

به نام خدا

جلسه اول ۹۳/۱۲/۵

در این درس سه موضوع اصلی را پوشش می دهیم : ۱- کارآفرینی در تعریف و تاریخ ۲- رویکردهای تئوریکی به کارآفرینی ۳- رویکرد های مضمونی به کارآفرینی

در این درس تعریف کارآفرین را با ریسک پذیر برابر می دانیم

مقدمه

مفهوم کارآفرینی اولین بار توسط ریچارد کاتیلون در سال ۱۷۵۵ مطرح شد. مهمترین دیدگاه او این بود که افرادی در جامعه وجود دارند که ماجراجو هستند دنبال آمال و ارزوهای خود هستند. و خصوصیتی دارند که با افراد متعارف متفاوتند. معمولا در چارچوب نظم موجود عمل نمی کنند . باهوشند. افرادی ریسک پذیرند ، کنجکاو هستند و به دنبال فرصت های مخلف اند. در نزد کاتیلون این افراد کار آفرین افرادی قلمداد می شوند که ریسک پذیرند. ریسک پذیری خصوصیتی است که افراد می توانند داشته باشند و می توانند نداشته باشند. و فرصت ها را می شناسند. ریسک پذیر کسی است که با هیچ مبنا و پشتوانه مالی سراغ خطرات می رود. با کوچکترین سرمایه به دنبال بزرگترین پروژه ها می رود.

شکار فرصت ها و کسب سود در شرایط نااطمینان بازار . همه کار آفرینان خطر پذیرند. همه کارآفرینان حتما نوآورند. شاخص هایی است که از دل تئوری ها استخراج و به ویژگی های کارآفرینان می رسیم. کارآفرینی تلاش نوآورانه است.

از نظر والراس و مارشال کارآفرینی همان سرمایه داری است ، که بر اساس نظام آزاد و قیمت ها که براساس بازار عمل می کند . کار آفرینان گویی سرمایه دار هستند.

فرانک نایت بین ریسک و نااطمینانی تفاوت قائل شد . ریسک اصولا قابل محاسبه است . آینده نامطمئن قابل اندازه گیری نیست. ریسک خطر نیست ، احتمال وقوع یک خطر است. ریسک مواجه فرد با آینده نامطمئن است. آینده نامطمئن یعنی از آن چیزی نمی دانیم. و غیر قابل محاسبه و غیر قابل کنترل است.

ریسک قابلیت کنترل دارد چون قابل محاسبه و اندازه گیری است. ریسک قابل بیمه شدن است. ولی آینده نامطمئن نه .

اصولا کار آفرینان پیشفرضان این هستند که ریسک می کنند و دنبال بازدهی هستند. لذا به راحتی این بازدهی بالا را با آن ریسک بالا مقایسه نمایند در شرایط نامطمئن.

شومپیتر می گوید کار آفرین همه ساختارها را بر هم می زند تا ساختارهای جدید را ایجاد نماید و دارای تخریب خلاق است.

همه کار آفرینان مدام ساختارهای موجود را و تعادل جامعه را بر هم می زنند تا تعادل مستمر را ایجاد کنند. پارادایم نئوکلاسیک جایگاهی برای کارآفرینی به رسمیت نمی شناسند. واصولا یک پارادایم اقتصادی است و اعتقاد دارد که اقتصاد زمانی به درستی کار می کند که همه چیز مبتنی بر بازار باشد.

جلسه دوم ۹۳/۱۲/۱۳

منظور از پارادایم نئوکلاسیک نگرشی است که مبتنی بر نظام بازار آزاد است. در نظام بازار آزاد مهمترین اصل موجود سیستم قیمت هاست.

اصولا بازار به مکان بالقوه ای گفته می شود که کالا و خدمات به قیمت معینی مبادله می شود. بازار محل عرضه و تقاضاست . مبادله براساس قیمت و قیمت به ازای مقداری کالا و خدمت پرداخت می شود. پس اساسا بازار مکان مبادله کالاها و خدمات است. در سطح قیمت معین . نظام بازار یعنی نظام مبادله . بازار محل مبادله کالا و خدمت در ازای مبلغی معین است.

قیمت یک علامت است در چارچوب نظام نئوکلاسیک . اگر اقتصاد در حالت رقابت باشد اصل رقابت باعث می شود کالا با کیفیت عرضه شود. قیمت رقابتی قیمتی است که خصوصیات کالاها در آن نهفته است . اگر قیمت رقابتی باشد قیمت پائین یک معنا می دهد و قیمت بالا یک معنا . در بازار کیفیت شرط نیست رقابت شرط است. سهم همگان از بازار یکسان است.

پارادایم نئوکلاسیک از زمان لئون والراس و مارشال شروع و تا حال ادامه دارد. و معتقد است سیستم رقابتی شرایط کسب و کار را تعیین می کند. قیمت ها مقادیر عرضه کالا و خدمت را تعیین می کند. نکته مهم این است که در یک سیستم نظام بازار حاکم باشد .

در پارادایم نئوکلاسیک جایی برای فرد کارآفرین نمی شود. نظام بازار مبتنی بر تعادل است. و چون کارآفرین نوآور است و تعادل موجود را بر هم می زند و دارای تخریب خلاق است و نیز در شرایط بازار شرایط نامطمئن تعریف نمی شود. پس کارآفرینی نمی تواند باشد. و کارآفرینی اصولاً انحصار ایجاد می کند تا بازار نوآوری.

نظام سرمایه داری مبتنی بر قیمت هاست . محیط کارآفرینانه نمی تواند غیر رقابتی باشد رقابت کامل را به رقابت ناقص تبدیل کند. در بازار رقابت ناقص کالاها همگن نیستند. هم بازار ناقص و هم رقابتی کامل در مقابل انحصار قرار دارند.

هم انحصار کامل داریم هم انحصار ناقص. در انحصار کامل یک عرضه کننده فقط وجود دارد. یا چند عرضه کننده محدود که انحصار چند جانبه است مثل خودرو سازی در ایران.

وجه تمایز رقابت کامل و ناقص با انحصار این است که در بازار رقابتی بر کنترل قیمت بازار ندارید و قیمت بازار به شما داده می شود. اما در انحصار ، انحصار گر خود قیمت گذار است.

مکتب نهادی: (رویکرد نهادی)

نهاد اصطلاحاً به قواعد بازی در یک جامعه گفته می شود. یعنی مجموع قواعدی است که در یک جامعه رفتارهای اقتصادی افراد را شکل و تعیین می کند.

قواعد دونوع هستند ۱- رسمی ۲- غیر رسمی

قواعد رسمی قوانین نوشته شده که در یک جامعه وجود دارد مثل قوانین مالی، بودجه

قواعد غیر رسمی : قواعد عرفی و آداب و رسوم و ارزش های موجود جامعه است . که لزوماً نوشته شده و مکتوب نیست. دارای طبقه بندی و ساختار نیستند. همه افراد در این چارچوب ها عمل می کنند . این تعاریف توسط فردی به نام داگلاس نورث به عنوان نظریه پرداز و پایه گذار نهاد گرایی ارائه شده است.

