

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی

محمود احمدپور داریانی* و امیر عرفانیان**

در این مقاله به تبیین ارتباط میان توسعه اقتصادی، کسب و کار، کارآفرینی و پیش‌نیازهای توسعه آن می‌پردازیم. ابتدا در خصوص مفهوم توسعه و توسعه‌یافتگی اقتصادی بحث خواهیم کرد و روندهای مختلف توسعه در کشورها را بر خواهیم شمرد. سپس به ارائه توضیحاتی پیرامون کسب و کار و انواع آن و نیز ارتباط آن با توسعه اقتصادی می‌پردازیم. در مرحله بعد مفهوم کارآفرینی را بیان کرده و ارتباط آن را با مفاهیم قبلی روشن خواهیم کرد. در نهایت نیز عوامل و پیش‌نیازهای ترویج فرهنگ، روحیه و تفکر کارآفرینی را بیان خواهیم کرد. در واقع خروجی اصلی این مقاله تبیین جایگاه کارآفرینی و ارتباط آن با مقولاتی مانند توسعه کسب و کار و توسعه اقتصادی است.

واژه‌های کلیدی: توسعه، توسعه اقتصادی، کسب و کار، کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینی.

۱. مقدمه

توسعه اقتصادی و راههای نیل به آن از مباحث مهم و پیچیده‌ای است که تا به حال مجادلات فراوانی را در میان صاحب‌نظران برانگیخته است. سؤالاتی چون مفهوم توسعه اقتصادی دقیقاً چیست؟ و پیش‌نیازهای توسعه اقتصادی چه مواردی را در برمی‌گیرد؟ چگونه می‌توان به توسعه‌یافتگی اقتصادی دست پیدا کرد؟ و سؤالاتی نظیر آن، از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین پرسشهایی هستند که نه تنها ذهن اقتصاددانان بلکه بسیاری از افراد تاثیرگذار در سطوح مختلف جامعه را به خود مشغول کرده‌اند. در این مقاله بحث توسعه اقتصادی از دیدگاه توسعه کسب و کار و کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است.

۲. توسعه اقتصادی

در این بخش ابتدا پیرامون مفهوم توسعه و توسعه‌یافتگی اقتصادی بحث خواهیم کرد، سپس به بررسی روندهای مختلف توسعه در کشورها می‌پردازیم.

* دکتری مدیریت منابع انسانی و استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

** کارشناس ارشد MBA دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

۱-۲. تعریف و بیان مفهوم توسعه اقتصادی

توسعه و توسعه‌یافتگی اقتصادی از مفاهیمی هستند که صاحب‌نظران در مورد تعریف و معنای دقیق آنها اتفاق نظر ندارند. در اینجا به ضرورت بحث، تعدادی از تعاریف را مطرح کرده و در نهایت تعریفی را که در این مقاله مبنا قرار گرفته است بیان خواهیم کرد.

پیش از هر چیز می‌بایست به ارتباط میان رشد اقتصادی و توسعه اقتصادی اشاره کرد. رشد اقتصادی شرط لازم توسعه‌یافتگی است. واضح است که بدون رشد، توسعه‌ای اتفاق نمی‌افتد. نکته قابل توجه این است که اقتصاددانان اولیه رشد را معادل توسعه می‌دانستند یعنی اعتقاد داشتند که رشد اقتصادی نه تنها شرط لازم، بلکه شرط کافی برای توسعه است.^۱ حتی تصور هم نمی‌کردند که رشد اقتصادی در نهایت به توسعه منتهی نشود، حال آنکه تجربه به ما نشان داده است که توسعه به طور قطع نتیجه رشد اقتصادی نیست. برای مثال می‌توان به اقتصادهایی اشاره کرد که سهم منابع طبیعی در ایجاد ارزش افزوده اقتصادی در آنها قابل توجه است، نظیر اقتصاد ایران که متکی بر نفت است.

در این گونه اقتصادها قسمت بزرگی از رشد از طریق مصرف منابع طبیعی (مثلاً نفت در ایران) که در واقع جزو ثروت جامعه محسوب می‌شود به دست می‌آید و این امر در صورتی که درآمد حاصل از مصرف ثروت، مورد استفاده صحیح قرار نگیرد ممکن است اختلالاتی را در فرآیند توسعه‌یافتگی ایجاد کند. در واقع می‌توان گفت منظور از رشد اقتصادی میزان تغییرات تولید ناخالص ملی یا تولید ناخالص داخلی است، در صورتی که وقتی درباره توسعه صحبت می‌کنیم به اجزای تشکیل‌دهنده رشد اقتصادی و میزان تغییرات هر یک از بخشها و نیز تعامل آنها با یکدیگر توجه می‌کنیم. علاوه بر این از دیدگاه نظری می‌توان موارد دیگری را یادآوری کرد که نشان‌دهنده همراه نبودن رشد اقتصادی با توسعه‌یافتگی است، برای مثال توزیع درآمد حاصل از این رشد ممکن است در میان گروههای مختلف اجتماعی متفاوت باشد که این امر موجب تفاوت در توزیع درآمد می‌شود یا اینکه روشهای سرمایه‌بر بیش از روشهای مبتنی بر نیروی کار مورد استفاده قرار بگیرد که این امر خود مانعی برای اشتغال‌زایی کافی خواهد بود. همچنین ممکن است رشد اقتصادی حاصل از افزایش قیمت منابع طبیعی یا افزایش میزان مصرف آن باشد که در این صورت رشد اقتصادی لزوماً باعث توسعه‌یافتگی نخواهد شد. یکی از تعاریفی که برخی برای پدیده توسعه اقتصادی ارائه کرده‌اند این گونه است: «افزایش حجم پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری از چهار یا پنج درصد درآمد ملی به بیش از ۱۲ درصد»^۲، این تعریف در واقع به پدیده انقلاب صنعتی اشاره دارد و از آنجایی که فقط به نسبت سرمایه‌گذاری به درآمد ملی می‌پردازد، نه چگونگی تخصیص این سرمایه‌گذاری به بخشهای

1. J. Schumpeter, 1934, pp. 114-119.

۲. مؤسسه حسابرسی و خدمات مالی دایریان، ۱۳۸۴، ص ۱۰.

