

کارآفرینی، توسعه و اشتغال

زهرا استادزاده*

چکیده

در این مقاله علاوه بر تاریخچه کارآفرینی مفاهیم کارآفرینی و تعاریف متعددی که برای آن در نظر گرفته شده، بررسی و تفاوت کارآفرینان مستقل (Entrepreneurs) و کارآفرینان سازمانی (Intrapreneur) بیان شده است. کارآفرین مستقل نقطه مقابل کارآفرین سازمانی به شمار می‌آید. ویژگی مهم کارآفرین سازمانی نوآوری در سازمان مربوط و ویژگی مهم کارآفرین مستقل نوآوری و خلاقیت است. بر این اساس کارآفرین فردی است که با پذیرش خطر (ریسک) طرحی را اجرا یا کارگاهی را راه‌اندازی می‌کند و گروهی از افراد را در یک شکل سرپرستی و برای آنان ایجاد اشتغال می‌کند.

در بخش دوم مقاله به انواع و دسته‌بندی‌های موجود در مکاتب و تئوری‌های کارآفرینان اشاره شده و خلاصه مکاتب مربوط به کارآفرینی بیان شده است. در این بخش تئوری‌ها و مکاتب کارآفرینی به سه گروه عمده تقسیم شده‌اند. در تئوری‌های مکاتب گروه اول شامل سه مکتب انسانی، محیطی و مکتب ایده راه‌اندازی کسب‌وکار جدید می‌شود و مکاتب گروه دوم عبارت است از تئوری‌های شخصیت، تئوری‌های رفتاری، تئوری‌های اقتصادی، تئوری‌های جامعه‌شناسی و تئوری‌های جامع‌نگرانه تئوری‌ها و مکاتب گروه سوم نیز بر اساس تعریفی که از کارآفرینی و اهداف آن دارند به شش مکتب تقسیم می‌شوند. سپس در بخش بعدی به راهکارهای اساسی تربیت کارآفرین و توسعه کارآفرینی پرداخته شده و آموزش کارآفرینی و انواع دوره‌های آموزشی کارآفرینی بررسی شده است. برنامه‌ریزی آموزشی برای تربیت کارآفرینی بر اساس هدف و موضوع آموزش به سه روش خاص صورت می‌گیرد. گاه آموزش برای آگاهی افراد سنین مختلف از موضوع کارآفرینی است و گاه آموزش برای شرکت‌ها و سازمان‌های خاص و زمانی نیز آموزش‌های خاص و دوره‌های ویژه سازمان‌های بین‌المللی را شامل می‌شود. در این مقاله به موضوع کارآفرینی و نقش آن در توسعه و به اهمیت و ضرورت کارآفرینی در جامعه پرداخته و به مدل‌های متفاوت کارآفرینی در توسعه نیز اشاره شده است و با توضیح مختصری در خصوص بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و نگاهی گذرا به آمار و ارقام مربوط، به نقش کارآفرینی در حل معضل بیکاری فارغ‌التحصیلان پرداخته است. در بخش دیگر برنامه‌ها و سیاست‌های دولت برای توسعه کارآفرینی عنوان شده و به مرکز کارآفرینی و آئین‌نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها اشاره شده است. و در نهایت به نتیجه‌گیری پرداخته است.

کلید واژه‌ها

کارآفرین، کارآفرینی، کارآفرین سازمانی، نوآوری، خلاقیت، تغییر و تحول، توسعه، راهکارهای تربیت کارآفرین، ایجاد کار (اشتغال) و بیکاری.

مقدمه

پیشرفت سریع در علم و فناوری، تحولات و دگرگونی‌های زیادی در نظام‌های اجتماعی - اقتصادی عصر حاضر به وجود آورده و موجب رویارویی سازمان‌ها با تحولات گسترده بین‌المللی شده است.

در حال حاضر در جامعه با معضل بیکاری فارغ‌التحصیلان روبه‌رو هستیم مسلماً دولت طرح‌های مختلفی را برای حل این معضل پیشنهاد کرده است. آنچه امروزه برای این معضل و همچنین گسترش فرآیند توسعه در کشورها عنوان می‌گردد، تکیه بر عنصر انسانی به عنوان مهم‌ترین سرمایه و منبع پایان‌ناپذیر الهی است و در میان انسان‌ها به افراد خاص که «کارآفرین»^۱ نامیده می‌شوند مورد توجه خاصی می‌شود. به طوری که اهمیت و ضرورت وجود کارآفرینان در بخش‌های مختلف صنعت، تجارت و خدمات چه در بخش خصوصی، تعاونی و سازمان‌های دولتی اعم از انتفاعی و غیرانتفاعی به حدی جدی و حیاتی تشخیص داده شده است که در سی سال اخیر در بیش از ۵۰۰ دانشگاه معتبر کشورهای پیشرفته رشته کارآفرینی ایجاد شده و تا چهارده گرایش تحصیلی (چون آموزش یادگیری فن کارآفرینی در مقاطع مختلف، راهکارهای تربیت کارآفرین برای مدرسان، تئوری‌ها و مکاتب کارآفرینی، آموزش کارآفرینی بر اساس سطح توسعه و رشد کشورها (در حال توسعه - توسعه یافته - توسعه نیافته - ...) تدریس می‌کنند و حتی آن‌را به مقاطع دبیرستانی گسترش داده‌اند [۱].

در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مراکز مختلف تحقیقات و مطالعات کارآفرینی به وجود آمده است. در

این مراکز مفاهیم مختلف کارآفرین، کارآفرینی، کارآفرینان مستقل و سازمانی و... برای نسل فعلی و آینده‌سازان و حتی کارکنان سازمان‌ها و ادارات شرح داده می‌شود. زندگی‌نامه برخی کارآفرینان برجسته و مشخصات آنها بیان می‌گردد و سعی می‌شود روحیه کارآفرینی در افراد و آنها نیز با انگیزه‌های کافی فنون کارآفرینی را فراگرفته و مفاهیم خلاقیت و نوآوری را درک نمایند، و با پرورش مدیران خلاق و کارآفرین و جذب و به کارگیری آنها در سازمانها، زمینه پرورش اشخاص و سازمان‌های خلاق و کارآفرین فراهم شود. در این نوشته نیز بعد از شرح مفهوم واژه کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلف و تفاوت بین کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی براساس بعد تاریخی آن به مکاتب و تئوری‌های مختلف کارآفرینی پرداخته و توضیح مختصری نیز در باره آموزش کارآفرینی بیان شده است. موضوع کارآفرینی و توسعه که خود مبحث بسیار گسترده‌ای است، بخش دیگر مقاله است که در این نوشته به اختصار شرح داده شده است. و سپس بعد از عنوان آمار و ارقام مربوط به بیکاری فارغ‌التحصیلان و دانشگاهیان و نقش مؤثر کارآفرینی در حل این معضل، برخی سیاست‌های دولت از جمله آئین‌نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور «کاراد»^۴ و همچنین تشکیل مرکز کارآفرینی اشاره شده است.

