



دانشنامه مرجع مهندسی ایران

Iran Engineering Reference Encyclopedia

Smsm.ir

کارآفرینی چیست؟

کارآفرینی: واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای " متعهد شدن " نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژنامه دانشگاهی وبستر : کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و تقبل کند.

اقتصاد دانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپیتر کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی می داند و می گوید: نقش کارآفرین نوآوری است . از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید ، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید ، گشایش بازاری تازه ، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت های کارآفرینان است. کرزنر نیز که از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک می باشد کارآفرینی را این گونه تشریح می کند : کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها.

کارآفرینی سازمانی : فرآیندی است که در آن محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده ، به ظهور می رسند. به تعریفی دیگر : فعالیتهای کارآفرینانه فعالیت هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می باشد.

کارآفرین سازمانی: کسی که تحت حمایت یک شرکت ، محصولات ، فعالیتها و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره داری می رساند.

کارآفرینی : فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می گردد. کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها.

کارآفرین (مستقل) : فردی که مسؤلیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند ، محصول یا خدمات جدید می باشد. به عبارت دیگر ، کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می کند و هدف اصلی اش سود آوری و رشد است . مشخصه اصلی یک کارآفرین ، نوآوری می باشد.

کارآفرین شرکتی : کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید و نظام های سازمانی نوین است.

ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان : دیوید مک کلند از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد آمریکا که اولین بار "نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی" را مطرح نمود ، معتقد است که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشور های در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است بنابر عقیده ایشان با یک برنامه صحیح تعلیم و

تربیت می توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود ، به گونه ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.

کارلند و همکارانش اهم ویژگیهایی را که در مورد کارآفرینان مورد بررسی واقع و تأیید شده بودند ، جمع آوری نمودند که اهم آنها عبارتند از:

- نیاز به توفیق

- تمایل به مخاطره پذیری

- نیاز به استقلال

- کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند.

- خلاقیت

زمینه های تحقیقاتی مناسب در کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا ، ایده ها ، محصولات ، و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گسترده وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان ، تولید کنندگان ، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی پردازند و به سهم خود کارآفرین باشند.

آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علیرغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به این موضوع پرداخته میشود. وضعیت

اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادی می کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل ، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش ، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می شود.

در این رابطه با استفاده از منابع موجود و تجربیات حاصله فهرستی از موضوعات قابل تحقیق در سطح کارشناسی ارشد(و بعضاً " در سطح دکتری) بصورت پروژه تحقیقاتی یا پایان نامه یا هر گونه تحقیق دیگری بطور خاص و در سطح مشخصی باید مورد توجه قرار گیرد.

اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی:

جنبه های اقتصادی کسب و کار

ویژگی های روانشناختی و فردی

عوامل اجتماعی و نقش دولت

آموزش کارآفرینی

نقش شرکتهای کوچک

نقش استراتژی و عوامل سازمانی

تکنولوژی اطلاعات

۱- جنبه های اقتصادی کسب و کار:

بررسی علل و عوامل عدم موفقیت کارآفرینان در ایجاد کسب و کارهای جدید
مطالعه و بررسی فرآیند ایجاد کسب و کار توسط کارآفرینان و ارائه الگوی رفتاری
آنان در صنایع مختلف

بررسی و تجزیه و تحلیل اقدامات کارآفرینانه شرکتها بر اساس الگوی شومپیتر
بررسی انواع کارآفرینان در ساختار اقتصادی (ارتباط نوع فرصتهای اقتصادی و نوع
کارآفرینان)

بررسی شیوه های تأمین مالی برای حمایت از کارآفرینان
نقش کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی از دیدگاه تئوریهای اقتصاد
رویه ها و روش های مالی در موسسات کارآفرینی
نقش کارآفرینی در احیای صنایع رو به زوال
نقش کارآفرینی و اشتغال زایی (بویژه جوانان)
بررسی رابطه بین ارزشها و قوانین اسلامی و اشاعه فرهنگ کارآفرینی کارآفرینی و
مؤسسات خیریه

جهانی شدن (Globalization) و کارآفرینی
جایگاه کارآفرینی در نظریات توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم
کارآفرینی در بخش کشاورزی

۲- ویژگی های روانشناختی و فردی:

