

تحول فرهنگی

گامی

بسوی

کارآفرینی

از: سعید تفتی

چکیده

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به‌عنوان یکی از ارزانه‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است و فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی برخوردار است. در این مقاله به روش تحلیل توصیفی مفهوم کارآفرینی در سه سطح فردی، سازمانی و ملی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. ویژگی‌های نظیر اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری، خوش‌بینی و ... به‌عنوان عوامل فردی، ویژگی‌های نظیر ریسکی بودن، نوآوری، انعطاف در برنامه‌ریزی و تمرکز بر نتیجه و ... به‌عنوان عوامل سازمانی و ویژگی‌های نظیر گروه‌گرایی، سنت‌پرستی و کمال‌گرایی و سودپرستی به‌عنوان عوامل ملی، شناسایی شده است.

مقدمه

تربیت نیروی انسانی و آموزش در جامعه با هدف بهره‌برداری آتی از این نیرو صورت می‌گیرد. اما امروزه بسیاری از جوانانی که در دانشگاه‌ها و مراکز علمی کشور به تحصیل مشغولند امیدوارند که پس از فراغت از تحصیل هرچه سریع‌تر وارد «بازار کار» شوند. عبارت «بازار کار» عبارتی است بسیار حساس، و برداشت جوانان از این عبارت، یکی از عوامل

حیاتی موثر در آینده کشور به حساب می‌آید. متأسفانه امروزه «بازار کار» در اذهان بسیاری از جوانان و دانشجویان کشور یکسری پست‌های از پیش تعیین شده، و به عبارتی یکسری «سندلی‌های پیش‌ساخته‌ای» تعبیر می‌شود که در جامعه منتظر آنهاست. اما دیدگاه کارآفرینانه نسبت به پدیده اشتغال، تأحد زیادی از مشکلات جوانان در مواجهه با آینده، خواهد داشت. یک چنین دیدگاهی می‌تواند در پوشش تحولات فرهنگی لازم برای توسعه کارآفرینی در کشور، حاصل شود.

هدف این مقاله، بررسی و تحلیل جنبه‌های مختلف فرهنگ کارآفرینی و ارزیابی اقدامات لازم برای پیاده‌سازی آن است. در این راستا سعی بر آن است که با تحلیل ویژگی‌ها، ارزشها، نیازها، و دانش لازم برای استفاده برنامه‌ریزی شده از کارآفرینی به‌عنوان ابزار توسعه اقتصادی، گامی در جهت ایجاد زمینه لازم برای اقدامات کارشناسی برداشته شود.

کارآفرینی سازمانی مستقل

کارآفرینی از دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفته است و دانشمندان دو دسته افراد کارآفرین را از یکدیگر مجزا و مشخص کرده‌اند: کارآفرینان مستقل یا فردی و کارآفرینان سازمانی یا اداری. پیتر دراکر بیشتر کارآفرینی را از دیدگاه

نخست مد نظر قرار داده و در تعریف خود از کارآفرین می‌نویسد: «کارآفرین فردی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند». (احمدپور داریانی - پایان‌نامه دکتری مدیریت صفحه ۲۷).

با وجود تفاوت‌های بین کارآفرینی سازمانی و مستقل، به دلیل کلیت عوامل مورد بررسی، در این مقاله واژه کارآفرینی در معنای عام یعنی، در هر دو مفهوم فردی و سازمانی، به کار می‌رود.

فرهنگ کارآفرینی

ازجمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان، بسترسازی است. و یکی از مهمترین جنبه‌های آن، ایجاد فرهنگ کارآفرینی است.

بستر فرهنگی، به‌عنوان عاملی زیربنایی، و یا حتی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، مستلزم تحولات عمیقی در شناخت، باورها، حقوق، آداب و رسوم و اخلاق یک ملت است.

فرهنگ سازمانی ازجمله خرده‌فرهنگ‌های یک جامعه است که به دلیل ارتباط بسیار نزدیکی که با کارآفرینی دارد، بر این پدیده تأثیرگذار است. کارآفرینی به‌عنوان یکی از ویژگی‌های فردی انسان، از بعد فردی نیز، مستلزم بستر و چارچوب شخصیتی متناسب با این پدیده است.

کارآفرین، نیازمند برخی ویژگیهای شخصیتی ذاتی و یا اکتسابی است، که نقش بسزایی در موفقیت وی به عهده دارد.

فرهنگ کارآفرینی از بعد فردی

فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگیهای شخصیتی یک فرد، متبلور می شود. مانند تواناییهای رهبری و مدیریت، بر سر ذاتی یا اکتسابی بودن ویژگی کارآفرینی، در بین صاحب نظران اختلاف نظر وجود دارد. در یک دیدگاه افراطی، ولف معتقد است: افرادی که دارای خمیرمایه کارآفرینی هستند، کارآفرین می شوند و افرادی که دارای اینگونه ویژگیهای طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود. (احمدپور - صفحه ۷۶)

این نگرش نمایانگر اهمیت وافر ویژگیهای شخصیتی در شکل گیری کارآفرینی است. در این رابطه صاحب نظران اذعان می دارند که عوامل شخصیتی و سبک فردی از اهمیت فراوانی برخوردار است. (رس و آنوالا ۱۹۸۶). در مقابل باید توجه داشت که اگر کارآفرینان هم مهارتها را کسب کرده و هم ویژگیهای ذاتی لازم برای ارزیابی ریسک را دارا باشند، دیرتر دچار پانس می شوند. و به عبارتی چنانچه کارآفرینان هم آموزش ببینند و هم دارای ویژگیهای ذاتی باشند، کمتر دچار تنزل می شوند. (آرتور لیبر ۱۹۸۸) بنابراین ویژگیها و مهارتهای اکتسابی، عامل مهمی در شکل گیری شخصیت کارآفرین به حساب می آید.

