

# فرهنگ سازی

## و بدستزهای

# رشد کارآفرینی

×منصور ترکیان تبار

کشورهایی شده است. کارآفرینی در ساده‌ترین تعریف عبارت است از نوعی فعالیت اقتصادی که فرد یا افرادی با استفاده از نیروی خلاقه خود، زمینه را برای تولید کالا یا خدمات و همچنین اشتغال نیروی انسانی فراهم می‌سازند.

معضل بیکاری موضوعی است که امروزه کشورما از آن رنج می‌برد. مساله بیکاری به ویژه بیکاری جوانان نه تنها دغدغه مسئولین را به همراه دارد بلکه تهدیدی جدی برای کشور نیز به شمار می‌رود چرا که فرد بیکار ممکن است دچار انواع بیماری‌های روحی و روانی شده و در نهایت دچار کجروی اجتماعی شود. هر چند در سال‌های اخیر تلاش‌هایی صورت گرفته تا از افزایش نرخ بیکاری در کشور کاسته شود اما شواهد حاکی از آن است که این تلاش‌ها نتوانسته است انتظارات را آن گونه که مد نظر مسئولین بوده، فراهم نماید.

آنچه مسلم است جلوگیری از افزایش نرخ بیکاری در کشور، با اقدامات مقطعی قابل کنترل نخواهد بود چرا که چنین اقداماتی صرفاً تسکین موقتی بوده و نمی‌تواند آن گونه که لازم است نیروی انسانی را جذب بازار کار نماید و از توانایی‌های آنان در راه رشد و توسعه کشور بهره جوید.

پرداختن به مقوله کارآفرینی مستلزم ایجاد بستر و فرهنگ سازی مناسب بوده و لازم است در این راستا مسئولین امر با درایت و آینده نگری به این مساله توجه بیشتری نشان دهند. باید پذیرفت تا زمانی که افراد یک کشور از اهمیت کارآفرینی و کارکردهای آن غافل باشند هرگز نمی‌توان انتظار داشت که آنان با شوق و انگیزه کافی به این سمت حرکت کنند و قابلیت‌های خود را به منصفه ظهور برسانند.

نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در کشور این

و عظیمی که در زندگی نوع بشر به واسطه رشد فزاینده صنعت و تکنولوژی صورت پذیرفته موجب شده است تا کشورهای مختلف راهکارهای مناسبی را برای بهره گیری هر چه بیشتر از این تحولات اتخاذ کنند. در این فرایند نیروی انسانی عاملی است که می‌تواند با استفاده از نیروی خلاقه، قابلیت‌ها و توانایی‌های خود در توسعه همه جانبه کشور سهیم باشد. متأسفانه در بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای جهان سوم و کشورهای درحال توسعه بنا به دلایل مختلف به این مهم توجه نمی‌شود. آنچه امروزه چنین کشورهایی را آزار می‌دهد عدم استفاده مقید از قابلیت و توانایی نیروی انسانی خود می‌باشد که این معضل عواقب ناخوشایندی را برای آنان در پی دارد.

شاید بتوان گفت یکی از مهمترین دلایل این مساله گرایش و علاقمندی افراد این کشورها به اشتغال در امور دولتی باشد که نمونه بارز آن در کشور ما به وضوح مشاهده می‌شود به گونه‌ای که اکثر فارغ التحصیلان دانشگاهی و غیر دانشگاهی حتی اگر زمینه خوداشتغالی را نیز داشته باشند ترجیح می‌دهند جذب مشاغل دولتی شوند. این مساله سبب می‌شود بخشی از قابلیت‌های فرد که ممکن است در بخش غیردولتی نمود بیشتری داشته باشد ناآگاهانه از میان برود.

یکی از مهمترین راهکارهایی که در جهان فعلی مورد توجه بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای صنعتی قرار گرفته پدیده‌ای به نام «کارآفرینی» است که نتایج مفیدی نیز از این رهگذر عاید چنین