عامل هر نوع تغییر در اقتصاد شخص کارآفرین است. یعنی کارآفرین در اقتصاد دست به تغییر می زند. یک کارآفرین می تواند الگوی کسب و کار دیگران را نیز تحت الشعاع قرار دهد. و حتی فضای کسب و کار یک کشور را هم تغییر دهد. ویژگی اصلی

همه نهادها محدود کنندگی است. مثلا نرخ سود سپرده بیش از ۲۲٪ نمی تواند باشد که همین قانون اجازه نمی دهد کارآفرینان وارد بازار کار شوند. و محدودیت ایجاد می کند. یا وضع قانون مالیات مستقیم که مثلا ۲۵٪ مالیات بر سود بدهند.

نهادها اصولا کسب و کارها را محدود می کنند و عوامل محدود کننده هستند. در این مکتب دوتنوع رویکرد وجود دارد: ۱- مکتب نهاد گرایی قدیم ۲- مکتب نهاد گرایی جدید.

در نهاد گرایی قدیم افرادی مثل مثل تورستین وبلن ووسلی میچل قرار دارند که به قوانین غیر رسمی اعتقاد دارند و قواعد رسمی را تأیید می کنند. (در ابتدای قرن ۲۰)

اما نهاد گرایی جدید که سردمداران آن داگلاس نورث والیور ویلیامسون هستند به نقش قواعد جدید در اقتصاد می پردازند. (در دهه اول ۱۹۹۰ مطرح شد)

جلسه سوم ۹۳/۱۲/۲۰

مکتب اتریش

به مکتبی گفته می شود که اصولا یک اقتصاددان اتریشی به نام کارل منگر ارائه وبعدها توسط شاگردش به نام فون میزس توسعه داده شد. در واقع کارل منگر معتقد بود که اصولا هر علمی از علوم اجتماعی ورفتاری که مطالعه می کنیم مبتنی بر این است که بدانیم در ذهن کنشگران چه می گذرد. اصولا هر رفتاری مبتنی بر ذهن است به همین دلیل بر اساس مدل ذهن وطرز تفکر افراد که دارند قابل تحلیل است. اساسا چیزی از رفتار افراد ساطع شود رفتار آنها عملیاتی شده یا به آن عمل می کنند. که هم علم دارند وهم عمل. علمی مهم است که کنش انسان را مطالعه کند.

مکتب اتریش تحت تاثیر کارل منگر و فون میزس در اواخر قرن ۱۹ و ۲۰ توسعه پیدا کرد. الان از سراسر جهان مریدان زیادی برای این مکتب است. اما خاستگاه اولیه این مکتب در اتریش (وین) بوده است. غیر از کارل منگر

وفون میزنس اقتصاددان دیگر فردی به نام فون هایک است که در این زمینه نظراتی ارائه نمود. فون هایک ۵۰ سال قبل از فروپاشی شوروی آنرا پیش بینی نمود.

این مکتب چند عامل را در نظر دارد : ۱- خیلی از اصول ومولفه ها که وجود دارد شاید ساده باشند ولی خیلی هم ساده نیستند. از اصولی که مکتب اتریش پایبند است اصل آزادی فردی است وبالطبع اصل آزادی اقتصادی . آزادی اقتصادی بر آزادی سیاسی از نظر خیلی ها ارجح است . (طبق نظر هایک) . اگر آزادی نباشد رقابت شکل نمی گیرد (رقابت منشاء اساسی وماندگاری نظام سرمایه داری است).

۲- اصل دیگر این است که افراد در چارچوب آزادی برابر قرار دارند. وحقوق برابر دارند.

۳- همه چیز مبتنی بر فرد وفرد گرایی است. فردگرایی در مقابل جمع گرایی قرار می گیرد. در نظام اتریش خواسته های فرد تعیین کننده است.

تفاوت مکتب نئوکلاسیک با مکتب اتریش : در نئوکلاسیک افراد مهم هستند اما تمایلات وترجیحات اشخاص ارجح ومهم است. نه اینکه چگونه عمل می کنند. در حالیکه در مکتب اتریش به کنش ورفتار افراد وکاری که انجام می دهند توجه دارند.

مکتب اتریش مثل نئوکلاسیک ذهن گرا است. اما در مکتب اتریش به آنچه معتقدند این است که انسان به وسیله کنش ورفتار خود محیط را تغییر می دهد وجامعه را دگرگون می کند. چون در محیط قابل تغییر همه چیز توسط انسان به راحتی تغییر می یابد.(نکته مهم مکتب اتریش)

در نئوکلاسیک به تغییر اعتقادی ندارند . محیط معین است ولوزما همیشه تغییر نمی کند. اما مکتب اتریش می گوید محیط دائما در حال تغییر است. در چارچوب مکتب اتریش آقای فریتز مکلاپ معتقد است

مکتب اتریش فردگرا، ذهن گرا، کنش گرا است. از این نظر سیاست گذاری اقتصادی این مبانی چند تا دلالت دارند : ۱- چون فردگرایی است پس نظام مالکیت خصوصی است. ۲- اعتقادی به دخالت دولت در اقتصاد ندارند. ۳- نظام بازار

هر سه مکتب اتریش با فهم ما از کارآفرینی بیشتر همخوانی دارد . مکاتب نهاد گرایی ونئوکلاسیک کار آفرین محور نیستند.

جلسه چهارم ۹۴/۱/۲۶

در نهاد گرایی قدیم که توسط نورث ارائه گردید بر قواعد و سنن تاکید دارد و نقش آنها را در شکل گیری رفتارهای کارآفرینانه لحاظ می کند.

در نهاد گرایی جدید اقتصاددانانی مثل اولیور ویلیامسون تاکید دارند که قواعد رسمی حاکم هستند . خصوصا قواعد مربوط به مقررات شرکتی.

در مکتب اتریشی مهمترین مولفه این است که انسان به عنوان کنشگر اقتصادی نقش دارد. وبه سیستم قیمت ها و فرد گرایی ویر نظریه ارزش تاکید دارد. اقتصاددانان اتریشی بر مکتب نئوکلاسیک استوارند ولی بیشتر بر آزادی فردی تاکید دارند. اقتصاددانانی مثل منگر .

کارآفرینی را با مکتب اتریش می شناسند.

مکتب نئو اتریشی : به طور مشخص در دیدگاه های جدید مکتب اتریش به آن پرداخته می شود.

دیدگاه های نئو اتریشی : دیدگاه های مورای رودبارد اولین نکته که وجود دارد چه علمی بهتر است . علم برای تبیین اقتصاد. تحلیل هر علم مبتنی بر آزادی است.

دیدگاه های مورای: هم در نظریه کنشگرایی وهم مورای نقش انسان را می بینیم. وبیشتر فرد گراست . بیشتر سیاسی است. او از عقل گرایی سیاسی صحبت می کند . وچارچوب فعالیت اقتصادی را تنید می کند.

مورای روبراد معتقد است که اندیشه های انسانی عامل پیش برنده تاریخ تفکر و بینش هر فرد است.. در چارچوب فعالیت های بشری فعالیت های اقتصادی به شدت تعیین کننده است. هر گونه پیشرفتی در دیدگاه مورای نتیجه کشف حقیقت و کارآمد است. و حقیقت عملی و کنشگرانه است. وما باید در اقتصاد نهاد سازی کنیم . و ارزش زایی کنیم فعالیت های اقتصادی را .

