

کارآفرینی به زبان ساده

< رؤیا اسدی

کارآفرین، رئیس هیئت‌مدیره
شرکت داتیس پرداز کویر



۳. چه راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی و تقویت اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان پیشنهاد می‌شود؟

در بستر کنونی کشور، هنوز واژه‌ها مفاهیم اصلی خود را پیدا نکرده‌اند. کارآفرینی در لغت به معنای «متعهد شدن» می‌باشد که ریشه‌اش از واژه‌ای فرانسوی (Entreprenur) می‌باشد. کارآفرینی (Entrepreneurship) به زبان ساده ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکاری است که با مخاطره پذیری همراه می‌باشد و کارآفرین (Entrepreneur) به معنای فردی است که این مخاطرات را می‌پذیرد. کارآفرین، شخصی است که کسب‌وکار یا مؤسسه اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد. لذا کارآفرین از ویژگی‌های رفتاری خاصی برخوردار است که شناسایی آن‌ها راه را برای توسعه منطقه‌ای و رهایی از اقتصاد وابسته باز می‌کند. کارآفرین، ایجادکننده‌ی یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا می‌باشد و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید. کارآفرینی، با طی کردن سه‌گام قابل تحقق است:

۱. خلق یا کشف فرصت: در این مرحله، کارآفرین، یا فرصت را کشف می‌کند و در دریای متلاطم اقتصادی می‌تواند کاشف فرصت باشد، یا با تحلیل مناسب وضعیت موجود، به خلق کسب‌وکار می‌پردازد و خالق فرصت می‌شود.

۲. ارزیابی فرصت: در این مرحله، خالق یا کاشف فرصت‌های ارزش‌آفرین، باید به ارزیابی ایده خود بپردازد و نتیجه‌ی شکست یا پذیرش ایده را ابتدا برای خود مشخص کند.

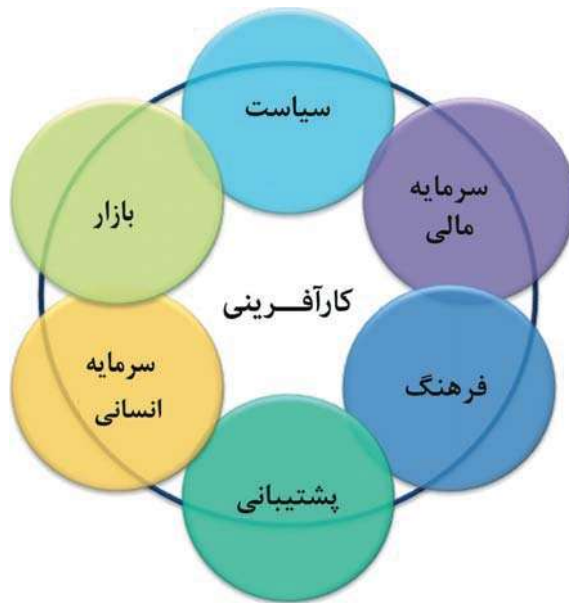
جلسه پشت‌جلسه، خستگی پشت‌خستگی، چشمان خواب‌آلوده و زمان‌هایی که بی‌هدف می‌گذرد تا شاید گامی در جهت توسعه اشتغال و رفاه حال جامعه برداشته شود. جلساتی که بی‌درنگ برگزار می‌شود، سپس فوریت آن جهت توسعه به نام کارآفرینی اعلام می‌گردد و در نهایت خروجی آن، مصوباتی است که درگیر فرآیندهای اتمام ناپذیر دولتی می‌شود. «کارآفرینی به زبان ساده» بیشتر شبیه دل‌نوشته‌ای می‌باشد که ماحصل رویارویی با مکانیزم‌های موجود و خروجی‌های غیرموثر از طریق سیستم‌های نامشخص و مبهم در سال‌های اخیر است، باشد که در تصمیم‌گیری و تغییر دیدگاه فعلی به‌سوی دیدگاه کارآفرینانه مؤثر گردد. کارآفرینی از لحاظ علمی به معنای خلق ارزش از هیچ می‌باشد. با این تصور که چه اقدامی انجام دهیم و چه فعالیتی در فضای کسب‌وکار حاضر صورت پذیرد تا به کسب درآمد برسیم. یکی از مهم‌ترین پیش‌واژه‌های کارآفرینی «نیاز» می‌باشد. تا زمانی که نیازی در بستر اقتصادی احساس نشود، هیچ‌گاه کارآفرینی مفهوم نمی‌یابد. کشورهای توسعه‌یافته کنونی، سال‌های گذشته به این رویکرد دست یافته‌اند و رشد سریع اقتصادی در کشورهای مستقل، علاوه بر تخصیص صحیح منابع، به دلیل بهره‌برداری از پتانسیل‌های موجود و فرصت‌های مناسب سرمایه‌گذاری، توجه به نوآوری و رشد فرهنگ کسب‌وکار می‌باشد. اما سه سؤال مهم در بستر کنونی مطرح می‌شود که در انتهای مطلب به شرح سادگی آن می‌پردازیم:

۱. چرا باوجود تمام کوشش‌های دولت در ترویج کارآفرینی، هیچ تغییری در ایجاد توسعه پایدار و رشد اقتصادی احساس نمی‌شود؟
۲. چرا نیاز داریم که معنای کارآفرینی را بارها تکرار کنیم؟

یک‌باره قرار می‌گیرد. یکی از مسائلی که در اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان مطرح می‌شود، عدم تبیین نقش اجزای اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. به زبان ساده، هر ارگان باید نقش خود را ابتدا در اکوسیستم کارآفرینی بر پایه‌ای کاملاً علمی شناسایی کند تا بتواند با هدفی مشخص در جهت اهداف کارآفرینی گام بردارد.

کارآفرینان در اکوسیستم کارآفرینی اهمیت ویژه‌ای دارند و قلب اکوسیستم کارآفرینی می‌باشند. لذا توجه به کارآفرینان و استفاده از تجارب آن‌ها یکی از مؤثرترین راه‌ها برای تقویت اکوسیستم کارآفرینی است. در حال حاضر در فضای کسب‌وکار کنونی، کارآفرینان سعی می‌کنند به تعبیر آیزنبرگ، در سایه حرکت کنند، شناسایی نشوند و از مرکز توجه بودن به دلیل سنگ‌اندازی‌های مکرر به دور باشند. اما از سوی دیگر، دولت و ارگان حامی کارآفرینان به دلایل و اهداف متفاوت سعی در شناسایی کارآفرینان دارند. یکی از دلایل مهمی که وجود دارد کمک به کارآفرینان در جهت بهبود فضای کسب‌وکار می‌باشد. طی دو سال گذشته با تلاش برخی مدیران استان این گام برداشته شده است و شاهد تغییرات هرچند اندک اما محسوس در موانع پیش روی کارآفرینان و فعالان اقتصادی بوده‌ایم. لذا ارگان‌هایی که در این مسیر قدم برداشته‌اند به‌صورت هم‌گرا با هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی پیش رفته‌اند و پژوهش‌های آتی در زمینه اکوسیستم کارآفرینی جزو ابتدایی‌ترین ملزوماتی می‌باشد که هر ارگان در شرح وظایف پیش روی خود باید بگنجانند. ضمن این‌که ارگان‌ها و سایر اجزای اکوسیستم کارآفرینی باید بدانند که نقش آن‌ها در چه حوزه‌ای از اکوسیستم تعریف شده است و چگونه می‌توانند با همکاری در هدف، به‌سمت توسعه پایدار منطقه گام بردارند. یکی از مهم‌ترین مواردی که معمولاً از نظر دور نگه‌داشته می‌شود، لزوم وجود «دیدگاه کارآفرینانه» می‌باشد. دیدگاه کارآفرینانه مستقیماً به فرهنگ کارآفرینی مربوط است و اگر این فرهنگ در لایه‌های اجزای اکوسیستم وجود نداشته باشد، مسیر دشوار پیش رو، به‌کندی حرکت می‌کند. اما با آموزش به متولیان این امر و مروجان فرهنگ کارآفرینی می‌توان به توسعه کارآفرینی منطقه سرعت بخشید و اکوسیستم کارآفرینی را تقویت کرد. منظور از دیدگاه کارآفرینانه، دیدگاهی است که تصمیم‌گیرندگان توسعه در استان در مسیر اهداف کارآفرینانه دارند که اگر این دیدگاه، منطبق بر هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی باشد، مسیر دستیابی به توسعه پایدار، تسهیل می‌گردد. ریشه‌ی دیدگاه موجود در حوزه کار و کارآفرینی در کشور، به سال‌های گذشته برمی‌گردد. به زمانی که رفاه در استخدام دستگاه‌های دولتی بود و «پشت‌میزنشینی»، از آرزوهای هر جوانی بود. اما این رویکرد در عصر حاضر پاسخگوی نیاز اقتصادی فعلی نیست. چراکه در حال حاضر ارگان‌هایی که ادعای سهم اشتغال در توسعه کارآفرینی را دارند، خود، شاهد اتلاف انرژی و زمان زیادی از منابع انسانی شاغل در نهادشان هستند که اگر شاخص‌های رفتاری کارآفرینی را داشته باشند، می‌توانند به کارآفرینان سازمانی تبدیل شوند و عامل بهره‌وری در سازمان مربوطه باشند، اما اکثر تصمیم‌گیرندگان که در شرایط فعلی، علاقه به توسعه کارآفرینی دارند، متأسفانه خود، استخدام ارگان‌ها و نهادها اعم از خصوصی و دولتی می‌باشند و این امر تا زمانی که مجری یک هدف، راه طولانی کارآفرینی را طی نکرده

