

واژه کارآفرینی که به لحاظ لغوی از کلمه فرانسوی **Entreprender** به معنای متعهد شدن نشات گرفته ، همانند سایر مفاهیم حوزه‌ی علوم انسانی در سیر کاربرد تاریخی خود، دچار تطور معانی بسیار بوده است. در اوایل سده ی شانزدهم میلادی از این واژه برای نامیدن کسانی که در کار ماموریت های نظامی بودند، استفاده می شده است. پس از آن، برای مخاطرات دیگر با محدودیت هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، درباره پیمانکاران دولت که دست اندرکار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است.

اما از دیدگاه علمی کارآفرینی و کارآفرین برای اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های خود تشریح کرده اند. سپس روان شناسان و جامعه شناسان نیز، با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد، به منظور شناسایی ویژگی ها و الگوهای رفتاری آنان - به بررسی و تحقیق در خصوص آنها پرداختند. جامعه شناسان، کارآفرینی را به عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت ها و گروه های جامعه مبادرت کردند. دانشمندان مدیریت هم به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان ها پرداخته اند.

تعریف کارآفرینی

تعریف کارآفرینی

از آنجا که مفاهیم مطرح در علوم انسانی همانند مفاهیم در علوم تجربی قطعی نیستند، لذا آرایه تعاریف قطعی و مشخص برای آن ها دشوار و یا غیر ممکن است. کارآفرینی هم که از واژه های مطرح در علوم انسانی است، از این قاعده ی کلی مستثنی نمی باشد. دانشمندان و محققین علوم مختلف اقتصادی، اجتماعی، روانشناسی و مدیریت که در مورد کارآفرینی مطالعه و نظراتی آرایه کرده اند، تعاریف مختلفی از این مفهوم مطرح نموده اند که تفاوت هایی گاه مغایر و متناقض دارند. تعریفی از کارآفرینی که تقریباً شامل همه تعریف های آرایه شده از آنان باشد، عبارت است از :

" کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور و رشد یابنده نموده که توام با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می گردد.