مکتب تکامل گرایی : کارآفرینی به راحتی رخ نمی دهد وبه تدریج و در طول زمان است واصولا هر گونه تغییر اقتصادی در طول تاریخ است. در چارچوب این مکتب مسئله این است که بنگاه ها و کسب و کارهایی که کارایی دارند بر اثر رقابت دوام بیاورند و در اثر تکامل اقتصادی به بقاء خود ادامه دهند. وامکان بقا دارند چون توانایی دارند . و نیز : ۱- کارآفرینی به خودی خود بوجود نمی آید . ۲- در ایجاد کارآفرین زمان نقش مهمی دارد . ۳- هر نوع کارآفرینی در طول مدت معین و براساس سازکارهایی شکل می گیرد وباید منتظر باشیم تا نهادها کارایی خود را نشان دهند.

یک کار کار آفرینانه پیشرفته نیاز به نهاد های پیشرفته تر دارد. در کسب و کار اگر قواعد بازی را بلد نباشید توانایی انطباق را ندارید. به نقل از داروین موفق ترین آدمها آنها نیستند که پرزورترند بلکه موفق ترینها کسانی هستند که با محیط سازگاری پیدا کنند.

در تکامل گرایی کارآفرین بیشتر قواعد بازی را بلد است و می تواند از آن استفاده کند مقررات را می داند. مهارت در استنباط دارد مهارت در کسب مجوز دارد و.....قوانین ومقررات در طول زمان تکامل می یابند.

دیدگاه بامول :

بامول از جمله اقتصاددانان اتریشی است یا نهاد گراست یا تکامل گراست. واز جمله متفکرانی است که کارآفرینی را به دویخش تقسیم می کند : ۱- مولد ۲- کار آفرینی غیر مولد

- ۱- کارآفرینی مولد : فعالیت های کارآفرینانه است که مستقیما به رشد اقتصادی یک کشور کمک کند و باعث ایجاد توازن در فعالیت اقتصادی گردد. واقتصاد را به سمت کارایی سوق می دهد و سود آور است.
- ۲- کارآفرینی غیر مولد : کارآفرینی است که لزوما برای رشد جامعه یا رشد اقتصادی کشور مفید نباشد ، یا مستقیما به رشد اقتصادی کشور کمک نکند. این کارآفرینی غیر مولد است

دستاورد بامول همین تقسیم بندی کارآفرین مولد و غیر مولد است . (بعضی کارها در حوزه خدمات کاذب است) و تاثیر گذاری در رشد اقتصادی کشور نداشته وحتی با اختلال مواجه می کنند با مول می گوید همه فعالیت های زیرزمینی غیر قانونی کارآفرینی غیر مولد است . کارآفرینی غیر مولد ارزش افزوده ای را بر اقتصاد ندارد و اضافه نمی کند. و هیچ نوآوری نداشته و محصولی را تولید نکرده است.

در جوامعی که با اقتصاد هایی که با منابع طبیعی فراوان مواجه هستند فعالیت های غیر کارآفرینانه زیاد است . ویا فعالیت های کارآفرینی غیر مولد وجود دارد. در اقتصاد هایی که مولد هستند دراری بستر با ثبات اقتصادی هستند.

رویکرد های تئوریکی :

کار آفرینی یک نوع تصمیم گیری است که نمی تواند رو هوا کارآفرین تصمیم گیرد. وهر نوع تصمیم گیری کارآفرینانه منجر به کنش وواکنش است . به همین دلیل کارآفرینی یعنی قضاوت در تصمیم گیری که در کنش گرایی یا کردارشناسی مکتب اتریش دنبال می کنیم.

منظور از قضاوت در کارآفرینی این است که کارآفرینی توانایی تصمیم‌گیری در شرایط نااطمینان را داشته باشد. و اطلاعات یک اطلاعات ناقص است. هیچ کارآفرین همه اطلاعات و همه مهارت‌ها را در همه زمینه‌ها ندارد. کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری قضاوتی است.

اطلاعات کامل در مقابل اطلاعات ناقص

اطلاعات ناقص را در شرایط عدم اطمینان دارید. احتمالاً درست هستند و ممکن است نباشند. هربرت سایمون که متخصص روانشناسی اقتصادی است معتقد است که ظرفیت اطلاعات آدمها محدود است (اصطلاحاً Bounded rationality) است.

طبق نظر سایمون اولاً اطلاعات انسان محدود است. دوماً کامل نمی‌توان مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.

پس کارآفرین فقدان اطلاعات را برای تصمیم‌گیری می‌داند و می‌شناسد. کارآفرینی موفق است که در شرایط پیچیده اقتصادی بهترین تصمیم را بگیرد. و حال با شرایط زیر این تصمیم درست را بگیرد:

نکته اول: اطلاعات کامل همیشه در دسترس کارآفرین نیست ۲- بدون صرف هزینه دسترسی به اطلاعات امکان پذیر نیست ۳- ممکن است اطلاعات ناقص باشد ولی تصمیم‌گیری باید درست و کامل باشد.

براساس اطلاعات ناقص تصمیم‌گیری کامل داشت. هرچقدر هزینه کنیم برای بدست آوردن اطلاعات، راحت‌تر و درست‌تر تصمیم‌گیری خواهیم کرد.

حال چرا باید تصمیم گرفت؟ و کارآفرین چرا مجبور به تصمیم‌گیری است؟

عدم اطمینان باعث می‌شود به جای فردا امروز تصمیم گرفت. و اینکه ناچار به تصمیم‌گیری هستند. ۲- به خاطر عدم اطمینان فرصت‌هایی است که اگر به موقع بگیرند آنها را از دست می‌دهند.

تصمیم‌گیری در موفقیت مهم است ولی هر تصمیم لزوماً ما را به موفقیت سوق نمی‌دهد. خیلی از تصمیمات درست لزوماً به موفقیت منجر نمی‌شود. خود این اطلاعات ممکن است مانع خلاقیت شده و فرصت‌ها را از دست بدهیم. و نیز همه اطلاعات هم قابل اتکاء نیست. همه اطلاعات هم به ما مرتبط نیست. ما باید از اطلاعات مرتبط و قابل اتکاء استفاده کنیم. بحثی از هربرت سایمون در خصوص عقلانیت محدود نکته‌ای است که اگر همه هم اطلاعات داشته باشند باز تفسیر متفاوت دارند. افراد مختلف بر اساس اطلاعاتی که دارند دیدگاه‌های مختلف دارند و بر اساس این تفسیر دست به فرصت‌شناسی می‌نند. و میزان

دسترسی به اطلاعات با توجه به دسترسی افراد به اطلاعات می تواند مسیر آنها را تغییر دهد. لذا تصمیمات و فرصت هایی که شناسایی می کنند متفاوت است. ظرفیت پردازش اطلاعات محدود است و از فردی به فرد دیگر متفاوت. پس مدل ذهنی افراد در تصمیم گیری تعیین کننده است.

پس همه اگر همه اطلاعات را هم داشته باشند اطلاعات مرتبط و قابل اتکاء باشد، باز تفسیر اطلاعات از فردی به فرد دیگر متفاوت است. افراد با توجه به دیدگاه های خود اطلاعات بدست می آورند و دست به عمل می زنند. پس میزان استفاده همه افراد و همه اطلاعات یکسان نیست

به فرض همه اطلاعات درست باشد و هم اطلاعات کامل باشد و تفسیر این اطلاعات نیز درست باشد هنوز دنیای ما و تصمیماتی که می گیریم آنقدر پیچیده است که بایستی ماهیت این پیچیدگی را بشناسیم. وقتی می گوئیم پیچیده یعنی اساس و مشخصات تصمیماتی که می گیریم بشناسیم.