بررسی علل خروج نیروهای کلیدی شرکت ها و تجزیه روند ادامه آینده شغلی آنها
در بخش های صنعت و خدمات
شناسایی کارآفرینان موفق و ارائه الگوی موفقیت آنها در بخش صنعت و خدمات
بررسی ویژگی های شخصیتی (Traits) و روانشناسی کارآفرینان فردی)
(Entrepreneurs)

بررسی ویژگی های شخصیتی - روانشناسی کارآفرینان سازمانی (Intrapreneurs)
بررسی متغیر های تسهیل کننده و نیازهای مختلف کارآفرینان در صنایع مختلف

مطالعه مقایسه ای و تطبیقی بین ویژگی های کارآفرینان فردی و سازمانی بین ایران و امریکا

مطالعه در خصوص ویژگی ها و انگیزه های کارآفرینان زن
نقش والدین در تربیت و ایجاد خلاقیت و ویژگی های شخصیتی در کارآفرینان
اخلاق کارآفرینی (Entrepreneurship ethics)

تفاوت بین مدیران و کارآفرینان در بخش صنعت و خدمات ایران
عوامل مؤثر بر تصمیم گیری توسط کارآفرینان

مطالعه مقایسه ای و تطبیقی بین ویژگی های کارآفرینان فردی و سازمانی در صنایع
مختلف ایران

بررسی و تطبیق ویژگی های کارآفرینان در صنعت و خدمات

۳- عوامل اجتماعی و نقش دولت:

بررسی و مطالعه متغیرهای جمعیت شناختی کارآفرینان در صنایع مختلف

بررسی نقش ساختارهای حقوقی و قانونی در توسعه کارآفرینی

بررسی ویژگی های جمعیت شناختی کارآفرینان

بررسی نقش سیاست های حمایتی دولت در توسعه صنعتی و ایجاد شرکت های

جدید

نقش دولت در ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی

بررسی جنبه های قانونی و حقوقی ایجاد یک فعالیت جدید در قالب یک شرکت

نقش رسانه های گروهی در ترویج کارآفرینی در جامعه

ارائه الگوی شبکه کارآفرینی و ارائه آن

موانع کارآفرینی در کشورهای جهان سوم

ارتباط قانون کار و مقررات مربوطه با فرهنگ کارآفرینی در ایران
بررسی عوامل جامعه شناختی در کارآفرینی
تأثیر هنر بر استعداد کارآفرینی

۴- آموزش کارآفرینی:

طراحی دوره های آموزشی در سطوح دبستان، راهنمایی و دبیرستان در خصوص
کارآفرینی

طراحی دوره های آموزشی در سطوح دانشگاه
مدل ارزیابی بازده سرمایه گذاری در آموزش کارآفرینی
ارتباط صنعت و دانشگاه و نقش آن در کارآفرینی
ارائه راهکارهای اجرایی آموزش کارآفرینی و ایجاد پرورشگاههای کارآفرین (Incubator)
توسط نهادهای اجرایی و آموزشی

۵- نقش شرکتهای کوچک:

بررسی و تجزیه و تحلیل علل عدم شکل گیری زنجیره های خدماتی - توزیعی
فرانشیز (Franchise) در ایران
نقش شرکتهای کوچک در توسعه اقتصاد
بررسی و ارزیابی پروژه ها و فرصتهای کارآفرینی
نقش فرانشیز در توسعه کارآفرینی
ساختار سرمایه در مؤسسات کوچک و کارآفرین
مدیریت استراتژیک در مؤسسات کوچک و نقش کارآفرین در تدوین استراتژی
بررسی زمینه های کارآفرینی در صنایع کوچک ایران

نقش فرانشیز در اشتغال زائی و توسعه اقتصادی

۶- نقش استراتژی و عوامل سازمانی:

ساختارهای تأمین مالی پروژه های کارآفرینانه و Capital Venture
بررسی استراتژی های کارآفرینی سازمانی در رشد و بقای شرکتهای رابطه مدیریت،
رهبری و فرهنگ در مؤسسات کارآفرین
نقش تیم مدیریت در کارآفرینی (سازمانی)
ارتباط چرخه عمر سازمان با کارآفرینی
اثر بخشی در مؤسسات کارآفرین و مقایسه با مؤسسات غیر کارآفرین
ارتباط بین بازاریابی و کارآفرینی
دورنمای کارآفرینی در قرن ۲۱ و پیامدهای آن برای ایران
توسعه ساختارهای زیربنایی کارآفرینی در کشور
نقش ساختار و استراتژی در مؤسسات کارآفرینی
ایجاد تیمهای کارآفرینی جهت رشد مؤسسه
چالشهای مؤسسات دارای رشد سریع و کارآفرینانه
انحلال مؤسسات و شرکتهای در بخشهای مختلف صنایع
تبیین مدل مدیریت منابع انسانی مبتنی بر پرورش کارآفرین