۳. گام نهایی بهره‌برداری از فرصت‌های ارزیابی‌شده می‌باشد. اگر فردی سه‌گام را با موفقیت طی کرد و به درآمد رسید، می‌توان او را کارآفرین نامید. کارآفرین به زبان ساده، فردی است که بدون وابستگی و با فکر و ایده، به توان اجرایی و عملیاتی رسیده باشد و قادر باشد کسب‌وکار خود را اداره کند و سبب‌ساز اشتغال شود. اشتغال‌زایی در باور عمومی با کارآفرینی به یک معنا شناخته می‌شود اما در عمل و از لحاظ علمی، اشتغال‌زایی فقط یکی از ابعاد منتج از کارآفرینی می‌باشد. کارآفرینی مانند هر علم دیگر از زمان ورود به کشور، مراحل طی کرده و به سه رویکرد تقسیم می‌شود: ابتدا واژه کارآفرینی با رویکرد خطی آغاز می‌شود که با آموزش انجام می‌پذیرد. دومین رویکرد، سیستمی بود که با نام بهبود فضای کسب‌وکار شناخته می‌شود و اکنون بر اساس پژوهش‌ها رویکرد اکوسیستمی در مناطقی که توسعه کارآفرینی مهم است، تأثیرگذارترین رویکرد می‌باشد. به بیان ساده‌تر، کارآفرینی، زمانی می‌تواند جایگاه خود را حفظ کند و دستخوش بازی‌های ناخوشایند امروزه نشود که بتوان ابتدا مفهوم واقعی را برای تصمیم‌گیرنده‌های منابع و افراد دلسوزی که حرف و عملشان یکی باشد و واقعاً بخواهند در جهت حفظ منزلت کارآفرینان گام بردارند، روشن شود. یکی از مهم‌ترین سؤالاتی که در این آشفتگی فضای کسب‌وکار و عدم ثبات اقتصادی مطرح می‌شود این است که آیا واقعاً کارآفرینی می‌تواند راهگشای تمامی مشکلات اقتصادی و اشتغال افراد بیکار شود؟ قطعاً خیر. این پاسخ از لحاظ علمی صحیح نیست و بستگی به پارامترهای مختلف محیطی دارد. اما از لحاظ فقر فرهنگی حاضر در فضای کنونی، صحیح می‌باشد. یکی از نمودهای فقر فرهنگی کسب‌وکار به این معناست که رویکرد کارآفرینی، واژه‌ای زیبا برای تمامی ارگان‌ها و نهادهایی می‌باشد که باید در یک بازه زمانی مشخص، گزارشی را با موضوع کارآفرینی به نهاد بالادستی خود در راستای توسعه کارآفرینی و یا هر واژه زیننده‌ای که در این حوزه سبب بالا بردن نام ارگان اعم از خصوصی و دولتی باشد بدهند. اما آیا این کفایت می‌کند؟ تا کجا می‌توانیم توسعه را از این طریق پیش ببریم و نتیجه بگیریم؟ آیا افرادی که با نیت صحیح و رفع مشکلات بیکاری قدم در این خط می‌گذارند می‌توانند بدون درک صحیح از مقصود کارآفرینی در توسعه آن گام بردارند؟ در حال حاضر تنها اهمیتی که به کارآفرینان داده می‌شود دعوت یک روز در سال از سوی نهادهای متعددی است که با تقدیر از کارآفرینان برتر در روز ملی کارآفرینی انجام می‌گیرد. همین امر سال‌های سال تکرار می‌شود بدون آنکه بدانیم کسب‌وکاری که در این رتبه‌بندی قرار می‌گیرد آیا شاخص‌های واقعی کارآفرینی را دارا می‌باشد؟ آیا نوآوری در کسب‌وکارش وجود داشته است؟ آیا این نوآوری در محصول (کالا - خدمت) سبب بهره‌وری و اشتغال‌زایی و سایر شاخص‌های کارآفرینانه گردیده است؟ اولین گام کارآفرینی، در ابتدایی‌ترین تعریف آن، خلق ارزش از طریق نوآوری است. لذا وقتی از علم نو، نوآوری و دانش سخن به میان می‌آید، کارآفرینی نمود پیدا می‌کند تا جایی که از واژه «نوآفرینی» در برخی محافل کارآفرینی به‌جای واژه کارآفرینی استفاده می‌شود. اما یکی از ضعف‌های اساسی در تعریف موجود فضای کسب‌وکار این است که عموماً دانش‌بنیان بودن از کارآفرینی منفک می‌شود و طرز نگاهمان به واژه‌ها دستخوش تغییرات