شرایط محیط بسیار سیال و فعالانه و پویاست. و ما باید نتایج تصمیماتی که می گیریم پیچیدگی محیط به ما اجازه ندهد در آن تصمیمات وارد شویم. و نیز وقتی وارد تصمیم جدی می شویم چه کسانی بازیگران اصلی در این محیط هستند. که باید همه را شناخت و روابط خود را با این بازیگران اصلی هماهنگ کرد. مثل رقبا

پس تصمیماتی که می گیریم ممکن است پیچیدگی محیط باعث شود که در اتخاذ تصمیم نهایی مردد باشیم و یا نتوانیم به طور کامل آن تصمیم را عملی کنیم.

پس موقعیت را باید شناخت باید بازیگران اصلی را شناخت. سوالی که مطرح است این است که چه کسی قضاوت خوبی را انجام می دهد؟ چه کسی تصمیم درست می گیرد؟ این موضوع را تحت عنوان عرضه قضاوت خوب مطرح می کنیم.

عرضه قضاوت خوب

تفسیر اطلاعات افراد متفاوت است. پس کیفیت تصمیمات افراد متفاوت است. بعضی افراد قدرت تصمیم گیری بالا دارند. بعضی کار آفرینان این ویژگی را دارند که زود تصمیم می گیرند. از طرف دیگر بعضی از این افراد مالک دارایی ها هستند و با تصمیمی ممکن است دارایی های خود را از دست بدهند. لزوما کسانی که پولدار هستند تصمیم درست نمی گیرند. و یا بر اساس تصمیم درست پولدار نشدند ممکن است مثلا به آنها ارثیه ای رسیده باشد. بعضی افراد واقعیت را خوب مشاهده می کنند و قدرت تمرکز بر داده ها و اطلاعات خیلی بالا است.

در کارآفرینی اولاً تفاوت در تصمیم‌گیری خود‌ذاتاً کارآفرینانه است. محیط کار آفرینانه باید محیط متفاوت در نظرات و باورها و تصمیمات باشد. کارآفرینان تصمیم‌گیران حرفه‌ای و متخصص هستند. آنها تصمیم‌گیرانی هستند که هر لحظه تصمیم می‌گیرند. به همین دلیل همه کارآفرینان لزوماً موفق نیستند. کارآفرینان موفق معمولاً کسانی هستند که بر اقتصاد تاثیر گذارند. و خود را ارتقاء می‌دهند و **self promotion** هستند (خود ارتقاء). بعضی‌ها می‌گویند که در بحث خود ارتقایی کارآفرینان، شانس هم تاثیر دارد آیا این درست است؟ کارآفرینان معتقدند تصمیم‌گیری درست توانایی ذاتی افراد است که می‌توانند از آن استفاده کنند. و شانس در موفقیت آنها تاثیر گذار نیست. پس هر کس نمی‌تواند کارآفرین باشد. از نظر اقتصادی کار آفرینی یک پدیده کمیاب است. یعنی ۱- همگان ندارند ۲- قدرت و توانایی تصمیم‌گیری درست را ندارند.

آقای کاسیس معتقد است اگر همه تئوریه‌ها را کنار هم بگذاریم در همه تئوریه‌ها تعریف کارآفرین از کارآفرینی عبارت از تصمیم‌گیری قضاوتی است. تصمیم‌گیری در شرایط ناقص. اطلاعات ناقص ما را با چند عامل روبرو می‌سازد: ۱- شرایط محیطی پیچیده ۲- هر کسی تصمیم‌گیری درست نمی‌تواند داشته باشد و از فردی به فرد دیگر تصمیم و تفسیر اطلاعات متفاوت است به همین خاطر کارآفرین یک پدیده کمیاب می‌باشد.

رابطه کارآفرینی و سازمان:

بر اساس تئوری‌هایی که مطالعه شد کارآفرین جایگاه حقوقی دارد که باید شناخت. ۱- کارآفرینی خود تعریف کارکردی دارد. یعنی کارآفرین کسی است که کارآفرینی می‌کند. یعنی به اون کاری گفته می‌شود که کارآفرین انجام می‌دهد.

کاری که کارآفرین می‌کند چیست؟ اگر کارآفرین پست و مقامی داشته باشد جایگاه او چگونه تعریف می‌شود؟

اولاً اصل تقسیم کار و تخصص را کارآفرین به رسمیت نمی‌شناسد و بیشتر از اینکه مدیر باشد رهبر است. کارآفرینان لزوماً جایگاه سازمانی ویژه در سازمان ندارند.

کارآفرین و کارفرما یکی نیست. چون کارآفرین لزوماً کارفرما می‌تواند نباشد ولی کارفرما مالک است.

فرانک نایت معتقد است که اولاً نمی توان بین کارآفرین و کارفرما به نحوی رفتار کرد اعتماد باشد. اعتماد مقوله ای است که به راحتی به دست نمی آید. و اعتماد سطح پائین را مطرح می کند. با وجود عدم اعتماد بین کارآفرین و کارفرما پل ارتباطی بین این دو ایجاد نمی شود.

جلسه پنجم

تامین مالی کارآفرین : اگر اعتماد وجود داشته باشد افراد به راحتی سرمایه گذاری میکنند . بانک ها به کارآفرینان تسهیلات بدهند . شیوه های مختلفی برای تامین مالی وجود دارد که یکی از آنها سیستم وام از بانک است.

در بحث کسب و کار (Angel) یا فرشتگان کسب و کار وجود دارد که وارد کسب و کار شده و مشاوره می دهند تا صاحب ایده وارد بازار شود و انرا حمایت می کنند. فرشتگان سرمایه گذار روی ایده های کاملاً جدید با روش متالیک سرمایه گذاری می کنند.

شیوه دوم تامین مالی : سرمایه گذاری مخاطره آمیز یا خطر پذیر یا Venture Capital . که معمولاً شرکت ها یا صندوق هایی هستند که مبالغ قابل توجهی در اختیار دارند و منابع کسب و کارهای جدید را که در مرحله رشد هستند تامین می کنند. که به شکل شرکت یا صندوق تاسیس شده اند و در قالب قواعد و قوانین سرمایه گذاری فعالیت می نمایند.

۳- کسب و کارهایی که در مرحله بلوغ قرار دارند که از طریق تسهیلات بانکی وام در یافت می کنند یا از طریق اوراق مشارکت را شامل می شوند

یکی از راهکارهایی که مشکل بی اعتمادی را این می برد شهرت یا اعتبار کارآفرینی است.

" هرچند نمی توان به همه اعتماد کرد ولی همیشه یکنفر می تواند وجود داشته باشد که قابل اعتماد است."

این اعتماد به آن یکنفر بستگی به اعتبار آن فرد دارد و در مورد کارآفرین به آن Reputation می گویند. اعتبار فرد به شخصیت آن فرد برمی گردد.

