

سازمانهای کارآفرین و توسعه

حسن عباس زاده*

چکیده:

با پیشرفت و توسعه فن آوریهای اطلاعاتی و ارتباطی فاصله زمانی و مکانی کشورها کم شده و دنیای پیرامون ما به یک دهکده جهانی تبدیل شده است. جهت سازگاری و همراهی با تغییرات گسترده جهانی و پاسخگویی به نیازهای متغیر و روزافزون محیطی، شناخت وضعیت کارآفرینی سازمانها ضروری است. از این رو زیست پای و بقای سازمانها به دو نکته اساسی بستگی دارد، نخست درک واقع بینانه از موضوع کارآفرینی در شرایط محیطی مربوطه و دیگری تعیین استراتژیهای کارآمد کارآفرینی. در این راستا سازمانهای امروزی در جستجوی روشهای کارا و نوآورانه برای تولید محصول و ارائه خدمات همراه با حفظ محیط زیست و توسعه جامعه هستند از این رو سازمانهای دولتی با استفاده از کارآفرینی به دنبال فرصت‌های جدید هستند و می‌کوشند تا از یک سازمان سنتی به یک سازمان کارآفرین تبدیل شوند که این فرایند به کمک ایجاد استراتژی کارآفرینی امکان پذیر می‌باشد. در این نوشتار، ابتدا ماهیت و مفهوم کارآفرینی، کارآفرین سازمانی و سازمان کارآفرین و ویژگیهای آنها، راهکارهای توسعه کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته است. سپس به تاثیرات محیطی تأقیر گذار بر کارآفرینی، کارآفرینی در سازمانهای دولتی، کارآفرینی و توسعه پرداخته شده و این نتیجه حاصل شد که توجه ویژه به موضوع کارآفرینی در برنامه‌های توسعه کشور و تدوین استراتژیها و سیاستهای کارآفرینی و نیز عملیاتی نمودن آن می‌تواند منجر به بهبود اوضاع اقتصادی و اجتماعی جامعه گردد.

مقدمه:

زمینه رشد و بلوغ دارند. آنان با استفاده از فرصت‌هایی که سازمان در اختیارشان می‌گذارد می‌توانند به توسعه فعالیتی جدید در چارچوب سازمان خود بپردازند.

کارآفرینی سازمانی مفهومی چند بعدی است که فعالیتهای سازمان را بسوی نوآوری در محصول و فن آوری، مخاطره پذیری و پیشگامی سوق می‌دهد. کارآفرینان در سازمانهای کارآفرین

ضرورت کارآفرینی سازمانی از سه نیاز اساسی یعنی افزایش رقبای جدید، ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمانها، خروج بهترین نیروهای کار از سازمانها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل نشأت گرفته است و بر این اساس ضرورت دارد که سازمانهای کارآفرین از غیر کارآفرین شناسایی و به تقویت سازمانهای کارآفرین پرداخته شود.

لازم است که مدیران کارآفرین از غیر کارآفرین بازشناسی شوند و به آموزش و بهسازی مدیران کارآفرین پرداخته شود در این رابطه عده‌ای معتقدند کارآفرینی در سازمان به عنوان طیفی از رفتار و بر روی یک پیوستار بررسی می‌شود در یک حد نهایی این پیوستار مدیر کارآفرین و در طرف دیگر آن، مدیر بوروکرات قرار دارد مدیر بوروکرات به اعتقاد پیتر دراگر کسی است که از تغییر





احساس تهدید می کند و با عدم قطعیت مضطرب می شود، قابل پیش بینی بودن را ترجیح می دهد و به حفظ وضع موجود تمایل دارد. اما مدیر کارآفرین در نقطه مقابل آن قرار دارد مدیران کارآفرین و خلاق که متولیان توسعه هستند منتظر تغییرات محیط نمی مانند بلکه خود تغییر و دگرگونی را ایجاد و در معیارها و هنجارهای سازمانی نفوذ می کنند و رفتارهای منجمد و روشهای موجود را بر هم می زنند، تغییرات مورد نظر را به وجود می آورند و با تدابیر انگیزشی تغییرات و روشهای نوین را تثبیت می کنند.

