

کارآفرینان و نیاز به موفقیت

چکیده

نیاز به موفقیت (NEED FOR ACHIEVEMENT) 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.

مقدمه

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. این پدیده نخستین بار به صورت علمی مورد توجه روان شناس مشهور دانشگاه هاروارد **مک کله لند** قرار گرفت. او و همکارانش بیش از ۲۰ سال به انواع پژوهشها در مورد این نیاز مبرم که ویژه نوع آدمی است، پرداختند. پژوهشهای وی و سایر پژوهشگران در سایر کشورها باعث شد که موضوع انگیزش در جامع ترین شکل خود مورد پژوهش قرار گیرد و نظریه به نسبت جامعی در رابطه با نیاز به موفقیت، پدید آید. (از آنجایی که نیاز به موفقیت یکی از ویژگیهای مهم کارآفرینان محسوب می شود، در ابتدای مقاله، نقش نیاز به موفقیت در کارآفرینان و رویکرد ویژگیها مورد توجه قرار می گیرد، سپس مطالب کامل تری درباره این نیاز مهم ارائه می شود.

کارآفرینی و رویکرد ویژگیها

بسیاری از پژوهشگران و نظریه پردازان، درباره ویژگیهای کارآفرینان اظهار نظرهای گوناگونی ارائه کرده اند. اما برخی از این ویژگیها همیشه مورد توجه پژوهشگران بوده است:

۱. فرصت طلبی: کارآفرین، شخصی است که ارزش فرصتهای پیرامون خود را درک کرده، چیزی را خلق و یا در آن تغییراتی ایجاد می کند. کارآفرینی یعنی آگاهی از فرصتهای سودآور و کشف نشده. زمانی که همه مردم محیط اطراف خود را مملو از تناقض، هرج و مرج و نابسامانی می بینند، فقط کارآفرین است که می تواند قاطعانه نسبت به موقعیت های محیط عکس العمل مناسب نشان داده، از فرصت ها استفاده کند و یا حتی تهدیدها را به فرصت تبدیل کرده، به نفع خود و جامعه از آن بهره برداری کند. دیگران ممکن است موقعیت را ببینند، بشنوند، یاد بگیرند و حتی تا اندازه ای تجربه کنند اما فقط کارآفرین از آن به گونه مطلوب استفاده کرده، آن را تبدیل به یک موقعیت اقتصادی می کند.

۲. ریسک پذیری: کارآفرینان از جنب و جوش کارهای بزرگ لذت می برند اما دست به قمار نمی زنند؛ از ریسک پایین پرهیز می کنند، زیرا جنب و جوشی ندارد؛ از ریسک بالا نیز پرهیز می کنند زیرا خواهان موفقیت اند. کارآفرینان آنگاه که تصمیم گرفتند که در یک پروژه اقتصادی شرکت کنند، بسیار حساب شده و با دقت فراوان عمل می کنند و هر چه را که ممکن باشد انجام می دهند، تا شرایط را به سود خود برگردانند و غالباً بیهوده ریسک نمی کنند. کارآفرین از ریسکهای افراطی به خاطر ترس از نرسیدن به مقصد (کمال اقتصادی) و از کارهای معمولی و کم ریسک، به خاطر دیر رسیدن به مقصد، گریزان است، بنابراین، کارهایی با ریسک متوسط، برای او جذابیت بیشتری دارند.

۳. خلاقیت و نوآوری: خلاقیت جوهره کارآفرینی است. تاروپود فرهنگ کارآفرینی از جنس خلاقیت، نوآوری و سخت کوشی بافته شده است. فرهنگ کارآفرینی بر بها دادن به خلاقیت و نوآوری استوار است. کارآفرینان افراد خلاق هستند که ایده هایی نو دارند و آنها را در یک شرکت به سرانجام می رسانند. به طور اساسی، کارآفرینی یک فعالیت خلاق برای به دست آوردن ارزش از راه ایجاد یک شرکت یا سازمان است. در واقع عنصر خلاقیت در بطن زندگی کارآفرین حضور دارد.

