

مدیریت نظامی

شماره ۳۴، تابستان ۱۳۸۸

صص ۱۱۵-۱۳۰

کارآفرینی و نقش آن در جامعه

Ahmadi - Nader

نادر احمدی^۱

چکیده

در این مقاله پیرامون کارآفرینی، چگونگی سیر تاریخی آن و آموزش به دانشجویان (به صورت کتابخانه‌ای) تلاش شده است. با اینکه کارآفرینی موضوع تازه و جدیدی است، در دانشگاه‌ها مرکز کارآفرینی و در دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی تأسیس گردیده است.

امروزه اشتغال و کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان و جوانان از دغدغه‌های اصلی کشور است. در واقع پرورش و آماده‌سازی افراد جویای کار و استقلال طلب از طریق آشنایی آنان به دانش و مهارت‌های کارآفرینی امکان‌پذیر است.

کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده است بسیاری از کشورها با توسعه برنامه‌های آموزشی باعث توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌گردند. کارآفرینی عامل بسیار مهم و سرنوشت‌سازی در تولید ثروت و توسعه فناوری و اشتغال مولد است.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، نوآوری، خلاقیت، ریسک، توسعه پایدار، تعهد پذیر.

Entrepreneurship and Its Role in the Society

Ahmadi - Nader¹

Abstract

As a library research, this paper is concerned with entrepreneurship, its historical development and teaching it to students. Although entrepreneurship is a new subject, specific institutions in national universities and faculty of Entrepreneurship have been established in Tehran University. Creation of job opportunities and reduction of unemployment rate among the graduates and youths is the main concern in Iran. Training unemployed but independence seekers is possible through offering entrepreneurship skills. Entrepreneurship is identified as a key factor for the economic development of countries and many countries are enhancing entrepreneurship culture through developing training plan. More over, it is taken as a significant and determining factor in wealth generation, technological development and productive employment.

Key words: Entrepreneurship- Innovation- Creativity- Risk- Sustainable development- Committed.

مقدمه

واژه «کارآفرینی» از ریشه فرانسوی Interpreter به مفهوم «تعهدکاری» است. کارآفرین تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توأم با ریسک است بپذیرد. (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵، ص ۴۵)

کارآفرینی موضوعی میان رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی؛ همچون اقتصاد، روان‌شناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته‌اند. در تاریخ توسعه اقتصادی، اقتصاددانان کلاسیک، همچون آدام اسمیت^۱ و دیوید ریکاردو^۲ نقش مهمی برای کارآفرین در توسعه اقتصادی قائل نبودند. به نظر آنان عوامل تولید عبارتند از: سرمایه، ماشین آلات و نیروی کار که به طور خودکار توسعه اقتصادی را موجب می‌شوند.

ریچارد کانتیون^۳ در حدود سال ۱۷۳۰ میلادی برای اولین بار عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم نمود:

۱- مالکان زمین؛

۲- عوامل اقتصادی دستمزد بگیر؛

۳- عوامل اقتصادی که با قبول خطر و ریسک در بازار بورس فعالیت می‌کنند.

جان باتیست سی^۴ اولین کسی بود که بر نقش حیاتی کارآفرینان در بسیج منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری تأکید کرد.

ژوزف شوپتر^۵ در سال ۱۹۳۴ میلادی، اقتصاددان برجسته (اتریشی) آلمانی، کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌داند و از آن با عنوان «تخریب خلاق» یاد می‌کند؛ این بدان معنی است که کارآفرینی ایجاد می‌کند. کار شوپتر در مورد توسعه

1- smith

2- ricardo

3- cantillon

4- say

5- schumpeter

اقتصادی و کارآفرینی، تأثیر به سزایی بر آثار بعدی داشته است، به طوری که وی را پدر علم کارآفرینی می‌نامند. شوپتر، کارآفرین را فردی متفکر، جسور و رهبری الهام‌بخش می‌داند که با ترکیب منابع اقتصادی در قالب روشی جدید، عدم تعادل اقتصادی ایجاد کند. (همان منبع)