مفهوم واژه کار آفرینی

واژه کارآفرین همانند سایر واژه‌های مطرح شده در علوم انسانی مشابه مفاهیم و واژه‌های نسبتاً قطعی علوم فیزیکی به شمار نمی‌رود در این مقاله ضمن تشریح این واژه برخی از تعاریف و دیدگاه‌های مختلف مطرح شده است.

کار آفرینی^۳ موضوعی است که در اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخی ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری‌های اقتصادی و توسط اقتصاد دانان ایجاد شده و سپس وارد مکاتب و تئوری‌های کارآفرینی سایر رشته‌های علوم انسانی شده است.

کانتیلیون^۴ (۱۷۵۵) که ابداع کننده واژه کارآفرینی است. کارآفرین را فرد ریسک‌پذیر می‌داند که کالا را با قیمت معلوم خریداری می‌کند و با قیمت نامعلوم می‌فروشد ژان باتیست سی^۵

کارآفرین را هماهنگ کننده و ترکیب کننده عوامل تولید می‌داند اما ویژگی خاصی را او در نظر نمی‌گیرد [۳]. به عبارت دیگر فردی باید عوامل تولید (زمین، نیروی کار و سرمایه) را جهت ایجاد تولید - تجارت یا ارائه خدمات ترکیب کند به این شخص «کارآفرین» و به عمل او «کارآفرینی» گفته می‌شود [۴].

یکی دیگر از تعاریف کامل و جامع کارآفرینی توسط شومپتر^۶ ارائه شده است. وی در کتاب خود با عنوان «تئوری توسعه اقتصادی» بین مفهوم واژه نو آوری^۷ و اختراع^۸ تفاوت قائل شده است و نو آوری را استفاده از Risk اختراع برای ایجاد یک محصول یا خدمت تجاری می‌داند. به نظر وی نوآوری عامل اصلی ثروت و ایجاد تقاضاست. بنابراین کارآفرینان مدیر یا مالکانی هستند که با راه اندازی یک واحد تولیدی - تجاری از اختراع بهره برداری می‌کنند.^۹

واژه کارآفرین سازمانی Intrapreneure در سال ۱۹۸۵ توسط گیفوردینکات^{۱۱} از ترکیب دو واژه Entrepreneur و Intracorporate ابداع شد [۴].

کارآفرینان سازمانی اشخاصی هستند که در درون سازمان‌های بزرگ اعمال و رفتار کارآفرینانه دارند و در همه سطوح سلسله مراتب سازمانی یافت و آنها از طریق فرایند کارآفرینی باعث تحول در سازمان می‌شوند. عنصر کلیدی کارآفرینی سازمانی، نوآوری است که با اشکال مختلف ظاهر شود مانند: نوآوری فرآیند و روش‌ها، نوآوری در محصولات یا خدمات و نوآوری در نحوه انجام امور در درون سازمان‌ها [۵].

نکته مهم در تفاوت کارآفرینی سازمانی و کارآفرین مستقل موضوع خودمختاری و مخاطره‌جویی (پذیرش خطر) می‌باشد. کارآفرین سازمانی از آنجائی که در درون یک سازمان بزرگ قرار دارد و همه مخاطرات مالی بر عهده سازمانی است که وی برای آن کار می‌کند مقررات، سیاست‌ها و سایر دستور العمل‌ها توسط سازمان است.

موفقیت کارآفرینان سازمانی برای سازمان مربوطه سود مالی و برای خود شخص پیشرفت در سلسله مراتب سازمانی (اداری) را در پی دارد [۶].

با توجه به معانی ارائه شده در این خصوص می‌توان به طور خلاصه ۱۳ تعریف مختلف برای کارآفرین عنوان کرد.

۱-۱- مکتب انسانی

این مکتب صفات مشخصه خاصی را برای کار آفرینان موفق بر می‌شمارد که برخی از آن‌ها عبارتند از: نیاز شدید به پیشرفت، نیاز کم به کنترل، نیاز شدید به استقلال و خودمختاری، ریسک‌پذیری معتدل (میانه)، عزت نفس زیاد و قدرت تحمل بالا با داشتن هدف، پشتکار، اطلاعات تجاری، آمادگی روبه‌رویی با شکست را داشته باشد. [۸]

۱-۲- مکتب محیطی

این مکتب مجموعه‌ای از عوامل محیطی از قبیل محیط مناسب اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فناورانه را در تعیین تعداد و نوع کارآفرینان موفق، مؤثر می‌داند. مطابق این مکتب کارآفرینی بدون وجود محیط مناسب اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فناورانه میسر نخواهد بود. برخلاف مکتب انسانی که اصالت با شخص و افراد است در این مکتب مجموعه عوامل محیطی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... در کارآفرینی مؤثرند.

