

بررسی عوامل اثربخش در آموزش کارآفرینی و راهکار گذر از موانع

رضا توکلی مقدم : دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی، دانشگاه تهران

سپیده آیانی : دانش آموخته کارشناسی مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران جنوب

و عضو باشگاه پژوهشگران جوان

حسین عموزاد خلیلی : دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران جنوب

و عضو باشگاه پژوهشگران جوان

چکیده :

آموزش به عنوان جوهره‌ی کارآفرینی و یکی از عوامل کلیدی و رمز پیشرفت و حتی بقای سازمان های نوین است. جامعه جهانی امروز پیوسته دچار تحول و دستخوش دگرگونی است. بسیاری از مصادیق فناوری در دنیای امروز، حاصل تسلسل زنجیره وار از یک سری آموزش ها و خلاقیت های نوع بشر در طول تاریخ است که روندی تکاملی را طی کرده و به موجودیت کنونی رسیده است. در این مقاله پس از بیان اهمیت آموزش کارآفرینی، به مفاهیم، پیش نیاز ها و اهداف کارآفرینی پرداخته شد. سپس مبحث خلاقیت و ضرورت آن در کارآفرینی بیان شده و در ادامه عوامل موثر در آموزش کارآفرینی در غالب نقش دانشگاه، دولت، نظام آموزشی، جنسیت، میزان درآمد و نرخ بیکاری بررسی گردید. در پایان موانع دستیابی به این مهم همراه با راهکار های گذر از آن مطرح شد.

کلمات کلیدی: آموزش کارآفرینی، کسب و کار، اشتغال، خلاقیت

۱- مقدمه

امروزه ثبات در محیط کار، جای خود را به بی ثباتی و عدم اطمینان داده است و صنایع سنتی و قدیمی که جای خود را به انواع جدید و توسعه یافته آن داده است، فرصتی برای استفاده از مهارت‌های قدیمی نمی‌گذارد و در حقیقت آینده را با تهدیدات و فرصت‌ها مواجه ساخته است، زیرا هر اختراع و نوآوری، تغییری را پدید می‌آورد که می‌تواند به نوبه خود فرصتی را برای کسانی به وجود آورد که بتوانند از این فرصت استفاده بهینه کنند. در سال‌های اخیر، تلاش‌های وسیعی به وسیله بسیاری از سازمان‌ها برای ترغیب افراد خود به خلاقیت و نوآوری انجام گرفته است. با بهره‌جویی از فنون خلاقیت و نوآوری خواهیم توانست به طریقی کارآمد و اثربخش به اهداف خود دست یافته و سازمان و جامعه‌ای توسعه یافته و پیشرو داشته باشیم. خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش درآمد توسعه و پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه است و آگاهی از فنون و روش‌های آن ضرورتی اجتناب ناپذیر برای مدیران، دانشجویان، پژوهشگران و علاقه مندان به این رشته است. اساساً مفهوم کارآفرینی در ادبیات عامه و حتی نظری ایران دیدگاه و جایگاه خاصی ندارد. چنانچه بتوان کارآفرینی را شغل تصور کرد و فردی را یافت که به دنبال رویاهای آینده خود باشد و از او پرسید قصد دارد چه شغلی را در آینده برای خود تعیین کند، پاسخ‌هایی غیر از شغل کارآفرینی را ابراز خواهد نمود. به تعبیر دیگر در سید آرزوهای شغلی توده مورد بحث، کارآفرینی جایگاهی ویژه ندارد. کارآفرین هم مدیر است، هم مخترع و هم سرمایه گذار. لذا دارای سه وجه خلاقیت و قدرت تشخیص فرصت، توانایی ایجاد کسب و کار، ارائه محصول و خدمت جدید است. در مورد مهارت‌ها باید گفت که کارآفرینان نیاز به مهارت‌های بسیاری دارند از جمله: مهارت‌های مدیریتی، آشنایی با اصول اقتصاد و صادرات و واردات، مالیات، بیمه، گمرک،

بازاریابی، آشنایی با اصول تاسیس یک شرکت و مقررات حقوقی مرتبط با آن، نوشتن طرح تجاری^۱، کارگروهی^۲ و شناخت بازار.

۲- اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خود اشتغالی در حرکت است. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می کنند. در دنیای درحال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی^۳ 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 آنها 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.

