



خسرو امیر حسینی

سخن سردبیر

ما کجا کاریم

آن روزها که دیزی آبگوشت در سقف زیرین کرسی که توسط قلاب آویز بود به گرمای چاله کرسی پخت می‌شد و سفره متقال در خانه پهن و نان به تغار خورده شده و آب آبگوشت به آن اضافه می‌شد و ده‌ها دست به داخل تغار می‌رفت و دو قرامه در میان انگشتان دست به دهان هدایت می‌شد و شکر خدا به سفره‌دار پزنده و دندان خورنده و پای آورنده آمین می‌داشت، تا امروز که آفتابه لگن هفت دست و انواع قاشق و کارد و چنگال هست، کجا کفاف دهد این باده‌ها به مستی ما؟

حاصل این نوشتار چه خواهد بود از که و از چه دست و رو شسته و دستمال به یقه آویز تا گارسن خوش‌قواره از سمت چپ چه سرویس دهد از سمت راست و آن دیگری. یادش به خیر دکتر گنجی می‌فرمود روزی که شرکتی را خریدار شد، به اتاق مدیر رفت، از در ورودی تا پشت میز سه نفر ایستاده بودند، یکی صندلی عقب می‌کشید تا من روی آن بنشینم، دومی چای از سینی برمی‌داشت و روی میز من می‌گذاشت و من که از بخش خصوصی آمده و بر آن بودم که این اشرافیت را ریشه‌کن کنم، از اتاق خود شروع کردم، قوری چای‌ساز در کنار میز کاری خود گذاشتم و از این آداب اشرافیت پرهیز کردم و چرخه تولید را توان بخشیدم. ارزش این کار اگر مانده آن بوده که شنونده این نقل یک خبرنگار بود و نوشته یک حدیث راستین است و آنان که پرهیز زین عمل می‌دارند و حضور خبرنگار را بر نمی‌تابند، حتماً ریگی در کفش دارند. خبرنگار سفیر راستین عمل است و آنان که زین حضور زبان می‌دارند و از افشای کارشان ترسان هستند، هرگز ره به مقصود نبرند. به شهادت حافظ، صوفی نهاد دام سرحقه باز کرد یا صوفی شهر را ببین / لقمه شبیه می‌خورد. ما زین راه گفتیم و می‌گوییم، تا کی فرار از حدیث کار؟ آخر آن کوخ نشسته دور از تو، از راه خبر مطلع می‌شود که چه بر سر سهم سهامش آمده است. دست رد به سینه خبرنگار می‌گذاری که ننویس یعنی چه؟! بگذریم، نقل کارآفرین منظور ماست که در پی می‌آوریم.

چراغ سبز

تجربه دنیای امروز نشان داده است که نوآوری‌های مهم و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، در سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ دولتی اتفاق نخواهد

افتاد.

قابلیت تطبیق با بازار و نیاز روز، چیزی است که از یک ساختار بزرگ پیچیده تو در تو ساخته نیست و در نتیجه برای پیشرفت سریع و ارائه محصولات جدید، تنها راه موثر، ایجاد و توسعه شرایطی است که فعالیت‌های اقتصادی کوچک بتوانند تاسیس شوند و رقابت کنند. اهمیت کارآفرینی در کشورهای بزرگ و پیشرفته، فقط به خاطر مساله ایجاد شغل نیست بلکه دلیل اصلی آن، فعالیت‌های اقتصادی کوچکی است که در این کشورها به وجود آمده، رشد کرده و توانسته‌اند سهمی عمده از فن آوری روز و در نتیجه ثروت و درآمد تمام دنیا را به خود اختصاص دهند.

کارآفرینی نیز مانند هر پدیده دیگری قواعد و ملزومات ویژه خودش را دارد. سرمایه شاید مهم‌ترین نیاز برای شروع یک فعالیت اقتصادی باشد، اما به یقین همه آن نیست. دانش و توانایی مدیریت، دانش اقتصادی، شناخت اوضاع بازار و نیازهای آن و از همه مهم‌تر، باور داشتن به اینکه من می‌توانم کار تازه‌ای را شروع کنم، عامل‌هایی هستند که در تولد یک کارآفرین و ایجاد عزم و اراده در وی نقش اساسی دارند.

این باور که کارآفرینی لازم و ضروری است و هر فردی می‌تواند برای خود یک فعالیت اقتصادی را آغاز کند، موضوعی نیست که یک‌باره و ناگهانی در ذهن انسان ایجاد شود. تصمیم به راه‌اندازی فعالیت اقتصادی نوپا، نتیجه فرآیندی است که باید از ابتدای کودکی شکل بگیرد و در آموزش و پرورش به طور جدی و حساب شده در نظر گرفته شود تا فرد مهارت‌های لازم را به درستی فرا گیرد. امروزه صاحب‌نظران بر نقش‌آفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند.