۱-۳- مکتب ایده راه اندازی کسب و کار جدید

این مکتب ضمن تأکید یکسری ویژگی‌ها و مشخصات فردی و مجموعه عوامل محیطی، آنرا کافی ندانسته و یک فرصت سرمایه‌گذاری مخاطره‌ای در زمان و مکان مناسب را نیز لازم و ضروری می‌داند. به عبارتی از تلفیق دو مکتب انسانی و محیطی فرآیند کارآفرینی رخ می‌دهد در واقع در این مکتب فرد با دارا بودن روحیه کارآفرینی و ایجاد محیط مناسب اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که با سیاست‌های حمایتی دولت همراه باشد در فرآیند کارآفرینی مؤثر است. [۹]

۲- تئوری‌های مکاتب گروه دوم

۲-۱- تئوری‌های شخصیت

در این تئوری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان برجسته بررسی می‌گردد. بعد از بررسی زندگی‌نامه کارآفرینان، یکسری ویژگی‌های شخصیتی مشترک از قبیل داشتن انگیزه پیشرفت، تمایل به ریسک‌پذیری، روحیه ایجاد تغییر و دگرگونی در سازمان یا جامعه (انحراف^{۱۲} در سازمان یا جامعه) و... در آن‌ها مشاهده می‌شود. در واقع در این تئوری، داشتن خصوصیات

۱- کار و شغل تولید کند،

۲- خود اشتغالی و اشتغال کند،

۳- ارزش افزوده ایجاد کند،

۴- محصولات یا خدمات جدید بوجود آورد،

۵- خلاقیت و نوآوری کاربردی داشته باشد،

۶- سازمان، کارخانه یا کارگاه ایجاد کند،

۷- باخطرپذیری، فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی انجام دهد،

۸- نیازها را شناسایی و آن‌ها را برآورده کند،

۹- فرصت‌ها را به دست آورده تبدیل کند،

۱۰- منابع و امکانات را به سوی هدف ساماندهی کند،

۱۱- برای تقاضاهای بالقوه محصول می‌آفریند، (پیش‌بینی در

عرضه و تقاضا)

۱۲- ایده خلاق را به ثروت تبدیل کند،

۱۳- در درون سازمان سازمانی دیگر می‌آفریند. [۷]

مهم‌ترین، کمیاب‌ترین و اساسی‌ترین سرمایه
یک جامعه و سازمان، «کارآفرینان» و
«مدیران کارآفرین» هستند...

تئوری‌ها و مکاتبات کارآفرینی [۴]

تئوری‌های متفاوت در مکاتب خاص خود وجود دارند که هر کدام تلاش می‌کنند کارآفرین‌ترین افراد را معرفی نمایند. به طور کلی این مکاتب در سه گروه تقسیم‌بندی می‌شوند. در هر گروه تقسیم‌بندی ویژه‌ای در نظر گرفته شده که ممکن است یک تعریف و تقسیم‌بندی در گروه با برخی تعاریف گروه‌های دیگر هم پوشی داشته باشد.

۱- تئوری‌های مکاتب گروه اول

۱-۱- مکتب انسانی،

۱-۲- مکتب محیطی،

۱-۳- مکتب ایده راه اندازی کسب و کار جدید.^{۱۱}

ذاتی مشترک در افراد کارآفرین مؤثر شناخته می‌شود. و هر فرد کارآفرین ذاتاً خصوصیات فوق را داراست. مهم‌ترین نقد بر این تئوری نادیده گرفتن عوامل متعدد تربیت کارآفرین چون آموزش، سیاست‌های حمایتی دولتی و محیط‌های مناسب اقتصادی، اجتماعی و... می‌باشد.

۲-۲- تئوری‌های رفتاری

در این تئوری حوادث و وقایع زندگی کارآفرینان بررسی می‌گردد و اعتقاد بر این است که مجموعه حوادث و وقایع زندگی کارآفرین علاوه بر شایستگی‌های فردی^{۱۳} در تئوری شخصیت در مراحل مختلف رشد کارآفرین اثر می‌گذارد. در این تئوری بر خلاف تئوری شخصیت عوامل محیطی چون سیاست‌های حمایتی دولتی، شرایط مطلوب اقتصادی، آموزش و... را در رشد کارآفرین تاحدی مؤثر می‌داند.

۲-۳- تئوری‌های اقتصادی

تئوری‌های اقتصادی طولانی‌ترین زمان را در مطالعه کارآفرینی و کارآفرینان دارند و از قرن هفده میلادی تا دهه شصت قرن حاضر فقط اندیشمندان اقتصادی به آن پرداخته‌اند. تعریف آن‌ها از کارآفرین و کارآفرینی از بعد پیشرفت اقتصادی و سوددهی بیشتر است و بر این اساس کارآفرین کسی است که سرمایه و ثروت خلق و در نتیجه در جامعه اشتغال ایجاد می‌کند.

۲-۴- تئوری‌های جامعه‌شناسی

در این رویکرد اهمیت ساختارهای جامعه‌شناختی از قبیل «طبقه اجتماعی، ترکیب خانواده، زمینه اجتماعی و شغل والدین و...» به شدت در تربیت کارآفرین و ایجاد کارآفرین مؤثر است.

۲-۵- تئوری‌های جامع‌نگرانه^{۱۴}

این رویکرد تلفیقی از مجموعه تئوری‌های عنوان شده است و معتقدات هر رویکرد به تنهایی نمی‌تواند بخش‌های مختلف کارآفرینی را بررسی کند. در این تئوری که جامع تئوری‌های عنوان شده (تئوری شخصیت - تئوری رفتاری - تئوری اقتصادی و تئوری جامعه‌شناسی) است، تمامی عوامل مؤثر در ایجاد کارآفرین و فرایند کارآفرینی در

۳- تئوری‌ها و مکاتب گروه سوم [۱۲]

این گروه براساس تعریفی که از کارآفرین و کارآفرینی دارند به شش گروه تقسیم شده‌اند. مکتب اشخاص بزرگ، مکتب ویژگی‌های روانشناختی، مکتب کلاسیک، مکتب مدیریت، مکتب رهبری و مکتب کارآفرین سازمانی که براساس جدول صفحه بعد معرفی و مقایسه می‌شوند.

در پایان این بخش بعد از طرح کلی انواع مکاتب به نتیجه‌ای کلی می‌رسیم و آن اینکه انگیزه و اعتقادات در بازدهی کار کارآفرینان بسیار مهم و مؤثر است. کارآفرین فردی است اهل عمل و برنامه که با انگیزه قوی برای تحقق اهدافی که به آن اعتقاد دارد با ذهنی خلاق و قدرت طراحی کار را با صبر و استقامت دنبال می‌کند.

