

عوامل فردی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه

علی عبدی جمایران^۱، الهه حسینی^۲، عاطفه مقدم^۳، محمد امین قاسملو^۴

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی و مدرس دانشگاه، a.abdi6769@ut.ac.ir

۲- کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران، elahee.hosseini@gmail.com

۳- کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران، moghaddam.atefe@gmail.com

۴- مهندسی برق کنترل ابزار دقیق دانشگاه انقلاب، amin.ghasr@gmail.com

چکیده

شناسایی فرصت می‌تواند به‌مثابه یک فرآیند باشد همچنین کشف فرصت‌ها در سطح گروهی انجام نمی‌شود. چیزی که مطالعه‌ی کارآفرینی را از دیگر مباحث اقتصادی و یا مدیریتی متفاوت می‌سازد، بررسی نقش فرد در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی است. عوامل فردی مؤثر بر شناسایی فرصت را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود که دسته اول عوامل تحت کنترل که شامل شبکه اجتماعی، تجربه، انگیزش، دانش و غیره و دسته دوم عوامل غیرقابل کنترل که شامل شخصیت، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و غیره می‌باشد. در این مقاله که به روش توصیفی تجمیع شده است سعی بر بسط مفاهیم مطرح شده است تا نگاهی متفاوت به موضوع داشته باشیم.

کلمات کلیدی: فرصت، فرایند، تشخیص فرصت، عوامل کنترلی

مقدمه

اکثر محققان حوزه کارآفرینی تایید می‌کنند که بین کارکنان یک سازمان، تفاوت‌های فردی در نحوه تشخیص فرصت از سوی آن‌ها وجود دارد. بر اساس نظریه‌های مرتبط با تشخیص فرصت، این تفاوت‌ها حاصل جنبه‌های مختلف شناختی و روان‌شناختی در فعالیت‌های فردی افراد طی فرآیند کارآفرینانه آنان است (Baron, 2006). همین تفاوت‌هاست که باعث می‌شود تنها برخی افراد قادر به کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های بکر کارآفرینانه باشند. به اعتقاد آلوارز و بوسنیتز (2011)، مهم‌ترین این تفاوت‌ها در نحوه تفسیر تحولات و تغییرات محیطی است که به شکلی متفاوت از سوی کارآفرینان در مقایسه با سایر کارگزاران اقتصادی اعمال می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، در حالت کلی بعضی کارآفرینان فرصت‌های بیشتری را شناسایی می‌کنند و این فرصت‌ها برای آن‌ها منافع برتری ایجاد می‌کند که دیگران موفق به انجام چنین کاری نمی‌شوند. وجود ناهمگونی در میان کارآفرینان در چگونگی شناسایی فرصت، تناوب شناسایی فرصت، ماهیت و کیفیت فرصت‌های شناسایی شده می‌تواند علت این موضوع باشد (Ucbasaran et al, 2009).

تشخیص فرصت‌های کارآفرینی پدیده‌ای با ابعاد متعدد است که در سال‌های اخیر عوامل مؤثر بر آن مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. اینکه چرا، چه وقت و چگونه افرادی فرصت‌ها را کشف و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند به نظر می‌رسد که تابعی از متغیرهای فردی و محیطی باشد. شومپتر (1934) بر این باور است، زمانی که فرد مبتکرانه محیط را تحت تاثیر قرار می‌دهد واسطه‌ی پدیده‌ی کارآفرینی است. ولی از سوی دیگر کرزنر (1973) معتقد است که در میان عدم تقارن و ناهماهنگی در محیط (بازار)، این هوشیاری فردی است که نقش یک مؤلفه تصمیم‌گیرنده را ایفا می‌کند.

^۱. Alvarez & Busenitz

^۲. Schumpeter

^۳. Kirzner