

Entrepreneur



مجله کار آفرینی



مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۲۴ تهران

تاریخچه کار آفرینی

تعریف کار آفرینی

ضرورت توسعه کار آفرینی

سابقه کار آفرینی در جهان

سابقه کار آفرینی در ایران

چالش های کار آفرینی در ایران

کار آفرینی صرف تا عمل

نقش دانشگاه ها در کار آفرینی

تاثیر محیط بر فعالیت های کار آفرینانه

سرگذشت زندگی یک کار آفرین

مدیر اجرایی: دکتر حمید حسین لو

هیئت تحریریه: اعظم اسلامی، معصومه

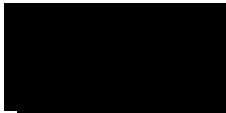
جهانگیری صفت، احمد رنجبر

طراحی جلد و صفحه آرایی: آمنه سبزعلی

دبیر اجرایی: تارا امیری

با تشکر از دکتر حسین گوهری

آنست که تغییر و تحولات سریع علم و فن آوری در سال های اخیر، کشورهای جهان را با چالش هایی نظیر نرخ بالای بیکاری بویژه درمیان فارغ التحصیلان دانشگاهی از یک سو و نرخ پایین بهره وری نیروی کار از سوی دیگر روبرو ساخته است. این موضوع مبین این حقیقت است که مدل های سنتی رشد اقتصادی که مبتنی بر عوامل فیزیکی تولید هستند، نمی توانند منجر به اشتغالزایی شده و خدمات، محصولات و یا فرآیندهای بدیعی را ایجاد نموده و پاسخگوی تقاضای بالای بازارهای نوین باشند. براین اساس در نظام های اقتصادی توسعه یافته نوآوران و صاحبان فکر و ایده سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل توسعه پایدار محسوب می شوند. مطالعات متعدد نشان می دهد که سطح فعالیت های کارآفرینانه در یک جامعه در صورتی افزایش خواهد یافت که افراد، انگیزه، دانش و توانایی های لازم را برای شروع یک کسب و کار نوآورانه داشته باشند و با شناسایی فرصت ها، امکانات و محدودیت های موجود، تعاملی پویا بین بازیگران مختلف اقتصادی ایجاد کرده و در تخصیص بهینه منابع در اقتصاد کشورها مؤثر واقع شوند. در این زمینه دولت ها می توانند با خط مشی گذاری دقیق، عوامل بازدارنده در ورود به کسب و کار جدید را (اعم از موانع اقتصادی، سیستم



دستیابی به رشد و رونق اقتصادی در شرایط رقابتی عصر حاضر، بدون ایجاد محیط مساعد برای ظهور و رشد کسب و کارهای کارآفرینانه و نوآور امکانپذیر نمی باشد. کارآفرینی موتور رشد اقتصادی است که بدون آن رشد بهره وری و خلق مشاغل جدید بسیار دشوار خواهد بود. شواهد حاکی از



در دنیای درحال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازد. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آن ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند.

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف

های نظارتی و قوانین و مقررات) کاهش داده و یا حذف نمایند. این درحالی است که در ایران، علی رغم تأکید سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی و سیاست های کلی اشتغال مبنی بر تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد کارآفرینی و ترویج فرهنگ تولید و کارآفرینی، توجه به مقوله کارآفرینی در سایه ساختار نهادی معیوب، ضعف های آشکار محیط کسب و کار و زیرساخت های ناکافی همچنان مغفول مانده است. در شرایط فعلی به دلایل متعددی مانند ترکیب جمعیتی جوان کشور و بیکاری که به یک معضل بزرگ اقتصادی - اجتماعی تبدیل شده است، توسعه کارآفرینی و بسترسازی برای آن می تواند درزمینه رفع این معضل راهگشا باشد. براین اساس در سال های اخیر این موضوع مورد توجه سیاستگذاران قرار گرفته است. تصویب قوانین و مقررات، ایجاد رشته های کارآفرینی و مراکز کارآفرینی و رشد در دانشگاه ها از جمله فعالیت هایی است که در این خصوص انجام شده است. با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینان در مراحل مختلف توسعه، سیاستگذاری در حوزه کارآفرینی، از جنبه تئوریک نیاز به یک مبنای دقیق دارد تا بتوان به ایجاد یک اقتصاد کارآفرینانه با کارآفرینان بیشتر و دستیابی به هدف های تعیین شده در کشور کمک کرد.

کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست.



اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشا تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و از آنها نیز به عنوان قهرمانان ملی یاد می شود. چرخهای توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی بیست سال (1980 - 1960) در یکی از کشورهای جهان سوم (هند) تنها 500 موسسه کارآفرینی شروع به کار کرده اند و حتی بسیاری از شرکتهای بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده اند.

امروزه نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود و محور هر نوع توسعه مطرح می باشد. در این بین کارآفرینان به طور خاص دارای نقشی موثرتر در

ایفا می کنند. تجارب کشورهایمانند ژاپن، کره جنوبی، مالزی و هند آکنده از فعالیتهای چشمگیر کارآفرینانی بوده است که امروز به توسعه یافتگی کشور خود می بالند. باید توجه داشت که کارآفرینان تنها به ایجاد فرصتهای شغلی جدید نمی پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم دست به تخریب خلاق می زنند تا از دل ویرانه های کهن بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند.

با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست یاری از هر سوایی می طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهم تر از همه تربیت افراد (به ویژه تحصیلکردگان) کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع درحال توسعه ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصتهای شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می شوند سیاستگذاران و تصمیم سازان

فرآیند توسعه اقتصادی اند. تحقیقات نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرینان در یک کشور همبستگی مثبت وجود دارد. زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرکهای تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است.

آموزش و پرورش کارآفرینان سازمانی نیازمند یک متدولوژی آموزشی اجرایی برای همکاری تنگاتنگ بین صنعت و دانشگاه جهت مواجهه با فشارهای شدید اجتماعی حاصل از رشد سریع فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص در جهان امروز است. در این روش که عنوان کارآفرینی یافته، انسانها به گونه ای پرورش می یابند که خود در جهت خلق کار قدم بردارند. مشاهدات حاصل از اعمال این متدولوژی به صورت موردی در قالب مأموریت اجتماعی، اهداف، مقصد مشخص، و نیز فعالیتهای مترتب آن منعکس گردیده اند.

کارآفرینی، واژه ای است نو که از معنی کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار می رود که در اصل از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف

واژه نامه وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می شود یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. بعضی از دانشمندان نظیر شومپتر، کارآفرین را مهمترین عامل توسعه اقتصادی دانسته اند. وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه، و وسعت دید، فرصتهای طلایی می آفریند. او قادر است که با نوآوریها تحول ایجاد کند و یک شرکت زیان ده را به سوددهی برساند.

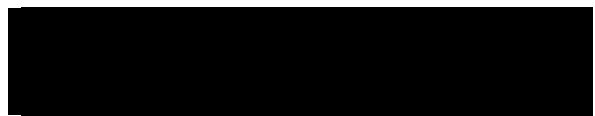
سیر تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می دهد که کارآفرینی در نظریه های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت یا موجد ارزش اقتصادی شناخته و از قرن پانزدهم تاکنون در کانون بحث مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. اما سابقه مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی به دوپست سال پیش برمی گردد. اولین کسی که این مسئله را مطرح کرد فردی به نام کانتیلون است. این واژه دستخوش تعاریف جدید شده و ترجمه آن در ایران به معنای همان کسی است که زیربار تعهد می رود. امروزه بسیاری از شرکتها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده اند.