۷- تکنولوژی اطلاعات :

نقش تکنولوژی اطلاعات و اینترنت در توسعه فرصتهای کارآفرینی
فرایند انتقال تکنولوژی و فرایند نوآوری در شرکتهای کارآفرین
بررسی استفاده از تکنولوژی اطلاعات در کارآفرینی در ایران

طراحی سیستم اطلاعات کارآفرینی در صنعت و خدمات
طراحی سیستمهای پاداش و حقوق و دستمزد مبتنی بر الزامات کارآفرینی

خانواده و کارآفرینی

کار آفرینی مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. مروری بر ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که مفهوم کارآفرینی برای اولین بار توسط اقتصاددانان مطرح شد. سپس با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینی در شکل‌گیری تحولات اقتصادی در جوامع، دانشمندان علوم اجتماعی نیز به بررسی ویژگیهای فردی و اجتماعی کارآفرینان پرداختند. خانواده، کانونی است که در شکل‌گیری این ویژگیها، می‌تواند نقش حیاتی ایفا کند. در جوامع سنتی که مردان نقش «نان‌آوری» و زنان نقش «خانه‌داری و تربیت فرزندان» را بر عهده داشتند، انتقال ایده کسب و کار بیشتر از طرف مرد صورت می‌گرفت؛ ساختار جدید خانواده در جامعه امروز و به تبع آن خروج زن از خانه، ظهور جلوه‌های تازه‌ای از بروز خلاقیت و نوآوری را در هر دو جنس زن و مرد باعث شد. بدنبال این تغییر نگرش؛ شیوه تولید، سبک زندگی و نقش‌های والدین در درون خانواده نیز دچار دگرگونی شد. به شکلی که هر کدام از والدین با رفتار خود می‌توانند در رشد اعتماد به نفس، خلق ایده‌های جدید در خانواده و تعیین مسیر شغلی فرزندان، نقش‌های اساسی را ایفاء کنند. اگر خانواده را از دیدگاه نهادی مورد بررسی قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که خانواده از نظر کمی و کیفی می‌تواند کانون اصلی اندیشه کار و تلاش و پرورش روحیه خلق ایده و کار در افراد باشد. تحقق این امر مستلزم توجه ویژه والدین به

ابعاد و ساحت‌های حیات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوین شخصیت اوست. وقتی پدر یا مادر همچون الگویی تلاشگر و مؤثر در عرصه کار و تولید در جامعه ظاهر شوند، کارکردهای مثبت ناشی از فعالیت آنها فرزند را به سمت و سویی ترغیب می‌نماید تا ذهن خود را به صورتی منسجم و ثمربخش به ادامه شغل والدین و یا حرفه‌ای جدیدتر سوق دهد. برای چنین فردی دستیابی به منابع اقتصادی ناشی از کار و تسخیر فضاهای جدید، ارزش تلقی می‌شود. چنین طرز تلقی از دنیای پیرامون، ذهن فرد را نسبت به خلق ایده‌های نو و استقلال اقتصادی و کسب موفقیت، دگرگون می‌سازد. در این مرحله، نوجوان یا جوان ایده‌کاری خود را با خانواده در میان می‌گذارد چه بسا بتواند از تجربیات و رهنمودهای والدین و احتمالاً حمایت مالی و اجتماعی آنها بهره‌مند شود. اینجاست که معیارها و ارزشهای خانواده برای فرزند ملاک عمل و چراغ راه او در مسیر کار و تلاش واقع می‌شود. وظیفه والدین در چنین شرایطی تشریح ابعاد گسترده فعالیت اقتصادی به عنوان ارزش بنیادی برای فرزند و هدایت او در مسیر مطلوب، آغاز توأم با موفقیت را در راه‌اندازی کسب و کار به همراه خواهد داشت.