در ادبیات کارآفرینی وبه طور کلی دو جنبه اصلی اعتبار کارآفرین وجود دارد : ۱- صداقت (Honesty) ۲- شایستگی Competence

صداقت در کسب و کار لازمه اش سختکوشی است . Hard Working

شایستگی : دو معنا در این مورد است ۱- ایجاد کار درست به نحو ممکن ۲- که خیلی مهم است که اگر خصوصیت اول را داشته باشید در این صورت نسبت به دیگران هم قضاوت مثبت خواهد داشت. شایستگی زمانی است که اول خودمان استاد باشیم و دارای دانش باشیم ۲-

زمانی شایستگی در ما تقویت می شود که در باره دیگران نیز قضاوت درست داشته باشیم

انتخاب شریک : ما به تنهایی در بعضی مواقع توانایی انجام کاری را نداریم . یا توانایی داررضی مواقع کارآفرینان به کسب و کارهایی وارد میشوند که دارای تکنولوژی بالا هستند ممکن است در اول مشکل نداشته باشند ولی در مراحل توسعه به مشکل برخوردند که بوسیله R&D می توان مشکل را حل کرد

مشارکت با دیگران و همکاری با آنها مبتنی بر اعتماد است

اتحاد استراتژیک: تفاهم نامه بین شرکت داخلی و خارجی است . و نوشتن تفاهم نامه کار تخصصی است. یادداشت تفاهم پیش نویسی برای موضوعات همکاری بین طرفین است. در کسب و کار یادداشت تفاهم داریم و سپس قرارداد. ممکن است با بی نهایت شرکت یادداشت تفاهم داشته باشیم ولی با همه آنها قرار داد نداشته باشیم.

اطلاعات - استراتژی - بنگاه

کارآفرینانی که معمولا کارآفرینان سطح بالا هستند بر اساس اطلاعاتی که دارند یا بدست می آورند استراتژی هایی برای شرکت خود تدوین می کنند و مسیر حرکت شرکت را براساس آن استراتژی تعیین می کنند. و با توجه به نیاز فعلی و شرایط بازار در آینده چه محصولی را به بازار ارائه نمایند. کارآفرینان قبل از کارآفرین شدن باید استراتژیست باشند. و باید از صفر تا صد این کار را بدانند . استراتژی نحوه انجام کار از ابتدا تا آخر برای کارآفرین روشن می کند.

نقش اطلاعات برای کارآفرین این است که با تجزیه و تحلیل اطلاعات برای طراحی استراتژی استفاده کرده تا نیاز فعلی بازار و فرصت ها را شناسایی کرده و براساس آن مسیر خود را تعیین می نماید. کارآفرین همیشه باید از

آخرین تحولات و نوآوری ها مطلع باشد. آنچه مهم است اینکه با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه هستیم وقتی می گوئیم که باید اطلاعات را تجزیه و تحلیل نماید برای این است که چه اطلاعاتی مهم است . و نوآوری را بشناسد و بر نوآوری هایی سرمایه گذاری کند که سود اقتصادی داشته باشد. و بتواند سهم بازار را از آن محصول خاص به عهده گیرد. بازار را تصرف نماید .

برای تصرف بازار و کسب سهم بیشتر از بازار نمی توان در هر نوآوری سرمایه گذاری کرد. بعضی از اختراعات قابلیت تجاری شدن را ندارند.

حمایت دولت از نوآوری ها باعث می شود تا بهای تمام شده تولید کاهش یابد و امکان رقابتی کردن در بازار پائین می آید. مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات کارآفرین این است که اگر اطلاعات دارای ارزش تجاری باشد باید ارتباط آن اطلاعات را با موارد سود آوری در نظر بگیرد که آیا دارای ارزش اقتصادی است یا نه ؟ به سود منجر می شود یا نه؟

هر کسی اطلاعاتش تماما زمین نمی ماند. و در هر کسب و کار وارد شود موفق می شود و یا شکست نمی خورد. هر کس بیشتر اطلاعات دارد بیشتر موفق می شود. راز ماندگاری کسب و کار در دنیای امروز اطلاعات است.

استراتژی کارآفرینی : اطلاعات یک کالای عمومی است . اطلاعات برای کارآفرین ارزشمند است و حفظ آنها مهم است و جهت کشف فرصت های سود آور است.

شیوه های کشف فرصت ها: رایج ترین روشها عبارتند از: ۱- کسب امتیاز انحصاری : منظور از امتیاز انحصاری ، گرفتن مجوز انحصاری تولید یک محصول یا ثبت اختراع یک محصول بدست خودمان یا ثبت یک برند به اسم خودمان ، به نحوی که تولید کالا یا خدمت در بازار برای ما انحصاری نماید ، و فرصت های سود آوری زیادی را بدست می آورد.

۲- بورس بازی و آرمیتراژ: آرمیتراژ ، خرید یک کالا با قیمت ارزان و فروش آن با قیمت بالا - بورس بازی یا سفته بازی : در بازار بورس در ساعات معینی مثلا از ۹ تا ۱۲ هر روز خرید و فروش سهام انجام داد. سهم شرکتی را خرید و ساعتی دیگر سهم آن شرکت را با قیمت بالا تر فروخت .

۳- بدست آوردن امتیاز فروش یک کالا (امتیاز Loyalty)

۳- مجوز انحصاری تولید (امتیاز تحت لیسانس License)

انواع کشف فرصت برای کارآفرین این است که یا بازار های جدید را ایجاد نماید یا همین بازار های موجود را توسعه دهد. اگر بخواهد توسعه دهد باید الگوی توسعه بازار را بداند. توسعه بازار را با دامنه محصولات و تنوع محصولات را در نظر بگیرد. استراتژی تنوع محصول را داشته باشد.

کار آفرین بین المللی : کارآفرین باید بین المللی باشد . محصولش باید برند باشد -تکنولوژی برای خودش باشد . برای اینکه کارآفرین محصول برند تولید کند و تکنولوژی با برند داشته باشد نیاز به توسعه موثر سازمان خود دارد و باید آن را سازماندهی نماید.

منظور از سازماندهی یعنی : ۱- تفاوت بین مدیریت و مالکیت سازمان ۲- امکان تامین مالی مختلف را داشته و شناسایی نماید ارتباط خود را با نهاد های مالی تعریف نماید. سیستمی برای ارتباط با مشتریان داشته باشد. افرادی را برای شناسایی بازار و رصد بازار داشته باشد. سیستمی برای هماهنگی بین واحد های مختلف داشته باشد.

به نحوی کار آفرین مدیریت موثر تکنولوژی و محصول را دارد. در ادبیات کارآفرینی ، تکنولوژی و محصول مهم اند و کارآفرینی یا تحت فشار تکنولوژی یا کشش تقاضاست.

برای سازماندهی کردن مدیریت محیط مهمتر از مدیریت محصول و تکنولوژی است. کارآفرین در یک محیط آشفته و پر تنش فعالیت می نماید باید از ابزارهایی استفاده کند تا آن را مهار نماید. مدیریت کسب و کار خیلی مهم است . پس کارآفرین کسی است که یا بر بازار یا بر محیط یا بر تکنولوژی اشراف دارد. و مسلط است.