می توان گفت در واقع، هنوز هم تعریف کامل و جامع که مورد پذیرش همه ی صاحب نظران قرار

گیرد از واژه کارآفرینی ارائه نشده است ، لیکن در این بین تئوری و تعاریف اقتصاددان مشهور اتریشی به نام جوزف شومپیتر از کارآفرینی و نقش کارآفرینان در فرآیند توسعه؛ مورد توافق و ارجاع اکثر محققین در این زمینه است . بر طبق نظریه کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه می باشد و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد. شومپیتر مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» می دانست و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف کرد. وی در کتاب «نظریه اقتصاد پویا» اشاره می کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می گردد و این ها مشخصه ی یک اقتصاد سالم هستند.

تحولات و دگرگونی نظام های اجتماعی- اقتصادی عصر حاضر، منجر به تغییر در عوامل توسعه شده است. امروزه وجود منابع طبیعی، ذخایر زیرزمینی و نظام سیاسی و اجتماعی خاص از عوامل توسعه محسوب نمی شوند و عامل اصلی توسعه قدرت، ابتکار و تکاپوی سازنده در زمینه های مختلف است. در این میان کارآفرینی پدیده ای است که با خلاقیت، جسارت و بهره گیری به موقع از فرصت ها منابع بالقوه اقتصادی را بالفعل نموده و بهره وری را افزایش 4می دهد. آمارها نشان می دهد، که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای درحال توسعه عمدتاً به دلیل عدم توجه به بسترهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی توسعه کارآفرینی است. از اینرو، برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در یک جامعه مستلزم ایجاد و توسعه زمینه های آن با هدف افزایش گرایش افراد به شروع کسب و کار کارآفرینانه است .

طالعه وضعیت اقتصادی- اجتماعی ایران نشان می دهد علی رغم وجود ظرفیت های بالقوه کارآفرینی و نیروی انسانی کارآمد، کشور همچنان با معضلاتی چون اقتصاد دولتی و تک محصولی، نرخ پایین سرمایه گذاری، اشتغال ناپایدار و بیکاری گسترده جوانان روبرو است. با توجه به نقش تاثیرگذار کارآفرینی در آبادانی و پیشرفت جامعه، تنها راه



که دست اندرکار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است.

کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های خود تشریح کرده اند. ژوزف شومپیتر با ارائه نظریه توسعه اقتصادی خود در سال 1934 که همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را «پدر کارآفرینی» لقب داده اند. از نظر وی «کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است» و نقش کارآفرینی عبارت است از «نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد». همچنین کارآفرینی از سوی روان شناسان و جامعه شناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی ها و الگوهای رفتاری آنها با بررسی و تحقیق در خصوص آنان مورد توجه قرار گرفته است.

برون رفت از این شرایط استراتژی توسعه کارآفرینی است. هرچند شواهد حاکی از آنست که جهت گیری برنامه های توسعه پنج ساله به سمت توسعه کارآفرینی است، لیکن شرایط حال حاضر کشور نشاندهنده عدم هماهنگی بین اقدامات و برنامه ها است. لذا به منظور دستیابی به اهداف سند چشم انداز 20 ساله کشور، استراتژی توسعه، ترویج و آموزش کارآفرینی باید محور اصلی برنامه های توسعه قرار گیرد.



در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در کار مأموریت نظامی بودند کارآفرین می خواندند و پس از آن نیز برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیت هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال 1700 میلادی به بعد درباره پیمانکاران دولت

به طور کلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق، سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می توان به پنج دوره تقسیم نمود:

دوره اول (قرون 15 و 16 میلادی)؛ در این دوره به صاحبان پروژه های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه ها همانند ساخت کلیسا، قلعه ها، تأسیسات نظامی و ... از سوی دولت های محلی به آنها واگذار گردید. کارآفرین اطلاق می شد، در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.

دوره دوم (قرن 17 میلادی)؛ این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره پذیری به کارآفرینی اضافه شد کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان ، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می باشد.

دوره سوم (قرون 18 و 19 میلادی)؛ در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می کند، بین کارآفرین و تأمین کننده سرمایه (سرمایه گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.

دوره چهارم (دهه های میانی قرن بیستم میلادی)؛ در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

دوره پنجم (از اواخر دهه 1970 تاکنون)؛ در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازوکار، جلب توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چند جانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روان شناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده اند.

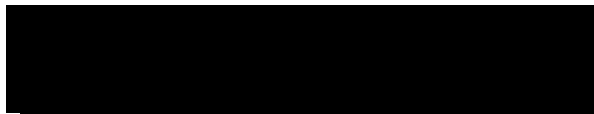
تا دهه 1980 سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است:

موج اول؛ انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکتهای آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی

و شیوه های سریع پولدار شدن می باشد. این موج از اواسط دهه 1950 شروع می شود.

موج دوم؛ این موج که شروع آن از دهه 1960 بوده شامل ارائه رشته های آموزش کارآفرینی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه ها به سایر رشته ها نیز تسری یافته است.

موج سوم؛ این موج شامل افزایش علاقمندی دولتها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاههای کوچک، تشویق رشد شرکت های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری های صنعتی می شود که از اواخر دهه 1970 آغاز شده است.



هر چند موضوع و بحث کارآفرینی قدمتی حدوداً 300 ساله دارد ولی شاید برای اولین بار در ایران حدود 100 سال پیش بود که زمزمه های کارآفرینی برای اولین بار به گوش رسید. متأسفانه در ایران به دلیل تسلط دولت بر امور جاری متولی و کارفرمای اصلی برای اغلب صنایع و شرکت های بزرگ همچنان دولت محسوب می شود و این دقیقاً بر خلاف رویکرد اغلب کشورهای توسعه یافته و پیشرفته است که بخش خصوصی با

اختیارات فراوان صاحب صنعت و تکنولوژی محسوب می شود.

یکی از دلایل رشد بیکاری در جوامع کمتر توسعه یافته نبود ایده و خلاقیت در سطح سازمانها و شرکتها است. در ایران تسلط دولت بر امور شرکتها خلاقیت و رقابت را از سطح جامعه ربوده است. جامعه کمتر در خود نیاز به رقابت می بیند و بیشتر دانشجویان و فارغ التحصیلان جامعه تنها به دنبال یافتن یک کار ثابت و بدون دردسر در شرکتی دولتی هستند. هر چند تحصیلات دانشگاهی و دبیرستانی نیز در ایران متأسفانه به نحوی برنامه ریزی و تدریس نمی شود تا دانش آموزان و دانشجویان ما با خودباوری و توانایی لازم برای ایجاد یک کسب و کار نوین و خلاقانه وارد بازار کار شوند.

چیزی که به شدت در جامعه به آن نیاز داریم قشر تحصیل کرده و کاردانی است که از فرصت های به شدت زیاد و منابع اولیه و پتانسیل های موجود در بازار ایران بتوانند انواع کارآفرینی ها و راه های جدید را بوجود بیاورند. به عقیده ی بسیاری از سازمان های بین المللی مانند بانک جهانی، سازمان توسعه و مشارکت اجتماعی، سازمان ملل متحد و... تنها دولت ها هستند که می توانند با تغییر ایدئولوژی های

تحصیلی و حمایت از ایده‌ها و کارآفرینان فرصت-های مرده را به جریان و رگ جامعه تزریق نموده و مشکلاتی مانند بیکاری را کنترل و ریشه کن بکنند.

ایران نیز بخصوص در برنامه‌های توسعه‌ی سوم و چهارم رویکرد تازه‌ای به موضوع کارآفرینی داشته و تنها راه برون رفت از بیکاری و نگرش رو به رشد اقتصادی را حمایت از کارآفرینی و کارآفرینان دانسته است. در برنامه‌ی سوم توسعه به موضوع توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌ها و ایجاد روحیه و توان کارآفرینی در دانشجویان پرداخته شده است. این طرح در تلاش است تا روحیه‌ی کارآفرینی در دانشجویان را تقویت کند. همچنین ساخت مؤسسات مختلفی مانند مراکز کارآفرینی، پارک‌های مختلف علوم و فناوری و شرکت‌های دانش بنیان در همین راستا به وجود آمدند تا بتوانند ایده‌های مختلف کارآفرینی را تقویت و حمایت کنند. برنامه‌ی چهارم توسعه اما رویکردهای قبلی را حفظ و توسعه‌ی کارآفرینی را از طریق آموزش و حمایت-های متنوع بصورت مستقیم و غیر مستقیم در دستور کار داشت.