میزان تحصیلات، نوع شغل والدین، ساخت خانواده، روابط خانوادگی (خصوصاً رابطه والدین با فرزندان)، درآمد خانواده و میزان برخورداری از امکانات رفاهی در شکل‌گیری «فرهنگ کار» در خانواده می‌تواند تأثیر داشته باشد. انسانهای متفاوت، توانمندیهای متفاوتی دارند که اگر از همان دوران نوجوانی در مسیر مشخص هدایت شوند، می‌توانند با خلق ایده‌های جدید خود، تغییر در روند تولید و بالطبع تغییر در فرآیند تکنولوژی را آسان کنند.

مراحل توسعه کارآفرینی توسط خانواده

۱ - مراحل نهادینه کردن «فرهنگ کارآفرینی»:

خانواده به عنوان انتقال دهنده جبهه‌ای از اصطلاحات، آئین‌ها و رفتارهای اجتماعی می‌تواند نقش ثمربخش خود را جهت آشنایی با مفاهیمی مثل: «توفیق طلبی»، «استقلال طلبی» و «خطرپذیری» در عرصه فعالیت اقتصادی و همسازی با واقعیت‌های کاری در جامعه، به اعضاء خود ارزانی دارد.

نوع نگرش والدین به دنیای پیرامون خود و چگونگی تجسم ارزشهای اجتماعی برای فرزندان در شکل‌گیری آینده شغلی آنها، می‌تواند راه را برای دستیابی به اقتصاد سالم هموار سازد. مثلاً چنانچه کسب موفقیت در جهت خلق ثروت و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید به عنوان بخشی از ارزشهای مورد نظر والدین برای فرزند به تصویر کشیده شود، نوجوان در چنین شرایطی ذهن خود را برای رسیدن به چنین موقعیتی آماده می‌سازد. در ادامه چنین فرآیند ذهنی، فرد بدنبال راههای دستیابی به چنین موقعیتی است. او موقعیتهای متفاوت را با هم مقایسه می‌کند؛ شبیه‌سازی ذهنی انجام می‌دهد؛ به پرس و جو می‌پردازد؛ و گاهی اوقات در نشریات، کتب، محیط مدرسه و حتی مجالس سخنرانی پرسشهای ذهنی خود را دنبال می‌کند. آنگاه، فرد با آگاهی از ارزش کار و تلاش آماده است بخش بزرگی از خواسته‌ها، آرمانها و ارزشهای مورد نظر خانواده خود را به محک تجربه بگذارد.

۲- تعیین مسیر شغلی

فضای درون خانواده، خصوصاً رهنمودهای والدین به فرزندان، این امکان را به آنها می‌دهد تا با گسستن از عادات و معتقدات پیشین خود یا سایر افراد خانواده، رفتار جدیدی را مورد کند و کار قرار داده و خود را با نظم اجتماعی نوین هماهنگ سازند؛

به شکلی که بتوانند بر فراز خواسته‌ها و آرزوهای ذهنی خود و منطبق بر نظامهای مدرن پرو بال بزنند و از نفوذ و سلطه اندیشه و روشهای سنتی در رفتار آتی خود بکاهند. در ادامه چنین روندی، نقش آفرینی فرزند در درون خانواده معطوف به فرآیندهای تولید و خلق ارزش در جامعه خواهد شد. در این ارتباط، والدین با شناخت توانمندیهای بالقوه فرزندان خود و هدایت آنها در مسیر شغلی، نقش مهمی در شناسایی و پرورش افراد خلاق و کارآفرین در جامعه ایفاء می‌کنند.

۳- توانمندسازی (یادگیری فن‌آوریهای جدید)

حمایت و تشویق والدین جهت یادگیری فن‌آوریهای جدید از جمله فن‌آوریهای تکنولوژیکی و اطلاعاتی و معرفی مشاغلی که امکان کسب درآمد بالا را برای فرزندان فراهم می‌سازد، آنان را علاوه بر نقش آفرینی در درون خانواده، معطوف به اهداف توسعه در سطح جامعه یعنی کار مفید و بهره‌وری بالا خواهد کرد. تغییر نگرشها و رفتارهای کلیشه‌ای در مورد ایفاء نقشهای خانوادگی و اجتماعی و تشویق فرزندان به رفتارهای مثبت اقتصادی و اجتماعی، آنان را افرادی کارآمد و هدفمند می‌پروراند. زیرا پیروی از کلیشه‌های سنتی و تکراری در عرصه کار و فعالیت، هم به خانواده و هم به جامعه صدمات جبران ناپذیری وارد می‌سازد. به همین دلیل؛ گذر از این مرحله، تاثیرپذیری فرد از تغییرات جدید و پذیرش مسئولیت خطیر اجتماعی به منظور ایجاد کسب و کار جدید و دسترسی به موقعیتهای بهتر و جدیدتر، از فرد یک انسان مستقل و توانمند می‌سازد که در عرصه‌های گوناگون زندگی ضمن پذیرش نقشهای متفاوت می‌تواند مفید واقع شود.