علاوه بر اقتصاددانان، صاحب‌نظران روان‌شناسی، مدیریت، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی نیز به بررسی جنبه‌های مختلف کارآفرینی پرداخته‌اند. مطالعه کارآفرینی در روان‌شناسی بر درک این نکته، که چطور صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه آنان ارتباط دارد، متمرکز بوده است. جامعه‌شناسان در شناسایی گروه‌بندی‌های اجتماعی بر اساس مذهب و نژاد و تأثیر آنها در فعالیت‌های کارآفرینانه، تلاش‌هایی کرده‌اند و مردم‌شناسان نیز بر نقش‌های فرهنگ و روابط اجتماعی در کارآفرینی تأکید داشته‌اند. در اواخر دهه هشتاد میلادی نیز نویسندگان علوم مدیریت، به کارآفرینی، اداره امور و فعالیت‌های کارآفرینانه توجه کردند. سیر تاریخی مفهوم «کارآفرینی» را بدین طریق بیان داشتند:

اولین دوره

در آن زمان به معنای دلالتی و واسطه بود؛ به عنوان مثال مارکوپولو تلاش کرد مسیر تجاری به شرق دور را ایجاد کند و قراردادی را با شخص پولدار، که امروزه به آن سرمایه‌گذار خطرپذیر گفته می‌شود، امضاء کرد تا کالاهایش را بفروشد قرارداد رایج در این دوره اعطای وام به بازرگانان با نرخ ۲۲/۵ درصد خط‌پذیری شامل هبه بود. در واقع سرمایه‌گذار ریسک کمتر و بازرگان ریسک بیشتری را تحمل کرد.

دوره‌های میانه (قرون وسطی)

در قرون وسطی اصطلاح کارآفرین هم به عامل و هم به شخصی که پروژه‌های بزرگ تولیدی را مدیریت می‌کند، اطلاق می‌شد. در چنین پروژه‌های بزرگ تولیدی این افراد

ریسکی را نمی‌پذیرفتند، بلکه صرفاً پروژه‌ها را با منابع مالی یک کشور مدیریت می‌کرد. (مرکز کارآفرینی و دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۴، ص ۲۵)

قرن ۱۷:

در این قرن ریسک همراه کارآفرینی ایجاد و توسعه می‌یابد و کارآفرین شخصی است که در قراردادهای (پیمانکاری) با دولت جهت انجام خدمات با عرضه محصولات شرط گذاشته شده، وارد می‌شود. چون قیمت قرارداد ثابت بود هر سود و زیانی متوجه کارفرما می‌شد. مثال این دوره مرد فرانسوی بود که «رویال بانک» را تأسیس کرد.

قرن ۱۸:

در این قرن فرد سرمایه‌گذار از شخصی که نیاز به سرمایه داشت، متفاوت بود. کارفرما، ارائه‌کننده سرمایه (که امروزه به آن سرمایه‌گذار خطرپذیر گفته می‌شود) فرق می‌کرد. یکی از دلایل تفاوت در این دوره، صنعتی کردن بود. بسیاری از مخترعان در این دوره واکنشی در قبال تغییر در دنیا بودند. مثل الی و تینی و توماس ادیسون که هر دو فناوری‌های جدیدی را ابداع کردند ولی توان مالی برای پشتیبانی اختراعات را نداشتند؛ هر دوی آنها استفاده‌کننده از سرمایه بودند نه ارائه‌کننده سرمایه. یک سرمایه‌گذار خطرپذیر، مدیر مالی حرفه‌ای است که ریسک سرمایه‌گذاری را برای بازگشت سرمایه با بالاترین نرخ می‌پذیرد.

قرن ۱۹ و ۲۰:

کارآفرینان در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، از مدیران چندان قابل تفکیک و تشخیص نبودند و اکثراً از دیدگاه اقتصادی، کارآفرین یک شرکت تجاری را برای منافع شخصی سازماندهی و اداره می‌کرد. او برای مواد اولیه مصرف شده در کسب و کار برای استفاده از ساختمان و خدمات شخصی که به کار می‌گرفت و نیز برای سرمایه‌گذاری لازم، پول هزینه می‌کرد و سود و زیان فعالیتش را در شرایط پیش‌بینی نشده،

می‌پذیرفت. برای این تعریف، بهترین مثال اندرو کارینجی است. او چیزی اختراع نکرد، بلکه فناوری جدید را در خلق محصولات برای رسیدن به سرزندگی اقتصادی وفق داد.

