

# کارآفرین دولتی

نوشته: سید حامد وارث

چکیده

تغییرات سریع محیطی و ضرورت انطباق فعالانه و خلاق با چنین محیطهایی، ارزش کارآفرینها را روزافزون نموده است. آنها می‌توانند نقشی اساسی در فرایند تحول، توسعه و بهبود ایفا نمایند. در این مقاله، ابتدا مبانی نظری کارآفرینی از دیدگاههای مختلف روانشناختی، اقتصادی و فرهنگی اجتماعی تشریح گردیده و سپس ضمن تفکیک کارآفرین دولتی از کارآفرین خصوصی، کارکردهای مختلف آنها تحت عناوین کارایی اقتصادی و اثربخشی اداری بررسی گردیده است.

مقدمه

امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می‌باشد. در این بین، کارآفرینها بطور خاص دارای نقشی مؤثرتر در فرایند توسعه اقتصادی می‌باشند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینها در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد، زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرکهای تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است.

بعلاوه کارآفرینها به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارند، به کاهش نرخ بیکاری که خود از اهداف کلان اقتصادی - اجتماعی دولتها می‌باشد، کمک می‌نمایند. ضمن آنکه دامنه‌های فعالیتهای کارآفرینی علاوه بر بخش خصوصی، جهت دستیابی کارا و اثربخش به اهداف نظام اداری، قابل تسوی به بخش دولتی نیز می‌باشد. بنابراین بررسی ویژگیهای کارآفرینها و طراحی سازوکارهایی برای شناسایی و حمایت از آنها ضرورت می‌یابد.

در یک تعریف کلی، کارآفرینی <sup>(۱)</sup> را می‌توان به عنوان تأسیس یک شرکت یا کسب و کار جدید یف کرد، اما بطور خاص، کارآفرینی به عنوان فرایند کسب سود از طریق ترکیب ارزشمند، جدید و منحصربه‌فرد منابع در یک محیط مبهم توأم با عدم قطعیت تعریف می‌شود. <sup>(۲)</sup>

رابینز <sup>(۳)</sup> در تعریف کارآفرینی می‌گوید: «کارآفرینی عبارت است از قبول مخاطره، تعقیب دستها و ارضای نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار، و کارآفرینها دی هستند که چنین نقشی را ایفاء می‌نمایند». <sup>(۴)</sup>

نظریه کارآفرینی امروزه به جای اینکه صرفاً پدیده کارآفرینی را مستندسازی نماید، دارای پشتهای تشریح و توصیف رفتار کارآفرینها <sup>(۵)</sup>، پیش‌بینی شرایطی که منجر به کارآفرینی شود <sup>(۶)</sup> و ارایه رهنمودهای ارزشی برای اقدام درست در یک شرایط معین <sup>(۷)</sup> می‌باشد. مطالعه آفرینی حیطة گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روانشناسی را در بر گیرد و دارای ماهیت میان رشته‌ای می‌باشد. لذا نظریه کارآفرینی را می‌توان بر مبنای نگرش در ب چهار دیدگاه روانشناختی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و شبکه‌های ارتباطی بررسی کرد طی این مقاله، در هر قسمت بطور مقتضی دیدگاه مربوطه تبیین می‌گردد. <sup>(۸)</sup>

## 1- Entrepreneurship

2- R. Amit & others, "Challenges To Theory Development Entrepreneurship Research", Journal of Management Studies, VOL

NO 5, 1993, PP 815 - 834.

3- Robbins

4- S.P.Robbins, "Management", 3 Third Ed, Prentice Hall International 1991, P236.

5- Explanatory Theory

6- Predictive Theory

7- Normative Theory

8- R. Amit & others, Ibid, P 819

## کار آفرین کیست؟

طبق نگرش روانشناختی، ویژگیهای شخصیتی مشخص و معینی، افراد را مستعد کارآفرین می نماید.

بنابراین یکی از مباحثی که بطور مکرر در مورد آن تحقیق شده، جستجو برای تعیین ویژگیهای روانشناختی مشترک کارآفرینها می باشد.

