

کارآفرینی، هم افزایی فرد، فرهنگ و جامعه

دکتر سید مهدی الوانی^۱

نوپیشه سازی یا آنچه در فارسی به کارآفرینی مصطلح و متداول گردیده، رویکردی دیرینه است که در هیأتی تازه و نو گام به دنیای جدید علم نهاده و یکی از سازو کارهای توسعه قلمداد گردیده است. نوآوری، خلاقیت، مخاطره جویی و پیشه های نو ایجاد کردن از گذشته های دور وجود داشته است و در دهه های اخیر جامعه علمی برتن کرده و کارآفرینی نام گرفته است.

کارآفرینی در تعریف امروزی رویکردی متضمن مخاطره پذیری، نوآوری و خلاقیت است که در نهایت به ایجاد پیشه ای نو و ساختارهای جدید منجر می شود. کارآفرینان افرادی نوآور و خلاق، دارای آستانه تحمل ابهام بالا، پذیرنده عدم قطعیت، مخاطره جو و اثرگذارند. (Yamada, 2003)

این افراد دارای شبکه های روابط اجتماعی موثر و گسترده بوده و از هوش عاطفی بالایی برخوردارند. اتکا به نفس و خودباوری، احساس توانایی تغییر آینده، تسلط بر سرنوشت خود و افقی بلند مدت است و شکست های کوتاه مدت را برای نیل به پیروزی های بلند مدت می پذیرند. (Morrison, 2000, Thomas & Mueller, 2000)

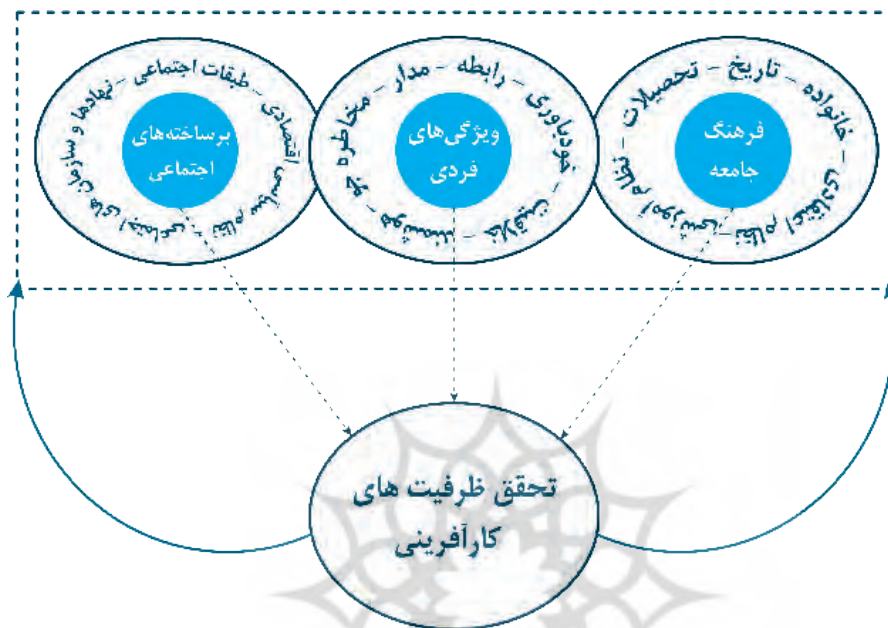
یکی دیگر از نویسندگان هوش شهودی را ویژگی دیگر کارآفرینان برمی شمرد. بر اساس نظر وی تشخیص موقعیت های آینده بر مبنای بصیرت درونی و پیش بینی های شهودی از خصوصیات کارآفرینان است. (Tirana, 2001)

کارآفرین دیدی متفاوت با دیگران دارد و آنچه را سایرین عادی و معمولی می بینند او متفاوت و به گونه ای دیگر می بیند و تصویر می کند. آنچه برای مردم عادی مشکل و تهدید است برای او فرصت و موقعیت است و آنچه برای دیگران محدودیت است برای وی گستردگی و وسعت می باشد. (Tirana, 2001)

این دیدگاه که کارآفرین یک پهلوان تنها است (single Hero) همواره درست نیست و اگر وی نتواند با دیگران در قالب یک گروه منسجم یا تیم کار کند مسلماً توفیقی حاصل نخواهد کرد.