جهت دادن به تغییرات و آنها را مطابق امکانات، منابع و تهدیدات سازمان شکل دادن، رسالت امروز مدیران کارآفرین است. مدیریت کارآفرین نایابی و گرانی را با ابداعات و ابتکارات در تکنولوژی تولید محصول، جایگزینی مواد اولیه و سایر تدابیر خلاق بی اثر ساخته و حتی از آنها برای پیشبرد اهداف سازمان نیز بهره می گیرد مدیر کارآفرین تسلیم محیط نیست بلکه بر محیط تسلط داشته و از آن برای حفظ منافع و مصالح سازمان استفاده می کند.

ماهیت و مفهوم کارآفرینی:

کارآفرینی فرآیندی است که در محیطها و مجموعه های مختلفی اتفاق می افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوریهای افرادی که به فرصت های اقتصادی واکنش نشان می دهند رخ می دهد که این امر باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد.

در تعریفی دیگر کارآفرینی را فرایند ایجاد ثروت، فرایند هدایت و ظایف و فعالیتها و عامل محقق نمودن فرصت های شناخته شده، فرایند هدایت و گسترش موقعیت های جدید و اقدامات ریسک آور همراه با نوآوری در نظر می گیرند. به عبارت دیگر کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرصت های جدید ایجاد کالاها و خدمات، کشف، ارزیابی و مورد استفاده قرار می گیرند.

کارآفرینی به یک معنی، نوآوری است و یکی از نقش های مدیر را نقش نوآور بر می شمارند که مدیران زمانی این نقش را بازی می کنند که طرح ها و برنامه های جدیدی را تدوین و اجراء می کنند، به تغییر و اصلاح سازمانشان اقدام نمایند، یا به کسب و کار جدیدی وارد شوند و در این نقش آنان تغییرات جدیدی را در اهداف و رسالت های سازمان ایجاد می کنند.

رابینز "کارآفرینی را عبارت از قبول مخاطره، پیگیری فرصت ها و ارضای نیازها و خواسته ها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار می داند و کارآفرینها را افرادی می داند که چنین نقشی را ایفاء می نمایند.

کارآفرین سازمانی و سازمان کارآفرین:

کارآفرین سازمانی عبارتست از فرد یا افرادی هستند که در سازمانهای بزرگ و کوچک همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می نمایند و فعالیت وی منجر به ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید می شود که شرکت را

بسوی رشد و سودآوری سوق می دهد. اینان از لحاظ ویژگیها با کارآفرینان مستقل مشترک هستند و تنها تفاوت آنها در حوزه و سطح فعالیت آنان است.

اما سازمانهای کارآفرین به مجموعه تشکیلات و ساختارهایی گفته می شود که دارای خصوصیات خاص می باشند و موجب نوآوری، خلاقیت و بطور خاص فعالیتهای کارآفرینانه می شوند. ارتباط بین کارآفرین سازمانی با سازمانهای کارآفرین این است که سازمانهای کارآفرین محصول کارآفرین سازمانی است.

ویژگیهای سازمانهای کارآفرین:

به اعتقاد "هندی" ویژگی های مشترک سازمانهای کارآفرین عبارتست از:

- وجود فردی که نقش محوری را ایفاء می نماید و دیگران و منابع را در یک سازمان به سوی استفاده از یک فرصت ترغیب می کند.
- ایجاد یک فعالیت جدید یا یک واحد بصورت مستقل یا نیمه مستقل در شرکت مادر.

- افزایش نوآوریها بیش از حد معمول.

- تلاش برای نهادینه کردن و ایجاد بینشی مشترک نسبت به تغییرات در سطح ساختار و فرهنگ سازمان، گرایش به فعالیتهای گروهی و تیمی، انگیزش و هدف گرایی مشترک، پیشتاز بودن در زمینه فعالیت و یادگیری سازمانی.

استراتژی های ایجاد کارآفرینی سازمانی:

بادن و استافورد (Baden Stapford) دو نوع استراتژی اصلی برای ایجاد کارآفرینی در سازمان ارائه نموده اند: اولین استراتژی وجود فرد کارآفرین در سازمان و نشأت گرفتن تمامی مراحل فرایند از سوی وی می باشد که در نهایت به تکمیل و اجرای یک تفکر در درون سازمان منجر می شود که آن را کارآفرینی سازمانی می نامند.

