

کارآفرینی و مدیریت کسب و کار

علی نقی بزدان پناه

ایجاد سازمان در جهت ارضای نیاز است. درحالی که مدیریت کسب و کار کوچک، فرایند مداوم تصاحب و ادارهٔ یک کسب و کار ثبات یافته است.

ارتباط کارآفرینی و مدیریت کسب و کار

کارآفرینان منابع را از جایی که بهره‌وری پایین دارد، به جایی که بهره‌وری بالایی دارد منتقل می‌کنند. این یکی از عوامل موفقیت آن‌ها به‌شمار می‌رود، زیرا تخصیص مناسب ابزار، تجهیزات، پول، مواد خام و نیروی انسانی سبب رشد سازمان می‌شود. اما این امکان‌پذیر نیست مگر اینکه کارآفرین بتواند مهارت‌ها، توانایی‌ها و خصوصیات فردی و جمعی را در راستای اهداف سازمان به کار گیرد و هدایت دیگران را عهده‌دار شود و این‌ها همه از وظایف مدیریت کسب و کار است.

وظایف کارآفرین در مدیریت کسب و کار

۱. شرح وظایف شغلی: کارآفرین باید با آماده کردن شرح وظایف شغلی نقش کارمندان را مشخص

مقدمه

موفقیت هر کسب و کار رابطهٔ نزدیکی با چگونگی صحیح کنترل کردن امور آن دارد، در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن می‌شود. بین دو مفهوم «کارآفرینی» و «مدیریت کسب و کار» تفاوت چندان و یا مشخص نمی‌توان قائل شد و این دو مفهوم را به‌طور مستقل از هم بررسی کرد. معیار تعریف کسب و کار در کشورهای مختلف برحسب شرایط و نیازهای هر کشور متفاوت است، ولی غالباً براساس تعداد کارکنان یا میزان درآمدهای سالانه تعریف می‌شود. «کمیتۀ توسعهٔ اقتصادی آمریکا» کسب و کار را چنین تعریف می‌کند. کسب و کار باید حداقل دو شرط از این چهار شرط را داشته باشد: ۱. مدیریت مستقل؛ ۲. تأمین سرمایه از طریق یک نفر یا جمع محدود از افراد؛ ۳. انجام فعالیت‌ها به‌صورت عملی؛ ۴. کوچک بودن در برابر بزرگ‌ترین رقیب.

تفاوت کارآفرینی و مدیریت کسب و کار

کارآفرینی فرایند شناخت فرصت‌هایی است که برای آن‌ها بازار وجود دارد و پذیرش ریسک برای

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی، کسب و کار، شغل مدیریت

کند. شرح وظایف شغلی جزئیات کار را که اجرا می‌شود و مهارت‌ها و شرایط ویژه‌ای را که متضمن اجرای کار است، مشخص می‌کند، شرح وظایف شغلی باید حاوی خلاصه‌ای از شغل‌ها، مهارت‌ها یا تجربه‌های لازم و خلاصه‌ای از وظایف و مسئولیت‌ها، توانایی افراد و استانداردهای اجرایی باشد. شرح وظایف شغلی برای داوطلبان استخدام مشخص می‌کند که چه انتظاراتی از آن‌ها می‌رود. بنابراین شرح وظایف شغلی عبارت است از بیان واقعیت درباره کیفیت وظایف و مسئولیت‌های مربوط به شغل‌ها.

۲. **تفویض اختیار:** با توجه به این واقعیت که هیچ‌کس بهتر از کارآفرین یا مدیرعامل، اصول اولیه کسب‌وکار را درک نمی‌کند، کارآفرینان باید تا حد امکان تمام تصمیمات را هم خود اتخاذ کنند و تسلط کاملی بر افرادی داشته باشند که تصمیمات مالی بیش از مبلغی معین را به عهده دارند. شرکت هرچه بزرگ‌تر شود، تصمیماتی که برعهده کارآفرینان است بیشتر می‌شود.

هرچند که کارآفرین در امور جزئی، مثل تعیین کاغذهایی که شرکت می‌خرد، دخالت ندارد، ولی به‌طور قطع باید از قیمت و توانایی رایانه‌ای که قرار است خریداری شود، آگاه باشد.

۳. **نقش هیئت مدیره و مشاوران:** کارآفرینان و یا مدیرعامل در مدیریت کسب‌وکار ممکن است به ضرورت وجود هیئت مدیره یا هیئت مشاوران در سازمان خود اذعان نمایند.

۴. **بازاریابی:** یکی از مهم‌ترین نقش‌های کارآفرینان ترکیب دانش فنی و تکنولوژی یا نیازهای بازار است بنابراین بازاریابی عبارت از فعالیتی انسانی به‌منظور تأمین نیازهای خریداران از طریق فرایند مبادله است.

