

# کارآفرینی و توسعه

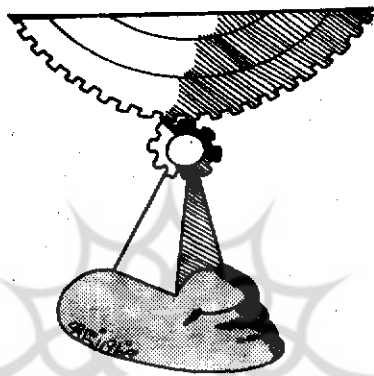
گردآوری و تدوین: جعفر ممی زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

برمی‌گردد و اولین کسی که مسأله را مطرح کرد فردی بود به نام «کانتیلون»، اما این واژه در ورود به ادبیات مدیریت و اقتصاد تغییرات زیادی را به خود گرفته و از رشد تکاملی برخوردار بوده است.<sup>(۷)</sup>

یکی از تعریفهای جامع در مورد کارآفرینی را متفکری اقتصاددان به نام «شومپتر» ارائه کرد. او می‌گوید کارآفرین کسی است که نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائه یک محصول جدید، در ارائه یک خدمت جدید، در طراحی یک فرایند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد. وی این مهم را با مفهوم جدید «تخریب خلاق»<sup>(۸)</sup> مطرح می‌کند.<sup>(۹)</sup>

بطور کلی از دید اقتصاددانانی نظیر شومپتر، کارآفرینی جوهره‌ای است که فرد کارآفرین و نوآور در درون خود دارد و فرایندی است که در جهت چیزهای نو به آنها توجه می‌کند، و فرد کارآفرین کسی است که در مقایسه با دیگران از نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری بالاتری



## □ مقدمه:

○ شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی امروز جامعه به گونه‌ای است که حل مشکلات، تنگناها و الگوها و راه‌حلهای جدید و متفاوتی را می‌طلبد<sup>(۱)</sup> فضای حاکم بر طرح ساماندهی اقتصادی کشور دربرگیرنده دغدغه‌های جدی و غیرقابل انکاری است که هرگونه تردید و عدم تحرک در پرداختن به آنها آثار زیانباری برای جامعه ما دارد.<sup>(۲)</sup>

ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصتهای شغلی و کاهش نرخ بیکاری و نیز روند مستمر کاهش بهای نفت عواملی هستند که موجب می‌شود تا سیاستگذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان

کشور به فکر بهره‌برداری بهینه از منبع ارزشمند انسانی باشند، تا افراد متحول و مبتکر بتوانند اقتصاد جامعه را از حالت سکون خارج ساخته و در راستای پاسخگویی به نیازهای «انسانی-اجتماعی و تکاملی» منشأ تحولات عظیمی گردند.

دنیای امروز، عصر دانایی و بینش است و هر که متفکتر باشد متحول‌تر است و در نهایت موفق‌تر، تجارب سایر کشورها نیز نشان می‌دهد که آنهایی که بیشتر به فکر متکی بودند تا به ذخائر زیرزمینی (نظیر نفت و گاز) در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند، نمونه این کشورها ژاپن، آلمان، انگلیس و فرانسه را می‌توان نام برد.<sup>(۳)</sup>

اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور، نوساز و مبتکر به عنوان «کارآفرینان» منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخهای توسعه همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید.<sup>(۴)</sup> اکنون باید عرصه‌های مختلف کارآفرینی در برابر نسل جوان کشور گشوده شود. متأسفانه در کشور ما به دلایل گوناگون به آموزش و پرورش کارآفرینی و ترغیب افراد بالقوه کارآفرین و نوآور چندان توجهی نشده است.<sup>(۵)</sup>

کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفا می‌کند، فلذا بر کارگزاران و سیاستمداران دولت است که با ایجاد بستر و جو مناسب و حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی، همچنین برداشتن موانع موجود بر سر راه جوانان کارآفرین زمینه رشد آنها را در اقتصاد بیمار جامعه فراهم آورده، مقدمات متحول کردن نظام اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را ایجاد نمایند.

## □ کارآفرینی<sup>(۶)</sup>

○ سابقه مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی به دوست سال پیش

۱- میزگرد «توسعه کارآفرینی؛ تنگناها و راهکارها» - مجله تدبیر شماره

۹۰ بهمن ماه ۷۷ صفحه ۱۰

۲- سرمقاله «کارآفرینی» - مجله تدبیر شماره ۸۷ آبان ماه ۷۷ صفحه ۶

۳- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۰

۴- همان منبع، صفحه ۱۰

۵- سرمقاله «کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۷

6 - Entrepreneurship.

۷- منصور مجدم «کارآفرینی» - مجله تدبیر شماره ۷۷ آبان ماه ۷۶

8 - Creative Destruction.