دومین استراتژی ایجاد کارآفرینی در درون خود سازمان می باشد که تغییرات ساختاری، فرهنگ سازمانی، تشکیل تیم های کارآفرینانه و در نهایت ایجاد یک بینش و فهم مشترک در بین مدیران و کارکنان را سبب می گردد و آن را کارآفرینی شرکتی می نامند.

"هانس شول هامر" معتقد است که سازمانها در عرصه رقابت استراتژیهای ذیل را می بایستی اتخاذ نمایند:

- کارآفرینی اداری: نوآوری به عنوان یک فرایند چند مرحله ای و قابل کنترل فرض می شود.

- کارآفرینی تقلیدی: سازمانها به این دلیل از همدیگر تقلید می کنند که مخاطره شکست را به حداقل برسانند.

- کارآفرینی فرصت گرایانه: نوآوری به صورت اتفاقی روی می دهد و استراتژی اینگونه سازمانها تمرکز بر فعالیتهای در محیط خارجی است.

- کارآفرینی اکتسابی: سازمانها با اتخاذ این استراتژی قصد دست یافتن به تنوع فعالیتهای را دارند.

- کارآفرینی پرورشگاهی: سازمانها در این استراتژی به ایجاد و



احساس تهدید می‌کند و با عدم قطعیت مضطرب می‌شود، قابل پیش بینی بودن را ترجیح می‌دهد و به حفظ وضع موجود تمایل دارد. اما مدیر کارآفرین در نقطه مقابل آن قرار دارد مدیران کارآفرین و خلاق که متولیان توسعه هستند منتظر تغییرات محیط نمی‌مانند بلکه خود تغییر و دگرگونی را ایجاد و در معیارها و هنجارهای سازمانی نفوذ می‌کنند و رفتارهای منجمد و روشهای موجود را بر هم می‌زنند، تغییرات مورد نظر را به وجود می‌آورند و با تدابیر انگیزشی تغییرات و روشهای نوین را تثبیت می‌کنند.

جهت دادن به تغییرات و آنها را مطابق امکانات، منابع و تهدیدات سازمان شکل دادن، رسالت امروز مدیران کارآفرین است. مدیریت کارآفرین نایابی و گرانی را با ابداعات و ابتکارات در تکنولوژی تولید محصول، جایگزینی مواد اولیه و سایر تدابیر خلاق بی اثر ساخته و حتی از آنها برای پیشبرد اهداف سازمان نیز بهره می‌گیرد مدیر کارآفرین تسلیم محیط نیست بلکه بر محیط تسلط داشته و از آن برای حفظ منافع و مصالح سازمان استفاده می‌کند.

ماهیت و مفهوم کارآفرینی:

کارآفرینی فرآیندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوریهای افرادی که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند رخ می‌دهد که این امر باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد.

در تعریفی دیگر کارآفرینی را فرایند ایجاد ثروت، فرایند هدایت و ظایف و فعالیت‌ها و عامل محقق نمودن فرصت‌های شناخته شده، فرایند هدایت و گسترش موقعیت‌های جدید و اقدامات ریسک آور همراه با نوآوری در نظر می‌گیرند. به عبارت دیگر کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرصت‌های جدید ایجاد کالاها و خدمات، کشف، ارزیابی و مورد استفاده قرار می‌گیرند.

کارآفرینی به یک معنی، نوآوری است و یکی از نقش‌های مدیر را نقش نوآور بر می‌شمارند که مدیران زمانی این نقش را بازی می‌کنند که طرح‌ها و برنامه‌های جدیدی را تدوین و اجراء می‌کنند، به تغییر و اصلاح سازمانشان اقدام نمایند، یا به کسب و کار جدیدی وارد شوند و در این نقش آنان تغییرات جدیدی را در اهداف و رسالت‌های سازمان ایجاد می‌کنند.

رابینز کارآفرینی را عبارت از قبول مخاطره، پیگیری فرصت‌ها و ارضای نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار می‌داند و کارآفرینها را افرادی می‌داند که چنین نقشی را ایفاء می‌نمایند.

