

فضای کارآفرینی، لازمه مدیریت کارآفرینی

رحمان حسینی - کارشناس ارشد اقتصادی

که دقیقاً کشورهای سنگاپور و تایوان انجام دادند. و مدل سوم، توسعه از طریق شرکت‌های بزرگ است مانند توپوتا، ال جی و سامسونگ، یعنی همان مدلی که کشور ژاپن و کره جنوبی در پیش گرفتند و آخرین و بهترین مدلی هم که تاکنون توانسته است کارآمدی و اثربخشی خود را بر همگان آشکار کند، مدل کارآفرینی است.

ضرورت کارآفرینی در ایران به علت اشتغالزایی و لزوم رفع بیکاری، وضعیت اسفبار مالی و ارزی به علت تکیه بیش از اندازه به درآمدهای نفتی، لزوم کوچک‌سازی و خصوصی‌سازی واحدهای تولیدی به علت افزایش کمرشکن هزینه بنگاه‌های اقتصادی بزرگ دولتی که تمام مخارج آنها بر دوش دولت است و بهره‌وری پایینی هم دارند و ضرورت صادرات به منظور اشتغالزایی و حضور در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی و در پایان دسترسی به فناوری‌های جدید و برتر رقابت در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد.

امروزه بسیاری از کشورها با تشخیص اهمیت سرمایه انسانی در قالب انسان کارآفرین و کارآمدی بالاتر صنایع کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و انعطاف‌پذیری بالاتر آنها نسبت به صنایع و کسب و کارهای بزرگ، توسعه قابلیت‌های کارآفرینی را با حمایت از ایجاد و توسعه صنایع در کسب و کارهای کوچک در اولویت برنامه‌های خود قرار داده‌اند.

در سال‌های آتی، اشتغال به عنوان یک موضوع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مهم قابل طرح است. اما در برابر این مساله، یعنی بحران بیکاری به عنوان بزرگترین چالش اقتصادی کشور، چه تدبیری باید اندیشیده شود؟ و چه راهکارهایی را باید اتخاذ نمود؟

سرعت عرضه نیروی کار در کشور از چنان شتابی برخوردار است که در حال حاضر و به ویژه در سال‌های آتی، اشتغال به عنوان یک موضوع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مهم مطرح می‌شود.

در پاسخ به این سوال باید گفت که نگرش‌ها و دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد و در واقع، ایجاد اشتغال به عنوان یکی از اهداف توسعه اقتصادی، همیشه مطرح بوده است، چرا که توسعه اقتصادی دامنه وسیعی از دغدغه‌های اقتصادی را دربرمی‌گیرد، ولی چهار مدل توسعه در جهان وجود دارد که عبارتند از: توسعه براساس برنامه‌ریزی‌ها و تصمیمات دولت، یعنی مدل اتحاد جماهیر شوروی و سایر کشورهای سوسیالیستی که تجربه تلخ پنجاه‌ساله آن بر همگان آشکار شده است. مدل دوم، توسعه از طریق شرکت‌های کوچک و متوسط است، یعنی همان کاری

چندی قبل، وزیر کار و امور اجتماعی کشورمان در مراسم گشایش کلینیک اشتغال گفته بود: نبود مدیریت کارآفرینی، چالش صنعت است. این جمله انگیزه‌ای شد برای تذکر چند نکته علمی.

آقای وزیر! کارآفرینی در کشور نیاز در مرحله اول به فضایی دارد که همان فضای اقتصاد باز و آزاد است. از آنجا که نظریه کارآفرینی در بستر اقتصاد آزاد شکل گرفته است، لذا روش‌های معمول آن نیز از همان چارچوب الهام می‌گیرد، لیکن با استفاده از تجربیات کشورهایی مانند هندوستان، می‌توان به نحو کارآمدتری نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی اقدام کرد.

آمارهای رسمی موجود در گزارش‌های اقتصادی نشان می‌دهند که درآمد سرانه کشور ما طی بیست سال گذشته به قیمت‌های ثابت، روندی روبه‌کاهش داشته است و از طرفی، نرخ رشد جمعیت نیز همواره اعداد مثبت و بالاتر از رقم ۱/۵ تا سه درصد در سال را نشان داده که با توجه به معیارهای جهانی، رقم نسبتاً بالایی است. همین آمار گویای نرخ بیکاری است و از همه بدتر، بیکاری فزاینده در میان تحصیلکردگان می‌باشد که در شرایط کنونی، به بحران بیکاری و هدررفتن قابلیت‌های ذهنی و عملی و فرار مغزها منجر شده است. سرعت عرضه نیروی کار در کشور از چنان شتابی برخوردار است که در حال حاضر و به ویژه