در حال حاضر مراکز توسعه‌ی کارآفرینی و نوآوری در 106 شعبه‌ی دانشگاهی، 22 پارک علوم و فناوری و شرکت‌های دانش بنیان زیادی به وجود

آمده‌اند که با ارائه‌ی دانش لازم به دانشجویان و یا استفاده از آموزش‌ها و تخصص‌های آموخته شده در تلاش هستند تا این ایده‌ها و فرصت‌ها را به کسب و کارهای تازه مبدل نمایند و خوشبختانه روند ایجاد کارآفرینی در ایران در سال‌های گذشته روند مثبتی بوده است.

هر چند همچنان شرایط ثبات بازار کار و پیچیدگی شرایط قانونی کار و غیر قابل پیش بینی بودن شرایط همچنان اجازه‌ی رشد و خودنمایی بیشتر را به کارآفرینی نداده و شاید بسیاری از پروژه-های کارآفرینی ناموفق به دلیل رکود جامعه و بازار اتفاق می‌افتند.

شرایط دانشگاهی و آموزشگاهی و نخبه‌پروری ما در حوزه‌ی کارآفرینی باید اعتماد به نفس و استقلال بیشتر و اتکا به توان داخلی را بیشتر در دانشجویان تقویت کند. دانشجو باید شرایط جامعه را بداند و نسبت به موضع جامعه و شرایط حاکم بر صنعت و اقتصاد جامعه بتواند مشکلات خود را مرتفع نماید تا موفقیت خود را در کارآفرینی تضمین کند. دانشجو کارآفرینی باید بتواند بدون نیاز به استفاده از شرایط اقتصاد روان و سالم بتواند با به کارگیری کمترین فرصت‌ها بهترین شرایط را برای خود به

وجود بیاورد و از قدرت رقابتی بسیار زیادی بهره‌مند شود.

اما در کنار همه‌ی این موضوعات در ایران برخی از چالش‌ها و نگرانی‌هایی وجود دارد که شاید این موضوع برای کارآفرینی در سایر کشورها اصلاً به عنوان معضل مطرح نباشد. بنابراین دانشجو و کارآفرین داخلی باید بداند شرایط او برای رقابت در ایران بسیار دشوارتر از شرایط یک کارآفرین اروپایی و یا آمریکایی است.

چالش‌هایی که باید نام آن‌ها را سنگ‌های مسیر یک کارآفرین تشبیه کرد. اما این چالش‌ها و مشلات چه چیزهایی هستند؟

خواهان ورود به تحصیلات عالی است به خوبی توانایی حضور در بازار کار را دارد و تنها به جهت توسعه‌ی دانش و توانایی خود به تحصیلات ادامه می‌دهد. در حالی که در ایران تمام نگرانی دانش‌آموزان موفقیت در کنکور است که همه‌ی تمرکز آن بر علوم غیر عملی و مهارت‌های علمی و کتابی دانش‌آموزان است. حتی دانشجو در زمان تحصیل در دانشگاه هم اغلب توانایی لازم را به دست نمی‌آورد و پس از ورود به بازار کار تازه باید از ابتدا دوباره آموزش ببیند. حتی این موضوع قبلاً شرایط بدتری داشت چرا که دانشجویان فارغ از علاقه و تخصص نسبی خود و صرفاً برای حضور در دانشگاه در رشته‌هایی تحصیل کرده‌اند که اغلب اصلاً علاقه‌ای به آن ندارند.

منابع درسی؛

معضل دیگر دانشگاه‌ها و مراکز تحصیلات عالی ما نبود شناخت بر منابع تحصیلی است. متأسفانه دانشجو باید کتاب‌ها و منابعی را مطالعه نماید که بسیاری از آن‌ها حتی یک بار هم در طول زندگی کاری او، کارایی نخواهد داشت. در حالی که پرورش کارآفرین باید با منابع تحقیق شده و کاربردی باشد. منابعی که شخصیت و مهارت دانشجو را به مراتب بالا ببرد، اعتماد به نفس را در آن‌ها افزایش دهد،

تعداد دانشجویان؛

متأسفانه تعداد دانشجویان در ایران هر روز بیشتر شده و تعداد افرادی که خواهان ورود به بازار کار هستند و این زیاد بودن تعداد دانشجویان متأسفانه بر روند آموزش نیز تأثیر منفی داشته و کیفیت آن را کاهش داده است. دانشجویان ما باید از ابتدا مسیر خود را درست کنند. بسیاری از کشورهای توسعه یافته سطوح ابتدایی و راهنمایی خود را تقویت کرده‌اند به شکلی که دانشجو در زمانی که

فرصت‌ها و تهدیدها و شناخت آن‌ها را به دانشجوی آموزش دهد و... در کل باید منابع درسی روحیه و توان کارآفرینی را در دانشجو تقویت کند. اینکه پس از 4 تا 6 سال تحصیل دانشجو در کلاس‌های آموزش آزاد و با دیدگاه یافتن مهارتی خارج از حیطه‌ی درسی خود به دنبال کاری تازه باشد مشکل منابع درسی ما را بیان می‌کند.



معلم‌ها و اساتید دانشگاهی؛

چند نفر از مدرسان ما دارای مقاله‌ها، کتاب‌ها و بخصوص تجربه و تخصص کارآفرینی در ایران هستند؟ کدام یک از مدرسینی که قرار است دانشجوی کارآفرینی به بازار کار معرفی نمایند خودشان مستقیم با معضلات جامعه و شرایط اقتصادی و رقابتی جامعه درگیر بوده‌اند؟ باید پذیرفت که سطح دانش و تخصص برخی از اساتید دانشگاهی حتی در مرحله‌ای نیست که بتواند خودشان را برای شرایط کاری غیر تحصیلی آماده نگه دارد. اساتید دانشگاهی موفق البته در ایران کم

نیستند. ما در بسیاری از دانشگاه‌ها اساتیدی را می‌شناسیم که نه تنها مشکلات جامعه را درک کرده‌اند بلکه خودشان بارها به عنوان کارآفرین و در نقش آن در جامعه حضور داشته‌اند. بسیاری از کارآفرینان و متخصصین کارآفرینی ایران به دلیل تلاش اساتید خبره و توانای ایرانی موفق بوده‌اند اما تعداد این اساتید واقعاً کم است.

از طرفی مشکلات درآمد اساتید و معلمان، عدم توفیق بین اساتید و معلمان برتر با اساتید و معلمان ضعیف، نبود امکانات آموزشی کافی، دانشجویان بی‌انگیزه و بی‌علاقه و... نیز واقعا شرایط تدریس را مشکل کرده است.



امکانات و فناوری‌های آموزشی؛

یکی از نیازهای اساسی آموزش کارآفرینی در همه‌ی جوامع استفاده از فناوری‌ها و تکنولوژی‌های پیشرفته‌ی آموزشی است. وقتی دانشگاه و مرکز آموزش عالی در بسیاری از مناطق ما از امکانات

فرصت‌ها و شرایط را مهیا نماید تا کارآفرین با طراحی ایده‌ی مناسب در تلاش برای حل مشکلات شناخته شده و فرصت‌های موجود بتواند ضمن کارآفرینی در حوزه‌ی تعیین شده و رفع مشکل به کمک اقتصاد کشور هم بیاید.