کارآفرین سازمانی و سازمان کارآفرین:

کارآفرین سازمانی عبارتست از فرد یا افرادی هستند که در سازمانهای بزرگ و کوچک همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نمایند و فعالیت وی منجر به ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید می‌شود که شرکت را

بسوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد. اینان از لحاظ ویژگیها با کارآفرینان مستقل مشترک هستند و تنها تفاوت آنها در حوزه و سطح فعالیت آنان است.

اما سازمانهای کارآفرین به مجموعه تشکیلات و ساختارهایی گفته می‌شود که دارای خصوصیات خاص می‌باشند و موجب نوآوری، خلاقیت و بطور خاص فعالیتهای کارآفرینانه می‌شوند. ارتباط بین کارآفرین سازمانی با سازمانهای کارآفرین این است که سازمانهای کارآفرین محصول کارآفرین سازمانی است.

ویژگیهای سازمانهای کارآفرین:

به اعتقاد هندی ویژگی‌های مشترک سازمانهای کارآفرین عبارتست از:

- وجود فردی که نقش محوری را ایفاء می‌نماید و دیگران و منابع را در یک سازمان به سوی استفاده از یک فرصت ترغیب می‌کند.
- ایجاد یک فعالیت جدید یا یک واحد بصورت مستقل یا نیمه مستقل در شرکت مادر.

- افزایش نوآوریها بیش از حد معمول.

- تلاش برای نهادینه کردن و ایجاد بینشی مشترک نسبت به تغییرات در سطح ساختار و فرهنگ سازمان، گرایش به فعالیتهای گروهی و تیمی، انگیزش و هدف‌گرایی مشترک، پیشتاز بودن در زمینه فعالیت و یادگیری سازمانی.

استراتژی‌های ایجاد کارآفرینی سازمانی:

بادن و استافورد (Baden Stapford) دو نوع استراتژی اصلی برای ایجاد کارآفرینی در سازمان ارائه نموده‌اند: اولین استراتژی وجود فرد کارآفرین در سازمان و نشأت گرفتن تمامی مراحل فرایند از سوی وی می‌باشد که در نهایت به تکمیل و اجرای یک تفکر در درون سازمان منجر می‌شود که آن را کارآفرینی سازمانی می‌نامند.

دومین استراتژی ایجاد کارآفرینی در درون خود سازمان می‌باشد که تغییرات ساختاری، فرهنگ سازمانی، تشکیل تیم‌های کارآفرینانه و در نهایت ایجاد یک بینش و فهم مشترک در بین مدیران و کارکنان را سبب می‌گردد و آن را کارآفرینی شرکتی می‌نامند.

هانس شول‌هامر معتقد است که سازمانها در عرصه رقابت استراتژیهای ذیل را می‌بایستی اتخاذ نمایند:

- کارآفرینی اداری: نوآوری به عنوان یک فرایند چند مرحله‌ای و قابل کنترل فرض می‌شود.

- کارآفرینی تقلیدی: سازمانها به این دلیل از همدیگر تقلید می‌کنند که مخاطره شکست را به حداقل برسانند.

- کارآفرینی فرصت‌گرایانه: نوآوری به صورت اتفاقی روی می‌دهد و استراتژی اینگونه سازمانها تمرکز بر فعالیتهای در محیط خارجی است.

- کارآفرینی اکتسابی: سازمانها با اتخاذ این استراتژی قصد دست یافتن به تنوع فعالیتهای را دارند.

- کارآفرینی پرورشگاهی: سازمانها در این استراتژی به ایجاد و

تاسیس واحدهای مستقل در درون سازمان خود می‌پردازد. به اعتقاد هندی "ویژگیهای سازمانهای کارآفرین عبارتست از: وجود فردی که نقش محوری ایفاء می‌نماید و دیگران و منابع را در یک سازمان به سوی استفاده از یک فرصت ترغیب می‌کند. ایجاد یک فعالیت جدید یا یک واحد به صورت مستقل یا نیمه مستقل در شرکت مادر

■ افزایش نوآوریهای بیش از حد متداول

■ تلاش برای نهادینه کردن و ایجاد بینشی مشترک نسبت به تغییرات در سطح ساختار و فرهنگ سازمان، گرایش به فعالیتهای گروهی و تیمی، انگیزش، هدفگرایی مشترک، پیش قدم بودن در زمینه فعالیت و یادگیری سازمانی.

