

بررسی نقش کارآفرینی در ایجاد فرصت‌های اقتصادی



جعفر هزارجریبی*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

رویکرد این تحقیق، توجه و تأکید بر نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی از طریق ایجاد اشتغال مولد و سرمایه‌گذاری جدید بر نیروهای انسانی کارآمد است. برای مقابله با بحران بیکاری، شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از نیروهای خلاق انسانی را به ضرورت تبدیل می‌کند، فرآیند کارآفرینی را در جامعه رو به توسعه ایران شتاب می‌بخشد و بازنگری در سازماندهی و مدیریت منابع انسانی را لازم می‌سازد.

*. دکتر جعفر هزارجریبی؛ عضو هیأت علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

کارآفرینی موجب تحول در سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی جامعه می‌شود و با روش‌سازی شیوه زندگی و نحوه استفاده از فرصت‌ها و کسب و کار و فعالیتهای جدید اقتصادی را بوجود می‌آورد.

این پژوهش با بررسی چندین فرضیه تأیید کرده است که فعالیتهای کارآفرینانه به ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی منجر می‌شود.

کلید واژه‌ها:

کارآفرینی، خطرپذیری، نوآوری، خلاقیت، مهارتهای فردی، اشتغال



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

کارآفرینی^۱ در دهه‌های اخیر به عنوان مهمترین مسئله کشورهای صنعتی و حتی برخی از کشورهای در حال توسعه بوده و هست. با اینکه موضوع کارآفرینی در اروپا بیش از یک قرن قدمت دارد ولی تنوع در نوع کارآفرینی، شیوه شناسایی کارآفرینان، الگوهای رفتاری آنان، نقش کارآفرینی، آموزش کارآفرینان و سایر ویژگی‌های کارآفرینی، بیشتر محققان و اندیشمندان حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی را به خود مشغول کرده است.

ایجاد اشتغال برای خیل بیکاران جامعه اعم از دانش آموختگان رشته‌های مختلف در سطوح آموزش عالی تا افراد کم تخصص و احیاناً بی سواد از ضروریات امروز جوامع مختلف است. رقم بیکاری از معضلاتی است که امروزه در کشورهای جهان سوم بویژه جوامع در حال تطور و توسعه رو به افزایش است چرا که از یک طرف سیاست دولتها در جهت کاهش تصدی‌گری دولت در عرصه‌های مختلف از جمله حوزه اقتصادی است که براساس آن عده زیادی از نیروهای تحت استخدام دولت تعدیل و کنار گذاشته می‌شوند و جایگزینی آنان هم ممنوع شده است و از طرف دیگر بخشهای غیر دولتی از حمایت و پشتیبانی‌های مادی و معنوی برخوردار نیست و کسب و کارهای کوچک و بزرگ با مشکلات زیادی از جمله، عدم سرمایه اولیه، عدم برخورداری از نیروی انسانی آموزش دیده و با تجربه، عدم ایجاد فرهنگ کارآفرینی و درجا زدن بین سنت‌های گذشته کارهای اقتصادی و گذار به مرحله صنعتی و در مجموع ساختمان نشدن اقتصاد در بخش غیر دولتی مواجه است.

البته فرهنگ واقعی کارآفرینی و ایجاد کسب و کار در یک فرآیند طولانی شکل می‌گیرد و از برنامه‌های فرهنگ‌سازی نباید نتایج آنی را انتظار داشت. به همین علت، بازگشت سرمایه‌های کارآفرینی با عدد و رقم مشکل خواهد بود و شاخص‌های قطعی کارآفرینی طی برنامه‌های مختلف توسعه روشن خواهد شد. مسئله عمده توجه و اعتقاد به عملکرد کارآفرینی در جامعه است که این اعتقاد ابتدا در مراکز علمی، آموزشی و حتی برنامه ریزی کلان جامعه باید رسوخ پیدا کند.

1. Entrepreneurship

به طور کلی از آنجا که در کشورهای در حال توسعه که دیگر کشاورزی نمی تواند اشتغال را برای جمعیت زیادی فراهم کند و از سوی دیگر کارهای سود آوری هم فقط برای عده ای محدود امکان پذیر است، به نظر می رسد، توجه به فرهنگ کارآفرینی و آموزش راه حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره وری در جامعه باشد و از این طریق بدون جابجایی نیروی کار می توان در نقاط جغرافیایی مختلف به بومی کردن آموزش کارآفرینی پرداخت و فرصت های جدید اقتصادی را برای اقشار مختلف، بویژه آموزش دیدگان دوره های مختلف کوتاه مدت و کاربردی و همچنین فارغ التحصیلان دانشگاهها ایجاد کرد.

در مورد ایران نیز فرهنگ کارآفرینی و آموزشی آن می تواند راه حل مطلوبی را در پی داشته باشد و تحقیق حاضر، که بصورت میدانی انجام شده می تواند بیانگر موفقیت کارآفرینی در ایران باشد.

اهداف پژوهش

۱. شناسایی فرصت های کارآفرینی در بخش های دولتی و غیر دولتی
۲. ارزیابی پتانسیل نیروی انسانی کارآفرین موجود در بخش اقتصادی
۳. شناسایی وضعیت موجود کارآفرینی و محدودیت های آن

سؤالات و فرضیه های پژوهش

۱. فعالیتهای کارآفرینانه، می تواند به ایجاد فرصت های جدید اقتصادی منجر شود
۲. کارآفرینی، از طریق ایجاد اشتغال باعث توسعه اقتصادی می شود
۳. کارآفرینی، منجر به ایجاد سرمایه اجتماعی و فرهنگی می شود
۴. کارآفرینی، بر رفاه اجتماعی اثر مثبت دارد.

روش پژوهش

روش بررسی در این پژوهش روش توصیفی^۱ است. هدف از انجام این نوع پژوهش توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت و یا یک موضوع است.^۲ به عبارت دیگر در این گونه تحقیقات سعی بر آن است که آنچه هست بدون هیچگونه دخالت یا واحدی ارزشی باشد. در این روش؛

- محقق به جمع آوری اطلاعات واقعی و مفصل از پدیده‌های ویژه می‌پردازد.

- پژوهشگر به شناسایی و بررسی مسائل، شرایط و وقایع جاری مبادرت می‌ورزد.

- به مقایسه و ارزشیابی وقایع می‌پردازد.

بنابراین در این پژوهش با استفاده از منابع و مآخذ موجود فارسی و انگلیسی به توصیف و مقایسه ابعاد مختلف کارآفرینی پرداخته شد و سیر تحول کارآفرینی، نظریه‌های کارآفرینی و تحولات مربوط به جامعه ایران در عرصه فرصت‌های اقتصادی بررسی شد. داده‌های تحقیق از نوع داده‌های ثانویه می‌باشد و براساس توصیف جداول بدست آمده به بررسی سوالات و فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد.

قلمرو پژوهش و واحد تحلیل

جامعه آماری این پژوهش شامل داده‌های ثانویه است و واحد تحلیل ویژگی کارآفرینان است.

مبانی نظری پژوهش

طی دوره نئوکلاسیک، اقتصاد دانان آمریکایی مطالعات بسیاری را بر روی کار آفرینان انجام دادند که به مکتب شیکاگو معروف گردید. نظریات اقتصاددانان آمریکایی در این دوران اجمالاً بررسی می‌شود.

^۱. Descriptive Research

^۲. عزت‌اله نادری و مریم سیف نراقی، *روشهای تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات بدر، ۱۳۷۴، ص ۶۹.

فردریک هاولی^۱

فردریک هاولی فارغ التحصیل کالج دیلیانرو تاجری بود که تعدادی مقاله راجع به اهمیت کارآفرین در مجلات مهم اقتصادی منتشر کرد. در حالی که هاولی پذیرفت که زمین، کار و سرمایه سه عامل نظریه تولید هستند. اما استدلال کرد که چهارمین عامل یعنی شرکت^۲ نادیده گرفته شده است. عامل شرکت یک عامل مولد پنداشته نمی‌شود، بلکه یک عامل برانگیزاننده و محرک، منظور می‌شد.

