

فصل اول مدل های کار آفرینی

مفهوم کار آفرینی:

برخی از نظریه ها در ارتباط با مفهوم کار آفرینی به شرح زیر بیان می شود:

۱- از نظر پیتر در اکر کار آفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه ی اندک خود شروع کرده و به مرور ارزش ها را تغییر داده و ماهیت آن را متحول می سازد.

۲- از نظر رابرت هیستریچ کار آفرینی فرآیند خلق چیزی نو با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی رضایت شخصی و استقلال می باشد.

۳- از نظر رابرت رونسنت کار آفرینی روند پویایی در جهت افزایش و ایجاد سرمایه است و این کار توسط شخصی انجام می پذیرد که خطر از دست دادن زمان و فرصت شغلی دیگر را در برابر ایجاد ارزش برای محصول یا خدمات خود به جان می خرد.

- تقریباً در همه ی تعارف کار آفرینی این توافق وجود دارد که در مورد رفتاری بحث می شود که :

۱- پیش قدم است ،

۲- می تواند مکا نسیم اجتماعی و اقتصادی را برای تبدیل به منابع و موفقیت های بیش تر سازمان دهی یا سازمان دهی مجدد کند،

۳- ریسک و شکست را می پذیرد.

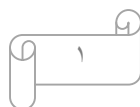
انواع مدل های کار آفرینی:

۱- مدل های محتوایی دو دسته مدل کار آفرینی وجود دارد :

۲- مدل های فرآیندی

مدل های محتوایی :

در مدل های محتوایی هدف محققان یافتن یک چارچوب روانشناسانه و ارائه ی تعریف کارآفرینی بر مبنای برخی ویژگی های فردی بوده است و در کل به جای پرداختن به رویکرد کلیه ی ویژگی های فردی رفتار اشخاص و افراد را مورد بررسی قرار می دهد.



مدل های فرآیندی:

این مدل شامل دو دسته ی اصلی می باشد: ۱-فرآیندی رویدادی

۲-فرآیندی چند بعدی

الف) فرآیندی رویدادی: در این دیدگاه کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیت های کار آفرینانه را برنامه ریزی ، اجرا و کنترل می نماید. طرفداران این دیدگاه معتقدند که بروز برخی از عوامل محیطی و تاثیرات آن بر فرد نقش تعیین کننده ای در تصمیمات وی دارد.

ب) فرآیند چند بعدی: در این دیدگاه کار آفرینی یک چارچوب چند بعدی و پیچیده می باشد که کلیه ی عوامل شامل فرد کار آفرین و ویژگی های او ، مهارت ها و سبک های مدیریتی او ، فرهنگ ، استراتژی، ساختار و نظام سازمان را در بر می گیرد.

مدل های کار آفرینی در ایران :

در پژوهشی که توسط دکتر سید محمد اعرابی را جمع به تبیین عوامل توفیق کار آفرینان انجام شده است چنین نتیجه می شود که کار آفرینان ایرانی در راستای کسب موفقیت به ابعاد سه گانه ی فرآیند کار آفرینی (۱- شناسایی فرصت ها ، ۲- جذب منابع و مدیریت آن ۳-هدایت و رهبری سازمان.) توجه و تمرکز دارد.

فصل دوم انواع کار آفرینی

انواع کارآفرینی:

۱-کارآفرین مستقل با فرد

۲- کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی مستقل با فرد :

کارآفرین مستقل، فردی است که خود مسئول جمع آوری منابع لازم برای راه اندازی کسب و کار است . این شخص از کار کردن برای دیگران رنج می برد چرا که او میخواهد کارها را به شیوه ی خود انجام دهد و معتقد است که میتواند با برنامه ریزی در راستای ایده های خلاقانه خود به شخص دست یابد .

ویژگی افراد کارآفرین:

هر کارآفرین برای راه اندازی کسب و کار خود به شیوه های فردی خود عمل میکند. کار آفرین بودن یعنی در هم آمیختن ویژگی های شخصی ، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار ، کارآفرین بودن یعنی توانا بودن در کشف و ارزیابی فرصت ها ، جمع آوری منابع لازم و راه اندازی کسب و کار.

کارآفرین هدایت کننده است و باید در اجرای اکثر فعالیت های خود از صفات رهبری برخوردار باشد. او به طرز حساس شده ریسک میکند. در بین تمام ویژگی های کارآفرینان ۱۰ ویژگی شاخص و بارز به چشم میخورد که در ذیل به آنها اشاره میشود:

۱-ویژگی کنترل درونی:

کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت ، شکست را به سرنوشت ، اقبال یا نیرو های مشابه نسبت نمی دهد . به عقیده ی آنها شکست یا پیشرفت تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردشان موثر میدانند.

۲-استقلال طلبی:

هر کارآفرین موفق میخواهد کارها را به شیوه ی خود و برای خود انجام میدهد و کار کردن برای دیگران برای او سخت است. در مواقع نیاز به استقلال عاملی است که سبب میشود تا کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند.

۳-نیاز به کامیابی:

کارآفرینان با انگیزه و مهارت خود دست به رقابت میزنند و سعی میکنند از عهده ی کاری که بر روی آن وقت و انرژی خود را متمرکز کرده اند به درستی برآیند .

۴-ویژگی مخاطره پذیری:

از ویژگی بارز هر کارآفرین ریسک پذیری و خطر کردن است البته بر خلاف مردم عادی کارآفرین هیچ گاه قمار نمیکند بلکه با ارزیابی دقیق و حساب شده از میزان مخاطره تصمیم میگیرد.