استراتژی در سازمانهای کارآفرین:

۱- تدوین اهداف استراتژی

۲- ارزیابی داخل سازمان و نقاط قوت، ضعف آن

۳- ارزیابی خارج سازمان، فرصت‌ها و تهدیدات آن

۴- انتخاب استراتژی کارآمد و کاربردی کارآفرینی

۵- سازماندهی منابع سازمان برای اجرای طرح استراتژی کارآفرینی و ارزیابی آن

راهکارهای توسعه کارآفرینی:

روشهای توسعه سازمانهای کارآفرین عبارتست از:

۱- توسعه بینش: با ایجاد بینش مشترک، اهداف مدیران، رسالت سازمان و مأموریت‌های آن برای افراد کارآفرین مشخص می‌شود و کارکنان این چشم‌انداز را شناخته و آن را درک می‌کنند.

۲- تشویق نوآوری: نوآوری ابزار لازم برای کارآفرین است لذا سازمانها باید نوآوری را به عنوان عامل اصلی در استراتژیهای خود بکار گیرند.

۳- ایجاد جو کارآفرینانه در سازمان: بوجود آوردن فضای کارآفرینی در سازمان و سرمایه‌گذاری در فعالیتهای کارآفرینانه موجب تجلی تفکرات جدید در یک محیط نوآور می‌شود و باعث رشد بالقوه نوآوری می‌شود.

۴- توسعه تیم‌های کارآفرینی: تیم‌های کارآفرین مدیر و رهبر خود بوده و عملکردهای بالایی دارند از این رو سازمانهای کارآفرین بایستی به دنبال ایجاد چنین تیم‌هایی باشند.

۵- متعهد نمودن سازمان: تعهد به کارآفرینی در سازمان فقط می‌تواند یک فرایند بالا به پایین باشد و تشویق کارآفرینی نیاز به قدرت و اختیاراتی دارد که تنها از سوی رده‌های بالای سازمان می‌تواند اعمال شود.

۶- تعیین شکل کارآفرینی در سازمان: کارآفرینی در سازمان اشکال مختلفی دارد و شکلی که مناسب یک سازمان باشد ممکن است برای سازمان دیگر نامناسب باشد.

۷- توسعه فرهنگ کارآفرینانه: فرهنگ سازمان کارآفرین باید با روشهای کارآفرینانه سازمان هماهنگ شود.

۸- شناسایی استعدادهای کارآفرینانه: به منظور شناسایی افراد کارآفرین بایستی دو گروه مشخص شوند اول گروه نوآوران که از ذوق مدیریتی بهره مند باشند. دوم اعضای بالقوه گروه می‌باشند که برای مفهوم کارآفرینی سازمانی به نوآوران یاری می‌دهند.

۹- پاداش به کارآفرینان سازمانی: دادن پاداش به کارآفرینان موجب دلگرمی آنان به ارائه کار بیشتر و خلاق خواهد شد.

تاثیرات محیطی تاثیر گذار بر کارآفرینی:

کارآفرینان با ویژگی‌های خاص خود از فرصت‌های محیطی آگاهی داشته و به منظور استفاده از این فرصت‌ها پذیرای ریسک می‌شوند، سرمایه‌گذاری می‌کنند و دست به نوآوری می‌زنند، کار تولید را نظم می‌بخشند، تصمیم می‌گیرند، برای آینده برنامه ریزی می‌کنند و در نهایت نتیجه کار خود را با سودآوری بیشتر می‌بینند. اما همه اینها در گرو محیطی مناسب و مساعد است محیط تاثیر بسزایی بر روند فعالیت کارآفرینان دارند، محیط اقتصادی (ساختار اقتصادی)، محیط سیاسی (ساختار سیاست‌گذاری) محیط فرهنگی و سازمانی (ساختار سازمانی) از جمله محیط‌های تاثیر گذار بر کارآفرینی محسوب می‌شوند.

