

ابعاد خود کارآمدی کارآفرینانه

در مفهوم خود کارآمدی کارآفرینانه توسعه یافته توسط دی نوبل شش بعد وجود دارد که عبارتند از:
توسعه محصولات و فرصت های بازار-ایجاد یک محیط نوآورانه
ایجاد روابط با سرمایه گزاران-شناسایی هدف اصلی-مقابله باچالش های غیرمنتظره وتوسعه منابع انسانی

توسعه محصولات جدید وفرصت های بازار: باورهای فردی را در بر می گیرد که بتواند محصولات جدید و فرصت هایی را جهت راه اندازی یک سرمایه گذاری ایجاد کند. توسعه محصول فرآیندی است که طی آن محصول یا خدمات مطابق با نیاز و تقاضای مشتریان تولید شده وسبب بهبود مزیت رقابتی می شود.

▶ **ایجاد یک محیط نوآورانه:** آن دسته از باورهایی را آن در برمی گیرد که کارآفرینان بتواند دیگران یا تیم خود را به امتحان کردن ایده های نو تشویق کند. برای بروز ایده های نو فراهم کردن شرایطی است که امکان رسیدگی به مشکلات شغلی بدون هیچ مانعی فراهم باشد. از راه های ایجاد محیط نوآورانه می توان به تغییر عناصر فیزیکی-محیط کار و نورپردازی-طراحی دکوراسیون و... تا بتواند با تمرکز بیشتر به خلق ایده های نو پردازد.

▶ **ایجاد روابط سرمایه گذار:** شامل باور شخصی فرد به توانایی خود در تامین منابع مالی جهت سرمایه گذاری است. اصلی ترین منابع مالی مربوط به سرمایه از طریق برقراری ارتباط با سرمایه گذاران مناسب حاصل می شود. در دنیای کسب و کار مدرن امروز نحوه تعامل در آغاز محدود به کارمندان داخلی هر شرکت بوده اما در چند دهه اخیر توسعه شبکه های سرمایه گذاری سبب افزایش ارتباط با سرمایه گذاران شده است.

▶ **شناسایی هدف:** شامل باور فرد به توانایی خود در نشان دادن هدف اصلی سازمان با چشم انداز و دیدگاهی روشن به سایر اعضا تیم می باشد. شناسایی هدف اصلی در کار آفرینی از اهمیت بالایی برخوردار است. چون فروش و سود یک کسب و کار وابسته به این مورد است. شناختن اهداف و آرایه ایده هایی در جهت رسیدن به آن هدف بسیار ضروری است.

مقابله با چالش های غیر منتظره: باور فرد کارآفرین به توانایی های خود جهت مقابله با ابهام و عدم اطمینان از شروع یک کار جدید است. مدیریت کردن این اعضا با توجه به اینکه هرکس نظرات منحصر به خود و متفاوت با دیگری را دارد و می تواند بر روی پروژه و محیط کار تاثیر داشته باشد دشوار است و سبب اضطراب در فرد می شود. از موثر ترین راه حل ها برای مقابله با این چالش ها ایجاد یک محیط کاری مثبت و نوآورانه می باشد.

توسعه منابع انسانی: توانایی خود در جذب و حفظ افراد مهم و با استعداد برای تکمیل گروه سرمایه گذاری می باشد. برگرفته از مدیریت منابع انسانی است و برای کارآفرینانی که می خواهند محیط کاری پویا و قابل رشد ایجاد نمایند ضروری است.

فرهنگ و کارآفرینی

فرهنگ یک جامعه می تواند موجب تقویت بنیان های کارآفرینانه را فراهم سازد و بستری مناسب برای رشد و توسعه کارآفرینی بویژه در سازمان ها به وجود آورد. کارآفرینی از طریق تحرک بخشیدن به جامعه و ایجاد زمینه های توسعه همه جانبه باعث ارتقای ارزش های اجتماعی شده و با تولید ثروت امکان سرمایه گذاری بیشتر در همه ابعاد وجود دارد. برای نفوذ فرهنگ کارآفرینی در عمق جامعه باید تمام خرده فرهنگ های مرتبط در جامعه شکل بگیرد. همانقدر که فرهنگ جامعه بر فرآیندهای کارآفرینی تاثیر دارد به طور متقابل کارآفرینی هم دارای نقش در فرهنگ جامعه می باشد و یکی از عوامل اصلی فرهنگ سازی محسوب می شود. مثلا اختراع لامپ دارای تاثیرات بنیادی در جامعه است و باعث بوجود آمدن شکل های تمدنی جدید شده است.

نظریه فرهنگ کارآفرینی ماکس وبر: جامعه شناس بزرگ آلمانی در تشریح چگونگی شکل گیری تمدن نوین

صنعتی و سرمایه داری در غرب می گوید که این به معنی همان کارآفرینی در زبان امروزی است. وبر توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل: خطر پذیری برای تغییر سرنوشت-تشویق به کار برای سعادت-برنامه ریزی برای آینده-صرفه جویی میداند.