۵-ویژگی آینده نگری:

کارآفرینان دقیقاً میدانند که به کجا میخواهند بروند آنها تصور و دیدگاهی روشن از آینده ی سازمان خود دارند

۶-ویژگی خلاقیت و نوآوری:

بدون شک نوآوری مهم ترین ویژگی یک کارآفرین است. خلاقیت توانایی گسترش ایده های جدید و کشف راه های جدید با نگاه به مسائل و مشکلات و فرصت هاست. نوآوری توانایی به کاربردن راه حل خلاق برای مسائل ، مشکلات و فرصت هاست

۷-خوش بینی:

هرچند کارآفرینان در راهی که در پیش دارند با مشکلات عدیده ای روبه رو هستند اما در طول این دوره با اعتمادی که به خود دارند برای حل این مشکلات تلاش بسیار میکنند.

۸-تحمل ابهام :

قدرت تحمل ابهام یعنی پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی. کارآفرینان بدون این که احساس تهدید یا نارضایتی نمایند قادرند به طور اثر بخش با شرایط و اطلاعات مبهم رو به رو شده و ضمن رفع ابهام آنها را به نفع خود تغییر دهند.

۹- تحمل شکست:

برای کارآفرین شکست یک تجربه ی جدید است. اغلب کارآفرینان معتقدند که از شکست های خود بیش از موفقیت های خود درس گرفته اند.

۱۰-توانایی ساخت تیم های کاری:

میل به استقلال رغبت کارآفرین را نسبت به ایجاد کار گروهی مسدود نمیکند، بلکه آنها میتوانند انگیزه ی تیم را به شدت تقویت نمایند.

کارآفرین سازمانی:

فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ظهور میرسد. شکل گیری فرآیندهای کارآفرینانه ی بنگاه بارزترین نشانه های کارآفرینی سازمانی میباشد. نوآوری سازمانی در واقع اشاره به نوآوری کالا یا خدمات دارد. با توجه به علاقه ی بسیار کارآفرینانه بودن سازمان و تلاش در جهت نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در آن دو نوع دیدگاه و استراتژی اصلی در این باره از روی صاحب نظران مطرح شده است (که استراتژی نوع اول: استراتژی وجود کارآفرین در سازمان یا کارآفرینی درون سازمانی و استراتژی نوع دوم: استراتژی ایجاد کارآفرینی در سازمان)

در استراتژی نوع اول تاکید به کارآفرینی فردی و گروهی است که نهایتاً منجر به اجرای یک تفکر خلاق در درون سازمان میگردد. در حالی که در استراتژی نوع دوم محور اصلی خود سازمان است به گونه ای که تغییرات در ساختار، فرهنگ و رفتار سازمان باعث بینش مبتنی بر خلق تفکر جدید و در نهایت محصول یا خدمات جدید مینماید.

نقش مدیر در پرورش کارآفرینی:

مدیریت میتواند توانایی و استعداد کارآفرینی را در افراد ایجاد و ترویج و تشویق کند و یا رفتار و عملکرد او میتواند مانع از این امر شود.

هنر مدیر کارآفرین عبارت است از استفاده از خلاقیت دیگران و پیدا کردن ذهن های کارآفرین.

مدیر کار آفرین باید فضایی بیافریند که خودش بتواند کارآفرین باشد و افراد سازمان را نیز تحریک کند و این فضا فضایی است که از کار روزمره به دور بوده و به نحوی تفویض اختیار میکند تا هر کس خود مشکل خودش را حل کند.

ویژگی های زیر به پرورش استعداد کارآفرین موفق کمک میکند:

۱- تحمل ریسک:

کارکنان باید تشویق شوند که بدون ترس از شکست و پیامد های آن عمل کرده و اشتباهات را به عنوان فرصت های یادگیری در نظر بگیرد.

۲- کاهش کنترل بیرونی:

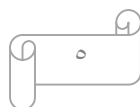
قوانین و مقررات و خط مشی های مشابه باید به حداقل کاهش یابد و خود کنترلی جایگزین آن شود.

۳- کاهش تقسیم کار:

مشاغلی که بطور محدود تعیین شده باشد، ایجاد محدودیت میکند در حالی که فعالیت های متعدد شغلی دیدگاه وسیعتری به کارکنان میدهد.

۴- قبول ابهام:

تاکیدی خیلی زیاد بر عینی بودن و معین بودن کارآفرینی را محدود میکند.



۵- تحمل تضاد:

گونگونی دیدگاه ها باید تشویق شود هماهنگی و توافق بین افراد و محله ها لزوماً به عملکرد موفق منجر نمیشود.

۶- تحمل راه های غیر عملی :

افرادی که جواب های غیر عملی حتی ناخرمدانانه ارائه میدهند باید تحمل شوند زیرا آنچه در اوایل غیر عملی به نظر می آید ممکن است به کارآفرینی منجر شود.

پرورش خلاقیت

در شرکت هایی که در سطح بالایی از نوآوری قرار دارند متفکرین خلاقان و نوآوران نه فقط از نظر مالی تشویق میشوند بلکه زمانی که می بینند محصول آنها در بازار موفق بوده بسیار احساس رضایت دارند.

افراد همه ی بخش ها در تیم های حل خلاقانه ی مسئله و فرآیند ارزیابی و به اجرا در آوردن ایده ها درگیر هستند. در حالی که مدیریت فرآیند پایان نیافتنی ابتکار و پیشرفت را تشویق میکنند. محیطی که خلاقیت را تشویق میکند محیطی حمایت کننده است.

