

تأثیر مهارت های مدیریتی در توسعه کارآفرینی

ابراهیم آفتابی^۱، جهانگیر قلی پور^۲

^۱ کارشناس امور اداری دانشگاه تبریز

^۲ دکترای مدیریت اطلاعات و اسناد دانشگاه تبریز

نویسنده مسئول:

ابراهیم آفتابی

مجله علمی پژوهش در علوم انسانی و تحقیقات میان رشته ای (سال هفتم)
شماره ۲۴ / تابستان ۱۴۰۰ / ص ۶۵-۷۱

چکیده

مهارت های مدیریتی می تواند فعالیت های کارآفرینی متنوعی پدید آورد. از این رو بهبود کارآفرینی و توسعه آن بر مبنای مدیریت امری ضروری و غیرقابل انکار است. توجه به این نکته که تأثیرگذاری هر یک از ابعاد مدیریت بر ابعاد گوناگون کارآفرینی چگونه است، ضروری می باشد و تعیین روابط این ابعاد در توسعه کارآفرینی موثر است. از این جهت توسعه کارآفرینی معمولاً بر پایه مدیریت صورت می گیرد. کارآفرینی به عنوان عامل تحریک و تقویت رقابت، نوآوری و تمایل به تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا می باشد، به همین منظور اشاعه و ترویج مفهوم کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای آن برای تمامی سازمانها و تشکیلات یکی از منابع حقیقی رقابت پذیری در دنیای امروز می باشد. بدون شک یکی از مهمترین بستر برای توسعه کارآفرینی کسب و به کارگیری مهارت های مدیریتی می باشد.

کلید واژه ها: مهارت های مدیریتی، کارآفرینی، توسعه و خلاقیت

مقدمه

امروزه کارآفرینی و توسعه آن مهمترین وجه از اقتصاد های پویا، کارآمد و پیشرو در جوامع به شمار می آید. کارآفرینی را به عنوان یک ارزش اجتماعی در راستای بالندگی و توسعه همه جانبه مطرح می کنند. واژه کارآفرینی^۱ از ریشه فرانسوی گرفته شده است که مفهوم آن فرایند خلق چیزی جدید و با ارزش است از طریق راه اندازی یک کسب و کار با اختصاص زمان و تلاش مورد نیاز و پذیرش مخاطرات به منظور رسیدن به رضایت شخصی، پاداش های مالی و ارضای نیاز استقلال طلبی را در بر می گیرد. در مجموع، بهترین تعریفی که می توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارتست از: فرایند نوآوری و بهره گیری از فرصت ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می پذیرد.

کارآفرین کسی است که تعهد می کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توام با ریسک است را بپذیرد همچنین کارآفرین ایده های را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می کند. در فضای کسب و کار، فرصت و ابتکار، فکر نوینی است که قابلیت تجاری شدن دارد (نویدفر، ۱۳۸۴). آگاهی از محیط بازار و نیازهای مشتری به همراه نگرش کارآفرینانه، کارآفرین را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می دهد. برای اینکه مدیران در انجام وظایف مدیریت و ایفای نقش های مدیریتی موفق باشند باید دارای برخی مهارت های مدیریتی باشند. مهارت های مورد نیاز مدیران را می توان به صورت فنی، انسانی و ادراکی طبقه بندی کرد. مهارت فنی یعنی دانایی و توانایی در انجام دادن وظایف خاص که لازمه آن ورزیدگی در کاربرد فنون و ابزار ویژه و شایستگی عملی در رفتار و فعالیت است. مهارت های فنی از طریق تحصیل، کارورزی و تجربه حاصل می شوند. مهارت انسانی یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار به وسیله دیگران، فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه، درک انگیزه های افراد و تأثیرگذاری بر رفتار آنان. مهارت های انسانی تقریباً لازمه انجام دادن همه وظایف در همه سطوح مدیریت است زیرا که مدیران صرف نظر از نوع وظایف یا سطح مسئولیت و مقام با افراد انسان سر و کار داشته برای جلب همکاری و اثرگذاری بر رفتار آنها باید از مهارت های انسانی برخوردار باشند (clark, 2007). از این رو، امروزه، در مدیریت، تأکید بر مهارت های انسانی اولویت ویژه ای پیدا کرده است. مهارت انسانی در نقطه مقابل مهارت فنی است. مهارت ادراکی یعنی توانایی درک پیچیدگی های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد (سیستم) به عبارت دیگر، توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته بوده تغییر در هر یک از بخش ها، الزاماً بخش های دیگر را تحت تأثیر قرار می دهد.

سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. کارآفرینی بعنوان سنبیل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و مدیران کارآفرینی پیشگامان موفقیت های تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره گیری از فرصت ها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، بعنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند (wickham, 2012).

مهارت های مدیریتی

مهارت به توانایی های قابل پرورش شخص که در عملکرد و بقای وظائف منعکس می شود اطلاق می شود بنابراین منظور از مهارت توانایی به کار بردن مؤثر دانش و تجربه شخصی است (kreiser, 2010). ضابطه اصلی مهارت داشتن، اقدام و عمل مؤثر در شرایط متغیر است. همه مشاغل مدیریت مستلزم کاربرد مهارت ها است. می توان گفت که مدیریت عبارت است از علم و هنر کار کردن با دیگران بمنظور استفاده مناسب از منابع مادی و انسانی در جهت نیل به هدف یا هدف های سازمان و تشکیلات با حداکثر نتایج و حداقل مساعی با استفاده از وسایل و تکنیک های پیشرفته و مناسب برنامه ریزی، سازماندهی، رهبری، و کنترل، در چهارچوب محیط فرهنگی و خلق و خوی اجتماعی سازمان و جامعه.

تعاملات کارآفرینی و مدیریت می تواند در توسعه کارآفرینی و همچنین گسترش مدیریت بسیار مؤثر باشد. برخی از اهداف و فعالیت های مدیریت، زیرساختی برای کارآفرینی است. با توجه به اینکه اکثر کارآفرینان از پشتیبانی واحدهای مطالعاتی و تحقیقاتی بی بهره اند، وجود مدیریت می تواند این خلأ را پر کرده و به عنوان ساختاری برای پشتیبانی تصمیمات مورد استفاده قرار گیرد. از طرف دیگر مهارت و ابتکار مدیریت می تواند فعالیت های کارآفرینی های متنوعی پدید آورد. از این رو بهبود کارآفرینی و توسعه آن بر مبنای مهارت های

مدیریت امری ضروری و غیرقابل انکار است (finger, 2017). توجه به این نکته که تاثیرگذاری هر یک از ابعاد مدیریت بر ابعاد گوناگون کارآفرینی چگونه است، ضروری می باشد و تعیین روابط این ابعاد در توسعه کارآفرینی موثر است. معمولاً در زمینه کارآفرینی از دو رهیافت عمده استفاده می شود که عبارتند از:

- رهیافت محتوایی یا صفات مشخصه (خصیصه)
- رهیافت فرایندی یا رفتاری
- رهیافت محتوایی

هدف از به کار گیری رهیافت محتوایی، متمایز ساختن کارآفرینان از غیر کارآفرینان و تعیین ویژگی های آنان است. بر این اساس ویژگی های شخصیتی کارآفرین عبارتند از: نیاز به توفیق طلبی، تمایل به قبول مخاطره، برخورداری از مرکز کنترل درونی، داشتن روحیه خلاق و تحمل ابهام. هدف از به کارگیری این رهیافت، تمرکز بر شناسایی فعالیت های کارآفرینان و بیان ماهیت کارآفرینی است. در قلمرو مطالعه این رهیافت، بررسی همه عوامل اثر گذار در تاسیس یک شرکت جدید، مانند محیط، فرد، فرایند و سازمان مد نظر قرار می گیرد. برای مثال مواردی نظیر دسترسی به سرمایه، حضور کارآفرینان مجرب، وجود نیروی کار ماهر (از نظر فنی)، میزان دسترسی به عرضه کنندگان، مشتریان یا بازارهای جدید بررسی می شوند. افراد نیز از نظر دارا بودن خصوصیات کارآفرینی مورد بررسی قرار می گیرند. مهارت مدیران که در تشخیص فرصت ها و موقعیت ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت ها دارند، پیشگامان تحقیق تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می شوند. آنها تصدیق می کنند که موفقیت و بقا در چشم انداز های برخاسته از فردا، نیازمند چالاکی، قوه ابتکار و خلاقیت است. کارآفرینان نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. علاوه بر این کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تحدید حیات و استمرار توسعه کشور های صنعتی مورد توجه و مطالعه بوده اند. امروزه کارآفرینی به شدت به بسترهای فناوری اطلاعات وابسته است و از آن بهره زیادی می گیرد. شاید اغراق نباشد اگر کارآفرینی مدرن بدون فناوری اطلاعات را امری غیرممکن بدانیم. از سوی دیگر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات خود مرهون کارآفرینی است. فعالیت های کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده ها و تولد فناوری ها می شوند. کارآفرینی موتور توسعه فناوری و خلق فناوری های جدید است.