از نظر هاولی، صاحب شرکت یا کارآفرین، تصمیمی را مبنی بر اینکه چه کالا یا خدماتی تولید می‌شود آغاز می‌کند و جوابگوی هیچ کس جز مصرف کننده نیست. از نظر او کارآفرین مسئول سود یا زیان تلاش‌های خود است و سود را به عنوان بازده پذیرش مخاطره و مسئولیت دریافت می‌کند. کارآفرین از نظر هاولی اساساً تحمل کننده عدم قطعیت است.^۳

جان بتیس کلارک^۴

جان بتیس کلارک استاد اقتصاد کالج اسمیت، کالج، امهرست و دانشگاه کلمبیا بود. او در آغاز از سرمایه‌داری انتقاد می‌کرد، اما در دانشگاه کلمبیا موضع فکری خود را به سمت حمایت از سرمایه‌داری تغییر داد. کلارک درگیر عناصرهای جالب توجهی با چند تن از افراد معاصر خود بود. چنین مناظره‌هایی ایجاد می‌کرد که کلارک به تشریح کارآفرین بپردازد. کلارک اقتصاد ایستا و پویا را تحلیل کرد. استدلال کلارک به شرح زیر بیان شده است. در اقتصاد ایستا که مشخصه آن رقابت کامل است، کارآفرین محو و ناپدید می‌شود، کارآفرین کلارک یک واسطه در اقتصاد پویا است. جوهره کارآفرینی ریاست یا مدیریت نیست بلکه تدارک دیدن یک وظیفه خاص هماهنگ‌کنندگی است. کارآفرین کلارک نه عامل تولید است، نه تحمل کننده عدم قطعیت و نه سرمایه‌دار. او یک وظیفه کاملاً تجاری را انجام

1. Frederick Hawley

2. Enterprise

3. Barreto, H. *The Entrepreneur in Micro Economic Theory: Disappearance and Explanation*, London: Rutledge pub.co., 1989, p.212.

4. John Bates Clark

می‌دهد. بدین طریق که هزینه‌ای را صرف عناصر یک محصول می‌کند و سپس آن محصول را به فروش می‌رساند.^۱

دیدگاه کلارک راجع به کارآفرین با دیدگاه‌هاولی تفاوت دارد. برای مثال از نظر کلارک کارآفرین یک واسطه است، در حالی که از نظرهاولی تحمل کننده عدم قطعیت است. بعلاوه، کلارک بر محیط پویا تمرکز می‌کند. حال آنکه‌هاولی محیط عدم قطعیت و ناپایدار را در نظر می‌گیرد.^۲

ارونینگ فیشر^۳

ارونینگ فیشر استاد اقتصاد دانشگاه ییل بود. او به عنوان یکی از بزرگترین و مشهورترین اقتصاددانان آمریکایی پنداشته می‌شد. فیشر سهم بسزایی در اقتصاد ریاضی، نظریه سرمایه، نظریه پولی و آمار داشت.^۴

کار فیشر بر روی وظیفه کارآفرین، بر مشکلات ناشی از محیط عدم قطعیت و ناپایدار متمرکز بوده است و کارآفرین مورد نظر او تاثرات خنثی کننده اتفافی بودن (احتمال) را متعادل می‌ساخت. کارآفرین فیشر به شرح زیر توصیف می‌شود:

کارکنان از مخاطره اجتناب می‌ورزند، حال آنکه کارفرمایان مایلند مخاطره را بپذیرند. کارآفرین عدم قطعیت را تحمل می‌کند. یکی از وظایف اصلی او پیش بینی و اتخاذ تصمیم مبنی بر اینکه چه کاری بر اساس انتظارات ذهنی انجام‌شود، می‌باشد. کارآفرین نیازی بر سرمایه ندارد، اما نوعاً سرمایه‌دار است. او به محض انجام پیش بینی خود، با به کارگیری و ترکیب عوامل تولید و با اعمال رهبری و قضاوت، بر روی آن کار می‌کند.

^۱. Ibid.

^۲. Jennings, D and Zetihaml, C. *Locus of Control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research*, National Academy of Management Proceedings 42-46, 1983, p.53.

^۳. Irving Fisher

^۴. Allais, M. Fisher, Irving, in D.L. sills (ed)., *International Encyclopedia of the social Science*, Vol.5, New York: Freepren, 1968, p.117.

او پس از پرداخت دستمزدهای تضمین شده و سایر قیمت‌های ورودی، سود باقیمانده را بدست می‌آورد. از لحاظ نظری، سودها و دستمزدها باید تقریباً برابر باشند. با این وجود، سودها عملاً بسیار بیشتر از دستمزدها هستند.

مقدار واقعی سودها به احتمالات و توانایی کارآفرینانه بستگی دارد. اگر چه ممکن است سود زیاد از نظر افراد دیگر ناعادلانه باشند، اما نتیجه ضروری عملیات کارآمد نظام بازار هستند. سود، ثمره پیش‌بینی صحیح و توانایی برتر است.^۱

خلاصه اینکه کارآفرین فیشر با انجام پیش‌بینی از طریق تفکر ذهنی، احتمال عدم قطعیت را کاهش می‌دهد و بخاطر تلاش خود، درآمد خاصی (سود) کسب می‌کند. اهمیت و تمایز کارآفرین فیشر به خاطر نقش او به عنوان دریافت کننده سود می‌باشد.^۲

فرانک نایت^۳

فرانک نایت استاد دانشگاه آیووا و سپس دانشگاه شیکاگو بود. او نیز همانند بسیاری از اقتصاددانان معاصر خود معتقد بود که زمین، کار و سرمایه با هم ترکیب می‌شوند تا محصول را بسازند و در این رابطه نظام قیمت، منابع را به مولدترین کار برد آنها تخصیص می‌دهد. نظام قیمت تعیین می‌کند که کدام نوع از محصولات باید تولید شوند و در چنین نظامی درآمد خالص در حالت تعادل مناسب وجود ندارد و هر عامل نرخ ثابتی از بازده را بر اساس ارزش محصول نهایی خود دریافت می‌کند.

کار نایت در این زمینه با توجه به آگاهی او از مناظره‌های اولی و کلارک پیرامون مفهوم عدم قطعیت و ایجاد بین نظریه‌های مخاطره و عدم قطعیت است. او مخاطره را به عنوان یک رویداد اتفاقی و تصادفی همراه با توزیع معلوم و شناخته شده تعریف می‌کند. در حالی که عدم قطعیت را رویداد تصادفی یا توزیع احتمالات کاملاً نامعلوم تعریف می‌نماید. با این وجود نایت بیان داشت که نظریه عدم قطعیت، نظام قیمت را تغییر می‌دهد.

^۱ . Barreto, H. *Op.cit.*

^۲ . Jennings, D and Zetihaml, C., *Op.cit.*

^۳ . Frank Knaight

طبق نظر نایت، تصمیماتی که تحت شرایط عدم قطعیت اتخاذ می‌شود، بیشتر بر اساس جهل یا ظن هستند. تا بر اساس دانش و آگاهی، نایت بطور نظری اظهار داشت که یکی از عوامل بایدمسئولیت در جایی که عدم قطعیت وجود دارد، اتخاذ تصمیم را بپذیرد. از نظر نایت این عامل کسی نیست جز کار آفرینکه به عنوان تصمیم گیرنده در یک محیط عدم قطعیت و ناپایدار عمل می‌کند.

به نظر نایت کارآفرین جای یکی از کارکردهای نظام قیمت یعنی تعیین نوع محصولات تولیدی را می‌گیرد و برای تعیین خواسته‌های مصرف کنندگان و هدایت تولید نسبت به خواسته‌های شخصی، با عدم قطعیت مواجه می‌باشد. نایت بیان داشت که عوامل کارآفرین، وی را قادر می‌سازند تا با عدم قطعیت برخورد کنند. این عوامل عبارتند از: پیش‌بینی و ظرفیت اجرایی، آگاهی از قدرت‌ها و توانایی‌های خود، تمایل دراعتماد به آن قدرت‌ها و توانایی‌ها در عمل و آگاهی از قدرت و قوه تشخیص افراد دیگر.