۹- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور، نوساز و مبتکر به عنوان «کارآفرینان» منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخهای توسعه همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید. اکنون باید عرصه‌های مختلف کارآفرینی در برابر نسل جوان کشور گشوده شود. متأسفانه در کشور ما به دلایل گوناگون به آموزش و پرورش کارآفرینی و ترغیب افراد بالقوه کارآفرین و نوآور چندان توجهی نشده است.

10 - Shermerhorn, John R. "Management for productivity"

John Wiley & sons Co, 1993 . pp655 - 660.

۱۱- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۲

۱۲- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

۱۳- محمدصادق بنی‌ثیان «کارآفرینی» - ناشر مؤسسه کار و تأمین

اجتماعی - چاپ سال ۱۳۷۱

۱۴- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

۱۵- جلیل صمدآقایی «از کارآفرینی تا جان‌آفرینی» - مجله تدبیر شماره

۸۷ آبان‌ماه ۷۷ صفحه ۲۴

16 - Dubrin, Andrew J.R. Duane Ireland and J.clifford williams

"Management & Organization" - 1989- pp.534-539

17 - Risk Taker and a Need for Achivement.

18 - Internal Locus of control.

19 - Self confident.

20 - Innovative - Creative, Idealist.

21 - Longe - Term Vision.

22 - Acceptance of criticism (oppourtunist)

23 - Emotional stability. 24 - Desire for challenges.

25 - Perseverance and etermination.

26 - Energetic and Ambitious.

27 - Growth oriented. 28 - Doer.

29 - Futur oriented. 30 - Realistic.

31 - Result oriented (performance-oriented)

برخوردار است. به عبارتی، فردیست که بمنظور ایجاد یک مؤسسه بازرگانی یا شرکت تولیدی و ارائه یک محصول جدید، خدمت نوین یا فرایندی نو در بازار کار، ریسک و خطر را پذیرفته و تا سرمنزل مقصود آن را تحمل می‌نماید. (۱۰)

اندیشمند دیگری به نام «جفری تیمونز» کارآفرین را کسی می‌داند که باعث خلق بینشی ارزشمند از هیچ می‌گردد. (۱۱) از جمله صاحب‌نظران مقوله کارآفرینی باید به «پیتر دراکر» اشاره نماییم. وی معتقد است که کارآفرین فردی می‌باشد که فعالیت اقتصادی کوچک، جدید و متعلق به خود را شروع می‌کند و از این رو کارآفرینی را باید بکاربردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، کاربرد ابزارها و فرایندهای طراحی و بنانهادن کار برپایه آموزش و تحلیل کار انجام‌شده بدانیم. (۱۲) کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است و یک شیوه زندگی می‌باشد. (۱۳) کارآفرینان در واقع به تغییر و تحول به عنوان مقوله تعیین‌کننده می‌نگرند. آنها ارزشها را تغییر می‌دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نمایند و برای تحقق این ایده، قدرت ریسک‌پذیری خود را بکار می‌گیرند، به‌درستی تصمیم‌گیری می‌کنند آن را با درایت به اجرا می‌گذارند. «پیتر دراکر» در این خصوص معتقد است که کارآفرینی یک صفت خاص شخصیتی نیست، بلکه یک رفتار است. کارآفرین تغییر و تحول را مطرح نمی‌کند بلکه همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد، فرصتها را استخراج می‌کند و بالاخره کارآفرینی و نوآوری به‌نوبه خود از ریسک کمتری نسبت به بینه کردن کاربرد منابع (بهره‌وری) برخوردار است. (۱۴)

#### □ ویژگیهای کارآفرینان:

○ به‌طور کلی تا به حال ویژگیهای زیادی در خصوص کارآفرینان در تحقیقات مختلف معرفی شده است. (۱۵) در این رابطه روانشناسان سعی می‌کنند دریابند که چیزی در یک کارآفرین وجود دارد که این اعمال از او سر می‌زند. آنان در نتیجه به‌وجوه مشترک زیر رسیده‌اند: (۱۶)

۱- ریسک‌پذیری و نیاز به کسب موفقیت. (۱۷)

۲- تأکید درونی به کنترل (خودکنترلی) (۱۸)

توسعه مدیریت / شماره ۷ آبان ماه ۱۳۷۸

کارآفرینان معمولاً افرادی هستند که ریسک معتدل را در دستور کار خود قرار می دهند، خلاق و نوآور هستند، جدی، بلندپرواز، قاطع و استقلال طلبند، همواره دوست دارند برای خود کار کنند و از قدرت تحمل ابهام و خطر بالا می برخوردارند. آنها ثروت طلب نیستند اما پول را نشانه موفقیت می دانند. (۳۳) اعتماد به نفس داشته و مسئولیت اعمال خود را می پذیرند، واقعیت را آن طور که هست می بینند اما آینده را آنطور می خواهند می سازند، کمتر حرف می زنند و بیشتر عمل می کنند و به دنبال بازخورد عملکرد خود هستند. به رشد و توسعه بسیار توجه می کنند و همواره پذیرای چالش، تغییر و تحول هستند. (۳۴)

□ نقش کارآفرین در جامعه:

- کارآفرینی فعالیتی
- خلاقه شبیه به خلق یک
- اثر برجسته در هنر و علم
- است. کارآفرین باید
- همانند هنرمند و دانشمند
- ایده‌های را در مخیله خود
- بسپوراند، سپس برای
- تحقق ایده پیدا شده آن

را در عرصه عمل ظاهر سازد. برای انجام این امر، وقت زیادی گذاشته و با خطرات مالی مواجه می شود و تمام اینها نیاز به انرژی و نظم زیادی دارد. (۳۵) کارآفرین فرصتها را کشف و شناسایی می کند و به آن ساختار می دهد و تعیین می کند که در چه جایگاهی کار می کند تا پس از آن شرکایش را انتخاب کند. وقتی کارآفرینان این امر را متوجه می شوند که در ذهنشان اراده‌ای هست و در قوای فکری خود بارقه و چشم‌اندازهای نوینی را کشف می کنند آنگاه به دنبال فرصت می روند، منابع را بسیج می کنند، انرژی فوق‌العاده خود را بکار می گیرند و طرح و ایده خود را اجراء می کنند. (۳۶)

یک کارآفرین موفق، به‌خاطر کمکهایی که به جامعه می‌کند از جمله ایجاد مشاغل، تولید کالاها و خدمات، و از اعتباری که به دست می آورد، لذت می برد. اینگونه خدمات از نظر اهمیت اگر با ارزش تر از خدمات پزشکان، اساتید دانشگاه، معلمین مدارس، و کلا و مهندسين نباشند، کمتر از آنها نیستند. (۳۷)

کارآفرینان به خاطر فعالیت نوآورانه خود، ثروت هنگفتی به دست می آورند. به غیر از اجر مادی، پادشاهای معنوی نیز به دست می آورند که برای آنها بسیار مهم تر از ارزشهای مادی کارشان است. (۳۸)

کارآفرین دقیقاً چه کاری انجام می دهد؟ به طور کلی هشت وظیفه برای کارآفرین وجود دارد که عبارتند از: (۳۹)

۱- از موقعیتهای محیط آگاه می شوند؛ فقط کارآفرین می تواند قاطعانه نسبت به یکی از موقعیتهای اقتصادی محیط عکس‌العمل نشان دهد. دیگران ممکن است موقعیت را ببینند. بشنوند، یاد بگیرند و حتی تا اندازه‌ای تجربه کنند اما فقط کارآفرین از آن به نحو مطلوب استفاده می کند.

۲- برای استفاده از موقعیتها خود را به خطر می اندازد؛ کارآفرین نه تنها ایده‌ها را به عنوان موقعیت کاری دنبال می کند بلکه خطرات موجود در این ایده‌ها را هم محاسبه می کند، جایی که خطر زیاد باشد شکست حتمی است و جایی که خطری نباشد موفقیت حتمی خواهد بود. نقطه‌ای در بین اینهاست که خطر معتدل نامیده می شود که در آن مقداری امکان موفقیت و مقداری امکان شکست وجود دارد؛ اینجاست

که مهارت و کوشش نقش اصلی را ایفا می کند.

۳- برای کار سرمایه گذاری می کند؛ بسیاری از مردم به‌خاطر نداشتن سرمایه نمی توانند کاری را شروع کنند اما کمبود سرمایه هرگز مانع پیشروی کارآفرین واقعی نمی شود. او به روشهای مختلف ایجاد سرمایه می کند. ممکن است به دنبال سرمایه دارانی باشد که طرحهای او را باور داشته و باشند خطر را با دوستان و آشنایان شریک، تقسیم نماید.

۴- نوآوریها و خلاقیتها را معرفی می کند؛ یکی از علائم کارآفرینی نوآوری است، به همین دلیل می گویند کارآفرین کار را به سمت پیشرفت و توسعه سوق می دهد. کارآفرین محصولات جدید را معرفی می کند، از راههای جدید برای انجام کارها و روشهای جدید تولید استفاده می کند. منابع جدید را یافته و بازارهای جدید را کشف می کند. او یک نیروی خلاق است که نوآوری‌هایش عکس‌العملی نسبت به نیاز جامعه بوده و همواره موجب انقلاب در زندگی روزمره می شود.

۵- کار و تولید را نظم می بخشد؛ کارآفرین کسی است که مسئولیت گردآوری تمامی منابع مورد نیاز برای شروع کار را بعهده دارد. او کسی است که فکر می کند

چگونه، کجا، چه موقع و چه مقدار زمین، کارگر و سرمایه برای تبدیل ایده‌ها به مؤسسه واقعی مورد نیاز است. به عبارتی او مؤسس کار است و فعالیتهای مورد نیاز توسط او شناسایی شده و اشخاص مناسب در زمان مناسب این کارها را به دستور او انجام می دهند.

۶- در موقع مقتضی تصمیم می گیرد؛ کارآفرین تمامی جوانب را برای حل مشکلات در نظر گرفته و بنا بر تناسب، آنها را طبقه بندی می کند. از آنجایی که راه‌حلها فقط برای موارد خاص در نظر گرفته شده قابل اجرا می باشند، کارآفرین باید همیشه در جستجوی راه‌حلهای جایگزین باشد و پیرامون آنها تصمیم بگیرد.