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۷

مختلف اقتصادی، نمی‌تواند تعریف کاملی باشد. در واقع توسعه‌یافتگی پدیده‌ای است که باید موجب افزایش رفاه عمومی، ایجاد اشتغال، کاهش فقر و کاهش نابرابری شود. بعضی دیگر توسعه را چنین تعریف کرده‌اند:^۱ «گذار از یک جامعه سنتی به یک جامعه مدرن» یا «تبدیل کالاهای لوکس به ضروری» این گونه تعاریف به برخی از جنبه‌های توسعه‌یافتگی اشاره دارد اما هم از دیدگاه نظری و هم از نگاه تجربی تعاریف جامع و کاملی نیستند. تعریفی که ما در اینجا از توسعه ارائه می‌کنیم به این ترتیب است (در ادامه مقاله نیز هر جا که این واژه را به کار می‌بریم منظور همین تعریف است): «ایجاد رشد اقتصادی به همراه صنعتی‌تر شدن اقتصاد». این تعریف اولاً متضمن وجود رشد اقتصادی است اما بیان می‌کند که رشد اقتصادی در صورتی سبب توسعه‌یافتگی خواهد شد که سهم بخشهای صنعتی به نسبت بخش کشاورزی افزایش یابد. در اینجا صنعتی (تر) شدن به یکی از بخشهای اقتصادی (به عنوان مثال بخش صنعت) منحصر نخواهد بود و می‌تواند بخشهای مختلف تولیدی و خدماتی را در برداشته باشد.

۲-۲. روندهای مختلف توسعه در کشورها

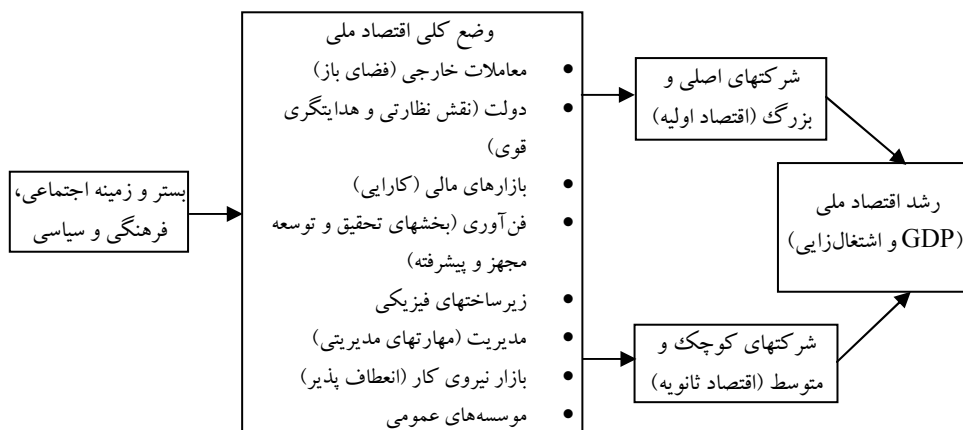
اکنون به تبیین ارتباط میان رشد و توسعه اقتصادی با موضوع توسعه کسب و کار و نیز کارآفرینی می‌پردازیم. نمودار (۱) نقش شرکتهای بزرگ و کوچک (انواع کسب و کارها) را در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی نشان می‌دهد:^۲

در واقع تأثیرگذاری بستر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی یک جامعه بر وضع کلی اقتصاد آن جامعه در این نمودار نمایان است. با توجه به وضع اقتصادی جامعه نیز شرکتهای بزرگ (اقتصاد اولیه) و کوچک (اقتصاد متوسط (اقتصاد ثانویه) در آن فرصت ظهور خواهند یافت که این امر به نوبه خود، موجب رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در جامعه خواهد شد. شایان ذکر است که نرخ راه‌اندازی و ایجاد شرکتهای در کشور یک عامل بسیار مهم و قابل توجه است تا آنجا که گاهی به عنوان شاخصی برای میزان توسعه‌یافتگی اقتصادی مورد توجه قرار می‌گیرد.

1. J. Schumpeter, 1934, pp. 123-148.

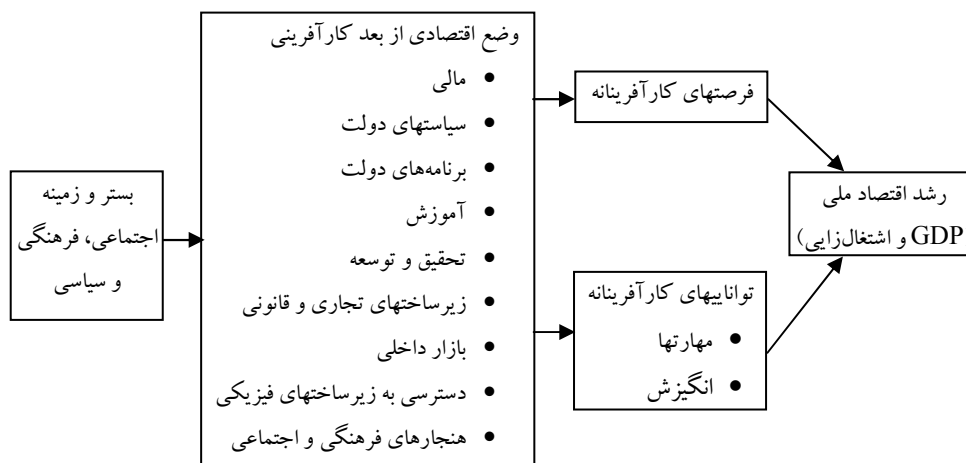
2. www.gemconsortium.org

نمودار ۱. نقش شرکت‌های کوچک و بزرگ در رشد اقتصاد ملی



نمودار (۲) نقش کارآفرینی را در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی نشان می‌دهد^۱، در واقع بیان‌کننده تأثیر بستر و زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بر پیش‌نیازها و پیش‌شرطهای کارآفرینی است. به این ترتیب در صورتی که شرایط اقتصادی از بُعد کارآفرینی مهیا باشد یکسری فرصتهای کارآفرینانه و تواناییهای مرتبط با آن در جامعه شکل خواهد گرفت. فرصتها و تواناییهای کارآفرینانه نیز چنانچه با یکدیگر ترکیب شوند موجب رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال خواهند شد.