جلسه ششم

تحرك و بخشها

تحرك جغرافیایی کارآفرین

موضوع تحرك به این برمی گردد که اولاً کارآفرینی مرز نمی شناسد و فراتر از مرزهای جغرافیایی عمل می کند. و فراتر از حوزه های فعالیتی مختلف. می شود گفت که کارآفرینی در ذات خود گردش در مکان و ترک جغرافیایی دارد. کارآفرین وقتی فعالیت را شروع کند اصولاً مکان در اولویت چندم تصمیم گیری قرار

دارد. برخلاف پروژه های مختلف اقتصادی که به طور معمول اولین کار این است که یک FS (طرح امکان سنجی) تهیه می شود. امکان سنجی یعنی ارزیابی این که آیا دو پروژه با یک رقم مشخص و مکان مشخص سرمایه گذاری کنیم یا نه؟

اولین کار در امکان سنجی مکان یابی است بنابراین مهم این است که کجا باید سرمایه گذاری کرد. در کارآفرینی مکان موثر است اما تعیین کننده نیست. کارآفرین با تحرک جغرافیایی خود سرمایه گذاری را از مکانی به مکان دیگر منتقل کرده، اشتغال، دانش فنی و فرهنگ کسب و کار را هم منتقل می کند. کسانی که تمایل دارند در هر پروژه وارد شوند، مکان یابی آن است.

در اقتصاد های پیشرفت گردش شغلی اصولا بالاست و افراد برای تقویت مهارت های خود معمولا در یک شغل در مدت معینی مانده و ترجیحا بعد از مدتی به شغل دیگر رفته تا پیشرفت نمایند. مثلا در آمریکا گردش شغلی برای خانم ها ۳ ماه، در اروپا نزدیک یکسال است. و افراد به طور متوسط هر یک سال یکبار کار خود را عوض می کنند. و این گردش شغلی به توانمندی آنها کمک می کند.

در مورد کارآفرینی هم به همین منوال است. یکی از گرایشات و تمایلات کارآفرینی اینست که از یک منطقه به منطقه دیگر از یک شغل به شغل دیگر و یا گاهی به دنبال پول و گاهی به دنبال رفاه دیگران چون اهدافی غیر از منافع اقتصادی را دنبال می کند. پس مکان و صرف منابع شخصی اهمیت خود را از دست می دهد. و کار خارق العاده انجام می دهد که مورد تعجب دیگران است. و کارآفرینی یعنی همین.

حتی کارآفرینی رشد و توسعه کار خود را در گروه همین تحرک جغرافیایی می داند. کارآفرینانی که ترک تحصیل می کنند شاید به همین دلیل باشد که تحرک جغرافیایی دارند.

کارآفرینانی که سن بالا دارند و جا افتاده هستند دور از مراکز نزدیک بازار یا مراکز اقتصادی بزرگ و کلان شهرها دوست دارند سرمایه گذاری کنند و مردم کارآفرینان را این گونه می شناسند که در دور دست ها هم پیدا می شوند. و نه فقط در کلانشهرها

مکان یابی پروژه ها برای کارآفرینان با سن بالا و با تجربه در اولویت دوم قرار دارد و تعیین کننده نیست. این کار نیست که به دنبال کارآفرین می آید به همین دلیل است که کارآفرینان فرا جغرافیایی عمل می کنند. و برای شناسایی فرصت های موفق کارآفرینان لاجرم باید از مکان و مرز عبور کنند.

کارآفرینان گاهی مثل توریست یا یک مهاجر عمل می کنند. به همین دلیل است که کارآفرینان فرا جغرافیایی عمل می کنند. فراتر از مسافت و مکان برای کارآفرین یکی از اصول است. کارآفرین یک ایده نو آورانه دارد و برای آن تلاش می کند. شخصیت کارآفرینان نیز فرامکانی است. کارآفرین فرامکانی می اندیشد و هم کسب و کارش فرا مکانی است. غالب کارآفرینان افراد دنیا دیده ای هستند. کارآفرینان با فکر و مدلی ذهنیشان والگویی فکری که دارند از دیگران متمایزند. کمتر کارآفرین را می توان دید که درون گرا باشد و غالباً اجتماعی اند.

کارآفرینان با تحرک جغرافیایی خود ساختار فعالیت های اقتصادی را برهم می زنند. وقتی کارآفرینان به دوردست ها سفر می کنند نظام های اقتصادی مختلف را تجربه می کنند و بر اساس مقررات و ساختارهای متفاوت عمل کرده و برای آنها این تجربه جدیدی است. البته بعضی مواقع ملاحظات سن کارآفرینان مهم است. کارآفرینان جوان معمولاً ریسک پذیریشان پائین است و به دور دستها سفر نمی کنند. در عوض کارآفرینان با سن بالا تمایل دارند در هر منطقه امکان اشتغال و کسب سود دارند با توجه به فرصت سرمایه گذاری کار خود را شروع کنند. معمولاً کارآفرینانی که تجربه دارند و نیز در سن بالا تمایلی به کلان شهرها جهت سرمایه گذاری ندارند. و در مورد کارآفرینان موفق حوزه جغرافیایی وسیع را ملاحظه می کنیم.

کارآفرین به خاطر فعالیت فرا مکانی به جایی دیگر می رود و با ارزش ها و فرهنگ های مختلف آشنا شده و حتی در این جابجایی با ساختارهای مدیریتی آن مکان ها هم آشنا می شود. کار آفرین با تحرک مکانی با ارزش ها و سنن و فرهنگ های مختلف آشنا می شود. طرز فکر دیگران و فرهنگ های مختلف همه در کارآفرین تاثیر داشته و هم او از فرهنگ ها تاثیر می پذیرد.

با این تحرک مکانی کار آفرین با مکان های مختلف آشنا شده و قوانین و میزان حاکمیت قانون و تعاملات اجتماعی را در این مکان ها می بیند. و این همان چیزی است که در ادبیات کارآفرینی چارچوب نهادی می گوئیم.

چارچوب نهادی

نهاد مجموعه قواعد موجود را که رفتارهای اقتصادی افراد را تعیین می کند. دو نوع قواعد داریم ۱- قواعد رسمی ۲- غیر رسمی -

قواعد رسمی قوانین مکتوب و لازم الاجراء که اگر افراد رعایت نکنند مجازات می شوند و اجبار اجتماعی از آن حمایت می کند. مثل قانون کار - قانون اساسی ...

قواعد غیر رسمی یا عرف همان سنن یا ارزش ها و باور موجود در جامعه است. مجموعه این قواعد رسمی یا غیر رسمی همان نهاد است. نهاد ها مجموعه قواعد رسمی و غیر رسمی موجود هستند. طبق این تعریف نهاد غیر از سازمان است. به عبارتی مجموعه نهاد ها مجموعه قواعد بازی موجود در جامعه است. (Rules of the game) و سازمان ها بازیگران این بازی هستند. سازمان ها در چارچوب نهاد عمل می کنند.

تعریف فوق را آقای داگلاس نورث کرده است او بزرگترین دیدگاه های نهادی را در رابطه با موضوعات اقتصادی خصوصا در توسعه اقتصادی مطرح کرده است.

هیچ کار آفرینی خارج از قواعد رسمی نمی تواند عمل کند. اگر کارآفرین قواعد رسمی را نداند و بر آنها مسلط نباشد از فرصتها نمی تواند استفاده کند. و همین قواعد رسمی کارآفرین را به سوی فرصت های جدید سوق می دهد. و نیز معمولا نهاد ها را خود کارآفرینان تغییر می دهند. البته غالبا قواعد غیر رسمی را تغییر می دهند. کارآفرین نمی تواند قانون کار تغییر دهد یا قانون اساسی را ممکن است همین چارچوب نهادی ممکن است مانع هم باشد و همیشه محرک و موجد توسعه نیست.