نایت اظهار داشت که کارآفرین سود را بر مبنای زیر دریافت می‌کند:

شخص سود کارآفرین یا بر اساس درآمد معمولی و قراردادی است که برای خدمات دریافت می‌شود (دستمزد) و یا بواسطه اموال متعلق به او (اجاره) و یک عنصر تفاضلی بدست می‌آید. عنصر تفاضلی، تفاوت بین قیمت عوامل مولد بکار گرفته شده توسط کارآفرین به نرخ بازار و به میزان ضمانت او برای تأمین خدمات و مواد گوناگون به منظور تولید کالا یا خدمات است.

بنابراین از نظر نایت، سود عبارت است از درآمد باقیمانده‌ای که برای کارآفرین باقی می‌ماند. کارآفرین پس از پرداخت درآمدهای قراردادی مورد توافق برای عاملی که بکار گرفته است، این سود را بدست می‌آورد. طبق نظر نایت، کارآفرین کسی است که سرانجام تحت کنترل شرکت نوپا قرار می‌گیرد و سرانجام مسئول همه دریافت‌ها و پرداختها است و از این رو تابع عدم قطعیتی است که مقدار دریافت‌ها و پرداختها و همچنین مابه‌التفاوت آنها را در بر می‌گیرد. نایت سودها را به عنوان دستمزد برای مقابله با عدم قطعیت نمی‌نگرد، بلکه آنها را به عنوان تفاوت‌های مبتنی بر عدم قطعیت بین ارزش پیش‌بینی شده خدمات و ارزش واقعی آنها

در نظر می‌گیرد. سودهای هر کار آفرین به توانایی و خوش شانسی خود او و همچنین به سطح کلی ابتکار و توانایی او در بازار بستگی دارد.^۱

تئودور شولتز^۲

تئودور شولتز برنده جایزه نوبل و استاد اقتصاد دانشگاه دولتی آیووا و دانشگاه شیکاگو نظریه کارآفرینی خود را بر اساس تصور خود از سرمایه انسانی ارائه داده است. شولتز در ارائه نظریه کارآفرینی خود دو نقش را ایفا کرد: نخست اینکه او کارآفرینی را به عنوان توانایی برخورد کردن با عدم تعادل تعریف نموده است. طبق اظهار نظر او، افراد در بسیاری از مراحل مختلف زندگی خود به انجام رفتار بهینه‌ساز مبادرت می‌ورزند.

این رفتار مستلزم تخصیص مجدد منابع برای دستیابی مجدد به تعادل است. در این خصوص، همه آنها کارآفرین هستند.

دوم اینکه، مطالعات انجام شده شواهدی را ارائه می‌نمایند مبنی بر اینکه آموزش بر توانایی افراد در جهت درک عدم تعادل و نشان دادن واکنش به آن، تاثیر می‌گذارد.^۳ و همچنین بر گرایش‌های خاص کارآفرین تأکید می‌ورزد و معتقد است که این گرایشها از طریق آموزش قابل توسعه می‌باشند. شولتز استدلال کرد که توانایی کارآفرینانه مفید است و می‌توان آن را یک محصول نهایی قابل تشخیص پنداشت. برای مثال، او گزارش داد که فعالیت کارآفرینانه، ما به التفاوت بازده توانایی است.

وی معتقد بود که عدم تعادل در یک اقتصاد پویا امری اجتناب ناپذیر است. این عدم تعادل را نمی‌توان به موجب قانون یا سیاست عمومی بر طرف کرد و یقیناً علم معانی و بیان هم نمی‌تواند آن را برطرف کند. اگر یک فعالیت نوین و پویا، از فعالیت‌های کارآفرینانه تعداد زیادی از عوامل انسانی که منابع خود را مجدداً تخصیص می‌دهند و در نتیجه به سهم خود،

^۱. Jennings, D and Zetihaml, C., *Ibid*.

^۲. Teodare Schultz

^۳. Scholtz, T. "Womens Chananging Participation in the Labour Force: A World Perspective". *Economic Development and Cultural Change*, 1975, p.831.

اقتصاد را به حالت تعادل باز می‌گردانند حمایت نکنند، دچار انزوای گردیده و یا حتی طرد خواهد شد.

هر تصمیم کارآفرینانه برای تقسیم مجدد منابع مستلزم مخاطره است. کاری که کارآفرینان انجام می‌دهند دارای ارزش اقتصادی است و این ارزش به عنوان پاداشی برای عملکرد کارآفرینانه به آنها تعلق می‌گیرد. اگر چه این پاداش برای بیشتر عوامل انسانی کارآفرین کم است. اما در مجموع در یک اقتصاد پویا، بخش قابل توجهی از افزایش درآمد ملی را موجب می‌شود. نگهداری این بخش از درآمد ملی حاکی از این است که کارآفرینان در اقتصاد به حق خود نرسیده‌اند. شولتز از مفهوم استاندارد کارآفرین و طرز عمل کارآفرینان در چهار عرصه زیر انتقاد کرده است:

۱. این مفهوم به تجار محدود شده است.
۲. اختلاف بین توانایی‌های بکار گرفته شده توسط کارآفرینان در نظر گرفته نمی‌شود.
۳. عرضه کارآفرینی، یک منبع کمیاب پنداشته نمی‌شود.
۴. در نظریه تعادل عمومی، نیاز به کارآفرینی احساس نمی‌شود.

شولتز از نظریه تعادل در تحلیل اقتصادی به شرح زیر دفاع کرد:

نقش این توانایی خاص یعنی کارآفرینی را نمی‌توان تحلیل کرد، مگر اینکه مدل‌های تعادل ساز ارائه شوند. بر طبق چنین مدل‌هایی، نقش کارآفرینی گسترش زیادی خواهد یافت و عرضه توانایی کارآفرینانه یک منبع کمیاب پنداشته خواهد شد.^۱

شولتز همچنین به تاثیرات مخاطره و عدم قطعیت بر روی سودهای کارآفرینانه اشاره نموده است.

بر اساس اظهارات وی، مفهوم مخاطره، همچنین مفهوم عدم قطعیت واقعی، واضح و متقاعدکننده است. اما مفهوم عدم قطعیت غیر واقعی، نه واضح است و نه متقاعدکننده.

^۱ . Schultz, t. "Investment in Entrepreneurial Ability", *Scandinavian Journal of Economics*, Vol.52, 1980, p.329.

احتمالات بعضی از انواع مخاطرها می‌توان محاسبه کرد. اما احتمالات عدم قطعیت واقعی، نامعلوم و مبهم می‌باشند. هرگاه کارآفرینان با عدم تعادل اقتصادی سرو کار داشته باشند مخاطره و عدم قطعیت نیز مکرراً به هم می‌پیوندند. عنصر مخاطره صرف نظر از احتمالی که دارد و اینکه چگونه ممکن است بیمه شود، یک هزینه است. اما عنصر عدم قطعیت واقعی، هزینه محسوب نمی‌شود و به سود یا زیان غیر مترقبه منجر می‌گردد.

شولتز بیان داشت که یک جنبه مهم تحلیل کارآفرینی، تقاضا برای کارآفرینان و عرضه آنها می‌باشد وی اظهار داشت که، تقاضا برای کارآفرینی دارای چندین ویژگی متمایز است. این تقاضا اغلب تا اندازه‌ای به طور ناگهانی ظاهر می‌شود و زودگذر است و هر نوع تغییر در اوضاع اقتصادی، تقاضای خاص خود را به همراه دارد. آنچه که کارآفرین انتظار دارد. تا در قبال تلاش انجام شده خود بدست آورد. محرک و مشوقی است که فعالیت‌های او را بر می‌انگیزد. خصوصیات کمی و کیفی محرک‌ها و مشوق‌ها، عناصر اساسی تقاضا برای کارآفرینی به شمار می‌روند.