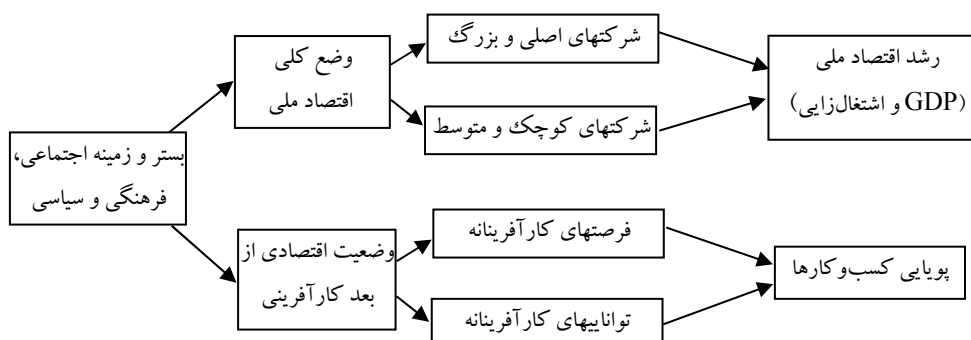
نمودار ۲. ارتباط کارآفرینی و رشد اقتصادی



نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۹

با ترکیب دو نمودار (۱) و (۲) نمودار (۳) به دست می‌آید که الگویی برای دستیابی به توسعه اقتصادی فراهم می‌کند. در واقع در نمودار (۳) نقش شرکتهای کوچک و بزرگ و کارآفرینی به صورت هر دو با هم، در رشد و توسعه اقتصادی نشان داده شده است^۱:

نمودار ۳. نقش شرکتهای کوچک و بزرگ و کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی



با توجه به نمودار (۳) می‌توان روندهای مختلف توسعه در جوامع را به این صورت بیان کرد:

- توسعه کسب و کارهای بزرگ، مانند ژاپن و کره جنوبی،
- توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، مانند سنگاپور و تایوان،
- توسعه کارآفرینی.

می‌توانیم دو روند دیگر توسعه را نیز به فهرست پیشین اضافه کنیم:

- توسعه متمرکز دولتی، مانند شوروی سابق، چین و هند در دهه ۱۹۸۰-۱۹۷۰،
- توسعه مخلوط (ترکیبی از سیاستهای یاد شده)، مانند آمریکا.

به این ترتیب تعداد روندهای مختلف توسعه در جوامع بیشتر خواهد شد. چنانچه در نمودار (۳) از انتها به ابتدا حرکت کنیم، می‌توانیم به مدلی برای اشتغالزایی دست یابیم، به این ترتیب که با توسعه کسب و کارهای بزرگ و اصلی یا توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط یا از طریق توسعه کارآفرینی (یا ترکیبی از حالات یاد شده) می‌توانیم در جامعه ایجاد اشتغال کنیم. هر یک از این روندهای توسعه نیز به وجود پیش شرطهای اقتصادی خاصی بستگی دارند، یعنی می‌بایست وضع کلی اقتصادی جامعه برای این منظور مهیا باشد. همچنین برای نیل به این هدف باید بستر و زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مناسبی وجود داشته باشد.

۳. کسب و کار

در این بخش ابتدا به ارائه تعاریفی پیرامون کسب و کار و انواع آن می‌پردازیم، سپس ارتباط آن را با مقوله رشد و توسعه اقتصادی بیان خواهیم کرد.

۳-۱. تعریف کسب و کار و انواع آن

تعریفی که از کسب و کار در اینجا ارائه می‌کنیم عبارت است از: «خرید و فروش کالاها، تولید کالا یا عرضه خدمات به منظور به دست آوردن سود».

در یک تقسیم بندی می‌توان انواع کسب و کارها را به شش دسته تقسیم بندی کرد^۱:

- کسب و کار خانگی
- کسب و کار خانوادگی
- کسب و کار روستایی
- کسب و کار اینترنتی
- کسب و کار کوچک و متوسط
- کسب و کار بزرگ

البته کسب و کارهای یاد شده با یکدیگر هم‌پوشانی‌هایی نیز دارند. این کسب و کارها در حوزه‌های مختلف مانند تجارت، خدمات، صنایع، کشاورزی و فن‌آوری اطلاعات می‌توانند ایجاد شوند. همچنین این کسب و کارها در بخشهای مختلف اعم از دولتی، خصوصی و یا تعاونی انجام‌پذیر هستند.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت توسعه‌یافتگی در صورتی اتفاق می‌افتد که عملکرد بخشهای مختلف اقتصادی و نحوه تعامل آنها با یکدیگر بهبود یابد و این نیز خود منوط به وجود شرکتهای موفق است. بنابراین می‌بایست بر روی شرکتهای متمرکز شد و به سؤالاتی نظیر «شرکتهای موفق چگونه ایجاد می‌شوند؟ چگونه می‌توانند خود را با تغییرات محیط بین‌الملل تطبیق دهند و چه نقشی در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند» پاسخ داد.

۳-۲. نقش شرکتهای کوچک و بزرگ در رشد اقتصادی

روند توسعه‌یافتگی در کشورهای مختلف، متفاوت بوده است، البته در روند توسعه هر یک از کشورها (حتی کشورهای دارای روند توسعه یکسان) نیز گاه یک یا چند بخش خاص از صنعت مورد توجه بوده است. آنچه در روندهای توسعه کشورهای مختلف، مشترک است توسعه کسب و کار است. نمی‌توان کشور توسعه‌یافته‌ای را پیدا کرد که توسعه کسب و کارها در روند توسعه‌یافتگی آن،

۱. محمود احمدپور داریانی و محمود عزیزی، ۱۳۸۴، ص. ۲۴-۲۶.