مدیریت به منظور ایجاد خلاقیت فرهنگ سازمانی را در جهت تشکیل یک سازمان نوآور تغییر میدهد چرا که فرهنگ سازمانی بطور ناآگاهانه نوآوری را ضایع میکنند مگر اینکه مکانیسم های معینی برای توسعه و تامین ایده های خلاق بنیان شود.

منافع آموزش افراد برای حل خلاقانه ی مسائل:

۱. افراد قادر خواهند بود تا یکدیگر را بهتر بفهمند و با یکدیگر بهتر ارتباط برقرار کنند
۲. افراد در تیم های با اهداف مشترک بهتر کار میکنند
۳. افکار افراد با نیاز های شغلشان بهتر هماهنگ میشود و در نهایت به تعهد، شور و شوق، انرژی و ثمر دهی بیشتر منجر خواهد شد. (ثمر دهی == synergy == هم افزایی)
۴. اگر مدیران بتوانند مهارت های فکری کارکنان خود را بطور مناسب به کار بگیرند مسلماً نتایج بهتری در فرآیند انجام کار به دنبال خواهند داشت
۵. سبک های یادگیری و شیوه های تدریس درون سازمانی بطور موثری هماهنگ میشود و ضمن آن مهارت ها و آموزش افراد به طور موثر ارتقا میابد

کارآفرینی اجتماعی:

به عنوان یک رویکرد خلاقانه برای برخورد با نیازهای پیچیده اجتماعی شناخته میشود. کارآفرینان اجتماعی با از بین بردن مرزها و محدودیت‌های بین حوزه‌های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی و تاکید بر مدل‌های چندگانه یا مختلط بین آنها باعث ایجاد همکاری و هم‌افزایی جهت حل مشکلات اجتماعی میشود.

برخی دانشمندان معتقدند کارآفرینان اجتماعی نقش کاتالیزور را در تغییرات اجتماعی دارند و به وسیله‌ی موارد زیر نقش عاملین تغییر را در اجتماع ایفا میکنند:

۱. داشتن مأموریت برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی (به جای ارزش‌های شخصی)

۲. شناسایی و تعقیب بی‌وقفه‌ی فرصت‌های جدیدی که از طریق آن بتوان مأموریت فوق را محقق ساخت.

۳. قرار گرفتن در چرخه‌ی فرآیند و نوآوری، یادگیری مستمر

۴. عمل دستورانه و مجاب‌کننده بدون ترس از محدودیت منابع موجود و در دسترس

۵. اوج احساس مسئولیت، وفاداری و پاسخگویی و خدمت به هواداران

عناصر کارآفرینی اجتماعی:

۱- عامل تغییر در بخش اجتماعی: کارآفرینان اجتماعی، اصلاح‌گرا و تحول‌گرا، همراه با یک مأموریت اجتماعی هستند که تغییرات اساسی را در بخش اجتماعی صورت میدهد که چشم‌اندازشان حسودانه است که به موارد اصولی و مشکلات اساسی و به علائم ساده‌ی رفتاری توجهی ندارد. آنها اغلب نیازها را کاهش میدهند به جای اینکه دقیقاً آنها را برابر بسازند. همواره در جستجوی تغییرات منظم و پیشرفت‌های قابل قبول میباشد.

۲- پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی: این مورد مرکز ثقلی است که کارآفرینان اجتماعی را از کارآفرینان اقتصادی جدا میسازد. برای کارآفرینان اجتماعی مأموریت اجتماعی اساس و بنیان کار است. سودآوری، ایجاد ثروت و پاسخ به تمایلات مشتریان بخشی از عمده‌ی کار آنهاست که این عوامل ابزاری برای نیل به اهداف اجتماعی تلقی میگردد. آنان از طریق واکنش سریع میخواهند پیشرفت‌های اجتماعی را ایجاد و همیشه در مورد ماندگاری تاثیر اجتماعی خود میاندیشد.

۳- شناسایی و تغییر سر سخنانه ی فرصت های جدید :

در جایی که دیگران مسائل و مشکلات دیگران را میبینند کارآفرینان فرصت ها را شناسایی میکنند. جز اصلی کار آنان اصرار و پافشاری برای پیش بینی و قضاوت است. آنان با شناسایی فرصت های جدید با پافشاری و اصرار بر آن و تعقیب هدف خود قادرند بر موانع موجود غلبه کنند

۴- به کارگیری فرآیند مستمر نوآوری ، سازگاری و یادگیری: کارآفرینان مبتکر و نوآورند. آنان به انجام کارهای تازه و توسعه ی مدل های جدید میپردازند و در ارائه ی نگرش های جدید پیش گامند. آنها به سادگی نیاز دیگران را جهت ابداع از طریق آفرینش ایده های جدید برطرف می سازند. نوآوری آنان ممکن است از طریق چگونگی ساختار برنامه های اصلی و با کیفیت منابع در دسترس پدیدار شوند. آنان شکست در یک پروژه و برنامه را تجربه ای برای یادگیری میدانند.

۵- اقدام جدی و بی پروا به وسیله ی منابع در دسترس:

آنان از منابع کمیاب به طور کارا استفاده میکنند و منابع محدود خود را از طریق کاهش زیان هایی که به شکست منجر میشوند تخمین میزنند .

