

مجموعه مقالات دومین همایش کارآفرینی زنان

راهکارهای بررسی توسعه کارآفرینی



۱۲ بهمن ماه ۱۳۸۴

مقاله اول

مدیریت و کارآفرینی بانوی آزادی، حضرت خدیجه علیها السلام

حجت الاسلام جناب آقای علی کریمی فریدنی،

استاد و نویسنده دفتر فرهنگ و اندیشه قم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

همایش انجمن زنان مدیر کارآفرین را - که گامی است مدنی و متمدنانه و ارزشمند در راه رشد و شکوفایی جامعه و استقلال و امنیت و برابری و تأمین حقوق و کرامت انسان، بر همه‌ی نواندیشان و کمالجویان به‌ویژه شما بانوان آگاه و پرتلاش و حقجو و و معنویت‌خواه و باتدبیر تبریک عرض می‌کنم، و در این راه دشوار، اما ارزشمند و زندگی‌ساز، با همه‌ی وجود برایتان آرزوی موفقیت و پیشرفت می‌نمایم؛ و از بارگاه خدای دادگر و دادگستر، روز و روزگاری را خواهانیم که زن و مرد و پیر و جوان و کودک و کهنسال جامعه‌ی ما - که به بیان زیبای امام علی، یکسره برادر و خواهر دینی و نوعی و دارای حقوق و کرامت و حرمت برابر هستند - از امکان اشتغال آبرومندانه و درآمد کافی و امنیت فکری و شغلی و اقتصادی و {P} . «وَأَشْعِرُ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَالْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَاللُّطْفَ بِهِمْ وَلَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِيًا تَعْتَنِمُ أَكْلَهُمْ فَإِنَّهُمْ صِنْفَانِ إِمَّا أَخٌ لَكَ فِي الدِّينِ وَإِمَّا نَظِيرٌ لَكَ فِي الْخَلْقِ...»

دلت را کانون مهر مردم ساز و با آنان بامهر و بشردوستی رفتار کن؛ مباد نسبت به آنان بسان درنده‌ای خون‌آشام باشی که خوردنشان را غنیمت شماری، چرا که آنان دو دسته‌اند: یا در دین با تو برادر و خواهرند و یا در آفرینش با تو برابرند؛ نهج‌البلاغه/ نامه‌ی ۵۳. {P}

اجتماعی - که از طبیعی‌ترین حقوق شهروندی و اساسی‌ترین حقوق بشر است - بهره‌ور گردند و بدون دغدغه‌ی نان و جان، در راه سرفرازی خود و جامعه و جهان خود بکوشند. در این نشست فرهنگی و مذهبی سه بحث در خور طرح است:

۱. نگاهی کوتاه به اصول و ارکان مدیریت،

۲. نگاهی به اندیشه و منش و ویژگی‌های بزرگ بانوی خردمند و نواندیش حجاز، خدیجه‌علیها السلام که از پیشنازترین زنان در مدیریت و مهندسی اجتماعی و اقتصادی و کارآفرینی بود.

۳. نیم‌نگاهی به مدیریت اقتصادی و تجاری و کارآفرینی او.

۱. اصول و ارکان مدیریت

مدیریت عبارت از دانش و هنر برنامه‌ریزی، ایجاد تشکل و هماهنگی و قدرت رهبری و کنترل تلاش‌های گوناگون به منظور رسیدن به هدفی معلوم است.

{P} . سازمان و مدیریت/ انتشارات دانشکده‌ی علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران/ چاپ هفتم ص ۱.

{P}

با این بیان در هر مدیریت موفق و مترقی، ارکان و اصولی ضروری است که با ضعف یا فقدان هریک از آنها، آن جامعه یا آن سازمان و تشکیلات، نه تنها به هدفهای خود نخواهد رسید که باعث سردرگمی، ضایعات و تلفات و عقب‌ماندگی و در نهایت فروپاشی خواهد شد.

این اصول و ارکان عبارتند از:

۱. برنامه‌ریزی، که هدف یا هدفهای تشکیلات و تهیه‌ی برنامه‌ی کار و نقشه‌ی و چگونگی رسیدن به هدف را نشان می‌دهد.

۲. پس از آماده‌شدن برنامه، اصل سازماندهی - که عبارت از یگانه‌سازی و جهت‌دهی و به‌کارگیری نیروی انسانی، مالی و وسایل و تجهیزات برای رسیدن به هدف مقرر، در قالب بهترین روش و مؤثرترین شیوه است - ضرورت می‌یابد.

۳. همراه دو اصل برنامه‌ریزی و سازماندهی، ایجاد انگیزه در همکاران و کارکنان برای چگونگی عملکرد و حرکت به سوی هدف، ضرورت می‌یابد، چراکه میزان انگیزه و عملکرد آنان روشن می‌سازد که رسیدن به هدف یا هدفهای ترسیم شده چه قدر، و در چه زمان و در چه کیفیتی خواهد بود.