کارآفرینی

کارآفرینی فرآیندی است که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان به وجود آورد، ابزار اصلی کارآفرینان چیزی نیست جز اراده، آگاهی و مهارت، کارآفرینان موفق خواهان تغییر در موقعیت اقتصادی و اجتماعی خود هستند. گسترش فرهنگ کارآفرینی و توسعه کسب و کار مستلزم توسعه دانش کارآفرینی است که به عنوان محرک اساسی در عرصه اقتصاد و جامعه در مقیاس مختلف عمل نموده و با این پیش فرض در بیشتر کشورهای رو به رشد شرایط اقتصادی و اجتماعی به گونه ای است که برای برون رفت از این شرایط دشوار ضرورت ایجاد فرصت های شغلی را دو چندان می نماید. دامنه تاثیرات مدیریت در توسعه کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است. از تغییر در ارزش های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی. محققین تغییرات مختلفی را که کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می کند، بررسی کرده که برخی از این تاثیرات عبارتند از:

- اشتغال زایی
- انتقال تکنولوژی
- تشویق و ترغیب سرمایه گذاری
- شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید
- افزایش رفاه
- ساماندهی و استفاده اثربخش از منابع

کارآفرینی، مفهومی است که همواره با بشر بوده و به عنوان یک پدیده نوین نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است، به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه، دارای نقش کلیدی است، از اینرو تضمین حیات و بقا کشورها کارآفرینی میباشد (هیسریچ، ۱۳۹۵).

پیامدهای مثبتی که توسعه کارآفرینی در اقتصاد کشور ایجاد می کند، غیرقابل انکار است. سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. کارآفرینی بعنوان سنبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان

پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، بعنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می‌شود.

مدیریت کارآفرینی

بیشتر افراد تصور می‌کنند که خلاقیت ، یک ویژگی ارثی و ذاتی است، که تنها برخی افراد خوشبخت با آن متولد می‌شوند. امروزه ثابت شده است که این توانایی در نوع بشر عمومیت دارد و همه در هنگام تولد به درجه های گوناگون دارای این استعداد ها هستند. خلاقیت را به صورت های مختلف و متعددی تعریف می‌کنند. اما در همه این تعاریف دو مفهوم تازگی و نو بودن به همراه ارزشمندی و مناسب بودن مشترک می‌باشد. در تعریف دیگری خلاقیت را فرایند حساس شدن به مشکلات و سختی ها و خلاهای دانش ، اجزای مفقوده، ناهماهنگی ها و نظایر آنها می‌باشد. مدیریت خلاقیت و نوآوری در واقع به عنوان مدیریت سه جانبه تصمیم گیری، اجرا و اشاعه در نظر گرفته می‌شود. تصمیم گیری های راجع به فناوری و نوآوری بسیار راهبردی هستند و باید با روشی کاملاً سیستماتیک با آنان روبرو گردید.