فصل سوم فرهنگ کارآفرینی

فرهنگ کارآفرینی:

ساختار و عملکرد فرهنگ های متفاوت و درونی آنها در سطوح مختلف فردی و اجتماعی به نحوی است که میتوان گفت بر اساس اصل تاثیر متقابل حوزه های مختلف فرهنگ و اجتماع ، فرهنگ کارآفرینی از دیگر حوزه های فرهنگ از جمله حوزه ی اخلاق و ادب و ارزش ها و عقاید اقتصادی و سیاسی تاثیر دارد، از این رو ریشه ی قوت و ضعف فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و سلسله مراتب ارزش ها جایگاه فراتری را به خود اختصاص داده است. بنابر این اگر چه کارآفرینان ارزش ها و باید هایی که متمایز با سایر اقشار در جامعه است را دارند، اما فرهنگ کارآفرینی صد در صد متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه میباشد. در واقع هرچه ارزش ها و عقاید موجود در جامعه ، افراد جامعه را به کار ، تولید مداوم ، فکر و اندیشه ی خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد، در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه میشود. به عبارتی در آن جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت ، نوآوری و کارآفرینی میزنند.

فرهنگ کار در غرب:

تاکیدی که در ایدئولوژی غرب به ویژه در آمریکا بر کار به عنوان بروز جوهر اصلی وجود انسان شده است این است که حیات انسان با کار تبلور می یابد و نشان می دهد اهمیت یافتن کار در این جامعه به عنوان یک ارزش فی نفسه است .

اعتقاد استوار و بی چون و چرای آنان به این که فردا میتواند و باید بهتر از امروز باشد و نیز خوش بینی بی حد و اندازه ی آنها نسبت به آینده از توفیق و کامیابی آنان است .

موانع کارآفرینی در ایران:

برای درک زمینه این بحث ابتدا ساختار اقتصادی و سیاست های طرح شده در این رابطه بررسی می شود و سپس به فرهنگ کار آفرینی در ایران می پردازیم.

اقتصاد ایران و کار آفرینی

نظریه اهمیت کار آفرینی در توسعه، بسیاری از اندیشمندان جامعه را به آن داشته است تا بر پایه ی یک دیدگاه نظری و تجربی نقش کار آفرینان را در فرایند واقعی توسعه مطرح می کنند یعنی عناصری که در شرایط مناسب می تواند با تکیه بر توان ذهنی و نیز ریسک پذیری ذاتی خود به عنوان یک موتور خود جوش (یک چرخه ی در حرکت) ، حرکت نموده و ساز و کاری را به جریان بیندازد که مستقل از دولت و با تکیه بر نیروی مادی و ذهنی مردم موجب اعتلای جامعه می شود. اما این قدرت در محیطی عینیت می یابد که نخست می بایست ساختار اقتصادی آن را بررسی نمود، به این مفهوم که تولید کنندگان در چه مقیاسی فعالیت می کنند و از بعد اندازه ی تولید چگونه طبقه بندی می شوند، در چه مناطق و چه حوزه هایی از فعالیت های اقتصادی متمرکز هستند و چه رابطه ای با یکدیگر دارند و چه فضای سیاستگذاری حاکم بر آنها می باشد . این که آیا سیاست آزاد اقتصادی حاکم است و ساز و کار بازار حکم می راند و یا اقتصاد دستوری تسلط دارد.

فرهنگ کار آفرینی در ایران:

همان گونه که ذکر شد فرهنگ کار آفرینی در ایران خلاقیت و نو آوری ، مجموعه ارزش ، نگرش ها و هنجار ها و رفتار هایی است که هویت افراد کار آفرین را تشکیل می دهد بنابراین نوع نگرش ها، ارزشها و هنجارهای موجود که فرهنگ را تعیین می کند ، چگونگی رشد ، پیشرفت و نو آوری را نیز رقم می زند.

فرهنگ کار در ایران:

با وجود عناصر مثبت زیاد در فرهنگ ایران که در آن به کار ارزش زیاد داده میشود و نیز با وجود سنت امامان در اوج نهادن به کار و تاکید بیشتر بر ارزشهای اکتسابی کار می باشد، ارزشهایی که در جامعه غلبه دارد که اخلاق کار و به طبع آن کار آفرینی را تضعیف می کند. در ساختار کلی و سطح کلان جامعه به خصوص ارزشهای مربوط به نظام سیاسی، ارزشهای قالب به طور عمده انتسابی نه اکتسابی و ارزشهای اکتسابی که تقویت کننده ی کار ، خلاقیت و نو آوری با عنوان ارزشی فی نفسه است، جایگاهی نداشته یا بسیار محدود است.

اهمیت نسبت در اشتغال مناسب و تخصیص منابع اصل وراثت خاندانی و بهره مندی از منابع کمیاب از عواملی است که در سطح کلان جامعه با فرهنگ درست کار در تعارض بوده و کار آفرینی را تضعیف می کند .

مواردی که کار آفرینی سبب تحقق آنها می شود:

- ۱- اشتغال
- ۲- انتقال تکنولوژی
- ۳- بهبود کیفیت زندگی
- ۴- تولید رفاه
- ۵- نو آوری و انعطاف محیط
- ۶- تحریک حس رقابت
- ۷- ترغیب و تشویق به سرمایه گذاری
- ۸- شناخت ، ایجاد ، گسترش بازار های جدید
- ۹- کاهش اضطراب های اجتماعی

توسعه ی کار آفرینی:

درسالهای اخیر با توجه به نقش کار آفرینان در رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشورها و نیز با عنایت به مسائل و تنگنانهایی از نظر اقتصادی و توسعه ی صنعتی و به خصوص بی کاری وجود دارد، ضرورت ایجاد می کند تا با توسعه ی این مفهوم در سطح گسترده ای پرداخته شود. از دیدگاه کلان می توان برای فرآیند کار آفرینی از یک سو عرضه و از سوی دیگر تقاضا قائل شد. سطح عرضه ی کارآفرینی یعنی دامنه ای که در یک جمعیت معین، کارآفرین بالقوه تولید میکند و سطح تقاضای کارآفرین مجموع دو عامل ساختار صنعت و تنوع بازار کالا و خدمات است که فرصت های کارآفرینی را در بازار به وجود می آورد.

