> فرد باید روحیه شکست ناپذیر داشته باشد. باید دانست که درصد بسیار کمی از کسب‌وکارها بیش از پنج سال دوام می‌آورند و بسیاری از آنها شکست می‌خورند

کارآفرین بودن؛ سبکی از زندگی اجتماعی

زندگی‌ات را رنگی کن

سارا مومنی
دکترای مدیریت رسانه

صاحب‌نظران، عموما سبک زندگی را در دو سطح فردی و اجتماعی می‌بینند. در تعریفی خلاصه و کوتاه سبک زندگی همان راه و روشی است که فرد برای تمام ابعاد زندگی‌اش انتخاب می‌کند.

مهم‌ترین مسأله در انتخاب راه و روش زندگی، خلاقیت، اجزا و عناصر گزینشی آن است. صاحب‌نظران مبنای این انتخاب و گزینش را ذوق و سلیقه یا اصطلاحا ترجیحات می‌نامند. کارآفرین بودن و انتخاب کارآفرین، سبکی از زندگی را پیش روی فردی می‌گذارد که از زندگی افراد دیگر مجزا بوده و با آنها تفاوت دارد. در واقع باید به این نکته توجه داشت که کارآفرینی، شغل نیست بلکه یک سبک زندگی است. فرد با کارآفرین بودن تعریف می‌شود. تمام ابعاد سبک زندگی فرد با کارآفرین بودن تغییر می‌کند.

خواب، خوراک، دانش، حضور اجتماعی، هویت ملی و فردی، وضعیت خانواده و حضور در خانواده، تفریحات، سرگرمی‌ها و سایر ابعاد سبک زندگی یک کارآفرین از دیگران متمایز است.

جملاتی که به‌اصطلاح برای آشنایی با سختی‌ها و متفاوت بودن کارآفرینی به کار می‌برند، این است که مثلا: «ساعت ۶ به خانه رفتن را فراموش کنید»، «آخرین لحظات شب شما با چک کردن ایمیل خواهد گذشت»، «اضطراب این کار بالاست و ثبات کاری در آن پایین است.» اما همچنان به دشواری‌هایش می‌ارزد، چون با انتخاب کارآفرینی شما در صدد برطرف کردن نیازخود به رشد و شکوفایی که برآمده از یک حس درونی است، هستید.

توجه به مهارت‌ها و تلاش برای توسعه مهارت‌های فردی، فعالیتی است که به صورت دائمی در زندگی همه ما وجود دارد و باید وجود داشته باشد اما طبیعی است کسی که به کارآفرینی و ایجاد یک کسب‌وکار جدید فکر می‌کند یا این‌که کسب‌وکار کوچکی را خلق کرده و در حال مدیریت آن است، چاره‌ای ندارد جز این‌که یادگیری و بهبود برخی مهارت‌ها را در صدر فهرست اولویت‌های خود قرار دهد.

زمانی که فرد، کارآفرین بودن را انتخاب می‌کند به سختی‌های راه آن آگاه است. فرد باید روحیه شکست‌ناپذیر داشته باشد. باید دانست که درصد بسیار کمی از کسب‌وکارها بیش از پنج سال دوام می‌آورند و بسیاری از آنها شکست می‌خورند.

دلایل شکست همیشه یکی نیست. یک کسب‌وکار ممکن است به علت نداشتن نقدینگی کافی شکست بخورد و دیگری به علت تصمیمات نادرست.

درک این مسأله مهم است که آشنایی با شکست و مکانیزم‌های آن و همین‌طور ابعاد مختلف شکست، احتمال وقوع آن را کم می‌کند، چراکه می‌توان نشانه‌های ابتدایی شکست را در ابتدای کار دید و به دنبال راه حلی برای مسأله پیش‌آمده بود.

در کنار آمادگی شکست، مهارت مدیریت بحران برای یک کارآفرین مطرح می‌شود. بحران در تمام کسب‌وکارها وجود دارد اما توانایی مدیریت بحران برای کارآفرین یک کسب‌وکار کوچک خیلی مهم است. ماجرای کسب‌وکار کوچک و مدیریت بحران را به مثال قدیمی «درخانه مور، شبنمی توفان است» هم ارجاع می‌دهند. کسب‌وکارهای کوچک به محیط وابستگی زیادی دارند، بنابراین وقوع بحران برای آنها فقط به معنی شکست نیست بلکه می‌تواند سرنوشت آنها را تغییر دهد.

برای کارآفرین بودن باید شخصیت ریسک‌پذیری داشت. ریسک را می‌توان هم به عنوان یک صفت شخصیتی و هم به عنوان یک مهارت فردی در نظر گرفت. باید توانایی مواجهه با شرایط مبهم و تصمیم‌گیری در همان شرایط را داشت.

> **کارآفرینی با یک ایده و شناخت یک نیاز جامعه شروع می‌شود. از همان ابتدا در راه کارآفرین بودن نمی‌توان به کسب‌وکارهای بزرگ رسید و شروع کارآفرینی با گام‌های کوچک اما محکم و کسب‌وکارهای کوچک است**

برای کارآفرین بودن الزاما نیازی به این نیست که اگر فرد شغلی دارد، آن را ترک کند. می‌توان با کمک همان سازمانی که فرد در آن شاغل است، کارآفرین بود.

کارآفرینی به آموزش‌های اولیه به‌طور موازی یا حتی پیش از تجربه نیاز دارد که فرد را از محیط پرخطر شکست در این راه دور کند. چراکه بسیاری از کسب‌وکارهای جوان با یک یا چند اشتباه، ممکن است توسط شرکت‌های بزرگ‌تر و سرمایه‌گذاران بلعیده شود.

یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی که کارآفرین باید به آن تسلط داشته باشد، مهارت برنامه‌ریزی است. دشواری مدیریت کسب‌وکار کوچک این است که خلق، ارزیابی و همسو کردن برنامه‌ها توسط یک یا دو فرد کلیدی انجام می‌شود درحالی‌که در کسب‌وکارهای بزرگ، واحدهای مختلفی برای این مسأله وجود دارد. اثر برنامه‌ریزی در کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک به سرعت اثر خود را نشان خواهد داد.

کارآفرینی با یک ایده و شناخت یک نیاز جامعه شروع می‌شود. از همان ابتدا در راه کارآفرین بودن نمی‌توان به کسب‌وکارهای بزرگ رسید و شروع کارآفرینی با گام‌های کوچک اما محکم و کسب‌وکارهای کوچک است.

ایده کسب‌وکار کوچک را باید هسته اصلی کسب‌وکار دانست که با تلاش و سرمایه‌گذاری بارور و باعث می‌شود در صورت موفقیت آن کارآفرین، آن ایده به یک مجموعه اقتصادی واقعی تبدیل شود.

ارزش‌آفرینی و ثروت‌آفرینی دو ویژگی مهم ایده کارآفرین هستند. به این معنا که ایده، ضرورت و ارزش تبدیل شدن به واقعیت را داشته باشد. عموما ایده‌های برآمده از کشف یک نیاز، این ویژگی را دارد که ارزش‌آفرین هستند و به تبع آن ثروت‌آفرین هم خواهند بود.

آخرین نکته، شبکه داشتن یک کارآفرین است. شروع کار با افراد توانمند در شبکه ارتباطی کارآفرین، اهمیت ویژه‌ای برای مراحل اولیه یک کسب‌وکار کوچک دارد.

بنابراین کارآفرینی گرچه در ابتدای کار امری فردی است اما برای ادامه و رشد کسب‌وکار خود نیاز به کار گروهی و روحیه کار تیمی و جمعی دارد.