از نظر بروس جی وایتینگ، افراد کارآفرین دارای ۱۹ ویژگی هستند که آنها را از نظر شخصیتی از افراد عادی با سایر افراد جامعه مجزا می کند.

- اعتماد به نفس ● پشتکار ● انرژی زیاد
- اتخاذ ریسک حساب شده ● نیاز به موفقیت
- خلاقیت ● ابتکار ● انعطاف پذیری ● واکنش مثبت در مقابل چالشها ● استقلال ● خوش بینی
- ادراکی بودن ● دارای منابع کافی ● دارای مهارتهای متعدد ● سودگرا ● توانا در برخورد با مردم ● دوراندیشی ● رهبری پویا ● مسئول و پاسخگو در مقابل انتقادات
- اعتماد به نفس: اعتماد به نفس از مهمترین ویژگیهای کارآفرین است که منجر به تقویت حس اعتماد وی نسبت به تواناییهای درونی، می شود. این ویژگی، یکی از عوامل شخصیتی موثر بر استقامت و پشتکار نیز به حساب می آید. اعتماد

به نفس به عنوان مشوق افراد برای طرح ایده های نو و جسارت لازم برای پروراندن آن، حتی از دلربودن دانش کافی نیز اهمیت بیشتری دارد. افراد باید نسبت به ایده خرد تعهد و اعتماد داشته باشند.

پشتکار و استقامت: به خاطر مشکلات و موانع موجود بر سر راه اقدامات کارآفرینانه، پشتکار و استقامت بسیار در خلق محصول، فرایند یا شرکت جدید از ملزومات موفقیت کارآفرین به حساب می آید. «موفقیت بعضی کارآفرینان و حتی در مواردی موفقیت افسانه ای آنان، ناشی از استقامت در تحلیل هایی از ریسک و بازده است که بنابر دیدگاه کارآفرین بر توفیق فعالتهای وی تاکید می کند». (آرتور لیبر ۱۹۸۸).

اتخاذ ریسک حساب شده: ریسک پذیری از ویژگیهای کلیدی کارآفرینی است و محافظه کاری منجر به عملکرد منفعل و تقلید از دیگران خواهد شد. گام برداشتن در آینده ای نامطمئن و حرکت در تاریکیها، فرصتهایی را به کارآفرین نشان می دهد که شاید به راحتی برای دیگران قابل درک نباشد.

موفقیت در کارآفرینی به واسطه دو نشانه عمده قابل تشخیص است: ۱ - دستیابی به اهدافی که کارآفرینان برای شرکت خود تعریف می کنند. ۲ - سودآوری ریسکی. شرکتی با این نشانه های موفقیت، نمایانگر ویژگیهای خاصی هستند: الف - در شروع کار متحورانه (VENTURE TASK) خود، منابع خویش را به ریسک می گذارند. ب - نقاط قوت و ضعف خود را در موقعیتهای متحورانه می شناسند. ج - ارزشهای عمومی متحورانه در شرکت دارند... (کارل ج سامسوم و میخائیل آگوردون ۱۹۹۳).

آرتور لیبر در مقاله خود در اشاره به یکی از نگرشهای فکری لازم برای کارآفرینی می نویسد: «از دست دادن پول و فرصتهای شناخته شده، بخشی از فرایند کارآفرینی است. و آخر دنیا به حساب نمی آید».

بنابراین کارآفرینی مستلزم ریسک بوده و منابع سازمان یا فرد کارآفرین دائماً در خطر باختن قرار دارد. و این زبان زمانی که مقدمه پروژهای بعدی قرار گیرد، جزئی از کارآفرینی به حساب می آید. سودآوری به عنوان یکی از نشانه های موفقیت سازمانهای کارآفرین، از بازده بالا به دست می آید. در یک دنیای رقابتی، بازده بالا مستلزم ریسک بالا است، و ریسک پذیری کارآفرین و قدرت تحمل خطرات و شکستهای

احتمالی است که به وی قدرت می دهد به فعالتهای ریسکی با بازده بالا بپردازد.