۴- راه‌اندازی و اداره کسب و کار اقتصادی

در این مرحله، فرد با ارزیابی مشاغل متناسب با خواسته‌های خود و خانواده، به خلق ایده در زمینه کار و فعالیت می‌پردازد؛ چارچوب فکری خود را در قالب طرح کسب و کار به جامعه عرضه می‌کند؛ سپس، با مدیریت خود فعالیت اقتصادی را آغاز می‌کند. در این مرحله، والدین با استفاده از تجارب خود می‌توانند فرزندشان را جهت اداره کسب و کار یاری کنند. هر چند ممکن است این نیاز صرفاً متوجه حمایت‌های مالی آنها نباشد. با ادامه حمایت خانواده و تقویت روحیه کارآفرینی در فرزندان به منظور راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار اقتصادی توسط آنان، نتایج ذیل متوجه جامعه خواهد شد:

- ایجاد و توسعه اشتغال در بخش‌های اقتصادی کشور و به تبع آن استقلال اقتصادی خانواده‌ها

- دگرگونی در روند تولید با استفاده از تکنولوژی پیشرفته و بدنبال آن تغییر در فرهنگ مصرف

- تنوع شغلی و ایجاد رقابت گسترده در بازارهای اقتصادی

- بسط و توسعه صادرات با اتکاء به منابع موجود در کشور

- کاهش نرخ بیکاری و تورم و بدنبال آن کاهش آسیب‌های اجتماعی در جامعه

نتیجه‌گیری

کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی

می‌شود. ما بدون توجه کافی به مقوله «توسعه فرهنگ کارآفرینی» نمی‌توانیم به

شاخص‌های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و توان‌افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندیها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع

طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه‌ای قائل شویم. زیرا، آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند. کارآفرینی، فرآیندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری این فرآیند نقش اساسی را ایفاء می‌کند. زیرا، خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند به شکلی که «فرد» و «جامعه» در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. نقش و اهمیت خانواده به عنوان کانون اندیشه نوگرایی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه، انکار ناپذیر است، به طوری که در زمینه فعالیت اقتصادی، خانواده می‌تواند اندیشه افراد تحت نفوذ خود را به سمت و سویی سوق دهد که آنها را از مشکلات پیش‌رو از جمله؛ بیکاری، فقر، اعتیاد، فساد و... برهاند و آنها را در مسیرهای شغلی که مولد سرمایه و فرصت‌های جدید است، هدایت نماید. زیرا، خانواده علاوه بر نقش تولید نسل و پرورش ابعاد عاطفی و اخلاقی فرزندان، به عنوان کانونی برای رشد و پرورش اندیشه خودباوری، اعتماد به نفس و خودشکوفایی در فرزندان، نقش بسیار مؤثری در راه‌اندازی کسب و کار اقتصادی و توسعه فعالیت‌های شغلی در جامعه خواهد داشت.

کارآفرینی زنان

در جامعه امروز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سالهای اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی

روند رو به رشدی را طی کرده است. مثلاً در آمریکا، از سال ۱۹۹۰ تا سال ۱۹۹۸، کارهایی که توسط زنان اداره می شود افزایش چشمگیری داشته است ۹,۱ میلیون کار اداره شده توسط زنان در آمریکا ۲۷,۵ میلیون نفر را بکار گرفته است و ۳,۶ تریلیون دلار در اقتصاد آمریکا مشارکت دارد. با این وجود زنان با موانع خاصی در کسب و کار مواجه می شوند که بتدریج باید بر آنها غلبه کنند.