در چند سال اخیر در کشور ما بحث‌های فراوانی پیرامون «کارآفرینی» وجود داشته و همین سبب شده است که عده‌ای تصور کنند «کارآفرینی» پدیده‌ای تازه در عرصه اقتصادی است. یکی از مهمترین عواملی که این نگرش و دیدگاه را سبب شده است آن است که متأسفانه در این باره نیز همانند بسیاری دیگر از پدیده‌هایی که در عرصه‌های مختلف پا به عرصه وجود می‌گذارند و مدتها نیز بحث برانگیز می‌شوند، فرهنگ سازی نکرده‌ایم. این مشکل عمده از آنجا سرچشمه می‌گیرد که بدون بسترسازی مناسب، فراهم نمودن پیش زمینه‌های لازم، برنامه ریزی صحیح و اصولی و همچنین اطلاع رسانی صحیح اقدام به انجام فعالیت‌هایی می‌کنیم که در کوتاه مدت و پس از رویارویی با مشکلات اولیه، انجام آنها ناممکن تصور می‌شود. کارآفرینی در کشور ما زمانی نهادینه می‌شود که ما بتوانیم به بهترین شکل ممکن فرهنگ آن را در جامعه رواج دهیم و با ایجاد شوق و انگیزه لازم در میان آحاد جامعه به ویژه جوانان تحصیلکرده و صاحب تخصص، آنان را به سمت کارآفرینی سوق دهیم.



با

این اوصاف سعی بر آن است تا در این مقاله ضمن ارائه تعاریف و بیان ویژگی‌ها، عوامل موثر در ایجاد فرهنگ کارآفرینی در ایران مورد بررسی قرار گیرد.

مقدمه

امروزه دگرگونی‌های شگرف

نتیجه مطلوب را به دنبال خواهد داشت که نیروی انسانی به خصوص نیروی جوان بدون اتکا به دولت، به کارآفرینی پرداخته و در تولید کالا و خدمات و فرایند توسعه کشور سهیم شوند. به همین منظور باید با اطلاع رسانی صحیح، فراهم آوردن بستر مناسب و همچنین فرهنگ سازی لازم پیرامون کارآفرینی و اهمیت و کارکردهای آن را به جامعه شناسان تا افراد آگاهانه گام در این راه نهند.

### تعریف کارآفرینی

تاکنون از کارآفرینی تعاریف گوناگونی از سوی کارشناسان و صاحب نظران ارائه شده است که در یک جمع بندی کلی بر یک مفهوم دلالت دارند و آن نیز استفاده از نیروی خلاقه، توانایی و قابلیت افراد در فراهم آوردن موقعیت تولید کالا یا خدمات که ممکن اشتغالزایی سایر افراد را نیز موجب گردد.

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه دانشگاهی و بستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره‌ای یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.<sup>۱</sup>

در تعریفی دیگر چنین آمده است:

کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های تازه و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد پیشه و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور و رشد یابنده می‌کند. این فرایند که مستلزم پذیرش خطر ریسک است، منجر به عرضه محصول یا خدمات تازه به جامعه می‌شود.<sup>۲</sup>

با توجه به تعاریف فوق می‌توان به نکاتی چند در مورد کارآفرینی اشاره کرد:

### ۱- بهره‌گیری از قوه خلاقه لازمه کارآفرینی است

استفاده از قوه خلاقه توسط انسان برای دستیابی به موفقیت، ریشه در گذشته‌های دوری دارد که بشر ابتدایی نیز از آن به منظور تسلط بر طبیعت و همچنین کشف ناشناخته‌های پیرامون خود از آن بهره‌جسته است و رشد و توسعه جهان امروز نیز مدیون خلاقیت انسان‌هایی است که با بهره‌گیری از هوش و ذکاوت خود راه را برای ترقی سایر هم‌نوعان خود فراهم ساخته‌اند.

قوه خلاقه، منشا نوآوری و تحول در عرصه‌های مختلف زندگی است و کارآفرینی نیز پدیده‌ای است که در طول تاریخ وجود داشته اما امروز به دلیل دستیابی انسان به پیشرفت‌های تکنولوژیکی و همچنین افزایش جمعیت جهان اهمیتی به مراتب بیش از گذشته دارد.

بنابراین خلاقیت، اصلی است که در عرصه کارآفرینی بسیار مهم بوده و افراد می‌توانند با به کارگیری آن علاوه بر کمک به خود، راه را برای زندگی بهتر جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، هموار سازند.

### ۲- متعهد شدن

هنگامی که فرد یا افرادی اقدام به کارآفرینی می‌کنند به نوعی در قبال کار و اجتماع خود متعهد شده و این تعهد آنها را وادار می‌نماید که با همت و جدیت بیشتری به راه خود ادامه دهند. متعهد شدن این انگیزه روانی را در فرد ایجاد می‌نماید که همواره احساس مسئولیت کند و از انجام کاری که به آن اقدام کرده است هراسی به دل راه نداده و با

نیروی ایمان و اراده‌آمادگی رویاروی با مشکلات را داشته باشد.