نیاز به موفقیت: عموماً افراد کارآفرین در تلاش برای دستیابی به توسعه تکنولوژیک و کمال جویی هستند ولی افرادی که کارآفرین نیستند، به واسطه این انگیزه درونی برانگیخته نمی شوند. چنانچه بنابر ویژگیهای شخصیتی یک فرد، موفقیت محرک انگیزشی قوی برای وی نباشد، تلاش برای دستیابی به موفقیت، و خواهد گذشت. البته چنانچه موفقیت در کارآفرینی به مفهوم پیروزیهای مالی تعبیر شود، به عنوان یک علت، تاثیر کمتری در کارآفرینی خواهد داشت. به عبارت دیگر برای اینکه کارآفرین موفق باشد، باید موفق بودن - به عنوان یک انگیزه - در مسائل ماورای پولی درک شود. بنگاه کارآفرین حتی بدون موفقیت در دستیابی به سطوح بالای سود مالی می تواند موفق به حساب آید. و این در صورتی اتفاق خواهد افتاد که تعریف وی از موفقیت چیزی غیر از معیارهای پولی بوده و زندگی تجاری خود را بر مبنای این معیارها برنامه ریزی کند.

انعطاف پذیری: علاوه بر ویژگیهای پیش گفته، کارآفرینی، نیازمند نوعی انعطاف پذیری است. انعطاف پذیری در کارآفرینی، در دید اندیشمندان بیشتر در بعد تطبیق ایده با شرایط متحول محیطی مطرح است. چرا که کارآفرین بیشتر با ایده، طراحي و توسعه آن سروکار دارد. در این رابطه آرتور لیبر معتقد است با توجه به تحولات و تغییرات عمیق محیطی حاکم بر عملکرد کارآفرین، اهداف و استراتژی های فردی وی برای دستیابی به ایده مورد نظر باید متناسب با محیط حاکم، انعطاف لازم را داشته باشد. حتی گاهی لازم می شود که کارآفرین، ایده یا رویای اولیه خویش را نیز از موضع خود، خارج کند.

چالشی بودن هدف یک سازمان یا یک واحد سازمانی از ملزومات انگیزشی آن واحد یا سازمان به حساب می آید. هدفی که به راحتی قابل دستیابی باشد، نیازی به فعالیت ندارد و هدفی که بیش از حد سخت باشد، انگیزه فعالیت را کاهش می دهد. حال هدف یک کارآفرین، ایده لوست. این ایده باید چالشی باشد. و چالشی بودن ایده و شدت آن بسته به شرایط محیطی باید تغییر کند. «یک کارآفرین باید متعلقاً فردی غیر مستطقی باشد» (ایساک ادیزس ۱۹۹۸).

خوش بینی: خوش بینی به عنوان یکی دیگر از

● تغییر را خوب می‌پذیرند؛ ● اشتباهات را می‌پذیرند و از آن پاد می‌گیرند؛ ● معتقدند مدیران از هیچ، چیزی می‌سازند و برانگیخته می‌شوند.

سازمانهای ریسک‌پذیر کارآفرین: سه ویژگی اصلی سازمانهای کارآفرین ریسک‌پذیری، نوآوری، و پیشرو بودن است... (بروس آر بارینجر و آگن سی بلودورن ۱۹۹۹). در اینجا دانشمندان ریسک‌پذیری را در کنار نوآوری و پیشرو بودن، برای سازمانهای کارآفرین لازم دانسته‌اند. در سطح عوامل فردی فرهنگ کارآفرینی، اتخاذ ریسک حساب شده، به‌عنوان یکی از مهمترین ویژگیهای کارآفرین، بررسی شد. فعالیت چنین افرادی در سازمانهایی با جو محافظه‌کارانه، اجازه انجام کارهای متهورانه را از آنها سلب می‌کند، و این خود، عامل مهمی در کاهش انگیزش آنهاست. به‌نظر بارینجر و بلودورن (۱۹۹۹) برای اینکه سازمان کارآفرین باشد، و برای نتیجه بخشی فعالیت افراد کارآفرین سازمان باید دائماً با شناخت فرصتهای جدید و انجام اقدامات لازم برای شکار این فرصتها و به‌دنبال آن کنترل بیشتر بر محیط، سودآوری خود را افزایش دهد. ولی سازمانهای محافظه‌کار در برنامه‌ریزی خود هرگز به فرصتهای جدید، نمی‌اندیشند. با وجود اینکه برنامه‌ریزی استراتژیک ممکن است در سازمانهای محافظه‌کار به اندازه سازمان کارآفرین پیچیده باشد، با وجود این در این سازمانها تأکید بر شناخت فرصتها و مناسب بودن ایده‌های جدید نمی‌شود.

تغییر و تحول، ریسک از دست دادن قدرت را برای صاحبان آن در سازمان به‌دنبال دارد. ارائه ایده‌های جدید و به‌دنبال آن شناخت فرصتها می‌تواند منجر به تغییراتی گردد که آینده مشخصی ندارد. بنابراین سازمانهای موفق به‌دلیل ابهام نسبت به آینده تغییر، ایده‌های جدید را سرکوب می‌کنند. این عامل بازدارنده کارآفرینی، فرایند نوآوری در سازمان را سرکوب می‌کند، مگر اینکه جو حاکم بر سازمان جوی ریسک‌پذیر بوده و افراد حاضر باشند برای امتحان ایده‌ها و فرصتهای جدید، تن به خطر دهند. در چنین جوی است که سازمان می‌تواند افراد کارآفرین را در خود بپرورداند.

سازمانهای نوآورد کارآفرین: نوآوری از عهدقدین ملزومات کارآفرینی در سازمانها به حساب می‌آید. نوآوری در سازمانها، به‌عنوان وجهه‌ای از فرهنگ



یکی از اقدامات لازم برای بکارگیری ابزار کارآفرینی ایجاد فرهنگ کارآفرینی است.