آنان ممکن است با ۹۰ درصد دقت و مهارت و دلسوزی و توانایی خود یا با ۲۰ درصد از آنها کار کنند. پس ایجاد انگیزه و تعمیق آن در کارکنان، در مدیریت کارکردی بی‌نهایت مهم و حیاتی است. به همین جهت مدیریت مترقی و ماهر، یا منحنی و عقب‌افتاده هر کدام به سبک خود برای ایجاد انگیزه تلاش می‌کنند. برخی بابرقرار ساختن ارتباط آزادمنشانه، رهبری درست کارها، همراهی و همدلی مستقیم یا غیر مستقیم، مسئولیت‌پذیری و محاسبه، ایجاد مشارکت و پاداش و توبیخ سنجیده، در بالابردن انگیزه می‌کوشند و برخی با ارباب و خشونت و شیوه‌های پلیسی و منحط‌تر از آن.

۴. و همراه سه اصل برنامه‌ریزی، سازماندهی، و ایجاد انگیزه در کارکنان، اصل مهم دیگر در مدیریت موفق و مترقی، اصل کنترل می‌باشد، که عبارت است از توجه جدی به رهاورد کار، و مقایسه‌ی پی‌گیر کارهای انجام شده با برنامه‌ها و اعمال اصلاحات لازم در لغزشها و اشتباهاتی که از انتظارات و هدفها پیش آمده است.

۲. نگاهی به اندیشه و منش مترقی خدیجه‌علیها السلام

پیامبر گرامی - که به‌گواهی قرآن، دقیق و سنجیده وصف و نقد می‌کرد - در سخنی کوتاه فرمود:

«إِنَّ اللَّهَ اخْتَارَ مِنَ النِّسَاءِ أَرْبَعًا: مَرْيَمَ وَ أَسِيَّةَ وَ خَدِيجَةَ وَ فَاطِمَةَ؛»

{ P . فروغ آسمان حجاز خدیجه ۳/ ص ۲۵ از همین قلم کتاب برگزیده‌ی سال ۸۴. P }

خدا از میان زنان نواندیش و تاریخساز، چهار زن را برگزید و نمونه‌ی درخشان تاریخ قرار داد: مریم، آسیه، خدیجه و فاطمه.

و نیز هنگامی که به مناسبتی از خدیجه سخن به میان آمد، فرمود:

«خَدِيجَةُ وَأَيْنَ مِثْلُ خَدِيجَةَ؟ صَدَّقْتَنِي حِينَ كَذَّبَنِي النَّاسُ، وَ وَازَّرْتَنِي عَلَى دِينِ اللَّهِ، وَ أَعَانْتَنِي عَلَيْهِ بِمَالِهَا...»

{ P . بحار/ ج ۴۳/ ص ۱۳۰ به نقل از: فروغ آسمان حجاز خدیجه‌علیها السلام/ ص ۲۵۹ از همین قلم. P }

از «خدیجه» سخن گفتید؟ کجا همانند آن بانوی خرد و پروا پیدا می‌شود؟ او بود که در آن شرایط بحرانی - که مردم در دعوت توحیدی و آزادیخواهانه‌ی من، مرا دروغگو می‌انگاشتند - با شهامت و ابتکار و راستی و درستی مرا گواهی کرد، در راه دین خدا و پیشرفت آن، بار گران وزارت و همراهی مرا با درایت و توانمندی به دوش کشید، و با دارایی هنگفت خویش مرا در راه هدف‌های خداپسندانه مدد رساند...

در جامعه‌های پیشرفته به‌خاطر ایجاد انگیزه و ترغیب مردم به فراگیری دانش و بینش و هنر و تخصص و مبارزه در راه حقوق و آزادی دیگران و نهادینه ساختن این ارزش‌های والای انسانی و جهانی، برخی را بامعیاری سنجیده، به‌عنوان برترین‌ها برمی‌گزینند و از تلاش و مبارزه‌ی سترگ آنان تجلیل می‌کنند، و برابر این روایت درس‌آموز، آفریدگار انسان این زنان اندیشمند و تاریخساز را به‌عنوان برترین‌ها در درایت و مدیریت و دانش و پروا و آراستگی به معنویت و اخلاق برگزید.

تحلیل رشد و اوج این بانوان نامدار و تاریخ‌ساز درگرو این حقیقت است که به‌خاطر داشته باشیم که سرشت بشر از دو بُعد تشکیل شده است: بُعد حیوانی و بُعد انسانی. زن بودن و مرد بودن وی، از بُعد حیوانی بشر ریشه می‌گیرد. بُعد انسانی انسان، زن و مرد ندارد و برتر از این دو می‌باشد.