در اواسط قرن بیستم توجه به کارآفرین به عنوان نوآور ایجاد شد. کارکرد کارآفرین اصلاح یا تکامل الگویی تولید توسط بهره‌برداری از اختراع یا روش فناورانه عمومی امتحان نشده تولید کالای جدید با تولید کالای قدیمی در روش جدید با منبع جدید عرضه مواد اولیه یا فروش (خروجی) جدید برای محصولات توسط سازماندهی صنعت جدید بود. مفهوم نوآوری و تازگی، جزء لازم در تعریف کارآفرینی بود، به علاوه نوآوری، عمل شناسایی چیز جدید، یکی از مشکل‌ترین وظایف کارآفرین بود بدین منظور نه تنها توانایی ایجاد (خلق) و مفهوم‌سازی (پردازش) بلکه توانایی درک همه نیروها در کار درون محیط لازم بود. (همان)

تعاریف چند از کارآفرینی

ژوزف شویتر «کارآفرین» را چنین تعریف می‌کند: کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی را در تولید ایجاد می‌کند. کارآفرینی عبارتست از عرضه کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در کسب کار. (جعفرزاده، ۱۳۸۶، ص ۶)

پیتر دراکر^۱ کارآفرینی را بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر تعریف می‌کند. به عقیده او کارآفرین همواره به دنبال تغییر پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است.

فری^۲ می‌گوید: «کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و مدیریت مخاطره‌پذیر است.»

^۱. drucker

^۲. ferri

استونر^۱ می‌گوید: «کارآفرین کسی است که کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید و سازمان جدیدی را بنیان‌گذاری می‌کند.»

کوراتکو^۲ کارآفرینی را یک فرآیند نوآوری و ایجاد شرکت جدید از طریق چهار بعد بنیادی، فردی، سازمانی، محیطی و فرآیندی می‌داند که توسط شبکه‌های همکاری دولت، مؤسسات آموزشی و بخش خصوصی یاری می‌شود. همه دیدگاه‌های کلان و خرد اندیشه‌های کارآفرینانه، باید هنگام شناخت و غنیمت شمردن فرصت‌هایی که می‌توانند به ایده‌های قابل‌بازاریابی رقابتی، برای اجرا در اقتصاد امروز تبدیل شدند مد نظر قرار بگیرند. (همان منبع)

زیممرر^۳ می‌گوید: «کارآفرینی، نتیجه فرآیند منضبط و نظام‌مندی به کارگیری خلاقیت و نوآوری پیرامون نیازها، و فرصت‌های موجود در محیط بازار است.»

شین^۴ بیان می‌دارد که کارآفرینی فعالیتی است که کشف، ارزیابی و بهره‌وری از فرصت‌های برای معرفی کالاها و خدمات جدید، راه‌های سازماندهی، بازارها، فرآیندها، و مواد خام از طریق تلاش‌های سازماندهی شده‌ای که قبلاً موجود نبوده‌اند، در برمی‌گیرد.

اهمیت و ضرورت کارآفرینی

جهان در اواخر قرن بیستم شاهد تغییرات بسیار گسترده در تمامی عرصه‌های کسب و کار بوده است، به طوری که امروزه جهانی شدن، افزایش رقابت، توسعه فناوری اطلاعات، توجه به کیفیت کالاها و خدمات، مشتری‌مداری، ناکارآمدی دولت‌ها و مانند اینها، اداره امور بخش عمومی را در سراسر دنیا و در این عرصه‌ها با چالش‌های جدیدی روبه‌رو نموده است. از جمله راهکارهای اثر بخش دولت‌ها برای رویارویی با

1. stoner

2. kuratko

3. zimmerer

4. shin

این چالش‌ها، توسل به کارآفرینی است. از این رو تجربیات کشورهای پیشرفته در دهه‌های هشتاد به بعد حاکی از توجه کامل آنها به مقوله کارآفرینی و ترویج آن در جامعه است.

کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده است. بسیاری از کشورها با توسعه برنامه‌های آموزشی درباره کارآفرینی به موفقیت‌های چشم‌گیری در عرصه‌های اقتصادی دست یافته‌اند. پرورش و توسعه توانایی‌های کارآفرینان، باعث توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌شود. این امر، عاملی بسیار مهم و سرنوشت ساز در تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد است. (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵، ص ۳۵)

امروزه اشتغال و کاهش نرخ بیکاری دانش‌آموختگان و جوانان از دغدغه‌های اصلی مسئولان عالی کشور است. در واقع پرورش و آماده ساختن افرادی که مایلند روی پای خود بایستند و کسب و کاری راه‌اندازی کنند، از طریق آشنایی آنان با دانش و مهارت‌های کارآفرینی امکان‌پذیر است. این امر همچنین در راستای اهداف توسعه ملی و پایدار و برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشور و نیز چشم‌انداز بیست ساله کشور است. عوامل مؤثر در کارآفرینی می‌تواند به افزایش میزان اشتغال رشد و بهره‌وری و قابلیت تولید افراد کمک کند و از میزان بیکاری آنان بکاهد. از طرفی، راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و جذب افراد کارآفرین در میزان تولیدهای داخلی نیز بسیار مؤثر است و می‌تواند مانع ورود پاره‌ای از کالاهای وارداتی به کشور شود و در صرفه جویی ارزی، تأثیر چشم‌گیری داشته باشد.

در حال حاضر موضوع کارآفرینی در میان دانشجویان رشته‌های اقتصاد و مدیریت دارای محبوبیت خاصی است، البته در دهه‌های گذشته این محبوبیت دیده نمی‌شد. قبل از دهه ۱۹۶۰ بیشتر اقتصاددانان به اهمیت این موضوع پی برده بودند اما در دهه ۱۹۶۰ ضمن توجه مختصر به کارآفرینی، بیشتر توجه آنان معطوف به شرکت‌های بزرگ بود و

از نقش شرکت‌های کوچک‌تر جدید در ایجاد مشاغل جدید غفلت ورزیدند. علاوه بر این توجه به وظایف کارآفرین نیز در دانشکده‌های اقتصاد نادیده گرفته شد و بیشتر وقت خود را صرف موضوع مدیریت تقاضای مصرف کننده می‌کردند. (همان منبع)

در دهه ۱۹۷۰ این روند دوباره تغییر کرد؛ یعنی اقتصاددانان پس از مشاهده شکست مدیریت تقاضای مصرف‌کننده برای جلوگیری از تورم مستمر این دهه به کارآفرینی توجه نمودند. اقتصاد دانان دریافتند که بهره‌وری از ۲ تا ۳ درصدی سالانه سال‌های دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در دهه ۱۹۷۰ تقریباً به صفر رسید. این مسأله باعث شد تا به جای توجه به مدیریت تقاضا به عرضه کالا و خدمات که قلمرو کارآفرینی است، توجه بیشتری شود. کارآفرینی برای هر جامعه‌ای دارای سه نوع منفعت است این منافع عبارتند از: افزایش رشد اقتصادی، ارتقای بهره‌وری، پدید آمدن تکنولوژی‌ها، محصولات و خدمات جدید می‌باشد. (همان منبع)

جایگاه کارآفرینی در پیشرفت اقتصادی کشور

ریچارد کانتیون اولین شخصی است که نقش قطعی کارآفرینی را در نظریه اقتصادی تشخیص داد. او معتقد است: «کشاورز کارآفرینی است که برای پرداخت مبلغ ثابتی پول به صاحب ملک، مزرعه یا زمین، با وی قرارداد می‌بندد، بدون اطمینان از اینکه کاری که انجام می‌دهد برایش سودی دارد یا خیر».