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به‌عنوان یکی از ارزاترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است.

متوسط است؛ ● درمورد خود تحقیق و ارزیابی می‌کند. (علاقه‌مند به بازخورد است)؛ ● نشانه‌ها و علائم موفقیت فعلی را به بازی می‌گیرد و به‌علاقم آزادی ارجح می‌دهد؛ ● مشتری و سرپرست خود را راضی نگه می‌دارد.

فرهنگ کارآفرینی در سطح سازمانی همانطور که قبلاً ذکر شد، سازمان به‌عنوان یک خرده سیستم اجتماعی، نزدیک‌ترین رابطه را با کارآفرینی دارد. بر این اساس، فرهنگ سازمانی اثر زیادی روی پدیده کارآفرینی خواهد گذاشت. در این رابطه مارک ویور (۱۹۸۸) می‌نویسد: نگرش و ویژگیهای رفتاری، رایج‌ترین روش در جستجوی افراد کارآفرین است. اما بعضی‌ها یک دیدگاه اقتضایی برای آن مطرح کرده‌اند. که این دیدگاه واکنش مناسب به شرایط را باعث می‌شود. دراکر (۱۹۸۵) آن را تحت‌عنوان «تعهد به اجرای سیستماتیک نوآوری» که منجر به موفقیت‌های کارآفرینانه می‌شود، مطرح کرده است. در نگرش اقتضایی، اقدامات و عملکردهای مختلف سازمانی نسبت به تجزیه و تحلیل رفتاری مناسب‌تر است. جامع‌ترین فهرست از ویژگیهای سازمانهای کارآفرین که منعکس‌کننده فرایندها، ارزشها، ویژگیهای ساختاری و... مرتبط با فرهنگ سازمانی است در ذیل آمده است.

ویژگیهای سازمانهای کارآفرین

- ریسک‌پذیر هستند؛ ● نوآور باقی می‌مانند؛ ● بر نتایج تمرکز دارند؛ ● کارهای فنی انجام می‌دهند؛ ● انعطاف را حفظ می‌کنند؛ ● به سازمان به‌عنوان یک سیستم نگاه می‌کنند؛

عوامل فردی در کارآفرینی مطرح است. جایی که همه چیز مایوس‌کننده و تمام شرایط علیه هدف نهایی ماست، آنچه می‌تواند امید به حرکت را در کارآفرین ایجاد کند، خوش‌بینی اوست. جرم لملسون یکی از افراد ایده‌پرور است. او اختراعاتی در زمینه‌های متعدد داشته است. وی مستعد است موفقیتش حاصل خوش‌بین بودن اوست. البته نه خوش‌بینی بیش از حد، که خوش‌بینی محتاطانه. مردم همیشه اظهار می‌دارند که ایده آنها (کارآفرینان) قابل اجرا نیست. برای غلبه بر چنین منفی‌نگرهایی، شما نیازمند مقداری خوش‌بینی هستید (فرنالد ۱۹۸۸). بنابراین، تفاوت عامه مردم با کارآفرینان و یکی از دلایل عدم موفقیت آنان در کارآفرینی، نداشتن خوش‌بینی لازم است. پس می‌توان خوش‌بینی را یکی از عوامل مهم فرهنگی در ارتقای کارآفرینی دانست. البته لملسون تأکید دارد که هرگونه خوش‌بینی که به‌نوعی ساده‌لوحی منتهی شود را نمی‌توان به‌عنوان یک نگرش کارآفرینانه در نظر گرفت. احتیاط به‌عنوان مکمل خوش‌بینی، کارآفرین را مجهز به نوعی هوشیاری در برخورد با شرایط ریسکی می‌کند. ویژگیهای ملکور در فوق و عواملی از این قبیل، دیدگاههایی در فرد کارآفرین ایجاد می‌کند که به شرح ذیل است:

نگرشهای در کارآفرینان سازمانی

- خواستار آزادی و دسترسی به منابع است؛ ● اهداف نهایی او سه تا پانزده ساله است؛ ● از کار خسته نمی‌شود؛ ● درمورد سیستم بدگمان اما درمورد قدرت خود برای غلبه بر سیستم خوش‌بین است؛ ● علاقه‌مند به ریسک



**کارآفرین نیازمند پارامی ویژگیهای ذاتی
یا اکتسابی است که نقش بسزایی در
موفقیت وی دارد.**

**گام برداشتن در آیندهای تاریک و
نامطمئن فرصتهایی را به کارآفرین نشان
می دهد که به راحتی برای دیگران قابل
فرگ نیست.**

سازمانهای کارآفرین بر نتایج تمرکز دارند: منطق استقلال در کارآفرینی که در بالا به عنوان ابزار برای ایجاد جو نوآوری و نهایتاً رشد کارآفرینی مطرح شده، این است که انتظار ما از فرد کارآفرین، بساید برخاسته از نتیجه عملکرد وی باشد، براساس این منطق، کارآفرین باید در تعیین روش بهتر برای دستیابی به هدف، از آزادی لازم برخوردار باشد. در این جایگاه، تمرکز بر نتیجه به عنوان یکی از ابعاد فرهنگ کارآفرینی در سازمان، در قالب مفهوم کنترل سازمانی تحلیل می شود. هدف یک سیستم کنترل، اطمینان از انطباق استراتژیهای سازمانی با اهداف و مقاصد از پیش تعیین شده، می باشد. (لورنج، مورتون و گوشال ۱۹۸۶)

لورنج کارآفرینی در سطح ملی
فرهنگ جامعه در سطح ملی با تأثیرات قابل توجهی که بر ویژگیهای اکتسابی فرد می گذارد، و همچنین محدودیتها و فرصتهایی که برای سازمانها ایجاد کند، اثرات قابل توجهی بر فرایند کارآفرینی می گذارد.

