate entrepreneurship manage the grief process, *Journal of Business Venturing* 24(6). PP. 588-600.
- 18- Westhead, P.U., Cbasaran, D. and Wright, M. (2009) Information search and opportunity identification the importance of prior business ownership experience, *International Small Business Journal* 27(6). PP. 659-680.