کارآفرینی نیز تعهدی است که فرد در قبال خود و دیگران بر دوش دارد چرا که کارآفرین با قابلیتی که در خود یافته است، وظیفه خود می‌داند که به عنوان یک شهروند جامعه را از تولیدات و خدمات خود بهره‌مند سازد.

### ۳- ایجاد موقعیت شغلی

ایجاد موقعیت شغلی جدید از جمله ویژگی‌های کارآفرینی است که در آن فرد کارآفرین برای خود یا افراد دیگر زمینه اشتغالزایی را فراهم می‌سازد. هر چند در شرایط فعلی از کارآفرینی به عنوان فراهم آوردن موقعیت اشتغالزایی برای دیگران یاد می‌شود اما نباید از یاد برد که اشتغالزایی یک از کارکردهای کارآفرینی است نه خود کارآفرینی، فرد ممکن است با کارآفرینی زمینه اشتغال خود را فراهم سازد و از این طریق با تولید کالا و خدمات، جامعه را از کارآفرینی خود بهره‌مند سازد. با این حال انتظار می‌رود کارآفرینان با بسط و گسترش فعالیت خود، زمینه اشتغال افراد دیگر را نیز فراهم سازند و از این رهگذر مانع از افزایش نرخ بیکاری در سطح جامعه شوند.

### ۴- تولید کالا و خدمات

کارآفرینی این امکان را فراهم می‌سازد تا فرد یا افرادی با تولید کالا و خدمات، جامعه خود را در راه رسیدن به خودکفایی یاری کنند. شاید در مراحل اولیه کار، حوزه فعالیت یک کارآفرین محدود باشد و کالا یا خدماتی که عرضه می‌شود به نظر قابل توجه نباشد اما همین مقدار نیز خواه و ناخواه تاثیر بسیار مثبتی در ایجاد شوق و انگیزه در کارآفرینان خواهد داشت و سبب می‌شود تا آنان در جهت گسترش دامنه فعالیت خود و تولید بیشتر حرکت کنند.

### ۵- ریسک‌پذیری

ریسک از دیدگاه knight موقعیتی است که تصمیم‌گیرنده دارای سه ویژگی باشد:

- ۱- درک ساختار مساله
  - ۲- عدم درک نتایج مورد انتظار
  - ۳- توانایی ذهنی جهت تعیین احتمال وقوع در هر یک از نتایج مورد انتظار.<sup>۳</sup>
- کارآفرین با اقدام به کارآفرینی و با توجه به شرایط و موقعیتی که ممکن است در آینده برای او رقم بخورد، باید توانایی انجام ریسک را نیز داشته باشد، چرا که این احتمال وجود دارد همه چیز براساس آنچه پیش بینی می‌شود به نتیجه مطلوب منجر نگردد.

رکود بازار، رقابت شدید، کیفیت و... از جمله عواملی هستند که آینده یک کارآفرین را تهدید کرده و این کارآفرین است که باید خود را آماده مواجه شدن با چنین شرایطی نماید. به عبارت بهتر باید گفت سرمایه‌گذاری برای یک کارآفرین نوعی ریسک محسوب می‌شود و به همین جهت نیز کارآفرین باید توانایی ریسک‌پذیری را داشته باشد و از مخاطرات آینده فعالیت خود هراسی به دل راه ندهد.

### اهمیت و ضرورت کارآفرینی

بدون تردید، سعی و تلاش تمامی کشورهای جهان حرکت به سوی توسعه می‌باشد. یکی از مهمترین عوامل توسعه که همواره مورد توجه کارشناسان و صاحب‌نظران بوده رشد و توسعه اقتصادی است که تاثیر غیرقابل انکاری در توسعه همه جانبه

یک کشور دارد، به همین دلیل نیز در جهان امروز پدیده‌ای به نام کارآفرینی در خدمت توسعه اقتصادی قرار گرفته و افراد بسیاری با استفاده از قوه خلاقه و همچنین بکارگیری سرمایه، با تولید کالا و خدمات به توسعه اقتصادی کشور خود کمک شایان توجهی می‌کنند.