سطح عرضه ی کارآفرینی تحت تاثیر عواملی نظیر نرخ رشد جمعیت، تراکم جمعیت، نرخ شهرنشینی و سطح نابرابری درآمد میباشد. هرچه نوع جمعیت بیشتر باشد و این جمعیت در مناطق شهری و توسعه یافته باشد تعداد افرادی که آماده ی کارآفرین شدن را دارد بیشتر خواهد شد. سطح تقاضای کارآفرینی تعادل میزان توسعه یافتگی تکنولوژی و درجه جهانی شدن کشور میباشد.

انواع دوره های آموزش کارآفرینی:

به طور کلی امروزه چهار دسته اصلی دوره های کارآفرینی به شرح زیر است:

دسته ی اول: برنامه هایی برای آگاهی و جهت گیری به سمت کارآفرینی میباشند. هدف از این دوره ها افزایش کارآفرینی در دو بیش نسبت به کارآفرینی عنوان یک شغل برای تمامی اقشار جامعه میباشد.

دسته ی دوم: شامل برنامه های آموزشی می باشد که توسعه ی تاسیس شرکت ها را انجام دهد. این برنامه ها به اقتضای شرایط خاص هر کشور طراحی شده اند.

دسته ی سوم: این دوره ها جهت رشد و بقای کارآفرینان و شرکت های کوچک طراحی شده اند.

دسته ی چهارم: این برنامه ها جهت توسعه ی آموزش کارآفرینی میباشد که شامل شیوه های جدید آموزشی و تعیین نقشهای نوین دانشجو و استاد در برابر آموزش کارآفرینی میباشد.

طرح توسعه ی کارآفرینی در دانشگاه ها ی کشور:

در برنامه ی سوم توسعه ی اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی ایران، موضوع کارآفرینی به خصوص در ابعاد آموزش و پرورش کارآفرینان مورد توجه خاصی قرار گرفته است و طرح و اعتبارات خاصی در غالب برنامه های ویژه سالانه برای گسترش و توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه ها و سازمانهای مرتبط با آموزش ، پیش بینی شد که اهداف مطرح کارا:

۱. ترویج ، ترغیب و ارتقای روحیه و فرهنگ کارآفرینی و تلاش در جامعه دانشگاهی .
۲. ترغیب ، تشویق و جذب جامعه دانشگاهی به آموزش دوره ی کارآفرینی.
۳. گسترش تحقیقات تفصیلی در خصوص کارآفرینان و پروژه های کارآفرینی.
۴. آگاه سازی جامعه ی دانشگاهی در مورد کارآفرینی ، کارآفرینان و نقش های آنها در رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال و رفاه.

توسعه ی کار آفرینی در دانشگاه ها :

۱-زمینه ی ترویجی:

در ترویج کار آفرینی دوهدف پیش بینی میشود

الف: تقویت فعالیت و نو آوری و ایجاد انگیزش در بین دانشجویان

ب: هدایت و تشویق کار آفرینان به سمت کسب مهارت های لازم

۲-زمینه ی آموزش:

مبانی کار آفرینی می تواند به عنوان واحد های عمومی کار آفرینی (دروس اختیاری، و یا طی سمینارها و کار های آموزشی) به دانشجویان و علاقمندان آموزش داده میشود.

۳-زمینه ی پژوهشی:

امور پژوهشی و مطالعاتی که در زمینه ی کار آفرینی که می بایست منجر به شناخت مشکلات پیش روی توسعه ی کارآفرینی و محدودیت های موجود در اقتصاد و جامعه راهنمای رفع مشکلات و محدودیت ها، روشن ساختن برنامه های ترویجی و آموزشی

نقش دولت در توسعه ی آموزش کار آفرینی:

۱-فرهنگ سازی و ترویج روحیه ی کار آفرینی: ایجاد و تقویت ارزش ها، نگرش ها و رفتارهای کارآفرینانه و به طور کلی فرهنگ سازی جهت کسب و کار، این هدف عمدتا در قالب سیاست ها و برنامه های تشویقی، ترویجی، آموزشی، پیگیری می شود.

۲-اصلاحات ساختاری و نهاد سازی: منظور این است که نظارت بر اصلاح قوانین و مقررات و چارچوب های حقوقی حاکم بر ایجاد مختلف کسب و است. از مهم ترین این قوانین ثبت و تاسیس این شرکت هاست. هدف از اصلاحات ساختاری، انطباق چهار چوب قانونی -حقوقی با نیاز ها و ضرورت های توسعه ی کار آفرینی در مقاطع مختلف زمانی میباشد.

۳-ایجاد موسسات آموزشی، دولتی و خصوصی: در جوامعی که کشاورزی، پاسخگوی اشتغال برای تمامی اقشار میباشد و از سوی دیگر فراگیر کار های سود آور فقط برای عمده ی محدودی میباشد. آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره وری در جامعه میباشد.

۴-آموزش کارآفرینی

۵-آموزش های از راه دور و رسانه ای

۶-مشاوره های مالی، فنی و مدیریتی

فصل چهارم

چگونه کارآفرین شویم؟؟؟

زمانی که بیش از هرچیز دیگر احساس بی قراری نسبت به ایجاد تغییر در زندگی در انسان حس میشود انسان نیاز به یک چالش و دگرگونی اساسی دارد. این چالش میتواند نقطه ی شروعی برای روی آوردن به کارآفرینی باشد.