انتظارات کارآفرینان در تعیین تقاضا برای توانایی آنها در تخصیص منابع، نقش اساسی دارد. تغییرات در اوضاع اقتصادی که محرک‌ها و انتظارات را بوجود می‌آورند یا مساعد هستند یا نا مساعد، یعنی درآمدهای پیش بینی شده با مثبت هستند یا منفی. اگر منفی باشند، اقدامات برای کاهش زیان‌های مورد انتظار درآمدها و ثروت به عمل خواهد آمد.

شولتز راجع به عرضه کارآفرینان به شرح زیر بحث کرده است :

از نظر آماری، عرضه کل کارآفرینی عبارت است از جمع کل تعداد افراد بالغی که به طور بالفعل و بالقوه کارآفرین فعال هستند. و همچنین مجموع کیفیت توانایی‌های ذاتی و عمومی و کیفیت توانایی‌های اکتسابی و ویژه آنها. میزان این عرضه از لحاظ کمی بسیار زیاد است و در بین کل جمعیت افراد بالغ در هر زمان معینی به طور گسترده توزیع می‌شود. کیفیت عرضه با سرمایه‌گذاری در اشکال گوناگون منابع انسانی و سرمایه‌گذاری در توانایی‌های اکتسابی به مرور زمان افزایش می‌یابد.^۱

^۱ . *Ibid.*

مکتب نهادیون

بطور کلی نهادیون معتقد بودند که اقتصاد باید به عنوان یک سازمان یا یک مجموعه کامل و واحد که تمامی اجزای آن با یکدیگر ارتباط دارند، مورد بررسی قرار گیرد. در این مورد مطالعه یک دوره زمانی کامل را نمی‌توان صرفاً با بررسی اجزای آن به صورت قسمتهای مجزا و منفصل از یکدیگر مورد بررسی قرار داد. در این مکتب نقش موسسات و نهادها در زندگی اقتصادی مورد تأکید قرار گرفته‌است. نهاد تنها یک مؤسسه برای انجام هدف خاصی نظیر تعلیم، هماهنگی، خدمات اقتصادی، یا اتحادیه نیست، بلکه الگویی متشکل از رفتار جمعی یا گروهی است که به عنوان جز و بخش اساسی یک فرهنگ پذیرفته می‌شود. در این مکتب رفتارهای جمعی بیش از فردگرایی مطلق مورد توجه قرار می‌گیرد.¹

اساس نظریه هزینه مبادله بر پایه دیدگاه نهادیون استوار می‌باشد، طبق این نظریه با پیچیده و نامطمئن شدن محیط‌های اقتصادی یا تجاری، هزینه‌های عملیاتی بسیار سنگین می‌شود. با شمارداد و سندها افزایش می‌یابد و سر به صدها و هزارها می‌گذارد و در نتیجه مدیریت یا سرپرستی آنها نسبتاً مشکل می‌شود. از اینرو داد و سندها یا عملیات تجاری را باید زیر چتر سلسله مراتب سنتی سازمانها کشانید و از مجرای سرپرستی و مدیریت، رفتار را تحت نظارت در آورد و از طریق بستن قرارداد، هزینه‌های حسابرسی و بازرسی را کاهش داد.

بنابراین افراد در سازمانها به گونه‌ای عمل می‌کنند که هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهند. در واقع، سازمانها در حالی که حامل سلسله مراتب سنتی بودند پا به عرصه وجود گذاشتند تا هزینه‌های عملیاتی را به پایین‌ترین حد برسانند.²

جی.ک. گالبرایت³ اقتصاد دان معاصر مکتب نهادی، اظهار می‌دارد که موانع زیاد در راه ورود به فعالیت و تمرکز بیش از حد، به افزایش نوآوری منجر می‌شود. وی با انتقاد از الگوی رقابتی کلاسیکها و نئوکلاسیکها معتقد است که تمرکز مالکیت رد صندوق و تحول

¹ فریدون تفضلی، تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر)، تهران، نشر نی، ۱۳۷۵، ص ۳۲۹.

² Daft, R. L., *Organization Theory and Design*, New York: West Publishing Co., 1992, p.370.

³ J. K. Galbraith

در اقتصاد ضربه شدیدی بر پیکر الگوی رقابتی وارد ساخته است، بگونه‌ای که بهره برداری از منابع و عوامل تولید همراه با کارایی نیست.^۱

بطور کلی نهادگرایان وظیفه کارآفرینان را عمدتاً به عنوان یک فعالیت مدیرانه در قلمرو سازمان‌های متوسط و بزرگ می‌نگرند.

رونالد کوس^۲، کارآفرین را به عنوان عاملی که در تقسیم کار، سازماندهی و برنامه‌ریزی دقیق در یک شرکت دخالت دارد، معرفی می‌کند. آن هم شرکتی که او در آن صرفاً یک متخصص است.

وی در سال ۱۹۳۷ در بحث خود راجع به اینکه هزینه‌های معاملات، دلیل وجودی سازمانها هستند، کارآفرین را با شرکتها یکی دانسته است.^۳

الیور ویلیامسون^۴ نیز همچون کوس بیشتر بر کاهش هزینه‌های عملیاتی تأکید داشت و معتقد بود که هر چه محیط پویاتر و رقابت بیشتر و همچنین تمرکز کمتر باشد، آنگاه فعالیت‌های نوآورانه شرکتها گسترش بیشتری خواهد یافت. همراه با تغییر ساختار سنتی و کوچک شرکتها به ساختارهای چند بعدی تجاری و بزرگ مسیر دستیابی به بهره‌وری بالاتر، هزینه‌های پایین‌تر و سود بیشتر، هموار می‌شود. در نظام جدید، نظام سلسله مراتبی جایگزین ساختار خود مختار بازار می‌شود.^۵

مکتب نوین اتریش

تعدادی از اقتصاددانان که اعضای مکتب نوین اتریش به شمار می‌روند اخیراً نگرش جدیدی و ارائه داده‌اند که با کارهای شومپیتر همبستگی بسیار دارد. این نگرش جدید چندین

^۱. پیشین.

^۲. Ronald Coose

^۳. Guzman, C. Toward, A., "Taxonomy of Entrepreneurial Theories", *International Small Business Journal*, Vol.12, No.400, 1994, pp.77-88.

^۴. Oliver Williamson

^۵. Williamson, D., Reflection on the New Institutions, *Economic Journal of Institutional and Theoretical Economic*; 14, 1/1, 1985, p.141.

مفهوم اساسی را راجع به کارآفرینی معرفی می‌نماید. آنها بر خلاف نهادیون فعالیت حرفه‌ای مدیریتی و ساختارهای فنی را برای تعریف کارآفرینی معتبر نمی‌دانستند.^۱

مایسز^۲

وی که دارای درجات علمی در رشته اقتصاد از دانشگاه وین، دانشکده مطالعات بین‌المللی و سپس دانشگاه نیویورک بود، پایه گذار مکتب جدید تفکر اقتصادی اتریش نامیده شده است.

شهرت او به خاطر ارائه روش خاصی برنامه رفتارشناسی است. رفتارشناسی اساس مکتب جدید یا نوین اتریش است. او با استفاده از این روش استدلال کرد که انتخاب‌های فردی و رفتار هدفمند انسانی را می‌توان به عنوان مبنای استقراری در استدلال اقتصادی معتبر دانست. بر طبق نظر او اقتصاد عبارت است از گردآوری و ترتیب منظم همه اطلاعات تجربی راجع به رفتار و عمل انسان، اقتصاد با مضمون واقعی رفتار انسان سر و کار دارد و همه تلاش‌های انسان را با تعدد نامحدودشان و همه اعمال فرد را با پیامدهای تصادفی و خاص خودشان بررسی می‌کند. اقتصاد، عقاید راهنمای فعالیت انسان و نتیجه فعالیت‌های انجام شده را مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین هر جنبه‌ای از فعالیت‌های انسان را در بر می‌گیرد. از یک طرف، کل تاریخ است و از طرف دیگر تاریخ رشته‌های مختلف ... البته تاریخ اقتصادی، اقتصاد توصیفی و آمار اقتصادی هم تاریخ محسوب می‌شوند.