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 فرصت های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می شوند سیاستگذاران و تصمیم سازان 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. باید توجه داشت که کارآفرینان تنها به ایجاد فرصت های شغلی جدید نمی پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم از دل ویرانه های کهن بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند. آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می شود، پرداختن به این مقوله ای اساسی، یعنی کارآفرینی است. زیرا مسلماً کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند در چنین شرایطی با خلاقیت خود منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه های تولید و منابع انسانی فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد کرده و با نوآوری صنعتی بر توسعه دامنه محصولات و خدمات بیفزایند [1].

۳- کارآفرینی

کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخ ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه، اولین بار در تئوری های اقتصادی و توسط اقتصاددانان ایجاد شده و سپس وارد مکاتب و تئوری های سایر رشته های علوم گردیده است. کارآفرینی عبارت است از فرایند خلق چیزی جدید و پذیرش مخاطرات و سود حاصل از آن. به عبارت دیگر، کارآفرینی فرایند خلق چیزی جدید و با ارزش است که با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن ریسک های مالی، روانی و اجتماعی و رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال به ثمر می رسد [2,3].

این تعریف دارای چهار جنبه اساسی است:

- ۱- کارآفرینی مستلزم فرایند خلق است، خلق هر چیز ارزشمند و جدید، این خلق باید برای کارآفرین و مخاطبی که این خلق برای او انجام شده است ارزش داشته باشد.
- ۲- کارآفرینی نیازمند زمان و تلاش کافی است.

¹ . Business Plan

² . Team Working

³ . Entrepreneurship

- ۳- در نظر گرفتن ریسک های اجتناب ناپذیر لازمه ی کارآفرینی است.
- ۴- در کارآفرینی، رضایت شخصی از استقلال کاری به وجود می آید.

پس می توان گفت کارآفرینان نوآور هستند و همواره در مقابله با موقعیت ها از راه ها و روش های جدید استفاده می کنند. آنها از توانایی خود در خلاقیت¹ لذت می برند. از تصورات و ابتکارات شخصی خود برای یافتن راه های جدید و کنار هم گذاشتن چیزها استفاده می کنند [3]. آنها پر از پرسش هستند. بنابراین یکی از نقش های مهم آنها در سازمان ها این است که عاملی برای نوآوری و روان کننده تغییر باشند. لذا ریسک پذیری، خلاقیت، استقلال و پاداش چند جنبه مشترک در همه تعاریف کارآفرینی است.

❖ در آموزش رشته کارآفرینی اهداف متعددی مورد نظر است که برخی از این اهداف عبارتند از:

- ✚ کسب مهارت در استفاده از فنون تحلیل فرصت های اقتصادی و ترکیب برنامه های عملیاتی
- ✚ کسب دانش مربوط به کارآفرینی
- ✚ شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت های کارآفرینانه
- ✚ القای مخاطره پذیری با استفاده از فنون تحلیلی
- ✚ ایجاد همدلی و حمایت برای جنبه های منحصر به فرد کارآفرینی
- ✚ تجدید نگرش ها در جهت پذیرش تغییر

۴- خلاقیت

خلاقیت یعنی تلاش برای ایجاد یک تغییر هدف دار در توان اجتماعی یا اقتصادی سازمان و بکارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است. از دیدگاه سازمانی مفهوم خلاقیت را می توان ارائه فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقا کمیت یا کیفیت فعالیت های سازمان از قبیل؛ افزایش بهره وری تولیدات یا خدمات و کاهش هزینه ها از روش بهتر و جدید دانست. خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده و یا اندیشه خلاق تحقق یافته را نوآوری گویند [4]. خلاقیت به عنوان یک نیاز عالی بشری در تمام ابعاد زندگی او مطرح است و عبارت از تحولات دامنه دار و جهشی در فکر و اندیشه انسان است. موضوع فلسفه خلاقیت در خصوص چیستی، هستی، مرزها، روابط، چگونگی، آثار، ضرورت، نقش، سیر توسعه و پیشرفت و تغییر و تحولات جدید خلاقیت و نوآوری است. وجود اشیا جدید نتیجه ترکیب و تالیف وجود عناصر تشکیل دهنده آن است نه خلق وجودی جدید [5].