سرچشمه همه انگیزه‌ها، اعتقادات یک فرد یا یک جامعه است و چون اعتقادات و باورها در جوامع مختلف و حتی افراد مختلف ممکن است متفاوت باشد؛ از این نظر بعضی از عقاید، عادات و رفتارها، نزد بعضی از جوامع یا افراد پسندیده است و ممکن است نزد جوامع یا اشخاص دیگر ناپسند و مطرود باشد. به عبارت دیگر جامعه آرمانی افراد و گروهها با هم کاملاً انطباق ندارد و افراد هر جامعه به نظام ارزشی متفاوتی معتقدند.

یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرین خوی اصلاح طلبی اوست که سعی می‌کند همواره با تفکر منطقی شرایط، نامطلوب محیط کاری در جامعه را شناخته و برای بهبود آن تلاش نماید. چنانچه خداوند نیز در قرآن فرموده «تا در افراد یک جامعه تغییر حاصل نشود خداوند جامعه آن‌ها را تغییر نخواهد داد»^{۱۵}.

جدول ۱- شرح تئوریها و مکاتب گروه سوم

عنوان مکتب یا مدل کار آفرینان	مرکز تمرکز یا هدف مدل	ویژگی‌های رفتاری و مهارت‌ها
مکتب اشخاص بزرگ	کار آفرینان توانایی درک شهودی (حس ششم) دارند و با خصوصیات ویژه غریزی به دنیا می‌آیند.	— حس شهودی برتر، نیرومند، پر انرژی، اصرار برای دستیابی به هدف، نیاز شدید به خودیابی (خود شکوفایی)
مکتب ویژگی‌های روانشناختی	- کار آفرینان ارزش‌های خاص، صفات منحصر به فرد و نیازهای ویژه‌ای دارند که آنها را به حرکت وا می‌دارد.	- ارزشهای فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به پیشرفت و...
مکتب کلاسیک	- ویژگی اصلی رفتار کار آفرینان نوآوری است.	- نوآوری، خلاقیت و اکتشاف
مکتب مدیریت	کار آفرینان سازمان دهنده بنگاه‌های جدید اقتصادی هستند (سازماندهی - مالکیت - مدیریت)	برنامه‌ریزی تولید، سازمان‌دهی افراد، جمع‌آوری سرمایه و بودجه
مکتب رهبری (هدایت)	کار آفرینان مردم را هدایت می‌کنند آن‌ها شیوه‌ها را با نیازهای مردم منطبق می‌سازند	- انگیزه، هدایت و رهبری
مکتب کار آفرین سازمانی	واحدهای مستقل سازمان را ایجاد می‌کند بازارهای موجود را توسعه می‌دهد محصولات و خدمات آن‌را گسترش می‌دهد.	هوشیاری در برابر فرصت‌ها حداکثر کردن نتایج تصمیمات

راهکارهای اساسی تربیت کار آفرین [۷]

با توجه به تعاریف بخش‌های پیشین اهمیت و ضرورت افراد کار آفرین در جامعه مشخص می‌شود. بنابراین آموزش و تربیت کار آفرین یک ضرورت زیربنایی برای توسعه کشور و کاهش نرخ بیکاری است. به همین منظور آنچه در تدریس دوره‌های کار آفرینی بیش از پیش باید مورد توجه قرار گیرد کار آفرینانه بودن شیوه‌های تدریس، ترکیب افراد و اهداف آموزشی و تطبیق این موارد با یکدیگر می‌باشد. دوره‌های آموزش کار آفرین را به چهار گروه اصلی تقسیم می‌کنند.

گروه اول: برنامه‌هایی برای آگاهی و جهت‌گیری افراد سنین مختلف به سوی کار آفرینی:

هدف از این دوره‌ها افزایش آگاهی آموزش درک و بینش درست از کار آفرینی به عنوان یک آگاهی برای تمامی اقشار اجتماعی است. این‌گونه برنامه‌ها در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه تدریس می‌شود تا انگیزه و تمایل دانش آموزان برای کار آفرین شدن افزایش یابد.

گروه دوم: برنامه‌های آموزشی که توسعه و تأسیس

شرکت‌ها را پوشش می‌دهد:

این برنامه‌ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده‌اند، کشورهایی همچون هند، فیلیپین، مالزی، فنلاند و هلند مراکز ویژه‌ای را جهت حمایت از کار آفرینان با آقوه تأسیس نموده‌اند که ضمن ارائه آموزش‌های ویژه برای توسعه توانایی‌ها و انگیزش افراد، توسعه مناطق شهری و روستایی و آموزش‌های عملی در نزد کار آفرینان موجود را نیز در برمی‌گیرد.

گروه سوم: دوره‌های خاصی که سازمان‌های بین‌المللی

از قبیل سازمان بین‌المللی کار در نظر می‌گیرد. گاه این دوره‌ها به صورت حضوری و گاه مکاتبه‌ای (آموزش از راه دور) است. در این دوره‌ها جدیدترین تحقیقات و نتایج آن‌ها برای همگان ارائه می‌شود. گاه بنا به سفارش سازمان خاصی در یک کشور برگزار می‌شود و گاه جنبه عمومی دارد.^[۷]

گروه چهارم: برنامه‌های «توسعه آموزش کارآفرینی»

این برنامه‌ها شامل شیوه‌های جدید آموزش و تعیین نقش‌های نوین دانشجویان و استادان در فرایند کارآفرینی است. هدف دیگر این برنامه‌ها آموزش و گسترش کمی استادان جدید از میان صنعتگران و دست‌اندرکاران فعالیت‌های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی است. با آشکار شدن نقش و تأثیر کارآفرینی بر روند اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی ضرورت آموزش کارآفرین به منظور توسعه امری اساسی و زیربنایی است. زیرا هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات خود به تأسیس مؤسسه‌ای جدید اقدام و کسب و کاری را ایجاد کنند. تا اوایل دهه ۸۰ تنها ۱۳۰ دانشکده در جهان به طراحی دوره‌های محدود در خصوص کارآفرینی می‌پرداختند و در رشته‌های بازرگانی و مهندسی تدریس می‌کردند. در اوایل دهه ۹۰ تعداد دانشکده‌ها به بیش از ۵۰۰ دانشکده رسید و اکنون در بیش از ۲۰ دانشگاه، کارآفرینی به عنوان رشته و گرایش مستقل تدریس می‌شود. این در حالی است که کشور ما با داشتن دانشگاه‌های دولتی و آزاد هنوز چنانکه شایسته و بایسته است برنامه‌ریزی منسجمی برای این امر مهم صورت نپذیرفته است. در حالی که راه‌اندازی رشته و گرایش مستقل کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور با توجه به بالا بودن درصد نرخ بیکاری ضروری است.

