

مروری بر روانشناسی کارآفرینی و بررسی نقش آن در کسب و کار

حسین عزیزی نژاد^۱

^۱ دکتری مدیریت و مدرس دانشگاه

چکیده

امروزه در هزاره سوم میلادی، فرآیند تغییر و تحول مستمر و پر شتاب از عمده ترین جریان های حاکم بر حیات بشری و از مهم ترین مشخصات بارز آن به شمار می رود و فرآیند کارآفرینی و خلاقیت که اساس و بستر ساز تغییر و تحول و دگرگونی است. نیاز به موفقیت یک عامل بالقوه در کارآفرینی است که می تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی شود. نیاز به موفقیت گونه ای ویژه از انگیزه به شمار می آید که شامل یک احساس درونی و قوی نسبت به موفقیت است. این نیاز بر مبنای انتظار انجام کارهای بهتر و سریع تر از دیگران یا انجام بهتر این کارها نسبت به گذشته است. شواهد متعددی، وجود ارتباط بین سطح انگیزه موفقیت و قابلیت پیشرفت یک جامعه را نشان می دهند. این شواهد به این موضوع اشاره دارند که انگیزه موفقیت می تواند پیشرفت اقتصادی و تکنولوژیکی را تغذیه کند و موجب گسترش آن شود. بطور کلی، طی سالهای متمادی، دانشمندان علوم رفتاری دریافته اند که تعدادی از انسانها نیاز شدیدی به موفقیت دارند و برخی دیگر، که شاید اکثریت را تشکیل می دهند، به نظر می رسد آن قدرها هم نیاز به موفقیت را در خود احساس نمی کنند. از این رو در تحقیق حاضر، به لحاظ اهمیت موضوع به بررسی روانشناسی کارآفرینی و بررسی نقش آن در کسب و کار پرداخته شده است.

واژه های کلیدی: روانشناسی، کارآفرینی، کسب و کار، خودباوری، اشتغال.