موانع اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران

از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه روبه رو شده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست، همواره زنان فرصت های شغلی کمتری دارند و غالباً در بخش غیر رسمی با اندک دستمزد مشغول بکارند. در واقع می توان گفت، طبق آمار ۱۳۷۵، تنها ۱/۱۲٪ زنان ده ساله و بیشتر کشور از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۸/۴۵٪) و حدود ۷/۱۶٪ در بخش صنعت در گروه صنعت (ساخت)، اشتغال دارند. حدود ۷۱٪ شاغلان بخش خدمات در گروه های آموزشی، بهداشت و مددکاری مشارکت دارند. بیشترین شاغلان زن در گروه حقوق بگیران قرار دارند (۶۰٪) و تنها ۹/۰٪ شاغلان کارفرما هستند. زنان شاغل بیشتر در نقاط شهری (۵۶٪) سکونت دارند و در گروه سنی ۲۹-۲۵ سال هستند و پس از آن گروه عمده ای مشغول ازدواج و پرورش فرزند و بطور کل امور خانواده می شوند. با توجه به اینکه نرخ فعالیت ایران نسبت به کشورهای دیگر بسیار پایین است: (۴۳/۶٪). این امر در مورد زنان (۱۵٪) و در مورد فعالیت مردان (۷۱٪) است. نرخ بیکاری جمعیت نیز روزه روز فزونی می گیرد بطوریکه حدود ۱/۲۶٪ جمعیت زنان فعال مناطق شهری بیکارند.

نرخ بیکاری زنان تحصیلکرده خصوصاً در سال های اخیر مرتباً رو به افزایش است. لذا تلاش جهت بهبود وضعیت فعلی و رهایی از مشکلات و موانع مسئولیتی جمعی است. متأسفانه تحقیقات و پژوهش های داخلی در زمینه کارآفرینی زنان، به دلیل نوپایی مبحث بسیار محدود است و از آنجا که حتی اشتغال زنان در ایران همواره با مسائلی مواجه بوده، طبیعتاً کارآفرینی زنان با مسائل فزاینده ای روبه رو است. فرایند کارآفرینی زنان را می توان از ابعاد متنوعی بررسی کرد و آن را متأثر از مجموعه عوامل فردی، محیطی و سازمانی دانست.

در بعد فردی: بیشتر انگیزه ها، ویژگی های شخصیتی و ویژگی های جمعیت شناختی مدنظر است می توان گفت میان توانایی های شخصیتی از قبیل اعتماد بنفس و پنداشت از خود، بر اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد، بطوریکه پنداشت از خود و اعتماد بنفس بالا تأثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنان دارد. بنابر اطلاعات جمعیت شناختی، هر چه نرخ باروری به دلیل جوانی جمعیت افزایش می یابد، با نزول اشتغال زنان مواجه هستیم؛ همچنین میان تعداد فرزند و اشتغال رابطه معکوس وجود دارد، بطوریکه تنها ۲۳/۸٪ از زنان دارای سه فرزند یا بیشتر در مقابل ۵۷/۷٪ زنان با ۱ یا ۲ فرزند به فعالیت شغلی می پردازند. وضعیت تأهل نیز بی تأثیر در موضوع نیست، بطوریکه زنان مجرد از آزادی عمل بیشتری برای اشتغال و فعالیت های اقتصادی، اجتماعی نسبت به متأهلین برخوردارند. تحصیلات نیز عامل قابل توجهی است، طبق آمارهای رسمی (۷۵) ۷۴/۲٪ زنان کشور باسواد هستند و درصد قابل ملاحظه ای از جمعیت دانشجویی را زنان تشکیل می دهند. باوجود این، سهم زنان شاغل با تحصیلات عالی نسبت به کل اشتغال زنان و همچنین درصد مدیران زن با تحصیلات عالی بسیار محدودتر از مدیران زن بدون تحصیلات

عالی است. به صراحت می‌توان گفت که عوامل محیطی نقش بسیار مهمی را نسبت به عوامل فردی عهده‌دار است، چرا که ویژگی‌های شخصیتی و توانمندی‌های روانی بسیار متأثر از عوامل محیطی است. وضعیت اجتماعی، فرهنگی، حقوقی، دینی، سیاسی و اقتصادی جامعه مطمئناً نقش بسزایی را در تقویت یا تضعیف فعالیت‌ها در امور متفاوت دارد. در حوزه اشتغال زنان و فراتر از آن خود اشتغالی آنها، موانع محیطی بسیاری را می‌توان برشمرد:

در بعد اجتماعی: هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسئله تعدد نقش زنان بطوریکه انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل... آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند. ناامنی‌های اجتماعی که امکان حضور فعال زنان در جامعه، که لازمه‌اش سفرهای بین شهری، اقامت در هتل‌ها و اماکن سالم است را با مشکل مواجه کرده است. با مرور شرایط اجتماعی حاکم بر سه دهه اخیر. متوجه می‌شویم که ایدئولوژی حاکم در سال‌های اولیه پس از انقلاب بیشترین لطمه را بر مشارکت زنان وارد کرده است که تعطیلی مهدکودک‌های دولتی و مراکز تنظیم خانواده، بازنشستگی زودرس زنان، تعریف شغل‌های مشابه نقش مادری برای زنان، از آن جمله است.

در بعد فرهنگی: فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد بنفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است. همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکلهای

صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند. بدلیل نگاه جنسیتی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر بطور برابر با توجه به شایستگی‌ها به افراد، فارغ از جنسیتشان اعطا گشته است، همواره شاهد تبعیض‌های جنسیتی در اشتغال هستیم.

در بعد اقتصادی: در حالیکه زنان در آسیا بطور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیش از مردان کار می‌کنند، بدلیل بدون مزد بودن کار خانگی همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می‌گیرند. ارتقاء مقام‌ها تنها بر اساس شایستگی‌ها صورت نمی‌پذیرد. بطوریکه بین سال‌های ۶۵-۵۵ از کل مردان شاغل تنها ۶٪ تحصیلات عالی داشته‌اند. در حالیکه ۱۸٪ زنان شاغل، تحصیلات عالی داشته‌اند و جای شگفتی است که از کل زنان تحصیلکرده عالی تنها ۵٪ به سمت‌های بالای اداری و مدیریتی رسیده‌اند. (آمار ۱۳۸۱) تبعیض‌های جنسیتی در نوع آموزش: شامل مواد درسی، نقش زنان در کتاب‌های درسی، رسانه‌ها که بیشتر تقویت‌کننده دید سنتی نسبت به زن است. همچنین محدودیت‌های آموزش در نظام آموزش عالی برای زنان مانند انحصار برخی رشته‌ها برای مردان، محدودیت اعزام به خارج کشور برای ادامه تحصیل و کمبود امکانات (خوابگاه) برای دختران، همگی از موانع مشارکت زنان است. باورهای فقهی دینی نیز بی‌تأثیر در این مسئله نیست، احکام موجود در زمینه ارث، نفقه، اجازه خروج از کشور در بعد اقتصادی و احکامی چون شهادت، دیه، قضاوت، طلاق، حق حضانت در بعد خانوادگی اجتماعی بی‌شک تأثیر منفی در پیشرفت و شکوفایی همه جانبه زنان دارد که می‌توان با استنباط‌های متناسب شرایط زمانی و مکانی موانع را برطرف کرد.

وضعیت حقوقی و قوانین: قوانین ناظر بر خانواده از جمله مواد ۱۱۰۶ (نفقه زن)، ۱۱۹۹ (نفقه اولاد)، ۱۱۱۷ (منع کار زن در صورت عدم رضایت شوهر). از آنجا که طبق قانون، ریاست خانواده با شوهر است و خروج از کشور زن منوط به اجازه کتبی شوهر است. مشکلاتی در مسیر کار زنان ایجاد می شود. قوانین ناظر بر اشتغال، از جمله قانون اشتغال نیمه وقت زنان، مقررات در زمینه مرخصی زایمان و ماده ۵ مصوبه ۱۳۷۱ شورای عالی انقلاب که محدود کننده حیطه اشتغال زنان است. هیچکدام کمکی به افزایش مشارکت اقتصادی اجتماعی زنان نکرده است. البته زمینه های مساعد قانونی را نیز نباید از نظر دور داشت. اصول ۳، ۲۱، ۲۸، ۴۱ برخورداری زنان از حقوق اجتماعی مساوی با مردان را متذکر شده و همچنین طبق ماده ۱۱۱۸ مصوب ۱۳۱۳ زن مستقلاً می تواند در دارایی خود هر تصرفی را داشته باشد. تصویب قانون در مورد کنترل جمعیت نیز مطمئناً بی تأثیر در مشارکت بیشتر زنان نیست. پرواضح است پیش شرط راه اندازی فعالیت های کارآفرینانه توسط زنان، شناسایی دقیق عوامل موثر بر فرایند اشتغال و کارآفرینی است و مطالعات راهبردی در این زمینه ضروری به نظر می رسد.