عقل و خرد، نواندیشی و نوگرایی، داد و دهش، جود و کرم، عفو و گذشت، حلم و بردباری، رادی و شکیب، وفا و صفا، آینده‌نگری و قابلیت نامتناهی برای تکامل و درایت و مدیریت از ویژگی‌های انسانی انسان است و نه از بُعد حیوانی انسان.

اگر فردی از بشر بتواند با مدیریت درست علمی و عملی، بُعد انسانی خود را در زندگی داور و مدیر قرار دهد و بُعد حیوانی خود را فرمانبردار آن سازد، و در دنیای پراسرار وجود خود، تعادل و توازن ایجاد کند و از بلای افراط و تفریط برهد، انسانی کامل خواهد بود، چرا که او در حقیقت وجود خویشتن را حیوان‌زدایی کرده است. در آن صورت است که اگر زن باشد بالاتر از زنان و مردان و اگر مرد باشد برتر از مردان و زنان خواهد شد. انسان، انسان است، نه زن است و نه مرد، چنانچه فرشته، فرشته است نه زن است و نه مرد و انسان کامل از فرشته برتر است. چون انسان کامل، حیوان‌زدایی کرده است، اما فرشته، دارای این فضیلت و درایت نیست.

برترین زنان روزگاران

قرآن و روایات بیانگر این حقیقت است که در تاریخ بشر، زنانی چند به‌پرفرازترین مقام والای انسانی اوج گرفتند، و برترین انسانهای روزگاران شدند؛ همانگونه که مردانی این راه دشوار را پیموده و به پرفرازترین قلّه‌ی معنویت و کمال و منش مترقی اوج گرفته‌اند.

نخستین این زنان کمالجو و آزادیخواه و استبدادناپذیر، آسیه همسر نواندیش و عدالت‌خواه فرعون مصر بود که با دفاع از حق حیات و زندگی موسای کلیم، راه را برای نجات و سعادت و پیشرفت بشر، در آن فضای تیره و تاریک حاکمیت استبداد و اختناق گشود و با مراقبت و نگهداری دلسوزانه و دلیرانه از کودک بی‌پناه نیل و حمایت از حقوق کودک، خدمتی بزرگ و وصف‌ناپذیر به آیندگان کرد، و به صورت الگوی ستم‌ناپذیران و حق‌طلبان و مدافعان راه آزادی و حقوق بشر و حقوق کودک در تابلو قرآن برای همیشه درخشیدن آغاز نمود:

«وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِلَّذِينَ آمَنُوا امْرَأَةً فِرْعَوْنَ إِذْ قَالَتْ رَبِّ ابْنِ لِي عِنْدَكَ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ وَنَجِّنِي مِنْ فِرْعَوْنَ وَعَمَلِهِ...»

{ P . ۱۱ . تحریم / آیه ی } P . ۱۱ .

و خدا برای کسانی که ایمان آورده‌اند، نمونه‌ای آورده‌است؛ زن فرعون را آن‌گاه که گفت: پروردگارا! برای من در بارگاه خود، در بهشت [پر نعمت و زیبا] خانه‌ای بساز و مرا از [بیداد] فرعون و کردار او برهان، و مرا از دست مردم ستمکار نجات بخش.

دوّمین آنان مریم بود، که عیسی‌ای مسیح را در آن شرایط دشوار تاریخ بشر، به همراه آیین صلح و بهروزی و روش دل‌انگیز مهر و مدارا و مردم‌نوازی، بسان نسیمی جانبخش در آن توفان بی‌مهری‌ها و بیدادها و تندخویی‌ها، به جهان خشن و تندخوی بشریت استبدادزده و در اسارت جهل و جنون تقدیم داشت، و پابه‌پای او به تلاش فکری و فرهنگی و اخلاقی و روشنگری و الگودهی همت گماشت تا مسیر تاریخ را از ریل انحطاط و بدبختی و خشونت بی‌حاصل و ویرانگر، به ریل مهر و محبت و رشد و بهروزی و خردورزی و بشردوستی و صلح و آزادی هدایت کند.

«وَمَرْيَمَ ابْنَتَ عِمْرَانَ الَّتِي أَحْصَنَتْ فَرْجَهَا فَنَفَخْنَا فِيهِ مِنْ رُوحِنَا وَصَدَّقَتْ بِكَلِمَاتِ رَبِّهَا وَكُتِبَ عَلَيْهَا إِتْقَانُ الْإِسْلَامِ...»

{ P . ۱۲ . تحریم / آیه ی } P . ۱۲ .

و [نیز خدا برای کسانی که ایمان آورده‌اند] مریم، دختر عمران را، [نمونه‌ای آورده‌است]؛ همان کسی که دامان را [پاک] نگاه داشت، و در او از روح خود دمیدیم، و سخنان پروردگارش و کتابهای او را تصدیق نمود و [هماره] از فرمانبرداران بود.

