

کار آفرینی

شاید که عمل کنیم!

تفاوت کشورهای ثروتمند و فقیر،
در قدمت آنها نیست!

برای مثال، کشور مصر بیش از ۳۰۰۰ سال تاریخ
مکتوب دارد
و فقیر است!

اما کشورهای جدیدی مانند کانادا، نیوزلند،
استرالیا و ... که ۱۵۰ سال پیش وضعیت
درستی نداشتند اکنون کشورهایایی
توسعه یافته و ثروتمند هستند.

تفاوت کشورهای فقیر و ثروتمند

در میزان منابع طبیعی قابل استحصال آنها هم
نیست!

ژاپن، سرزمین بسیار محدودی دارد و ۸۰ درصد آن کوه‌هایی است که مناسب کشاورزی و دامداری نیست،

اما دومین اقتصاد قدرتمند جهان را پس از آمریکا دارد.

این کشور مانند کارخانه پهناور و شناوری است که مواد خام را از همه جهان وارد کرده و به صورت محصولات پیشرفته صادر می‌کند.

سوئیس، کشوری که در آن اصلا کاکائو به عمل نمی آید
اما بهترین شکلات جهان را کوچک و سرد تولید و صادر می کند.

در سرزمین سوئیس که تنها در ۴ ماه از سال می توان کشاورزی و
دامداری کرد، بهترین لبنیات (پنیر) دنیا تولید می شود.

سوئیس کشوری است که به امنیت، نظم و سختکوشی مشهور است
و به همین خاطر به گاوصندوق دنیا مشهور شده است (بانک های
سوئیس).

برخورد افراد عالی رتبه کشورهای ثروتمند
با همتایان خود در کشورهای فقیر، نشان
می دهد که سطح هوش و فهم نیز تفاوت
قابل توجهی در این میان ندارد.

نژاد و رنگ و پوست هم مهم نیستند چون
مهاجرانی که در کشور خود برچسب
تنبلی می گیرند در کشورهای اروپایی به
نیروهای مولد تبدیل می شوند.

پس تفاوت در چیست؟

تفاوت در رفتارهایی است که در طول
سال ها

فرهنگ و دانش

نام گرفته است.

وقتی رفتارهای مردم کشورهای پیشرفته و ثروتمند را تحلیل می کنیم، متوجه می شویم که اکثریت غالب آنها از اصول زیر در زندگی خود پیروی میکنند:

- ❖ اخلاق به عنوان اصل و پایه
- ❖ وحدت
- ❖ مسوولیت پذیری
- ❖ احترام به قانون و مقررات
- ❖ احترام به حقوق شهروندان دیگر
- ❖ عشق به کار
- ❖ تحمل سختی ها به منظور سرمایه گذاری روی آینده
- ❖ میل به ارائه کارهای برتر و فوق العاده
- ❖ نظم پذیری
- ❖ خلاقیت و نوآوری

اما در کشورهای فقیر، تنها عده
قلیلی از مردم از این اصول
پیروی می کنند.

ما ایرانیان فقیر هستیم

نه به خاطر آنکه منابع طبیعی نداریم یا اینکه طبیعت نسبت به ما بی رحم بوده است

ما فقیر هستیم

چون رفتارمان چنین سبب شده است
ما فاقد اهتمام لازم برای آموختن و
رعایت اصول فوق که توسط
کشورهای پیشرفته شناسایی شده
است هستیم.

به امید آنکه
بزرگ بیاندیشیم،
اندیشمندانه برگزینیم،
و خلاقانه عمل کنیم.

تعاریف کارآفرینی

- چه کسی کارآفرینی می‌کند؟ این شخص چه ویژگی‌هایی دارد؟
- کارآفرین چرا کارآفرینی می‌کند؟ انگیزه اصلی او برای کارآفرینی چیست؟
- کارآفرین چه کاری را انجام می‌دهد؟ رویکرد رفتاری او چگونه است؟
- کارآفرین چگونه کارآفرینی می‌کند؟ او چگونه سعی می‌کند که موفق شود؟
- فرآیند کارآفرینی چگونه است؟ از چه شیوه‌هایی استفاده کرده و چه استراتژی را به کار می‌بندد؟
- کارآفرینی تحت کدام شرایط زمانی و مکانی وقوع می‌یابد؟ هنجارهای قالب بر یک محیط کارآفرینانه چیست؟ چه ارزش‌ها و باورهایی باید در اجتماع نهادینه گردد تا کارآفرینان بتوانند به راحتی به فعالیت پرداخته و سبب رشد توسعه‌ی اقتصادی شوند؟