از جمله این ویژگیها باید از تهور، خلاقیت و نوآوری، سختکوشی، اعتماد به نفس، خوش بینی عزم، قاطعیت و سطح بالای انرژی نام برد.<sup>(۹)</sup> اما چهار ویژگی زیر را می توان در رأس تمام فهرستهایی که شخصیت کارآفرین را معرفی می نماید، مشاهده کرد:

### ۱- مکان داخلی کنترل<sup>(۱۰)</sup>

افرادی که باور دارند می توانند رویدادها را از طریق خصوصیات و منش خود کنترل کنند دارای مکان داخلی کنترل می باشند. این ویژگی که اولین بار بوسیله راتو<sup>(۱۱)</sup> در سال ۱۹۶۶ معرفی شد کارآفرینها نسبت داده می شود. کارآفرینها بشدت به توانایی خود برای تعیین سرنوشتشان باور دارند. آنها به استقلال بها می دهند و به ویژه دوست ندارند بوسیله دیگران کنترل شوند.

### ۲- خطرپذیری معتدل<sup>(۱۲)</sup>

کارآفرینها ترجیح می دهند خطرهای محاسبه شده و میانه را بپذیرند. البته در مواردی که آنها توانایی خود در دستیابی به اهداف، اعتقاد قوی داشته باشند، احتمال شکست و در نتیجه سطح خرابی را کم ادراک می کنند. بنابراین سطح خطری که آنها متوسط درک می کنند، اغلب توسط غیرکارآفرینها زیاد دیده می شود.

S.P.Robbins, Ibid, P 236

10- Internal Locus of Control

- Rotter

12- Moderate Risk - Taking

## - تحمل ابهام (۱۳)

کارآفرینها دارای توان و تمایل برای اداره ابهام می‌باشند. همچنین آنها دارای توانایی تصمیمگیری و اقدام سریع در یک محیط نامطمئن و سریعاً در حال تغییر می‌باشند.

## - نیاز برای موفقیت (۱۴)

کارآفرینها نیاز زیادی به موفقیت دارند که به آن انگیزه توفیق‌گرایی گفته می‌شود. این نیاز برای مستین بار طی یک زنجیره مطالعات آزمایشی توسط دیوید مک‌کلند (۱۵) به عنوان یک انگیزه تمایز انسانی مورد شناسایی و بررسی قرار گرفت که این بررسیها نقطه آغاز پیدایش نظریه وانشناختی کارآفرینی گردید. (۱۶) از آنجا که این انگیزه از اساسی‌ترین خصوصیات شخصیتی کارآفرین می‌باشد، در قسمت بعد به تشریح کامل آن می‌پردازیم.

## - انگیزه کلیدی توفیق‌گرایی

مک‌کلند ویژگیهای افراد با نیاز بالا برای موفقیت را طی یک تجربه آزمایشگاهی تشریح کرد. این ترتیب که از شرکت‌کنندگان خواست حلقه‌هایی را از فاصله دلخواه بر روی یک میله بیاندازند. افرادی که دارای نیاز شدید به موفقیت بودند فاصله را نه بسیار نزدیک انتخاب می‌کردند که کارشان باشد و نه بسیار دور که غیر ممکن شود. در نتیجه افرادی که توفیق‌گرا می‌باشند اهداف خود را در حد معقول مشکل و در عین حال عملاً قابل حصول تعیین می‌نمایند که به آن اهداف چالشی می‌گویند. همچنین آنها ترجیح می‌دهند مخاطره‌جویی در حد متوسط باشند بنابراین آنها دارای ویژگی واقعه‌گرایی فعالانه (۱۷) می‌باشند.

آنها بیش از پاداش توفیق به خود موفقیت علاقه دارند و از برنده شدن یا حل یک مسئله دشوار بیش از بدست آوردن پول یا هرگونه تشویق لذت می‌برند. (۱۸)

13- Tolerance for Ambiguity

14- Need For Achievement

15- David Mc Clelland

16- R. Amit &amp; others, Ibid, P 821

17- Aggressive Realism

18- P. Hersey &amp; K. Blanchard, "Management of organizational

در چارچوب نوشته‌های مدیریت، مک‌کلند افراد توفیق‌گرا را به وسیله سه ویژگی زیر مشخص می‌کند.