امروزه، کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردار گشته است که بسیاری از کشورها برنامه‌های گسترده‌ای را برای آموزش و تشویق افراد به کارآفرینی تدارک می‌بینند. نگاهی به این روند، اهمیت کارآفرینی را بیش از پیش مشخص می‌کند:

در ایالات متحده آمریکا آموزش کارآفرینی در بطن دوره‌های دانشگاهی و به وسیله موسسات تخصصی مورد توجه بسیار قرار گرفته است. دولت‌های اروپایی نیز حمایت‌های ویژه‌ای را از فعالیت‌هاییکه برای تشویق کارآفرینی میان جوانان می‌شود، ایجاد کرده‌اند. در کشور انگلیس نیز مراکز کارآفرینی متعددی از ابتدای دهه هفتاد شکل گرفتند که اصلی‌ترین مرکز در دانشگاه «دورهام» تشکیل شده است. موسسه توسعه کارآفرینی هند در سال ۱۹۸۳ با این عقیده که افراد لازم نیست ضرورتاً کارآفرین به دنیا بیایند و می‌توان آنها را از طریق فعالیت‌های هدایت شده کارآفرینی کرد، تاسیس شد.<sup>۴</sup>

واقعیت این است که حتی کشورهایی که در صنعت و تکنولوژی گوی سبقت را از دیگران برده‌اند در عرصه کارآفرینی و سوق دادن افراد به سمت کارآفرینی بیش از سایر کشورها از خود جدیت و توجه نشان داده‌اند و با اتخاذ تدابیر لازم راه را برای تشویق شهروندان خود به کارآفرینی هموار می‌سازند.

باید پذیرفت رشد جمعیت در دنیای امروز معضلی است که خدمت رسانی دولت‌ها را در قبال شهروندان با مشکلات مختلفی مواجه می‌سازد، به همین جهت نیز آنان در تلاشند با بهره‌گیری از توان فکری و مادی شهروندان، به راهکارهایی دست پیدا کنند تا ضمن کاستن از بار مسئولیت خویش، تشریک مساعی همه افراد را در انجام فعالیت‌هایی علاوه بر تامین نیازهای فردی، نیاز سایر افراد جامعه را نیز برآورده می‌سازد خواستار شوند. از این رو کارآفرینی به عنوان یک راهکار عملی، ارزش و اهمیت خود را به اثبات رسانده و بیش از هر زمانی مورد توجه قرار گرفته است. چرا که کارآفرینی:

- ۱- اشتغالزایی برای فرد و سایر افراد را به دنبال دارد.
- ۲- سرمایه‌راکد کشور را به چرخه اقتصادی اضافه می‌کند.
- ۳- تولید کالا و خدمات را به دنبال داشته، در نهایت منجر به خودکفایی در یک حوزه می‌شود.
- ۴- با ایجاد رقابت در عرصه تولید رقابت را برای افزایش کیفیت مضاعف می‌شود.
- ۵- تحرک بازار را به دنبال خواهد داشت.
- ۶- مانع از افزایش نرخ بیکاری می‌شود.
- ۷- امکان جذب دانش‌آموختگان دانشگاهی را در عرصه فعالیت‌های غیردولتی فراهم می‌سازد.
- ۸- پویایی و شکوفایی فعالیت‌های اقتصادی را به دنبال دارد.
- ۹- باعث تشویق سایر افراد جامعه به انجام کارآفرینی و تکیه بر توانایی‌ها و قابلیت‌های فردی می‌گردد.

### فرهنگ‌سازی پیرامون کارآفرینی

فرهنگ سازی درباره هر موضوعی اصلی است که باید مد نظر قرار گیرد. در سال‌های اخیر بحث فرهنگ سازی در زمینه برخی مسایل به صورت قابل توجهی مد نظر مسئولین بوده که در این رابطه می‌توان به صرفه جویی، ترافیک آلودگی هوا، احترام به قانون و مقررات و... اشاره کرد. اما نباید فراموش کرد که فرهنگ سازی، زمینه و بستر مناسب را می‌طلبد. فرهنگ کالایی نیست که از یک طرف تولید و از طرف دیگر در اختیار مصرف کننده قرار گیرد. فرهنگ یعنی آنچه افراد یک جامعه در گذر زمان آن را پذیرفته و جزئی از زندگی خود تلقی می‌کنند. به طور مثال هنگامی که صحبت از فرهنگ ترافیک می‌شود، شهروندان باید ضرورت وجودی آن را درک کنند تا نسبت به آن حساس شوند. هنگامی که گفته می‌شود شهروندان یک شهر از وسایل نقلیه عمومی بیشتر استفاده کنند دلایل آن نیز باید به وضوح و روشنی برای شهروندان قابل درک باشد. شهروند باید بداند که استفاده از وسیله نقلیه عمومی به جای وسیله نقلیه شخصی به ویژه در کلان شهرها نتایج مثبت و مفیدی از قبیل کاهش آلودگی هوا، کاهش آلودگی صوتی، سهولت عبور و مرور و... را به دنبال دارد.