مدیریت کارآفرینی یک حوزه علمی دانشگاهی است که هدف آن آموزش اصول و مبانی کارآفرینی به دانشجویان است. همچنین در معنای عام به هنر و مهارتی اشاره دارد که صاحبان کسب و کار برای شکار فرصت‌های محیطی در پرتو تفکر خلاق از آن استفاده می‌کنند (prabhu, 2012). مدیریت کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا ، ایده ها ، محصولات ، و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند.

ویژگیهای مهم مدیران در توسعه کارآفرینی عبارتند از:

- آینده‌نگر بودن و داشتن چشم‌انداز،
- مصمم بودن و عزم راسخ داشتن،
- تمرکز قوی بر کار و نه چیز دیگر، داشتن انگیزه قوی در کار،
- وقف و از خودگذشتگی در راستای کار و تحقق هدف،
- کار را مانند بازی و تفریح دانستن،
- داشتن کنترل و قدرت درونی لازم به منظور تعیین جهت و مسیر کاری خویش،
- استقلال فکری در کار، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و تحمل ابهام.

دراکر^۲ کارآفرینی را منظری برای تغییر می‌داند که همیشه در جستجوی تغییر است، نسبت به آن از خود واکنش نشان می‌دهد و آن را یک فرصت و شانس میداند. اول اینکه او در درجه اول مدیریت کارآفرینی را پاسخی به نوآوری، و تمایل به تغییر را یک فرصت می‌داند، نه یک تهدید، و برای ایجاد یک فضای کارآفرینانه، سیاست ها و روش هایی را پیشنهاد می‌کند. دوم اینکه معتقد است معیارهای سیستماتیک برای ارزیابی عملکرد یک شرکت به عنوان یک کارآفرین یا نوآور حیاتی می‌باشد و هدف از آن، توسعه عملکرد است و سوم آنکه ساختار سازمانی را مناسب ترین فضا برای ایجاد فضای کارآفرینی می‌داند. دراگر بیان میکند که کارآفرینی یک ویژگی ذاتی و غیر اکتسابی نیست، بلکه رفتاری است که می‌تواند یاد گرفته شود.

مدیران کارآفرین که متولیان بحق توسعه هستند منتظر تغییرات محیط نمی‌شینند، بلکه خود تغییر و دگرگونی ایجاد می‌کنند، انجماد رفتار های موجود را می‌شکنند، نگرش ها را تغییر می‌دهند و با اندیشه خود تغییرات را در افراد تثبیت می‌کنند. هدف آن ها ایجاد تحول و نوآوری در راستای منافع و اهداف سازمان است (میری، ۱۳۸۷). مدیر کارآفرین نایابی و گرانی را با ابتکارات در فناوری تولید، جایگزینی مواد اولیه و سایر اقدامات بی اثر یا کم اثر ساخته و حتی از آن برای پیشبرد اهداف استفاده می‌کند. مدیر کارآفرین تسلیم محیط نیست، با پیش فعالی زمام امور را در دست می‌گیرد و سوار بر موج تغییرات محیط، به مقاصدش دست می‌یابد. توسعه کارآفرینی یکی از شاخص های مهم برای پیشرفت سازمانهاست. شاخص های زیادی روی کارآفرینی تاثیر دارند که شناخت و ارزیابی آنها می‌تواند راه را برای کارآفرین و کارآفرینی هموارتر سازد. از سویی شیوه مدیریت نیز بر کارآفرینی و ایجاد شرایط لازم برای کارآفرینی اثرگذار هستند. لذا با شناخت و مطالعه کارآفرینی و همچنین می‌توان با بهترین سبک مدیریت و بررسی آن، کارآفرینی را توسعه داد. بطور کلی در رابطه با مدیریت و کارآفرینی دو راهبرد اساسی مطرح می‌باشد که نخستین راهبرد، استفاده بهینه از فناوری های موجود جهت به کارگیری و کاربرد بهتر دانایی است. و راهبرد دوم، که گاهی نوآوری و ابتکار نامیده می‌شود، زمانی است که افراد، از ارزشها و معیارهای

سازمان شناخت کافی داشته و قادرند ایده های خلاقانه خود را در جهت تولید محصول و خدماتی نو و ارزشمند بکار بگیرند. با توجه به توسعه روزافزون سازمان ها و فناوری ، نیازمندی های جدید به اطلاعات و فهم دانش سازمانی نیز گسترش می یابد.