زمانی تصور می شد افراد، کارآفرین به دنیا می آیند چون خصوصیات آنها به قدری نادر و بخصوص بود که در هر جایی یافت نمی شد. در حالی که امروزه شواهد کافی وجود دارد که نشان می دهد، صفات کارآفرینی می تواند در نتیجه آموزش های دوران کودکی و استقلال و اتکا به خود و نیز در نتیجه ارزش های فرهنگی مرتبط با کار و صنعت پرورنده شود. همچنین مطالعات مربوط به گذشته کارآفرینان نشان می دهد که آنها از خانواده هایی که ارزش خاصی برای استقلال و اتکای به خود قائل هستند، بیرون می آیند. حتی برخی از کارآفرینان از خانواده هایی هستند که ناپایدار و غیر متحد بوده و با بحران هایی نظیر مرگ یکی از والدین، جدایی والدین، طغیان علیه و الدین و اخراج از خانه مواجه بوده اند. این گونه کودکان تحت فشار قرار گرفته و در نتیجه چگونگی سیر کردن شکم و تصمیم گیری را زودتر یاد گرفته اند. از ویژگی های دیگر آموزش و پرورش در برخی کشورها این است که همه ی کودکان دوره پیش دبستانی را می گذرانند. در مهد کودک

¹ . Creative

های این کشورها هم امکانات زیادی برای توسعه تفکر خلاق بچه ها ایجاد شده و برای هر گروه سنی محیط های بازی و اسباب بازی های ویژه مهیا شده است [5]. مهدهای کودک در این کشورها، پرورش خلاقیت های ذهنی، مهارت های فیزیکی، مهارت های ارتباطی و گفتاری، خلاقیت و حس استقلال را حد قرار داده اند. تمام اینها دست به دست هم می دهد که از کودکان امروز، افرادی با ایده های نو و کارآفرین به وجود بیاید.

۵- عوامل موثر در آموزش کارآفرینی

۵-۱- دانشگاه ها

در پرداختن به امر آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها باید به انگیزه کارآفرینی اشاره داشت. در مورد انگیزه باید کاری کرد تا فرد به موضوع کارآفرینی علاقه مند شود و کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی مهم و موفق در نظر بگیرد. افراد برای کارآفرین شدن انگیزه های مختلفی دارند از جمله: میل به کسب ثروت، استقلال طلبی، میل به ساختن چیزی نو، نیاز به موفقیت یا توفیق طلبی، انگیزه های ملی و انگیزه های مذهبی. برای رسیدن به این هدف می توان سه کار انجام داد: آموزش برای ایجاد انگیزه، ترویج فرهنگ کارآفرینی به منظور ایجاد انگیزه کارآفرینی و پژوهش در این زمینه.

به طور کلی برخی دلایل نیاز به ارائه درس کارآفرینی را می توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- _ تقویت ساختارهای دانایی محور در تولید علم و فن
- _ توجه به تولید علم و تولید ثروت از دانش
- _ ایجاد توان شناسایی نیازهای جامعه و تطبیق تخصص و تحصیلات
- _ ایجاد توانایی کار گروهی، فرهنگ کارآفرینی و بالا بردن توان ارزش آفرینی
- _ ایجاد و تقویت برخی بسترها و ظرفیت های بالقوه برای مسائل علمی حل نشده، نیازهای کشور و ایده های نو
- _ تشویق و گسترش خلاقیت برای خلق کسب و کارها و مفاهیم کسب و کار جدید
- _ افزایش پویایی و بالا بردن قدرت تجزیه و تحلیل دانشجویان در شناسایی بازار، تکنولوژی، فرصت های مالی و اقتصادی
- _ شناسایی قوت و ضعف کسب و کارهای موجود، تجزیه و تحلیل فرصت ها و تهدیدها و ارائه راهکارهای بهبود آنها.

۵-۲- دولت

آموزش کارآفرینی لازمی توسعه کارآفرینی است و بر همین اساس دولت ها بایستی در زمینه سیاستگذاری و اجرای برنامه های آموزشی کارآفرینی ایفای نقش کنند. به طور کلی می توان نقش سیاستگذاری و اجرایی دولت ها در توسعه آموزش کارآفرینی را در موارد ذیل بیان کرد:

۵-۲-۱- فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی

ایجاد و تقویت ارزش ها، نگرش ها و رفتارهای کارآفرینانه، به طور کلی تحت عنوان فرهنگ سازی کسب و کار، از مولفه های اصلی استراتژی دولت ها در توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاست ها و برنامه های تشویقی - ترویجی - آموزشی و در کلیه سطوح و لایه های اجتماعی پیگیری می شود. فرهنگ سازی مورد نظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی صورت می گیرد [3]. بخش اصلی بار فرهنگ سازی بر دوش نظام آموزشی و بخش دیگری از آن بر دوش رسانه های جمعی است.