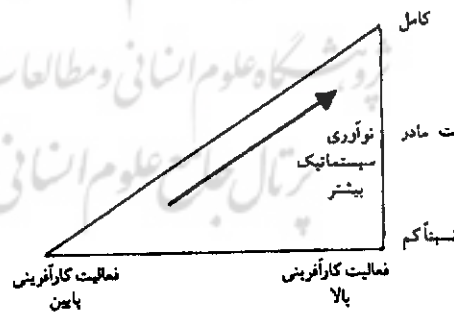
فرهنگ گروه گرای به عنوان مشوق کارآفرینی: کارول ج. سامسوم و میخائیل آکوردون تحقیقی درباره تفاوت فرهنگ دانشگاهیان و بازرگانان و تأثیر آن بر کارآفرینی انجام دادند. محققان در بررسی ویژگیهای فرهنگی دانشگاهیان، فعالیت آنان در یک محیط گروه گرا را به عنوان پدیده موثر بر کارآفرینی مطرح می کنند. گروه گرای در ویژگیهای فرهنگی کشوری مانند ژاپن در باارزترین حالت خود، در آینده زایستی متبلور می شود. حل گروهی مسائلی چه در زمینه تجاری، یا غیرتجاری منجر به نوعی فرایند طوفان مغزی و به دنبال آن، ارائه ایده های جدید می گردد. این ایده ها زمانی که با همفکری افراد با دیدگاههای مختلف به نتایج جدیدی منجر شود، عامل تقویت کننده کارآفرینی به حساب خواهد آمد. گسترش چنین ویژگی فرهنگی در یک جامعه از یک طرف به دلیل اثرات که بر نگرش فردی به جای می گذارد، و از طرف دیگر با ایجاد فرصتها یا محدودیتها و تغییر ارزشهای سازمان به طور غیرمستقیم، پدیده کارآفرینی را متأثر می کند.

تشویق سودگرای و کمال گرای: شرایط فرهنگی

برای ایجاد افراد کارآفرین در سازمان، مدلی (شکل شماره ۱) ارائه کرده که اثر رویه های سازمانی و ساختار را بر استقلال و نهایتاً نوآوری در سازمان نشان می دهد. در این مدل، بالا و پایین بودن فعالیت کارآفرینی به سطح نوآوری سیستماتیک در سازمان بر می گردد.

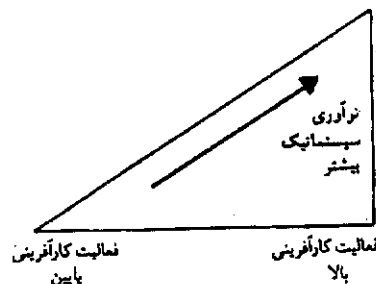
شکل شماره ۱: همکردهای ساختاری برای ایجاد کارآفرینی سازمانی

سازمانی، با عوامل مختلفی مانند ساختار، آزادی و رویه های سازمانی، ارتباط پیدا می کند. هامرش در سال ۱۹۷۸ به این نتیجه رسید که نوآوری هدفمند (TARGETED INNOVATION)، به عنوان یکی از ویژگیهای کوچک، برای ورود آنها به بازار جدید، تأثیر قابل توجهی در کارآفرینی سازمانی دارد. رندال شوهر در سال ۱۹۸۶ ارتباط بین آزادی و تشویق ناشی از عوامل ساختاری و رویه های سازمانی با استقلال، و به دنبال آن نوآوری را مطرح کرده و



رتبهات ساختاری

- واحدها کاملاً مستقل و وظیفه ای
- ایجاد گروه های ریسک کننده مستقل از شرکت مادر
- نیروهای کاری و سازمانهای موازی
- تشویق فیروسی کار خلاف مقررات
- عباراتی در تشویق نوآوری



خط مشی ها و رویه ها

- انعطاف پذیری
- حداقل کردن
- بوروکراسی
- بخش بندی
- کنترل مالی
- عدم انعطاف پذیری
- حداکثر کردن
- بوروکراسی
- بخش بندی
- کنترل مالی

سپس با سرمایه‌گذاری در ابعاد مذکور، این ابزار اقتصادی را در حد امکان تقویت کرد. یکی از مهمترین ابعاد مورد نظر، بستر سازی فرهنگی برای کارآفرینی است. به منظور ایجاد و ترویج فرهنگ مناسب ابتدا باید شاهره‌های مختلفی را که فرهنگ از طریق آن می‌تواند توانایی و استعداد کارآفرینی را به افراد تزریق کند، شناخته و سپس سرمایه‌گذاری لازم را روی آن انجام داد.