کارآفرینی و توسعه [۱۰]

توسعه شامل بهره‌گیری نظام مند از دانش علمی در جهت تولید سودمند مواد، ابزار و دستگاه، است. توسعه مفهوم جدیدی نیست و تاریخچه آن به طور مشخص یعنی پس از پایان جنگ جهانی از جهات مفهومی فراز و نشیب‌های متعددی داشته است. زمانی منظور از توسعه، مدرنیزه کردن یا مدرنیزه شدن جوامع بود.

توسعه گاهی به معنی رشد اقتصادی، تغییر رفاه، پیشرفت و ترقی به کار رفته است و گاهی به معنی بازده فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی، و گاهی نیز هر چیز خوب به توسعه نسبت داده شده است.

توسعه در کشورهای پیشرفته صنعتی به معنی ساختمان‌های بلند، ظواهر آراسته، فروشگاه‌های مملو از اجناس مصرفی است در حالی که توسعه در کشورهای عقب‌نگه داشته شده عموماً مفاهیم دیگری نظیر، سوسپندهای دولتی، مراکز تولیدی کوچک، خودگردانی و خودکفائی را در ذهن انسان تداعی می‌کند.

بدین ترتیب توسعه عبارت است از استفاده از نیروهای مادی و انسانی جامعه که شامل تغییرات کمی و کیفی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است در جهت ایجاد شرایط زندگی بهتر.

چنین تغییراتی مستلزم تأکید بر رشد اقتصادی، اصلاح کیفیت زندگی، استفاده از تکنولوژی و صنعت اصلاح مناطق روستایی، تربیت نیروهای انسانی، اصلاحات اداری، افزایش امکانات تحصیل، تأکید بر تحقیقات و... است البته بدیهی است که نتیجه همه این تغییرات باید به بهبود کمی و کیفی وضع مردم با توجه به رشد جمعیت و حتی با احتساب عوامل پیش‌بینی نشده بیانجامد.

از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه یاد می‌شود. زمانی که در انتقاد و بحث الگوی توسعه وارد می‌شویم دو پرسش مطرح می‌شود: پرسش نخست این است که الگوی توسعه چه الگویی است؟ و دوم اینکه هدایت‌گر توسعه چه کسی است؟

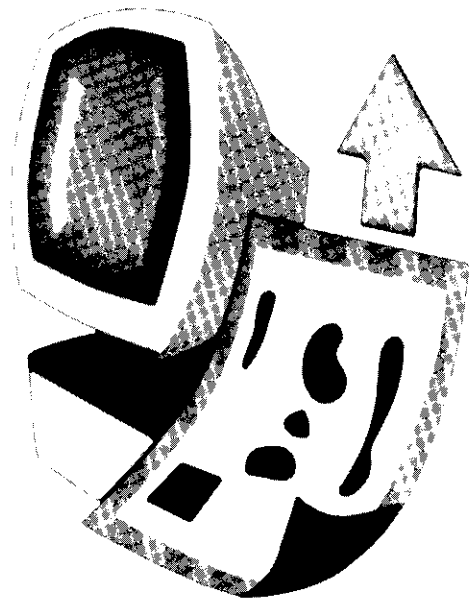
در تئوری‌ها و مدل‌های توسعه، کشورها راه‌های مختلفی را در پیش می‌گیرند یکی از راه‌ها این است که توسعه از طریق دولت‌ها صورت می‌گیرد که روس‌ها از این مدل استفاده کرده ولی به نتیجه نرسیدند.

راه بعدی این است که توسعه از طریق ایجاد شرکت‌های کوچک انجام شود که کشورهایی مثل تایوان، سنگاپور، این مدل را بکار بردند. مدل سوم مدلی است که ژاپنی‌ها و کره‌ای‌ها از آن استفاده کردند و آن‌هم توسعه از طریق شرکت‌های بزرگ مانند تویوتا، ال‌جی بود. اما آخرین مدلی که در حال حاضر به عنوان عامل توسعه در دنیا مطرح است توسعه از طریق کارآفرینی است.

برای ایجاد فضای کارآفرینی باید از خانواده شروع کرد، بدیهی است سیاست‌های تقویتی دولت نیز بسیار سودمند است. متأسفانه در حال حاضر مشاهده می‌کنیم که تحصیلات دارای ارزشی اجتماعی هستند اما باید دانست تحصیلات بدون کارآفرینی مفید نخواهد بود.



اساس آمار، سالانه حدود ۲۷۰ هزار دانش آموخته دانشگاه‌ها وارد بازار کار می‌شوند؛ اما ظرفیت بازار کار جوابگوی این تعداد نیست. در پایان سال ۷۸، نرخ بیکاری فارغ التحصیلان معادل ۱۵/۹٪ بوده است. در حال حاضر براساس آمارهای رسمی نرخ بیکاری فارغ التحصیلان معادل ۱۷٪ است [۱۴-۱۵]. ایجاد هماهنگی بین عملکرد دانشگاه‌ها و نیازهای بازار کار از جمله مسائل مهم در آموزش عالی است. از مشکلات دیگر آموزش عالی در زمینه فارغ التحصیلان عدم امکان جذب مؤثر در بازار کار، عدم رعایت تناسب بین رشته تحصیلی و فعالیت شغلی، جذب بیشتر فارغ التحصیلان در بخش‌های غیر تولیدی و غیرفعال، دفع فارغ التحصیلان و جذب آن‌ها در کشورهای صنعتی است [۱۵].



