

# تنگناها و راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی

بخش اول

نویسنده: سمیه جنگچی کاشانی

اشاره:

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور ضرورت ایجاد فرصت های شغلی و نیز روند مستمر نوسانات قیمت نفت سه عامل عمده ای است که موجب می شود سیاستگذاران و تصمیم سازان کلان کشور به منبع درآمدی سهل الوصول دیگری به جز نفت بپندیشند و بی شک آن منبع ابتکار و خلاقیت و نوآوری راه دیگری نمی تواند داشته باشد. اکنون در عرصه جهانی افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و از آن ها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می شود. چرخ های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال ۵۰۰ موسسه کارآفرینی شروع به کار کرده اند و حتی پاره ای شرکت های بزرگ جهانی برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده اند. این حالت در حالی است که در ایران حتی موسسه کارآفرینی در دهه های اخیر هیچگاه نداشته ایم.

آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه ما بیش از پیش احساس می شود پرداختن به این مقوله اساسی یعنی کارآفرینی است. زیرا مسلماً کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند در چنین شرایطی منابع را برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه های تولید منابع انسانی فراهم کرده و اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد نموده و با نوآوری صنعتی بر توسعه دامنه محصولات و خدمات جدید بیفزایند.

اکنون باید عرصه های مختلف کارآفرینی در برابر نسل جوان جامعه گشوده شود و این امر در گرو ایجاد بستر مناسب و حمایت های همه جانبه دولت اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی و نیز بر داشتن موانع موجود بر سر راه جوانان کارآفرین است. در برنامه اول و دوم توسعه، متأسفانه مقوله کارآفرینی به فراموشی سپرده شده بود اما در برنامه سوم توجه اندکی به این امر صورت گرفت. جامعه ایران هم اکنون در حال توسعه و گذار از یک شکل سنتی به صنعتی است که به دلیل جوان بودن ترکیب جمعیت آن از پتانسیل خوبی برای توسعه و پیشرفت برخوردار است. مهم ترین دغدغه ای که هم اکنون جامعه ایرانی با آن مواجه است مسأله بیکاری و عدم امنیت شغلی، کمبود فرصت های شغلی و... است؛ به گونه ای که این مسئله موجب شده اکثر جوانان ایرانی از نظر شغلی در حاشیه امنیت قرار نگیرند و بیکاری به عنوان یک معضل اقتصادی- اجتماعی ساختارهای جامعه را مورد تهدید قرار داده است. نگاهی گذارا به موقعیت کنونی کشور نشان می دهد، نبود برنامه ریزی و ضعف در ساختارهای اقتصادی ریشه اصلی بیشتر مشکلات اقتصادی و اجتماعی است و برای غلبه بر این مشکلات توجه به (کارآفرینی) یکی از ضروریاتی است که می تواند ما را در رفع این بحرانها یاری دهد.

کارآفرینی که امروزه کارشناسان اقتصادی از آن به عنوان موتور محرک اقتصاد و عامل اصلی توسعه پایدار یاد می کنند عبارت است از؛ فرآیندی که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصتهای جدید با بسیج منابع مبادرت به ایجاد کسب کار توأم با پذیرش مخاطره و ریسک کرده و منجر به معرفی محصول یا خدمت جدیدی به جامعه می شود.

تأمل در تعریف کارآفرینی نشان می دهد که این عامل می تواند در افزایش حجم فعالیت های اقتصادی اثبات ثروت بهبود کیفیت زندگی تبدیل تنگناها به فرصت ها و ایجاد فرصت های شغلی نقش موثری داشته باشد و اگر جامعه آن را به عنوان یک ارزش بپذیرد؛ می تواند شاهد تحولاتی در عرصه های مختلف اقتصادی و اجتماعی باشد.

نگاهی به وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفته و توسعه یافته که به مسأله کارآفرینی توجه کرده اند نشان می دهد که این کشورها با توجه به مقوله کارآفرینی توانسته اند به پیشرفت های چشمگیری در رفع بحران های اقتصادی و بر طرف کردن بیکاری در جامعه دست یابند یا حداقل از بحران های پیش آمده به سلامت عبور کنند و یا بحرانهایی که وقوع آن را پیش بینی می کردند؛ مهار کنند. متأسفانه طی سالهای اخیر در کشور توجه چندانی به موضوع کارآفرینی نشده و فقط در چند سال اخیر به دلیل افزایش میزان بیکاری و حادث شدن وضعیت آن مخصوصاً از برنامه سوم به بعد به این مسأله توجه شده است اما در این میان لزوم برنامه ریزی های اجرایی و عین حال بلند مدت در بخش کارآفرینی به خصوص در زمینه نیروهای جوان می تواند زمینه ای در رشد اقتصادی و صنعتی کشور و نیرو محرکه ای برای گذر از حالت سنتی باشد.

در این مقاله سعی میشود رویکردی را در خصوص نحوه اجرای توجه به امر کارآفرینی در برنامه چهارم و ضرورت اهمیت و وجود تنگناهای آن را در دولت نهم مورد توجه قرار دهیم.