۷- برای آینده برنامه ریزی می کند؛ کارآفرین می تواند در حالت اضطراری پاسخگو باشد. او در صورت نیاز می تواند ناگهان تصمیم گیری کند. او برای این کار باید حوادثی را که در آینده اتفاق خواهد افتاد را پیش بینی کند و از عواقب آن آگاه باشد.

32 - Responsibility.

۳۳- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۲.

۳۴- سیامک نطاق «مقدمه‌ای بر کارآفرینی» - ناشر سازمان بهره‌وری

ایران - چاپ سال ۱۳۷۶ صفحات ۴۷ تا ۵۲.

۳۵- سیامک نطاق «مقدمه‌ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۳۱

۳۶- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

۳۷- سیامک نطاق «مقدمه‌ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۳

۳۸- همان منبع، صفحه ۳۱

39 - Dela cruz, Rey Antonio S. "Micro Entrepreneur strays of the

Business word" small Enterprise- Journal 15(2),1982,pp10-15

۸- تولیدات و خدمات خود را با سود می فروشد؛ کارآفرین فردی اقتصادی است. بدین ترتیب او مواظب است که تولیداتش فروش داشته و پول ساز باشد و یا خدماتش رضایت خاطر مشتریان را بطور کامل جلب کند.

بدون سود، کارآفرینی وجود نخواهد داشت. سود برای کارآفرین هم پاداش است و هم ایجاد انگیزه برای تداوم کار<sup>(۴۰)</sup>. کارآفرینان با بهره گیری از نیروی حل خلاق مسئله، ریسک پذیری و تحمل ابهام قادرند به زیرکی و ظرافت و سرعت هرچه تمام تر تهدیدات و تنگناهای محیطی را تبدیل به فرصت کرده و در شرایط سخت مثل کمبود ارز، تورم، جنگ و غیره فرصتهای جدیدی را کشف و مورد بهره برداری قرار دهند که هم به نفع خود و هم نهایتاً منجر به رفع موانع جامعه شود.<sup>(۴۱)</sup> به عنوان مثال امروزه به خوبی شاهد هستیم که چطور شرکتهای کارآفرین بزرگ، از طریق به کارگیری استراتژی بازاریابی کارآفرینانه، تنگناهای «آلودگی محیط زیست» را تبدیل به یک فرصت و مزیت رقابتی کرده که نهایتاً هم خود منتفع شده و هم به خواسته های جامعه، سیاستهای دولت و مسئولیت اجتماعی خود، لیبک گفته اند.<sup>(۴۲)</sup>

#### □ توسعه کارآفرینی:

○ کارآفرینی فرایندی بلندمدت و پرورشی است و در آن آموزشهای کوتاه مدت، مهارتها را افزایش داده تجربه ها را عوض می کند و دانش را می افزاید.<sup>(۴۳)</sup> باید سرچشمه کارآفرینی را براساس تجربیات دوران زندگی در محدوده خانواده و فرهنگ مربوطه پیدا کنیم، تعدادی از سرچشمه ها و منابع صفات کارآفرینی که در افراد شناسایی شده اند عبارتند از: «آموزش زود هنگام به کودکان برای استقلال، اتکاء به خود، تصمیم گیری و سختکوشی و ریسک کردن». برای فعالیتهای کارآفرینی، ارزشهای فرهنگی نیز نقش بسزایی دارند، ظهور کارآفرینان به ارزشهای فرهنگی و آرمانهایی که توسط عامه مردم به عنوان استانداردهای رفتار اجتماعی پذیرفته شده است، بستگی دارد. افرادی که سرچشمه کارآفرینی را مطالعه کرده اند، دریافته اند که کارآفرینان معمولاً از فرهنگهایی می آیند که نگرش بخصوصی به فعالیتهایی چون «رقابت، وقت و زمان، تجارت، تولید، وضعیت اجتماعی، کار و تلاش، پول و منفعت» داشته اند.<sup>(۴۴)</sup> البته کارآفرینی فقط فردی نیست، سازمانی هم می تواند باشد، به عبارتی شرکتهای و مؤسسات اعم از دولتی، خصوصی و یا تعاونی هم می توانند دست به کارآفرینی بزنند. بطور مثال در آمریکا برای اینکه بتواند بقا و تداوم حیات اقتصادی بیابد، جهت حل مشکل خود برای کارآفرینان ارزش قابل شد. بدین ترتیب پایه های دوشرکت بزرگ در این کشور را کارآفرینان پایه گذاری کردند. یکی از این شرکتهای مجموعه «بیل» است که بودجه آن ۱/۵ برابر گردش پول کل آمریکا است. دومین شرکت «جنرال الکتریک» است که آمار سه سال قبل آن حاکی است که گردش پول آن نصف بودجه آمریکاست.<sup>(۴۵)</sup> تحقیقات نشان می دهد که در پنجاه سال گذشته ثابت شده که کارآفرینی آموزش پذیر، تقویت پذیر و پرورش پذیر است. یعنی اساساً اکتسابی است.<sup>(۴۶)</sup> اولین کشورهایی که در این زمینه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشتند آلمان، انگلیس، آمریکا و ژاپن بودند. در آلمان بین سالهای ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه های که اتفاقاً دارای محدودیتهای شدید مالی بودند آغاز شد و برای حمایت از آنها یکسری سیاستهای پشتیبانی و تشویقی در نظر گرفته شد. به همین منظور اولین آموزشگاهها برای تربیت این افراد در آن سالها در این کشورها ایجاد گردید. این آموزشگاهها بین سالهای ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ در انگلیس و سپس کمی دیرتر یعنی میان سالهای ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. در اواخر دهه ۵۰ میلادی نیز ژاپن ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان آغاز کرد و در این رابطه در سال توسعه مدیریت / شماره ۷ / آبان ماه ۱۳۷۸

