



کارآفرینی باارزوی (مادپریش)

رساله جامع علوم انسانی

(Spin-off companies) است.

امروزه، سازمان‌ها نوآوری را به عنوان فرهنگ سازمانی تلقی می‌کنند که موجب تأثیرگذاری در سازمان می‌شود، البته این امر مستلزم این است که جامعه هم این فرهنگ را بپذیرد. مروری بر سیر تکاملی ساختار سازمانی نشان می‌دهد که ساختارهای سنتی، توانایی پرورش افراد خلاق را نخواهند داشت و تجارب و راه‌حل‌های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمان کارگشا نیستند و باید به شیوه دیگری اندیشید و به دنبال راه کارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین بود تا بتوان ضمن پیروزی در این مسابقه بزرگ، کالا و خدمات را با حداقل هزینه و با کیفیت برتر و متناسب با نیازها

امروزه تغییر، جزء طبیعی بسیاری از صنایع به‌ویژه صنایع پویا درآمده است، از طرفی نیاز به نوآوری و داشتن نیروی کارآفرین باعث شده است بسیاری از سازمان‌های کشورهای توسعه‌یافته به تجدیدنظر در ساختار سازمانی خود بپردازند. اصولاً شرکت‌های بزرگ، برای ایجاد بستر بروز خلاقیت و افزایش روحیه کارآفرینانه در سازمان مرکزی و شرکت‌های تابعه خود سعی می‌کنند از راه‌های مختلف، کارکنان را طوری تحریک کنند که علاقه آنها نسبت به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش یابد؛ از جمله سازوکارهای مهم و جدیدی که سهم به‌سزایی در سازمان مادر برای رشد و توسعه دارد، شرکت‌های خودمختار تحت پوشش

خلاق و نوآورانه (فردی یا گروهی) در یک سازمان مادر به قصد به کار انداختن و بهره‌برداری از آن استفاده نشده و دیدگاه جدیدشان تأسیس می‌کنند. شایان ذکر است ایجاد شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه در گروهی عوامل مختلفی است.

نقش ضرورت و جایگاه شرکت‌های خودمختار تحت پوشش در شرکت‌های بزرگ

در شرایط محیطی و رقابتی پیچیده و نامطمئن که بزرگ‌ترین سازمان‌های معتبر جهان توسط شرکت‌های نوپا و کوچک، از قدرت انعطاف، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند، به راحتی از صحنه رقابت کنار زده می‌شوند، شرکت‌های بزرگ متوجه شده‌اند که بدنه بزرگ، سنگین و بوروکراتیک خود، قدرت انعطاف و سرعت عمل لازم برای واکنش سریع در تغییرات محیطی و ارائه محصولات و خدمات نو و کسب رضایت مشتری را ندارند؛ از این رو، روش‌هایی از قبیل کوچک‌سازی (Downsizing) و تأسیس شرکت‌های خودمختار تحت پوشش را به کار گرفتند. بسیاری از شرکت بزرگ، عوارض بوروکراسی شده عمیقی داشتند و باور کرده‌اند که خلاقیت در نهایت در فرد متجلی می‌شود نه در گروه یا سازمان و به دنبال آن مصرا نه درصدد ایجاد بستر سازمانی مناسب برای رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنانشان بودند؛ یکی از سازوکارهایی را که برای این منظور شناسایی و استفاده کردند شرکت خودمختار کارآفرینانه بود. در این گونه سازمان که مقرراتی تنظیم شد مبنی بر این که هر یک از کارکنان به صورت فردی یا گروهی، چنانچه محصول یا طرح جدیدی را ارائه دهند که مورد موافقت و تصویب سازمان مادر قرار گیرد می‌تواند خود اجرا و مدیریت آن طرح به خصوص را به عهده گیرند و با تأسیس شرکت جداگانه و جدیدی، طرح را به طور مستقل هدایت کنند و از سود آن نیز بهره‌مند شوند، به این وسیله ضمن تشویق اشخاص به سمت خلاقیت انگیزه‌های کارآفرینانه‌شان تحریک شده و بهره‌برداری از دیدگاه جدید کارکنان، به دلیل هدایت و اجرای مستقیم و آزادانه گروه مبدع و مبتکر تضمین می‌شود.