۵-۲-۲- اصلاحات ساختاری و نهاد سازی

منظور از اصلاحات ساختاری عمدتاً ناظر بر اصلاح در قوانین، مقررات و چارچوب های حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف، تاسیس و راهبری کسب و کارهاست. مهمترین این قوانین عبارتند از: مقررات ثبت و تاسیس شرکت ها و تعیین ماهیت حقوقی آنها و روابط موسسان، قانون مالیات ها و قوانین کار و قوانین رقابت. هدف از اصلاحات ساختاری در این کشورها اطمینان از انطباق چارچوب قانونی - حقوقی با نیازها و ضرورت های توسعه کارآفرینی در مقاطع مختلف زمانی است و عمدتاً با هدف بهبود فضای قانونی - حقوقی به نفع کسب و کارهای جدید، نوآور و در حال رشد صورت می گیرد [6]. در این مولفه از توسعه کارآفرینی، اگرچه بار اصلی برنامه ها و فعالیت های اجرائی بر دوش نظام دولتی قرار دارد، اما خاستگاه اصلاحات، تعاملات و مذاکرات منظمی است که بین دولت و تشکیلات و انجمن های کارآفرینان صورت می گیرد [7]. بنابراین با افزایش میزان مشارکت اجتماعی در استراتژی توسعه کارآفرینی، داده های عینی تر و بیشتری برای انجام اصلاحات لازم در مقررات و قوانین فراهم می گردد.

۵-۲-۳- ایجاد موسسات آموزش دولتی - خصوصی

به طور کلی از آنجا که در کشورهای در حال توسعه که دیگر کشاورزی نمی تواند اشتغال را برای جمعیت زیادی فراهم کند و از سوی دیگر کارهای سودآور هم فقط برای عده ای معدود امکان پذیر است، به نظر می رسد که آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره وری در جامعه باشد.

۵-۲-۴- پرورشگاه های کسب و کار کوچک

پرورشگاه کسب و کارها معمولاً فضایی با بخش های کوچکتر است که این بخش های کوچکتر فضای لازم برای پرورش کسب و کار جدید را فراهم می کنند. هدف از تاسیس پرورشگاه های کسب و کار، افزایش نرخ تاسیس کسب و کارهای جدید و کاهش نرخ مرگ و میر کسب و کارها و تسهیل فرآیند رشد این کسب و کارهاست. ایجاد پرورشگاه یا بایستی توسط دولت صورت گیرد و یا با حمایت مالی و غیرمالی دولت و توسط بخش خصوصی با مشارکت دولت ایجاد گردد. روال کاری پرورشگاه بدین صورت است که براساس معیارهایی نظیر توان اشتغال زایی، توان رشد سریع، میزان استفاده از تکنولوژی های نوین، وجود یا عدم وجود یک طرح توجیهی، ساختار مناسب، نوآورانه بودن طرح و نیاز به شروع آن، پرورشگاه اقدام به پذیرش کارآفرینان می کند. پرورشگاه ها علاوه بر فضای فیزیکی که برای شروع فعالیت کارآفرین تامین می کنند، در نقش مشاوره ای و ارتباط دهنده کارآفرین با شبکه روابط اجتماعی-اقتصادی بین کسب و کارها عمل می کنند.

۵-۲-۵- آموزش کارآفرینی

دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش و سیستم آموزشی و موسسات وابسته به آن می تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند، یا اینکه مبحث توسعه کارآفرینی می تواند به عنوان یکی از دروس به دانش آموزانی که تمایل به درک کارآفرینی دارند، آموخته شود تا بتوانند قابلیت های خود را ارزیابی کنند. برای ارتقا کارآفرینی، می توان ابزار آموزشی با موضوع کارآفرینی را در میان دانش آموزان توزیع کرد. کتابها، جزوات، راهنماها و ماخذهای چگونگی شروع و مدیریت موسسات می توانند در مدارس و کتابخانه ها توزیع شوند [8]. بدین ترتیب دانش آموزان آگاه تر شده و در زمان شروع کار خود آمادگی بیشتری خواهند داشت.

۵-۲-۶- آموزش های از راه دور و رسانه ای

یکی از روش های آموزش کارآفرینی، آموزش از راه دور است که امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی اطلاعات انجام این نوع آموزش از پیشرفت زیادی برخوردار شده است. آموزش از راه دور معرف سیستمی است که طبق آن یادگیرنده از راه دور توسط نهادهای مسئول، آموزش می بیند. در این روش، یادگیرنده بیشتر به خود متکی بوده و در هنگام ضرورت درخواست کمک خواهد کرد.