۱۹۵۸ وزارت آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان «سربازان فداکار اقتصادی ژاپن» پیاده و اجرا کرد.

مسئله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاهها هم کشیده شد. بطوری که اکنون در ژاپن ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینان وجود دارد که آمارها نشان می دهد بین سالهای ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶٪ نوآوریهای صنعتی که توانست موفقیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موفقیت سرچشمه و برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفت.<sup>(۴۷)</sup>

در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال (۱۹۸۰-۱۹۶۰) در یکی از کشورهای درحال توسعه (هندوستان) تنها ۵۰۰ مؤسسه کارآفرینی شروع به کار کرده اند و حتی پاره ای شرکتهای بزرگ جهانی برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده اند.<sup>(۴۸)</sup> توصیه هایی که در خصوص پرورش افراد برای کارآفرینی شده تکیه بر نکات زیر دارد:<sup>(۴۹)</sup>

- ۱- افراد را عادت دهید که هدف مشخصی داشته باشند که بتوانند به بهترین شکل آن را اجرا نموده و عملی سازند.
- ۲- بر اهداف مثبت و امشوق تمرکز یابند.
- ۳- برای زندگی شغلی و اجتماعی خود اهداف بلندمدت و افق دور دست را تنظیم نمایند.
- ۴- همواره عملکرد خود را بازمینی کنند و از اشتباهات خود درس بگیرند.
- ۵- به خودشان ایمان داشته باشند و باور کنند که می توانند به اهداف خود برسند.
- ۶- از افکار، ایده ها و طرحهای خود دفاع کنند.
- ۷- برای یادگیری و رشد هدفگیری کنند.
- ۸- با استفاده از قواعد مدیریت زمان از وقت خود خوب استفاده نمایند.
- ۹- برای اخلاقیات، نوآوری و نوآفرینی اهمیت زیادی بدهند.

۴۰- سیامک نطاق «مقدمه ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحات ۳۲ تا ۴۶

۴۱- جلیل صمدآقایی «از کارآفرینی تا جان آفرینی» - منبع پیشین صفحات ۲۸، ۲۹

42 - Ajay & Anil Enon "Enterepreneurial Marketing strategy

Journal of Marketing - Jan 1997.vol 61-pp61-68

۴۳- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۹

۴۴- سیامک نطاق «مقدمه ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحات ۵۵ تا ۶۰

۴۵- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحات ۱۴ و ۱۵

46 - Dubrin, Andrew J. and others, pp539,540

۴۷- میزگرد «توسعه کارآفرینی» منبع پیشین صفحه ۱۳

۴۸- همان منبع صفحه ۱۰

۴۹- سیامک نطاق «مقدمه ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحات ۳۳ تا ۴۶

- ۱۰- همواره سعی کنند که یک برنده و پیروز باشند نه بازنده و مغلوب.
- ۱۱- رهبری را بیاموزند و مسئولیت گروه خود را برای انجام اهداف به عهده بگیرند.
- ۱۲- با انتخاب الگو و مربی از آنها کسب تجربه کرده و بیاموزند.
- ۱۳- در تلاش باشند تا کارآفرینی و کارسازی را بیاموزند و تجربه کنند.

#### □ نقش دولت در توسعه کارآفرینی:

○ دولت در زمینه کارآفرینی و ترغیب فعالیتهای کارآفرینانه دوگونه نقش می تواند ایفا کند که عبارتند از: (۵۰)

دسته اول نقشهایی است که از اعمال حاکمیت دولت نشأت می گیرد؛ مانند صدور پروانه ها و مجوزهای مختلفی که روابط اقتصادی و اجتماعی را تنظیم می کند. مقرراتی که در این باره وضع می شود در فعالیتهای کارآفرینانه تأثیر مهمی دارند. اگر مقررات مورد بحث را بخواهیم خلاصه کنیم شامل سه گروه یا نوع است:

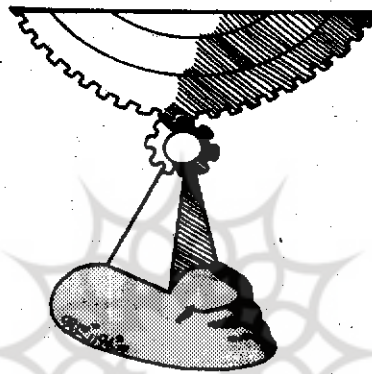
نوع (۱): از لحاظ ورود افراد به قلمرو کارآفرینی مؤثرند و ممکن است نقش بازدارنده داشته باشند. برای مثال جوانی که می خواهد وارد دنیای کسب و کار شود وقتی مشکلات و مقررات اداری پیچیده را می بیند ممکن است از کار خود پشیمان شود.

نوع (۲): موانع رشد کسب و کار است. وقتی شما کسب و کاری را شروع می کنید، توسعه امری

الزامی می شود، اما همواره در این زمینه موانعی وجود دارد که مقررات مختلف از آن جمله است. به طور مثال بانکها طبق مقرراتی که دارند، در مقابل وثیقه ملکی وام می دهند و وثیقه فکری و قابلیتهای کارآفرینانه را پشتیبان وام نمی دانند.

نوع (۳): موانعی هم برای خروج از کسب و کار وجود دارد. اگر کسی در کسب و کارش موفق نباشد و بخواهد آن را کنار بگذارد و در زمینه دیگری فعالیت کند با مشکلات مختلف قانونی روبرو خواهد شد. مشکل خروج از کسب و کار انگیزه و جاذبه ورود را نیز کم می کند. دولت می تواند با حذف مقررات زائد، موانع را از سر راه کارآفرینان بردارد و زمینه فعالیتشان را فراهم سازد. دسته دوم نقش حمایتی و تشویقی است که دولت جهت پشتیبانی از کارآفرینان می تواند ایفا کند؛ از انواع مهم این تدابیر حمایتی می توان به موارد زیر اشاره کرد: (۵۱)

- ۱- سیستم آموزشی؛ دولت از طریق آموزش و پرورش و مؤسسات وابسته به آن می تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند و از طریق تشویق و توسعه فرهنگ کارآفرینی زمینه و بستر لازم برای پیدایش و پرورش افراد کارآفرین را فراهم سازد. بزرگترین نقش دولت، تمییز فرهنگ ارزشی در جهت ارزشمندتر نمودن نقش کار در جامعه است.
- ۲- تسهیلات و خدمات؛ دولت با تأمین خدمات زیربنایی به کارآفرینان کمک می کند که کوشش خود را متمرکز بر فعالیتهای تولیدی نمایند. منظور از خدمات زیربنایی تنها تأمین آب، برق، تلفن، تلگراف و جاده نیست. در عصر حاضر خدمات اطلاعات رسانی و پژوهش برای توسعه نیز از خدمات مهم مورد نیاز کارآفرینان است.
- ۳- حمایت اجرایی (تشریفات اداری)؛ بهبود وضعیت تشریفات اداری یکی از راههای توسعه کارآفرینی است و در این زمینه دولت می تواند مراحل انجام کار اداری را بهبود بخشد و از بروز فساد و انحراف



#### جلوگیری کند.

۴- مساعدت نسبت به کارآفرینان جدید؛ کارآفرینی معمولاً از کسب و کار کوچک شروع می شود و اشخاصی که برای اولین بار وارد عرصه کاری می شوند، قدرت مالی و انسانی گسترده ای ندارند لذا دولت می تواند با در نظر گرفتن نیازهای ویژه کارآفرینان مشاغل کوچک و صنایع کوچک نظیر صنایع دستی تسهیلات ویژه ای را در زمینه های زیر در اختیار آنها بگذارد.

الف- کمکهای بازاریابی؛ اینگونه مساعدتها در قالب اطلاعاتی در مورد خریداران محصولات و منابع اولیه و امکانات صادرات در اختیار تولیدکنندگان قرار می گیرد.

ب- کمکهای فنی و تکنولوژیکی؛ اینگونه تسهیلات، مشاوره در مراحل تولید و آماده سازی مطالعات اولیه پروژه ها را در بر می گیرد و شامل سرویسهای مهندسی، تحقیقات علمی، کنترل کیفیت، بهبود تولید و غیره است.

ج- کمکهای مالی و پولی، در اختیار گذاشتن پول از طریق وام برای شروع و توسعه مشاغل از جمله فعالیتهای دولت می باشد که می تواند از طریق سیستم بانکی و یا صندوقهای حمایتی و اعتباری صورت پذیرد.

د- کمکهای آموزشی و مشاوره ای؛ دولت می تواند با ایجاد دوره های آموزش فنی و حرفه ای به آموزش کارآفرینان بالقوه و تبدیل آنها به کارآفرینان بالفعل همت گمارد و در کنار آن با ارائه مشاوره های مختلف، کارآفرینان را در ادامه راه پر مشقت خود یاری کند. این کمکها می تواند از طریق شورای جوانان، شورای بانوان، سازمان بهره وری و مراکز مشاوره ای و دانشگاهها صورت پذیرد.