سوّمین زن تاریخ‌ساز و معنویت‌پرداز، در زبان و فرهنگ اسلام، بانوی آگاه و نواندیش و پروا پیشه‌ی حجاز خدیجه بود. او با درایت و مدیریت و انتخاب شایسته‌ی راه زندگی، یار پرمهر و پشتیبان پراعتبار و پرمعنویت محمدصلی الله علیه وآله شد و شریک دغدغه‌های او در کار سترگ دعوت جامعه و مردم به توحید و تقوا و معنویت و اخلاق و آزادی و آزادگی گردید، و با زبان رسا و منش مترقی و رفتار و برنامه‌ریزی زیبا در این راه نمونه شد.

امیرمؤمنان در مورد نواندیشی و پیشتازی او فرمود:

«وَلَقَدْ كَانَ يُجَاوِرُ فِي كُلِّ سَنَةٍ بِحِرَاءِ فَأَرَاهُ، وَ لَا يَرَاهُ غَيْرِي. وَ لَمْ يَجْمَعْ بَيْتٌ وَاحِدٌ يَوْمَئِذٍ فِي الْإِسْلَامِ غَيْرَ رَسُولِ اللَّهِ عَلَيْهِ السَّلَامُ وَ خَدِيجَةَ...»

{ P . نهج البلاغه / خ ۱۹۲ . } P . ۱۹۲ .

پیامبر چند ماه از سال را در غار «حِراء» می‌گذراند، و در آنجا تنها من او را می‌دیدم. در آن روزها در هیچ خانه‌ای جز خانه‌ی پیامبر - که بزرگ بانوی آزادی و معنویت خدیجه هم در آنجا بود - نور اسلام و ایمان و آزادی راه نیافته بود، و من در آن شرایط دشوار سوّمین آن دو بزرگ‌منش بودم که در راه ساختن جامعه و دنیایی نو در تلاش بودند.

و چهارمین این زنان پرشکوه و بزرگ‌منش، فاطمه‌علیهاالسلام، دخت سرفراز همین مادر بامعنویت بود که از زبان سنجیده‌گوی پیامبر، عنوان پرافتخار سالار زنان عصرها را در میدانهای گوناگون، لقب گرفت.

«یا فاطمَةُ! أَلَا تَرْضِينَ أَنْ تُكُونِي سَيِّدَةَ نِسَاءِ الْعَالَمِينَ؟»

{P} . طبقات ابن‌سعد/ ج ۲ / ۱۲۵؛ صحیح مسلم/ ج ۷ / ص ۱۴۲؛ انساب الأشراف/ ص ۵۵۲؛ الاعتقاد حافظ بیهقی/ ص ۱۲۵؛ ذخائر العقبی/ ص ۳۹؛ تذکره الخواص/ ص ۳۱۹. {P} فاطمه جان! آیا نمی‌خواهی سالار بانوان گیتی باشی؟

هر یک از این چهار بانوی نامدار، حقی بس بزرگ بر فرهنگ و تمدن و رشد و پیشرفت انسانی دارند؛ چراکه در استوار کردن راه سعادت و اوج بشر تلاشی سترگ نموده و نقشی سرنوشت‌ساز داشته و دارند.

اسناد معتبر حدیثی و تاریخی نشانگر آن است که این زنان افتخارآفرین نخست دنیای وجود خویشتن را به صورت اندیشمندانه و مترقی مدیریت کردند و باخودیابی و خودشناسی و خودسازی به خودشکوفایی اوج گرفتند، و آن‌گاه توانستند جامعه و جهان استبدادزده و دربند جهل و خرافه و در اسارت تعصب و خشونت خود را به سوی سعادت و نجات و رشد و شکوفایی و مهر و مدارا و اخلاق و معنویت، مدیریت کنند و در پیکار سرنوشت، همراهی و همگامی برترین پیامبران و اصلاحگران و خردسازان را برگزینند.

آنان هر کدام انسانی نواندیش و آزادیخواه و آراسته‌ی به خرد و کمال بودند که نه تنها در روزگار خویش، نقش والا و سرنوشت‌سازی در نجات و سرفرازی مردم خویش ایفا نمودند، که چراغ فروزانی فرراه آیندگان شدند و اخلاق و منش مترقی را به بشریت هدیه کردند، به‌گونه‌ای که هم اینک هم جهان و جهانیان، آنان را سمبل راستی و وفاداری و نیک‌اندیشی و مدیریت و مدارا و اخلاق و معنویت می‌نگرند و برنامه و کتاب و راه و رسم آنان را می‌ستایند، و هر بام و شام، نام بلند آنان را بر پرفرازترین مناره‌های گیتی به عظمت طنین‌افکن می‌سازند و از خدای آنان و روح بزرگ آنان قوت قلب می‌جویند.

راز گزینش خدیجه به‌عنوان برترین زن تاریخ

دقت در اسناد روایی و تاریخی معتبر، معیار برتری و راز گزینش خدیجه به‌عنوان برترین زن تاریخ را این‌سان نشان می‌دهد:

۱. نواندیشی و نوگرایی او در آن جامعه و شرایط عقب‌مانده و تاریک‌اندیش و غرق در تعصب و خشونت روزگار خویش.