## پیشینه کار آفرینی:

واژه کار آفرینی بیش از دو قرن نیست که در ادبیات مدیریت و اقتصاد وارد شده و مانند سایر واژه ها تغییر زیادی را به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده است.

مطالعات نشان می دهد از ابتدای تاریخ بشر انسان ها همواره به دنبال پیدا کردن عامل وجود ارزش و عامل تغییر بوده اند. اولین بار دانشمندان علم اقتصاد به کار آفرینی توجه نموده اند، به گونه ای که در ابتدا این مسئله توسط تجار و بازرگانان شروع شد.

عده ای فکر می کردند عامل موجد ارزش، طلا و نقره است. و از طریق فعالیت تجاری است که می توانند ارزش آفرینی کنند. و کشورهایمانند ایتالیا و انگلیس فعالیت زیادی را روی این مسئله بعد از دوران رنسانس انجام دادند. عده دیگر هم عامل موجد ارزش را در زمین و فعالیت های کشاورزی جستجو کردند که به "فیزیوکرات ها" معروف اند و گروهی دیگر پایه گذار مکتب کلاسیک بوده اند

که اساساً صنعت را عامل موجد ارزش می داند. در این طرز فکر به کار و نیروی انسانی اهمیت زیادی داده شد و در اینجا بود که عامل جدید نیروی انسانی به اضافه سرمایه و کار معنا پیدا کرد.

بعد از مکتب کلاسیک ها فرد جدیدی به نام "شومپتر" مقوله ای را بنام کار آفرینی مطرح کرد. و آن را به عنوان موتور توسعه اقتصادی معرفی کرد.

شومپتر که از اعضای مکتب اقتصاد آلمان است و در واقع پدر کار آفرینی محسوب می شود، در سال ۱۹۴۸ چنین بیان می کند که تولید هست که فعالیتی موجب ایجاد ارزش می شود. این تولید از طریق عامل موجد ارزش نوآوری است، چیزی که تاکنون به آن توجه نشده است.

اساس حرف در این است که تخریب خلاق باعث می شود تا زاد و ولد و ایجاد و رشد شرکتها از طریق نوآوری بوجود می آید. به خوبی شاهدیم، چگونه شرکت های کوچک و نو آور شرکت های کوچک را از دور رقابت خارج می کنند.

کسانی که در هر فعالیت و کسب و کار و تجاری محصول جدیدی تولید می کنند. یا روش های جدیدی در فرایند تولید بازاریابی و... به کار می گیرند و یا از منابع جدیدی استفاده می کنند.

و یا موسسه جدیدی را افتتاح می کنند، دارای ویژگی های کار آفرینی هستند و نو آوری محسوب می شوند. به عبارتی دیگر کار آفرین، فردی است که ایده جدیدی را به محصول یا خدمات تبدیل می کند. کار آفرین به قول "جفری تیمز" کسی است که باعث خلق بینشی ارزشمند از هیچ می شود حال باید دید که نوآوری، دارای چه ویژگی ها و مشخصاتی است.

از اینجا به بعد روانشناسان به کمک علم اقتصاد آمدند و تلاش آنها در ۳ دهه ۵۰ تا ۷۰ به این

نکته بود که آیا می توان افرادی را شناخت که نشانی ها را شدنی می کنند.

افرادی که بسیار خلاق و جدی هستند، عزم و اراده و پشتکارشان زیاد است. توفیق طلب هستند، شب و روز نمی شناسند، کارهایشان اداری نیست و... آن ها تاکنون ۱۵۰ ویژگی را کسب کردند که ۵ ویژگی آن مورد توافق همه است. به این معنی که کارآفرینان معمولاً افرادی هستند که

افتادند که مقوله جدیدی است.

"پیتر دراکر" می گوید: کارآفرینی یک رفتار است نه یک صفت در شخصیت فرد کارآفرین. وی می گوید: کارآفرینی کاربرد مفاهیم تکنیک های مدیریت است.

استاندارد سازی محصولات، بکارگیری ابزار ها و فرایندهای طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار است.

**جالب توجه اینکه بخش خصوصی در امور اقتصادی همیشه از ریسک بالایی برخوردار است و کمتر کسی جرات می کند که وارد این مقوله شود مخصوص در زمینه هایی که سیاست حمایتی وجود ندارد. اما افرادی که در این زمینه پیروز می شوند و کار را دست خودشان می گیرند، افراد بسیار برجسته ای هستند. و همین مسأله جرقه ای برای سیاست گزاران اقتصادی و سیاست گزاران کلان کشورهای پیشرفته صنعتی زد.**

ریسک معتدل را در دستور کار خود قرار می دهند، خلاق و نو آور هستند، عزم و اراده قوی دارند، استقلال طلبی بالایی دارند، همواره دوست دارند برای خودشان کار بکنند. و از قدرت تحمل ابهام بالایی برخوردار هستند. آنها ثروت طلب نیستند ولی پول را نشانه موفقیت می دانند. اما روانشناسان درباره ویژگی های جمعیت شناختی یا دموگرافیکی کارآفرینان نیز مطالعات زیادی کرده اند که بحث مفصلی دارد.