راهکارهای توسعه کارآفرینی

و اما راهکارهای توسعه کارآفرینی در ایران عبارتند از:

- ۱- ایجاد نهاد و تشکیلات متمرکز در زمینه سیاستگذاری، سازماندهی، نظارت و اجرای برنامه‌های آموزشی کارآفرینی.
- ۲- توسعه آموزش‌های کارآفرینی و افزودن این آموزش‌ها به برنامه آموزش عمومی کشور.
- ۳- تدوین برنامه‌های استراتژیک توسط دولت در برنامه‌های کلان توسعه در باب آموزش کارآفرینی.
- ۴- تربیت مربیان و مدرسان کارآفرینی.
- ۵- تربیت مدیران کارآفرین در سازمان‌ها و مراکز تولیدی.

۶- گسترش کارآفرینی سازمانی در مراکز تولیدی و صنعتی در جهت ارتقای بهره‌وری.

۷- حمایت دولت از کارآفرینان و موسسات و مراکزی که در زمینه کارآفرینی فعال هستند.

۸- اعزام افراد و کارشناسان برای

گذراندن دوره‌های کارآفرینی و کسب تخصص‌های کاربردی در کشورهای صاحب تجربه و انتقال دانش الگوهای کارآفرینی به ایران.

۹- تبلیغ و ترویج کارآفرینی در رسانه‌های عمومی، به خصوص در رادیو و تلویزیون و آرایه فیلم‌ها و کلیپ‌های آموزشی جهت فرهنگ‌سازی و ترویج روحیه کارآفرینی.

۱۰- ایجاد ارتباط با سازمان‌های

بین‌المللی فعال در زمینه کارآفرینی و ایجاد زمینه‌های مشترک همکاری.

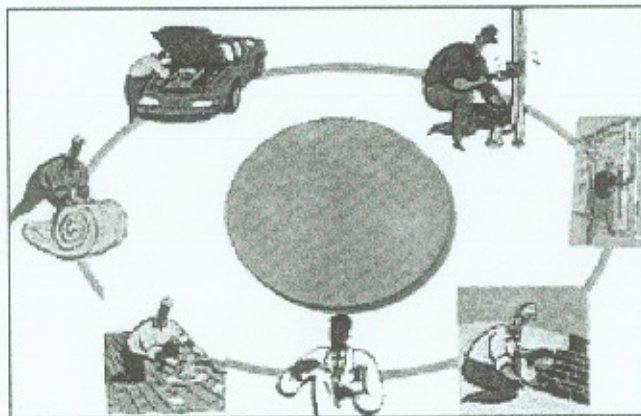
همچنین دولت می‌تواند نقش حمایت‌کننده، تشویق‌کننده و تسهیل‌کننده برای کارآفرینان را داشته باشد. این حمایت‌ها می‌تواند شامل حمایت‌های مالی، آموزشی، بازاریابی، اطلاعاتی، مشاوره خدمات صنعتی و تسهیلات بلندمدت برای خرید ماشین‌آلات و فناوری مورد نیاز کارآفرینان باشد.

فرایند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد و این فرهنگ را می‌توان همان فرهنگ حاکم بر شرکت‌های کارآفرینی کوچک دانست.

به‌طور کلی، رونق و ترویج کارآفرینی در کشور از آن جهت مهم است که منجر به این می‌شود که اولاً، کارآفرینان بخشی از وظایف دولت را در ایجاد اشتغال به عهده گیرند و به علاوه، موجب تقویت بخش خصوصی و افزایش بهره‌وری می‌شود و فرهنگ کار و شیوه نگرش افراد جامعه نسبت به اشتغال را دگرگون می‌سازد و منجر به ترویج فرهنگ تولید، خودتکایی و ازبین‌بردن فرهنگ مصرف‌گرایی می‌شود و در نهایت سرمایه‌های انسانی را به عنوان زیربنای رشد و توسعه اقتصادی کشور تقویت می‌کند.

ارتباط فرهنگ با کارآفرینی

نکته بسیار جالب و قابل تأمل در این زمینه، ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ جامعه است. به عبارت دیگر، از یکسو، کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی و تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای سطح فرهنگی



▲ کارآفرینان زاده نمی‌شوند، بلکه تربیت می‌شوند

جامعه است، چرا که با برآورده شدن نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی‌تر انسانی فراهم می‌شود که اگر این نیازهای عالی‌تر در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان‌ها و جامعه می‌انجامد و از سوی دیگر، نحوه شکل‌گیری و تمرین بخشی کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که برپایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده است و مجموعه این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی نمود. درواقع، فرایند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد. این فرهنگ را می‌توان همان فرهنگ حاکم بر شرکت‌های کارآفرینی کوچک دانست. متأسفانه یکی از شاخه‌های کارآفرینی که همان

کارآفرینی اجتماعی است، مورد بی‌مهری و کم‌لطفی قرار گرفته است. درواقع، این نوع کارآفرینی برای کمک به معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و قدرت مالی هستند یا در استفاده از فرصت‌های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجهند.

