

مفاهیم کارآفرینی

دکتر محمود احمدپور داریانی

به نظر می‌رسد طی دو سه سال اخیر توجه خاصی به مفهوم کارآفرینی در کشورمان شده است. عده‌ای نگران آن هستند که این مفهوم با ارزش توسعه اقتصادی و به قول شوپینتر - پدر کارآفرینی - «موتور توسعه اقتصادی» همانند سایر مفاهیم بهره‌وری، مدیریتی مشارکتی و... در لابلای سایر مسائل جامعه گم شود و در حد شعار باقی بماند و وارد صحنه‌های کسب و کار و سازمانها شود. در کشورهای توسعه یافته این مفهوم در سطوح اقتصادی جوامع و مردم بسیار جاافتاده و مورد قبول قرار گرفته است به طوری که آرزوی هر جوان و فرد جستجوگر فرصت تبدیل رویاهای خویش به کسب و کار، محصول و خدمات و در نهایت تبدیل شدن به یک قهرمان کسب و کار در صحنه اجتماعی است. در کشور ما این مفهوم بایستی ابتدا در سطح نخبگان علمی دانشگاه در صنایع و سایر بخشها ترویج گردد و سپس طی یک حرکت حساب شده در قالب یک استراتژی جامع، نسبت به عمق بخشیدن به سیاستهای ترویجی، آموزشی، پژوهشی در سطح دانشگاهها و مراکز صنعتی اقدام شود. در سطح جامعه نیز قهرمانان شایسته کسب و کار که همواره پیشگامان و نوآوران خدمات در کشورند راه جامعه معرفی کنیم. نتیجه این معرفی این است که جوانان و نوجوانان شایسته این مرز و بوم با الگوبرداری از این قهرمانان و با درک و شناسایی واقعی استعدادهایشان راه تحقق رویای آینده خود را هموار کنند و آینده هر چه بهتر و شکوفاتری را برای تحقق سیاستهای استقلالی، رفاه و عدالت اجتماعی کشوری توسعه یافته، بسازند.

نگارنده بعد از تألیف کتاب کارآفرینی و ارائه بیش از ۶۰ کارگاه آموزشی ترویجی کارآفرینی در سطح مسئولان سازمانها، مدیران، دانشجویان، استادان محترم و مسئولان دانشگاهی به این نتیجه رسیده است که در سطح عمومی (و بویژه در میان محققان) به نظر می‌آید که اولاً از واژه «کارآفرین» تعریف صحیحی وجود ندارد، ثانیاً برداشتهای متفاوتی از این واژه وجود دارد و ثالثاً «کارآفرینی» به عنوان یک شغل جدید در سبد مشاغل موجود تلقی نمی‌شود. هدف از نگارش این مقاله پاسخ به این شبهات و سوالات است.

تعاریف کارآفرینی

کارآفرین فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرایند تاسیس و ایجاد یک کسب و کار (شرکت) و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را در جامعه معرفی می‌کند.

در این تعریف چند نکته وجود دارد:

کارآفرین اهل فکر جدید و نوگراست (ایده جدید)

کارآفرین در فرایند ایجاد یک کسب و کار یعنی از مرحله مطالعه بازار، تهیه طرح کسب و کار، توجه اقتصادی، بسیج منابع، احداث کارخانه و بهره‌برداری از آن شخصاً درگیر بوده و اقدامات عملی را بر عهده می‌گیرد و همه مخاطرات را قبول می‌کند؛ نتیجه فعالیت و زحمات وی حتماً بایستی به محصول و خدمات جدیدی منجر گردد. جفری تیمونز «کارآفرین» را ایجادکننده یک چتر ارزشمند از هیچ می‌داند.

این مفهوم که در فرانسس ENTREPRENEUR نام نهاده شده و در انگلیسی به معنای متعهد شدن (TO UNDERTAKE) آمده است، در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شده که ترجمه خوبی از این واژه نیست. به نظر می‌رسد بهتر بود این واژه به معنای «ارزش آفرین» ترجمه می‌شد گرچه ارزش در ادبیات اقتصادی و توسعه غرب معنایی متفاوت از آنچه که مادر ادبیات دینی و اخلاقی داریم به ذهن انسان متبادر می‌کند.

انسانی که دارای قدرت درک و پیدا کردن خلاها و فرصت‌هاست و از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول و خدمات جدید، در جامعه اقدام به ارزش آفرینی از هیچ می‌کند، «کارآفرین» نامیده می‌شود.

برداشتهای متفاوت از این مفهوم

شاید مهمترین و پرآشوبترین تعریف رایج و برداشت از کارآفرینی همانا ایجاد شغل باشد که امروزه در بسیاری از سخنان مسئولان، سیاستگذاران و تخصیص دهندگان منابع نیز در سطح کشور ملاحظه می‌گردد، گرچه این بزرگواران از طرح این مسئله به بیراهه رفته و اشاره نسبتاً درستی دارند اما باید اذعان داشت که فضای موجود کشور و مسئله بیکاری و نیاز به ایجاد اشتغال از جمله عوامل مثبت طرح این واژه در سطح جامعه است. به طوری که موسسه مالی کارآفرینان، مجله کارآفرینان، معاونت تشویق سرمایه‌گذاران و کارآفرینان بانک صنعت و معدن تشکیل گردیده و این واژه در وزارت کار و امور اجتماعی و برنامه‌های توسعه دوم و سوم نیز به کار گرفته شده است. اما آنچه که امیدوارکننده و درخور توجه است این است که کارآفرینی برای سیاستگذاران و مسئولان توسعه پایدار هر جامعه دو پیام بسیار مهم را داراست:

نتیجه سیاستهای ترویج و تسهیل کارآفرینی ایجاد اشتغال است.