نظام آموزشی، انعکاس و ثمره ساختارهای اجتماعی - اقتصادی همان کشور است و عدم کارایی آن از مشکلات ساختاری جامعه سرچشمه می‌گیرد. تجربه موفق کشورهایمانند چین، کره، سنگاپور، مالزی، تایوان در زمینه توسعه بیانگر اهمیت توجه به تربیت نیروی انسانی ماهر و همچنین داشتن برنامه‌های از پیش تعیین شده است و مهمتر آنکه نظام آموزشی و نظام اقتصادی به طور متقابل بر یکدیگر اثر می‌گذارند.

بهترین راه دستیابی به هماهنگی میان نظام آموزشی و ساختار اقتصادی تهیه و تدوین اجرای همزمان برنامه‌های مهم اقتصادی و برنامه‌های آموزشی است.

بسی شک طرح نیازسنجی نیروی انسانی متخصص و سیاستگذاری توسعه منابع انسانی کشور - در زمینه معضل بیکاری بسیار قابل توجه است. توجه به تحولات جمعیتی بخصوص جمعیت شاغل، توجه به عرضه و تقاضا در آموزش عالی در حل معضل فوق مؤثر و مفید است.

برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی برای توسعه کارآفرینی

ایجاد مرکز کارآفرینی [۱۶]

مرکز کارآفرینی به دنبال طرح پژوهشی کاراد (کاراد. کارآفرینی در دانشگاه‌ها) تأسیس شد و پس از بررسی این طرح، سازمان برنامه و بودجه و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بودجه‌ای حدود یک میلیارد و دویست میلیون تومان برای این مرکز جهت اجرای این طرح در دانشگاه‌ها اختصاص دادند. [۱۶]

کارآفرینی و معضل اشتغال فارغ التحصیلان

در آغاز هزاره سوم به دلیل عدم برنامه‌ریزی در سطح کلان روز به روز فاصله بین کشورهای جهان سوم، با جهان صنعتی فزونی می‌یابد و در آینده این خطر وجود دارد که جهان سوم زبان علمی جهان پیشرفته و صنعتی را درک نکند و اکنون هم کشورهای جهان سوم، با عقب ماندگی و چالش‌های زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند و یکی از چالش‌های مهم آنان مسئله اشتغال است.

متأسفانه در ایران با توجه به رشد جمعیت جوان کشور در سال‌های اخیر نرخ بیکاری رشد چشمگیری داشته است و به طبع در میان قشر تحصیل کرده و فارغ التحصیلان کشور بیکاری نیز رشد صعودی داشته است. بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاه موجب سرخورده شدن این جوانان در جامعه خواهد شد و در پی آن کاهش انگیزه ادامه تحصیل در دانشگاه را در پی خواهد داشت [۱۱].

در آموزش عالی باید به بازدهی توجه خاص شود. زیرا آموزش هم از نظر فرد متقاضی تحصیل در مؤسسات آموزش عالی و هم برای دولت یا بنگاه اقتصادی یک نوع سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود [۱۲].

دغدغه آموزش عالی امروز این است که دانش‌آموختگان آن بتوانند از «دانش کار آمده» و فن‌آوری و مهارت‌های حرفه‌ای برخوردار شوند تا بتوانند کارآفرینی کنند و مشاغل تازه پدید آورند [۱۳].

کارآفرین مستقل کسی است که با تلاش، پشتکار و استقامت شخصی «نیاز» را تعریف می‌کند و محصولات و خدمات را برای ارضای نیاز توسعه، تکمیل و آماده بهره‌برداری میکند و فروش محصولات و خدمات را در بازارها رواج می‌دهد.

این آئین‌نامه در ۷ ماده و ۸ تبصره تدوین و در تاریخ ۸۱/۳/۳ به تصویب وزیر علوم، تحقیقات و فناوری رسیده است. در ۴ بخش کلی تدوین گردیده است.

بخش اول: ملاحظات عمومی و تعاریف (کارآفرینی - شورای مرکزی کارآفرینی - دبیرخانه طرح کاراد - مرکز کارآفرینی دانشگاه)

بخش دوم: سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مرکزی،

بخش سوم: سازماندهی کارآفرینی در دانشگاه،

بخش چهارم: منابع مالی.

خلاصه و نتیجه‌گیری

کارآفرین مستقل کسی است که با تلاش، پشتکار و استقامت شخصی «نیاز» را تعریف می‌کند و محصولات و خدمات را برای ارضای نیاز توسعه، تکمیل و آماده بهره‌برداری میکند و فروش محصولات و خدمات را در بازارها رواج می‌دهد. یکی از ویژگی‌های اصلی کارآفرینان، خلاقیت و نوآوری است. خلاقیت با ساختن و یافتن فکرها و ایده‌های جدید و نوآوری با کاربرد ایده‌ها در تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید، روش‌های نوین سازماندهی و مدیریت، روشهای نوین تولید، گشایش بازارهای جدید و دستیابی به منابع عرضه جدید ارتباط دارد. نوآوری نوعی تغییر و تحول ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر نوآوری، تغییر بدیع و تازه‌ای است که براساس اندیشه‌ای نو که سابقه قبلی نداشته به وجود می‌آید. کارکنانی که در درون سازمان‌های بزرگ، پیچیده و تثبیت شده، روحیه کارآفرینی داشته باشند، کارآفرینان سازمانی نامیده می‌شوند. آن‌ها با ایجاد نوآوری به عنوان «منبع اصلی تحول» و «عامل تغییر» در سازمان‌های اداری مطرح هستند. کارآفرینان سازمانی علاوه بر ایجاد تغییر و تحول در سازمانها، در جایی موثر هستند که افرادی نیاز به تغییر و اغلب تغییر نوآورانه را در درون سازمان تعریف و تعیین کرده باشند و محیطی فراهم می‌کنند که تغییر بتواند موفقیت‌آمیز باشد و از اجزای تغییر سرسختانه نمایند [۱۸]. از کارآفرین مستقل سازمانی را برای بهره‌برداری از یک ایده جدید تأسیس می‌کند، کارآفرین سازمانی فضای جدیدی در سازمانی که در آن کار می‌کند برای تقویت ایده رشد و توسعه فراهم می‌کند. درعمل این کار او به معنی تمایل به ریسک‌پذیری