۵-۲-۷- نقش اطلاع رسانی دولت

به طور خلاصه باید گفت که اطلاعات برای بقای کسب و کار، درعین حال برای رشد توسعه آن اهمیت حیاتی دارد. کارآفرین باید اطلاعات داشته باشد تا براساس آن استراتژی های آینده خود را بنا کند. هرچه کسب و کار پیچیده تر باشد، سیستم اطلاعاتی اهمیت بیشتری می یابد. یک استراتژی غیر سودآور ممکن است مستقیماً یا به طور غیر مستقیم به شکست کسب و کار بینجامد.

۵-۳-۳- نظام آموزشی

۵-۳-۱- فراهم نمودن زمینه های مناسب آموزش

آموزش در صورتی تاثیر گذار است که برخی از نیازهای یاد گیرنده را مرتفع نماید. آموزش کارآفرینی نیازمند توجه به موضوع های زیربنایی نظیر آموزش از مقطع دبستان، تغییر نظام آموزشی، مشارکت اجتماعی مردم و حمایت های دولت در زمینه های مالی و قانونی است. بدون توجه به این موارد کارآفرینی در سطح جامعه تحقق نخواهد یافت. بسیاری از آموزش هایی که به افراد مختلف ارائه می شود به دلیل مناسب نبودن برنامه زمانی و یا فقدان زمینه های لازم اتلاف می گردد. به منظور موثر بودن آموزش سه شرط اصلی باید فراهم باشد:

- یادگیرنده باید با یک تغییر شدید مواجه گردد که آن می تواند یک مشکل و یا یک فرصت باشد.
- یاد گیرنده باید بداند که این تغییر در حال وقوع است و یا در مدت کوتاهی به وقوع خواهد پیوست.
- ذهن یاد گیرنده باید در مقابل یادگیری یک مهارت جدید باز باشد باید خود بخواهد که یاد بگیرد.

۵-۴- جنسیت

یکی از مسائلی که نتیجه مطالعات متعدد در کشورهای مختلف است پایین بودن نرخ کارآفرینی زنان در مقایسه با مردان است. بنابراین یک مسئله امکان طرح و بررسی دارد و آن این سوال است که چرا نرخ کارآفرینی بین زنان کمتر است؟ این سوال از اینرو اهمیت دارد که نزدیک به نیمی از جمعیت کشورها را زنان تشکیل می دهند و در عین حال بواسطه تحولات گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فنی، زنان آمادگی بیشتری برای مشارکت در فعالیت های اجتماعی پیدا کرده اند. بنابراین هرگونه افزایش در نرخ کارآفرینی زنان می تواند در نهایت به شتاب گیری توسعه کارآفرینی منجر گردد. ذهن افراد اصولاً واجد هر دو الگوی فرصت و تهدید با همدیگر است. به عبارت دیگر همه افراد واجد دو الگوی فکری فرصت و تهدید می باشند که کارآفرینی افراد در وهله اول ناشی از فعال شدن سریع تر الگوی فرصت در مقایسه با الگوی تهدید است. محیط عمومی از طریق محیط اختصاصی بر رفتار افراد به لحاظ مطابقت با هنجارها، مطابقت با سطح دانش عمومی و سازگاری با نظام اداری - حقوقی تاثیر می گذارد. این تاثیر بدوا در سیستم فکری و ادراکی افراد بروز یافته و در رفتار آنها تاثیر گذار خواهد بود. شواهد عینی بر این ادعا اولاً میزان بالاتر خود اشتغالی در زنان، ثانیاً محدودیت در تنوع فعالیت ها و نیز هدف قرار دادن بازارهای کوچک توسط زنان کارآفرین و در مقایسه با کارآفرینان مرد است.

۵-۵- نقش اعتبارات خرد

عدم دسترسی کارآفرینان به نهادهای مالی در کشورهای در حال توسعه از طرف دیگر موجب محدود شدن شکل‌گیری کسب و کارهای جدید می‌شود که نتیجه آن در قالب کاهش رشد اقتصادی بروز می‌کند. امروزه اکثر مردم کشورهای در حال توسعه از دسترسی به خدمات مالی چه در قالب تسهیلات و یا پس‌انداز محروم هستند و این پدیده موجب گرفتار شدن آنها در گرداب فقر گردیده است. به عبارت دیگر وقتی منابع مالی کافی برای سرمایه‌گذاری وجود نداشته باشد، نتیجه آن در قالب کاهش بهره‌وری تولید بروز می‌کند. در چنین شرایطی درآمد سرانه کاهش یافته و لذا پس‌انداز داخلی نیز افت پیدا می‌کند که در نتیجه مجدداً دور جدیدی از افت بهره‌وری تولید هویدا می‌شود. با این حال متأسفانه موانع زیادی وجود دارد که نقش اعتبارات خرد و یا قابلیت کارآفرینی یا پایداری^۱ آن را محدود می‌سازد [9]. اعتبارات خرد باید به‌صورتی پایدار مورد استفاده بنگاه‌های کوچک و متوسط قرار گیرند. منظور از پایداری هم پایداری اقتصادی است که بنگاه کوچک و متوسط، با سودآوری مناسب امکان بازپرداخت وام خود را پیدا کند. این پدیده باعث خواهد شد که نهادهای مالی نیز بتوانند در جهت دادن اعتبارات جدید به متقاضیان فعالیت کنند.