به غیر از موارد فوق باید موضوعات دیگر را هم به چالش‌های کارآفرینی در کشور عزیزمان ایران اضافه کنیم. موضوعاتی مانند بیکاری، نبود سرمایه کافی برای راه‌اندازی کسب و کار و یا سرمایه‌گذاری نادرست بر روی ایده‌های جدید، مقررات و ضوابط دست و پا گیر، فاصله‌ی صنعت ما با تحصیلات دانشگاهی، تبعیض‌های شغلی، مدیریت نادرست اداری و وجود افراد نالایق در صنایع و شرکت‌ها، سازماندهی و زیر ساخت‌های اداری مناسب، ضعف در فرهنگ کارآفرینی و

خوشبختانه تلاش چند ساله‌ی اخیر دولت برای برون رفت از این شرایط تا حدود زیادی توانسته مشکلات آموزشی را مرتفع نماید هر چند هنوز فاصله‌ی زیادی داریم. از طرفی هم دیدگاه مردم به تولیدات داخلی عوض شده و فرهنگ کارآفرینی و ایجاد کسب و کار تازه در حال رشد است. در نتیجه می‌توان به آینده‌ی کارآفرینی در ایران بسیار خوش‌بین بود.

اولیه‌ی دانشگاهی برخوردار نیست، نمی‌توان انتظار داشت تا کارآفرینی در ایران موفقیت زیادی به دست بیاورد. مشکلاتی مانند زیر ساخت‌های ضعیف بسترهای اینترنتی، نبود رایانه و تجهیزات به روز تحصیلی، نبود کارشناسان توانا برای ایجاد منابع تحصیلی رایانه‌ای، خدمات ارتباطی ضعیف، ضعف شناخت زبان انگلیسی، اطلاعات قدیمی و نامعتبر بازار کار و ...

تحقیق و توسعه؛

اساس و پایه‌ی بسیاری از فرصت‌های کارآفرینی نه تنها در بین دانشجویان و دانش‌آموزان بلکه در همه‌ی صنایع و خدمات و تولیدی‌ها، در تمامی کشورهای توسعه یافته وجود تحقیق و توسعه است. ما در ایران بخصوص در حوزه‌های کارآفرینی، تحقیقات نداریم و اگر هم باشد بسیار ضعیف است. در حالی که شناخت فرصت‌های جدید تنها در سایه‌ی تحقیقات میدانی و علمی بسیار دقیق است. باید یک کارآفرین بداند چه فرصت‌ها و موقعیت‌هایی دارد. در کدام نقاط ضعف وجود دارد، کدام صنایع به چه مواردی نیاز دارند، اکثر واردات کشور در چه حوزه‌ای و برای تأمین آن در داخل مشکلات چیست، نیازهای خرد و کلان هر صنعت و خدمتی چیست و این وظیفه‌ی تحقیقات است که این

وجود دارد که نیازمند حمایت مرکز سرمایه گذاری و تلاش های کارآفرینانه است و جالب اینکه کارآفرینی در حوزه اطلاعات، بسیار راحت تر و عملی تر از کارآفرینی در سایر حوزه ها است.



انگیزه های موثر در کارآفرینی شامل نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهمتر از همه نیازمند به احساس مفید بودن و استقلال طلبی است. کارآفرینی افراد را قادر می سازد یک فعالیت جدید را شروع کنند یا با قدرت و به طور ناباورانه فعالیت موجود را توسعه دهند. کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. اما در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با اشتغالزایی (آنهم در حد شعار) مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می رویم. بنابراین نوآوری در هر یک از زمینه های ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید،

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entrepreneurs** به معنای متعهد شدن نشأت گرفته که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید، به ایجاد کسب و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور مبادرت می ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می شود. بنابراین کارآفرینان عوامل تغییر و تحولی هستند که گاهی موجب پیشرفت های حیرت انگیز نیز شده اند. آنان موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه هستند. بنابراین کارآفرینی فرآیند نوآوری و بهره گیری از فرصت ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی و اجتماعی است که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می پذیرد. با کارآفرینی است که نیازها شناخته شده و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل می شود. کشورهای صنعتی به این دلیل پیشرفته اند که در فناوری اطلاعات پیشتاز بوده اند و توسط آن، هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته و هم تبدیل به قدرت شده اند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف سخت افزار، نرم افزار، اطلاعات و ارتباطات قابل انجام است. در هریک از این سطوح، فرصت های بسیاری برای کارآفرینی

یافتن منابع جدید، ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت، کارآفرینی محسوب می شود . کارآفرین واقعی فردی است که تخصص وی تصمیم گیری عقلانی و منطقی در مورد ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می باشد. او که شرکتی را به منظور سود و رشد تأسیس نموده و آن را مدیریت کرده و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می کند . وی توانایی آن را دارد تا فرصت های کسب و کار را پیدا کرده و آنها را ارزیابی کند . منابع لازم را جمع آوری و از آنها بهره برداری نموده و سپس عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی ریزی نماید. خصوصیات یک کار آفرین را می توان در مواردی چون خود اتکایی، نیاز به انجام دادن کار و به دست آوردن نتیجه، استفاده از بهره وری، تحمل ریسک، نیاز به پیشرفت دائمی، توانایی بالا در کنترل خود داشتن، همواره به هدف نگاه کردن، دارای توانایی تشخیص اولویت ها، خوش بینی، شجاعت، قدرت تحمل بالا داشتن، دارای انگیزه داخلی بالا برای انجام کار . در زندگی کارآفرینانه هدف اصلی ارضای حس کنجکاو، تحقق بخشیدن آرمان ها، آزادسازی انرژی های ذهنی و تبدیل آن به ایده های عملی و نهایتاً خلق ارزش هاست. لذا در این زندگی همه چیز تحت الشعاع آرمان شخص قرار می گیرد تا فرد کارآفرین بتواند به قله آرزوهایش برسد . کارآفرین ایده ای را یافته و آن را تبدیل به فرصتی اقتصادی می کند . در فضای کسب و کار،

فرصت، فکر نویی است که قابلیت تجاری شدن دارد. آگاهی از محیط، بازار و نیازهای مشتری و نگرش کارآفرین او را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می دهد. سپس او یک طرح تجاری می نویسد که در آن مسائلی چون بازار محصول یا خدمت، مسائل حقوقی و قانونی شرکت، تامین سرمایه راه اندازی و رشد، سازماندهی و مدیریت کسب و کار را بررسی می نماید . در واقع کارآفرین مانند یک رهبر ارکستر وظیفه دارد که مهارت ها و توانایی های مختلف را در کنار هم جمع نماید و برنامه ای تدوین شده ارائه دهد . همان طور که صدا باید دلنشین باشد، طرح نهایی کارآفرین نیز باید زیبا باشد. دو رویکرد متفاوت به کارآفرینی وجود دارد. یکی رویکرد شخصیتی و دیگری رویکرد رفتاری. در رویکرد شخصیتی تمرکز بر کارآفرین و شناسایی ویژگی های فردی اوست. در واقع این رویکرد تقدم زمانی دارد. چرا که اول کارآفرینان وجود داشتند و بعد کارآفرینی به عنوان یک مفهوم مستقل به وجود آمد. در رویکرد رفتاری تکیه بر رفتارهای کارآفرین در فرآیند راه اندازی یک کسب و کار است. کارآفرین تنها یک «جز» از فرآیند کارآفرینی است. علاوه بر کارآفرینی فردی، در دهه های اخیر دو واژه کارآفرینی درون سازمانی و کارآفرینی شرکتی نیز در ادبیات کارآفرینی به میان آمده اند . علت رواج این مفاهیم، هماهنگی با تغییرات محیط اجتماعی و اقتصادی می باشد. کارآفرین درون