۴. نیاز به موفقیت: همه انسانها دوست دارند موفق شوند. یک فرد عادی همانند یک کارآفرین علاقه مند به موفقیت است، اما تفاوت در سبکهای برخورد با این مقوله و عامل انتظار پاداش موجب ایجاد تفاوت در میزان انگیزه موفقیت می شود. در افراد معمولی، موفقیت در چندین هدف برایشان مطرح است و به صورت عرضی این هدفها را در کنار هم قرار می دهند. افراد عادی اکثر اوقات یا توان و انگیزه خود را بین هدفهای مورد نظر تقسیم می کنند، یا به صورت متناوب هر از چند گاهی به یکی از هدفها توجه می کنند. در این مورد، شخص همیشه در حالتی از اضطراب به سر می برد، زیرا زمانی که به یکی از هدفهای مورد نظر توجه می کند، از هدفهای دیگر باز می ماند و خود را مقصر می داند. بنابراین همیشه نگران است. اما یک کارآفرین معمولاً هدفهای خود را ترکیب کرده و در قالب یک هدف واحد آنها پی گیری می کند و یا هدفهای خود را به صورت طولی در امتداد هم قرار می دهد، و کاملاً توان و انگیزه خود را برای رسیدن به آن هدفها (هدفهای متمرکز شده) سرمایه گذاری می کند. برای تقویت انگیزه افراد، راههای مختلفی وجود دارد، اما مهم ترین اصول در این زمینه همسویی هدفهاست. کارآفرینان با توجه به اینکه معمولاً از کنترل درونی برخوردار می باشند، بنابراین عامل پاداش و تشویق را در خود جستجو می کنند، به همین خاطر از توانایی خود انگیزشی بالایی برخوردارند. اما افراد عادی ممکن است که بیشتر به مشوقهای بیرونی توجه کنند و در نبود مشوقهای بیرونی دچار کمبود انگیزه شوند. اکثر

مردم می‌خواهند به هدفهایی برسند که مشابه همان چیزی است که می‌توانند انجام دهند. اما کارآفرین کسی است که می‌تواند خود را برانگیزاند تا در کار خود، بازدهی چنان بالایی داشته باشد که باید داشته باشد. برخی از شواهد جالب، ارتباط بین سطح انگیزه موفقیت و قابلیت سازندگی يك جامعه را نشان داده است. این شواهد به این موضوع اشاره دارند که انگیزه موفقیت می‌تواند پیشرفت اقتصادی و تکنولوژیکی را تغذیه کند و موجب گسترش آن شود. آنهایی که انگیزه قوی موفقیت ندارند بیشتر تکالیفی را انتخاب می‌کنند که امکان خطر در آنها کم یا زیاد است و از خودارزیابی واقع‌بینانه که برای تنظیم و طرح‌ریزی هدفهای معقول ضروری است، دوری می‌کنند. (مقصودی، ۱۳۸۵)

باید گفت تعریف مجموعه ای از صفاتی که کارآفرین ایده آل را به تصویر بکشد، امکان پذیر نیست و از طرفی هرکارآفرینی، تمام ویژگیهای به دست آمده در پژوهشهای کارآفرینی را ندارد. به منظور روشن تر شدن این رویکرد و نقش نیاز به موفقیت در آن، به برخی دیگر از پژوهشهای مهم پژوهشگران درباره ویژگیهای کارآفرین اشاره می‌شود کاربلسکی (۱۹۸۰) بعضی از ویژگیهای کارآفرینان را این گونه بیان کرد:

۱. نیاز به موفقیت، خلاقیت و ابتکار، ریسک‌پذیری، تدوین هدفها، اعتماد به نفس، _ مرکز کنترل درونی، نیاز به استقلال، انگیزش و تعهد و پایداری (RASHEED, ۲۰۰۰).

۲. _کرید (۱۹۸۸) بازنگری کاملی در ادبیات کارآفرینی انجام داد و به این نتیجه رسید که ویژگیهای اصلی کارآفرینان نیاز به موفقیت، نیاز به استقلال، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس است (HALL, ۱۹۹۶).

۳. _مطالعه دیگری توسط دانشگاه دورهام انگلستان انجام گرفت. در این مطالعه ۱۶ کارآفرین دانش آموخته و صاحبان بیش از ۱۰۰ کسب و کار کوچک اقتصادی مورد بررسی قرار گرفتند و ۷ عامل اساسی که بیشترین تأثیر را در موفقیت این افراد داشته است، مورد شناسایی قرار گرفت:

۱. **دورنما** : توانایی طرح ریزی ایده هایی درباره آینده، که فرد دوست دارد فعالیتهای کاری اش به آن نقطه برسد.

۲. **نیاز به موفقیت** : انگیزه برای موفق شدن و توانایی تدوین هدفها و ساختارهای مناسب برای تحقق آنها.

۳. **نیاز به استقلال** : مستقل بودن و در عین حال توانایی پذیرش راهنمایی ها و انتقادهای دیگران.