تنها در این صورت است که یک شهروند با اطلاع و آگاهی کامل از نتایج احترام به فرهنگ ترافیک استفاده از وسیله نقلیه عمومی را بر استفاده از وسیله نقلیه شخصی ترجیح خواهد داد، در غیر این صورت هیچ اتفاقی رخ نخواهد داد.

در سایر مسایل اجتماعی نیز این مساله صادق می‌باشد. کسانی که قصد فرهنگ سازی دارند قبل از هر چیز باید زمینه را برای پذیرش آن فراهم کنند وگرنه بدون آگاهی از تاثیر برنامه اجرایی خود در خصوص فرهنگ سازی، نتیجه مطلوبی حاصل نخواهد شد و در بعضی اوقات نیز نتیجه معکوس دارد.

کارآفرینی نیز از جمله پدیده‌هایی است که در کشور ما چندان شناخته شده نیست و بسیاری از افراد جامعه درک درستی از ماهیت و کارکرد آن نداشته و همین مساله سبب می‌شود که کارآفرینی و اهمیت آن در توسعه کشور نادیده گرفته شود.

کشور ما، کشوری است که از لحاظ دارا بودن نیروی انسانی جوان، جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد که این سرمایه عظیم می‌تواند پشتوانه‌ایمطمئن برای توسعه کشور به شمار رود به شرطی که امکان استفاده کامل از استعداد و قابلیت‌ها آنان وجود داشته باشد. به عبارت بهتر جوانان این مرز و بوم باید از شرایط و امکانات لازم برخوردار باشند تا بتوانند آن گونه که شایسته است قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در اختیار کشور خود قرار دهند. در این میان کارآفرینی که خود زمینه بروز قابلیت‌ها و توانایی‌های جوانان و سایر افراد را فراهم می‌سازد کاملاً ناشناخته مانده و یا به دلایل مختلف گرایش چندانی به آن صورت نمی‌گیرد که مسلماً این مساله ریشه در فرهنگ کشور ما دارد، بدان معنا که ما نتوانسته‌ایم این پدیده را در فرهنگ خود نهادینه سازیم.

نهادینه شدن کارآفرینی در فرهنگ جامعه باید از کوچک‌ترین واحد اجتماع یعنی خانواده آغاز، سپس در سایر مراحل زندگی ادامه یابد. برای نهادینه کردن کارآفرینی در جامعه عواملی زنجیروار به

یکدیگر مرتبطند که در اینجا به مهمترین این عوامل پرداخته می‌شود:

### ۱- خانواده

خانواده اولین مکانی است که فرد در آن تربیت می‌شود و رشد و نمو می‌کند. این مرحله از زندگی فرد، چنانچه خانواده‌ها به فرزندان خود توجه کافی نشان دهند و بتوانند حس مسئولیت پذیری، استقلال و خودتکایی را در آنان پرورش دهند، این امیدواری وجود دارد که در آینده بتوانند با اعتماد به نفس بالا، افراد متکی به خود و مسئولیت پذیر باشند.

روانشناسان بر این اعتقادند که کودکان خردسال غالباً با به کار بردن طرح واره‌هایی برای امور روزمره، استنتاجاتی ساده می‌کنند. کودکان خردسال می‌توانند بر اساس قواعد منطقی استنتاجاتی کنند که این توانایی بعد از شش سالگی افزایش می‌یابد.<sup>۵</sup>

پدر، مادر و سایر افرادی که در محیط خانواده با کودک زندگی می‌کنند الگوهایی هستند که با رفتار و کردار خود می‌توانند در تقویت روحیه مسئولیت پذیری و استقلال کودک نقش اساسی داشته باشند. هنگامی که کودک روحیه تلاشگری و کوشش را در افراد خانواده خود مشاهده کند، این امکان وجود دارد که کودک چنین رفتارهایی را در خود پرورش دهد و در آینده از آنها بهره‌گیری نماید.