مهم‌ترین این نقش‌ها از این قرارند:

- ۱- کارآفرینی موجب گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه را بهبود می‌بخشد.
- ۲- کارآفرینی منجر به ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع می‌شود. بنابراین کارآفرینی مشکلات بیکاری را که ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی است، کاهش می‌دهد.
- ۳- کارآفرینی به توسعه متوازن منطقه‌ای منجر می‌شود.
- ۴- کارآفرینی باعث کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه می‌شود.
- ۵- کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به صورت عادلانه در جامعه می‌شود.
- ۶- کارآفرینی منابع، سرمایه‌ها و مهارت‌ها را که ممکن است بی‌استفاده و سرگردان باقی مانده باشند به طور موثر به تحرک و می‌دارد.
- ۷- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد. کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدیدند. این گونه تلاش‌های بدیع، موجب تولید تکنولوژی و ماشین‌آلات بهتر و سیستم‌های تولیدی موثرتر می‌شود و از این طریق، محصولات و خدمات ارتقا می‌یابد و کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و زندگی را راحت‌تر و ساده‌تر می‌کند.
- ۸- کارآفرینی، تجارت خارجی را که جزء مهمی از توسعه اقتصادی کشورهاست ارتقا می‌دهد.
- ۹- کارآفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می‌شود. با درآمدهایی که دولت از طریق مالیات، حقوق گمرکی و واگذاری

پروانه کار آفرینی به دست می‌آورد، می‌تواند در پروژه‌های مختلفی همچون احداث جاده‌ها و پل‌ها، سرویس‌ها و تسهیلات آموزشی و پزشکی، حفظ صلح و آرامش و دیگر زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی سرمایه‌گذاری کند.

علاوه بر موارد یاد شده می‌توان کار آفرینی را عامل تحریک و تشویق حس رقابت، عامل تحریک، ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید، عامل سازماندهی منابع و استفاده اثربخش از آنها، عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها، عامل رفع خلل، شکاف‌ها و تنگناهای بازار اجتماع، یکی از عوامل تولید، عامل کاهش بوروکراسی ادارات (کاهش پشت میز نشینی و مشوق عمل‌گرایی و...)، عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی (کار آفرینی فراتر از شغل و حرفه و یک شیوه زندگی است)، عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، عامل نوآوری و روان‌کننده تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا تلقی کرد.

تا دهه ۸۰ میلادی سه موج وسیع، موضوع کار آفرینی را در کشورهای اروپایی به جلو رانده است. موج اول، انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌هایی در خصوص زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌های آن‌ها و چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن است.

موج دوم که به تدریج ایجاد شده، ارائه رشته‌های آموزش کار آفرینی در مقاطع تحصیلی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است. این دوره‌ها از اواخر دهه ۶۰ در چند دانشکده آغاز شده و تاکنون در بیش از ۵۰۰ دانشکده در ایالات متحده و کانادا تدریس شده است.

موج سوم، افزایش علاقه‌مندی دولت به تحقیقات در زمینه بنگاه‌های کوچک با هدف تشویق رشد شرکت‌های کوچک و همچنین تحقیق در خصوص نوآوری‌های صنعتی است. آنچه مسلم است تحولات کار آفرینی و گسترش آن در سایر کشورهای جهان خصوصاً کشورهای آسیایی با توجه به ساختارهای آن کشور تغییر یافته و چهره خود را به گونه‌ای دیگر نمایان ساخته

است.

کشورهایی نظیر چین و مالزی موج‌های اول تا سوم کار آفرینی را که در کشورهای اروپایی و آمریکایی به مرور و در طی سالیان اتفاق افتاد بسیار سریع طی کردند و می‌توان گفت که در این کشورها کار آفرینی نوین اتفاق افتاد و نقش دولت‌ها پررنگ و اثر گذار شد.

این نمونه کشورها با الگوبرداری از موج‌های کار آفرینی کشورهای اروپایی و آمریکایی و منطبق کردن آن با توجه به فرهنگ کشور خود و مهم‌تر از همه همسو کردن تمامی نهادهای دولتی و خصوصی کشور خود، برای بسط و گسترش کار آفرین موجی از کار آفرینی را پدید آوردند که بسیار بیشتر و اثرگذارتر از موج‌های کار آفرینی غربی بود.

در ایران عزیز اسلامی نیز با عزم راسخ مدیران مدبر خود، می‌توان ادعا کرد که موج اول و دوم کار آفرینی نوین را که همان تحقیق، تالیف، پژوهش، نگارش کتب و مقالات و همچنین تاسیس رشته کار آفرینی در دانشکده‌هاست، به سرعت و در کنار هم گذرانده و وارد موج دوم کار آفرینی نوین یا شرقی خود می‌شود.

ساختار موج دوم کار آفرینی شرقی، حمایت از صنایع پیشرو، گسترش شرکت‌های کوچک و کار آفرین منطقه‌ای و محله‌ای، گسترش سیستم مونتاز کاری در محلات، شناسایی محصولات خاص ملی و نفوذ به بازارهای خارجی تعریف شده است. علم و هنر کار آفرینی از زمانی که وارد ایران شده است در انگاره‌ها و ترفندهای بسیاری سعی بر آن داشته تا خود را در اذهان ایرانیان توانمند متبلور سازد و یکی از این راه‌ها، حضور همیشگی در جامعه و قرار گرفتن در کنار بزرگمردان اقتصاد ایران بوده است.

بررسی زندگی، مصائب و سختی‌ها و راه‌های رسیدن صنعت و تجارت ایران به اهداف خود، یکی از شیوه‌های بسیار موثر در حوزه کار آفرینی است که باعث می‌شود عوام و خواص جامعه بیشتر با واژه پرمفهوم کار آفرینی آشنا شوند.