با کارآفرینی، رفاه (WEALTH) نیز تحقق می‌یابد (توسعه عدالت).

بنابراین، مطرح شده کارآفرینی را حتی به معنای ایجاد اشتغال در جامعه نباید خرده گرفته بلکه به فال‌نیک می‌گیریم چرا که با اجرای دقیق و شناسایی و تقویت کارآفرینان و برداشتن موانع از پیش روی آنها به این امر مهم و بسیار استراتژیک تعیین ایجاد اشتغال نیز می‌رسیم. برای این منظور بدنیست به مطالعه آثار BRICH در دهه ۱۹۷۰ در آمریکا اشاره کرد که ابتدا تصور سیاستگذاران وقت این بود که ایجاد اشتغال اکثر آدر سطح شرکتهای بزرگ انجام می‌گردد اما بعد از انتشار این مطالعه روشن گردید که ۸۰-۹۰ درصد ایجاد شغل جدید در سطح جامعه در سطح صنایع کوچک و متوسط از طریق کارآفرینی در محصول و خدمات جدید توسط کارآفرینان انجام می‌گردد. در واقع از این تاریخ به بعد بود که دولتمردان و سیاستگذاران و بانکها، صنایع و دانشگاهها طی یک بسیج عمومی و طرح جامع توسعه کارآفرینی به فکر ترویج، آموزش و پژوهش این مفهوم در جامعه گردیدند؛ به طوری که در آمریکا امروزه بیش از ۶۰۰ دانشگاه در سطح لیسانس و فوق لیسانس و دکترای مشغول تدریس کارآفرینی برای علاقه‌مندان این رشته هستند. بویژه جوانانی که در پی آرزوی ایجاد کسب و کار برای خود هستند و دوست دارند خود رئیس خود باشند و به استخدام شرکتی در نیایند. اما متأسفانه در ایران فعالیت‌های فارغ التحصیل در سطح دکترای و چندین نفر در سطح فوق لیسانس بیشتر با این مقدمه آشنا نیستند که انشاء... با توجه جدیدی که در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی از اواخر سال ۷۹ انجام شده است، امیدهای تازه‌ای در جهت شروع و ترویج این مقدمه در سطح دانشگاهها پدیدار گردیده است.

عضو هیئت علمی دانشگاه امیرکبیر

خوشه به تجمع مجموعه‌ای از بنگاه‌های تولیدی، نهادهای خدماتی، موسسات آموزشی و اطلاع‌رسانی در یک منطقه جغرافیایی خاص گفته می‌شود که این تجمع جغرافیایی صنایع به هم مرتبط، اثرات انگیزشی، انتقال فناوری، دانش و شکل‌گیری ذخیره‌ای از نیروی کار را به همراه دارد

خوشه‌ای است که قلمرو انرژی را به عنوان عرصه فعالیت خود انتخاب کرده است. اهمیت این خوشه تنها از ابعاد تولیدی و خدماتی آن مورد توجه سرمایه‌گذاران نیست بلکه تلقی رایج از این خوشه در بین صاحب نظران فناوری، مهد خلق نوآوری و فناوری و به تبع، توسعه روزافزون آن است به گونه‌ای که شرکتهای فراملیتی بی‌بی، شلومیرجر، آکسون و موبیل و... واحد تحقیقاتی خود را در این خوشه متمرکز کرده و دستاوردهای حاصل از آن، در دیگر فرایندهای تولیدی خود در نقاط دیگر جهان، بهره می‌برند. از سوی دیگر دانشگاه‌های تگزاس و تگزاس AM که خود از دانشگاههای معتبر فعال در حوزه نفت و گاز به شمار می‌روند، نیز در این خوشه واقعند. خوشه مطرح دیگر در این عرصه، خوشه نفت و گاز نروژ است که با پایان یافتن ذخایر فسیلی این کشور، قلمرو خود را به صادرات فناوری حاصله از این فعالیت در حوزه انرژی سونی می‌دهد. واقع امر آن است که بسیاری از شرکتهای فعال در حوزه انرژی و کشورهای دارای منابع پایان پذیر، با دریافت علائم هشداردهنده مبنی بر اتمام ذخایر فسیلی، سیاست‌های خود را به سمت صادرات فناوری و فروش خدمات تغییر داده‌اند. به عنوان نمونه در این میان شرکت هالیبرتون نیز گستره فعالیت خود را صرفاً به فعالیت‌های خدماتی معطوف داشته و خود را به عنوان بزرگترین شرکت خدماتی نفت و گاز مطرح کرده است.

بدیهی است که حوزه انرژی و بویژه نفت، در کشور ما سالیان سال است که از یک رهیافت پیروی کرده و بعد از گذشت ۱۰۰ سال هنوز وابستگی خود را به بسیاری از اقدام و ادواتی به اثبات رسانیده است. شاید با توجه به استفاده از انواع روش‌ها در کاهش این نوع وابستگی، حداقل تجربه این مدل و رویکرد نیز در ساختار نفت و گاز خالی از لطف نباشد. مسلماً استدلال‌های فراوانی مبنی بر استفاده از این رهیافت و مدل در ساختار نفت و گاز و پتروشیمی، صنایع مرتبط و وابسته با هر یک وجود دارد که بررسی دقیق‌ترین مفهوم به همراه ارائه مورد کای‌های خارجی و همچنین ارائه راهکارهای لازم برای ساماندهی و توسعه آن و تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاران می‌تواند در زمره مهم‌ترین حوزه‌های پژوهشی صنعت نفت کشور قرار بگیرد.

۱- پیتر دراکر، صاحب‌نظر معروف عرضه اقتصاد و تجارت

unrelated diversification-۲

follower-۳