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۱۱

مشاهده نشود. البته ممکن است کشورهای مختلف طی روند توسعه، بر روی تعدادی کسب و کار مشخص تمرکز کرده باشند و به توسعه کمی و کیفی آنها بیش از سایر کسب و کارها پرداخته باشند اما تصور توسعه یافتگی بدون ایجاد، رشد و توسعه شرکتها و سازمانهای صنعتی غیرممکن است. به این ترتیب می‌توان گفت یکی از پیش‌نیازهای توسعه یافتگی، توسعه کسب و کار است، البته این کسب و کارها ممکن است مربوط به شرکت‌های بزرگ یا شرکت‌های کوچک و متوسط باشد یا توسط نهاد دولت انجام گرفته یا ترکیبی از موارد یاد شده باشد.

۴. کارآفرینی

در این بخش ابتدا به تبیین مفهوم کارآفرینی خواهیم پرداخت، سپس ارتباط آن را با موضوعاتی نظیر توسعه اقتصادی و کسب و کار بیان خواهیم کرد. در انتها نیز عوامل توسعه کارآفرینی را برخواهیم شمرد.

۴-۱. تعریف و بیان مفهوم کارآفرینی

در بخشهای پیشین مطالبی در خصوص توسعه اقتصادی و کسب و کار بیان شد. حال می‌خواهیم ارتباط کارآفرینی را با موضوعات ارائه شده روشن کنیم. برای این منظور، پیش از هر چیز می‌بایست به ارائه تعاریفی در ارتباط با مفهوم کارآفرینی بپردازیم. در ابتدا می‌بایست تأکید کنیم اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین^۱ و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپتر^۲ کارآفرین را نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی می‌داند. او مشخصه کارآفرین را نوآوری معرفی کرده و فرآیند کارآفرینی را تخریب خلاق^۳ می‌نامد. از نظر او نوآوری در هر یک از این زمینه‌ها کارآفرینی محسوب می‌شود^۴:

- ارائه کالای جدید،
- ارائه روشی جدید در فرآیند تولید،
- گشایش بازاری نو،
- یافتن منابع جدید،
- ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت.

1. Entrepreneur

2. Joseph Schumpeter

3. Creative Destruction

4. J. Schumpeter, 1934, pp. 23 25.

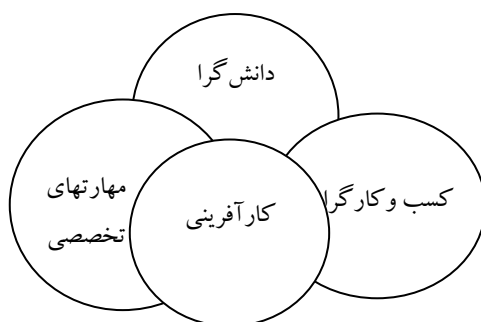
بنابر تعریفی دیگر، کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتها^۱.

تعریف جامع و کاملی که از کارآفرینی در این مقاله به آن اشاره شده است (و البته با تعاریف یاد شده نیز همپوشانی‌های قابل توجهی دارد) به این صورت است کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بسیج منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهد^۲.

در تعریف یاد شده چهار نکته وجود دارد:

- کارآفرین دارای ایده و فکر جدید است.
 - کارآفرین در پی ایجاد کسب و کار است. (نه فقط نوشتن طرح تجاری^۳ بلکه جمع‌آوری منابع، تشکیل تیم و راه اندازی کسب و کار نیز برعهده اوست)
 - کارآفرین ریسک‌پذیر است. مخاطره‌هایی که کارآفرین تحمل می‌کند لزوماً فقط ریسک مالی نیست بلکه گسترده‌تر از آن است.
 - کارآفرین محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌کند یعنی کارآفرین می‌بایست نتیجه کار خود را در بازار ببیند.
- پیش از ادامه بحث باید توجه داشت که کارآفرینی در واقع نقطه تلاقی دانش‌اندوزی، تخصص‌گرایی و مهارت‌های کسب و کار است. این مطلب در نمودار (۴) نشان داده می‌شود:

نمودار ۴. کارآفرینی به عنوان یک مقوله بین رشته‌ای



۲-۴. انواع کارآفرینی

به‌طور کلی می‌توان انواع کارآفرینی (یا کارآفرین) را به این صورت بیان کرد:

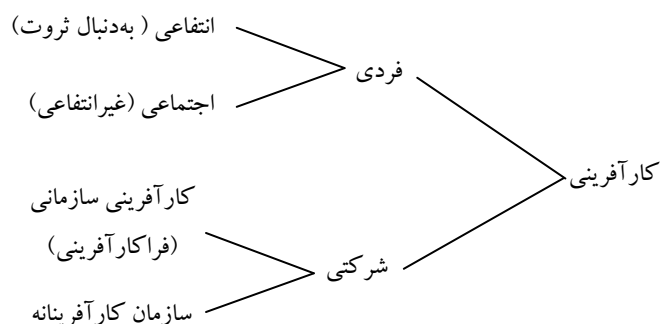
1. H. Stevenson and Gumpert, 1985, pp. 22-25

۲. محمود احمدپور داریانی، ۱۳۸۴، ص ۳۲.

3. Business Plan

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۱۳

نمودار ۵. انواع کارآفرینی (یا کارآفرین)



به دلیل اهمیت و ضرورت موضوع، به تعریف هر یک از مفاهیم مندرج در نمودار (۵) می‌پردازیم: کارآفرینی فردی^۱ (مستقل): فرآیندی است که در آن فرد کارآفرین می‌کوشد تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را به‌طور مستقل به ثمر رساند. این نوع کارآفرینی می‌تواند به دو صورت انتفاعی یا اجتماعی (غیرانتفاعی) باشد.