داگلاس نورث معتقد بود همین قواعد غیر رسمی و نهاد ها بخشی از طرز فکر مردم برای جامعه است. آنچه که از چارچوب نهادی معمولا مراد می شود کارآفرینان بپذیرند اولاً این تغییرات در چارچوب نهادی است و مستلزم گذشت زمان است. و ایضا تغییر در فرهنگ جامعه یا آداب و سنن نسبت به قوانین رسمی بیشتر طول می کشد و تغییر قواعد غیر رسمی یک فرایند تعریف شده ندارد. تغییر آداب و سنن و فرهنگ افراد جامعه هیچ الگو ندارد. فرآیند های تغییر قوانین رسمی در یک کشور در یک چارچوب مشخص و قابل تغییر است. گرچند عده ای به مهندسی اجتماعی یا فرهنگی اشاره دارند که واقعیت این است که همه این ها موضوعات پیچیده است که براحتی نمی توان این تغییرات را گفت.

داگلاس نورث معتقد است که افراد در مورد اعتقادات خود چسبندگی دارند یعنی افراد دوست ندارند اون باورها و اعتقادات قبلی خود را تغییر داده و پیرو دیدگاه های جدید یا اعتقادات و ایده های جدید باشند. افراد شاید الگوی رفتاریشان تغییر کند ولی مدل ذهنی و نظام باور آنها تغییر نمی کند. تغییر نگرش افراد تقریبا محال و یا بسیار هزینه بر و زمان بر است. به خاطر همین کار آفرینان افراد انگشت شماری هستند. آنها نظام باور ها را تغییر می دهند اول باور خود و بعد باور افراد دیگر یا اجتماع را ممکن است تغییر دهند.

نکته اینست کارآفرینان موفق در چارچوب نهادی فعالیت نمایند. و بیشتر از همه توانایی تشخیص فرصت را بداند. کار آفرینی که بیشتر از همه قواعد بازی را بلد باشد به نظر می رسد می تواند تضمین کند موفقیت کسب و کار خود را.

نظام باور ها و طرز تفکر افراد در مورد کسب و کار و فرصت هایی که جا

همین چارچوب نهادی که می تواند تو یک کشور موجد کارآفرینی باشد در یک کشور مانع کارآفرینی باشد. مثلا از انواع نهاد که وجود دارد می توان به مسئله مالکیت خصوصی است که ما آن را می گوئیم اشاره کرد که به ما می گوید چگونه می توان وقتی وارد کسب و کاری شدیم چگونه منفعت داشته و سود ببریم و آیا مالکیت و منافع کسب و کار مال شماسست یا نه؟ در اقتصاد اسلامی و ایران به رسمیت شناخته شده است. و این نهاد مهم اساس پیشرفت یک کشور است.

نهاد دیگر که خیلی مهم است آزادی کسب و کار است به عبارتی افراد در کسب و کاری وارد می شوند هیچگونه محدودیتی در ورود و خروج به آن فعالیت وجود نداشته و همگان در ورود و خروج به کسب و کار آزاد باشند. یا خود قانون کپی رایت از این نهاد ها قلمداد می شود که از خلاقیت افراد و نوآوری آنها محافظت می کند لذا در جامعه ای قانون کپی رایت باشد افراد اگر نوآوری و خلاقیتی داشته باشند سهمی از این نوآوری و خلاقیت خود خواهند برد. بنابراین مبنای اساسی قانون کپی رایت را حفظ اساس خلاقیت می دانیم که همی موارد باعث توسعه کارآفرینی یا توقف آن باشد.

مجموعه نهادی مجموعه سیستم ها یی است که این نهاد ها را در بر می گیرد. چارچوب نهادی مجموعه سیستم ها و نظام هایی است که این نهاد ها را در بر می گیرد. و چارچوبی برای فعالیت های کارآفرینانه است.

چارچوب نهادی مجموعه ای از سیستم ها و نظام های بازار برای شکل گیری یک نظام انگیزشی جهت فعالیت های کارآفرینانه است.

در همه جای دنیا چارچوب ها دنیا مبتنی بر نظام بازار آزاد در حال حرکت می باشد.

نظام بازار آزاد : ۱- عدم دخالت دولت و ورود و خروج کالا آزاد است ۲- نظمی مبتنی بر سیستم قیمتها ۳- مبتنی بر مالکیت خصوصی در مقابل مالکیت اشتراکی که می تواند دولتی یا عمومی باشد.

بازار رقابتی بازار ایده آلی در نظام بازار آزاد است. نه اینکه بازارهای دیگر وجود ندارد بلکه ما نهادها و چارچوب نهادی تعریف می کنیم که وجود بازارهای رقابتی را تضمین می کند. نظام مالکیت خصوصی، عدم دخالت دولت، تعادل نسبی در بازار و اگر وجود داشته باشد بازارهایی وجود خواهد داشت که رقابتی است و مبتنی بر نظام بازار آزاد اقتصادی است. گرچند نظام های سرمایه داری غالباً مبتنی بر مالکیت خصوصی و عدم دخالت دولت است ولی در همین نظام سرمایه داری هم انحصار وجود دارد و حتی در نظام بازار آزاد اقتصادی شما مقداری انحصار می بینید.

نظام های بازار آزاد نظام هایی است که دولت دخالت ندارد. برخی از نهادها ویژه کار آفرینی است و زمینه کارآفرینی را در جامعه تسهیل می کند. مثل نهاد ۱- مالکیت خصوصی ۲- آزادی کسب و کار ۳- آزادی کسب و کار و حمایت از کارهای خلاقانه مثل کپی رایت. غیر از این سه نهاد نهاد های دیگری هم موجب کار آفرینی می شوند به شرح ذیل:

۴- چهارمین نهاد عبارت از اطمینان به اطلاعات موجود کسب و کار در جامعه. یعنی اطلاعات موجود کسب و کار در جامعه قابل اتکا باشد. مثل آمار فعالیت های اقتصادی این است و یا آمار رسمی که اعلام می شود مثل تورم.....ومی بایستی اطلاعات قابلیت اتکاء داشته باشد. بتوان با آن تصمیم درست گرفت و فرصت شناسی داشت و بتوان به مراکز تصمیم گیری داد تا چارچوب تعیین کنند و کارآفرینان به سطحی از این اطلاعات به گونه ای دسترسی داشته باشند تا تصمیم درست بگیرند. و تعیین کننده است چون اگر اطلاعاتی که در بازار موجود است اگر این اطلاعات درست نباشد تصمیم درست نخواهد بود و حتی اگر همه اطلاعات درست باشد لزوماً تصمیم گیری با توجه به طرز فکر حاکم و نوع نگرش و نوع نگاه مدیریتی، کارآفرین نتواند تصمیم درست بگیرد. هر تصمیم درست مبتنی بر اطلاعات درست است و شرط لازم است اما شرط کافی نیست بر اساس اطلاعات درست تصمیم درست بگیرد لزوماً تصمیم بهتر و خوب نمی گیرد. شرط کافی این است که کارآفرینی که این اطلاعات را تجزیه تحلیل می کند توان پردازش بالایی داشته باشد تا بهترین تصمیم را بگیرد. پس کار آفرین به اطلاعاتی که دسترسی پیدا می کند اطمینان حاصل نماید و به همین دلیل باید نیز سطح محرمانگی اطلاعات حفظ شود. این موضوعی است که در مورد همه حوزه های کارآفرینی مصداق دارد