۴. **ریسکهای حساب شده** : توانایی ارزیابی ریسک و تدوین استراتژی‌هایی برای کاهش آن.

۵. **تمایل به استفاده از فرصتها** : توانایی درک فرصتها برای توسعه فعالیتهای کاری در محیط گوناگون.

۶. **مرکز کنترل درونی** : پذیرش مسئولیتهای فردی در قبال عملکرد کاری به جای توجیه موفقیت ها یا شکست ها به وسیله عوامل بیرونی، مانند: شانس یا تصادف.

۷. **خلاقیت و نوآوری** : همان‌گونه که ملاحظه شد نیاز به موفقیت یکی از مهمترین ویژگیهای کارآفرینان است که در تمام تحقیقات کارآفرینی مورد توجه ویژه قرار گرفته است. در ادامه، به تعریف این نیاز و پژوهشهای مختلف درباره آن می‌پردازیم.

نیاز به موفقیت چیست؟

شناسایی **نیاز به موفقیت** یکی از مهمترین کارهای **مک کله لند** بوده است. او نخستین پژوهشگری بود که این نیاز را شناسایی کرد. او و دیگر همکارانش در دانشگاه هاروارد بیش از بیست سال به مطالعه و بحث درباره این نیاز پرداختند. این پژوهشها **مک کله لند** را به این باور رساند که نیاز به موفقیت یکی از نیازهای اساسی انسانهاست که می‌تواند او را از دیگر نیازها متمایز سازد.

نیاز به موفقیت نوع ویژه‌ای از انگیزه است که شامل يك احساس درونی و قوی نسبت به موفقیت می‌باشد. **مک کله لند** براین باور است که :نیاز به موفقیت بر مبنای انتظار انجام کارهای بهتر و سریع‌تر از دیگران، یا انجام بهتر این کارها نسبت به گذشته است .

پژوهشها در زمینه نیاز به موفقیت

مک کله لند کار خود را با این پرسش شروع کرد که چرا برخی از کشورها از توسعه اقتصادی برخوردار هستند و برخی دیگر توسعه نیافته اند. او به دنبال عوامل مفقوده‌ای بود که موجب توسعه نیافتگی شده است. **مک کله لند** در جستجوی این عوامل، مسئله انگیزش را در قالب ویروس ذهنی با عنوان **نیاز به موفقیت** مورد توجه قرار داد و براین باور بود که این موضوع از یافته‌های روان‌شناسی در مورد رشد و توسعه اقتصادی است. وی این ویروس ذهنی را روش ویژه‌ای از فکر کردن می‌داند که به نسبت کمیاب است ولی هنگامی که در شخص به

وجود آید، وی را وادار می سازد که به شکل ویژه ای پشتکار داشته باشد. در ذهن این شخص، این ویروس ذهنی نمودار اندیشه‌هایی است که با خوب انجام دادن کار و یا انجام دادن کاری که بهتر از گذشته در ارتباط است؛ یعنی کاراتر، اثربخش‌تر، با زحمت کمتر و با نتیجه بهتر، همراه است.

از نظر مك كله لند؛ درونی ساختن نیاز به موفقیت باید از راه فرایند جامعه پذیری از همان اوایل زندگی افراد صورت گیرد، سپس باید از راه آموزشهای لازم این نیاز تقویت شود.

از دیدگاه مك كله لند نیاز به موفقیت را نباید تنها عامل لازم برای نوسازی تلقی کرد بلکه باید آن را به عنوان عامل کلیدی در نظر گرفت. (ازکیا، ۱۳۷۷)

در پاسخ به این پرسش که چگونه این انگیزه قوی در بعضی اشخاص به وجود می آید و در بعضی دیگر دیده نمی‌شود، یا اینکه چرا در بعضی از جوامع این انگیزه وجود دارد و در بعضی دیگر وجود ندارد؟ مك كله لند می گوید :

با وجود اینکه انگیزه موفقیت نیازی روانی است و پدیده ای است که با شخصیت افراد سر و کار دارد ولی در حقیقت پدیده ای کاملاً روانی نیست. در واقع، این پدیده را برخی از شرایط اجتماعی تشکیل می‌دهند که سبب ایجاد درجه‌های متفاوتی از این انگیزه در افراد می شوند. (روشه، ۱۳۷۸) در این رابطه می توان به عواملی مانند: آموزش در خانواده، طبقه اجتماعی والدین، تحرك اجتماعی و ایدئولوژی اشاره کرد. به باور راجرز نیاز به موفقیت، يك ارزش اجتماعی است که بر تمایل افراد در رسیدن به برتری و کمال در زندگی تأکید دارد. وی به تاثیر عوامل محیطی در پرورش این نیاز باور دارد. (ازکیا، ۱۳۷۴)