باشد، مسلماً نمی‌تواند سختی‌های مسیر کارآفرینی را درک کند. بدین دلیل، هدف اصلی تصمیم‌گیرندگان توسعه در کشور از مسیر دستیابی به اهداف کارآفرینی کمی دور می‌باشد. پس جمله زیبا و معروف آلبرت اینشتین در ذهن نقش می‌بندد که می‌گوید: «ما نمی‌توانیم مشکلاتمان را با همان تفکری که آن‌ها را به وجود آورده‌ایم حل کنیم.» کارآفرینی، در هر حوزه‌ای تعاریف متعددی دارد که در این بحث نمی‌گنجد. لذا با توجه به موارد ذکر شده که فقط گوشه بسیار کوچکی از دنیای کارآفرینی می‌باشد، پاسخ به سه سؤال مهم که طرح گردید، واضح و آشکار است.

۱. دولت در توسعه کارآفرینی تلاش بسیاری می‌کند اما توسعه پایدار در بیشتر مناطق حتی ایجاد نشده است. کوچک و بزرگ شدن دولت و افزایش توان خصوصی درست است که اثر بسیاری در بهبود فضای کسب‌وکار خواهد داشت، اما تا زمانی که نهادهای تصمیم‌گیرنده بدون دیدگاه کارآفرینانه، به تخصیص ناصحیح منابع اقدام ورزند، نمی‌توانند راه را برای توسعه کارآفرینی هموار کنند. به سخن دیگر، دولت و نهادهای دولتی، به دلیل ماهیت ساختاری خود در اکوسیستم کارآفرینی، نقش پررنگی را ایفا نمی‌کنند و تنها تسهیلگر قوانین و موانع پیش‌روی کارآفرینان می‌باشند. ضمن آن که رویکرد PPP (مشارکت بخش عمومی و بخش دولتی) که از رویکردهای نوین در حوزه کارآفرینی است، در حال حاضر می‌تواند پاسخگوی چاره‌های زیادی در اکوسیستم کارآفرینی و نقش ارکان دولتی و خصوصی باشد. ۲. با توجه به این که کارآفرینی در حوزه‌های متفاوت بررسی می‌شود

و در هر حوزه‌ای با دید جدیدی از دریچه‌ای نوین به آن نگریسته می‌شود، افراد متفاوت در تعاریف متعدد دچار مشکل می‌باشند. لذا کارآفرینی به زبان ساده در هر حوزه‌ای، ارزش‌آفرینی از هیچ است. پس هر فردی در محیط کسب‌وکار خود، با توجه به این تعریف ساده، می‌تواند کارآفرینی را حتی با کوچک‌ترین ایده‌ای که در ذهن دارد و فکر می‌کند بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت است، شروع کرده و باعث ایجاد تغییر به‌سوی بهبود فضای کسب‌وکار خود شود. لذا مفاهیم کارآفرینی آن‌قدر باید تکرار گردد تا معنای دقیق و واقعی آن در حوزه تخصصی خود مشخص شود و سپس راهکارها جهت توسعه نگاشته و نقشه‌ی راه کارآفرینی تدوین گردد.

۳. با توجه به اینکه اکوسیستم کارآفرینی در هر منطقه متفاوت است، ابتدا باید پتانسیل‌های استان کرمان در جهت توسعه کارآفرینی و ایجاد توسعه پایدار بررسی گردد و اجزای اکوسیستم کارآفرینی شناخته شوند. از سوی دیگر با توجه به اهمیت آگاهی از نقش اجزای اکوسیستم و تأثیری که در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند باید از طریق آموزش به مدیران اصلی ارکان اکوسیستم، بر اساس هدف اصلی اکوسیستم و شرح وظایف موجود سازمان مربوطه، شفاف‌سازی صورت گیرد و سپس با همگرایی در هدف نهایی که توسعه پایدار در منطقه می‌باشد، اکوسیستم کارآفرینی استان کرمان تقویت شود. ●

کارآفرین، شخصی است که کسب‌وکار یا مؤسسه اقتصادی را سازمان‌دهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد. لذا کارآفرین از ویژگی‌های رفتاری خاصی برخوردار است که شناسایی آن‌ها راه را برای توسعه منطقه‌ای و رهایی از اقتصاد وابسته باز می‌کند. کارآفرین، ایجادکننده‌ی یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا می‌باشد و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ نماید.