شرکت‌های خودمختار بر اساس این نظریه، پایه‌ریزی و طراحی شده‌اند که اصولاً افراد به طرح‌های جدید و خلاقیت‌های خود بیشتر از دیگران علاقه دارند، بنابراین در سازمان‌های کارآفرین که سازوکار شرکت‌های خودمختار طراحی، تدوین و اجرا شده است هر یک از کارکنان این امکان را دارند که با ارائه یک طرح جدید شرکت جدیدی تأسیس و خود آن را هدایت کنند. آمار و تحقیقات مختلف به خوبی مؤید موفقیت و اثربخشی شرکت‌های خودمختار است؛ به طوری که اهمیت و ضرورت ایجاد شرکت‌های خودمختار به حدی رسیده که شرکت‌های خودمختار

و سلیقه مشتری آن‌گونه که بازار جهانی را تسخیر کرده است، تولید کرد. بنابراین برای رسیدن به این هدف به شرکت‌هایی در محیط رقابتی نیاز داریم و این امر مستلزم داشتن نیروی انسانی پرتوان و خوداتکاست و کارکنانی که روحیه خلاق و کارآفرین داشته باشند؛ از این رو، در این مقاله به تعریف شرکت‌های خودمختار تحت پوشش و کارآفرینی در شرکت‌ها می‌پردازیم.

تعریف شرکت خودمختار تحت پوشش (Spin-off)

هنگامی که یک شرکت به دو شرکت تقسیم می‌شود و معمولاً یکی از آن دو کوچک و دیگری بزرگ‌تر است شرکت خودمختار تحت پوشش به وجود می‌آید؛ شرکت بزرگ‌تر را شرکت مادر و شرکت کوچک‌تر را شرکت خودمختار تحت پوشش می‌نامند. یکی از ویژگی‌های بارز شرکت‌های خودمختار تحت پوشش که آنها را از سایر شرکت‌های مرتبط با سازمان مادر مانند شرکت‌های تابعه، وابسته یا فرعی جدا و متمایز می‌کند «استقلال» آنهاست. در واقع خودمختاری در این شرکت‌ها به معنای از دست دادن قسمت اعظم حق رأی سازمان مادر است. در این رابطه سازمان‌های مادر حدود ۸۰ درصد از اختیارات و حق رأی خود را از دست می‌دهند؛ در حالی که در شرکت‌های تابعه، وابسته و یا شرکت‌های فرعی چنین شرایطی وجود ندارد. بنابراین لازم است تغییراتی اساسی در خصوص مالکیت، مسئولیت و اعتبار فعالیت‌های شرکت خودمختار در سازمان مادر صورت گیرد. فرآیند و مراحل تأسیس و شکل‌گیری شرکت‌های خودمختار بیانگر آن است که عامل کلیدی و محور اصلی شرکت خودمختار تشکیل شده است از افراد و دارایی‌های عینی و غیرعینی که از شرکت مادر انتقال می‌یابد.

انواع شرکت‌های خودمختار تحت پوشش

طور کلی بر اساس اهداف، انگیزه‌ها و راهکارهای سازمان مادر، فرآیند ایجاد نوع شرکت‌های خودمختار به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند:

۱. شرکت‌های خودمختار تجدیدساختاری

۲. شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه

شرکت‌های خودمختار تجدیدساختاری، شرکت‌های خودمختاری هستند که از تجدیدساختاری سازمان مادر به وجود می‌آیند؛ به این معنی که مدیران ارشد سازمان بنا به انگیزه‌های خاصی که بیشتر استفاده از معافیت‌های مالیاتی است تصمیم به ایجاد شرکت جدیدی می‌گیرند که ممکن است این ساختار جدید به ایجاد شرکت خودمختار منتهی شود.