فرهنگ از مسیر ویژگی‌های فردی منجر به ارتقاء قدرت و توان شخصی فرد برای اقدامات کارآفرینانه خواهد شد. هر کدام از این ویژگی‌ها، ملزومات و شرایط خاص خود را دارند که مبتنی بر این ملزومات، منتهی به شخصیت فردی لازم برای کارآفرینی خواهند شد. اعتماد به نفس به شرط اینکه فرد استعداد لازم را برای کارآفرینی دارا بوده، و بر توانایی‌های نداشته خود تکیه نکند، پشتکار و استقامت به شرط اینکه فرد تعادل بالای ریسک و بازده را به‌پذیرد؛ انعطاف‌پذیری فردی، به شرط اینکه موقعیتهای مختلف و شرایط اقتصادی از هم تشخیص داده شده و ارتباط بین شدت ایده و موقعیتهای اقتصادی مختلف به‌طور صحیحی درک شود؛ خوش‌بینی، چنانچه هوشیاری برخاسته از احتیاط منطقی مانع تبدیل آن به ساده‌لوسی شود؛ و نیاز به موفقیت، در صورتی که فرد شناخت صحیحی نسبت به معیار موفقیت داشته باشد، نهایتاً منتهی به شکل‌گیری شخصیتی در فرد می‌شوند که توانایی و استعداد کارآفرینی مستلزم آن است. این ویژگی‌های فردی، هم روی کارآفرینی مستقل و هم روی کارآفرینی سازمانی، تمرکز دارد.

سازمان به‌عنوان نزدیک‌ترین نهاد اجتماعی به کارآفرینی، دارای اثرات فرهنگی مهمی بر اقدامات کارآفرینانه است. این مسیر با مشوقهای خاص خود، افرادی را که دارای ویژگی‌های فردی کارآفرینی هستند، تشویق، جذب و حفظ می‌کند. ریسک‌پذیری در سازمانها، زمانی که صاحبان قدرت از دست دادن نفوذ خود را تعبیر به شکست نکنند و از ترس کاهش قدرت خود، با تغییر، نوآوری و کارآفرینی مخالفت نکنند؛ نوآوری سازمانی، به‌واسطه تربیبات و رویه‌های سازمانی خاصی که منتهی به آزادی فردی می‌شود (شکل شماره ۱)؛ تمرکز بر نتایج، در صورتی که میاها را کنترل استراتژیک مانند ورود به بازار جدید، خلق نوآیندها و سیستمهای جدید سازمانی و... به‌عنوان اهداف و نتیجه عملکرد افراد و واحدهای سازمانی



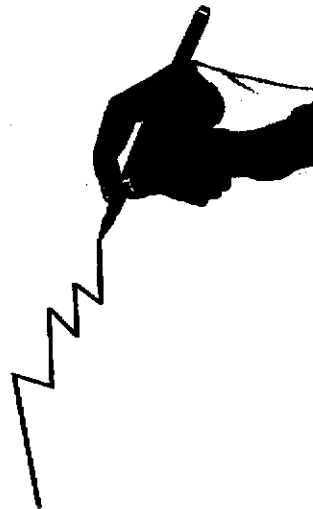
ویژگیهای فردی لازم برای کارآفرینی و فرهنگ ملی به‌طور جمعی و همچنین نگرشهایی مانند وجدان کاری، انضباط اجتماعی، شایسته‌سالاری و قانون‌مداری را باید در دوره‌های ابتدایی به کودکان آموزش داد.

موجب ایجاد ثبات و پایداری می‌شود. و رفتارهای آینده‌گروههای اجتماعی را قابل پیش‌بینی می‌سازد. و اما در مقابل مجاز شمردن هر تفسیری در جامعه، منجر به هرج و مرج می‌گردد (استیفن پی رابینز). ولی باید توجه داشت که محیط بین‌المللی در تغییر و تحول شدید به‌سر می‌برد. و در واقع ثبات درونی یک کشور در امواج تحولات جهانی منجر به عدم تطبیق با محیط خارجی و به‌دنبال آن متلاشی شدن جامعه خواهد شد. بنابراین تجویز یکسری تغییراتی در جامعه که در قالب اصول و به‌صورت برنامه‌ریزی شده انجام گیرد، لازم و ضروری به‌نظر می‌رسد. این تحولات و پویاها در جامعه در نهایت منتهی به تقویت کارآفرینی و به‌عبارتی پروبال پیدا کردن کارآفرینان خواهد شد. زیرا در شرایط سنت‌گرایی منفرط فرصت هیچ نوع آفرینش جدیدی وجود ندارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بنا بر مباحث گذشته، همانطور که در شکل شماره ۲ نشان داده می‌شود، کارآفرینی از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی به‌شمار می‌آید، که مهمترین اثر خود را از طریق افزایش اشتغال در جامعه برجای می‌گذارد. دیگر ابعاد توسعه اقتصادی که از رشد کارآفرینی حاصل می‌شود، عبارتند از: استفاده بهینه از منابع، تنوع تولیدات و صادرات، افزایش ارزش افزوده، رقابت بر مبنای شایستگی و شناخت مزایای نسبی در سطح ملی.