کارآفرینی نیز از جمله مواردی است که می‌توان سنگ بهای آن را از محیط خانواده مستحکم کرد. چنانچه خانواده‌ای به فرزند خود این فرصت را دهند که طرح‌ها و ایده‌هایش را به راحتی با آنها در میان بگذارد، زمینه‌ای فراهم می‌شود که کودک از بیان آنچه در ذهن دارد نهراسد و همواره جرعه‌های ذهنی‌اش را به افراد خانواده منتقل نماید. این مسئله سبب می‌شود که کودک در سنین بالاتر از بیان طرح‌ها و ایده‌های خود به دیگران نهراسد و با اعتماد به نفس در اجرای طرح‌ها و ایده‌های خود مصمم باشد.

### ۲- مدرسه

مدرسه خانه دوم فرد محسوب می‌شود که این دوران به طور رسمی از اول دبستان تا پایان دوره متوسطه را شامل می‌شود. کودک با پا نهادن به مدرسه زندگی تازه‌ای را آغاز می‌نماید و تحولات زیادی در او ایجاد می‌شود.

نقش اساسی مدرسه از اولین سال ورود کودک آغاز می‌شود. قطعاً در دوره ابتدایی از کودک انتظار نمی‌رود که بیش از توانایی‌اش کنجکاوی نماید اما این وظیفه معلمان و مربیان مدرسه است که با زیر نظر داشتن دانش آموزان خود و شناخت کافی از ایشان، با روحیات آنان آشنا شده و تلاش نمایند که به موضوعات و فعالیت‌های مورد علاقه‌شان پی ببرند.

معلمان و مربیان باید در محیط مدرسه شرایطی را فراهم نمایند که کودکان بتوانند کنجکاوی‌های کودکان خود را باور داشته و از این رهگذر قابلیت‌های خود را به منصف ظهور برسانند. شاید بتوان گفت ایجاد روحیه کارآفرینی در دانش آموزان در مدارس راهنمایی و مهمتر از آن در دوره دبیرستان امکان پذیرتر باشد. در این مقاطع دانش آموزان تجارب بیشتری داشته و به واسطه ارتباط بیشتر با جامعه و شناخت بهتر آن و همچنین درک مفهوم شهروندی، احساس مسئولیت بیشتری داشته

و همین مساله سبب می‌شود تا توانایی‌های خود را در کمک به جامعه آشکار سازند. این مهم زمانی به واقعیت می‌پیوندد که اولیاء و مربیان استعدادها و قابلیت‌های دانش آموزان را باور داشته باشند و آنها را در گرایش به خلق اندیشه‌های نو و همچنین اختراع و اکتشاف یاری نمایند. ناگفته نماند تا زمانی که مدارس کشور ما از دانش آموز فقط انتظار درس پس دادن باشند، نیابد انتظار نوآوری و خلاقیت داشته باشیم. چنانچه اشاره شد خلاقیت و نوآوری و یا بهره‌گیری از حس کنجکاوی و نیروی خلاقه یکی از ویژگی‌های کارآفرینی است، پس لازم است این روحیه در دانش آموزان تقویت شود تا در آینده با اتکا به این نیرو، جرات و جسارت بیشتری برای انجام کارهای متکی بر خلاقیت داشته باشند.

### ۳- دانشگاه

هورنادی (Hornadoy) و تایکن (Tieken) در بررسی‌های خود دریافتند که بسیاری از کارآفرینان موفق احساس می‌کنند که بیش از نسل جوان کنونی، تحصیلات اهمیت کمتری برای کارآفرینان داشته باشد. با وجود این، اکنون به علت رشد بالای فناوری و رقابت تنگاتنگ، آموزش اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. وسپر (Vesper) نیز در خصوص تحصیلات معتقد است کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیشتر است کسانی هستند که تجربه دارند، اما تحصیلات ندارند.<sup>۶</sup>

هنگامی که صحبت از دانشگاه می‌شود بلافاصله این مهم به ذهن متبادر می‌شود که چنین مکانی باید بهترین و شایسته‌ترین مکان در جهت انجام تحقیقات و پروژه‌های تحقیقاتی توسط اساتید و دانشجویان باشد. این ذهنیت کاملاً درست و منطقی است. دانشگاه جایی است که باید در آن فعالیت پژوهشی و تحقیقاتی انجام گیرد و در حقیقت توفعی جز این نمی‌رود.<sup>۷</sup>