کارآفرینی و ICT (فناوری ارتباطات و اطلاعات)

نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در کارآفرینی عبارت اقتصاد جدید به تدریج رواج یافته و چشم انداز تازه ای را ترسیم میکند که با گسترش فناوری اطلاعات همراه است. درچنین اقتصادی، فناوری اطلاعات و ارتباطات گسترش و اهمیت فزاینده ای پیدا میکند. جامعه انسانی طی قرون گذشته، تاثیرات قابل توجهی از تغییرات فناوری پذیرفته است. ICT به ارضای نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی که به ایجاد دانایی کمک میکند، میپردازد و امکانات جدیدی

برای تبادل اطلاعات ایجاد میکند. ICT توان بالقوه ای دارد تا به قابلیت انسان برای ایجاد دانش جدید بیافزاید.

فرانک وبستر در کتاب نظریه های جامعه اطلاعاتی بیان میدارد که نخستین تعریف از اطلاعات که به ذهن خطور میکند، تعریف معناشناختی است. اطلاعات معنی دار دارای یک موضوع بوده و محتوای آن، آگاهی یا دستوری درباره چیزی یا کسی است. اما کنت ارو معتقد است که معنای اطلاعات بطور مختصر و کوتاه عبارتست از کاهش در عدم قطعیت. اطلاعات کاربر را قادر میسازد تا در مورد چیزی شناخت پیدا کند و از آن دانایی برای برقراری ارتباط، یادگیری، تفکر، تصمیم گیری و نوآوری در موقع نیاز استفاده کند.

نظریه شبکه های اجتماعی در رابطه با کارآفرینی طبق نظریه شبکه های اجتماعی، کارآفرینی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این ارتباط اجتماعی میتواند رابط کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل کند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه ای عظیم با مقیاس جهانی (اینترنت) شده است. در کشورهای پیشرفته، اینترنت یکی از مهمترین ابزارهای کارآفرینان است. این افراد از طریق این شبکه بر قابلیت های خود افزوده و از مزایای آن بهره میگیرند.

کارآفرینی، موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی است که نیازها شناخته میشود و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل میشود. کشورهای صنعتی به این دلیل پیشرفته اند که در فناوری اطلاعات پیشرفت کرده اند و توسط آن هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته و هم تبدیل به قدرت نظامی

شده اند و حال فرهنگ جهان را به سوی خواسته های خود هدایت میکنند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف سخت افزار، نرم افزار، اطلاعات و ارتباطات قابل انجام است. در هر یک از این سطوح، فرصت های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد که نیازمند حمایت مرکز سرمایه گذاری و تلاش های کارآفرینانه است و جالب اینکه کارآفرینی در حوزه اطلاعات، بسیار راحت تر و عملی تر از کارآفرینی در سایر حوزه ها است. به عنوان مثال، در حوزه نیروگاه هسته ای به دلیل کاربرد محدود، ایده های کمتری وجود دارد. به علاوه سرمایه گذاری فوق العاده زیاد و در صد امکان پذیری کم، مانع هر فعالیت کارآفرینانه است، در حالیکه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با گستردگی بسیار زیاد، ایده های بسیاری خلق می شود و میزان سرمایه گذاری مورد نیاز که ایده ها را به نتیجه برسانند، چندان زیاد نیست.

نتیجه گیری

ملاحظه شد که فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات زیادی در کلیه فعالیتهای اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به عنوان مهم ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است. بر این اساس اهمیت نقش بستر سازی کارآفرینی و وظیفه دولت مشخص میشود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات را که همان شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی است، توسعه دهد و امکان دسترسی آسان همه به این شبکه را فراهم کند، ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا کند.

پدیده فرار مغزها که خصوصا در فناوری نو بیشتر رایج است از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیل کرده این کشورها، صرفا عملی بار آمده و تربیت شده اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند و از سوی دیگر، افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند، بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی یابند. کارآفرینان می توانند مشاغلی را در زمینه فناوری برای متخصصان داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که بوجود می آورند، علاوه بر کلیه مزایای کارآفرینی، از فرار مغزها نیز جلوگیری کنند.