کارآفرینی شرکتی^۲ می‌تواند به دو صورت کارآفرینی سازمانی^۳ (فراکارآفرینی) یا سازمان کارآفرینانه^۴ باشد.

کارآفرینی سازمانی: فرآیندی است که در آن فرد با حمایت یک سازمان محصولات، فعالیتها، رویه‌ها و فناوری‌های جدید را کشف کرده و به بهره‌برداری می‌رساند.^۵ (در واقع فعالیت کارآفرینانه‌ای را به ثمر می‌رساند).

سازمان کارآفرینانه: به سازمانی اطلاق می‌شود که فرآیندهای مشخصی را به منظور ظهور و بروز محصولات یا خدمات نو از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در خود برقرار و تثبیت کرده باشد. در واقع سازمان کارآفرین بستری فراهم می‌کند تا تمام کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین به انجام فعالیتهای کارآفرینانه فردی یا گروهی بپردازند.^۶

۳-۴. تفاوت کارآفرین با مدیر، سرمایه‌گذار و نوآور

در اینجا برای تبیین هرچه بیشتر مفهوم واژه کارآفرین می‌خواهیم تفاوت آن را با واژه‌هایی نظیر مدیر، سرمایه‌گذار، نوآور و مانند آنها بیان کنیم.

1. Individud Entrepreneurship

2. Corporate Entrepreneurship

3. Intraprenurship

4. Entrepreneurial Organization

5. H. Schollhammer, 1982, pp. 209-229.

6. A Ginsberg and M. Hay, 1994, pp. 382-389.

الف- تفاوت کارآفرین و مدیر

مهم‌ترین تفاوت‌های مدیران و کارآفرینان در جدول شماره (۱) آمده است:^۱

جدول شماره ۱. تفاوت‌های مدیران و کارآفرینان

مدیران	کارآفرینان
بیشتر نگاهشان به گذشته است	بیشتر نگاهشان به آینده است
طالب ثباتند (یک خانه می‌سازند و می‌خواهند تا ابد در آن زندگی کنند)	طالب تغییرند (یک خانه می‌سازند و بلافاصله برای خانه بعدی برنامه‌ریزی می‌کنند)
بیشتر به تهدیدات می‌اندیشند تا فرصتها	بیشتر به فرصتها می‌اندیشند تا تهدیدات
در پی تغییرات و بهبود تدریجی ^۲ هستند	در پی تغییرات و بهبود ساختارشکنانه ^۳ هستند

مأخذ: بر اساس دیدگاه مؤلفان

ب- تفاوت کارآفرین و سرمایه‌گذار

سرمایه‌گذار به فردی گفته می‌شود که سرمایه‌اش را در یک کسب و کار به امید کسب بازده مورد انتظار سرمایه‌گذاری می‌کند. به این ترتیب می‌توان گفت تنها ریسکی یک سرمایه‌گذار متقبل می‌شود ریسک مالی است یعنی اینکه به بازده مورد انتظار نرسد (و حتی ممکن است در مواقعی زیان بزرگی را متحمل شود، برای مثال نتواند اصل پول خود را دریافت دارد) اما کارآفرین علاوه بر ریسک مالی، مخاطرات دیگری نظیر ریسک‌های اجتماعی، حیثیتی و مانند آنها را نیز می‌پذیرد، بنابراین کارآفرین در معرض پذیرش و تحمل ریسک‌های گسترده‌تری است.

ج- تفاوت کارآفرین و نوآور

نوآوری به معنای تجاری کردن یک اختراع یا ابداع است. یعنی فرد نوآور این توانایی را دارد که قابلیت استفاده و صرفه اقتصادی محصول یا خدمت جدیدی را بررسی کرده و در صورت امکان آن را تجاری کند یعنی به بازار معرفی کند.^۴ به این ترتیب می‌توان گفت که هر کارآفرینی می‌بایست لزوماً نوآور باشد اما هر فرد نوآور لزوماً کارآفرین نیست.

۴-۴. نقشها و ویژگیهای کارآفرینان

الف- نقشها

کارآفرینان نقشهایی را بر عهده دارند که در ادامه به آنها اشاره شده است:^۵

۱. محمود احمدپور داریانی و محمود عزیزی، ۱۳۸۳، ص. ۲۱.

2. Incremental Change

3. Radical Change

۴. محمود احمدپور داریانی، ۱۳۸۳، ص. ۶۵.

۵. محمود احمدپور داریانی، ۱۳۸۴، ص. ۳۲-۹.

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۱۵

- عامل ایجاد و توزیع ثروت،
- عامل اشتغال‌زایی،
- عامل انتقال فن‌آوری،
- عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری،
- عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید،
- عامل تعادل در اقتصاد،
- عامل کاهش بوروکراسی اداری،
- عامل نوآوری و روان‌کننده تغییر،
- عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها،
- عامل ساماندهی منابع و استفاده اثربخش از آنها.

ب- ویژگیها

از مهم‌ترین ویژگیهای کارآفرینان می‌توان به این موارد اشاره کرد^۱:

نیاز به موفقیت: عبارت است از تمایل به انجام کار در سطح استانداردهای عالی به قصد موفقیت در موقعیتهای رقابتی. افراد برخوردار از نیاز به توفیق، تمایل دارند همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف، همچنین نسبت به عملکرد خود، به بازخورد مکرر و منظم زمانی نیاز دارند. این افراد ترجیح می‌دهند تا خود مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آنها را از طریق تلاش شخصی برعهده گیرند.

برخورداری از مرکز کنترل درونی: عقیده فرد را براساس اینکه تحت کنترل وقایع خارجی است یا داخلی، مرکز کنترل می‌نامند. کارآفرینان به خود متکی هستند و موفقیت یا شکست خود را به سرنوشت، اقبال، شانس یا موارد مشابه نسبت نمی‌دهند. در صورتی که افراد دارای کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنهاست، سرنوشت آنان را تعیین می‌کند.