تعاریف کارآفرینی

- «پیتر دراگر» معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید. او کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد.
- «ژان باتیست سی» کارآفرینی را مختص فردی می‌داند که منابع اقتصادی را از یک حوزه‌ی دارای بهره‌وری و سود پایین به حوزه‌ی دارای بهره‌وری و سود بالاتر منتقل می‌کند.
- «جفری تیمونز» کارآفرین را ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ می‌داند.

تعاریف کار آفرینی

- «مک کله‌لند» تعریف گسترده‌تری از کار آفرینی بیان می‌کند و فرآیند کار آفرینی را فراتر از شغل و حرفه، بلکه یک شیوه‌ی زندگی تعبیر می‌نماید؛ به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت و مثبت‌اندیشی، زیر بنا و اساس زندگی کار آفرینانه می‌باشد؛ در این زندگی شکست به معنای پله‌ای برای بالا رفتن و موقعیتی برای آموختن است. در دنیای کار آفرینی شکست، تصور ناقصی از واقعیت مبهمی است که در هدف وجود دارد؛ واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است. در این زندگی پول انگیزه‌ی اصلی و اولیه‌ی فعالیت‌های اقتصادی نیست، بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود. در زندگی کار آفرینانه هدف اصلی از کار و فعالیت، ارضای حس کنجکاوی، تحقق بخشیدن به آرمان‌ها، آزادسازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آنها به ایده‌های عملی و درنهایت خلق ارزش است و همه چیز تحت الشعاع آرمان شخص قرار می‌گیرد.

تعاریف کارآفرینی

- «رابرت هیسریچ» فرآیند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌داند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرآیند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد.

انواع کار آفرینی

✓ فردی

- کار آفرینی مستقل
- کار آفرینی سازمانی

✓ گروهی

- کار آفرینی شرکتی
- کار آفرینی اجتماعی

تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینان

- «تئودور شولتز» معتقد بود که عدم تعادل در يك اقتصاد پويا امری اجتناب‌ناپذیر است ، این عدم تعادل را نمی‌توان به موجب قانون یا سیاست عمومی برطرف کرد و به طور یقین علم معانی و بیان هم نمی‌تواند آن را برطرف کند. تنها فعالیت‌های کارآفرینانه است که با تخصیص مجدد منابع می‌تواند اقتصاد را به حالت تعادل بازگرداند.
- «ماکس وبر» جامعه‌شناس آلمانی اولین فردی بوده است که در این حوزه‌ی علمی به کارآفرینی توجه کرده است ، در تعریف «وبر» کارآفرینی يك فرآیند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار در کار ، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌شود. او معتقد است که فرهنگ کارآفرینی در سطح تعاملی انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت ، ارزش‌ها ، نگرش‌ها و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر افراد جامعه شکل گرفته و تکامل پیدا می‌کند

فرهنگ کار آفرینی

باورهای اشتباه راجع به کارآفرینی

- کارآفرینان اهل عمل هستند نه اهل اندیشه
- کارآفرینان متولد می‌شوند، ساخته نمی‌شوند
- کارآفرینان همه مبتکرین هستند
- کارآفرینان وصله‌های ناجور علمی و اجتماعی می‌باشند
- کارآفرینان تنها به دنبال سود هستند و تمام نیاز ایشان پول است
- تمام نیاز کارآفرینان خوش شانسی است
- برای کارآفرینان بی‌اطلاعی نعمتی است
- کارآفرینان در جستجوی موفقیت، شکست‌های زیادی را تجربه می‌کنند
- کارآفرینان حد نهایی خطرپذیران هستند

فرهنگ کار در غرب

تأکیدی که در ایدئولوژی غرب به ویژه در آمریکا بر کار به عنوان «بروز جوهر اصلی وجود انسان» شده است و اینکه حیات انسان با کار تبلور می‌یابد نشانه‌ی اهمیت یافتن کار در این جامعه به عنوان ارزش فی‌نفسه است.