۲. خردمندی و خردورزی و هوشمندی و درایت او، در آن حال و هوایی که مدیریت جان‌ها و جامعه‌ها، به جای خردها و وجدانها، در دست کشش‌ها و تمایلات سرکش بود.

۳. قدرت سنجش و مقایسه و بهترین انتخاب در سه محور حساس، همچون: دین و آیین یا راه زندگی، گزینش شریک زندگی، هزینه نمودن آن ثروت هنگفت، آن هم در آن محیط و دنیایی که دنباله روی از بت نیاکان و زورمداران و آداب و رسوم رایج و غالب، نه تنها وظیفه که ملاک برتری و جواز ادامه‌ی حیات هم بود.
۴. عدالت طلبی، آزادی خواهی، حق جویی، برابری خواهی و مبارزه‌ی با ظلم و برتری جویی و نژادپرستی.
۵. پاک‌روشی و پاکمنشی، در آن شرایط تیره و تاریک فروپاشی ارزش‌های انسانی.
- { P } . خدیجه‌علیهاالسلام در زیبایی ظاهر و باطن، زیباترین زن روزگارش بود و از نظر خرد و اندیشه و درایت و مدیریت، خردمندترین آنان. او در پاک‌روشی و خداجویی و وقار و حیا و عزت و آزادگی، آراسته‌ترین‌ها بود و در ثروت و امکانات، ثروتمندترین آنان؛ «و كَانَتْ مِنْ أَحْسَنِ النِّسَاءِ جَمَالاً، وَ أَكْمَلَهُنَّ عَقْلاً، وَ أَتَمَّهُنَّ رَأْيًا، وَ أَكْثَرَهُنَّ عِقَّةً وَ دِيناً وَ حَيَاءً وَ مُرُوءَةً وَ مَالاً...» ریاحین الشریعة/ ج ۲/ ص ۲۰۴ { P }
۶. استقلال در اندیشه و عمل و موضع‌گیری شجاعانه به سود حق و عدالت و آزادی، در پیکار استبداد و آزادی.
۷. همراهی و هم‌رزمی با پیامبر و مفتخر شدن به مقام مشاور، وزیر شایسته و کارآمد او.
۸. نفوذ، اعتبار، امکانات و خانه‌ی خویش را به فروزشگاه دین و آیین و پناهگاه پیامبر و مردم حق طلب و بی‌پناه تبدیل ساختن، و پای این کار سترگ، دلیرانه مقاومت و ایثار نمودن.
۹. قدرت شگرف مدیریت اجتماعی و سیاسی و اقتصادی.
۱۰. کارآفرینی و گره‌گشایی به خاطر بشردوستی و مردمخواهی.

۳. نیم‌نگاهی به مدیریت اقتصادی و کارآفرینی او

اگر پژوهشگری به زندگی درخشان بانوی بزرگ تاریخ اسلام و عرب، خدیجه‌علیهاالسلام و موفقیت و شکوه او در ابعاد گوناگون زندگی بنگرد، و راز استقلال و آزادگی او را بجوید، همین دانش و هنر برنامه‌ریزی، یگانه‌سازی نیروها، دمیدن روح انگیزش در کارکنان و قدرت کنترل کارها و اصلاح امور و دیگر هنرها و مهارت‌های مدیریت را در زیباترین چهره‌اش در منش و روش مترقی و بامعنویت و زیبای او خواهد یافت.

مدیریت او افزون بر اصول و ارکان مدیریت ظاهری، مدیریتی آزادمنشانه و عادلانه و مدیریت بر قلب‌ها بود، که مدیریت و کارآفرینی که موضوع این همایش است، بخشی از شاهکار شگرف اوست.

اسناد روایی و تفسیری و تاریخی بیانگر این حقیقت است که:

۱. خدیجه‌علیهاالسلام، دختری اندیشمند و صاحب ثروت و امکانات بود و به تجارت گسترده‌ای اشتغال داشت و پس از ایمان به راه و رسم مترقی و انسان‌پرور پیامبر آزادی، تمام آن ثروت و اعتبار و تجربه و کارایی را در اختیار پیشوای آزادی نهاد.

پیامبر، در حق‌شناسی از جهاد اقتصادی او در راه پیشرفت اندیشه‌ی آزادی‌بخش و انسان‌پرور دین خدا فرمود:

«مَا قَامَ وَ لَا اسْتَقَامَ الدِّينُ إِلَّا بِسَيْفِ عَلِيٍّ وَ مَالِ خَدِيجَةَ.»

{ P } . فاطمة الزهراء من المهد الى اللحد / ۲۵ { P }

اسلام پس از فرود بر قلب و زبان پیامبر، با دو عامل اساسی، گسترش و پایداری یافت: شهامت علی، و جهاد اقتصادی خدیجه.