مخاطره‌پذیری: منظور از مخاطره‌پذیری در اینجا عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌تواند با تلاشهای شخصی مهار شود. کارآفرین مایل به مدیریت و برعهده گرفتن امور و اختصاص منابع به فرصتهایی است که احتمال شکست معقولی را نیز به همراه دارد. بنابراین مقصود از مخاطره در اینجا ریسک غیرقابل کنترل و بی‌انتها نیست. کارآفرینان هرگز ماجراجویی نمی‌کنند.

استقلال طلبی: نیاز به استقلال را می‌توان معادل عباراتی نظیر «کاری را برای خود انجام‌دادن» یا «رئیس خود بودن» توصیف کرد.

۱. دیوید مک‌کله‌لند (D. McClelland) این ویژگیها را به کارآفرینان نسبت داده است. وی از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد است که برای اولین بار نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی را مطرح کرد.

خلاقیت: توانایی خلق فکرها و ایده‌های جدید است. تحمل ابهام^۱: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل، بی‌آنکه شخص بداند موفق خواهد شد یا خیر.

۴-۵. اصول موفقیت کارآفرینان

مسلم است که چگونگی عوامل و اصول موفقیت کارآفرینان در جهان امروز از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. به همین دلیل می‌توان به اصول موفقیت کارآفرینی این گونه اشاره کرد:

- همگام بودن با تغییرات جهانی،
- کسب و کارگرا بودن،
- بازارگرا بودن،
- فکر راهبردی داشتن،
- دانایی محور بودن (مدیریت دانش)،
- نوآوری،
- تمایل به رشد و توسعه.

۴-۶. ارتباط کارآفرینی با توسعه اقتصادی و کسب و کار

حال که به تبیین مفهوم کارآفرین و کارآفرینی پرداختیم، می‌خواهیم ارتباط آن را با موضوع رشد و توسعه اقتصادی و کسب و کار بیان کنیم. همان‌طور که بیان شد توسعه کسب و کار پیش‌نیاز توسعه اقتصادی است. در فرآیند توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط یا بزرگ یا توسعه کسب و کارها توسط نهاد دولت و نظایر آن نیازمند کارآفرین و روحیه کارآفرینی هستیم، البته باید دقت کرد زیرا برای رسیدن به این اهداف فقط نیازمند کارآفرینان نیستیم بلکه عوامل دیگری نیز مورد نیاز خواهد بود. برای مثال مدیریت توانمند یکی از نیازهای ضروری است اما به طور قطع این مدیر توانمند باید دارای روحیه کارآفرینی باشد. همچنین می‌توان گفت که به سرمایه‌گذاری نیازمندیم که کارآفرین باشد و نه یک سرمایه‌گذار سنتی.

مسلم است که در مرحله ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارها نیازمند کارآفرینان خواهیم بود زیرا آنها به دلیل داشتن ویژگیهای منحصربه‌فرد که پیش از این ذکر شد، می‌توانند بهتر از هر فرد دیگری کسب و کارها را راه‌اندازی کنند. در واقع کارآفرینان بهترین گزینه برای تأسیس شرکتهای موفق هستند. چنانچه سازمان تأسیس شد، در مرحله رشد، توسعه و بلوغ سازمان نیازمند کارآفرینی

1. Ambiguity Tolerance

نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی ۱۷

سازمانی هستیم تا بتوان به تغییرات محیط پاسخ مناسب داد و با ایجاد خلاقیت و نوآوری از قافله رقابت عقب نماند. علاوه بر اینها نیازمند سازمان کارآفرینانه هستیم تا بستر مناسب برای انجام فعالیتهای کارآفرینانه در سازمان مهیا شود و سازمان بتواند در محیط رقابتی و پرچالش فعلی به حیات خود ادامه دهد.

۴-۷. عوامل توسعه کارآفرینی

تاکنون دریافته‌ایم که کارآفرینی به عنوان فرآیندی که می‌تواند به عنوان یک ویژگی شخصی در فرد یا به عنوان یک ویژگی سازمانی در یک شرکت کوچک و متوسط یا بزرگ متجلی شود، نیاز ضروری نظامهای اقتصادی در حال توسعه و حتی توسعه یافته است. حال می‌خواهیم به یک سؤال اساسی پاسخ دهیم که چگونه می‌توان کارآفرینی را در یک جامعه توسعه داد؟ مجموعه عواملی که می‌توانند موجب توسعه کارآفرینی (به همان معنا که ذکر شد) شوند، عبارت‌اند از:

- ایجاد فرهنگ کسب و کار،
 - ایجاد فرهنگ کارآفرینانه،
 - آموزش مهارت‌های کسب و کار به افراد جامعه،
 - سیاستگذاری صحیح و مناسب (برای بسترسازی در راستای توسعه کارآفرینی در جامعه از سوی نهادهای متولی).
- در ادامه پیرامون هر یک از چهار عامل توضیحات بیشتری ارائه خواهیم کرد.

الف- فرهنگ کسب و کار

برای ترویج فرهنگ کسب و کار در جامعه، فرد می‌بایست از دوران کودکی تا زمان ورود به نهادهای کسب و کار، اطلاعات، آگاهیها و آموزشهای لازم را در خانواده کسب کند و با فرهنگ و محیط کسب و کار آشنا شود. چهار مؤلفه مؤثر در ایجاد فرهنگ کسب و کار را در فرد که باید نهاد خانواده انجام دهد، به این ترتیب مطرح می‌کنیم:

- آشنایی با نام محصول،
- آشنایی با نام شرکتها،
- آشنایی با نام بنیانگذاران شرکتها،
- آشنایی با مهارت‌های کسب و کار.

در مجموع می‌توان گفت که حساس شدن نسبت به محیط اطراف در مورد انواع کسب و کار، باعث ایجاد نگاه کسب و کارانه در فرد می‌شود و در ایجاد و ترویج این فرهنگ در جامعه بسیار مؤثر خواهد بود.