سازمانی ممکن است مبتکر یا مخترع باشد اما همیشه فردی است که می داند چگونه یک ایده را به واقعیتی سودآور تبدیل کند. کارآفرینی شرکتی شامل فعالیت های رسمی و غیررسمی است که با هدف ایجاد کسب و کار جدید، محصول و فرآیندهای جدید و توسعه بازار صورت می گیرد. فعالیت های کارآفرینانه شرکتی منجر به ایجاد کسب و کاری جدید در درون شرکت مادر می شوند. مطالعه اجمالی کشورهای دیگر نشان می دهد که بنیان کار آنها متکی بر اقتصاد آزاد است. از این رو با تقویت سازوکار بازار آزاد، یک رشته سیاست هایی را در پیش گرفته اند تا تولیدکنندگان خرد تقویت شوند، مانند اعطای وام و تسهیلات بانکی، ارائه خدمات مشاوره ای، پشتیبانی علمی و تکنولوژیک، آموزشی و همه این فعالیت ها از طریق یک سازمان واحد صورت می گیرد که مستقیم یا غیرمستقیم امور مزبور را تدارک می بینند. تصور بر این است که در ایران نیز می توان با برپایی یک سازمان واحد، نگاه های خرد و همچنین کسانی که با پذیرش ریسک می خواهند پیشتاز باشند، کارآفرینی را تقویت کرد. آموزش می تواند تنها یکی از وظایف این سازمان باشد، درحالی که ایجاد تسهیلات برای گرفتن وام، ارائه خدمات مشاوره ای، اجرای سخنرانی های متعدد، راهنمایی های اقتصادی و بازرگانی و از این قبیل مزایا ابزارهای دیگری برای تحقق این هدف به شمار می آیند. اما نگاهی گذرا به تاریخ چند

دهه اخیر ایران به روشنی نشان می دهد که فرآیند توسعه آن در چارچوب برنامه های عمرانی و توسعه ای و نیز بر پایه سیاست های دولت طی شده است.

شالوده این فرآیند را درآمدهای کلان ارزی حاصل از صدور نفت تشکیل می دهد. این درآمد هنگفت در دست دولت می باشد، بنابراین دولت به راحتی می تواند پرچمدار توسعه در کشور باشد. چرا که در بیشتر زمینه ها و موارد به طور مستقیم دخالت دارد.

این شرایط دو مشکل بنیانی دارد: یکی آنکه درآمدهای ارزی به این شکل اساساً موجب اختلال در قیمت نسبی عوامل شده و در نتیجه از کاربرد بهینه عوامل تولید جلوگیری کرده است و دوم آنکه حضور مستقیم دولت موجب گردیده تا فعالان اقتصادی تحت الشعاع قرار گیرند. این جریان تا هنگامی که درآمد نفتی سرشار باشد، تداوم دارد و نارسایی های آن نمود نمی کند. اما از الان باید به فکر آینده نه چندان دور بود و کم کم دولتمردان در عمل بایستی از بخش خصوصی قوی که می تواند در کارآفرینی واقعی و اشتغال موفق باشد، حمایت کنند تا شاید کاری هم برای خیل عظیم بیکاران پیدا شود. کارآفرینی در سایر کشورها بخش بزرگی از اشتغال آنها را تشکیل می دهد اما مثل اینکه در کشور عزیزمان ایران این واژه بیشتر در همایش ها و جلسات مطرح شده و

شاید هم در طرح بنگاه های زود بازده خلاصه شده باشد. به طوری که هر روز خبر جدیدی از این طرح به گوش می رسد.

عدم توجه به پدیده کارآفرینی، مشکلات متعددی در کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است. از جمله این معضلات پدیده فرار مغزها است که از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیلکرده این کشورها، صرفاً تئوری خوانده و تربیت علمی یافته اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند و از سوی دیگر، افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند، بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی یابند. کارآفرینان می توانند مشاغلی را در زمینه فناوری برای متخصصان داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که بوجود می آورند، علاوه بر کلیه مزایای کارآفرینی، از فرار مغزها نیز جلوگیری کنند. در شرایط کنونی کشورها قادر نیستند که به تنهایی هر اقدامی در زمینه کارآفرینی را تجربه کنند. زیرا هزینه آن بالاست و بهتر این است که از تجارب سایر کشورها در این زمینه استفاده شود. البته اولین تجربه که باید یاد بگیریم این است که در کشورهای دیگر بیشتر بر ضابطه تاکید می شود و رابطه نقش خیلی کمی در پیشرفت امور دارد. بی شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی

است. به گونه ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته اند. شواهدی وجود دارد که نشان می دهد علت توسعه کشورهای همچون آمریکا، ژاپن و آلمان که از نظر صنعتی توسعه یافته اند، کارآفرینی است. تغییر نگاه خانواده ها به اشتغال زنان و دختران، افزایش میزان فارغ التحصیلان و دانش آموختگان زن، نرخ بیکاری بالا، اشباع بازار کار بخش دولتی و عدم تمایل بخش خصوصی به جذب بیکاران از یک سو و نیاز جامعه به فعالیت های اجتماعی - اقتصادی زنان از سوی دیگر توجه به مقوله کارآفرینی زنان را بیش از پیش ضروری ساخته است. بی تردید ایجاد بسترهای لازم برای کارآفرینی زنان، جوانان و فارغ التحصیلان دانشگاهی علاوه بر افزایش روحیه و نشاط در این قشر، موجب افزایش تولید ملی نیز می شود. لذا برای توسعه و گسترش کارآفرینی، نخست باید چالش ها و موانع موجود را شناسایی کرد و سپس با وضع قوانین مناسب، شرایط و بسترهای لازم برای فعالیت زنان کارآفرین را فراهم نمود. در این راستا، حمایت های همه جانبه دولت اعم از مادی معنوی و فرهنگی باید افزایش یابند. بنابراین در صورتی که دولتمردان کمی به شعارهای خود عمل نمایند، زنان کارآفرین که بیشتر به عنوان زنان خودسرپرست تعریف می شوند قادر به تولید خدمات، کالا و اندیشه

هستند. البته با توجه به تفاوت شیوه اشتغال ایران با سایر کشورها، باید در کشورمان با استفاده از سرمایه های کوچک و با تکیه بر فنون برای زنان فرصت شغلی ایجاد کنیم. عدم باور عمومی، نآشنایی به قوانین و مقررات، تجارب محدود در اجتماع و عدم آموزش کلاسیک از چالش های مهم در عرصه کارآفرینی زنان است.

مراکز آموزش عالی به علت داشتن امکانات آموزشی و پژوهشی پیشرفته و نیرو های کارشناس و کاردان می توانند در بخش های گوناگون بازار کار فعالیت نمایند، مواد و دستگاه های گوناگون تولید کنند و با ارائه طرح های تولید سود آور به سازمان های دولتی و شرکت های خصوصی، زمینه ایجاد واحدهای مختلف تولیدی را فراهم آورند و از این راه کار آفرین باشند. آشنا سازی دانشجویان با تئوری های اقتصادی کار آفرینی، ایجاد گسترش رشته ها، دوره ها و واحدهای درسی و مراکز کارآفرینی در دانشگاهها و پشتیبانی دولت از موسسات آموزش عالی کارآفرین از راهکارهای مهمی است که به توسعه کارآفرینی در کشور می انجامد. معضل بیکاری یکی از پیچیده ترین مشکلاتی است که در حال حاضر در اغلب کشورهای دنیا وجود دارد و ایران نیز علی رغم توجه مسوولان برای ایجاد کار همواره با انبوهی از دانش آموختگان جویای کار

روبرو است. دانش آموختگان که با هزینه ای هنگفت و چندین سال صرف وقت، به تخصص هایی دست یافته اند. این امر امروزه مشکلی اجتماعی-اقتصادی است، که در آینده تبدیل به یک بحران می شود افزایش جمعیت، افزایش شمار دانشگاهها و موسسات آموزش عالی، ضعف در تدوین و اجرای درست برنامه های توسعه اقتصادی، نبود برنامه ای فراگیر و کل نگر برای پرورش نیروی انسانی متخصص و موارد دیگری از این دست نوید وقوع یک بحران در زمینه اشتغال در آینده کشورمان است، که در مورد دانش آموختگان آموزش عالی، به طور بسیار چشمگیرتری قابل انتظار است. کار آفرینی به عنوان پدیده راهبردی و هدایت کننده، باعث به حرکت در آوردن چرخه فعالیت های اقتصادی کشور می شود. کارآفرینی فرایندی بلند مدت است که مستلزم برنامه ریزی در نظام آموزشی و پژوهشی و اجرای برنامه ها از پایگاه خانواده و مدرسه تا دانشگاه و سازمانها است. کارآفرینی، به عنوان یک عامل دگرگونی های اجتماعی و بهره گیری موثر تر از نیروی انسانی و منابع طبیعی به شمار می رود. نیازهای اساسی سایر خانواده های غیر مر تبط با کارآفرینی از راه پرداخت مالی اتهای بیشتر کارآفرینان بهتر و بیشتر تامین می گردد، یعنی یک کارآفرینی، بر تمام جامعه خود موثر واقع می گردد. کاهش نگرانی های اقتصادی و گسترش عدالت اجتماعی، از دیگر پیامدهای کارآفرینی ای

است که نهایتاً حیات ملی را در گرو خود نگه می دارد.