۵-۶- نرخ بیکاری

به اعتقاد کارشناسان و متخصصان، در شرایط فعلی کشور، بهترین روش ایجاد اشتغال و حل مسئله بیکاری، توسعه و گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه است. زیرا یکی از علل اصلی رشد نرخ بیکاری در کشور ما، توسعه نیافتگی فرهنگ کار و کارآفرینی در جامعه است و اینکه مردم و حتی تحصیلکرده‌ها هم دنبال این هستند که از طریق بخش دولتی کسب و کاری برای خود ایجاد کنند. بیکاری نه تنها ضرر و زیان‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی برای جامعه ما ایجاد کرده، بلکه ضربات سنگین فرهنگی و اخلاقی به جامعه وارد کرده است. یکی از نکاتی که باید برای جوانان و اکثر مردم روشن شود این است که دولت نه توان جذب نیروی انسانی جدید دارد و نه اینکه باید به او اجازه داده شود که نیروی انسانی خود را بیش از این افزایش دهد.

۵-۷- ضرورت رشد بخش‌های تعاونی و خصوصی در کشور

امروز در تمام دنیا، دولت‌ها متوجه شده‌اند که خودشان نمی‌توانند توسعه و رشد ایجاد کنند، بنابراین اکثر دولت‌ها در جهان سیاست‌هایی اتخاذ می‌کنند که در کشورشان کارآفرینان رشد و نمو پیدا کنند، یعنی بخش خصوصی را رشد و توسعه می‌دهند تا فضای کسب و کار ایجاد شود.

ایجاد شغل یا باید توسط دولت یا شرکت‌های موجود و یا شرکت‌های جدید صورت گیرد. اما امروز برای همه روشن است که نیروی انسانی دولت بیش از حد سنگین شده است و دیگر قادر به استخدام نیروی جدید نیست. از طرف دیگر شرکت‌های موجود نیز ظرفیت‌های محدودی دارند و قادر به جذب نیروی جدید نیستند. بنابراین تنها راه حل بیکاری و جذب نیروی جدید و ایجاد اشتغال این است که کارآفرینی در کشور توسعه یابد و شرکت‌های جدید غیردولتی ایجاد شود.

۶- راهکارهای گذر از موانع

کارآفرین نیروی محرک در توسعه اقتصاد است و کارآفرین دانشجو، کارآفرینی است که با استفاده از یافته‌های علمی خود به فعالیت‌های اقتصادی نو می‌پردازد و دانش را به اقتصاد مرتبط می‌سازد. اما توفیق در کارآفرینی نیاز به

^۱ . Sustainability

ترویج، هدایت و حمایت دارد. حمایت دولت از کارآفرینان را می توان به حمایت های مالی، فنی و فناوری، قانونی، حقوقی، بازاری، تأمینی، اجتماعی، امنیتی و سیاسی اشاره کرد. بهترین بستر برای اینکه هر کارآفرین بتواند ایده خود را به مرحله اجرا برساند راه اندازی یک کسب و کار کوچک است. شرط راه اندازی یک بنگاه کوچک و ادامه فعالیت برای اجرای ایده های کارآفرینانه، فراهم بودن بسترهای لازم می باشد این بسترسازی وظیفه اصلی دولت از طریق قانون گذاری، رفع موانع قانونی و اجرای سیاست های حمایتی صحیح می باشد که در ادامه به بخشی از آن اشاره می کنیم.

۶-۱- فرایند اخذ مجوز

فرایند طولانی اخذ مجوز و بروکراسی شدید اداری، تغییر دائمی ضوابط و قوانین، عدم سازگاری قوانین با عوامل محیطی و منطقه ای موجب شده است تا بسیاری از کارآفرینان در ابتدای راه با مشکلات زیادی مواجه شوند. امروزه در کشورهای توسعه یافته این فرایند قانونی به شدت تسهیل شده است. به عنوان نمونه در کشور کره جنوبی دولت ترتیبی اتخاذ نموده است که تمامی مراحل راه اندازی یک کسب و کار جدید از طریق مقامات محلی و با یکبار مراجعه قابل حل باشد.