وظیفه این مرکز در حوزه آموزش، پرورش و ترویج مشارکت است. در حوزه آموزش که مخاطبان آن استادان و دانشجویان دانشگاه‌ها هستند به دانشجویان چگونگی ورود به بازار کار و تأسیس شرکت بعد از فارغ‌التحصیلی آموزش داده می‌شود، تئوری عمل و بازدید، فرآیندهای این یادگیری است. همچنین در حوزه پژوهش، حدود ده طرح، چهار نرم افزار و سایت کارآفرینی طراحی شده است. [۱۶]

مطالعه و طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی برای متقاضیان در مرحله احداث صنایع کوچک و متوسط، مطالعه و بررسی دوپست کارآفرین برتر کشور، تدوین استراتژی جامع کارآفرینی دانشگاه‌ها و انجام مطالعه و بررسی زمینه‌ها و موانع اجتماعی و فرهنگی توسعه کارآفرینی در ایران نیز از طرح‌های در دست اجرای این مرکز است. برگزاری کلاس‌های کوتاه‌مدت و سخنرانی نیز از فعالیت‌های حوزه ترویج و مشارکت به‌شمار می‌رود.

تدوین آئین‌نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور [۱۷]

در برنامه پنج ساله سوم توسعه بر کارآفرینی و کارآمدی دانشجویان و دانش‌آموختگان از طریق تحول در برنامه‌ها و شیوه‌های آموزشی تأکید شده است. لذا به منظور توسعه و ارتقای سطح کارآفرینی خصوصاً ابعاد آموزشی و پرورشی دانشجویان و دانش‌آموختگان مقاطع مختلف تحصیلی و فراهم آمدن مشارکت هرچه بیشتر دانشگاهیان در توسعه کشور آیین‌نامه طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور که به اختصار «کاراد» نامیده می‌شود، تهیه و در دانشگاه‌های کشور اجرا می‌گردد.

یادداشتها:

- ۱- Entrepreneurship
- ۲- کاراد آئین نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور است که وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در جهت توسعه و ارتقای سطح کارآفرینی فارغ التحصیلان در ۷ ماده و ۸ تبصره در سال ۱۳۸۱ به تصویب رساند.
- ۳- کارآفرینی Entrepreneurship به رغم اینکه دربرگیرنده هر دو مقوله است نباید با Self Employment (خوداشتغالی) و Jobcreating (ایجاد کار) اشتباه گرفته شود.

- 4- Richard Cantillon
- 5- Jean- Baptiste – Say (1767- 1832)
- 6- Schumpeter
- 7- Innovation
- 8- Invention

۹- برگرفته از پایگاه های رایانه ای در شبکه اینترنت تحت عنوان:

- WWW- Familg Business Magazine. Com
 WWW- Master. High Fon. Schools Studies.nl
 10- Pinchot
 11 – The Venture School
 12- Deviant
 13- Individual Compitines
 14- Integrated Approaches

۱۵- ان الله لا یغیر ما بقوم حتی ینفروا ما بانفسهم. قرآن کریم . سوره رعد، آیه ۱۱.

۱۶- برگرفته از پایگاه های رایانه ای در شبکه اینترنت تحت عنوان

[WWW.Faser. Cim Geog.Leog/ Leeds. Ac.M](http://WWW.Faser.Cim Geog.Leog/ Leeds. Ac.M)

شرح کلید واژه ها

- کارآفرین Entrepreneur

کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را بپذیرد، و آن را سازماندهی و اداره کند. یکی از معانی شاخص این تعریف پذیرش ریسک (خطر) است.

- کارآفرینی Entrepreneurship

به فرآیند و عمل شخص کارآفرین، کارآفرینی گفته می شود، ویژگی برجسته کارآفرینی نوآوری و خلاقیت است.

- کارآفرین سازمانی Intrapreneur

روندی است که در آن نوآوری ها، محصولات و خدمات نو، از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به منصه ظهور می رسد. به عبارت دیگر در کارآفرینی سازمانی، فعالیت های کارآفرینانه طی فرآیند تحقیق و توسعه و با برخورداری از منابع و فعالیت های سازمانی، با هدف نوآوری، به نتایج نوآورانه منتهی می شود.

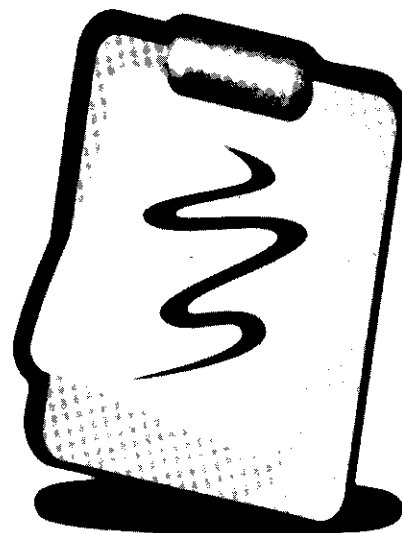
کارآفرین سازمانی نقطه مقابل کارآفرین مستقل *Entrepreneurs* است و تفاوت عمده این دو در ریسک پذیری و خودمختاری است که در کارآفرین سازمانی ریسک پذیری و خودمختاری بعد محدودتری را دارد. عنصر کلیدی کارآفرینی سازمانی نوآوری است.

و تغییر در سازمان است. با توجه به اهمیت و ضرورت کارآفرینی و نقش آن در جامعه به این نتیجه می رسیم که کارآفرینی در توسعه نیز نقش حیاتی و مؤثر دارد. بهره گیری از نقش مدل های کارآفرینی در توسعه برخی کشورها مفید است ولی کافی نیست و باید با توجه به نیازهای جامعه خود کارآفرین تربیت کنیم.

با نگاهی به آمار آموزش عالی و با توجه به افزایش نرخ بیکاری، اهمیت کارآفرین بیشتر احساس می شود. امروزه در آستانه قرن بیست و یکم مهمترین دغدغه آموزش عالی بهره گیری فارغ التحصیلان از «دانش کار آمد» یا کارآفرینی است. و با بهره گیری از توان فارغ التحصیلان به همراه برنامه ریزی های مناسب می توان در حل معضل بیکاری گام های مؤثری برداشت. بی شک برنامه ها و سیاست های حمایتی دولت برای توسعه کارآفرینی از اهمیت ویژه ای برخوردار است در حال حاضر با ایجاد مرکز کارآفرینی، تصویب آئین نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاه های کشور، برخی سیاست های حمایتی دولت اعمال شده اند.