و نیز فرمود:

«مَنْ نَفَعَنِي مَالٌ قَطُّ مِثْلَ مَالِ خَدِيجَةَ»

{P . بحار/ ج ۱۹ / ص ۶۳ . P}

هیچ ثروت و امکاناتی در زندگی اجتماعی و تربیتی ام به هدف‌های والای من بسان ثروت «خدیجه» سودبخش و سودرسان نبود.

در جریان محاصره‌ی چند ساله‌ی پیامبر به همراه یاران در درّه‌ی ابوطالب، یکی از عوامل پایداری پیامبر و مردم آزادخواه و به شکست کشاندن تلاش واپسگرایانه‌ی محافظه‌کاران و جریانهای خمود و خشونت‌کیش، بخشندگی و بزرگ‌منشی ابوطالب و بلندنظری و جهاد اقتصادی خدیجه بود، «وَأَنْفَقَ أَبُو تَالِبٍ وَخَدِيجَةُ جَمِيعَ مَالِهِمَا».

{P . بحار/ ج ۱۹ / ص ۱۶ . P}

۲. او در مدیریت اقتصادی خویش، همکاران و عوامل اجرایی را، از میان انسان‌های سالم و امانتدار و درستکار و آزمون‌شده و ریشه‌دار به همکاری دعوت می‌کرد و خود در دفتر کارش می‌نشست و این کاروان عظیم تجارتي را با سرانگشت نیرومند تدبیر و قدرت گره‌گشای مدیریت و درایت خویش به حرکت می‌آورد و به کارهای اقتصادی خویش سامان می‌بخشید.

داستان پیشنهاد ابوطالب به او برای گزینش محمدصلی الله علیه وآله به کار در کاروان تجارتي‌اش، و استقبال آن حضرت از آن پیشنهاد در روایات آمده است.

۳. او، در آن روزگار ضعف درایت و مدیریت، از اصل ایجاد انگیزه در کارکنان و همکاران بهره می‌جست، که پیامبر در حق‌شناسی از بخشش و بزرگ‌منشی او در این راه فرمود:

«مَا رَأَيْتُ مَنْ صَاحِبَةً لِأَجِيرٍ خَيْرًا مِنْ خَدِيجَةَ، مَا كُنَّا نَرْجِعُ أَنَا وَصَاحِبِي إِلَّا وَجَدْنَا عِنْدَهَا تُخْفَةً مِنْ طَعَامٍ تَخْبَأُ لَنَا؛»

{P . بحار/ ج ۱۶ / ص ۱۰ . P}

من کارفرمایی حق‌شناس‌تر و بهتر از خدیجه نسبت به کارکنان و کارگزاران و همکارانش را ندیدم. هر گاه من و دوستم پس از کار، نزد او می‌رفتیم، می‌دیدیم غذای گوارایی را که به اشاره‌ی او برای ما آماده شده بود، آن را به ما هدیه می‌نمود و بزرگ‌منشانه و انسانی رفتار می‌کرد.

۴. برابر اسناد تاریخی و روایی موجود، او در مدیریت موفق و مترقی خویش از اصل نظارت و کنترل در مورد برنامه‌ها و مدیران و کارکنان خویش بهره می‌جست. هم توجه جدی به رهاورد کار داشت، و هم به صورت دقیق و پی‌گیر کارهای انجام شده را مقایسه می‌نمود و هم در صورت لزوم، اصلاحات لازم را اعمال می‌کرد تا از اشتباه و انحرافی که در پروژه‌ها و برنامه‌ها و هدفها پیش می‌آمد جلوگیری کند.

داستان گماشتن بازرس ویژه‌اش «میسره» به نظارت بر منش و رفتار محمد و دستور تهیه‌ی گزارش دقیق کتبی و نه شفاهی، برای او در اسناد تاریخی آمده است، که در درایت و مدیریت او، آن هم در آن زمان، جالب و آموختنی است.

۵. او در برنامه‌ریزی از مشاوران کاردانی بهره می‌جست و چنان بود که انتخاب وقت و فرصت، نوع کالا و مقدار آن، حرکت و بازگشت و توقف کاروان را با آگاهی از زمان و مکان، به‌گونه‌ای تنظیم و تدبیر می‌کرد که شگفتی همگان را برمی‌انگیخت و کاروان بزرگ تجارته‌اش همراه در راه بود، و از یمن به حجاز و از حجاز به شام و دیگر مراکز مهم اقتصادی و مبادلاتی جهان عرب می‌رفت، و سود سرشار و عادلانه با خود می‌آورد.