ب- فرهنگ کارآفرینانه

علاوه بر فرهنگ کسب و کار، باید فرهنگ کارآفرینی یا آنچه گاهی از آن تعبیر به نگاه یا نگرش کارآفرینانه می‌شود نیز در جامعه ترویج و توسعه داده شود. به عبارت دیگر فرد علاوه بر آشنایی با محصولات و شرکتهای مختلف و مؤسسان آنها، می‌بایست ویژگیهای لازم برای ایفای نقش به‌عنوان کارآفرین (فردی یا سازمانی) را در آینده کسب کند. این ویژگیها در بخشهای پیشین ذکر شده‌اند. در این مورد نقش مدرسه، دانشگاه، نهادهای تعلیم و تربیت و رسانه‌ها بسیار حائز اهمیت است.

ج- مهارتهای کسب و کار

مهارتهای عمومی که فرد برای ایفای نقش مؤثر در محیط کسب و کار لازم دارد در جدول شماره (۲) ذکر شده است:

جدول شماره ۲. مهارتهای مورد نیاز برای ایفای نقش مؤثر در محیط کسب و کار

شماره	نوع مهارت	شرح
۱	تسلط به زبان کسب و کار ^۱	به‌عنوان زبان تجارت، صنعت و تکنولوژی
۲	آشنایی کافی در زمینه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات ^۲ :	آشنایی با کامپیوتر، اینترنت، نرم‌افزارهای عمومی و تجارت الکترونیک
۳	مهارتهای مدیریتی	فرد بتواند واحد(های) کسب و کار را سرپرستی و اداره نماید.
۴	مهارتهای بازاریابی	فرد قادر به انجام خرید و فروش کالا یا خدمت در محیط واقعی بوده و با بازاریابی الکترونیک آشنایی داشته باشد.
۵	دانش مالی- اقتصادی	فرد توانایی انجام تحلیل هزینه- فایده برای فعالیتهای مختلف و متنوع بنگاه تجاری را دارا باشد، با مدیریت مالی بنگاه تجاری آشنایی داشته و قادر به تجزیه و تحلیل مسائل اقتصادی مبتلابه جامعه باشد.

مأخذ: بر اساس نتایج به‌دست آمده از انجام مصاحبه‌ها و مطالعات میدانی

مهارتهای یاد شده باید در دوران تحصیل فرد در مدرسه و دانشگاه آموزش داده شود. در واقع مهارتهای پنج گانه فرد را قادر به راه‌اندازی کسب و کار در محیط پرچالش امروز کرده و ضمن هدایت صحیح، موجب پیشرفت آن نیز می‌شود.

۱. اکنون زبان چینی در حال تبدیل شدن به یک زبان کسب و کار است زیرا چین در حال تبدیل شدن به قطب تولیدی دنیاست. نکته جالب در این رابطه که تا حدودی صحت ادعای فوق را تأیید می‌کند این است که هم‌اکنون تعداد سایتهای به زبان چینی بیش از سایتهای انگلیسی زبان است.

د- سیاستگذاری صحیح و مناسب

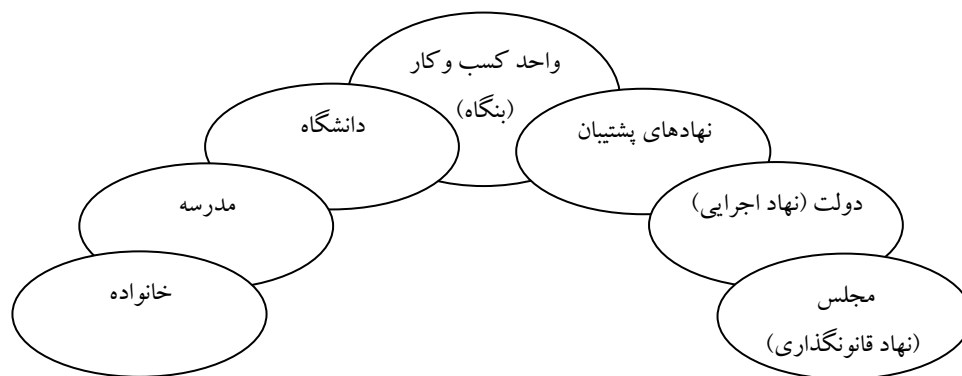
سیاستگذاری صحیح و مناسب از سوی نهادهای متولی می‌تواند در ایجاد فرهنگ کسب و کار و کارآفرینی و نیز در کسب مهارت‌های لازم برای ورود مؤثر به محیط کسب و کار توسط افراد جامعه مؤثر واقع شود و در نهایت نیز بهره‌برداری مناسبی از بذر رشد یافته فعلی را نصیب جامعه کند.

در توضیح این مطلب باید توجه داشت که با وجود اینکه فرد می‌بایست فرهنگ کسب و کار را در محیط خانواده کسب کند و مهارت‌ها را در محیط مدرسه یا دانشگاه فرا گیرد اما مطمئناً نهاد دولت (به معنای اعم) می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های مناسب در انجام موفقیت‌آمیزتر هر یک از این دو مقوله تأثیر به‌سزایی داشته باشد یعنی در راستای تشویق و ترغیب نهادهای ذی‌ربط به انجام هرچه بهتر وظایف محوله قوانینی را تصویب و اجرا کند. علاوه بر اینها نهاد دولت باید برنامه کامل و جامعی برای استفاده از نیروهایی که آمادگی قابل قبولی برای ورود به بازار کسب و کار طی سالیان قبل کسب کرده‌اند، داشته باشد. مشاهده می‌شود که نقش نهاد سیاستگذار در اینجا بسیار پررنگ است.

ه- مدل جامع توسعه کارآفرینی

حال که عوامل چهارگانه توسعه کارآفرینی تشریح شد، می‌توانیم مدل جامع توسعه کارآفرینی را با توجه به نهادهای نقش‌آفرین در این فرآیند به صورت زیر نشان دهیم:

نمودار ۶. مدل جامع توسعه کارآفرینی



در جدول شماره (۳) توضیحات بیشتری در خصوص کارکرد نهادهای مؤثر در فرآیند توسعه کارآفرینی ارائه شده است.