نکته مهم در رابطه با نقش دولت در توسعه کارآفرینی این است که حمایتی گوناگون از کارآفرینان باید به نحوی صورت پذیرد که روحیه خودانگیزگی، توفیق طلبی، پشتکار و خطرپذیری را از میان نبرد، بلکه مشوق آنها باشد. (۵۲)

دولت جمهوری اسلامی ایران و سازمانهای وابسته به آن می توانند در غنابخشیدن به اندیشه کارآفرینی و سازماندهی آغازین آن در کشورمان تدابیر زیر را به مورد اجرا گذارند: (۵۳)

- ۱- شناخت عوامل مساعد و بازدارنده کارآفرینی و راههای عملی رفع موانع.
- ۲- شناخت بهتر فرصتهای کارآفرینی و سیاستگذاری برای استفاده از آنها.
- ۳- ترغیب دانش آموختگان مستعد و مؤسسات آموزشی و پژوهشی به فعالیتهای کارآفرینی
- ۴- توسعه کسب و کارهای کوچک در جهت ایجاد اشتغال مولد.
- ۵- بهسازی فرایندهای ایجاد و نگهداری کسب و کارهای کوچک و نوپا.
- ۶- پرورش گروهی از جوانان مستعد کارآفرینی و ایجاد زمینه های حمایتی برای آنها.

۵۰- میزگرد «توسعه کارآفرینی» منبع پیشین صفحه ۱۸

۵۱- سیامک نطاق «مقدمه ای بزرگ کارآفرینی» - منبع پیشین صفحات ۲۳ تا ۲۷

۵۲- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۱۴

۵۳- سرمقاله «کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۷

## □ کارآفرین موتور توسعه:

○ اقدامات مربوط به توسعه و یا احیای سازمانهای موجود در شرایطی که نیاز به ابتکار داشته و توأم با قبول خطر شکست باشد نوعی کارآفرینی تلقی می‌شود. بدین مفهوم کارآفرین با کشف و بهره‌برداری از فرصتها و منابعی که بردیگران آشکار نیست و به کمک ابتکارات و نوآوریهای خود برای جامعه کالا یا خدمات ارزنده‌ای تولید یا ارائه می‌کند. اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند. جامعه‌شناسان این گروه را مروج فرهنگ رقابت، نواندیشی و پویایی اجتماعی تلقی می‌کنند و اندیشمندان مدیریت آنان را از مهمترین عوامل تحول و نوآوریهای سازمانی در عصر حاضر به‌شمار می‌آورند. (۵۴)

شومپتر جمله معروفی دارد که می‌گوید: موتور توسعه اقتصادی کارآفرینی است (۵۵) و چرخه توسعه همواره با وجود فعالیتهای کارآفرینان به حرکت درمی‌آید. لذا هر محیطی که افراش برخوردار از تفکر و هنر کارآفرینی باشد، اقتصاد پویا و متنوع خواهد داشت. این مفهوم را شومپتر پنجاه سال قبل مطرح کرد اما به فراموشی سپرده شد تا اینکه مجدداً طی سه دهه اخیر مطرح گردید، به‌ویژه در دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ دهه کارآفرینی یا دهه طلایی توسعه کارآفرینی بوده است. (۵۷)

نیاز به کالاها و خدمات یک موقعیت اقتصادی است. زمانی که مردم به چیزی احتیاج دارند، خواهان و مایل به پرداخت پول برای تأمین نیازشان هستند. به‌طور کلی توانایی اشخاص برای ارائه نوع کالا و خدمتی که دیگران نیاز دارند، در زمان مناسب و مکان مناسب و به افراد مناسب و با قیمت مناسب را کارآفرینی می‌گویند. زمانی که کارآفرینی به عنوان شغل توسط بسیاری از اعضاء یک جامعه پذیرفته شود، آن جامعه بسیار سریع توسعه می‌یابد. (۵۸) چرا که کارآفرین نیروی حرکت آفرین و اثربخشی دارد. کارآفرینها همیشه اولین هستند. اولین صادرکننده، اولین تولیدکننده، اولین محصول و اولین فرایند. (۵۹)

موارد زیر از جمله منافع حاصله از کارآفرینی می‌باشند که بیان می‌کند چرا یک جامعه کارآفرین توسعه می‌یابد: (۶۰)

- ۱- کارآفرینی موجب اشتغال می‌شود و از سطح بیکاری جامعه می‌کاهد.
- ۲- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و به ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدید می‌پردازد.
- ۳- کارآفرینی موجب توزیع متناسب درآمد می‌شود و اضطرابهای اجتماعی را آرامش می‌بخشد.
- ۴- کارآفرینی موجب بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌وری عظیم ملی می‌شود.