با گسترده شدن بررسی های مربوط به کارآفرینی، اتکاء صرف به ویژگی های فرد و خصوصیات شخصی کافی تشخیص داده نشد و نگاهی چند بعدی به کارآفرینی لازم آمد. (Yamada , 2003) در این دیدگاه فرهنگی و ارزش های جامعه، بر ساخته ها و نهادهای اجتماعی برای تحقق ظرفیت های کارآفرینی ضرورت دارد. نمایه شماره ۱ (عوامل موثر بر کارآفرینی را نشان می دهد).

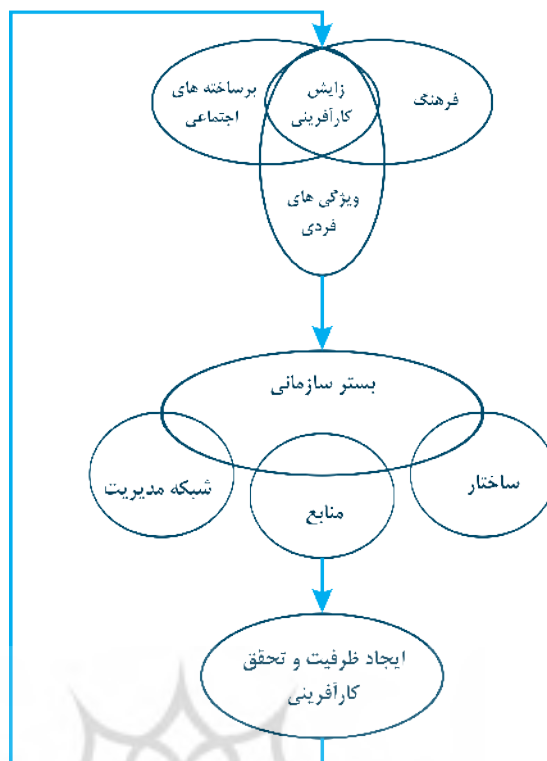
نمایه شماره ۱: روابط عوامل موثر بر کارآفرینی (مدار رشد)



همان طور که در نمایه مشاهده می شود ویژگی های فردی تنها عامل موثر بر کارآفرینی نیست، بلکه فرهنگ جامعه و بر ساخته های اجتماعی یا به طور کلی محیط و بستر اجتماعی فرهنگی هم بر تحقق ظرفیت های کارآفرینی اثر می گذارند، به عبارت دیگر می بایست رابطه ی هم افزا میان ویژگی های فردی، فرهنگ و بر ساخته های اجتماعی به وجود آید تا کارآفرینی، تحقق گردد. رابطه هم افزا تعاملی سازنده است که به افزایش اثربخشی کل مجموعه و پرکردن خلاءهای موجود در آن منجر می گردد. هم افزایی ظرفیت بالقوه هر یک از عوامل را در ارتباط با یکدیگر ارتقا می بخشد و مجموعه ای دارای توانمندی بیشتر از جمع تک تک اجزاء ایجاد می نماید. ذکر این نکته ضروری است که وقتی کارآفرینی تحقق یافت بر عوامل سه گانه اثر می گذارد. ویژگی های فردی را تقویت می کند، بر ساخته های اجتماعی را ارتقاء می بخشد و فرهنگ جامعه را به سوی ارزشمند دانستن تلاش و کوشش سوق می دهد. در این حالت رابطه ای تعاملی و فزاینده میان بستر رشد کارآفرینی یعنی جامعه، فرد و فرهنگ و کارآفرینی وجود دارد که می توان آن را مدار رشد کارآفرینی نامید.

به زعم موريسون فصل مشترک فرهنگ - بر ساخته های اجتماعی - و ویژگی های فردی موجب زایش و رشد کارآفرینی می گردد که در بستر سازمان امکان تبلور پیدا می کند. بستر مناسب سازمانی یعنی ساختار سازمانی مناسب، منابع کافی و سبک مدیریت مطلوب به ایجاد ظرفیت و تحقق کارآفرینی منجر می گردد که در یک رابطه متعامل بر عوامل موجود خود اثر ارتقایی خواهد داشت. (Morison,2000) نمایه شماره ۲ این رابطه را نشان می دهد.