نوع دیگری شرکت‌های خودمختار که «شرکت‌های خودمختار تحت پوشش کارآفرینانه» نامیده می‌شوند، شرکت‌هایی هستند که کارکنان

یک طرفه است. با اطمینان سودآوری تبدیل کنند.

کارآفرینی: حرکت توسعه اقتصادی

این حرکت عینی، بسیاری از اندیشمندان جامعه آن داشته است تا بر اساس یک رشته دیدگاه‌های نظری و با استفاده از تجارب کشورهای موفق، نقش کارآفرینان را در فرآیند واقعی توسعه مطرح کنند؛ یعنی عناصری که در شرایط مناسب می‌توانند با تکیه بر توان ذهنی و خطرپذیری فرصتی خود به عنوان موتور حرکت جامعه مسئولیت بپذیرند و سازوکاری را به جریان اندازند که با تکیه بر نیروی مادی و ذهنی مردم موجب اعتلای جامعه شود. در این میان از کارآفرینان به عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی یاد می‌شود.

شاخص‌های کارآفرینی

- کارآفرینی، یکی از عوامل مؤثر در رشد و خلاقیت شغلی محسوب می‌شود. قابلیت کارآفرینی را می‌توان به وسیله شاخص‌های زیر تعریف کرد:
۱. ابتکار عمل: کارآفرین ابتکار عمل را در فراهم آوردن تمام منابع اقتصادی برای ارائه یک محصول یا خدمت به امید کسب و کار سودآور به دست می‌گیرد.
 ۲. قدرت تصمیم‌گیری: کارآفرینی، در مورد سیاست‌های اساسی برای کار، تصمیماتی اتخاذ می‌کند که به این وسیله جریان کاری تعیین می‌شود.
 ۳. خلاقیت: کارآفرین فردی خلاق است که تلاش می‌کند محصولات جدیدی تولید کند.
 ۴. خطرپذیری: کارآفرین، دقت، تلاش و اعتبار کاری‌اش را در معرض خطر قرار می‌دهد و منابع مالی را در یک کار مخاطره‌آمیز سرمایه‌گذاری می‌کند. در این کار، عدم قطعیت و خطر ناشی از شکست به چشم می‌خورد به همین دلیل کارآفرینان به یادگیری مدیریت خطر از خود تمایل نشان می‌دهند و شکست یک طرح را به عنوان یک تجربه یادگیری تلقی می‌کنند نه به عنوان یک نمایش غم‌انگیز فردی.
 ۵. درگیر شدن در فرآیند مستمر نوآوری، انطباق و یادگیری: کارآفرینان افراد نوآوری هستند که قالب‌های جدید به وجود می‌آورند و روش‌های جدید تدوین می‌کنند.

می‌توانند در زمینه فعالیت اصلی سازمان مادر نیز وارد شده و با آن رقابت کنند. هم‌چنین ثمربخشی چنین شرکت‌هایی و حساسیت سازمان مادر نسبت به ایجاد بستر و فضای مناسب برای کارآفرینی به حدی رسیده است که حتی تفاوت فرهنگی بین واحدهای یک سازمان بزرگ می‌تواند دلیلی برای ایجاد یک شرکت خودمختار باشد.

کارآفرینی: (Enterprenvrship)

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای متمهدشدن گرفته شده است و کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. یک کارآفرین پیوسته، در حال تغییر و رشد است و با تلاشی مستمر می‌کوشد با اتکاب‌نفس فراوان و با استفاده از حداکثر توانایی‌ها از منافع مادی و معنوی و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند بهره‌برداری کند. کارآفرین تلاش می‌کند تا قدرت خلاقیت، ابتکار و تصمیم‌گیری خود را با تکیه بر وجدان کاری و انضباط، اطلاعات شغلی، تعمیق و توسعه دهد و محیط کاری خود را به محیط کاری بهره‌ور، پویا و شاداب تبدیل کند.

کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلف

نخستین بار، کارآفرین و کارآفرینی مورد توجه «اقتصاددانان» قرار گرفت. جان باتیست سی (Jean Baptiste say) اشراف‌زاده صنعتگر فرانسوی در سال ۱۸۰۳ درباره کارآفرینی می‌نویسد: «کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که به کار می‌گیرد؛ ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازند و هم‌چنین سود حاصل را به عهده می‌گیرد.»

ژوزف شومپتر (Joseph schumpeter) درباره کارآفرین می‌نویسد: «کارآفرین، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش اصلی نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد است». پیتر دراگر به عنوان «احب‌نظر مدیریتی معتقد است: «کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچکی را با سرمایه خود شروع می‌کند». از نظر وی کارآفرینان رفتار است نه یک صنعت ویژه، کارآفرینی به کاربردن مفاهیم و روش‌های مدیریتی، استانداردسازی محصول، به‌کارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی، ایجاد انهدان کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است.

وی هم‌چنین معتقد است کارآفرینان همان جست‌وجوگران فرصت‌ها هستند. کارآفرینان ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آن‌ها را می‌سازند. آنها مسئول نوآوری و خلاقیت داخل یک سازمان هستند و سعی می‌کنند

۶. محدود نشدن به منابع موجود: کارآفرینان اجازه نمی دهند تا منابع محدود، آنها را از جست و جوی اهدافشان باز دارند بلکه در انجام کارهای بیشتر با امکانات کمتر و از منابع محدود به شکل محدود و اثربخش استفاده می کنند.

۷. توانایی رهبری: کارآفرینان، رهبران اثربخشی نیز هستند و برخلاف برخی از افراد که کارآفرینان را افرادی مستقل و تکیه بر خود می شناسند که ترجیح می دهند تنها کار کنند، آنها افراد اثرگذاری هستند که می توانند همکاران خود را هدایت کنند.

ه لایل عدم رشد و موفقیت کارآفرینان

۱. مقررات دست و پاگیر اداری:

وجود بوروکراسی اداری و مقررات بعضاً زائد و وجود فشارهای درونی و خارجی تحمیلی بر برنامه ریزان اقتصادی موجب به وجود آمدن محدودیت های فراوانی در جهت رسیدن به ساده ترین اهداف می شود. چنین محیطی باعث سرخوردگی و حتی فرار کارآفرینان می شود که جایی برای بیان طرح های خود نمی یابند و خود را در کمند بوروکراسی و روابط ناسالم سازمان های تصمیم گیرنده می بینند. به همین دلیل جزء جامعه بی تحرک و ساکن می شوند که شرایط و محدودیت ها چنین خواسته اند.

۲. توقف به خاطر حفظ استانداردها:

بسیار اتفاق می افتد که عدم توجه به یک نوآوری، تنها به دلیل مغایرت با استانداردهای تعریف شده یک سازمان به شکست یک طرح و سکون آن منجر می شود و چه بسازند طرح های خلاقانه که اکنون در پایگانی های سازمان دولتی و غیردولتی مسکوت مانده اند.

۳. خانواده و نگرش جامعه به کار

خانواده، فرد فعال به جامعه تحویل می دهد و با توجه به فرهنگ حاکم بر جامعه و ارزشی که برای فعالیت و تولید قائل است، افراد را پرورش می دهد. خانواده و یا جامعه ای که بنیاد آن استفاده از تلاش دیگران و تبلی و گاه اهری است باعث می شود که افراد حتی کارآفرینان از همان ابتدا مسیر را به عکس می روند و خواهان کسب درآمدهای هنگفت از طریق عرف جامعه باشند.