۵- کارآفرینی موجب سود و رفاه اجتماعی از طریق دولت می‌شود. کارآفرینی یک هنر موروثی نمی‌باشد بلکه یک ایده و تفکر قابل پرورش و قابل ساخت است. در ایران، دولت می‌تواند در خیلی از بخشها از کارآفرینان حمایت کند. مثلاً در بخش خصوصی باید از طریق تشویق و توسعه فرهنگ کارسازی و نوآوری، زمینه رشد و ارتقای فرهنگ کارآفرینی را ایجاد کند. و یا با تدابیری خاص سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر را فعال سازد تا بدینوسیله هم بار مالی آن به بخش عمومی منتقل نشود و یا مثل سایر کشورها به‌وسیله مرکزی به‌نام مرکز توسعه کارآفرینی، خدمات آموزشی، مشاوره‌ای، سرمایه‌ای، فنی، اطلاعاتی و بازاریابی را در اختیار کارآفرینان لایق قرار دهد. (۶۱)

به اعتقاد «مک‌کلند» کارآفرینی دارای جوهره‌ای است بسیار گسترده که به تعبیری می‌تواند در ابعاد مختلف فعال شود. کارآفرینان می‌توانند در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی فعالیت نموده، موجبات توسعه ملی و حتی بین‌المللی را فراهم نمایند. (۶۲) اما آن جوهره چیزی نیست جز بالاترین و باارزش‌ترین نعمت و امانت الهی در فطرت انسان برای خلیفه خدا شدن، یعنی «کمال جویی». این توسعه مدیریت/شماره ۷ آبان ماه ۱۳۷۸

کمال‌جویی انسان است که می‌تواند عامل کلیدی موفقیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی گردد. خداوند این موتور را آنگنان همه‌منظوره آفریده است که جوابگوی تمامی احتیاجات بشر باشد. اما انسان ممکن است نداند این موتور که در اختیار دارد چه قابلیت‌هایی دارد و یا نخواهد از همه آن قابلیت‌ها استفاده کند و یا اینکه فرهنگ، قوانین و سیاست جامعه اجازه استفاده از بعضی قابلیت‌های موتور را به او ندهد. لذا می‌توانیم در جوامع مختلف مدل‌ها یا الگوهای مختلفی از توزیع کمال‌جویی در ابعاد مختلف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) را مشاهده کنیم. همانطور که در شکل مشاهده می‌شود کشور یا جامعه «الف» موتور خود را بیشتر روی شاسی اقتصادی و سیاسی سوار کرده است درحالی که کشور یا جامعه «ب» کمال‌جویی افراد را بیشتر در ابعاد فرهنگی و اجتماعی فعال گردانده است. (۶۳)

## □ پیشنهادات:

○ اکنون کشورمان در دوران سازندگی قرار دارد و از طرف دیگر بحران اقتصادی را پیش روی خود می‌بیند. در این شرایط تقویت و ایجاد محیطی مناسب برای رشد و توسعه کارآفرینان در سطح کلان ضروری بنظر می‌رسد. در این رابطه پیشنهاداتی به شرح زیر اعلام می‌گردد، باشد که با اجرای این پیشنهادات شاهد موفقیت‌های بیشتر در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی برای کشور عزیزمان ایران باشیم.

- ۱- ترویج فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در سطح جامعه و تشویق افراد و سازمانهای کارآفرین.
- ۲- تقویت فرهنگ خوداشتغالی و تشویق ایجاد تشکلهای کارآفرینی.
- ۳- تنظیم و تدوین سیاست‌هایی در خصوص حمایت همه‌جانبه از فعالیتهای کارآفرینی و کارآفرینان نوپا.
- ۴- سرمایه‌گذاری در آموزش و پرورش کارآفرینی و ایجاد زمینه‌های پژوهشی در این خصوص.
- ۵- پرورش مروجان و مربیان کارآفرینی توسط سازمانهای تخصصی کشور.
- ۶- توسعه شبکه ارتباطی در جهت برقراری رابطه کارآفرینان بالقوه و بالفعل با مراکز اطلاع‌رسانی و شبکه‌های سازمانی.
- ۷- ایجاد و گسترش صنایع کوچک به‌منظور بهره‌برداری از ظرفیتهای خالی اقتصاد کشور، افزایش سطح اشتغال مولد و تقویت و بسط کارآفرینی در چارچوب اهداف کلان توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور.

۵۴- همان منبع، صفحه ۶

۵۵- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

۵۶- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۲۱

۵۷- منصور مجدم «کارآفرینی» - منبع پیشین.

۵۸- سیامک نطاق «مقدمه‌ای بر کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۷

59 - Schermerhon, John R. pp9,10

۶۰- همان منبع، صفحات ۱۷ تا ۲۰

۶۱- میزگرد «توسعه کارآفرینی» - منبع پیشین صفحه ۱۹

62 - Osborn L. Richard "The Essence of Entrepreneurial

Success Management Decision" - 1995-vol33- NO7-pp4-9

۶۲- جلیل صمدآقایی «از کارآفرینی تا جان‌آفرینی» - منبع پیشین ص ۲۶ و ۲۷