نمایه شماره ۲: رابطه کارآفرینی و بستر سازمانی



لازم به ذکر است که هر چه فضای مشترک سه عرصه فرهنگ، برساخته های اجتماعی و ویژگی های فردی وسیع تر گردد، زایش و رشد کارآفرینی محتمل تر خواهد شد. ضمناً بستر مناسب سازمان نیز در تحقق کارآفرینی اثر تعیین کننده ای دارد که باید در نظر قرار گیرد. ساختارهای انعطاف پذیر، منابع در دسترس و سبک مدیریت حمایتی و تفویضی مناسب ترین بستر سازمانی برای رشد کارآفرینی در سازمانهاست. برخی از نویسندگان فضای حمایتی در سازمان را مهم ترین عامل رشد کارآفرینی قلمداد کرده اند. (Slevin, B. Covin 1990) در قسمت بعد به توصیف اجمالی سه عامل موثر در زایش و رشد کارآفرینی بخش ویژگی های فردی، فرهنگ و برساخته های اجتماعی پرداخته می شود.

ویژگی های فردی

هر کارآفرین دارای خصوصیات شخصیتی و انگیزه های خاصی است که وی را از سایرین متمایز و ممتاز می سازد. خصوصیات مشترکی که در اغلب کارآفرینان مشاهده می شود ناشی از سوابق خانوادگی، توانمندی های ذاتی و چگونگی تعلیم و تربیت آنهاست. آنان هوش و مهارت های تحلیلی بالایی دارند، قدرت مواجهه با ریسک و تحمل شکست را دارا می باشند. کارآفرینان از ناطمینانی ها هراس ندارند، از هنجارهای موجود پا فراتر می نهند و سنت شکن و نوآور و خلاق و آفریننده هستند. اعتماد به نفس بالا، استفاده از روش های رسمی و غیررسمی برای آموختن تازه ها، از ویژگی های کارآفرینان است. همچنین آنان راه تفاهم با دیگران، پذیرش اندیشه های مخالف و روش زندگی در شبکه ها را به خوبی می دانند و دارای ارتباطات قوی با دیگرانند. همان گونه که اشاره شد اگر چه کارآفرینان متکی به خود و توانمندی های خویشند و معتقد به کنترل درونی (کسانی که کنترل درونی را باور دارند خود را مسلط بر سرنوشت خود می دانند و علت موفقیت ها و شکست ها را قبل از آن که به بیرون فرافکن کنند در وجود خود جستجو

می نمایند. آنان خود را تعیین کننده تقدیر خود می دانند). می باشند. اما در ارتباط موثر با دیگران است که می توانند از ظرفیت های خود نهایت بهره را به دست آورند. و بالاخره کارآفرینان دیدی مثبت به پیرامون و رخدادهای جهان خارج دارند و خوش بین و مثبت اندیش هستند. آنچه برای اغلب مردمان تهدید و مخاطره محسوب می شود برای آنان فرصتی برای موفقیت و خودآزمایی است.

طی تحقیقی که در ۹ کشور آمریکا، کانادا، ایرلند، آلمان، بلژیک، چین، سنگاپور، کرواسی و اسلوانی انجام شد (Thomas - Mueller, 2000) برخی ویژگی های کارآفرینان در جوامع مورد بررسی یکسان و بعضی خصوصیات متفاوت بوده است. نوآوری و خلاقیت در تمامی این کشورها به طور یکسان مشاهده شده و مشخصه کارآفرینان محسوب گردیده است. اما اعتماد به نفس و خودباوری و این که بر مقدرات خود کنترل دارد در آمریکا حداکثر و در کشورهای بعد به تدریج کاهش یافته و کرواسی و اسلوانی به حداقل می رسد.

مخاطره جویی و ریسک پذیری نیز همین وضعیت را نشان می دهد. احساس توانمندی و انرژی برای تغییر نیز در کشورهای آمریکا، کانادا، ایرلند و آلمان بیشتر و در کشورهای بعدی کمتر می باشد. لازم به یادآوری است کشورهای یاد شده براساس مدل هافستد از نظر فاصله فرهنگی به ترتیب فهرست شده اند. بر اساس تحقیق فوق الذکر می توان نتیجه گرفت برخی ویژگی های فردی کارآفرینان مانند نوآوری و خلاقیت جهان شمول بوده و برخی دیگر بر اساس فرهنگ و جامعه مورد نظر تغییر می یابند.