مفهوم نیاز به موفقیت به وسیله تکینسون گسترش یافت. او نه تنها نیاز به موفقیت را مورد توجه قرار داد بلکه روی دیگر سکه، یعنی ترس از شکست را نیز، بررسی کرد. نظریه کلی این است افرادی که نیاز به موفقیت بالایی دارند به کارهایی رومی آورند که درجه دشواری آن در حد متوسط است و از فعالیتهای خیلی آسان یا خیلی دشوار پرهیز می کنند. فعالیتهای آسان برای آنها مبارزه ای تلقی نمی شود و رقابت با چنین استانداردهای آسانی، ایجاد انگیزه نمی کند. فعالیتهای بسیار دشوار نیز اگرچه چالشهای فراوانی ایجاد می کنند اما موفقیت در آنها بسیار غیر محتمل است، بنابراین انگیزه آفرین نیستند. افرادی که ترس از شکست بالایی دارند یا به سوی فعالیتهای بسیار آسان روی می آورند که احتمال موفقیت در آنها بسیار زیاد است، یا به فعالیتهای بسیار دشواری روی می‌آورند که بتوانند از دشواری آنها به عنوان بهانه ای برای عدم موفقیت استفاده کنند. (شکلتون و فلچر، ۱۳۷۴)

برنارد واینر و همکارانش به این نتیجه رسیدند که استنباطی که افراد از علت موفقیت و شکست خود دارند، عامل مهمی در تعیین رفتار موفقیت گرا و انتظاراتی آنها از عملکردشان است. اگر افراد احساس کنند که موفقیت یا شکست آنها از درون کنترل می شود، بیشتر احتمال دارد که برای موفق شدن تلاش کنند، تا زمانی که احساس کنند عوامل بیرونی مانند بخت و اقبال یا واکنش افراد دیگر، اعمال آنان را کنترل می کنند. (گنجی، ۱۳۷۸)

پژوهشهایی نیز در جهت کشف تفاوت‌های بین دو جنس از نظر نیاز به موفقیت و این احتمال که زنان انگیزه دوری از موفقیت یا ترس از آن دارند، انجام گرفته است. با وجود اینکه پژوهشهای بعدی تردید قابل ملاحظه ای نسبت به چنین اندیشه ای ایجاد کرده است ولی مشخص شده است که زنان در مقایسه با مردان، به موفقیت کمتری نیاز دارند. (شکلتون و فلچر، ۱۳۷۴)

شناسایی ویژگیهای رفتاری

رابطه بین ویژگیهای رفتاری افراد با انگیزه بالا برای موفقیت، توسط پژوهشگران در کشورهای متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است. در نتیجه پژوهشهای شاپان توجهی که طی سالها انجام گرفته، امروزه یافته‌های فراوانی در مورد رابطه ویژگیهای شخصیتی افراد با انگیزه بالا برای موفقیت به دست آمده است.

مك كله لند براین باور است که: این افراد قمار باز نیستند و معمولاً در ریسک‌پذیری میانه روی می کنند. آنها ترجیح می دهند بر روی مسائل و مشکلات، سخت کار کنند تا اینکه آن را به شانس بسپارند. آنها همچنین احساس می کنند که تلاشها و تواناییهایشان بر نتایج حاصله اثر می گذارد. ویژگی دیگر این افراد این است که آنها بیشتر علاقه‌مند به موفقیت‌های فردی هستند تا پاداشهای موفقیت. البته آنها از گرفتن پاداش خودداری نمی کنند اما این مسئله فقط ابزاری برای سنجش عملکردشان است. برای آنها پول وسیله‌ای برای سنجش میزان پیشرفت و مقایسه موفقیت خود با افراد دیگر است. تمایل دیگر این افراد این است که آنها راههایی را جستجو می کنند که بازخوردهای عینی دریافت کنند و مطمئن شوند کارشان به درستی و با توجه به هدفهای تعیین شده در حال انجام است (McCLELAND'S RESEARCH, ۲۰۰۴)

افراد با انگیزه موفقیت بالا به بازخورد از کارشان علاقه‌مندند. آنها در هر شغل و سازمانی موفق عمل نمی‌کنند، بلکه در مشاغلی که ارزیابی با معیارهای عینی و ضابطه‌مند انجام می‌شود توفیق بیشتری کسب می‌کنند، زیرا از انجام وظیفه فقط به خاطر نفس انجام آن لذت می‌برند. انجام کار به گونه احسن برای آنها پاداشهای درونی و رضایت‌مندی را در پی دارد، به همین دلیل از سطح سلامتی روانی بالاتری برخوردارند.