جدول شماره ۳. مدل جامع توسعه کار آفرینی با توجه به کارکردهای نهادهای تأثیرگذار

خانواده	مدرسه / دانشگاه	بنگاه کسب و کار	نهادهای پشتیبان	نهاد اجرایی و قانونگذاری
آموزش فرهنگ کسب و کار از طریق:	آموزش فرهنگ کارآفرینانه و مهارت‌های کسب و کار نظیر:	ایجاد محیطی مناسب برای کارآفرینی	مانند رسانه‌ها	• تسهیل قوانین و مقررات
• الگوی نقش	• اعتماد به نفس	سازمانی و ایجاد	ترویج فرهنگ کسب و کار و	• سیاستگذاری مناسب
• تجربه والدین	• ریسک پذیری	سازمان کارآفرینانه	کارآفرینی و	• بسترسازی صحیح
• قصه‌های کودکان	• برخورداری از مرکز کنترل درونی	حتی در صورت لزوم آموزش عمومی مهارت‌های کسب و کار		
	• خلاقیت و نوآوری			
	• درک ارزش کار			
	• احترام به کسب و کار			
	• کسب درآمد ارزش است			
	• تسلط به زبان انگلیسی ^۱			
	• آشنایی عمومی با ICT			
	• توانایی‌های مدیریتی			
	• مهارت‌های بازاریابی			
	• مهارت‌های مالی و اقتصادی			

مأخذ: بر اساس دیدگاه مؤلفان مقاله

و- عامل سرمایه

سرمایه عامل بسیار مهمی است که بدون وجود آن توسعه هرگونه کسب و کاری قطعاً غیرممکن است. سرمایه‌گذاری می‌تواند توسط دولت، بخش خصوصی و یا سرمایه‌گذار خارجی انجام شود. در تمامی مدل‌های توسعه، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بخش خارجی از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. در بیشتر جوامع در حال توسعه، توسعه‌یافتگی نیازمند مشارکت بخش خصوصی است تا حدی که صاحب‌نظران، یکی از شاخصه‌های توسعه‌یافتگی جوامع را میزان مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد دانسته‌اند. سرمایه‌گذاری خارجی نیز در توسعه اقتصادی نقشی غیرقابل انکار دارد. سرمایه‌گذاری خارجی در واقع همان عامل شکسته شدن دور باطل فقر در جوامع توسعه نیافته چندین دهه پیش است. اهمیت سرمایه‌گذاری خارجی علاوه بر مقوله ایجاد سرمایه جهت توسعه کسب و کار، شامل مواردی نظیر ایجاد و انتقال فن آوری و دانش فنی، گشایش بازارهای خارجی و مانند آنها نیز می‌شود. اهمیت عامل سرمایه تا حدی است که بسیاری سرمایه و کارآفرینی را دو بال توسعه‌یافتگی جوامع دانسته‌اند.

۱. همانطور که پیشتر اشاره شد شاید در آینده تسلط به زبان چینی نیز مورد نیاز باشد.

۵. نتیجه گیری

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد، نقش مهم و مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. در یک اقتصاد پویا و رقابتی، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر هستند و در این میان کارآفرینی است که می‌تواند الگویی برای رویارویی و سازگاری با شرایط جدید به ارمغان آورد. از این رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد، یعنی تولیدکنندگان، مدیران، سرمایه‌گذاران و حتی مصرف‌کنندگان باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. ایجاد فرهنگ کسب و کار و فرهنگ کارآفرینی در جامعه، آموزش مهارت‌های عمومی کسب و کار به افراد و سیاستگذاری مناسب از سوی نهاد دولت مجموعه عواملی را تشکیل می‌دهند که می‌تواند به ترویج و توسعه کارآفرینی در جامعه بیانجامد. حال چنانچه عامل سرمایه در کنار کارآفرینی قرار گیرد می‌تواند به توسعه کسب و کار منتهی شود. توسعه کسب و کار نیز همانطور که در بخش‌های پیشین ذکر شد یکی از پیش‌نیازهای توسعه یافتگی اقتصادی است.

منابع

الف) فارسی

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، شرکت پردیس ۵۷، چاپ ششم.
- احمدپور داریانی، محمود و محمود عزیزی (۱۳۸۳)، کارآفرینی، مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قلم، چاپ سوم.
- احمدپور داریانی، محمود و محمد مقیمی (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، نشر فراندیش، چاپ اول.
- مؤسسه حسابرسی و خدمات مالی دایارایان (۱۳۸۴)، بورس، سهام و نحوه قیمت‌گذاری سهام، نشر نخستین، چاپ چهارم.

ب) انگلیسی

- Drucker, P. (1985), "The Discipline of Innovation", *Harvard Business Review*, May-June. Vol. 5, No. 3, pp. 67-72.
- Ginsberg, A. and M. Hay (1994), "Confronting the Challenges of Corporate Entrepreneurship: Guidelines for Venture Managers", *European Management Journal*, Vol. 12, pp. 382-389.
- McClelland, D. (1965), "Achievement Motivation Can be Developed", *Harvard Business Review*, Vol. 43, No. 6, pp. 32-45.
- Palmer, M. (1987), "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential" in *Entrepreneurship and Venture Management*, C. Baumback and J. Mancuso (Eds), N.J.: Prentice-Hall Inc.
- Schollhammer, H. (1982), "Internal Corporate Entrepreneurship" in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, C. Kent, D. Sexton and K. Vesper (Eds), N. J.: Prentice Hall, 209-229.

- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press.
- Stevenson, H. and Gumpert, D. (1985), "The Heart of Entrepreneurship", *Harvard Business Review*, Vol. 63, No. 2, pp. 17-29.

(ج) سایت

<http://www.gemconsortium.org/>