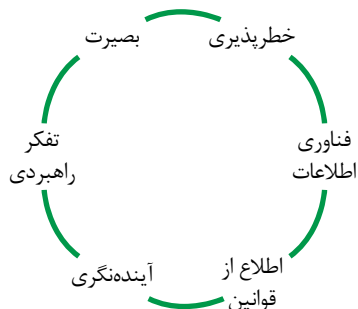
مدیریت بازاریابی

مدیریت بازاریابی عبارت است از تجزیه و تحلیل، طرح‌ریزی اجرا و کنترل برنامه‌های تعیین شده برای فراهم آوردن مبادلات مطلوب با بازارهای موردنظر به‌منظور دستیابی به هدف‌های سازمان. وظایف اصلی مدیریت بازاریابی شامل منظم کردن سطح تقاضا و زمانبندی آن و ارائه مشخصات تقاضا برای دستیابی به اهداف سازمان است. به عبارت

دیگر، مدیریت بازاریابی مدیریت تقاضاست. در گرایش بازاریابی، سازمان رسالت خود را در ارضای خواسته‌های مشتریان می‌داند و باور دارد که این رضایت باعث ایجاد وفاداری و اعتقاد و تکرار معامله و تجارت در نهایت سبب برآورده شدن هدف‌های سازمان می‌شود و البته از ملزومات آن تحقیقات بازاریابی است.

تحقیقات بازاریابی عبارت است از فعالیت‌هایی که ارتباط بازاری بین مصرف‌کنندگان، خریداران، عامه مردم و مدیران بازاریابی از طریق تبادل اطلاعات را بررسی می‌کنند. آنچه که کارآفرینان را از دانشمندان و مخترعان جدا می‌سازد، تمرکز شدید آن‌ها بر بازار و نیازهای آن است که این مهم جز در سایه داشتن مهارت و دانش شناخت بازار و مدیریت بازار امکانپذیر نخواهد بود.

توسعه کسب‌وکار و مؤلفه‌های تأثیرگذار



نمودار ۱

خطرپذیری: بعضی مسائل بر توسعه کسب‌وکار ارجحیت دارند. اگر بخواهید تجارت خود را توسعه بخشید یا حتی در همان اندازه کوچک خود به موفقیت برسید، عامل رشد و ترقی یکی از مهم‌ترین عوامل است. جرعه این رشد از همان شروع کار در مراحل اولیه زده می‌شود. در حقیقت گشودن بال‌ها و جست‌وجوی یک افق تجاری جدید یک دوره محسوب می‌شود. در هر صورت همانند مراحل اولیه توسعه، رشد تجاری نیازمند تدارکات اولیه، تعهدات جدی و تمایل برای محاسبه خطرات موجود است. منابع زیادی در توسعه و رشد تجارت به شما کمک خواهند کرد.

**کارآفرینی
فرایند شناخت
فرصت‌هایی است
که برای آن‌ها بازار
وجود دارد**

**درحالی‌که
مدیریت کسب‌وکار
کوچک، فرایند
مداوم تصاحب و
اداره یک کسب‌وکار
ثبات یافته است**

فناوری اطلاعات: پیتزر دراکر در اوایل دهه ۱۹۶۰ گفته است: «دانش، در زمانی که ما از اقتصاد کالایی به اقتصاد اطلاعاتی تغییر وضعیت داده‌ایم، اساس اقتصاد نوین را تشکیل می‌دهد.» بهره برداری کارآمد از اطلاعات مهم‌ترین عامل پیشرفت و کارایی کسب کارها در عصر حاضر است. به‌طوری که چگونگی و روش جمع‌آوری اطلاعات و مدیریت کاربرد اطلاعات، سرنوشت شکست و یا بقای یک شرکت یا سازمان را رقم می‌زند.

امروزه اطلاعات فراتر از مواد اولیه، سرمایه، نیروی انسانی و ماشین‌آلات به اساسی‌ترین رکن تولید تبدیل شده است. کسب‌وکار موفق، کسب‌وکاری است که اطلاعات را به‌عنوان منبع تعیین‌کننده و سرنوشت‌ساز در تصمیم‌گیری تلقی می‌کند و مدیریت بهینه اطلاعات را برای فعالیت‌ها ضروری می‌داند.

اطلاع از قوانین: باید مطمئن شوید هنگام پیشنهاد قوانین تأثیرگذار در کسب‌وکار کوچک، صدای شما شنیده می‌شود. معمولاً در خصوص کسب‌وکارهای کوچک انتقادهایی از نظر قانون‌گذاری وجود دارد. با یادگیری چگونگی ایجاد قوانین، پیگیری قوانین مطرح شده، مطالعه تحلیل‌های صورت گرفته توسط متخصصان و توضیح قوانین طرح شده، سعی کنید صدای خود را در زمان انجام فرایندهای قانون‌گذاری به گوش افراد برسانید. در خصوص قوانین به درک بهتری دست پیدا کنید که بر تجارت کوچک شما تأثیر بگذارد. با یادگیری چگونگی و دلیل ایجاد وضع قوانین شروع کنید.