در ساختار اقتصادی منظور آن است که تولیدکنندگان در چه مقیاسی فعالیت می‌کنند و در چه گروهبایی از لحاظ اندازه طبق بندی می‌شوند، در چه مناطقی و در چه حوزه‌هایی از فعالیتهای اقتصادی متمرکز هستند و چه رابطه‌ای با یکدیگر دارند. گرایش عمومی به کارآفرینی، تنوع فعالیت‌ها و مشاغل اقتصادی، قدرت چانه زنی خریداران و عرضه‌کنندگان، توان رقابت در میان رقبای، قابلیت دسترسی به عرضه‌کنندگان و مشتریان یا بازارهای جدید از عوامل مهم اقتصادی تاثیر گذار بر کارآفرینی می‌باشند.

از لحاظ سیاسی بحث آن است که چه فضای سیاستگذاری بر آنها سایه افکنده است؛ آیا سیاست آزاد اقتصادی و سازوکار بازار حاکم است یا اقتصاد دستوری تسلط دارد؛ دخالت دولت در اعمال سیاست ارزی و کنترل، تعیین و تغییر بوروکراتیک نرخ ارز، اعمال نظر در قیمت گذاری و تعیین قیمت، ایجاد انحصارات از طریق مالکیت و یا جلوگیری از واردات و ... به چه صورت است.

در مطالعات انجام شده در بعضی از کشورهای توسعه یافته، دولت به منظور تشویق، ترغیب و ترویج کارآفرینی، سیاستهایی را در زمینه‌های: قوانین و مقررات حاکم بر فعالیتهای کارآفرینانه، وام و اعتبارات به بنگاههای خرد، تکنولوژی خدمات مشاوره‌ای، حمایت‌های اطلاعاتی، پیوندهای درون بخشی، ظرفیت سازی علمی، تسهیلات برای تاسیس شرکتهای کارآفرین و آموزش کارآفرینی اتخاذ می‌نماید.

منظور از محیط فرهنگی تاثیر گذار بر کارآفرینی، وجود مولفه‌های خاص فرهنگی در جامعه است که موجب بسترسازی برای کارآفرینی می‌شود. زیرا بسترسازی از جمله اقدامات لازم برای بکارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان است و یکی از مهمترین





جنبه‌های آن، ایجاد فرهنگ کارآفرینی است. بستر فرهنگی، به عنوان عاملی زیربنایی و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، مستلزم تحولات عمیقی در شناخت، باورها، حقوق، آداب و رسوم و اخلاق یک ملت است. در این میان فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از خرد فرهنگ‌های تاثیرگذار بر کارآفرینی و فرهنگ ملی و ارزشها، هنجارها و چارچوبهای ذهنی حاکم بر جامعه، حائز اهمیت است. فرهنگ گروه‌گرایی به عنوان مشوق کارآفرینی، تشویق سوگرایی و کمال‌گرایی، گریز از سنت‌گرایی مفرط و... از جمله مولفه‌های فرهنگی قابل اشاره در این بخش است.

الزامات کارآفرینی:

الزامات فردی شامل:

- برخوردار بودن از روحیه همکاری و تیمی کار کردن
- میل به سخت‌کوشی و یادگیری موارد نو و پدیده‌های جدید
- قابلیت درک و شنیدن نظرات دیگران
- قابلیت رقابت داشتن
- نیاز به رشد و کسب بالاترین درجه رضایت

الزامات محیطی:

- عمومی شدن فرهنگ کارآفرینی در جامعه
- ارزشمند شدن فعالیتهای کارآفرینانه
- شکل‌گیری استراتژی و سناریو اقتصادی مبتنی بر فعالیتهای کارآفرینانه
- فراهم بودن امکانات شکل‌گیری و رشد فعالیتهای کارآفرینانه
- برخوردار بودن جامعه از استراتژی شکل‌دهی و حمایت از فعالیتهای کسب و کار کارآفرینانه

کارآفرینی در سازمانهای دولتی:

به منظور دستیابی به بخش دولتی کارآفرین ضروری است که دولت ساختار کاری، سیستم و فرهنگی ایجاد کند که بر نوآوری تاکید نماید و رفتار کارآفرینانه نیازمند تناسب و تطبیق با محیط بخش دولتی است. اما کارآفرینی در این بخش با مشکلاتی مواجه می‌باشد که عبارتست از:

- تعدد و ابهام در هدفها که منجر به ناتوانی مدیریت می‌شود.
- محدودیت اختیار در مدیریت که منجر به کاهش نوآوری می‌شود.