پژوهش‌های متعدد در کشورهای مختلف و سازمان‌های گوناگون نشان می‌دهند که سازمان‌های بازرگانی و مدیران نوآور غالباً از نظر انگیزه موفقیت در سطح بالایی قرار دارند. چنین افرادی به طور عموم کارایی وضع موجود و آنچه را که از گذشته به ارث رسیده است، به دیده شک می‌نگرند و با سنت شکنی در شیوه کاری رایج و آرایه روشها و راه‌های نو، باعث ارتقای سازمان و کشور می‌شوند. از آنجا که این افراد در مورد توانایی‌های خود نظری واقع بینانه دارند و به دیگران نیز امکان دخالت و انجام کارهایشان را نمی‌دهند، ممکن است اغلب، دیگران را ناراحت کنند و به نظر آید که رفتاری دوستانه ندارند. در صورتی که افراد با انگیزه موفقیت بالا، از مهارت‌های اساسی مدیریت منابع انسانی نیز برخوردار باشند، از بهترین مدیران به شمار می‌آیند. (خیدری، مجله تدبیر، شماره ۹۰)

نتیجه گیری

نیاز به موفقیت يك عامل بالقوه در کارآفرینی است که می تواند باعث رشد اقتصادی شود. فرضیه صلی ما درباره ین نیاز این گونه بوده است:

"جامعه با دارا بودن سطح بالایی از نیاز به موفقیت، کارآفرینان فعال بیشتری ایجاد خواهد کرد و این افراد باعث تسریع در رشد اقتصادی می شوند".

در مورد ویژگی‌های اصلی افرادی که از نظر نیاز به موفقیت در سطح بالایی قرار دارند، بحث شد که می توان آنها را در این سه مورد خلاصه کرد:

۱. تمایل به پذیرش مسئولیت‌های فردی برای تصمیمات؛
۲. ارجحیت قائل شدن برای تصمیم‌هایی که میزان متوسطی از ریسک را در بر می‌گیرد؛
۳. علاقه‌مندی نسبت به کسب آگاهی درباره تایج تصمیم‌ها .

منابع

۱. مقصودی، جعفر و دیگران، ویژگی‌های فردی: سرمایه اصلی کارآفرینی، فصلنامه رویش، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۸۵.
۲. Rasheed, H.S. (۲۰۰۰). "Developing Entrepreneurial Characteristics in youth: The Effects of Education and Enterprise Experience", University of South Florida, Submitted to the International Journal of Entrepreneurship Education,
۳. Hall, R.H. (۱۹۹۶). "Organizations; Structures, Processes and Outcomes", Sixth Edition, Prentice-Hall International, inc.
۴. Pantry, S. & Griffiths, P. (۱۹۹۸). "Becoming a successful Intrapreneur: A Practical Guide to Creating an Innovative Information Service", Library Association Publishing.
۵. Kilby, P. (۱۹۷۱). "Entrepreneurship and Economics Development", New York: The Free Press.

۶. ازکیا، مصطفی (۱۳۷۷)، جامعه شناسی توسعه، تهران: انتشارات کلمه.
۷. روشه، گی. (۱۳۷۸)، تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، تهران: انتشارات نی.
۸. ازکیا، مصطفی (۱۳۷۴)، مقدمه ای بر جامعه شناسی توسعه روستایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
۹. شکلتون، ویویان. فلچر، کلیو، (۱۳۷۴)، تفاوت‌های فردی، ترجمه یوسف کریمی و فرهاد جمهری، تهران: انتشارات فاطمی.
۱۰. گنجی، حمزه. حسن زاده، رمضان، (۱۳۷۸)، روانشناسی اجتماعی در تعلیم و تربیت، تهران: انتشارات سخن.
۱۱. David Mc Cleland's Research in to Achievement motivation", (۲۰۰۴). <http://www.accel-team.com>
۱۲. خیدری پهلوان، احمد، نقش انسان‌های با انگیزه در توسعه جامعه، مجله تدبیر، شماره ۹۰، بهمن ماه ۷۷.

— حمید شفیع زاده: دانشجوی دکترای مدیریت آموزش عالی
— جواد شجاعی: کارشناس ارشد جامعه شناسی

به نقل از ماهنامه تدبیر ش