در کشورهای در حال توسعه از نیروی کار استفاده بهینه نمی گردد و تلاش های اندکی برای بهره گیری از این نیروها در جهت تولید و کارایی صورت می پذیرد، با توجه به خیل عظیم دانش آموختگان موسسات آموزش عالی دولتی و عدم برنامه ریزی جهت جذب این قشر فرهیخته نگرانی ها و نا امیدي را در خانواده ها باعث می شود . یکی از مخرب ترین اثرات نبود فارغ التحصیلان کارآفرین کاهش ارزش تحصیل و علم و دانش در جامعه است . مسلماً در جامعه ای که دانش آموختگان و تحصیل کردگان از رفاه نسبی و شغل بهتر برخوردارند تحصیل امر مقدس و پر ارزشی به شمار می رود . اما جامعه ای که تحصیل کردگان آن در نا امیدي به دنبال مشاغلی هستند که از یک فرد با سطوح تحصیلات پایین قابل انجام است . هیچ انتظاری از مردم و خانواده ها، برای ارزش گذاشتن به تحصیل و علم و دانش نیست. بیشتر خانواده ها و نهادها از دانشگاهها می خواهند

آموزشهایی به فرزندان آنها داده شود تا بتوانند با شرایط پیش بینی نشده ای که ناشی از ماهیت کنونی بازار کار است.

کنار بیابند و بتوانند در جامعه شغلی بیابند و مفید واقع شوند، به سخن دیگر، فرهنگ جامعه امروز ما از دانشگاهها انتظار دارد که دانشجویان را به گونه ای پرورش دهند که دانش آموختگان مهارتهای فنی کاربردی موثرتر و به لحاظ عملکرد با هماهنگی بیشتر با بازار کار داشته باشند . کار آفرینی بر خلاف اشتغال زایی به پدید آوردن ارزش های مادی و اقتصادی یا پیشه و کار محدود نمی شود، یعنی هر کس شرکتی تاسیس و شماری از افراد را استخدام کرد، لزوماً کار آفرین نیست، بلکه فرد کار آفرین گذشته از اشتغال زایی، رشد و توسعه کشور و بهبود بهره وری را نیز در نظر دارد از این رو کار آفرینی ماهیت و تعریفی و رای اشتغالزایی دارد . یکی از مهمترین شاخص های کار آمدی نظام آموزشی هر کشور میزان تربیت دانشجو و دانش آموختگان کار آفرین است و متأسفانه نظام آموزشی ایران به جای اینکه کار آفرین باشد، عملاً کارجو پرور است . به گونه ای که با زحمت و هزینه زیاد، افرادی را تربیت می کند، که فقط می توانند شکافهای شغلی بسیار تعریف شده و کلیشه ای را پر کنند چرا که نظام آموزشی ایران مبتنی بر یادگیری نیست و افراد کارآفرین در نظام آموزشی کمتر پرورش می یابند “ . دیدبان جهانی

کارآفرینی “ در مقاله ای خاطر نشان ساخته است، که در آمریکا نظام آموزشی به گونه ای است که از هر 6 نفر یک نفر کار آفرین می شود. در کره جنوبی از هر 12 نفر یک نفر، برزیل از طریق تغییراتی که در نظام آموزشی خود صورت داده است، امیدوار است تا پایان سال 2005 میلادی به نسبت یک نفر کارآفرین از هر چهار تحصیل کرده برسد. برخی از تئوریها بر نقش دولت در ایجاد فرهنگ کارآفرینی تاکید می کنند و معتقدند، نخستین وظیفه دولت در ایجاد کارآفرینی اعتقاد به این باور است که نسل کارآفرین تعیین کننده ترین و توانمند ترین قشر یک جامعه را تشکیل می دهد. در ایران تعدادی از دانشکده های مدیریت و بازرگانی، واحدهای درسی کارآفرینی و برنامه ای سازماندهی شده جهت آموزش کارآفرینی به دانشجویان خود ادامه می دهند و شاید الگو های خوبی برای سایر دانشکده ها باشند چندین دانشگاه مثل دانشکده تهران و امیر کبیر و دانشگاه شریف مراکز کار آفرینی در محیط دانشگاهی ایجاد نموده و به آموزش این امر اهتمام می ورزند.

در زمینه خدماتی و مشاوره ای نیز می توان به موارد مانند: انتشار کتابها، مقاله ها، نشریه های عمومی و تخصصی، برگزاری همایش و سخنرانی، تکثیر فیلمهای آموزشی کارآفرینی، آموزش کار آفرینان موفق، تهیه پوسترها و بروشورها، برگزاری

نمایشگاه کتاب با موضوع کار آفرینی و ... از دیگر فعالیت هایی است که می توان در سطح دانشگاههای ایران مشاهده کرد، از این رو می توان گفت که این امر در چند سال گذشته در دانشگاههای ایران نیز آغاز شده ولی برای ساماندهی آن نیاز به برنامه ریزی منسجم و هماهنگ است، از این رو وجود موسسه ای واحد که کلیه فعالیت های مرتبط با کارآفرینی را هدایت کند و از متخصصین علم کارآفرینی را تشکیل شده باشد، ضروری و حیاتی به نظر می رسد، همچنین دانشگاهها و موسسات آموزش عالی دولتی به علت داشتن امکانات پژوهشی و قدرت اجرایی بیشتر و نظامندتر که در مراکز غیر دولتی به ندرت یافت می شود توانایی و مسولیت بیشتری در این زمینه دارا هستند همچنین باید محدودیت های موجود برای مدیران، دانشگاه ها، در زمینه برگزاری واحدهای درسی کار آفرینی و برنامه ریزی های بلند مدت برای کارهای اشتغالزا و تشویق مبتکرین و کارآفرینان دانشجوی بر داشته شود. نهایتاً نقطه موفقیت و هدف آنجاست که فرهنگ کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه خصوصاً قشر تحصیل کرده جامعه نهادینه گردد و فرهنگ کارمند پروری که نتیجه استخدام های بی رویه و بدون برنامه ریزی در چند دهه گذشته بوده است، جای خود را به فرهنگ خلاقیت و فرهنگ کارآفرینی دهد.

کرده باشند. آنها اطلاعات کوچکی روی آنچه دیگران انجام می‌داده‌اند ایجاد می‌کنند.