مایسز بر اهمیت کارآفرینی در اقتصاد بازار تأکید ورزید. برای مثال، از نظر او کارآفرین انسانی است که نسبت به تغییرات در اطلاعات بازار حساس است. همچنین او معتقد بود که در کل رفتار انسانی یک عنصر کارآفرینانه وجود دارد. او به شیوه‌ای خاص، عامل عدم قطعیت نایت و نقش نوآورانه شومپتترا در طرح کارآفرین ارتقاء دهنده خود ادغام کرد. به نظر می‌رسد که از نظر مایسز جوهره کارآفرین در قلمرو فعالیت مدیریتی، کمتر و در روح ابتکار، بیشتر نهفته است. کارآفرین باید هوش و آمادگی زیاد خود را برای اختراع نشان دهد. چراکه

^۱ . Jennings, D and Zetihaml, C. *Op.cit*, 1983, p.77

^۲ . L. Mises

او یک عامل اقتصادی است که تکامل فرآیند اقتصادی را پیش برده و ارتقاء می‌بخشد. از نظر مایسز، کارآفرین ارتقاء دهنده در مقایسه با عوامل دیگر، دارای میزان نسبتاً بالاتری از انرژی و قدرت فکری است، چرا که او شبیه کارآفرین، نوآور شومپیتر است.

کرزنر دیدگاه مایسز راجع به کارآفرینی را به بهترین نحو تشریح می‌کند:

فرصت‌های سودآور در صورتی پیش می‌آیند که قیمت محصولات در بازارهای محصول با قیمت خدمات اولیه در بازارهای عامل، مطابقت نداشته باشد. به عبارت دیگر، در نتیجه ارتباط ناقص بین بازارها، کالایی به قیمت‌های مختلف در دو بازار فروخته می‌شود. اینکه می‌گویند این کالا به اشکال فیزیکی مختلف در دو بازار به فروش می‌رسد، صحت دارد. این کالا در بازار عامل به شکل یک دست از منابع ورودی است و در بازار محصول به شکل کالای مصرفی در می‌آید. اما از لحاظ اقتصادی باز هم همان کالا به قیمت مختلف فروخته می‌شود. چرا که دسته منابع ورودی شامل کل آن چیزی است که از لحاظ فناوری برای تولید محصول، مورد نیاز است. کارآفرین قبل از دیگران متوجه این اختلاف قیمت می‌شود. آنچه که این وضعیت را از وضعیت واسطه‌گری عادی متمایز می‌سازد این است که خرید منابع ورودی مقدم بر فروش محصول است.

در زمان تصمیم‌گیری برای تولید محصول، قیمت محصول هنوز تعیین نشده است مگر در مواردی که پیش‌بینی شده باشد. کارآفرین حدس می‌زند که قیمت محصولات آینده با قیمت منابع ورودی فعلی کاملاً مطابقت نخواهد داشت.^۱

ایزرائیل کرزنر

وی که استاد اقتصاد دانشگاه نیویورک بود، نظریه کارآفرینی خود را در سه مفهوم ارائه نمود. مفهوم اول، هوشیاری افراد در بدست آوردن سود خالص است. این فرآیند کارآفرینانه، نیرویی است که فرآیند بازار را ایجاد و خط‌مشی آن را تعیین می‌کند. دومین مفهوم این است که کارآفرین با استفاده از مفهوم نیروی تعادل ساز، به موجب بازارهای واسطه،

^۱ . I. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago University of Chicago Press, 1953, p.85.

سازگاری یا همسازی بیشتری را در برنامه‌ها بوجود می‌آورد. خطاها می‌توانند در فرآیند بازار رخ دهند، اما علت آن این است که افراد با عدم هوشیاری کافی، از فرصت‌های کسب سود، صرف نظر می‌کنند. سومین مفهوم این است که کرزنر می‌پنداشت که مالکیت منابع فیزیکی کاملاً متمایز از فرآیند کارآفرینان است. او زمان وعدم قطعیت را از نظریه اولیه خود خارج کرد.^۱

نظریه اولیه کرزنر راجع به کارآفرین مبتنی بر دو اصل بود، یکی مفهوم رفتار انسان که مایسز آن را ارائه داده بود و دیگری استدلال مایسز مبتنی بر اینکه یک عنصر کارآفرینانه در کل رفتار انسان وجود دارد. کرزنر می‌پنداشت که این عنصر کارآفرینانه مستلزم هوشیاری در مشاهده چارچوب ابزار-هدف مایسز است، طبق اظهار نظر کرزنر:

رفتار انسان به معنایی که مایسز ارائه داده، مستلزم اقداماتی است که انسان برای بر طرف کردن تشویق و اضطراب و آسوده خاطر کردن خود انجام می‌دهد. با نگرستن جامع‌تر به نظریه صرفه جویی، رفتار انسان به تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری برای شکل تخصیص محدود نمی‌شود. تصمیم، در چارچوب شیوه رفتار انسان، صرفاً با محاسبه مکانیکی راه حل پیشینه‌سازی، به شکل رابطه اهداف و ابزار معین بدست نمی‌آید. این تصمیم نه تنها نشان دهنده ساختار بازار معین برای مطابقت کامل با سلسله مراتب اهداف معین است، بلکه همچنین درک چارچوب ابزار-هدف است، که در آن تخصیص و صرفه جویی بوقوع می‌پیوندد. عامل انسانی مایسز نه تنها مایل است به محض شناسایی دقیق اهداف و ابزار، اهداف را به طور موثری دنبال کند، بلکه دارای انگیزه هوشیاری است که می‌تواند تشخیص دهد که برای کدام هدف، تلاش کند و کدام ابزار قابل دسترسی است.^۲

کرزنر نظریه اولیه کار آفرینی خود را در پاسخ به این انتقاد که زمان و عدم قطعیت نتایج مهم در تصمیم‌گیری انسانی دارند، اصلاح کرد. برای مثال، یک نظریه که عدم قطعیت

^۱ . *Ibid*, p.33.

^۲ . *Ibid*, p.85.

را نادیده می‌گیرد نمی‌تواند زیان‌های کارآفرینانه را توضیح دهد. بلکه صرفاً سودهای کارآفرینانه را تبیین می‌کند.^۱

نظریه اصلاح شده کرزنر مهمترین و اساسی‌ترین جنبه‌های نظریه اولیه او را در بر می‌گیرد، ضمن اینکه بین کارآفرینی در تصمیمات بازاری تک دوره‌ای و تصمیمات بازاری چند دوره‌ای که شامل زمان و عدم قطعیت هستند، فرق می‌گذارد. کارآفرینی در دوره واحد، مستلزم کسب سود خالص از طریق بازارهای واسطه است و در دوره‌های چندگانه مستلزم کسب سود خالص از طریق پیش بینی زمان آینده است. زمان آینده با جایز شمردن عمل معنی‌دار، ابرهای تیره عدم قطعیت را تا اندازه‌ای کنار می‌زند.

نظریه اصلاح شده کرزنر شامل واسطه‌گری و سوداگری است با این وجود کارآفرینی را اینگونه تشریح می‌کند. کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازار است.

تحقیقات حاضر در مجموع با در نظر داشت اهداف شناسایی فرصت‌های کارآفرینی ارزیابی پتانسیل نیروی انسانی کارآفرین و شناسایی وضعیت موجود بصورت میدانی انجام شده است.

مشاهدات تجربی پژوهش

توصیف جامعه آماری بر مبنای داده‌های تحقیق

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی جامعه مورد بررسی بر حسب جنس

جنسیت	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
مرد	۱۶۶	۵۸/۹	۵۸/۹
زن	۱۱۶	۴۱/۱	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	--

^۱. Herbert, R. and Link, A., *The Entrepreneurs: Main Stream Views and Radical Critique*. New York: Praeger, 1982, p.39.