امروزه با توجه به ظهور فناوری‌های نوین و تأثیر فزاینده آنها بر زندگی نوع بشر، رسالت دانشگاه‌ها در خصوص آموزش نیز دگرگون شده و آنان وظیفه دارند دانش آموتگان خود را به گونه‌ای آموزش دهند تا در آینده قابلیت استفاده و بهره‌گیری از دانش اندوخته شده خود را داشته باشند. در حقیقت دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی باید این واقعیت را بپذیرا باشند که همگان نمودن دانشجویان با فناوری‌های نوین و بهره‌گیری از آنها پس از فراغت از تحصیل، اصلی است که باید مورد توجه قرار گیرد.

برهمن اساس، یک دانش آموخته دانشگاهی زمانی می‌تواند دست به کارآفرینی بزند که در محیط دانشگاه با شیوه‌های آن آشنا شود و به عبارت دیگر از دانش اکتسابی خود به شکل عملی بهره‌گیرد.

تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد، مهمترین وظیفه‌ای است که مراکز دانشگاهی بر عهده دارند، به همین دلیل دانشجویان باید در هنگام تحصیل از شرایط و امکاناتی برخوردار باشند تا بتوانند ایده‌ها و اندیشه‌های بکر خود را در قالب کارآفرینی متبلور سازند.

### ۴- دولت

یکی از مهمترین مسائلی که در رابطه با کارآفرینی باید بدان پرداخت شود نقش دولت در بحث کارآفرینی است. در شرایط کنونی بسیاری بر

این باورند که دولت وظیفه اصلی را در خصوص گسترش کارآفرینی دارد و باید شرایط و امکانات لازم را برای کارآفرینی فراهم سازد. بان دیدگاه موجب می‌شود تا حتی کسانی که بدون اتکا به حمایت دولت توانایی کارآفرینی را دارند هم به دولت متکی شوند. هر چند نباید از نقش حساس دولت در این زمینه غافل شد اما این تصور کاملاً اشتباه بوده و دولت تنها به عنوان یک عامل باید شرایط و بستر مناسب را برای کارآفرینان فراهم سازد تا آنان بتوانند بدون دغدغه و هرگونه دل‌نگرانی نسبت به آینده، به فعالیت خود ادامه دهند.

با این حال باید گفت دولت در شکل‌گیری و رشد فعالیت کارآفرینان بسیار موثر بوده و برنامه ریزان دولتی می‌توانند با هدایت افراد به جانب فعالیت‌هایی که از لحاظ اقتصادی، بازدهی لازم را دارند، کارآفرینان را در راه کسب موفقیت همراهی کنند.

### ۵- اطلاع رسانی صحیح

در دنیای امروز و با توجه به رشد فزاینده انواع وسایل ارتباطی، فرایند اطلاع رسانی نقش مهم و اساسی در شناخت و آگاهی از پدیده‌های گوناگون دارد. اطلاع رسانی به ویژه هنگامی که به شکل مطلوب صورت گیرد این پیام را دارد که افراد بینانه با مسائل برخورد کرده و از آگاهی و شناخت بیشتری برخوردار گردند.

کارآفرینی از جمله پدیده‌هایی است که در کشور ما، آن گونه که لازم است اطلاع رسانی صورت نمی‌گیرد و همین سبب می‌شود تا افراد از ماهیت و کارکردهای آن بی‌اطلاع باشند. هرچند بحث کارآفرینی در بین کارشناسان و صاحبان نظران اقتصادی کشور بسیار مطرح می‌شود اما درحالت کلی اغلب افراد شناخت چندانی از این پدیده ندارند.

با این اوصاف، رسانه‌های گروهی از جمله رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله و... که وظیفه اطلاع رسانی را در سطح یک کشور عهده‌دار می‌باشند باید در زمینه معرفی هر چه بیشتر کارآفرینی و ضرورت‌های وجودی آن تلاش بیشتری به خرج دهند.

