

## شناسایی فرصت در سبک زندگی کارآفرینی

درک فرصت مهمترین عنصر در فرایند کارآفرینی است و مهارت شناسایی فرصت در محیط اجتماعی یکی از مولفه های اصلی در سبک زندگی کارآفرینی محسوب می گردد. شناسایی و درک فرصت، ارزیابی و بهره برداری از آن، مهارتی است که کارآفرینان به دلیل ویژگی خاصی که دارند توانایی دیدن آن را پیدا می کنند. البته ویژگی خاص کارآفرینی به معنی آن نیست که همه افراد قادر نیستند کارآفرین باشند و یا نتوانند فعالیت کارآفرینی داشته باشند. همانطور که در مباحث گذشته گفته شد، هر کسی می تواند با هر مهارت و توانایی کارآفرین باشد و کارآفرینی منحصر به افراد خاص و ویژه نیست. اما به هر حال در هر شیوه ای از زندگی، ایجاد تغییر به سمت بهبود و پیشرفت نیازمند حرکتی خاص هر چند کوچک است و مهارت و توانایی این حرکت و نوآوری در گرو شناخت فرصتهای محیطی و درک درست از آنها و در نهایت بهره برداری از این فرصت است.

در همه مدل های کارآفرینی تشخیص فرصت بخش محوری و اصلی فرایند کارآفرینانه است. در واقع محوریت و قلب اکثر الگوهای کارآفرینی درک فرصت است. این سوال پیش می آید که، فرصت به چه معنی است و چه وقت می توان گفت که در حال حاضر فرصت برای اقدام کارآفرینانه وجود دارد و یا در محیطی فرصتی برای تغییر نیست؟ در حالت کلی فرصت شرایطی است که بر اساس آن، افراد گزینه هایی را به صورت نوآورانه تشخیص می دهند و امکان معرفی محصول، خدمت و فرایند شکل سازمانی و یا بازاری جدید، برای آنها فراهم می شود که منافع حاصل از آن بیشتر از هزینه های آن است.

بنا براین، با توجه به نقش محوری فرصت در فرایند کارآفرینانه چه عواملی بر آن تاثیر می گذارند؟ در واقع چه شرایطی باید وجود داشته باشد تا زمینه شناخت فرصت برای افراد (به ویژه افراد کارآفرین) فراهم گردد. در این خصوص نظرات متفاوتی وجود دارد. برخی معتقدند که فرصتها بدون در نظر گرفتن منابع در دسترس هستند و فرد کارآفرین بدون در نظر داشتن شرایط آنها را تعقیب می کند. در واقع بر اساس این نظریه فرصتها موقعیتهایی در آینده هستند که امکان پذیر و مطلوب به نظر می رسند. فرصتها کاملاً نسبی هستند یعنی از فردی به فرد دیگر و از زمانی به زمان دیگر متفاوت هستند.

برخی مکاتب نیز معتقد هستند که محیط در شکل‌گیری فرصت‌ها نقش موثری دارد، بر مبنای این مدل تغییرات محیطی شرایطی را در بازار ایجاد می‌کنند که کارآفرینان می‌توانند از آن استفاده کنند و فعالیت‌های کارآفرینانه را به ظهور برسانند.

برخی هم تشخیص فرصت را فرایندی می‌دانند که تحت کنترل کارآفرینان قرار دارد. در این مدل فرصت‌ها پس از اینکه کارآفرین آمادگی‌های لازم را کسب کند قابل شناسایی و تشخیص هستند، این فرصت‌ها پس از شناسایی توسط کارآفرین در انحصار او قرار می‌گیرند و دیگر برای دیگران قابل دسترس نیستند. در همه مدل‌ها تشخیص فرصت مستلزم زمان است و در طول زمان ایجاد و شناسایی می‌شود.

شاید لازم باشد که از کارآفرینی هم تعریفی داشته باشیم، از کارآفرینی در حوزه‌های مختلف علوم اعم از اجتماعی، اقتصاد، مدیریت و... تعاریف متفاوتی ارائه شده است در حالت کلی، کارآفرینی فرایندی است که طی آن فردی به نام کارآفرین که گرایش‌های شناختی خاصی دارد به دلیل دانش قبلی در حوزه خاص توانایی تشخیص یک فرصت را می‌یابد و پس از ارزیابی و تشخیص ارزش تجاری آن، منابع و اطلاعات لازم برای بهره‌برداری از آن فرصت را کسب می‌کند. در واقع شروع کارآفرینی از طریق شناسایی فرصت اتفاق می‌افتد. با توجه به اینکه شناخت فرصت اولین و مهمترین مرحله در کارآفرینی است، فرآیند کارآفرینی نیز تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیات را در بر می‌گیرد که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد. در این رویکرد منظور از دانش، لزوماً تخصص دانشگاهی نیست می‌تواند هرگونه مهارت و دانشی در یک حوزه کسب و کار و یا فعالیت‌های مربوط به زندگی اجتماعی باشد. زمانیکه دانش و مهارت در موضوع مورد علاقه و یا نیاز، با ویژگی‌های شخصیتی افراد مانند میل به موفقیت و پیشرفت، خلاقیت، نوآوری، تحمل شرایط ابهام و ریسک‌پذیری با توانایی شکل‌دهی و یا کشف شبکه‌ها و زنجیره‌های فعال در کسب و کار و یا موضوع فعالیت مورد نظر با هم در یک فرد متمرکز شوند شرایط برای شروع یک رویداد کارآفرینی و فعالیت کارآفرینانه فراهم می‌گردد.

"فرصت" در فرهنگ لغت به معنی وقت مناسب برای انجام دادن کاری است. در تعریف می‌توان گفت فرصت همان منفعت بالقوه است، یعنی وضعیت و شرایطی که از قابلیت تبدیل شدن به منفعت برخوردار باشد. در جامعه هر جا نیاز، تقاضای برآورده نشده،

کمبود، مشکل و وضعیت نامطلوب وجود داشته باشد مصداق بارز فرصت است تا از درون آن سود و منفعت استخراج گردد، در واقع ارزش ایجاد گردد. همان چیزی که در فرایند کارآفرینی اتفاق می افتد. - استفاده خلاقانه از فرصتها برای تبدیل به محصول، مثل کالا و خدمات کارآفرینی محسوب می گردد-.

"فرصت" را می توان معادل زمینه، بستر و وضعیت نیز در نظر گرفت. فرصتها همیشه در محیط اطراف ما وجود دارند و کسانی می توانند از آن ها استفاده کنند که مهارتهای مربوط به درک و شناخت فرصت را کسب کرده باشند و نسبت به محیط پیرامون خود حساس باشند و ایده ای برای آنکه این فرصت بالقوه را به فعلیت برسانند داشته باشند. با دانستن این موضوع که مهارتها اکتسابی هستند، می توان از طریق آموزش در فرایند یادگیری، مهارت مورد نیاز را برای درک و شناخت فرصتها آموخت. بنابراین آموزشها و مهارتهایی که می آموزیم بایستی متناسب با فرصت یا همان بستری باشد که در آن به سر می بریم، تا توانایی به فعلیت در آوردن فرصت های موجود در محیط را برای ما ایجاد کند.

تهیه کننده: ثریا آرون، دفتر توسعه کارآفرینی