راهکار های موفقیت در کارآفرینی:

۱. تعیین اهداف
۲. ایمان به خود
۳. استفاده ی بهینه از زمان
۴. اعتقاد به برنده شدن
۵. رهبر بودن
۶. خلاق بودن

تعیین اهداف: اهداف میبایست کاملا مشخص باشد ، زمانی که میخواهیم بدانیم زودتر به آن برسیم . در تعیین اهداف نکات زیر را باید رعایت نمود:

۱. واقع بین باشیم ، نقاط ضعف خود را ببینیم و از حمایت ها و موانع موجود در محیط آگاه باشیم
 ۲. متکی به خود باشیم، هدف خود را به گونه ای تعیین نکنیم که تمام و کمال وابسته به دیگران باشیم.
 ۳. اهدافی که به نظرتان مهم است و میتوانید آنها را به بهترین انتخاب کنید.
 ۴. بر اهداف مثبت تمرکز داشته باشیم
- نکاتی که باید در تعیین اهداف جهت کارآفرینی به آنها توجه کنیم:
۱. همواره عملکرد خود را بازبینی کنیم.
 ۲. از اشتباهات خود درس بگیریم

۳. زمانی که علت شکست خود را فهمیدیم به جای افسوس خوردن به خاطر اشتباهات گذشته روی زمان حال تمرکز کنید و وقت خود را بیهوده تلف نکنیم تا بتوانیم موقعیت بهبود بخشیم.

۴. اگر به رغم کوشش های مداوم نتایج قابل تشویقی به دست نیاوردید به ابتدای کار باز گردید و اهداف خود را مجددا مورد مطالعه قرار دهید .

۵. اگر بهره وری ندارید، تغییرات را بپذیرید ، از تغییرات نترسید و از آن برای رسیدن به اهداف مشخص تر استفاده کنید.

استفاده ی بهینه از زمان:

۱. تجزیه و تحلیل کار و زمان

۲. شناخت اولویت ها

۳. برنامه ریزی برای کارها

۴. انجام به موقع کارها

۵. یادداشت فعالیت های روزانه

۶. لیست و ترتیب نمودن گزارش های روزانه

اعتقاد به برنده شدن: بعضی از افراد مانند بازندگان عمر خود را میگذرانند ، آنها از بسیاری از چیز ها میترسند و همیشه از کار ها شکایت میکنند و....

رهبر بودن: سرپرستی و رهبری را بیاموزیم و مسئولیت گروه خود را بر عهده بگیریم . سعی کنیم به وجود یا عدم وجود پاداش و قدر دانی برای تلاش هایتان اهمیت بدهید .

چیزی که مهم است توانایی شما برای ترکیب منابع و استعداد ها در تشکیل یک گروه برنده است .

خلاق بودن :

-تکنیک های خلق ایده ی نو : یکی از ویژگی های کارآفرین موفق خلاقیت است. دانشمندان معتقدند برخی عوامل نظیر سن ، تحصیلات و استفاده نکردن از قوه ی خلاقیت به کاهش خلاقیت منجر میشود.

البته روش هایی وجود دارد که فرد را در دستیابی به راه حل خلاقانه کمک میکند که به شرح زیر است:

۱- روش بارش افکار (طوفان مغزی):

این روش فرآیند ارائه‌ی راه حل اجتماعی متعدد از سوی اعضای گروه است بدون این که راه حل‌ها مورد ارزیابی قرار بگیرد. در این حالت مسئله‌ای در گروه مطرح شده و از گروه خواسته میشود تا راه حل‌های ممکن را بیان نماید. باید اعضای گروه را برای ارائه‌ی پیشنهاد‌های ممنوع تشویق نمود. همچنین باید آنها را به سمت و سویی سوق داد که با استفاده از نظرات دیگران ایده‌ی جدیدی را مطرح نمایند و نباید نسبت به نظرات یکدیگر واکنش نشان دهیم.

۲- روش گروه اسمی تکنیک گروه اسمی فرآیند خلق و ارزیابی گزینه‌ها با استفاده از روش رای‌گیری ساختاری میباشد این فرآیند ۶ مرحله را شامل میشود:

(الف) فهرست کردن: هر یک از اعضای جلسه ایده‌های خود را مینویسند.

(ب) ثبت و ضبط کردن: هر یک از اعضای جلسه در هر نوبت ایده‌های خود را مطرح می‌کنند و مسئول جلسه آنها را به گونه‌ای که عموم اعضای جلسه میتوانند بیفتند، مینویسند. این حالت به شکل میز گرد ادامه پیدا میکند تا کلیه‌ی ایده‌های افراد نوشته شود.

(ج) شفاف‌سازی: گزینه‌های مطرح شده از طریق بحث گروهی هدایت شده و مورد شفاف‌سازی قرار میگیرد و همچنین ایده‌های نو به فهرست اضافه میشود.

(د) اولویت بندی: هر یک از اعضای جلسه سه ایده‌ی برتر را تعیین مینمایند و در این حالت گزینه‌های با اولویت پایین حذف میشود.

(ه) بحث و گفتگو: بحث در مرحله‌ی اولویت بندی به منظور شفاف‌سازی صورت میگیرد نه متقاعد ساختن دیگران. در این مرحله اعضای جلسه علت انتخاب خود را توضیح میدهند.