### نتیجه‌گیری:

چنانچه در متن مقاله اشاره شد ایجاد بستر مناسب و فرهنگ سازی در این زمینه نیازمند ارتباط زنجیروار عوامل متعددی است که خانواده به عنوان اولین مکانی که فرد رشد و نمو خود را آغاز می‌کند، در راس قرار دارد. نقش خانواده در پرورش حس مسئولیت پذیری و اعتماد به نفس موجب می‌شود تا او در آینده تا تمسک به چنین ویژگی‌هایی توانایی ابراز وجود داشته باشد و خدمت به جامعه از طریق اقدام به فعالیت‌های مفید را وظیفه خود بداند. در ادامه این راه مدرسه که در حقیقت خانه دوم فرد محسوب می‌شود باید علاوه بر تقویت این خصائص، گرایش و علاقه دانش آموزان را مورد توجه قرار دهند و آنان را به نوآوری و ابتکار تشویق کنند تا در مرحله دیگر یعنی هنگامی که فرد به عنوان دانشجو وارد دانشگاه می‌شود با داشتن چنین پشتوانه‌هایی جرات و جسارت بیشتری برای خلق اندیشه‌های نو و اجرایی کردن آنها داشته باشد. اگر بپذیریم که منشاء کارآفرینی باید یک ایده بکر و خلاق است در این حالت سه عامل خانواده، مدرسه و

دانشگاه سه بستر می‌باشند که قادرند فرد را به سمت اجرایی کردن اندیشه‌ها و خلاقیت‌های شهیدایت کنند. از جانب دیگر، دولت، که در باور عام بیشترین نقش را در ایجاد بستر کارآفرینی دارد باید به گونه‌ای عمل کند که کارآفرینان وابستگی مطلق به حمایت او نداشته باشند بلکه در نقش تسهیل کننده‌ای عمل کند که کارآفرینان با واقع بینی و آینده نگری بهتر، به فعالیتی دست بزنند که علاوه بر سوددهی برای فرد، جامعه نیز از پیامدهای آن بهره‌مند شود.

در جهان امروز و با توجه به تعداد رسانه‌های ارتباطی، اطلاع رسانی صحیح نقش حیاتی در شناخت مسائل و پدیده‌های مختلف دارد. کارآفرینی یکی از جمله پدیده‌هایی است که در کشور ما آن گونه که لازم است بدان پرداخته نشده است، از این رو رسانه مختلف از جمله رادیو، تلویزیون و مطبوعات باید با پرداختن به این مهم، به افراد جامعه اطلاع رسانی کرده و آنان را از اهمیت و کارکردهای کارآفرینی مطلع سازند تا از این رهگذر شهروندان با شناخت کافی، به سمت کارآفرینی گرایش پیدا کنند.

نکته آخر این که ایجاد بستر و فرهنگ سازی برای کارآفرینی زمانی میسر می‌گردد که عوامل مختلف و موثر بر کارآفرینی به بهترین شکل مطلوب نقش خود را ایفا کنند تا در نتیجه همه شهروندان این احساس را پیدا کنند که کارآفرینی راهی مناسب برای خدمت به خود و جامعه خواهد بود، تنها در چنین شرایطی است که می‌توان امیدوار بود کارآفرینی بتواند در جامعه مورد استقبال افراد جامعه قرارگیرد.

### پی‌نوشت:

× عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود

### منابع:

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، آیا کارآفرینی استراتژی دانشگاه‌ها را تغییر می‌دهد؟، فصلنامه رهیافت، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۲.
- ۲- حیدری، احمد، کارآفرینی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۰۴ - ۲۰۳.
- ۳- بقایی حسین آبادی، علی، ریسک: مبانی نظری: کاربردها و ضرورت ادراک آن، نشریه توسعه مدیریت، شماره ۲۹، شهریور ۱۳۸۰.
- ۴- احمدپور داریانی، محمود، سیر تکامل کارآفرینی، مفهوم، دیدگاه‌ها، فرایند و آموزش، فصلنامه مدرس، شماره ۶.
- ۵- ماسن، پاول هنری، رشد و شخصیت کودک، ترجمه مهشید یاسایی، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۰
- ۶- حیدری، احمد، کارآفرینی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، فصلنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۰۴ - ۲۰۳.
- ۷- ترکیان تبار، منصور، چگونگی نهادینه کردن پژوهش و تحقیق در جامعه، مجموعه مقالات نخستین کنگره بین المللی نهضت تولید علم، جنبش نرم افزاری و آزاد اندیشی، تهران، فروردین ماه ۱۳۸۴.