۴. عدم توجه به کارآفرینی و تولید

در بسیاری از کشورهای جهان سوم، از کارآفرینان حمایت های لازم نمی شود و به عکس مشاغل در بخش های واسطه گری و رانت خواری از رونق بیشتری برخوردار است و برای افرادی که در این بخش برای توسعه اقتصادی نه تنها نافع، بلکه مضر هم هستند، سود بسیار بالایی دارد؛ بنابراین انگیزه های حرکت و تلاش کارآفرینان را که قصد خدمت به اقتصاد کشور را دارند کم رنگ و پا کند می کند.

اینجاست که کارآفرینان به عوامل زیر بستگی دارد:

۱. درک خطر و عوامل آن: موجود و احساس نیاز به تغییرات اساسی و بنیادی.

۲. شناخت محیطی و رقابت فعلی و آتی.

۳. ایجاد بستر مناسب سازمانی برای جذب و رشد کارکنان مبتکر

۴. شناخت ویژگی های و اهمیت کارمندان خلاق

در سال های اخیر برخی شرکت ها کوشیدند تا خود را از بند وظیفه گرایی برهانند و با پذیرش انعطاف لازم تغییراتی را در فرآیند اهداف خود به وجود آورند و همواره به دنبال پاسخ این سؤال هستند که چگونه فعالیت ها را سریع تر، کم هزینه تر و با کیفیتی بهتر انجام دهند.

مهم ترین مسئله ای که پیش رو قرار دارد اصلاح ساختار شرکت ها به عنوان یک رکن مدیریت کیفیت است. در این برنامه باید به گسترش مسئولیت کارکنان، کوتاه کردن خطوط فرماندهی، تخت کردن سطح سازمان، توجه ویژه شود. از طرف دیگر، شواهد تجربی نشان می دهد که سازمان های کارآفرین به طور معناداری با ایجاد اشتغال مرتبط هستند. این بحث در سال ۱۹۷۹ توسط دیوید بریج به طور جدی پی گیری شد. طبق یافته های بریج، شرکت های کارآفرین، بیش از ۷۰ درصد از توسعه شغلی را بین سال های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۶ در آمریکا به عهده داشتند. یافته های مشابه در کشورهای دیگر نیز این نتایج را تأیید کردند. بر اساس یک تحقیق انجام گرفته در سوئد از هر ۱۰ شغل جدید، ۷ شغل توسط شرکت های کارآفرین ایجاد می شود. نکته اساسی در این تحقیقات، شکاف گسترده کارآفرینی در کشورهای پیشرفته با سایر کشورهاست. زیرا کارآفرینی با توسعه، ارتباطی نزدیک و تنگاتنگ دارد. کشورهای پیشرفته دارای منابع و اعتباراتی برای سرمایه گذاری در بخش های مختلف هستند و در نتیجه این سرمایه گذاری، فرصت های گسترده ای برای کارآفرینان به وجود می آید و آنها بهتر می توانند قابلیت های خود را نشان دهند.

بنابراین کارآفرینان به صورت بالقوه در سازمان ها وجود دارند، اما باید تلاش کرد که توانایی های آنان مورد شناسایی قرار گرفته و مهم تر از همه این که ساختارهای موجود به گونه ای طراحی شوند که کارآفرینان بتوانند توانایی های خود را به صورت بالفعل درآورند.

برای رسیدن به اهداف اقتصادی و توسعه اقتصادی می توان مانند کشورهای پیشرفته با اعمال مدیریت صحیح و توجه لازم و حمایت های کافی از کارآفرینان و کارآفرینی، موجبات رشد و توسعه اقتصادی را فراهم کرد و این مهم جز با پرورش و آموزش کارآفرینان شایسته و ایجاد بستر و زمینه مناسب و حمایت های عملی در تمام ابعاد از کارآفرینی و کارآفرینان محقق نخواهد شد.