(ن) رای‌گیری: با استفاده از رای‌گیری مخفی نسبت به گزینه‌ها رای‌گیری میکنیم. تکنیک گروه اسمی در مواردی که ممکن است گروه تحت تاثیر غلبه‌ی برخی افراد بر سایرین قرار گیرد و یا دچار تغییر افراد شود مناسب میباشد.

۳- روش اجماع: اجماع فرآیند رسیدن به توافق در گروه راجع به راه حل مشکل میباشد. در این حالت در صورتی که این گروه به توافق نرسد تصمیمی برای تغییر اتخاذ نمیشود. این تکنیک با تکنیک گروه اسمی متفاوت است چرا که امکان رقابت اعضا با توجه حق رای‌شان وجود ندارد.

از روش اجماع میتوان پس از انجام روش بارش افکار استفاده کرد. مزیت اصلی این روش این است که راه حل از سوی تمام اعضای گروه مورد تایید میباشد. به همین دلیل تعهد برای انجام آن بیشتر است.

۴- روش دلفی: روش دلفی شامل استفاده از مجموعه ای از پرسش نامه هایی از راه حل را مورد بررسی و باز بینی قرار میدهد. اولین دور از پاسخ به پرسش نامه ها مورد تحلیل قرار گرفته و پس از حذف جواب های تکراری دوباره پرسش نامه های دیگری به اعضای گروه ارجاع میشود. این کار ممکن است ۵ بار یا بیشتر انجام شود.

۵- روش تجسم سازی خلاق: از این تکنیک اغلب در برنامه های خلاقیت و نو آوری استفاده میشود. اساس این روش ها این فرضیه تشکیل میدهد که توسعه ی مهارت های تجسم سازی خلاقیت را بهبود میدهد. تجسم سازی خلاق شامل سه مرحله است. تجسم یک نیاز خاص، تجسم روش بهتر، تدوین یک برنامه ی اجرایی مبتنی بر بینش موضوعی که قابلیت به کارگیری این تکنیک را محدود می سازد. این است که طبق نظریه ی روانشناسی بسیاری از افراد (۶۰ تا ۸۰ درصد) تجسمی هستند. بقیه کلامی و احساسی هستند و اگر شخصی در زمره ی افراد تجسمی نباشد. در این روش هیچگونه نقشی نمیتواند ایفا کند.

فصل پنجم تجارت در عصر الکترونیک

بزرگترین شبکه ی ارتباطی بشر حاصل حس کنجکاوی ، آرمان گرایی ، خلاقیت ، نوآوری و ارزش آفرینی است که ارزشی در حد تاریخ کامل بشر در یک دوره ی کوتاه اما بیش از تمامی اعصار گذشته به جود آورد این کارآفرینی عظیم بستری به پهنای استعداد های بشری گستراند ، تا در آن حس دگرگونی طلبی و خود شکوفایی انسانی به شدت در تکاپو باشد. این کارآفرینی عظیم اینترنت نام گرفت.

این شبکه بستری گسترده برای کار آفرینی است که میتواند کلیه ی مسائل موجود در فرهنگ ، اجتماع ، سیاست و اقتصاد جهان را در تکاپو قرارداد و سبک نوینی از زندگی را با ویژگیهای زیر به وجود آورد:

۱- از بین رفتن تقدم و تاخر تاریخی

۲- متنوع شدن سبک های زندگی

۳- تضعیف و تخریب عوامل و منابع سنتی هویت

۴- فرو ریختن تقاضای انحصاری و از بین رفتن معصونیت فرهنگی.

۵- کوچک شدن جهان

۶- تبدیل جامعه به زنجیره ای از شبکه های اجتماعی هم هوش و متقاطع

۷- سازمان دهی کنش ها و واکنش های از راه دور و بافاصله

۸- فرسایش و نفوذ پذیر کردن مرزهای ملی.

آن چه مسلم است این جهانی شدن عظیم که در سایه ارتباط و تبادل اطلاعات موثر صورت میگیرد، هر لحظه فراگیرتر و اجتماعی تر می گردد. گسترش این ابر رسانه ی ارتباطی ، بستر فوق العاده جذاب و متنوعی برای نوآوران و کارآفرینی می باشد.

بنابر این قالب اندیشمندان مدیریت و اقتصاد کارآفرینی را موتور یا اهرم توسعه اقتصاد نوین می داند. سرعت ، دقت ، حد و کیفیت بالا و در عین حال قیمت پایین اطلاعات باعث تبادل ، ایجاد و ذخیره سریع اطلاعات شده و به همین دلیل موجب گشته تا سریع ترین رشد را در بین صنایع در اختیار مخاطبان قرارداد و یا آن را بفروشد .

چالش های تجارت الکترونیک:

تجارت الکترونیکی ، ترویج و فروش کالاها به شکل الکترونیکی ، (مشخصا از طریق اینترنت) موج جدیدی در انجام فعالیت های اقتصادی به وجود آورد. تجارت الکترونیک از طریق اینترنت انواع مختلفی را دربر میگیرد که برخی از آن ها به شرح زیر آورده شده است .

۱- خرده فروشی الکترونیکی مانند: ویتترین های مجازی مغازه ها

۲- مبادله ی الکترونیکی اطلاعات: که به صورت فعالیت های اقتصادی تبادل اطلاعات می باشد.