برای دستیابی به کارآفرینی، ابتدا باید در ابعاد و جنبه‌های مختلف، آن را شناسایی کرده، و



جامعه آن هنگام که موجب ارتقای دیدگاه سودگرایی و پول‌پرستی در افراد می‌شود، می‌تواند اثرات فوق‌العاده‌ای بر توسعه کارآفرینی داشته باشد. ولی زمانی که فرهنگ حاکم بر جامعه پول‌پرستی و تمایل به ثروت‌های مادی را نگرش کند، انگیزش افرادی که کسب پول برای آنها ارزش است، در فعالیتهای کارآفرینانه کاهش می‌یابد. البته باید توجه داشت که تمایل به مادیات نیز حد و حدود خاص خود را داراست. و اگر جامعه، موفقیت در کارآفرینی را فقط با ثروت و افزایش درآمد پولی افراد بسنجد، می‌تواند اثرات منفی خاصی روی مفهوم کارآفرینی به جای گذارد. افرادی که به آموزش کارآفرینی می‌پردازند، می‌توانند سنجش موفقیت شخصی بر اساس اهداف واقعی را به کارکنان القا کنند (آرتور لیهبر ۱۹۸۸). وی معتقد است در جامعه مادی‌گرای ما پول، تنها معیار جهانی برای تعیین موفقیت است و این گرایش، کارآفرینی را به سطح پول‌دار بودن تنزل می‌دهد. درحالی که اهداف دیگری نیز وجود دارند که موفقیت کارآفرین را در معنای واقعی نشان می‌دهند: ۱ - ایجاد محصول یا خدمت جدیدی که مفید باشد ۲ - ایجاد محصولاتی که منحصر به فرد بوده و باعث اثربخشی‌تر شدن مصرف‌کننده می‌شود. ۳ - ایجاد بازار جدید و یا افزایش سهم بازار.

سنت‌گرایی مفرط: علاوه بر عوامل فوق سنت‌گرایی مفرط یا وابستگی شدید جامعه به شرایط موجود، نوعی عامل فرهنگی مخالف با تغییر و نوآوری بوده و در نتیجه اثرات منفی زیادی بر کارآفرینی خواهد داشت. از یک دیدگاه، مقاومت در مقابل تغییر، اثربخش است، چرا که

LESSONS LEARNED/JOHN
P.COYNE-JOURNAL OF CREATIVE
BEHAVIOR V22 N3 P203-210, 1988.

5 - DEFINING THE WIN AND THEORY
LESSENING THE LOSSES FOR SUCCESSFUL
ENTREPRENEURS/ARTHUR LIPPER -
JOURNAL OF CREATIVE BEHAVIOR V22
N3 P172-177, 1988.

6 - DEVELOPING AND IMPLEMENTING
ENTREPRENEURIAL CULTURES /MARK
WEAVER - JOURNAL OF CREATIVE
BEHAVIOR V22 N3 P184-195, 1988.

7 - THE IMPACT OF ALTERNATIVE
OPERATIONALIZATION OF INDUSTRY
STRUCTURAL ELEMENTS ON MEASURES
OF PERFORMANCE FOR
ENTREPRENEURIAL MANUFACTURING
VENTURES / KENNETH C.ROBINSON AND
PATRICIA PHILLIPS MCDUGALL -
STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL
START.MGMT. J.19:1079-1100 (1998).

8 - THE RELATIONSHIP BETWEEN
CORPORATE ENTREPRENEURSHIP AND
STRATEGIC MANAGEMENT / BRUCE
R.BARRINGER AND ALLEN C.BLUEDORN -
STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL
START.MGMT. J.20: 421-444(1999).

9 - UNIVERSITY SCIENTISTS AS
ENTREPRENEURS: A SPECIAL CASE OF
TECHNOLOGY TRANSFER AND
HIGH-TECH VENTURING / KAREL
J.SAMSOM AND MICHAEL A.GURDON -
TECHNOVATION, 13:2 (1993) 63-71.

10 - DIFFERENCES IN LARGE AND SMALL
FIRM RESPONSES TO ENVIRONMENTAL
CONTEXT: STRATEGIC IMPLICATIONS
FROM A COMPARATIVE ANALYSIS OF
BUSINESS FORMATIONS / THOMAS J.DEAN
AND ROBERT L.BROWN AND CHARLES
E.BAMPFORD - STRATEGIC MANAGEMENT
JOURNAL START. MGMT. J. 19:709-728
(1998).