توزیع فراوانی نسبی جامعه مورد مطالعه بر حسب جنس بیانگر آن است که ۵۸/۹ درصد جامعه مورد بررسی مرد که بیشترین و ۴۱/۱ درصد جامعه مذکور زن هستند.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی جامعه مورد بررسی بر حسب جنس

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
سن			
۲۵-۳۰	۱۶۳	۵۷/۸	۵۸/۲
۳۱-۳۵	۶۸	۲۴/۱	۸۲/۵
۳۶-۴۰	۲۷	۹/۶	۹۲/۱
۴۱-۴۵	۱۲	۴/۳	۹۶/۴
۴۶-۵۰	۱۰	۳/۵	
بدون پاسخ	۲	۰/۷	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

بر اساس جدول داده‌های فراوانی، ۵۷/۸ درصد از افراد مورد مطالعه از ۲۵ تا ۳۰ سال سن دارند که بیشترین افراد تا ۴۶ تا ۵۰ سال، ۴/۵ درصد از جامعه مورد بررسی را با کمترین درصد به خود اختصاص دادند. تمام افراد جامعه مورد مطالعه جزو جمعیت فعال جامعه هستند و ۸۲/۵ درصد از این افراد زیر ۳۵ سال سن دارند.

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی جامعه مورد بررسی بر حسب وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
مجرد	۱۲۱	۴۲/۹	۴۲/۹
متاهل	۱۶۱	۵۷/۱	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	--

بر اساس جدول فراوانی، وضعیت تأهل جامعه مورد مطالعه، ۵۷/۱ درصد پاسخگویان متأهل و ۴۲/۹ درصد مجرد هستند.

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی افراد مورد مطالعه بر حسب آخرین مدرک تحصیلی

وضعیت تحصیلی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
دیپلم	۶۲	۲۲	۲۲/۳
فوق دیپلم	۷	۲/۵	۲۴/۸
لیسانس	۱۷۰	۶۰/۳	۸۶
فوق لیسانس	۳۴	۱۲/۱	۹۸/۲
دکتری	۵	۱/۸	۱۰۰
بدون پاسخ	۴	۱/۴	
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

بر اساس داده‌های جدول فوق ۶۰/۳ درصد جامعه مورد بررسی دارای مدرک تحصیلی لیسانس یا بیشترین درصد و ۱/۸ درصد دارای با درجه دکتری کمترین درصد را به خود اختصاص داده است. مجموعاً ۷۶/۸ درصد جامعه مورد بررسی دارای تحصیلات عالی هستند و مابقی (۲۲ درصد) دارای تحصیلات متوسطه و پایین تر هستند.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی تناسب رشته تحصیلی پاسخگویان با نوع کار آنان

درصد فراوانی تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	فراوانی تناسب رشته تحصیلی با شغل
۱۴/۲	۱۴/۲	۴۰	خیلی کم
۲۷/۳	۱۳/۱	۳۷	کم
۵۰/۷	۲۳/۴	۶۶	متوسط
۷۵/۹	۲۵/۲	۷۱	زیاد
۱۰۰	۲۴/۱	۶۸	خیلی زیاد
	۱۰۰	۲۸۲	جمع

بر اساس داده‌های توزیع فراوانی تناسب رشته تحصیلی پاسخگویان با نوع کار آنان ۲۵/۲ درصد افراد مورد بررسی دارای رشته تحصیلی هستند که بنا به اظهار خودشان تناسب زیادی با نوع کارشان دارد، مجموعاً گزینه‌های تناسب زیاد و خیلی زیاد ۴۹/۳ درصد و تناسب کم و خیلی کم ۲۷/۳ درصد از افراد مورد مطالعه را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی جامعه مورد بررسی

مبنی بر فکر کردن به طرح‌های جدید

درصد فراوانی تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	فراوانی طرح‌های جدید
۰/۴	۰/۴	۱	کاملاً مخالف
۲۵/۸	۲/۵	۷	مخالف
۱۲/۱	۹/۲	۲۶	بی نظر
۵۸/۵	۴۶/۵	۱۳۱	موافق
۱۰۰	۴۱/۵	۱۱۷	کاملاً موافق
	۱۰۰	۲۸۲	جمع

بر اساس داده‌های جدول فراوانی فوق، $46/5$ افراد مورد مطالعه موافق این موضوع هستند که به طرح‌های جدید می‌اندیشند و تنها $0/4$ درصد باندیشیدن به طرح‌های جدید کاملاً مخالف هستند. مجموعاً 88 درصد جامعه مورد بررسی با اندیشیدن به طرح‌های جدید موافق و کاملاً موافق هستند و فقط $2/9$ درصد کاملاً مخالف و مخالف این موضوع هستند. افراد کارآفرین معمولاً به دنبال ایجاد اشتغال و افزایش تولید هستند و از مجموع پاسخهای موافق و کاملاً موافق با فکر کردن به طرح‌های جدید چنین برمی‌آید که 88 درصد جامعه نمونه به طرح‌های جدید فکر می‌کنند. گسترش عرصه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی از شاخصه‌های کارآفرینی است.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی پاسخگویان مبنی بر استقبال از مخاطره‌های شغلی

درصد فراوانی تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	فراوانی ریسک پذیری
$4/3$	$4/3$	۱۲	کاملاً مخالف
$23/8$	$19/5$	۵۵	مخالف
$42/9$	$19/1$	۵۴	بی نظر
$80/1$	$37/2$	۱۰۵	موافق
۱۰۰	$19/9$	۵۶	کاملاً موافق
	۱۰۰	۲۸۲	جمع

داده‌های بدست آمده از توزیع فراوانی افراد مورد بررسی حاکی از آن است که $37/2$ درصد افراد مذکور با بیشترین درصد با استقبال از مخاطره‌های شغلی موافق هستند و تنها $4/3$ درصد با کمترین درصد کاملاً مخالف استقبال از مخاطره‌های شغلی هستند. در مجموع $57/1$ درصد افراد مورد بررسی با استقبال از مخاطره‌های شغلی موافق و کاملاً موافق هستند و فقط $23/8$ درصد مخالف و کاملاً مخالفین موضوع می‌باشند.

ریسک پذیری یکی دیگر از ویژگیهای کارآفرین است. در کارآفرینی حدوداً احتیاط را جسارت کافی و حدود جسارت را احتیاط لازم تعیین می‌کند. یک مدیر کارآفرین، یک انسان جسور محتاط است. از مجموع ۵۷/۱ درصدی موافق و کاملاً موافق افراد مورد بررسی، چنین برداشت می‌شود که اکثر افراد مذکور دارای خصلت جسارت هستند که از خصوصیات مثبت یک کارآفرین محسوب می‌شود.

جدول شماره ۸. توزیع فراوانی نظر افراد مورد بررسی بر حسب حفظ یا رها کردن شغل هنگام مواجه شدن با مشکل

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
رها کردن شغل			
خیر	۲۲۲	۷۸/۷	۷۸/۷
بلی	۶۰	۲۱/۳	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

بر اساس داده‌های جدول فراوانی فوق، ۷۸/۷ درصد افراد مورد بررسی اظهار داشته‌اند که هنگام مواجه شدن با مشکل در انجام امور شغلی، فعالیت خود را حفظ خواهند کرد و تنها ۲۱/۳ درصد از افراد مذکور اظهار داشته‌اند که در صورت مواجه شدن با مشکل شغل خود را رها کرده و سراغ شغل دیگری خواهند رفت.

تمایل به فراتر رفتن از محدوده‌ی تنگ زندگی فردی، آگاهی نسبت به سیستم بزرگتری به نام جامعه و این که فرد بخشی از آن است و در رابطه با تمام بخش‌های آن قرار دارد، اعتقاد به اینکه پیشرفت اجتماعی و یا پیشرفت جامعه بر موقعیت فردی وی اثر می‌گذارد، حساسیت نسبت به محیط اجتماعی و تلاش برای پاسخگو بودن به نیازهای آن و احساس مسئولیت در قبال جامعه از طریق مشارکت در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی و روحیه کارآفرینی و پشتکار اقتضا می‌کند که کارآفرین در مواجهه با مشکلات به فکر پیدا کردن راه حلی برای برون برفت از آن باشد نه اینکه به فکر شانه خالی کردن از زیر بار

مشکلات باشد. داده‌های جدول فوق نیز بیانگر این موضوع است که اکثریت جامعه مورد بررسی دارای روحیه قوی و اتکا به نفس و پشتکار هستند.