آینده‌نگری: پیش‌بینی و برنامه‌ریزی در موفقیت مستمر شما تأثیر حیاتی دارد. بررسی میزان و مقدار حرکت به‌معنای آینده‌نگری است؛ حتی اگر شما به زمان حال توجه داشته باشید.

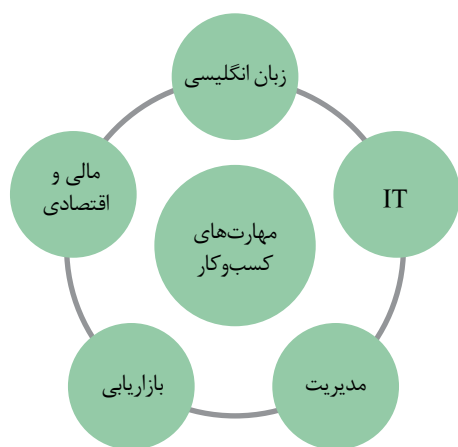
تفکر راهبردی: برای آنکه رهبر نافذی باشید، باید مهارت‌های خود را از طریق تفکر راهبردی توسعه دهید. این تفکر فرایندی است که با آن دید تجاری شما توسعه می‌یابد و توانایی‌های خود را در کار تیمی و حل مشکلات تقویت می‌کنید. همچنین به شما در مواجهه با تغییرات کمک می‌کند تا برای معاملات خود طرح‌ریزی داشته باشید و فرصت‌ها و احتمالات موجود را در نظر بگیرید.

تفکر راهبردی شما را ملزم می‌کند که به یک پیامد ایده‌آل در خصوص کسب‌وکار برسید و آن‌گاه از طریق توجه به چگونگی دست یافتن به این دیدگاه و توسعه دید راهبردی برای عملکردهای تجاری، روی

نکات عقب‌مانده کار کنید.

بصیرت: موفقیت در کسب‌وکار هیچ‌گاه به‌صورت خودبه‌خودی و یا براساس شانس به‌دست نمی‌آید. همان‌طور که گفته شد، موفقیت اصولاً به‌سازمان‌دهی و بصیرت فرد راه‌انداز کسب‌وکار بستگی دارد و تضمینی برای آن وجود ندارد. شروع هر کسب‌وکار همیشه ریسک‌پذیر است و شانس موفقیت اندک است.

مهارت‌های کسب‌وکار آینده‌ساز



نمودار ۲

در جوامع امروزی هر شهروند به‌عنوان انسان عصر اطلاعات، نیازمند سلسله توانایی‌هایی است که با کمک آن‌ها بتواند، یک کسب‌وکاری را شروع کرده و ضمن هدایت درست آن، موجبات پیشرفت کسب‌وکار را نیز فراهم آورد. پنج عامل عنوان شده در نمودار ۲ در اصل بیش از اینکه مهارت و توانایی به‌شمار بیایند، نیازهای ضروری انسان امروز به‌نظر می‌رسند و هر یک را به شرح زیر می‌توان توضیح داد:

- **زبان انگلیسی:** توانایی به‌کارگیری زبان انگلیسی؛
- **IT:** توانایی کار با رایانه، توانایی استفاده از اینترنت، آشنایی با روش‌ها و قوانین تجارت الکترونیکی؛
- **مدیریت:** توان سرپرستی و راهبری؛
- **بازاریابی:** آشنایی با خرید، فروش و تبلیغات؛
- **مالی و اقتصادی:** حسابداری، مفاهیم هزینه و درآمد و آشنایی با مسائل اقتصادی.

در جوامع امروزی

هر شهروند

به‌عنوان انسان

عصر اطلاعات،

نیازمند سلسله

توانایی‌هایی

است که با کمک

آن‌ها بتواند، یک

کسب‌وکاری را شروع

کرده و ضمن هدایت

درست آن، موجبات

پیشرفت کسب‌وکار را

نیز فراهم آورد

* منابع

۱. دفت، ریچارد ال. (۱۳۷۴). مبانی تئوری و طراحی سازمانی (ج ۱). ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. تهران: چاپ چهارم.
۲. رایبیز، استیفن (۱۳۸۰). تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها). ترجمه مهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. تهران: چاپ دوم.
۳. هوی، وین کی و میسکل، سیسل (۱۳۸۲). تئوری، تحقیق و عمل در مدیریت آموزشی. ترجمه میرمحمد سیدعباس‌زاده‌انتشارات دانشگاه ارومیه.