اما بطور اختصار می توان گفت که کارآفرینان اغلب دارای تجربه کاری قبلی در زمینه شغلی خود بوده و نارضایتی از شغل قبلی یکی از عوامل انگیزشی آن ها برای آغاز برای فعالیت های جدید است. همچنین وجود یک الگوی نقش در خانواده یا محیط کار و... باعث تشویق تلاشهای کارآفرینانه آن ها می شود.

ضمن اینکه آمار و ارقام نشان میدهد که ۴۰ درصد از کارآفرینان شرایط خاصی در دوران کودکی داشته اند. از قبیل فقر، عدم امنیت، طلاق، یا مرگ والدین، آتش سوزی و... سوال دیگر این است که آیا فقط ویژگی فردی است که باعث موفقیت فرد می شود و یک موسسه را موفق می کند یا خیر.

در این رابطه جامعه شناسان به کمک روان شناسان آمدند و مسایل اجتماعی را مطرح کردند. که در واقع اصل موضوع شبیه به مثال معروف است که می گوید: اگر شما بذر خوبی داشته باشید ولی زمینی مناسب نداشته باشید ممکن است آن بذر در آن زمین رشد کند. اما اگر زمین مناسب باشد ولی بذر خوبی نداشته باشید ممکن است در آن زمین مناسب، بذر هر طور شده رشد کند.

این دو اندیشه با هم تلاقی دارند و به همین دلیل جوامع و دولت ها و سازمان ها به فکر شناسایی بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینان

روحه کارآفرینی در این گونه کشورها وجود داشته یعنی در حقیقت بعد از انقلاب صنعتی ما شاهد دگرگونی در وضعیت اقتصادی جهان بوده ایم و صنعت بعنوان یک پدیده ناشناخته و

هراس انگیز وجود داشته که معادلات اقتصادی جهان را بهم می ریخت.

در همین زمینه افرادی بصورت کاملاً تصادفی و با داشتن هماه انگیزه ها که اشاره شد توانستند این اسب سرکش را رام کرده و از آن استفاده کنند.

به این ترتیب بوجود آمدن بوجود آمدن فرهنگ کارآفرینی و کارآفرینان کاملاً تصادفی بود. تعداد آن ها بسیار اندک بود و همین تعداد اندک تحولات شدیدی را در زمینه اقتصاد بوجود آورد. بوجود آمدن شرکتهای بزرگ صنعتی نظیر جنرال موتور، فورد و شرکت های بزرگ دیگر نتیجه تلاش افراد کارآفرین بود.

بنا بر این می توان گفت: که واژه کارآفرین یا کارآفرینان یک بحث تصادفی بوده است. یعنی یک سری عوامل رفتاری اقتصادی و فطری باعث بوجود آمدن و شکل دادن به یک شخصیت ویژه برجسته نام کارآفرین است.

جالب توجه اینکه بخش خصوصی در امور اقتصادی همیشه از ریسک بالایی برخوردار است و کمتر کسی جرات می کند که وارد این مقوله شود بخصوص در زمینه هایی که سیاست حمایتی وجود ندارد. اما افرادی که در این زمینه پیروز می شوند و کار را دست خودشان می گیرند، افراد بسیار برجسته ای هستند. و همین مسأله جرقه ای برای سیاست گزاران اقتصادی و سیاست گزاران کلان کشورهای پیشرفته صنعتی زد.

اولین کشورهایی که در این زمینه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشتند آلمان، انگلیس و آمریکا بود.

در آلمان در سال های ۱۹۲۳ تا ۱۹۲۵ مطالعه و شناسایی بر روی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه ای که اتفاقاً دارای محدودیت های شدید مالی بودند؛ آغاز شد.

اولین سیاست ها، سیاست های حمایتی از این افراد بود. به همین منظور آموزشدهنده ای برای پرورش این افراد در این کشور ها تأسیس شد. این نوع آموزشدهنده ها بین سال های ۱۹۲۷ تا ۱۹۴۰ در انگلیس و کمی دیرتر یعنی میان سال های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. افراد در این دانشکده ها طی دوره های کوتاه مدتی آموزش های لازم را برای شروع کار های اقتصادی طی می کردند و یکی از مباحث این بود که چگونه اقتصاد از طریق توسعه کارآفرینی رشد می آید. آموزش عمدتاً به صورت کلاسیک نبود؛ بلکه به حالت سمینار بود.

افراد در این آموزشگاه ها مسایل خود را می گفتند از تعدادی روانشناس جامعه شناس - رفتار شناس و استاد مدیریت استفاده می کردند و این گروه افراد را جهت می دادند که چگونه افکار و رفتار آن ها پروراند شود.

ادامه دارد...