توجه به استراتژی های مختلف ایجاد روحیه کارآفرینی در اشخاص و سازمان ها، توجه به کشورهای چون ژاپن، چین، مالزی، مطالعه زندگی نامه کارآفرینان برجسته همگی در پرورش و توسعه کارآفرینی نقش عمده ای ایفا می کنند. [۱۹]

بر این اساس مهمترین، کمیاب ترین و اساسی ترین سرمایه یک جامعه و سازمان «کارآفرینان» و «مدیران کارآفرین» آن جامعه یا سازمان هستند.



نوآوری و خلاقیت Innovation and Creativity

نوآوری و خلاقیت دو ویژگی بسیار مهم کارآفرینی به شمار می‌روند و به ایده‌های جدید و راهکارهای نو که در توسعه فرآیند اقتصادی مؤثر واقع می‌شوند اطلاق می‌شود.

نوآوری و خلاقیت می‌تواند در اشکال مختلفی چون نوآوری در فرآیند و روش‌ها، نوآوری در محصولات یا خدمات و نوآوری در انجام امور ظاهر شود.

توسعه Development

توسعه عبارت از فرایندی است که با دربرگرفتن مشارکت مردم از طریق برنامه‌های مدون و پرداختن به جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی، کیفیت زندگی اکثریت افراد جامعه بهبود می‌یابد و رفاه عمومی حاصل می‌شود.

راهکارهای تربیت کارآفرین Strategy of Entrepreneurs Training

به مجموعه برنامه‌های آموزشی اطلاق می‌گردد که برای تربیت کارآفرینان در گروه‌های متفاوت ارائه می‌گردد. برای مثال برنامه‌های آموزشی تربیت کارآفرین در خانواده، شرکت‌های کوچک و بزرگ و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی رامی‌توان نام برد.

ایجاد کار (اشتغال) - بیکاری: Jobcreating & Jobless

یکی از نتایج موردانتظار در فرآیند کارآفرین ایجاد کار و حل معضل بیکاری است.

منابع و مأخذ:

[1]- صمد آقای، جلیل. «از کارآفرینی تا جان‌آفرینی» مجله کار و جامعه، آبان ۱۳۷۱، ش ۲۷، ص ۱۵.
 [2]- Cunningham J.B. and Lischeron, J. (1991) "Defining Entrepreneurship" Journal of Small Business Management, 1, 45-47.
 [3]- Stevenson, H. H. and Jaarillo, J.C (1990) "A paradigm of Entrepreneurship, Entrepreneurial Management", Strategic Management Journal, 11; 17- 27.
 [4]- عابدی، رحیم. نقش کارآفرینان در تحول خلاق سازمان‌های اداری» مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ارومیه، دوره اول، پائیز ۱۳۸۰، شماره ۱.

www.familybusinessmagazine.com. www.masterhighfon.schools.studies.nl

[5]- رضائیان، علی. «اصول مدیریت بازرگانی» انتشارات سمت. تهران، ۱۳۶۹، ص ۳۲.

[6]- Robbins S. P. and Decenzo .A . 1995, "Fundamentals of Management", Prentice - Hal, International Editions, P.35

[7]- بزرگسراه، عبدالسلام. «راهکارهای اساسی تربیت کارآفرین» ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی **تعاون**، ش ۱۳۵، پیاپی ۲۴۴، آذرماه ۸۱. ص ۳۹.

[8]- صدری، عباس و آیت‌اللهی محمد. «کارآفرینی»، کتاب نظام جدید آموزش متوسطه، شاخه کار و دانش تهران شرکت چاپ و نشر کتابهای درس ایران ۱۳۸۱.

[9]- Szilagy, A.D and Wallace, M.J. 1987, "Entrepreneurship".

[10]- www.faser.com. www.geog.leeds.ac.uk

[۱۱]- فقیه. نظام‌الدین. «فرآیند تحقیق و توسعه در روند کارآفرینی سازمانی» **اطلاعات سیاسی - اقتصادی** - سال هفدهم، ش سوم و چهارم - آذر و دی ماه ۱۳۸۱.

[۱۲]- رحمتی، ستار. «ایجاد راهکارهای مناسب اشتغال از طریق تعاون برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی» **ماهنامه اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی تعاون**. شماره ۱۳۳، پیاپی ۲۲۲، مهر ماه ۸۱، ص ۵۵.

[۱۳]- افشاری، زهرا. «بررسی اثر تحصیلات عالی - تجربه بر دریافت‌های شاغلان در بخش خصوصی - دولتی» در ایران با استفاده از مدل مینسره، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۳، سال ششم، شماره مسلسل ۱۷ ص ۶۳.

[۱۴]- فراستخواه، مقصود. «آموزش عالی در آستانه قرن بیست‌ویکم» گزارش از کنفرانس جهانی آموزش عالی (۱۹۹۸ - فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۳، سال ششم، شماره مسلسل ۱۷، پائیز ۱۳۷۷).

[۱۵]- گزارش «موجی ویرانگر یا موهبتی توسعه بخش» برگرفته از خبرنامه تحقیقات و فناوری. شماره ۱۲، پائیز ۱۳۸۱ ص ۵.

[۱۶]- الفت، لعیا. «جهت‌گیری شغلی، چگونه؟» مجله فرهنگ و پژوهش شماره پیاپی ۱۰۲، دی ماه ۱۳۸۱. ص ۱۸.

[۱۷]- سعادتی - لیل. «کارآفرینی موتور توسعه» گفت‌وگو با رئیس مرکز کارآفرینی، مجله فرهنگ و پژوهش، شماره پیاپی ۱۰۴، بهمن ماه ۱۳۸۱ ص ۱۳.

[۱۸]- «ماهنامه فرهنگی و خبری روابط عمومی دانشگاه اصفهان»، پیام دانشگاه، شماره ۴۳ و ۴۴ - مهر و آبان ماه ۱۳۸۱، ص ۷.

[19]- Dunham, R.B. and Pierce, J.L. (1989) "Management", Scott Foresman & company, p. 838