جدول شماره ۹. توزیع فراوانی بر حسب فعالیت‌های کارآفرینانه برابر ایجاد سرمایه اجتماعی

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
کاملاً مخالف	۵	۱/۸	۱/۸
مخالف	۲۱	۷/۴	۹/۲
بی نظر	۵۶	۱۹/۹	۲۹/۱
موافق	۱۲۸	۴۸/۹	۷۸
کاملاً موافق	۶۲	۲۲	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

داده‌های بدست آمده از جدول فراوانی فوق حاکی است ۴۸/۹ درصد افراد، با بیشترین درصد مورد بررسی با ایجاد سرمایه اجتماعی بوسیله فعالیت‌های کارآفرینانه موافق هستند و ۱/۸ درصد کاملاً مخالف این موضوع هستند. مجموعاً ۷۰/۹ درصد افراد بررسی معتقد بودند که فعالیت‌های کارآفرینی منجر به ایجاد سرمایه اجتماعی می‌شود. و تنها ۹/۲ درصد افراد مذکور با این موضوع مخالف و کاملاً مخالف هستند.

جدول شماره ۱۰. توزیع فراوانی بر حسب تمایل برای فعالیت اقتصادی به نفع دیگران

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
کار نکردن برای دیگران			
کاملاً مخالف	۱۵	۵/۳	۵/۳
مخالف	۴۶	۱۶/۳	۲۱/۶
بی نظر	۸۸	۳۱/۲	۵۲/۸
موافق	۸۸	۳۱/۲	۸۴
کاملاً موافق	۴۵	۱۶	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

داده‌های جدول فراوانی فوق میزان مخالفت یا موافقت افراد مورد بررسی را با کار کردن برای دیگران نشان می‌دهد. بر اساس این داده‌ها ۳۱/۲ درصد افراد مذکور موافق کار کردن برای دیگران نیستند و همچنین گزینه بی‌نظر با ۳۱/۲ درصد مشترکاً بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. ۵/۳ درصد افراد مذکور کاملاً مخالف با این موضوع هستند که کمترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

مجموعاً ۴۷/۲ درصد پاسخگویان موافق و کاملاً موافق کار کردن برای دیگران هستند و ۲۱/۶ درصد مخالف و کاملاً مخالف این موضوع هستند.

با اعتقاد به اینکه جامعه و محیط امروز، جامعه ای ترکیبی است که از فرهنگ‌های مختلف و به طور سریع در حال تغییر و تحول است و هر کارآفرین باید قدرت مواجهه با این تحولات و تنوع الگوهای فرهنگی را داشته باشد. کارآفرین در استخدام دیگران نیست و برای دیگران کار نمی‌کند تا سودی عاید خود و کارفرما گردد بلکه برای دل خود و برای خدمتبه جامعه خود فعالیت می‌کند. داده‌های فوق بیانگر این موضوع است که اکثر افراد مورد مطالعه دوست ندارند برای دیگری کار کنند.

جدول شماره ۱۱. توزیع فراوانی بر حسب ارتقای فرهنگ کارآفرینی

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد فراوانی تجمعی
کاملاً مخالف	۱	۴	۴
مخالف	۴	۱/۴	۱/۸
بی نظر	۴۰	۱۴/۲	۱۶
موافق	۱۴۵	۵۱/۴	۶۷/۴
کاملاً موافق	۹۲	۳۲/۶	۱۰۰
جمع	۲۸۲	۱۰۰	

داده‌های جدول فراوانی فوق حاکی است ۵۱/۴ افراد مورد بررسی با این موضوع که برای ارتقای فرهنگ کارآفرینی از هیچ کوششی دریغ نمی‌کنند موافق هستند و ۱/۴ درصد پاسخگویان با کمترین درصد با این موضوع مخالف هستند. مجموعاً ۸۴ درصد افراد مورد بررسی موافق و کاملاً موافق این موضوع هستند که از هیچ کوششی برای ارتقای فرهنگ کارآفرینی دریغ نمی‌کنند و ۵/۴ درصد کاملاً مخالف و مخالف آن می‌باشند.

مطالعات نشان می‌دهد فرهنگ در هر عرصه ای آموختنی است در عرصه کارآفرینی نیز چنین است. اگر چه برخی ذاتاً داری ذهنی خلاق و نوآور هستند لیکن این افراد استثنا هستند عمده رفتارها بخصوص فرهنگ کارآفرینی نیز آموختنی است بنابراین تلاش برای ارتقای فرهنگ کارآفرینی جامعه مستلزم ارتقای سطوح آموزش‌های تخصصی در جامعه است پیچیدگی امروزی جوامع این نیاز را دو چندان کرده است. یک مدیر کارآفرین نه تنها سبب پیشرفت و بهره مندی خود و مجموعه تحت مدیریتش می‌شود، بلکه نهایتاً باعث ارتقای جامعه‌ای می‌شود که در آن زندگی می‌کند.

نتیجه گیری

دنیای امروز، عصر دانایی و بینش است و هر که متفکرتر باشد متحول تر و درنهایت موفق تر است، تجارت سایر کشورها نیز نشان می دهد که آنهایی که بیشتر به فکر متکی بودند تا بر ذخایر زیرزمینی، در بلند مدت موفق تر و سرافرازتر بوده اند. نمونه این کشورها ژاپن و آلمان، انگلیس و فرانسه را می توان نام برد.

امروزه کشورهای توسعه یافته را با الگوهای مختلف توسعه بررسی می کنند. شاید بهتر باشد موفقیت آنها را از یک زاویه دید موردسنجش قرار داد و آن اینکه، اقتصادی توسعه یافته است که بتواند شرکتهای موفق را در یک محیط بین المللی سازماندهی کند. البته برای سنجش موفقیت شرکتهای موفق به ابزار و شاخص های، ویژه ای نیاز است. یکی از این شاخص ها، وجود انسانهای خاص است که نقش آفرینی می کنند و موجب ایجاد بستر موقعیت ها می شوند. نتیجه پژوهش نشان می دهد که موارد زیر از جمله منافع حاصل از کارآفرینی می باشند که بیان می کند چرا یک جامعه کارآفرین توسعه پیدا می کند:

۱. کارآفرینی موجب اشتغال می شود و از سطح بیکاری جامعه می کاهد.
۲. کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می بخشد و به ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدید می پردازد.
۳. کارآفرینی موجب توزیع متناسب درآمد می شود و اضطرابهای اجتماعی را به آرامش تبدیل می کند.
۴. کارآفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره وری عظیم ملی می شود.
۵. کارآفرینی موجب سود و رفاه اجتماعی از طریق دولت می شود.

نقش دولت در توسعه کارآفرینی

همانطور که اشاره شد اتخاذ یک استراتژی درست توسعه کارآفرینی برای کشورهای در حال توسعه نظیر ایران اهمیت بسزایی دارد و چگونگی تصمیم گیری در مورد اتخاذ این استراتژی به دولت و سازمانهای دولتی بر می گردد و پرواضح است که جایگاه و اهمیت آموزش کارآفرینی و نقش و جایگاه دولت در آن با توجه به وجود همین استراتژی توسعه کارآفرینی

اهمیت می‌یابد. بر همین اساس اگر مولفه‌های درست و به جایی برای این استراتژی انتخاب شوند مسلماً فرایند آموزش کارآفرینی و دیگر فرآیندهای مرتبط با استراتژی توسعه کارآفرینی روند مناسب خود را خواهند یافت. لذا آنچه که در ذیل آمده است تبیین همین مؤلفه‌های یاد شده و نقش و جایگاه دولت و سازمانهای دولتی می‌باشد.

فرهنگ‌سازی

ایجاد و تقویت ارزشها، نگرشها و رفتارهای کارآفرینانه بطور کلی تحت عنوان فرهنگ‌سازی کسب و کار از مؤلفه‌های اصلی استراتژی توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاستهای تشویقی و ترویجی و آموزش در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری می‌گردد.

آنچه که در این ارتباط در کشورهای دیگر مشاهده شده است این است که نقش سیاستها و برنامه‌های دولتی در فرهنگ‌سازی مذکور در این کشورها کم رنگ تر از نقش بخش خصوصی است و به عبارتی دقیق تر فرهنگ‌سازی مورد نظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی در این کشورها صورت می‌گیرد.