کانتلون صاحبان ملک را نمونه‌ای از رهبرانی معرفی می‌کند که از ثروت و مقام اجتماعی خود برای یک الگوی مصرف استفاده می‌کنند، کارآفرین بخش اصلی اقتصاد است. او به عملکرد اقتصادی کارآفرین بیش از شخصیت اجتماعی او توجه می‌کند. محققان نقش‌های متفاوتی برای کارآفرینان در پیشرفت اقتصادی در نظر گرفته‌اند:

جان باتیست سی، اقتصاددان مشهور فرانسوی، وظیفه اصلی کارآفرین را هماهنگی و نظارت بر فرایند تولید می‌داند و بیان می‌کند نقش کارآفرین در فرآیند تولید، ترکیب

عوامل گوناگون و ضروری تولید برای تولید یک محصول نهایی و استفاده فوری از آن است، بدین ترتیب کارآفرینان باید ویژگی‌های شخصیتی همچون هماهنگی، نظارت و تصمیم‌گیری را داشته باشند.

کرزنر^۱ نقش دلال را مطرح می‌کند و بر فعالیت‌های تجاری کارآفرین متمرکز می‌شود. او معتقد است کارآفرین شخصی است که مزیت فرصت را درک می‌کند و به سرعت برای آن فعالیت می‌کند. در به دست آوردن فرصت‌ها، اطلاعات نقش کلیدی ایفا می‌کنند. بر اساس اطلاعات، طراحی برای تسخیر فرصت‌ها تهیه می‌شود. کرزنر اعتقاد دارد که دستیابی به اطلاعات، به تنهایی کافی نیست و زیرکی کارآفرینان بسیار مهمتر است. بعضی از افراد عادی قادرند تا بیشتر از یک کارآفرین اطلاعات به دست آورند، ولی از آنجا که زیرکی آنها کمتر است، فرصت‌ها بدون اینکه از آنها استفاده شود از دست می‌روند.

فرانک اچ نایت، وظیفه دیگر کارآفرین را تصمیم‌گیری در شرایط نامطمئن محیطی می‌داند. نایت معتقد است که اطمینان نداشتن، از اطلاعات یا دانش ناقص ناشی می‌شود؛ یعنی دانش و اطلاعات به طور نابرابر در بازار توزیع شده‌اند. تعدادی از افراد به علت داشتن اطلاعات بیشتری درباره بازار نسبت به دیگران، سود بیشتری به دست می‌آورند. در شرایط عدم اطمینان توانایی کارآفرین برای انجام محاسبه‌ها و ارزیابی به‌منظور پایین آوردن تأثیر ریسک و عدم اطمینان لازم است، به این دلیل نقش کارآفرینان برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری درباره فرآیند تولیدات است، همچنین باید خواسته‌های مشتریان را پیش‌بینی و برآورد کنند.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

برای بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، مهمترین ویژگی‌ها انتخاب شده که به شرح زیر است:

۱- پشتکار؛ ۲- انگیزه موفقیت؛ ۳- ابتکار؛ ۴- پافشاری بر حل مشکل؛ ۵- تحمل ابهام؛ ۶- درستکاری و قابلیت اعتماد؛ ۷- تحمل شکست؛ ۸- خلاقیت و نوآوری؛ ۹- اعتماد به نفس و ۱۰- استقلال.

یکی از متفکران می‌گوید: «حالت‌های ذهنی، آدمی را خوب و بد، شاد و مغموم، غنی و فقیر می‌کند».

آدمی حالت‌هایی نیرو بخشند؛ همانند عشق، ایمان، شادی دارد. این حالات موجب پیدایش انواع قدرت شخصی می‌شود و نیز حالت‌هایی که فلج کننده‌اند؛ همانند ابهام، ترس و غم که آدمی را نادان‌تر می‌کنند. نیاز به موفقیت شخص را در جستجوی عملکرد بالاتر می‌کشاند؛ از مسائل و اهداف لذت می‌برد و پشتکار و روحیه رقابتی در فعالیت‌های کاری دارد. (انتظاری، مصاحبه در سایت کارآفرینی)

کارآفرینان بر این باورند که چیزی به نام شکست وجود ندارد و آنچه به دست می‌آید تنها نتیجه است و بس. دانشمندی می‌گوید: «هیچ منظره‌ای غم انگیزتر از مشاهده یک جوان بدبین نیست». یکی از محدودیت‌های مهم آدمیان ترس از شکست است و باور به شکست یکی از راه‌های مسموم کننده ذهن است.