نمونه هایی از توجه جوامع غربی به فرهنگ کار

پاکدینان، پیروان مکتب کالوینیست هستند. کالوین یک شخصیت مذهبی پروتستان بود که اعتقاد داشت کار کردن در روی زمین یک دستور الهی است و هر پیشه باید به دقت انتخاب شده و تعقیب شود. اگر کسی شغلی را انتخاب می کرد از او انتظار می رفت رفتاری مانند یکی از برگزیدگان خداوند بر روی زمین را داشته باشد. عقاید کاری کالوینیست نه تنها به پشتکار افراد کمک کرد بلکه سبب پرهیز از تسامح و تساهل در آنها شد. مؤمنان این مکتب پول های خود را پس انداز کردند و اعتقاد داشتند که این پول از طریق خداوند برای پیشخدمتی در اختیار آنان قرار گرفته است و به عنوان پیش خدمت خداوند آنها احساس مسئولیت کرده که پول را جهت ارتقاء بهره وری استفاده کنند. کالوینیست ها پول های خود را در مؤسسات بهره ور سرمایه گذاری و راه را برای انقلاب صنعتی و پیشرفت های ناشی از آن هموار کردند .

نمونه هایی از توجه جوامع غربی به فرهنگ کار

آنچه پیش از همه توجه «هندی» را جلب می‌کند، خوش‌بینی مردم آمریکاست. اعتقاد استوار و بی‌چون و چرای آنان به این که فردا می‌توانند و باید بهتر از امروز باشند. به نظر هندی، نیروی برآمده از خوش‌بینی، توأم با اعتقاد «پاکدینان» در قداست کار و حرمت ثروت ناشی از کد یمین و عرق جبین، راز توفیق و کامیابی مردم آمریکاست.

بیشتر آمریکاییان عقیده دارند که فردا می‌تواند بهتر از امروز باشد و خود را برای ساختن آینده‌ای بهتر مسئول می‌دانند و هر کاری که از دستشان برمی‌آید انجام می‌دهند.

«رابرت هیوز» استرالیایی می‌گوید که ارزش‌های «پاکدینان» در رگ و پی جمع عظیمی از آمریکاییان تزریق شده است. آنان بذر اخلاق کار و نیز تقدم مذهب را در حدی که جز در دنیای اسلام سابقه نداشت، در بستر زندگی آمریکایی‌ها کاشتند.

فرهنگ کار در ژاپن

در دایرهٔ المعارف ژاپنی، فرهنگ این چنین تعریف شده است:
«تلاش برای استفاده از طبیعت یا منابع طبیعی در بهتر کردن زندگی انسان
(نوع بشر)» که دارای دو بعد زیر می‌باشد:

✓ دانش، هنر، مذهب و سایر ثمره‌ی فعالیت‌های روحی انسان

✓ ثمره‌ی فعالیت‌های فنی که مترادف کلمه تمدن است

تعریف فرهنگ، در عبارت بالا هم به معنی به فعلیت رساندن استعدادها و امکانات طبیعی برای تنظیم و بهتر کردن زندگی نوع بشر در نظر گرفته شده است و هم به معنی استعدادها و امکانات و پدیده‌های عالی انسانی، مانند علم، هنر، مذهب و سایر ثمره‌های فعالیت‌های روحی انسان.

فرهنگ کار در ژاپن

پیشرفت ژاپن نیز بیش از همه مدیون بالا بودن بهره‌وری کار بوده است که در سایه تلاش زیاد و احساس مسئولیت حاصل شد. برای آنها کار فراتر از وسیله معاش است، اما در ایران آن روحیه سخت‌کوشی در میان مردم دیده نمی‌شود. در حقیقت ما کار می‌کنیم تا زندگی کنیم اما در کشورهای صنعتی و ژاپن زندگی می‌کنند تا کار کنند. کار مهمترین عامل پیشرفت و توسعه است و در کشورهای جهان سوم کم‌کاری، کاهلی و عدم احساس مسئولیت در بین تعداد زیادی از مردم رایج است.

فرهنگ کار در ایران

ایران بدلیل داشتن نظام شاهنشاهی موروثی در ساختار کلی و سطح کلان جامعه،

۱- ارزش‌های مربوط به نظام سیاسی، ارزش‌های غالب بطور عمده انتسابی بوده است و ارزش‌های اکتسابی که تقویت‌کننده‌ی کار و خلاقیت و نوآوری به عنوان ارزش فی‌نفسه است جایی نداشته یا جایگاهی محدود به خود اختصاص داده است.