۶-۲- سیاست های مالی و اعتباری

تأمین اعتبار مالی برای اجرای ایده های نو در قالب کسب و کار کوچک باید یکی از کلیدی ترین سیاست های حمایتی دولت باشد. در این راستا اقدامات مناسبی در کشور صورت گرفته است. وزارت صنایع با پرداخت وام های کم بهره در قالب طرح هایی به توسعه کارآفرینی کمک می کند. با آن وجود متاسفانه هنوز سیستم بانکی کشور در جهت تأمین اعتبار کسب و کارهای کوچک با سیاست های توسعه کارآفرینی هماهنگ نیست. یک کارآفرین برای دریافت اعتبار با مشکلات متعددی مانند تأمین وثیقه، راه اندازی ۵۰ درصد فعالیت برای کسب اعتبار و آماده کردن مدارک مختلف روبرو می شود به طوریکه بسیاری از ایده ها در همین مرحله ناکام می ماند. ایجاد کمیته های کارشناسی با عنوان صندوق های ضمانت برای تشخیص شایستگی افراد و مناسب بودن ایده ها نیز موجب می شود کارآفرینان سریعتر و راحت تر به تسهیلات بانکی دست پیدا کنند. همچنین کاهش هزینه ها از طریق تخفیف مالیات و هزینه های ضروری می تواند به گسترش روحیه کارآفرینی کمک کند.

۶-۳- سیاست های توسعه و انتقال تکنولوژی

تکنولوژی های جدید در جهان امروز بستر فعالیت بسیاری از کارآفرینان است. از طرفی باید به روشنی بدانیم که تکنولوژی های جدید بدون بومی کردن و سیاست های دقیق انتقال تکنولوژی نه تنها موجب توسعه کارآفرینی می شود بلکه مشکلات متعددی را به وجود می آورد.

۶-۴- تسهیل صادرات و واردات

فراهم نبودن زمینه مناسب صادرات و واردات کالاها یکی از دلایل عدم رشد صنایع کوچک و به تبع آن کارآفرینان می باشند. بی ثباتی قوانین صادرات و واردات، تشریفات طولانی اداری برای دریافت ارز، بی ثباتی نرخ ارز از جدی ترین موانع صادرات و واردات کالا می باشد. از طرفی به نظر می رسد برای حمایت از ایده های جدید در صادرات کالاهای صنایع کوچک دولت برنامه مدونی ندارد. بسیاری از بنگاه های کوچک توان تولید محصولات صادراتی دارند اما قادر به ارائه محصول در سطح بین المللی نیستند. طراحی و ایجاد سازمان های فعال در امر صادرات تولیدات محدود و پراکنده صنایع کوچک می توان موجب پویایی و رشد اینگونه واحدها شود. این سازمان ها با ارائه خدماتی می توانند بنگاه های کوچک و متوسط را در صادرات محصولات جدید خود کمک کنند.

۵-۶- نقش اطلاع‌رسانی دولت

اطلاعات برای بقای کسب و کار و در عین حال رشد و توسعه آن اهمیت حیاتی دارد. فقدان اطلاعات می‌تواند به هزینه‌کردن بیش از حد سرمایه منجر شود. هرچه کسب و کار پیچیده‌تر باشد و کارآفرین ایده‌ی جدیدتری داشته باشد سیستم اطلاعاتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. با توجه به اهمیت موضوع در بسیاری از کشورها دولت و سازمان‌های وابسته چنین رسالتی را به عهده می‌گیرند. تشکیل بانک‌های اطلاعاتی مورد نیاز کسب و کارها و ارائه خدمات و حمایت‌های اطلاعاتی می‌تواند به رونق کسب و کارها کمک کند. از طرفی توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و آموزش شیوه‌های نوین مانند تجارت الکترونیک می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا ایده‌های خود را به صورت کشوری و جهانی مطرح کنند.

۶-۶- حمایت از شبکه کارآفرینان نه بنگاه‌های ایزوله

امروزه بحث شبکه‌سازی و خوشه‌سازی میان بنگاه‌های کوچک و متوسط در اولویت سیاست‌های توسعه صنعتی کشورها قرار گرفته است. منطق آن این است که در دنیای کنونی نوآوری و کارآفرینی در یک صنعت نمی‌تواند منتزع از سایر بنگاه‌ها و نهادهای مرتبط با آن باشد. به عبارت بهتر به جای تمرکز بر ایجاد بنگاه‌ها، باید بر ایجاد زنجیره‌ها تأکید نمود. متأسفانه هنوز در کشور ما پرداخت حمایت‌های مالی به طور مستقیم به بنگاه‌ها نشانه حمایت دولت از کارآفرینان تلقی می‌شود. بلوغ سیاست‌های صنعتی کشور آن موقع خواهد بود که دولت به جای انبوهی از کمک‌های پراکنده و مستقیم به بنگاه‌ها، به گروهی از زنجیره‌های صنعتی که می‌توانند رقابت‌پذیری خود را در سطح جهانی اثبات نمایند کمک کند.