● سعید فتحی: دانشجوی کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی دانشگاه تربیت مدرس

۴ - علاوه بر دوره‌های دانشگاهی، یکسری
آموزشهای ضمن خدمت نیز باید برای ارتقای
ویژگیهای کارآفرینی در مدیران فعال در بخشهای
صنعتی و بازرگانی کشور پیاده شود؛

۵ - رسانه‌های گروهی نقش موثری در شناساندن
نقش و اهمیت کارآفرینی به تک تک افراد جامعه
و نهادینه کردن آن بازی می‌کند و اهمیت لازم
باید نسبت به آن مبذول شود؛

۶ - ساختارها و رویه‌های سازمانی باید تحولات
و تغییرات لازم را برای انطباق با شرایط خاص
کارآفرینی به خود بگیرند؛

۷ - حمایت سازمان از کارآفرینی از طریق اعمال
ویژگیهایی مانند نوآوری، انعطاف، مشارکت و...
باید به‌طور واضح از طرف مدیریت اعلام شود؛
۸ - آزادی اظهارنظر افراد و برقراری نظام
پیشنهادات باید در سازمانها شکل گرفته و
بدین وسیله راه برای ظهور ایده‌های نو، هموار
گردد. □
منابع فارسی

۱ - احمدپور داریانی، محمود - طراحی و تبیین
الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت -
تهران: تربیت مدرس، علوم انسانی، مدیریت،
پایان‌نامه دکتری مدیریت، ۱۳۷۷.

۲ - بنی‌تیان، محمدصادق - کارآفرینی - تهران:
موسسه کار و تاسیس اجتماعی - ۱۳۷۱.

۳ - پهلوان، چنگیز - فرهنگ‌شناسی - تهران: پیام
امروز، ۱۳۷۸.

۴ - نطاق، سیامک - مقدمه‌ای بر کارآفرینی -
تهران: بصیر، ۱۳۷۶.

۵ - دوره عمر سازمان، ایساک ادیزس، ترجمه کاوه
محمد سیروس، (۱۳۷۶)، چاپ دوم، تهران: نشر
اشراقیه.

منابع انگلیسی

1 - SOCIOLOGY: A GLOBAL
INTRODUCTION/JOHN J.MACIONIS, KEN
FLUMMER. N.J.PRENTICE HALL EUROPE,
1998.

2 - THE UNDERLYING RELATIONSHIP
BETWEEN CREATIVITY, INNOVATION AND
ENTREPRENEURSHIP / L.W.FERNALD, JR. -
JOURNAL OF CRATIVE BEHAVIOR, V22 N3
P196 -202, 1988.

3 - CREATIVITY AND ENTREPRENEURSHIP
HOW DO THEY RELATE?/BRUCE
O.WHITING. JOURNAL OF CREATIVE
BEHAVIOR, V22 N3 P178-183, 1988.

4 - SOFTWARE ENTREPRENEURSHIP:

تعریف شود؛ مشارکتی بودن، از طریق ایجاد تنوع
دیدگاهها در برنامه استراتژیک شرکت که
می‌تواند فرصتهایی را که شاید ناشناخته هستند
روشن سازد؛ و انعطاف‌پذیری سازمانی، در قالب
انعطاف در برنامه‌ریزی، مجموعاً منجر به جو
فرهنگی ویژه‌ای در سازمان خواهند شد، که
عامل تقویت کارآفرینی به حساب می‌آید.
فرهنگ سازمانی بیشتر زوی بعد کارآفرینی
سازمانی تمرکز دارد، چرا که نقش آن زمانی
 مطرح می‌شود که فرد به عضویت سازمان درآمده
باشد، که این مرحله، مرحله‌ای است بعد از
کارآفرینی مستقل.

فرهنگ سلی و ارزشها، هنجارها و
چارچوبهای ذهنی حاکم بر جامعه به خودی
خود، هم در برنامه‌ریزیهای کلان اقتصادی و ملی
و هم در دیدگاههای فردی و جمعی افراد نسبت
به کارآفرینی، موثر واقع می‌شود. در این مسیر
گرمیز از سنت‌گرایی مفرط، به شرط اینکه تغییرات،
در قالب اصول و چارچوبهای غیرقابل اجتناب
جامعه باشد، و منجر به هرج‌ومرج‌گرایی در
جامعه نشود؛ پول‌پرستی و کمال‌گرایی چنانچه با
طرح و پرورش ایده‌های متنوع و ایجاد زمینه
مناسب برای اتخاذ قراینین و مقررات لازم در
حفظ امنیت سرمایه‌گذاری، و سایر مهارت‌های
لازم برای کارآفرینی، منجر به تقویت آن
خواهد شد. فرهنگ ملی مناسب بیشتر منجر به
تقویت کارآفرینی مستقل و تا حدودی هم
کارآفرینی سازمانی می‌شود.

در شکل شماره ۲، پدیده‌های مذکور در فوق
در روابط آنها در قالب مدلی تحت عنوان مدل
سطوح فرهنگ کارآفرینی ارائه گردیده است.

پیشنهادات

۱ - ویژگیهای فردی لازم برای کارآفرینی و
فرهنگ ملی بطور جمعی و همچنین نگرشهایی
مانند وجدان‌کاری، انضباط اجتماعی،
شایسته‌سالاری، و قانون‌مداری، باید از ابتدا و در
دوره‌های آموزش ابتدایی در ذهن کودکان نفوذ
کند؛

۲ - مسئولان جامعه باید برنامه‌ریزی جامعی
برای تشویق و آزادی مشروط کارآفرینان پیاده
کنند؛

۳ - به دلیل اکتسابی بودن برخی ویژگیهای
کارآفرینی، برنامه‌های آموزشی کارآفرینی در
دوره‌های مدیریت بازرگانی یکی از نیازهای
اساسی جامعه به حساب می‌آید، که باید برآورده
شود؛