۳- پست الکترونیکی یا فکس کامپیوتری

۴- انواع خرید و فروش به صورت آنلاین

۵- بیمه کردن امنیت تعادل اطلاعات

شرکت های کوچک وقتی در مسیر تجارت الکترونیک قرار می گیرند با چند مانع مواجه می شوند. این موانع شامل هزینه های سنگین شروع کار، سختی جذب کردن و نگاه داشتن پرسنل ماهر برای مدیریت سایت و رسیدگی به مشتری ها ، ایجاد سیستم امنیتی برای اطلاعات فعالیت های اقتصادی کوچک و اعتماد

مصرف کننده ها می باشد و قبل از هر مانع دیگر شرکت ها برای تجارت الکترونیک با مانع هزینه مواجه می باشند.

فواید چالش های تجارت الکترونیک برای شرکت های کارآفرینانه :

- ۱- توانایی شرکت های کوچک برای رقابت با شرکت های ملی
- ۲- ایجاد فرصت و امکان برای افراد مختلف در جهت شروع فعالیت های اقتصادی
- ۳- روش راحت و ساده جهت انجام مبادلات اقتصادی بدون محدوده ی زمانی
- ۴- راه ارزان (در مقایسه ی با هزینه های کاغذ، پرینت و پست نسبت به اینترنت)

چالش ها:

- ۱- پیش بینی درخواست فعالیت های اقتصادی (مدیریت ترفیعات)
- ۲- تضمین امنیت وبسایت و یکپارچه سازی با سیستم های جاری شرکت
- ۳- اجتناب از قربانی شدن در فعالیت های فریبنده آنلاین
- ۴- تامین هزینه هایی که برای نگهداشت سایت لازم است
- ۵- پیدا کردن و حفظ کارکنان کارآمد

بوجود آمدن استراتژی های تجارت الکترونیک

استراتژی های جدید فراوانی برای کمک به کارآفرینی که به بازار اینترنت وارد می شوند ، سه مرحله را شامل می شوند:

- ۱- ورود: مرحله ی ورود مرحله ی جهش اولیه ی است که در آن کارآفرین نیاز به ایجاد جاذبه و خلق هیجان درباره ی قابلیت ها و توانایی های خاص یک کارآفرین در بازار دارد.
- ۲- نفوذ: مرحله ی رشد فوق العاده که در آن کارآفرین بر روی بدست آوردن سهم بازار تمرکز دارد.
- ۳- مرحله سود آوری: مرحله ی توسعه ی مدیریت است و جایی است که کارآفرین نیاز دارد بر روی گسترش فواید از طریق معاملات اقتصادی و بازده بالا تمرکز دارد.

فصل ششم

نقش دین در کارآفرینی

دیدگاه اسلام در کارآفرینی:

اسلام همواره بشر را متوجه این نکته میکند که هر چه هست عمل است سرنوشت انسان را عمر او تشکیل میدهد.

قرآن کریم راجع به عمل بسیار تاکید دارد و در این خصوص می فرماید: برای بشر جز آنچه که کوشش کرده است هیچ چیز وجود ندارد، یعنی سعادت بشر در گرو عمل اوست. این تعلیم یکی از بزرگترین تعلیمات برای حیات یک ملت است. اگر ملتی بدانند که خودش باید سرنوشتش را تعیین کند در آن راستا عملکردش را جهت میدهد یعنی متوجه عمل و نیروی خودش می شود که هیچ چیز شرایط را به نفع آنها تغییر نمیدهد مگر با سعی و کوشششان.

در اسلام سعادت، شهادت فرد به عمل او بستگی دارد.

اسلام و کارآفرینی:

همانطور که در قرآن و احادیث موجود مشخص است دین اسلام مردم را به انجام فعالیت دعوت میکند و از انسان ها میخواهد که از کار خویش دیگران را نیز بهره مند سازند. به این گونه است که بطور غیر مستقیم مردم را تشویق به ایجاد شغل و کار آفرینی مینماید.

فرد کارآفرین با دیدگاه اسلامی میتواند در کارش بیشتر موفق باشد و در آن کار فقط به منافع خویش نمی اندیشد و دیگران را نیز در موفقیت خود شریک میدارد و بدین صورت است که کار خود را توسعه می بخشد. کارآفرینی از دیدگاه اسلام یک کار مقدس به شمار می آید. از نظر اسلام کارآفرین فرد تلاشگری است که با اتکا به نفس و توکل به خدا بتواند حداکثر توانایی های جسمی و مادی خود را از راه حلال و در جهت منافع خود و جامعه ای که در آن زندگی میکند استفاده نماید.

اهمیت انگیزه و اعتقاد در بازدهی کار کارآفرینان:

کارآفرین فردی است اهل عمل و برنامه که با انگیزه قوی جهت تحقق اهدافی که به آن اعتقاد دارد و با ذهنی خلاق و قدرت طراحی کار را با صبر و استقامت دنبال میکند. با درایت خود راه را برای پیشرفت جهت تحقق اهداف هموار می سازد.

سرچشمه ی همه ی کردار ها اعتقاد های فرد و ارزش های موجود در یک جامعه است. در جامعه ی آرمانی افراد و گروه های مختلف تا حدودی با یکدیگر شباهت دارند و گاهی انطباق دارند. زیرا که همگان

با اتکا به نفس فراوان از حداکثر توانایی های خود در جهت کسب منفه مالی یا مادی و معنوی خود و جامعه می کوشند. اتکا به نفس و ذهنیت مثبت از عوامل بسیار مهمی هستند که در نیل به موقعیت تاثیر زیادی دارد.

یک کارآفرین جهت توسعه ی نیروی کارآفرینی خود همواره از طریق آموزش و با توجه به تجارب خود و دیگران سعی دارد قدرت خلاقیت، ابتکار عمل و تصمیم گیری خود را تقویت نموده تا بتواند در حل مشکلات و معضلات جامعه موفق باشد .