۲- وجود ارزش‌هایی چون اشرافی‌گری، تجمل‌گرایی، رفاه‌طلبی و مصرف‌گرایی در فرهنگ مرتبط با نظام سیاسی موروثی سبب مرگ خلاقیت و تولد مصرف‌زدگی شده است که علت عمده‌ی این معضل را باید در وجود ثروت‌های ملی و استفاده‌ی نادرست و غیرمدبرانه از آن جست‌وجو کرد.

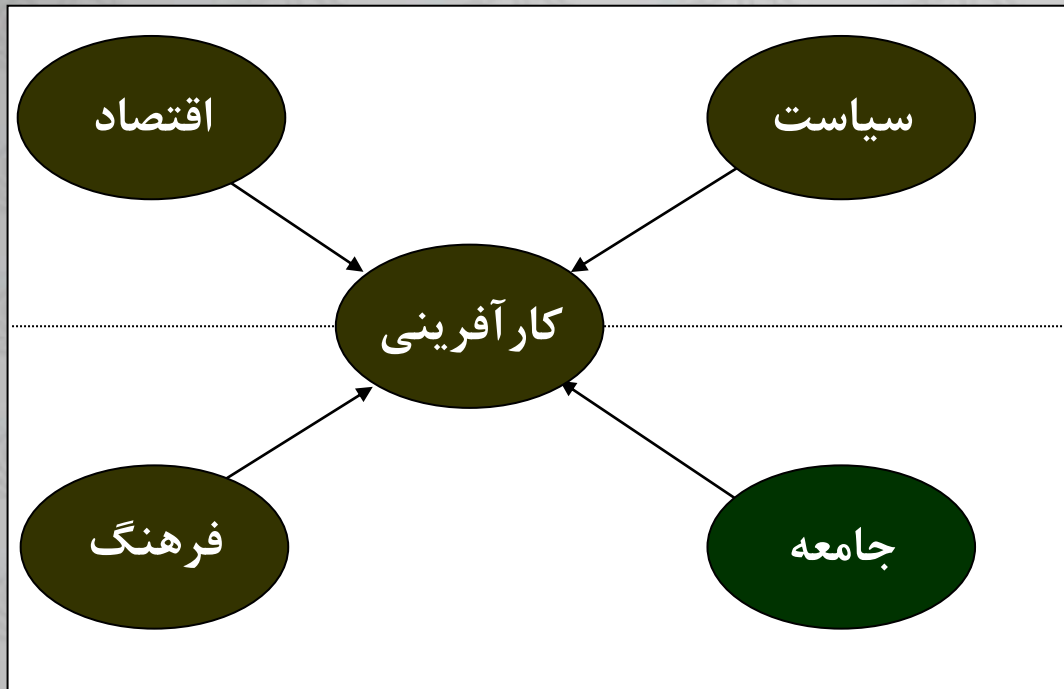
فرهنگی که خواستار پرورش کارآفرین
باشد باید مردم را به خاطر
دستاوردهایشان
و نه به خاطر مقتضیات تولدشان
طبقه بندی کند.

از سوی دیگر در فرهنگ عمومی و اعتقادات دینی با وجود باورهایی اشتباه همچون بی‌اعتنایی به مال دنیا، زشت شمردن انگیزه‌های مادی، تقبیح رفتار سودطلبانه، تأکید بر بی‌وفایی دنیا و کفایت حداقل معیشت، نمی‌توان انتظار کار و تلاش فوق‌العاده همچون کشورهای پیشرفته داشت.

پول منهای کار

همچنین جریان نوسانات اقتصادی در دوره‌ی گذشته و دست یافتن افراد به پول‌های بادآورده در جریان این تغییرات، موجب شد، پول که در مباحث اقتصادی به عنوان «کار تبلور یافته» شناخته می‌شود؛ و این موضوع موجب شد پول به عنوان ارزش فی‌نفسه و تاحدی «مستقل از کار» و بیشتر وابسته به شانس و اقبال در جهت تضعیف کارآفرینی عمل کند.

راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی در ایران



سیاست‌گذاری و قوانین

فرهنگ عمومی