نظریه فرهنگ کارآفرینی مک کلند: روانشناس اجتماعی معاصر نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در

مباحث اجتماعی مطرح کرد. او معتقد بود جوامعی که دارای نیاز به موفقیت پایین هستند سرمایه گذاری و خطر پذیری در آن ها پایین است و توسعه نیافته هستند. برعکس جوامعی که نیاز به موفقیت بالاست نرخ ریسک پذیری نیز در آن ها بالاست. در این جوامع افرادی پیدا می شوند که کسب و کار جدیدی راه اندازی می کنند. شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می کنند و ظرفیت تولیدی و بهره وری را ارتقا می دهند. مک کلند چنین افرادی را کارآفرین می نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه پذیری- شیوه های تربیتی والدین- طبقه اجتماعی والدین-ایدئولوژی حاکم-مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می داند. مک کلند به فرهنگ کارآفرینی توجه خاص دارد و مناسب ترین نوع جامعه پذیری را که موجب کارآفرینی می شود تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد می داند.

خلاقیت:

خلاقیت به معنی توانایی در خلق کردن است. هرکسی می تواند در هر زمینه ای خلاق باشد. خلاقیت یعنی استفاده از قدرت ذهن برای تصور کردن ایده های جدید-برنامه های تولید-آزمایش های فکر- سلیقه احساسات و هنر است. می تواند یک شکل بیان یا راه حل مشکلات باشد. خلاقیت در تمامی زمینه ها همچنین بازاریابی وجود دارد. ایده های خلاقانه باید جدید و مناسب محیط باشد. مناسب بودن این ایده بسیار مهم است و نیاز به کیفیت و اصالت دارد. برای اینکه بتوان خلاقیت را در نیروی کار ایجاد کرد به ایده هایی که شرایط را خلاقانه کند نیاز است.

تعاریف خلاقیت از دیدگاه روانشناسی و سازمانی

تعریف خلاقیت از دیدگاه روانشناسی

خلاقیت ارتباط مستقیمی با قوه ی تخیل یا توانایی تصویر سازی ذهنی دارد. این توانایی عبارت است از: فرآیند تشکیل تصویرهایی از پدیده های ادراک شده در ذهن و خلاقیت عبارتند از: فرآیند یافتن راه های جدید برای انجام دادن بهتر کارهای خلاقانه یعنی ارائه فکرها و طرح های نوین برای تولید و خدمات جدید و استمرار آن پس از غیبت آن پدیده ها.

تعریف خلاقیت از دیدگاه سازمانی: یعنی ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقا کمیت فعالیت های سازمان مثلا افزایش بهره وری -افزایش تولیدات و خدمات و...
خلاقیت عنصری است که توانایی سازمان ها برای حفظ مزیت رقابتی خود و جلوگیری از رقبا را افزایش می دهد.

محصول یک فعالیت خلاقانه ازوما یک شی ملموس نیست و می تواند یک ایده یک تصویر نظریه انتزاعی یا چیزی به عنوان یک خدمت باشد.

روبرت جی استنبرگ و لیندامی اوهارا در بررسی های خود شش عامل را در خلاقیت فرد موثر دانسته اند که شامل: دانش- توانایی عقلانی-سبک فکری-انگیزش-شخصیت-محیط

خلاقیت چیزی جز خلق چیزی جدید و منحصر بع فرد نیست. خلاقیت نقش مهمی در همه ی سطوح دارد. خلاقیت در حال دستیابی به راه حل های نوآورانه- ایده های جدید- بارش های مغزی - بحث - ارتباط سالم در میان کارکنان است. خلاقیت عمل تبدیل ایده های جدید و تخیلی به واقعیت است که بوسیله توانایی درک جهان به شیوه های جدید مشخص می شود. خلاقیت یک نیروی ترکیبی فوق العاده جدید از توانایی فرد برای دسترسی به منابع داخلی دانش و بینش- اطلاعات گرايشات و تمامی مواردی است که ذهن را پر می کند.

عناصر سازنده و مفاهیم کلیدی خلاقیت:

منظور عناصری است که بنیان و اسکلت خلاقیت را می سازد. خلاقیت را باید یک ترکیب ذهنی از عناصر و اجزای دانست که تشکیل دهنده خلاقیت هستند. بین آن ها تعامل و ارتباط برقرار است.

مؤلفه های خلاقیت به سه دسته تقسیم می شوند: انگیزشی- عاطفی- شخصیتی

مؤلفه های شناختی عبارتند از: هوش- انعطاف پذیری- ابتکار- بسط- ترکیب و تحلیل

مؤلفه های انگیزشی خلاقیت: شامل انگیزه و عاطفه می باشد

مؤلفه های شخصیتی: اعتماد به نفس- اراده ی مستقل- پذیرش خطر- پذیرش تجربه- استقبال از ابهام و کلنجار رفتن را تشکیل می دهد.