- ۱- قبول مسئولیت تصمیمها
- ۲- هدفگذاری و تحقق آنها بوسیله تلاش فردی
- ۳- تمایل به دریافت بازخورد از دیگران (۱۹)

شرکتهایی که چنین افرادی را در خود جای داده‌اند سریعتر رشد نموده و دارای سوددهی بیشتری می‌باشند و همچنین حضور بیشتر این افراد در عرصه اقتصاد یک کشور منجر به تسریع رشد اقتصادی می‌گردد. اما یک سؤال اساسی در اینجا این است که آیا امکان آموزش این انگیزه به افراد وجود دارد؟ مک‌کلند معتقد است این کار عملی است. وی رشد اولیه نیاز توفیق‌گرایی را ناشی از کارکرد تربیتی خانواده می‌داند. این رشد بیشتر در میان خانواده‌هایی مشاهده می‌شود که والدین در سنین ۶-۸ سالگی فرزندان، از آنان انتظار دارند تا حدودی از خود استقلال رأی نشان داده و به تنهایی راه حل بعضی مسایل خود را انتخاب نمایند. (۲۰)

در واقع در این خانواده‌ها یک نوع رویکرد اقتصادی بین سبک تربیتی والدین و میزان بلوغ فرزندان وجود دارد.

اما علاوه بر تعالیم خانوادگی، از طریق تدوین برنامه‌های آموزشی برای قشرهای مختلف جمعیت نیز می‌توان این انگیزه را در یک جامعه تقویت نمود.

## بستر فرهنگی - اجتماعی

نگرش فرهنگی - اجتماعی، کارآفرین را به محیط یا زمینه فرهنگی - اجتماعی مرتبط می‌کند و به فرهنگ به عنوان عامل تعیین کننده کارآفرینی نگریسته و برای رشد کارآفرینی در یک جامعه

"Behavior", 5 th Ed, Prentice Hall International, 1988, P 45.

19- R.Amit & others, Ibid, P 821.

20 P.Hersey & K.Blanchard, Ibid, P 821.

د یک تناسب بین سازه‌های ایدئولوژیکی<sup>(۲۱)</sup> و رفتار اقتصادی<sup>(۲۲)</sup> را ضروری می‌داند. (۲۳) کارآفرین را به عنوان یک تصمیمگیرنده که درون یک مجموعه فرهنگی - اجتماعی موصوع عمل می‌کند، می‌نگرد.

هوفستد<sup>(۲۴)</sup> در یک مطالعه در سال ۱۹۸۰ در تبیین تفاوت مدل‌های فرهنگی کشورها، چهار بُعد رای یک فرهنگ ذکر نمود:

پذیرش نابرابری بین افراد

فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی

اجتناب از عدم قطعیت

اصالت ماده در مقابل اصالت روابط انسانی

تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینها دارای تحمل نابرابری، طرفدار اقدام فردی و آماده پذیرش نر می‌باشند و گرایش به اصالت مادیگری دارند تا روابط انسانی.

همچنین برنو<sup>(۲۵)</sup> می‌گوید: آن گروههایی که موقعیت اجتماعی خود را از دست می‌دهند، برای رآفرینی برانگیخته می‌شوند، بنابراین کارآفرینی پاسخی به عدم تحرک اجتماعی است.<sup>(۲۶)</sup>

## شبکه ارتباطات

نگرش شبکه ارتباطی، فرایند کارآفرینی را در درون یک شبکه روابط اجتماعی مستمر که تباط بین کارآفرینها، منابع و فرصتها را تسهیل می‌نماید، می‌نگرد. یک شبکه می‌تواند از روابط تماعی قوی شامل خویشاوندان و دوستان نزدیک و یا روابط اجتماعی ضعیف مانند آشنایان سکیل شود. یک کارآفرین موفق با تعداد زیادی از افراد در ارتباط بوده اما این روابط غیررسمی ضعیف می‌باشد.

به عبارت دیگر، کارآفرین دارای یک شبکه ارتباطی گسترده، بزرگ و با قابلیت دسترسی

21-Ideological Constructs

22-Economic Behavior

23- Glade

24- Hofstede

25- Brenner

26- R.Amit & others, Ibid, P820

بالا<sup>(۲۷)</sup> اما دارای روابط و علایق ضعیف و با غلظت پایین<sup>(۲۸)</sup> می‌باشد. این شبکه می‌تواند به اطلاعات دقیق و به موقع ارایه کند، دستیابی به مشتریان بالقوه را تسهیل و آنان را سرمایه‌گذاران معرفی نماید.