فرهنگ حاکم بر جامعه

همان طور که اشاره شد فرهنگ بر ویژگی های کارآفرینان اثر می گذارد و بر اساس فرهنگ حاکم بر جامعه کارآفرینی دستخوش تغییر می گردد. در فرهنگ هایی که برای کارکردن و ثروت اندوختن ارزش قائلند در مقایسه با فرهنگی قناعت پیشه، کارآفرینی امکان رشد بیشتری دارد. همچنین نگرش اجتماعی مثبت به ارزش آفرینی فردی و دیدگاههای فردگرایانه اثر مثبت بر کارآفرینی داشته و در مقابل دیدگاه های جمع گرایانه به نوآوری و ارزش آفرینی فردی نظر موافق نداشته و آن را حمایت نمی کند و از نظر اجتماعی موجه نمی داند. به عبارت دیگر وجود فرهنگ جمع گرا که برابری را در جامعه ترویج می نماید و نابرابری را درست نمی پندارد، تقویت کننده کارآفرینی نخواهد بود. تساوی طلبی و یکسان گرایی آفت کارآفرینی است.

در تحقیق توماس و مولر، کشورهای آفریقای جنوبی، اسلوانی و کنیا دارای فرهنگ جمع گرا و کشورهای دیگر دارای فرهنگ فردگرا بودند که در آنها کارآفرینی رشد بالاتری را نشان می داد. (Thomas Mueller, 2000) احساس تعهد به جمع و تقبیح فرد گرایی عامل تضییع کارآفرینی و اولویت دادن به فرد و ارجمند دانستن رشد و ترقی فردی، تقویت کننده کارآفرینی به شمار می آید. فرهنگ های سنتی که دارای روحیه محافظه کارانه بوده و بدعت را موجه نمی دانند

کارآفرینی توسعه چندان نمی یابد، در مقابل فرهنگ های سنت شکن و نوجو بستر مناسب فرهنگی برای کارآفرینی محسوب می شوند. تنوع جویی در فرهنگ جوامع نیز عامل تشویق کارآفرینی است. و یکسان طلبی و وحدت رفتاری و کرداری محل کارآفرینی می باشد. نگرش فرهنگی به زمان که در یک پیوستار از افق های کوتاه مدت تا افق های بلند مدت قرار می گیرد در کارآفرینی تأثیر دارد. فرهنگ هایی که در آنها افق های زمانی کوتاه مدت و برای رسیدن به مقصود صبر و حوصله وجود ندارد، کارآفرینی ریشه نمی یابد. در مقابل فرهنگ هایی که در آنها افق های زمانی بلند مدت بوده و شکیبایی و پشتکار و مداومت ارزش به شمار می آید، کارآفرینی رشد کرده و بالندگی به همراه دارد. در نگرش فرهنگی به زمان، لذت بردن از لحظه ها و فرهنگ «امروز را دریاب و به فردای نیامده نیاندیش» نمی تواند بستر رشد کارآفرینی باشد. فرهنگ هایی با این باور که حال را نباید فدای آینده کرده، پس انداز و آینده نگری وجود ندارد و این تلقی در کارآفرینی اثر منفی به جای می گذارد. در تحقیق توماس و مولر کنیا نمونه ای از فرهنگ لذت جویی و به لحظه های حال اندیشیدن است و در مقابل آن سنگاپور نمونه فرهنگی است که در آن به آینده اندیشه کردن به حد افراط رسیده و به نوعی محافظه کاری افراطی تبدیل شده است. که هر دو فرهنگ مناسب کارآفرینی نیستند.

فرهنگ هایی که از کودکی در خانواده و سپس در محیط های آموزشی، افراد را از شکست می ترسانند شکست خوردن به معنای از میان رفتن است. کارآفرینی تضعیف می گردد. در فرهنگ هایی که شکست مقدمه پیروزی است و استقامت و پایداری ارزش به شمار می آید، کارآفرینی امکان رشد بیشتری دارد. همانگونه که اشاره شد شیوه زندگی خانوادگی و تعلیم و تربیت نقش عمده ای در فرهنگ سازی دارد. والدین و معلمان با میدان دادن به فرزندان، خطرپذیر کردن آنان و آزادی عمل دادن به آنها می توانند فرهنگ مناسبی را برای کارآفرینی ایجاد کنند. حمایت خانواده و مدرسه از نوآوری و ریسک طلبی، و نهراسیدن از شکست سد کارآفرینی است و در صورتی که فرهنگ اطاعت و رعایت رسوم و قیود از سوی خانواده و مدرسه به فرزندان انتقال یابد محل کارآفرینی خواهد بود.

ذکر این نکته ضروری است که اگر چه فرهنگ مناسب باعث رشد کارآفرینی است اما کارآفرینان خود فرهنگ آفرین هستند و در یک چرخه از فرهنگ الهام می گیرند و فرهنگ را دگرگون می سازند. (Morrison,2000)