توسعه کارآفرینی در سطح سازمان‌ها نیز به علت عقب‌نماندن از رقبا، ضرورت خطرپذیری، تغییر روند جمعیت، پیشرفت سریع دانش و فناوری و تعامل سازمان با تحولات بازار، لزوم ایجاد واحدهای مستقل کاری در بنگاه‌های بزرگ ضروری است و در نهایت این نوع توسعه کارآفرینی هم به توسعه ملی منجر خواهد شد.

تصمیم‌گیری درباره شروع یک فعالیت کارآفرینی

فرایند تصمیم‌گیری درباره شروع یک فعالیت کارآفرینی عبارتست از تصمیم‌گیری برای تبدیل شدن به یک کارآفرین یا ترک فعالیت‌های جاری. این فرایند مستلزم حرکت از جایی است به جای دیگر، یعنی حرکت از نوعی زندگی جاری به سوی ایجاد شرکت کارآفرینی جدید. تشکیل یک بنگاه اقتصادی جدید هم با تغییر سبک زندگی کنونی، با فرهنگ، خرده‌فرهنگ، خانواده، معلمان، همقطاران، دولت، زمینه، بازاریابی، منابع مالی و الگوهای نقش، یک ارتباط دوسویه دارد.

تصمیم به راه‌اندازی یک کارآفرینی، به دنبال مراحل زیر اتفاق می‌افتد: (۱) تصمیم به ترک شغل فعلی و سبک زندگی کنونی، (۲) تصمیم به این که چیز مطلوب‌تری در مدنظر فرد باشد، (۳) تصمیم به این که عوامل داخلی و خارجی فعالیت کارآفرینانه نوپا را ممکن سازند.

تصمیم به ترک شغل فعلی نیز تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد، مثلاً فشار ناشی از نارضایتی شغلی یا حتی بازخرید شدن و نیز کشش به سمت کارآفرینی ناشی از پی‌بردن به نیازی برآورده‌نشده در بازار.

تصمیم به راه‌اندازی شرکتی جدید، از عناصر مختلفی از قبیل فرهنگ، خرده‌فرهنگ، خانواده و معلمان و همقطاران فرد نشأت می‌گیرد. به عنوان مثال، فرهنگی که برای یک مؤسس موفق فعالیت

اقتصادی جدید ارزش قایل است، در مقایسه با فرهنگی که این ارزش را قایل نیست، در شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه نقش موثری دارد. به عنوان نمونه، فرهنگ آمریکایی برای تمام جنبه‌های کارآفرینی ارزش زیادی قایل است، از قبیل رییس خودبودن، فرصت‌های شخصی را دنبال کردن، موفقیت و پول‌درآوردن و پذیرش شکست برای پیروزی در آینده، در حالی که در برخی از کشورها تأسیس یک فعالیت اقتصادی جدید، کسب پول، و رییس خودبودن نه تنها ارزش نیست، بلکه حتی شکست نیز یک رسوایی به حساب می‌آید. چنین کشورهایی که فرهنگشان با فرهنگ فوق قرابتی ندارد، به طبع درصد تشکیل فعالیت اقتصادی بالایی هم ندارند.

همچنین، در سیستم اقتصادی باز و آزاد، فرهنگ کارآفرینی رایج است و یک ارزش اجتماعی محسوب می‌شود و تشکیل یک فعالیت اقتصادی جدید، رقم بسیار بالایی را تشکیل می‌دهد، در حالی که در کشورهای با اقتصاد دولتی و کنترل شده، به علت نبود چنین فرهنگی، نه تنها کارآفرینی ارزش محسوب نمی‌شود، بلکه تشکیل بنگاه‌های اقتصادی به ندرت اتفاق می‌افتد و زندگی همه مردم به نوعی وابسته به دولت است. بدیهی است که هیچ فرهنگی به طور کامل و تمام موافق یا مخالف کارآفرینی نیست.