همچنین شبکه ارتباطات، ایده‌ها را تحریک نموده و تبدیل یک ایده به برنامه واقعی را تسهیل می‌نماید. این نگرش جامع‌تر و پویاتر از نگرش روانشناختی که کارآفرین را به صورت یک فرد تدریجی بررسی می‌کند، می‌باشد.<sup>(۲۹)</sup>

## کارایی اقتصادی

نگرش اقتصادی کارآفرینی، فرد کارآفرین را به عنوان یک بازیگر عقلایی<sup>(۳۰)</sup> فرض می‌نماید. اما از این دیدگاه، نظریه کارآفرینی از نظریه اقتصاد خرد متفاوت می‌باشد زیرا کارآفرین چارچوبی عمل می‌نماید که فروض اطلاعات کامل و تخصیص کارای منابع وجود ندارد.

کارآفرینها اغلب قادر هستند استفاده بسیار کارایی از منابع محدود نمایند. آنها فرصتها سودآور را درک کرده و اقداماتی را برای رفع نیازهای ارضاء نشده جاری یا ارضای کارآفرینها قبلی انجام می‌دهند.

شناخت بازارهایی که بوسیله تغییرات محیطی بطور مستمر از تعادل خارج می‌شوند، فرصتها جدیدی را ایجاد می‌کند و اقتصاددانان کارآفرینها را به عنوان افرادی که جهان را بوسیله تخصیص مجدد منابع به تعادل برمی‌گردانند، معرفی می‌کنند.

ارزش اقتصادی کارآفرینی به این واقعیت مربوط است که کارآفرینها بازارهای مختلف را بسازند، مرتبط می‌سازند، عدم کاراییهای بازار را پاسخ می‌گویند، از اتلاف منابع جلوگیری نموده و کارایی اقتصادی و در نتیجه رفاه اجتماعی را افزایش می‌دهند.<sup>(۳۱)</sup>

27- High Reachability

28- Low Density

29- R.Amit & others, Ibid, P822

30- Rational Actor

31- R .Amit & Others, Ibid, PP 823 - 824

## کارآفرین در مقابل بوروکرات

در نگرش روانشناختی، ویژگیهای شخصیتی کارآفرین را معرفی نمودیم. اما در اینجا ذکر این به ضروری است که کارآفرینی یک خصیصه مطلق نمی باشد که برخی افراد دارای آن و دیگران فاقد آن باشند.

ما باید کارآفرینی را به عنوان طیفی از رفتار و بر روی یک پیوستار بینیم. در یک حد نهای پیوستار مدیر کارآفرین و در طرف دیگر مدیر بوروکرات قرار دارد. بیشتر افراد در جایی بین دو حد قرار دارند اما زمانی که صحبت از منافع شخصی می شود، گرایش طبیعی بیشتر افراد به سمت مدیر کارآفرین می باشد. (۳۲)

پیتر دراگر<sup>(۳۳)</sup> می گوید: «مدیر کارآفرین کسی است که به توانایی خود اعتماد دارد و از فرصتها ی تغییر و نوآوری بهره می گیرد. او از مدیر بوروکراتی که از تغییر احساس تهدید می نماید و با عدم قطعیت مضطرب می شود. قابل پیش بینی بودن را ترجیح می دهد و به حفظ وضع موجود تمایل می باشد، متفاوت است.»

همچنین در حالی که تأکید راهبردی مدیر بوروکراتیک بر کنترل منابع می باشد، کارآفرینها به دنبال می اندیشند که فرصتها در کجا قرار دارد. (۳۴)

از نظر ساختار سازمانی نیز، مدیر کارآفرین به ساختارهای تخت و مدیر بوروکرات ساختارهای سلسله مراتبی تمایل دارند.

## کارآفرین دولتی

در یک تقسیمبندی کارآفرینها را می توان به دو دسته کارآفرین خصوصی که در پی

32- H.Stevenson & D.Gumpert, "The Heart of Entrepreneurship" Harvard Business Review, March - April 1985, P86.

33- Peter Drucker

34- S.P.Robbins, Ibid, PP236-237.





۳۱ کار آفرین دولتی

ستفاده از مزیت ثبات<sup>(۴۱)</sup> بوروکراسی، کارایی و قانونمندی را در یک سازمان بزرگ دولتی فرار می‌سازد.