۵- نهاد دیگر که وجود دارد و خیلی مطرح می شود دسترسی به دادگاه های بی طرف است. موضوع دادگاه های بی طرف در خصوص مالکیت معنوی یک ایده برای کارآفرین است و اگر کسی مدعی باشد که ایده موجود را شما سرقت کردید، و تعارض ایجاد می شود و به خاطر همین دادگاه و جایی وجود دارد

که با توجه به منافع وزور طرفین زیر بار نرود . و چون پای منافع در اینجا مطرح است پس بیطرف بودن و مستقل بودن اون دادگاه بسیار تعیین کننده است که حقوق شما تضییع نشود. و دادگاه تخصصی می باشد. و این دادگاه ها اختلافات را حل و رای را برای کسی که به حق صاحب کسب و کار است صادر نمایند.

۴- مولفه نهادی دیگر که در شکل گیری و تثبیت فعالیت ها نقش دارد ثبات اقتصاد کلان است . معمولا ثبات معمولا با شاخص نرخ ارز و تورم است که شاخص های اساسی بی ثباتی اقتصاد کلان را مشخص می نماید. و اگر سطح قیمت ها نوسان کم داشته باشد اقتصاد دارای ثبات است و نسبت به آینده نامطمئن نیستند.

۵- وجود یک دولت مردم سالار یا دموکراتیک : منظور نظامی است که استقلال قوای سه گانه به رسمیت شناخته شده و مبنای دیگر مشروعیت که از طریق انتخابات مردمی باشد است . چرا این عامل مهم است ؟ دخالت مردم در سرنوشت کشور ، وجود آزادی های سیاسی و نقش آن ، تعیین سرنوشت به دست خود مردم

۶- بین مشارکت مردم در فعالیت اقتصادی و شکل گیری نوآوری ها و خلاقیت رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارتی در جامعه آزاد گفته می شود که خلاقیت و نوآوری را به همراه می آورد و لذا در جامعه مبتنی بر مشارکت آزادانه مردم ایده های نو براهتی شکل می گیرد.

۷- دسترسی به نیروی کار ماهر و یا گروه ها و تیم های ماهر . در واقع در شرکت های بزرگ جهانی شما افرادی را با نژاد ها و زبان های مختلف از کل جهان در کنار هم می بینید که کار می کنند و در کار خود تبحر دارند، خود گردش آزادانه نیروی کار به خودی خودی مهارت دارد ولی اگر نتواند از نیروی کار ماهر استفاده کند ابزار اساسی کار آفرین است . گرچند خود مهارت دارد ولی اگر نتواند از نیروی کار ماهر استفاده کند موفق نمی شود . پس کارآفرینی لازمه اش نیروی کار ماهر است . این نیروی ماهر در کشورهای مختلف براساس سیاست های مهاجرتی و جمعیتی و حتی آموزشی تعیین می شود. در جامعه اگر نیروی کار ماهر زیاد باشد قدرت انتخاب برای کارآفرینان افزایش می یابد . و در نتیجه تضمین بیشتری می گیریم که در کار خود موفق شویم . در نتیجه کار آفرینان بر درجه مهارت افراد حساس هستند .

منظور از نیروی کار ماهر یعنی دانش ضمنی آن بالا باشد. دانش ضمنی یعنی روش ها و فنون کاری که مختص خود فرد است و قابل انتقال نیست. دانش تجربی ، دانش آکادمیک، و سرعت یادگیری همان دانش ضمنی است . و در مقابل دانش علمی قرار دارد. که همان دانش مستقیم است.

کارآفرینی و سرمایه انسانی ، نوآوری ، سرمایه گذاری خطر پذیر

کارآفرینی و سرمایه انسانی و رابطه آنها

سرمایه انسانی دو نوع است یا مستقیم یا دانش ضمنی

دانش ضمنی همان مدرکی که می گیریم. دانش ضمنی در حین کار و فعالیت می آموزیم. روش کار حرفه ای دانش ضمنی است. باید وزن دانش ضمنی به دانش مستقیم بچربد.

سرمایه انسانی یعنی نیروی متخصص و ماهر و با دانش ضمنی

بین سرمایه انسانی و رشد اقتصادی رابطه مستقیم است. ولی همیشه در همه جوامع این ایجاد نشده است.

فرصت های برابر وجود داشته باشد و مدیریت سرمایه انسانی در تاثیر گذاری بر رشد اقتصادی مهم است. سرمایه انسانی ماند رشد نیست ، ولی می تواند مثل سرمایه فیزیکی راکد باشد.

آیا همه کسانی که سرمایه انسانی دارند کارآفرین هستند یا نه ؟ که باید گفت بستگی دارد. اگر سرمایه انسانی با مدیریت کسب و کار توامان شود در این صورت کارآفرینی رخ خواهد داد.

کارآفرینی راه پیشرفت خود را از طریق بهره مندی از سرمایه انسانی ایجاد می کند.

مدیریت منابع انسانی نخبگان بسیار دشوار است . سرمایه انسانی مقدمه نوآوری است . نوآوران کسانی هستند که واجد سرمایه انسانی کافی و لازم می باشند.

منظور از نوآوری خلق محصول یا تکنیک جدید است. خاستگاه اساسی نوآوری نیاز و آگاهی از نیاز است. تقاضا برای ایده های جدید از نیازهای جدید شکل می گیرد. منبع اساسی نوآوری تشخیص نیازهای جامعه است . فقط کسانی می توانند از نیازهای جامعه به نوآوری دست یابند که ویژگی های زیر را داشته باشند :

۱- دانش انباشته دارند و در آن کار خیره و متخصص هستند. ۲- شایستگی دارند که دو نوع است : الف -

علمی ب- تکنیکی

گاهی افراد از نظر علم و دانش بلا هستند و بعضی فوت و فن کوزه گری را می دانند . نوآوران از هیچ کاری ابا ندارند . و خطر پذیرند و در خصوص ایده خود نوآوران ساختار شکنند.

در هیچ اقتصاد انحصاری نوآوری رشد نمی کند.

بین Invention (اختراع) و Innovation (نوآوری) تفاوت وجود دارد . هر اختراعی نوآوری نیست و منجر به نوآوری نمی شود.

در بازار رقابتی نوآوری ایجاد می شود . رقابت باعث می شود که این اختراع جدید آیا نوآورانه است یا نه ؟ رقابت ارزش بازاری است که بیشتر باشد نرخ نوآوری بالاست . اگر رقابت بیشتر باشد نوآوری هم بیشتر خواهد بود.

در اقتصاد آزاد همه بنگاه های بزرگ دنیا واحد تحقیق و توسعه R&D دارند. موسسات بزرگ معمولاً ۲۰ تا ۳۰ درصد درآمد خود را به R&D اختصاص می دهند. نوآوری در شرکت ها برای کسب سود است.

نوآوری بستگی به صنعت دارد : ۱- صنعت بالا ۲- صنعت متوسط ۳- صنعت ضعیف