خلاقیت و نوآوری از اجزای جدا نشدنی کارآفرینی‌اند و به گفته پیتراکر: «وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا کرد کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای در پی ندارد».

کارآفرینان اشخاصی میانه‌رو هستند که حساب شده ریسک می‌کنند. آنان لزوماً در پی فعالیتی نیستند که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه برای شروع یک کسب و کار حاضرند تا پول، امنیت، ثروت و موقعیت خود را به مخاطره اندازند.

نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی کار می‌کنند اما رضایت آنان از آنجا حاصل می‌شود که با وجود محدودیت‌های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند.

انواع کارآفرینی

کارآفرینی و کسب و کارهای مخاطره‌آمیز، محرک توسعه اقتصادی است، که در رأس کسب و کارهای مخاطره‌آمیزند در جستجوی فرصت‌هایند و خلاقیت، ابزاری برای موفقیت آنان محسوب می‌شود، با توجه به آنچه گذشت می‌توان کارآفرینی را این‌گونه تعریف کرد: «کارآفرینی فرایندی است که در آن ایده و فکر جدید با بسیج منابع از طریق فرایند ایجاد یک کسب و کار که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می‌شود. صاحب‌نظران تقسیم‌بندی‌های مختلفی از کارآفرینی ارائه کرده‌اند که مهمترین آنها عبارتند از:

کارآفرینی فردی (مستقل)

فرآیندی است که در آن فرد با استفاده از خلاقیت و نوآوری با پذیرش ریسک به ایجاد کسب و کار نو می‌پردازد.

۱- کارآفرینی درون سازمانی

فرایندی است که در آن کارآفرین در سازمان‌های بزرگ؛ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نمایند و فعالیت وی ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می‌باشد که شرکت را به سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد.

۲- کارآفرینی سازمانی (شرکتی)

فرآیندی است که در آن کل سازمان و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی بوده و سازمان، بستر و محیط را برای پرورش و ترویج کارآفرینی مهیا می‌سازد. کارآفرینی سازمانی

مفهوم چند بعدی است که فعالیت‌های شرکت را متوجه نوآوری در فناوری، مخاطره پذیری، پیشگامی (آینده سازی) می‌سازد. در واقع آن به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظام‌های سازمانی نوین است. (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵، ص ۵۰)

کارآفرینی به عنوان یک حوزه دانشگاهی

شناخت کارآفرینی به عنوان یک حوزه دانشگاهی، مسأله ساده‌ای نیست؛ تحقیقات کارآفرینی در استفاده از تعاریف مختلف دچار تنوع و ابهام بسیاری است، ولی امکان شناسایی چند رویکرد اساسی در تعریف کارآفرینی وجود دارد:

۱- کارآفرینی به عنوان تابعی از بازار؛

۲- کارآفرین به عنوان یک فرد؛

۳- کارآفرینی به عنوان یک فرآیند.

این رویکردهای متفاوت در رشته‌های مختلف و دیدگاه‌های متفاوت آنها با جنبه‌های مختلف این مفهوم دارند.

کارآفرینی به عنوان تابعی از بازار

کارآفرینی در میان اقتصاد دانان قدمتی طولانی دارد، اما در استفاده از تعاریف در دوره‌های زمانی مختلف و در ساختارهای اجتماعی متفاوت شکل گرفته‌اند، تفاوت در تعاریف بدیهی‌تر به نظر می‌رسد. وجه مشترک این محققان علاقه آنها به جایگاه کارآفرینی در بازار و سعی در پاسخگویی به این سؤال است: «زمانی که کارآفرین وارد عمل می‌شود، در بازار چه اتفاقی می‌افتد؟» و از این طریق پنج ساختار کارآفرینی را می‌توان شناسایی کرد. (هانس لند ستروم، ۱۳۸۷، ص ۳۲)

- کارآفرین به عنوان ریسک‌پذیر و مدیریت‌کننده ریسک؛

- کار آفرین به عنوان یک فرصت آفرین؛

- کارآفرین به عنوان هماهنگ‌کننده منابع محدود؛
- کارآفرین به عنوان جستجوگر فرصت‌ها؛
- کارآفرین به عنوان یک سرمایه‌دار.