بدین منظور می‌توان از ساختاری بنام ساختار موازی<sup>(۴۲)</sup> بهره گرفت. ساختار موازی یک ختار ارگانیک منعطف می‌باشد که بر یک مبنای نسبتاً دائمی در کنار یک بوروکراسی طراحی شده و شامل گروه‌های کوچک مستقلی می‌باشد که منابع مالی خاص خود را دارند و می‌توانند ده‌های شخصی خود را بدون توجه به قوانین و سطوح متعدد مدیریتی حاکم بر بوروکراسی دنبال آیند و در نتیجه از انعطاف‌پذیری لازم برای حل مسایل بدون ساختار برخوردار می‌باشند.<sup>(۴۳)</sup>

## اثر بخشی اداری

بدون شک یکی از عوامل تعیین‌کننده اثر بخشی سازمانها، تناسب بین ساختار و محیط سازمان می‌باشد. چنانچه برونز و استاکر<sup>(۴۴)</sup> عنوان نمودند: «اثر بخش ترین ساختار آن است که با الزامات و شرایط محیطی، متناسب باشد». آن دو سپس با طرح دو ساختار مکانیکی و ارگانیک که به نوعی شباهت بوروکراسی و ادھوکراسی می‌باشد، اظهار داشتند: «طرح مکانیکی در محیطهای مطمئن و با ثبات و شکل ارگانیک در محیطهای متلاطم و با تغییرات زیاد، اثر بخش می‌باشد.»

اما پس از آن لارنس و لورنس<sup>(۴۵)</sup> در مطالعه خود دربارهٔ محیط، در یک کار بدیع برخلاف دانشتگان، سازمان و محیط آنرا واحد و متحدالشکل فرض نکردند بلکه دارای زیر مجموعه‌های متفاوتی دانستند. بنظر آنان هر جزء فرعی سازمان ممکن است فقط با برخی اجزاء فرعی محیط در مامل باشد و از آنجا که محیطهای فرعی متعدد و با درجات عدم قطعیت مختلفی می‌تواند برای یک سازمان وجود داشته باشد، برای اثر بخش بودن، هر واحد سازمان باید ساختار خود را با الزامات و ویژگیهای محیط فرعی مربوط به خود متناسب سازد. لذا ساختار داخلی یک سازمان می‌تواند از

41- Stability

42- Collateral Structure

43- S.P.Robbins, Ibid, P260.

44- Burns & Stalker

45- Lawrence & Lorsch

بخشی به بخش دیگر متفاوت باشد که این امر منعکس کننده خصوصیات خُرده محیطی است که هر بخش با آن در ارتباط است. (۴۶)

با توجه به موارد فوق، کارآفرینی درونی از آنجا که دو ساختار بوروکراتیک و ادوکرراتیک را با هم تلفیق می‌نماید و مزایای هر دو طرح را ادغام می‌کند، سازمان را در مواجهه همزمان با محیطهای ایستا و پویا توانمند می‌سازد و در نتیجه می‌تواند به عنوان حرکتی به سوی اثربخشی اداری در سازمانهای بزرگ دولتی، تفسیر شود.

البته شرط لازم برای تحقق این موضوع آن است که تصمیمگیرندگان مسلط سازمانی به جای انتخاب ساختارهایی که حداکثر قدرت و کنترل را برای آنها حفظ می‌نماید در جستجوی مؤثرترین ساختار باشند.

## نتیجه‌گیری

از نظر تئوریک، تلفیقی از نگرشها می‌تواند چارچوب جامعی برای تحلیل پدیده کارآفرینی ارائه دهد.

در سطح فردی، آشنایی با ویژگیهای شخصیتی کارآفرینها، یک مدل فکری و عملی بدست می‌دهد که می‌تواند نتایج برجسته‌ای به همراه داشته باشد. بهبود بهره‌وری از جمله مهمترین پی‌آمدهای این الگوگیری می‌باشد.

در سطح کلان دولت از طریق شناسایی و بکارگیری آن دسته از عوامل محیطی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی که ظهور کارآفرینی را تسهیل می‌کند، می‌تواند زمینه مناسب را فراهم کند. چنانچه در بخش خصوصی از طریق سیاستهای تشویقی مانند معافیت‌های مالیاتی و اعطای تسهیلات بانکی حمایتی، می‌توان تأسیس شرکتهای کوچک و فعالیتهای کارآفرینی را ترویج کرد و در بخش دولتی، طراحی سازمانهای کارآفرین با مشخصه‌های پویایی، انعطاف‌پذیری و ترغیب خلاقیت افراد می‌تواند کانون توجه برنامه‌های تحول اداری قرار گیرد.