■ کار کردن در محیط سیاسی و پاسخگویی به مراکز مختلف که منجر به رفتار مدیریتی محتاطانه می‌شود.

■ سیستم‌های پاداش نادرست که منجر به کاهش ریسک‌پذیری می‌شود.

■ جهت‌گیری کوتاه‌مدت که منجر به کاهش دیدگاههای بلندمدت و ابتکارهای کارآفرینانه می‌شود.

■ سیاست‌های پرسنلی محدودکننده که منجر به کاهش توانایی رهبران برای برانگیختن کارکنان می‌شود.

بسیاری بر این باورند که ماهیت دولت منجر به مشکلات فوق و عدم دستیابی به کارآفرینی در بخش دولتی شده است.

کارآفرینی و توسعه:

کارآفرینی کلید توسعه هر جامعه‌ای است و بواسطه آن، جامعه در مسیر رشد و توسعه قرار می‌گیرد. کارآفرینی بر میزان اشتغال جامعه، بهبود کیفیت زندگی افراد و سطح رفاه اجتماعی، توزیع متناسب درآمد، کاهش اضطرابهای اجتماعی و ایجاد آرامش نسبی در جامعه، بهره‌برداری مناسب از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌وری ملی، افزایش منفعت اجتماعی و... تاثیر بسزایی دارد.

به باور بعضی از اندیشمندان، کارآفرینی از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی به شمار می‌آید که مهمترین اثر خود را از طریق افزایش اشتغال در جامعه بر جای می‌گذارد. آنان معتقدند که استفاده بهینه از منابع، تنوع تولیدات و صادرات، افزایش ارزش افزوده، رقابت بر مبنای شایستگی و شناخت مزیت‌های نسبی در سطح مالی که از جمله ابعاد توسعه اقتصادی به حساب می‌آید بر اثر رشد کارآفرینی حاصل می‌شود.

نتیجه‌گیری:

کارآفرینی و توجه به آن شرط اساسی در توسعه هر کشور است از این رو در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آید. به منظور دستیابی به بخش دولتی کارآفرین ضروری است که دولت ساختار کاری، سیستم و فرهنگی ایجاد کند و دولتمردان جامعه می‌بایستی توجه داشته باشند که کارآفرینی ضمن اینکه از محیط‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی تاثیر می‌پذیرد بر محیط‌های مذکور نیز تاثیر می‌گذارد.

بنابراین به منظور تسریع در توسعه و رشد اقتصادی و با توجه به نقش مهم کارآفرینان در این عرصه، تدوین استراتژیها و سیاستهای گسترش کارآفرینی و عملیاتی کردن آن در قالب برنامه‌های توسعه کشور ضروری می‌باشد. که در صورت تحقق این امر، گسترش نوآوری و خلاقیت، بهبود سطح اشتغال در جامعه و رفاه اجتماعی، افزایش کمی و کیفی تولید، افزایش مزیت رقابت اقتصادی در عرصه جهانی و توسعه کشور را موجب خواهد شد. ■

منابع و مأخذ:

- 1- Handy, F. (2002), *Entrepreneurs in the public sector*, Harvard business press.
- 2- Boiko, A. (2005), *Entrepreneurial role*, Harvard college.
- 3- Shinn, L. (2000), *Entrepreneurship for future development*, the Brushy institute.
- 4- Austin, J. (2001), *Entrepreneurship in the social sector*, Harvard college.
- 5- Orhan, S. (2004), *Social Entrepreneurship resources*, international labour organization.
- 6- Grewson, P. (2002), *Entrepreneurial origins*, Hantington beach.
- 7- Jansen, P. (2006), *condition for internal Entrepreneurship*, Journal of management.
- 8- Lounsbury, M. (2004), *collective Entrepreneurship*, Journal of social economics.

*کارشناس ارشد مدیریت دولتی و کارشناس بانک مرکزی ج.ا.ا.