نتیجه گیری

مفهوم مدیریت در کارآفرینی تعیین کننده ابزاری برای انجام و پیشرفت های کاری است که شامل اجزای کار، توزیع محصولات و خدمات است. و کلید موفقیت آن این است که توانایی اجرای فعالانه برای توسعه مستمر را دربر داشته باشد. با وجود این، مدیریت برای پیشرفت مداوم همه فرایندهای کاری مهم کسب و کار و تجارت یک ابزار استراتژیک است. و باید در سطوح بسیار بالایی در نظام سازمانی به اجرا درآید. برخی از اهداف و فعالیت های مدیریت ، زیرساختی برای کارآفرینی است ، کارآفرینی یکی از مؤلفه های موثر در پیشرفت اقتصادی بوده و مدیریت زیرساختی ضروری برای بسیاری از فعالیتهای است. تقویت تعاملات کارآفرینی و مدیریت می تواند در ارتقاء کارآفرینی و همچنین گسترش مدیریت بسیار موثر باشد.

نتیجه کارآفرینی علاوه بر نوآوری در محصولات جدید، حل نیازهای اجتماعی، ایجاد اشتغال برای دیگران، افزایش سودآوری شرکتها و افراد و توسعه تکنولوژی است. کارآفرینی باعث رفع نیازها به کمک تکنولوژی های جدید می گردد. بسیاری از محصولات تکنولوژی های جدید خصوصاً در حوزه فناوری نوین، در اثر فعالیت های کارآفرینانه بوجود آمده اند. اکثر شرکت های فعال در حوزه تکنولوژی مخصوصاً شرکت های مبتنی بر خلاقیت و نوآوری که فناوری های جدید را خلق می کنند و اصطلاحاً درلبه فناوری فعالند، شرکتهایی کارآفرین هستند.

مدیران کارآفرین از ویژگی های شخصیتی خاصی برخوردارند. از جمله: مخاطره پذیری، نوآوری و خلاقیت، مسؤولیت پذیری و اعتماد به نفس، توانایی ارتباطات قوی، واقعگرایی، هدفگرایی، تهاجمی بودن، تحمل ابهام و عدم قطعیت، خوشبینی و تعهد و اعتقاد به مرکز کنترل درونی بخشی از ویژگی های این افراد است. هر مدیری تعدادی از این ویژگی ها را داشته باشد و با شخصیت منحصر به فردی به کارآفرینی بپردازد. شخصیت مدیران از ملزومات مدیران کارآفرینی است توسعه کار آفرینی نیازمند تربیت افراد کار آفرین می باشد.

منابع و مآخذ

- احمدپور، محمود (۱۳۹۵). تئوریهای کارآفرینی. نشر دانشکده مجازی کارآفرینی دانشگاه تهران
- سعیدی مهرآباد، محمد. مهتدی، محمدعلی.(۱۳۸۷) تاثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزشهای کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، ش ۲، ص .
- هیسریچ، روبرت؛ پی پیترز، مایکل(۱۳۹۵). کارآفرینی، ترجمه سید علیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف، جلد اول
- نویدفر، محمدحجت (۱۳۸۴). کارآفرینی اجتماعی، مقالات منتخب سمینار کارآفرینی تطبیقی
- میری، علی (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی. مجله توسعه کارآفرینی، سال اول. شماره اول
- Clark, R. (2007). Entrepreneur Advantages and Disadvantages.
- Finger, M. , Brand, B. , (2017), Silvia The Concept of the Learning Organization Applied to the Translation of the Public.PP. 33-68.
- Kreiser, P. M; Davis, J. (2010), “Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Unique Impact of Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking”, Journal of Small Business and Entrepreneurship, Vol. 23, No. 1, pp: 39–51
- Prabhu, G. N. (2016).Social entrepreneurial leadership. [Extensional]. Career Development International, 4(3), 140
- Wickham, P. A. (2012). Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management (2 ed).