کارآفرینان پس از شروع کار خود به مشتریان توجه می‌کنند و با آرامی با اصلاحات دیگر خود را مطرح می‌سازند. سپس آنها به سرعت آنچه انجام می‌دهند را متعادل می‌سازند و این فرآیند را بارها تکرار می‌کنند، پیشنهاد بهبود کیفیت مطرح شده از طرف JERRY GREENFIELD BEN COHEN منجر به موفقیت برای آنها شد آنها شروع به ساختن بستنی با قیمت بالاتر، با قطعاتی از میوه روی آن کردند. این بستنی‌ها برای پاسخ به نیاز مشتریانی ساخته شد که بستنی‌های ساده را دوست نداشتند. در آن زمان تولید کنندگان بزرگ در بازار، بستنی میوه‌ای نداشتند و این بازار جدیدی بود که توسط این دو نفر ایجاد شد JACK BURTON کارآفرین دیگری است که از VERMONT شروع کرد. او با بهبود طراحی کالایی که اولین بار در 14 سالگی با آن آشنا شده بود توانست به موفقیت دست یابد. با گذشت مدت کمی از فارغ التحصیلی از نیویورک نقل مکان کرد و تخته اسکی‌های بارتون را درست کرد. او می‌گوید: بسیاری از مردم فکر می‌کنند من تخته اسکی جدیدی



کارآفرینان منابع را مدیریت می‌کنند تا چیز تازه‌ای بسازند، اعم از شغل تازه یا کالا یا خدمت یا حتی بازار تازه. آنچه کارآفرینان موفق را از کارآفرینان دیگر متمایز می‌کند، سرعت توسعه فعالیت اقتصادی آنان است. آنها بی‌شتر موفق هستند که فعالیت اقتصادی‌شان را بتوانند به سرعت رشد دهند. آنها موقعیتهایی را که دیگران در بازار به آنها توجهی نمی‌کنند، می‌یابند و همین ایده، بهره‌برداری کردن از این موقعیتهای را در ذهن آنها شکل می‌دهد. آنها خودشان را به خوبی در بازاری که در حال انتقال و تغییر است جا می‌اندازند که از این نظر مبتکر و مخترع شناخته میشوند. آنها به دقت پیشبینی می‌کنند که جهت بازارها در حال تغییر است و سپس آماده می‌شوند که بازارهایی را به راه بیندازند که این کار را قبلاً کسی انجام نداده بود. مردم اغلب فکر می‌کنند کارآفرینان در ابتدا موفق هستند، چون آنها کالا یا خدمات تازه‌ای ابداع می‌کنند مثل موتور جست‌وجوی یاهو. اما این طور نیست و اغلب کارآفرینان موفق کار خود را با افزایش در کیفیت یک کالا یا محصول ایجاد می‌کنند، بدون این که چیز تازه‌ای ایجاد

اختراع کرده ام، در حالی که این درست نیست. طرح اولیه تخته اسکی ها به وسیله شرکت BRUN SWICK ساخته شد، در حالی که این شرکت هیچ گاه پیشرفتی در تخته اسکیهای ساخته شده ایجاد نکرد. فلسفه بارتون "بهبود آنچه جا دارد براساس نیازهای واقعی مشتریان بود". بارتون این مساله را به همگان یاد داد که اگر محصولات اصلی برای مردم کسالت آور باشد، آنها حاضرند با پرداخت پول بیشتر کالای باکیفیت تری بخرند. طی ده سال اخیر کارآفرینان میلیون ها فرصت شغلی تازه در جهان ایجاد کرده اند. از هر شش دانشجوی رشته مشاغل یک نفر می گوید، هدف شخصیش تاسیس یک شرکت اختصاصی است و کارشناسان پیشبینی می کنند در آینده سازمانهای بسیاری متولد شوند. به ویژه افزایش فعالیت های جسورانه (VENTURE CREATION) در بین زنان، مهاجران و اعضای گروه های کوچک و رده پایین پیش بینی میشود. سهم شغل های ایجاد شده به وسیله زنان کارآفرین از 24 درصد در سال 1975 به 40 درصد در سال 2000 افزایش یافته است. آیا این رشد بیانگر جهش ناگهانی در تولید کارآفرینان است؟ پاسخ منفی است، چون سرعت کارآفرینی با شرایط محیط کم یا زیاد می شود. در ایالات متحده سرعت فعالیتهای کارآفرینان در دهه 1920 افزایش یافت و پس از آن در دهه 1930 کاهش یافت و پس از آن و بعد از جنگ جهانی دوم افزایش و پس از آن کاهش چشمگیری

از سال 1950 تا 1980 داشت. دهه اخیر دوره دیگری از رشد کارآفرینی به علت اختراعات انجام گرفته در تراشه ها، کامپیوترها و وسایل ارتباط جمعی راه دور و تکنولوژی ارتباطات میباشد. کاهش سرعت سودها و افزایش سرعت مهاجرت ها به افزایش سرعت فعالیت های کارآفرینانه می انجامد، هر چه افراد بیشتری تبدیل به کارآفرینان موفق می شوند، ایجاد ساختارهای اجتماعی بهتر دیگران را مجبور می کند تا کارآفرین باشند . همچنین فاکتورهای سیاسی و اقتصادی نقش مهمی ایفا می کنند. به منظور ایجاد تحریک و انگیزه برای انجام کارآفرینی بسیاری از کشورهای آسیایی و اروپایی تسهیلات ویژه های مهیا کرده اند و مالیاتهایشان را کاهش داده اند. هدف دولتها از این سیاست حصول اطمینان در این زمینه است که کشورشان از جهش کارآفرینانه ای که دستیابی به تکنولوژیهای جدید آن را ممکن می سازد عقب نمانند . به سازمان هایی که کارآفرینان را حمایت می کنند incubator organization گویند. آنها به مشاغل جدید یا کسانی که می خواهند شغل ایجاد کنند به اصطلاح فضا می دهند. یک شرکت حمایت کننده کارآفرینان می تواند یک روز کامل را سپری کند بدون اینکه نیازی به خرید تلفن یا اجاره دستگاه فتوکپی یا استخدام کارمند داشته باشند . حامیانی که هیچ نفعی برای کارآفرینان نمی توانند به همراه داشته باشد، این خدمات را رایگان به کارآفرینان می دهند، اما اغلب

کارآفرینان بخشی از سود خود را با شرکت حمایت کننده که به موفقیت آنها کمک کرده تقسیم میکنند. در شهر نیویورک کارخانه های سرمایه گذاری روی فعالیتهای جسورانه فضای حمایت کننده را برای کارآفرینان ایجاد میکنند تا سرمایه گذاری آنها را پرورش دهند. برخی سرمایهگذاران در این زمینه معتقدند سازمان های حمایتکننده راههای بدون خطر برای شروع فعالیت کارآفرینانه هستند که به وسیله آنها می توان دید که آیا این کار در ابتدا توسعه می یابد و پس از آن تصمیمات بهتری در مورد سرمایه گذاری روی این کار گرفته شود.



"احد عظیم زاده" مولتی میلیاردر ایرانی از زندگی اش می گوید؛

من احد عظیم زاده هستم. در 10 آذر 1336 در ده اسفنجان در شهرستان اسکو متولد شدم. هفت ساله بودم که پدرم را از دست دادم و یتیم شدم.

امکانات مالی مان اجازه نمی داد به مدرسه بروم و فقط پس از رفتن به کلاس اول مجبور شدم پشت دار قالی بنشینم و قالیبافی کنم. تا 13 سالگی

روزها قالی می بافتم و شبها درس می خواندم. چاره ای نبود، وسع مالی ما جز این اجازه نمی داد.

خاک خوردم و زحمت بسیار کشیدم. در سال 2 بار بیشتر نمی توانستیم برنج بخوریم. یک بار روز 21 ماه رمضان و بار دوم شب چهارشنبه سوری. آرزو داشتم یا خلبان شوم یا پولدار و برای رسیدن به این آرزوها بسیار زحمت کشیدم.

کارم را با به دوش کشیدن پستی و قالی های کوچک و بردن آن از اسفنجان یا اسکو برای فروش آغاز کردم. در آغاز کار از هرکدام از آنها یک یا دو تومان (نه هزار یا 2 هزار تومان) سود می کردم. پنج سال اینچنین سخت کار کردم. بسیار دشوار بود. اما پشتکار و اعتقاد به هدف با توکل به خدا تحمل سختی ها را آسان می کرد. در 18 سالگی توانستم 20 هزار تومان پس انداز کنم، اما فشارها همچنان ادامه داشت تا این که مجبور به ترک تحصیل شدم.

غصه یتیمی چون باری سنگین به دوشم بود. (بغض می کند) یتیم هیچ کس را ندارد. کارمند، کارگر، بانکی، کاسب و هرکس دیگری شب که به خانه اش می رود دستی به سر و روی بچه اش می کشد. اما یتیم این محبت بزرگ را ندارد. شبها، شبهای جمعه پاهایش را در بغل می گیرد و به انتظار می نشیند. در انتظار آن کس که دستی به سرش بکشد... .