اگر به شرایط آن روز جهان و نیز دنیای عرب و قلمرو حجاز در آن روزگاران آشنا باشیم، و نیز اگر اسارت و محرومیت کامل «زن» از حقوق انسانی و اجتماعی‌اش را به یاد داشته باشیم، و اگر زنده به گور شدن دختران را به خاطر بیاوریم، آن‌گاه اداره‌ی چنین شریان مهم اقتصادی به وسیله‌ی یک دختر هوشمند و پاک‌منش و به مدیریت توانمند و تدابیر ظریف و دقیق اقتصادی و اجتماعی او، ما را به شخصیت برجسته و ابتکار در کارها و روح مدیریت و سازنده‌ی او رهنمون می‌شود و درمی‌یابیم که به راستی او در آن روزگاران، خردمندترین و مدبرترین و کارآمدترین بانوی جهان خویش بود.

«دکتر محمد عبد یمانی» در این مورد می‌نویسد: خدیجه، این بانوی آگاه و پاک‌سرشت که حق‌گرایی، فضیلت‌طلبی، نواندیشی و عشق به کمال و پیشرفت از ویژگی‌هایش بود، از همان روزگار جوانی، یکی از دختران نامدار و بافضیلت حجاز و عرب به شمار می‌رفت.

او در جهان عرب نخستین زن توانمندی است که در اقتصاد و تجارت و مدیریت درخشید و در این راه شخصیت منطقه‌ای و شهرت جهانی به هم زد؛ به‌گونه‌ای که نام بلند او در تاریخ عرب و در آثار و نوشته‌های تاریخ‌نگاران پیش از اسلام نیز با شکوه و عظمت و به عنوان یک قهرمان بزرگ ملّی و یک مدیر توانمند و با معنویت آمده است.

۶. او در کار تجارت و مدیریت خویش بر اساس همان بینش و منش برجسته‌اش - که پاک‌روشی و پاک‌منشی و راستی و درستی و عدالتخواهی و ستم‌ستیزی بود - گام برمی‌داشت و هر گز به هر قیمت و هر بهایی، سود نمی‌جست و در آمد نمی‌خواست. هر گز بسان برخی زورمداران و زرپرستان روزگار ما، تجارت را به عنوان وسیله‌ای برای به دست آوردن درآمدهای سرشار، اما ظالمانه و ضدّ مردمی و به هر شکل و از هر راه نمی‌پسندید. هرگز در اندیشه‌ی سودجویی و منفعت‌طلبی‌های فردی و شخصی و بی‌رویه و بی‌ضابطه و به بهای فقر و فلاکت و اسارت و نگونسازی مردم خویش نبود، بلکه همراه در تلاش بود تا مدیریت اقتصادی و کار تجارت و بازرگانی‌اش به دور از هر گونه تخلف اقتصادی و پاک از هر نوع آلودگی‌های مالی و به دور از هر گونه درآمدهای بادآورده و ظالمانه باشد، و راهی برای رشد و گامی برای پیشرفت جامعه و دنیای خویش.

از این زاویه بود که برخلاف رسم رایج بازار روزگارش، او از احتکار و انحصار، کم‌فروشی و فریب، از رباخواری و بهره‌کشی‌های ظالمانه‌ی رایج و از هر نوع حرام‌خواری مریی و نامریی و سوء استفاده از فرصت و اعتبار و امکانات برای انباشتن ثروت و دارایی دوری می‌جست، و کار پرشرافت خویش را به این گناهان بزرگ آلوده

نمی‌ساخت و به کارگران و کارمندان و مدیران تحت فرمانش نیز هشدار می‌داد که داد و ستد و سود و درآمد را در پرتو درایت و صداقت و هوشمندی و هنر و از راههای مشروع و عادلانه‌ی تجارت و صادرات و واردات و تولید و توزیع و خدمت به کشور و ملت خویش و تعهد و تخصص بجویند، نه از هر راهی.

۷. او، به دلیل همین بینش و منش مترقی و ویژگی‌های اخلاقی و انسانی و مدیریت منطقی و خردمندانه نیز نه تنها اعتماد بازارهای داخلی، بلکه بازارهای منطقه‌ای را نیز به دست آورده و راه پیشرفت و ترقی و رشد را برای دیگران هم گشود، و آن گاه موفقیت بود که از پی موفقیتی دیگر و سود سرشار بود که از پی سودی دیگر می‌رسید و کاروان‌های تجاری او بود که مورد استقبال بازارهای مصر و یمن و شام و حبشه و... قرار می‌گرفت، چرا که او در خوشنامی و جلب اعتماد گوی سبقت را از همگان ربوده بود.

{ P . تذکره الخواص / ج ۲ / ص ۳۰۰ - ۳۰۲ . P }

۸. برابر اسناد موجود، او مدیری آگاه و دلسوز و کارآفرین بود. به‌همین جهت قراردادهای ابتکاری و متنوعی با افراد می‌بست و باتسهیلاتی جالب و عادلانه آنان را به کار می‌گماشت.

برخی را که دارای روح ابتکار و استقلالی بودند، با اعطای سرمایه و تسهیلات، باقرارداری شبیه مضاربه به‌همراه کاروان خویش می‌فرستاد، و برخی را به صورت حقوق بگیر.