بنابراین می‌توان نشان داد اقتصاد دانان، وظیفه کارآفرینان در بازار را با تفاوت‌هایی جزئی تعریف کرده‌اند. این تفاوت‌ها در دیدگاه شوپتر و همکاران به کارآفرینی منعکس شده است. طبق نظر شوپتر، کارآفرینی با ایجاد نوآوری‌های جدید، نواقصی در بازار ایجاد می‌کند. از سوی دیگر کزرنر کارآفرین را جستجوگر ناهماهنگی‌ها می‌داند که با فعالیت‌های کارآفرینانه خود در پی رفع این ناهماهنگی‌هاست. عمل کارآفرینانه، سازماندهی اطلاعات به دست آمده جهت شناسایی فاصله بین عرضه و تقاضا و فعالیت کردن به عنوان یک واسطه با هدف کسب درآمد از این فاصله ایجاد شده است.

دیدگاه کارآفرینی به شکل ظهور در دو حوزه بین‌المللی، هماهنگی مطالعات کارآفرینی و دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۱ نیز عینیت یافته است. هر دو بر اساس استدلال‌های «کارآفرینان نوپا» بنا شده است، این سازمان‌های جدید کارآفرینان را افرادی می‌دانند که در جریان فرآیند تأسیس یک شرکت قرار دارند یا افرادی که ظرف ۲۴ ماه گذشته شرکتی را تأسیس کرده‌اند. همچنین ظهور رشته‌های دانشگاهی در زمینه کارآفرینی در سال ۱۹۹۳ بیش از ۴۰۰ دانشگاه و دانشکده فقط در ایالات متحده آمریکا، دارای رشته‌های تحصیلی کارآفرینی بوده‌اند. همچنین سازمان‌های مهم بین‌المللی؛ همچون سازمان ملل متحد، سازمان بین‌المللی کار (ILO)^۲ و برنامه توسعه ملل متحد و بانک جهانی در امر توسعه کارآفرینی و آموزش آن تلاش کرده و کشورها را به ترغیب کارآفرینی در جامعه‌یشان تشویق کرده‌اند؛ به عنوان نمونه تلاش‌های کارآفرینانه در سنگاپور، آفریقای جنوبی، هند، روسیه، ایرلند، استرالیا و سایر کشورها بسیار چشمگیر بوده است.

نتیجه‌گیری

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین اقتصادی، نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت کشورها یافته است. امروزه کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است، به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط را به ارمغان می‌آورد. از این رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (تولیدکنندگان، سرمایه‌گذاران، مصرف‌کنندگان) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علی‌رغم اهمیت روز افزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به این موضوع در کشور ما پرداخته شده است. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی جوان امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه اقتصادی می‌کند در این راستا ضرورت داشتن الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می‌شود.

منابع و مأخذ

- ۱- احمدپور و دکتر مقیمی، مبنای کارآفرینی، دانشگاه تهران، ۱۳۸۵.
- ۲- جعفرزاده، مرتضی، پانزده کلید موفقیت در کارآفرینی، انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
- ۳- سارا، ادوارد، کارآفرینی در کسب و کار خانگی، ترجمه دکتر احمدپور، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۴.
- ۴- کوانکو، وهاجز، نگرش معاصر به کارآفرینی، ترجمه ابراهیم عامل محرابی و محسن تبرایی، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۵- لندوتدوم، هانس، پیشگامان تحقیقات کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک، ترجمه دکتر زهرا آراستی، ۱۳۸۷.
- ۶- هیگیتز، کارآفرینی: ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسأله، ترجمه دکتر احمدپور، مرکز کارآفرینی دانشگاه امیر کبیر.
- ۷- پژوهشگران مرکز کارآفرینی پردیس قم، کارآفرینی تطبیقی، مرکز کارآفرینی پردیس قو.
- ۸- مصاحبه با دکتر یعقوب انتظاری، فرآیند کارآفرینی مبتنی بر علم.