در این فکر بودم که سرمایه‌ام را افزایش بدهم تا بتوانم کاری بکنم. می‌خواستم یک کارگاه فرش‌بافی راه بیندازم. سراغ پسرعموی پدرم رفتم و از او 20 هزار تومان قرض کردم و 60 هزار تومان هم از بانک وام گرفتم. سرمایه‌ام شد 100 هزار تومان یعنی به اندازه یک تراول صد تومانی امروزی.

وقتی این پول دستم آمد تازه به فکر افتادم که چه بکنم. چه ایده جدیدی داشته باشم؟ ماه‌ها فکر کردم. آن روزها چون انقلاب پیروز شده بود تا 2 سال به هیچ ایرانی پاسپورت نمی‌دادند. در این مدت فکر کردم و فکر کردم تا به این نتیجه رسیدم که با صادرات کارم را شروع کنم.

اما هیچ اطلاعاتی نداشتیم. شنیده بودم آلمان مرکز تجارت فرش است. ویزا گرفتم و به هامبورگ رفتم و در یک مسافرخانه یا پانسیون مستقر شدم. به سالن‌ها و انبارهای فرش آنجا سرزدم و با سلیقه‌ها آشنا شدم. آنجا به من گفتند ثروتمندان برای خرید فرش به سوئیس می‌روند. ویزای 15 روزه سوئیس گرفتم و به ژنو رفتم

زبان هم نمی‌دانستم. در یک هتل با تاجری آشنا شدم و او ایده اصلی را به من داد: فرش گرد بباف. در آن دوران در ایران فرش گرد بافته نمی‌شد و کیفیت تولید فرش و رنگ‌بندی‌ها هم مناسب نبود. چای و قهوه‌ام را خوردم و همان روز به ایران برگشتم. به ده خودمان آمدم و ساختمانی اجاره کردم. دستگاه خریدم، با 10 درصد نقد و بقیه

اقساط. ابریشم هم قسطی خریدم. انسان باید ریسک‌پذیر باشد و من هم ریسک کردم. با دست خالی و از هیچ.

شروع به بافتن فرش گرد کردم و چند نمونه که بیرون آمد سر و کله تاجران آلمانی پیدا شد و آنان به اسفنجان آمدند. باور می‌کنید یا نه؟ در اولین معامله 6.5 میلیون تومان نقد پرداختند و شش میلیون تومان هم چک دادند! آن شب از شدت هیجان نخوابیدم. احساس آن شب را خوب به خاطر دارم. سرمایه 100 هزار تومانی من که 80 هزار تومانش قرض بود در کارخانه اجاره‌ای اینچنین سودی نصیب من کرده بود، در اولین قدم... کسب و کارم رونق گرفت و صادراتم را به آلمان، ایتالیا، سوئیس، انگلیس، بلژیک و دیگر کشورها آغاز کردم. بسیار سفر کردم و ایده‌های جدید دادم. از موزه‌های فرش کشورها بازدید می‌کردم و از طرح‌ها اقتباس یا از آنها عکس می‌گرفتم و با الهام از آنها و تلفیق طرح‌ها، ایده‌های نو بیرون می‌دادم. در این مدت سلیقه مشتریان را شناختم.

اصول کار خودم را پیدا کردم. من شریک ندارم. هیچ‌گاه نداشته‌ام و نخواهم داشت. اگر شریک خوب بود، خدا برای خودش شریک می‌گذاشت.

اصل دیگر من احترام به مشتری است، هر که می‌خواهد باشد. پیش مشتری مثل سربازی که جلوی تیمسار خبردار می‌ایستد، با احترام می‌ایستم. اتکای خودم اول به خدا و دوم به ایده و تفکر و

پشتکار و ریسک‌پذیری خودم است. بسیار ریسک می‌کنم، بسیار.

کمی بعد در بازدید از هتل‌های معروف جهان تصمیم گرفتم وارد کار ساخت بزرگ‌ترین پروژه هتل کشور شوم. تاکنون 180 میلیارد تومان در این پروژه سرمایه‌گذاری کرده‌ام. تمام مصالح این پروژه خارجی و بهترین است.

سنگ برزیل، شیشه بلژیک، دستگیره در انگلیس و تاسیسات آلمانی است. کابین چهار آسانسور نیز از طلای 18 عیار است. این هتل 340 واحد مسکونی در 25 طبقه، هفت طبقه سالن ورزشی، 34 طبقه هتل، 7 رستوران روی دریاچه، 10 هزار متر شهر آبی، 70 هزار متر زمین آمفی‌تئاتر، 90 هزار متر زمین گلف و 2 باند هلیکوپتر دارد. فقط قرارداد نورپردازی این پروژه با فرانسوی‌ها 9 میلیون دلار (9 میلیارد تومان) است. این پروژه آبروی کشور است و من با افتخار روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌ام. من ایران را دوست دارم. بروید بگردید حتی یک دلار و ریال در خارج کشور ندارم و سرمایه‌گذاری یا ذخیره نکرده‌ام...

می‌پرسید چه احساسی نسبت به پول دارم؟ پول دیگر مرا ارضا نمی‌کند. هدف من کارآفرینی است. تنها در پروژه آن هتل 600 نفر به طور مستقیم کار می‌کنند. من 2 بار برنده تندیس الماس بزرگ‌ترین بیزینس‌من جهان شدم و بزرگ‌ترین صادرکننده

فرش کشور هستم. اما می‌دانید بزرگ‌ترین افتخار من چیست؟

یتیم‌نوازی. افتخار می‌کنم 2 سال خیر نمونه کشور شدم. افتخار می‌کنم جزو 100 کارآفرین برتر کشور هستم. دوست دارم اشتغالزایی کنم. دوست دارم سفره مرتضی علی باز کنم، معتقدم خدا من را وسیله قرار داده است. هم‌اکنون 1070 بچه یتیم را زیر پوشش دارم و با خودم پیمان بستم تا عمر دارم هر سال 100 بچه به آنها اضافه کنم. وصیت کرده‌ام وقتی مردم تا 10 سال بعد از عمرم هر سال 100 بچه یتیم اضافه شود و مخارج همه یتیم‌ها را از محل ارثم بپردازند. بعد از 10 سال هم اگر بازماندگانم لیاقت داشتند، راه من را ادامه می‌دهند. سفره که می‌اندازیم برای یتیم‌ها و می‌آیند و غذا می‌خورند، کیف می‌کنم. گریه می‌کنم و حال می‌کنم.

در یک مراسمی بچه‌ها دورم جمع شده بودند و هر کس چیزی می‌خواست. در این میان دختر بچه‌ای به من نزدیک شد و به جای آن که چیزی بخواهد، فقط خواست دستم را ببوسد. مهرش بدجور به دلم نشست. خواستم فردا بیایند دفترم. آن دختر الان دخترخوانده من است. روی پایم نشست و بابایی صدایم کرد. من به هر دخترم 50 میلیون تومان جهاز دادم و مقرر کردم به این یکی 100 میلیون تومان جهاز بدهند. این دست خداست که مهر این دختر را به دل من انداخت. یتیمی سخت است.

بهترین ساعات عمر من زمانی است که در خدمت
یتیمان هستم.

پول را برای چه می‌خواهیم؟ خدا به ما داده و ما هم
باید به بقیه بدهیم. ما وسیله هستیم. باید بخشید و
بی‌منت و زیاد بخشید. این توصیه من به همکارانم
است. من از زیر صفر شروع کردم. توصیه من به
جوانان این است که منطقی فکر کنند. این گونه
نبوده که شب بخوابم، صبح پولدار شوم. خاک
خوردم و رنج کشیدم و آثار این رنج هنوز در من
هست. امیدشان به خدا و فکر و بازوی خودشان
باشد. درستکار باشند و تلاش و تلاش و تلاش
کنند. این فرمول من است... .