۷-۶- جایگزینی شیوه جدید به جای شیوه کهنه

امروزه ثبات در محیط کار، جای خود را به بی‌ثباتی و عدم اطمینان داده است و صنایع سنتی و قدیمی که جای خود را به انواع جدید و توسعه یافته آن داده است، فرصتی برای استفاده از مهارت‌های قدیمی نمی‌گذارد و در حقیقت آینده را با تهدیدات و فرصت‌ها مواجه ساخته است، زیرا هر اختراع و نوآوری، تغییری را پدید می‌آورد که می‌تواند به نوبه خود فرصتی را برای کسانی به وجود آورد که بتوانند از این فرصت استفاده بهینه کنند. مدتهاست کشورهای پیشرفته به این نتیجه رسیده‌اند که برای این که نسل بزرگسال کارآفرینی پرورش دهند، باید آموزش کارآفرینی را از دوران کودکی و نوجوانی آغاز کنند. به این ترتیب کودکی که با پول و کسب و کار درست و شرافتمندانه آشنا می‌شود. در آینده نیز انسانی خلاق و پولساز خواهد بود.

ژاپن نخستین کشوری بود که آموزش کارآفرینی را از مدرسه شروع کرد. به این ترتیب نوجوانان ژاپنی در دبیرستان‌های این کشور آموختند که چگونه باید در حین تحصیل کار کنند و از کار خود سود به دست آورند. آنها به این ترتیب به جهش صنعتی کشورشان کمک کردند. این تجربه و تجربه موفق سایر کشورها نشان می‌دهد که برای پرورش انسان‌هایی کارآفرین باید مفاهیم مربوط به کارآفرینی به شکل پررنگی در کتاب‌های درسی ایران نیز گنجانده شود.

۷- نتایج

ایده‌های جدید، با اندیشیدن به دست می‌آید که در آن ذهن به طور عمیق با یک مسئله درگیر می‌شود و به تجسم آن می‌پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیت‌های موجود، به روشن شدن فکر جدید کمک می‌کند. بینشی که بدین

ترتیب حاصل می شود، قوه تصور را در یافتن فکرهای جدید تغذیه می کند. تاکید اصلی در این نوشتار بر مولفه ضرورت آموزش کارآفرینی و مزایای ناشی از آن بوده است. در این راستا تلاش شده تا ضمن بیان خلاصه‌ای از اهمیت مسئله در توسعه، رشد و بقای سازمان‌ها، راهکارهای مدنظر نیز مطرح و نقش عوامل موثر در آموزش کارآفرینی در غالب نقش دانشگاه، دولت، نظام آموزشی، جنسیت، میزان درآمد و نرخ بیکاری ارائه گردد. در پایان نیز ساختار مناسب آموزش کارآفرینی ارائه و مهارت‌های مورد نیاز یک کارآفرین در راستای کسب مزیت رقابتی و افزایش بهره وری ذکر شد.

منابع

۱. سالازار ملیتو، مقدمه ای بر کارآفرینی، ترجمه: سیامک نطق، سازمان بهره وری ملی ایران، سال ۱۳۷۶.
۲. احمدپور داریانی محمود، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، نشر پردیس، ۱۳۷۹.
3. Prokopenko Joseph, Entrepreneurship development in Public Enterprises, International Labour Office, 1991.
۴. اسعدی علی رضا، بکارگیری خلاقیت در طراحی و تولید، نشریه روش، سال سیزدهم، شماره ۸۱.
۵. ووماک. جیمزبی، تفکر ناب، ترجمه آزاده راد نژاد، انتشارات آموزه، اصفهان، ۱۳۸۰.
6. Alsos, G.A, Opportunity recognition and prior knowledge: a study of experienced entrepreneurs. Paper presented in 13th Nordic Conference on Small Business Research. Tromso, Norway, 2004.
۷. صمد آقایی جلیل، سازمان کارآفرین، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
8. Hills, Opportunity Recognition, Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs, Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson and College, Welisley, MA, 1997.
۹. مقیمی سید محمد، نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۳، تیر ۱۳۸۰.