همچنین بسیاری از خرده‌فرهنگ‌ها که سیستم ارزشی را شکل می‌دهند، در درون چارچوب فرهنگی عمل می‌کنند. این خرده‌فرهنگ‌ها حامی و حتی مشوق کارآفرینی و تشکیل یک شرکت جدید می‌باشند، لذا جای تعجب نیست که در چنین محیط حمایت‌کننده‌ای، افراد بیشتری به‌طور فعالانه

بنگاه‌های اقتصادی جدیدی را طرح‌ریزی می‌کنند. البته باید یادآور شد که تنوع این خرده‌فرهنگ‌ها گاهی از ویژگی‌های خانوادگی ناشی می‌شود. مطالعاتی که درباره شرکت‌ها و صنایع مختلف جهان صورت گرفته است، نشان می‌دهد که درصد بسیار بالایی از بنیانگذاران شرکت‌ها، پدران یا مادرانی داشته‌اند که به استقلال اهمیت می‌داده‌اند. درواقع، استقلال که صاحبان شرکت‌ها، بازرگانان، کشاورزان و یا متخصصان کسب کرده‌اند، به زندگی خانوادگی‌شان سرایت کرده و فرزندان آنها را هم تشویق به کارآفرینی نموده است.

از سوی دیگر، آموزگاران نیز تاثیر قابل‌ملاحظه‌ای بر افراد می‌گذارند تا کارآفرینی را شیوه‌ای لازم و حیاتی ببینند. به علاوه، مراکز آموزشی که درس‌هایی در زمینه کارآفرینی و نوآوری می‌دهند، در توسعه کارآفرینان موثرند و محیط کارآفرینانه را وارد حوزه اقتصادی می‌کنند.

از سوی دیگر، وجود همقطاران فرد نیز در تصمیم‌گیری وی برای تأسیس شرکت خیلی مهم است. به طور مثال، در منطقه‌ای که مملو از کارآفرینی و کارآفرینان است و در آن ملاقات کارآفرینان بالقوه و بالفعل، بحث و بررسی ایده، مشکلات و راه‌حل‌ها میسر باشد، پایه‌گذاری شرکت‌های جدید بیشتری امکانپذیر خواهد بود تا در منطقه‌ای که از آن امکانات خبری نیست.

دولت نیز با تدارک زیرساخت‌ها در کمک و پشتیبانی از فعالیت کارآفرینانه نوپا سهم خود را می‌پردازد، مثلاً نرخ مالیات شرکت‌ها و افراد در آمریکا در مقایسه با کشورهای همچون ایرلند، انگلستان و آلمان مناسبتر است. در کشورهایی که فعالیت‌های

اقتصادی نرخ مالیاتی بازدارنده دارند، یا افرادی جلوی تشکیل شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی جدید را می‌گیرند، اینگونه شرکت‌ها پول لازم را برای شروع کار و رشد آتی ندارند و به سوددهی نخواهند رسید. با اینهمه، ریسک‌های روانی همچنان در جای خود باقی است.

همچنین "زمینه" نیز که شامل تحصیلات رسمی و تجربه قبلی در فعالیت‌های اقتصادی است، باعث می‌شود که مهارت‌های لازم برای تشکیل و مدیریت بنگاه اقتصادی جدید برای کارآفرین بالقوه مهیا گردد. اگرچه در کسب دانش ضروری فعالیت‌های اقتصادی، نظام‌های آموزشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، ولی افراد در تشکیل فعالیت اقتصادی در زمینه‌هایی که قبلاً کار کرده‌اند، موفقیت بیشتری به دست می‌آورند. به عبارت دیگر، کارآفرینان زاده نمی‌شوند، بلکه تربیت می‌شوند.

الگوی نقش هم یکی از تاثیرگذارترین عواملی است که تشکیل یک بنگاه اقتصادی جدید را ممکن می‌سازد. دین موفقیت‌های یک فرد کارآفرین، به دیگر افراد کمک می‌کند تا خودشان را در فعالیتی مشابه قرار دهند و حتی موفقتر عمل کنند. یکی از رایجترین پاسخ‌هایی که کارآفرینان راجع به انگیزه آغاز فعالیت جدیدشان مطرح می‌کنند، این است که "اگر دیگری توانسته، پس من هم می‌توانم".

دست آخر اینکه منابع مالی نیز باید به طور کامل در دسترس باشد. بدون تردید، دردسترس بودن سرمایه ریسک در پیدایش و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه نقش اساسی را بازی می‌کند و در صورت دردسترس بودن سرمایه اولیه، شرکت‌های جدید بیشتری شکل می‌گیرند. ■

نشانی پست الکترونیکی مجله بانک و اقتصاد:

bankvaeghtesad@yahoo.com