بخش اصلی فرهنگ‌سازی بر دوش نظام آموزشی و بخش دیگری از آن بر دوش رسانه‌ها عمومی است. دوره‌های متعددی برای آموزش کارآفرینان در سطح‌های مختلف نسبی و در لایه‌های مختلف اجتماعی توسط بخش خصوصی و دولتی اجرا می‌شود. معمولاً دانشگاهها و مراکز آموزش عالی در کشورهایی نظیر آمریکا، کانادا، ژاپن، آلمان، بریتانیا، هندوستان و... که دارای دوره‌های تربیت کارآفرینی در سطح تخصصی هستند عموماً به عنوان معتبرترین مراکز آموزش کارآفرینی شناخته می‌شوند.

در کنار برنامه‌های آموزشی برنامه‌های ترویجی، تشویقی و حمایتی نیز وجود دارند که دولت جهت پشتیبانی از برنامه‌های آموزش کارآفرینی می‌تواند ایفا کند. از انواع مهم این پشتیبانی‌های اجرایی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

سیستم آموزشی

دولت از طریق آموزش و پرورش و موسسات وابسته به آن می‌تواند مفهوم کارآفرینی را

از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند و از طریق تشویق و توسعه فرهنگ آموزش کارآفرینی زمینه و بستر لازم برای پیدایش و پرورش افراد کارآفرین را فراهم سازد. بزرگترین نقش دولت، تغییر فرهنگ ارزشی در جهت ارزشمند نمودن نقش کار در جامعه است.

تسهیلات و خدمات آموزشی

دولت با تأمین خدمات آموزشی زیربنایی بستری را فراهم می‌آورد که طی سالیان متمادی بازدهی به مراتب بیشتر از آنچه که تصور می‌شود خواهد داشت. البته منظور از خدمات آموزشی زیر بنایی تنها تأمین آب، برق، تلفن، تلگراف و جاده نیست بلکه در عصر حاضر خدمات اطلاع رسانی و پژوهش برای توسعه آموزش کارآفرینی جزء لاینفک اینگونه خدمات هستند.

حمایتهای اجرایی

بهبود وضعیت تشریفات اداری امر آموزش کارآفرینی یکی از راههای توسعه آموزش کارآفرینی است و در این زمینه دولت می‌تواند مراحل انجام کار اداری را بهبود بخشد و از بروز فساد و انحراف جلوگیری نماید.

کمک‌های آموزشی و مشاوره‌ای

همچنین دولت می‌تواند با ایجاد دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای به آموزش کارآفرینان بالقوه و تبدیل آنها به کارآفرینان بالفعل همت گمارد و در کنار آن با ارائه مشاوره‌های مختلف، کارآفرینان را در ادامه راه پرمشقت خودیاری نماید. این کمک‌ها می‌تواند از طریق شورای جوانان، شورای بانوان، سازمان بهره‌وری و مراکز مشاوره‌ای و دانشگاهها صورت پذیرد. اما نکته مهم که در این ارتباط باید بدان اشاره نمود این است که حمایت‌های گوناگون از طرف دولت باید بگونه‌ای صورت پذیرد که روحیه خود انگیختگی، توفیق طلبی، پشتکار و خطرپذیری را از میان نبرد و بالعکس مشوق آنها باشد.

پی نوشتها:

۱. احمد پورداریانی، محمود. کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: انتشارات شرکت پردیس ۵۷، ۱۳۸۰.
۲. احمد پورداریانی، محمود. "کارآفرینی استراژی مناسب برای افزایش بهره‌وری". *مجله تدبیر*، شماره ۷۷، (۱۳۷۶).
۳. استاد زاده، زهرا. "کارآفرینی توسعه و اشتغال". *نشریه رهیافت*، شماره ۲۹، (بهار ۱۳۸۲).
۴. بهکیش، محمد مهدی. *اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن*. تهران: نشر نی، ۱۳۸۰.
۵. تارو، لستر. ثروت آفرینان. ترجمه عزیز کیاوند، تهران: نشر فررا، ۱۳۸۱.
۶. تفضلی، فریدون. *تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر)*. تهران: نشر نی، ۱۳۷۵.
۷. تودارو، مایکل. *توسعه اقتصادی در جهان سوم*. ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۶۴.
۸. توسلی، غلامعباس. *جامعه شناسی کار و شغل*. تهران: انتشارات سمت، ۱۳۷۵.
۹. رزاقی، ابراهیم. *نقدی بر خصوصی سازی ایران*. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگ رسا، ۱۳۷۶.
۱۰. گیدنز، آنتونی. *جامعه شناسی*. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، ۱۳۷۶.
۱۱. وبر، ماکس. *اخلاق پروتستان و روح سرمایه داری*. ترجمه عبدالمعبود انصاری، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۷۱.
12. Aldrich, H. and Zimmer, C. "Entrepreneurship Through Social Networks; In D.Sexton, and R. Smilor, (eds)", *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge Man: Ballinger, (1989).
13. Aldrich, H. "Methods in our Madnem? Trends in Entrepreneur Ship Research"., in D.sexton, and J.Kasarda"., *The state of the art of Entrepreneurship*, Boston ; PWsS – KENT, (1992).
14. Allais, M. and Fisher, Irving, in D.L.Sills(ed). *International Encyclopedia of the Social Science*. Vol.5, New York: Freepren, (1968).
15. Bodden Fuller, C. and Stupford, J. "Creating Corporate Entrepreneurship"., *Strategic Management Journal*, Vol.15, (1994).
16. Bodden Fuller, C. "Strategic Innovation, Corporate Entrepreneurship Outside – in to inside – Out Approaches and Matching strategy Research"., *British Journal of Management*, B. Special Issue, S3-S16, (1995).
17. Barreto, H. *The Entrepreneur in Micro Economic Theory: Disappearance and Explanation*. London: Rutledge Pub.Co, (1989).
18. Brockhaus, R. "The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business"., *Journal of Small Business Management*, No.18, 37, 43., (1980).

19. Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, Karl H. Vesper. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliff, N. J; Prentice – Hall, (1982).
20. Daft , R. L. *Organization theory and Design*. New York: West Publishing co., (1992).
21. Dracker. P. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Collins Publisher, (1985).
22. Drucker, P. "The Discipline of Innovation"., *Harvard Business Review*. (May and June 1985).
23. Freedman, R. and Stumpf, S. "Management Education: Issues Theory: Research and Practice"., in R. Freedman, C. Cwperand S. Stumpf, "Management Education: Issues in Theory Research and Pradice"., New York: John Wiley and Sons, (1982).
24. Fry, F. *Entrepreneurship: A Planning Approach*. Englewood Cliffs NJ: Prentice – Hall, (1993).
25. Gibb, A. "Entreprise Culture – its Meaning and Implication for Education and Training"., *Journal of European Industrial Training*, Vol.11, No. 2, (1987).
27. Jennings, D. and Zetihaml, C. "Locus of control: A Review and Directions for Entrepreneurial Research"., National Academy of Management Proceedings, No.42-46, (1983).
28. Krichhoff. *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism*. Green Wood., CT: Quorum, (1994).
29. Knight, F. *On the History and Method of Economics*. Selected 68. Essays. Chicago University of Chicago Press, (1956).
30. Mcclelland, D. *The Achieving Society*. Princeton, NJ :Van Nostrand, (1961).
31. Mcclelland, D. "Business Drive and National Achievement"., *Harvard Business Review*, No.40 , (1962).
32. Pinchot. G. *Intrapreneuring*. New York: Harper and Row Publishers, (1985).
33. Schumpeter, J. *The Theory of Economics Development*. Cambridge: Harvard. University Press, (1934).
34. Schumpeter, J. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row, (1952).
35. Williansom, D. "Reflection on the New Institutions"., *Economic Journal of Institutional and Theoretical Economic*; Vol.14 , No.1, (1985).



پروفیسر شہناز گل خان

پرنسپل جامعہ اسلامیہ