از این راه در درجه‌ی نخست، بر مال حلال خویش می‌افزود و در درجه‌ی دوم، بر اقتصاد جامعه، خون مفید و ثروت سالم تزریق می‌کرد و در درجه‌ی سوم، گروهی را به‌خاطر همراهی با کاروان بزرگ خویش اداره می‌کرد و برای آنان کار می‌آفرید، و در درجه‌ی چهارم، نیازهای متنوع مردم به کالا و وسایل زندگی را برطرف می‌ساخت و بهتر و مطلوب‌تر از همه به ندای استقلال‌طلبی و آزادمنشی و آزادیخواهی و ستم‌ستیزی و ناسازگاری خویش با روزگارش پاسخ می‌داد.

اگر شرایط رباخواری و بردگی آن روز عرب و آیات قرآن در این زمینه را بنگریم که چگونه و در چند مرحله به جنگ این آفت بزرگ اجتماعی رفته است، آن گاه بیشتر به عظمت این بانوی خوش‌فکر و روح خلاق و مبتکر او پی می‌بریم و با درایت و مدیریت تحسین‌برانگیزش در اقتصاد و تجارت و کارآفرینی آگاه می‌گردیم. از پایان فرصتی که داده شد و ده دقیقه‌ای هم بر آن افزون گردید و باز هم سخن ناتمام ماند، هم سپاسگزارم و هم پوزش می‌طلبم.

با آرزوی موفقیت برای انجمن زنان مدیر کارآفرین، و دیگر انجمن‌های مردمی در جهت رشد و شکوفایی و پیشرفت جامعه به ویژه زنان و دختران معنویت‌خواه و آزادمنش.

مقاله دوم

کارآفرینی از بستر دانشگاه

دکتر محمدرضا طاهری

مسئول مرکز کارآفرینی دانشگاه سیستان و بلوچستان و عضو هیئت علمی

به نام خدا

مقدمه:

اشاره شده است. آنچه که در دانشگاه های ما تاکنون مورد توجه بوده است مسئله آموزش بوده لذا به مسائل پژوهشی و تحقیقاتی توجه کافی به عمل نیامده است. هنوز دانشجویان ما با مسئله کارآفرینی عمدتاً بیگانه اند زیرا زیرساخت های کافی و فیزیکی برای توسعه کارآفرینی فراهم نشده است لذا مشکل اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی به یک معضل اجتماعی مبدل شده و زمینه برای فرار مغزها و انواع مشاغل کاذب فراهم گردیده است. آنچه که مسلم است پیشرفت های عصر حاضر در زمینه های مختلف ریشه در علم و تکنولوژی اطلاعات IT موجب فراهم نمودن فرصت های بسیار خوب برای سرمایه گذاری تجاری شده است. در چنین شرایطی بقاء و رشد سازمان ها، شرکت ها در گرو تغییر و تحول اساسی در نگرش اهداف استراتژی ها، ساختار، فرهنگ و امثال اینها می باشد. رقابت در کسب و کار کیفیت تولید را بالا می برد و به اقتصاد رونق می بخشد. رونق اقتصادی ایده های جدید بوجود می آورد که منجر به کسب و کار تازه خواهد شد در این مقاله سعی شده است راه کارهای تئوری و کاربردی در بخش های مختلف آن ارائه شود ابتدا کلیاتی از کارآفرینی که شامل تعاریف، اهمیت و دیدگاه ها و ویژگی های آن می باشد و پس از آن چگونگی ایجاد بستر کارآفرینی در ابعاد آموزش - ترویج - پژوهش و ابزارهای مورد استفاده در جهت تحقق کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته است. در پایان به موانع و چالش هایی که بر سر راه کارآفرینی می باشد.

تعریف کارآفرینی:

واژه کارآفرینی از کلمه Entrepreneurships گرفته شده که در اصل از زبان فرانسه به سایر زبانها راه یافته است. انگلیسی ها سه اصطلاح متفاوت را درخصوص کارآفرینی بکار گرفته اند، ماجراجو، متعهد، کارفرما لذا کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. ریچارد کانتیلون، کارآفرینی را چنین تعریف کرده است « فردی که ابزار تولید را به منظور ترکیب به صورت محصولاتی قابل عرضه به بازار خریداری می کند» ژان باتیست سی در مورد تعریف کارآفرین می گوید:

«کسی که منابع اقتصادی را از یک حوزه دارای بهره وری و سود پایین تر به حوزه دارای بهره وری و سود بالاتر منتقل می کند.»

اصولاً کارآفرین کسی است که ایده جدید را به واقعیت تبدیل می کند و چیز باارزشی را از هیچ می سازد و به جامعه معرفی می کند. بنابراین در این تعریف چند نکته وجود دارد:

۱. کارآفرین اهل فکر جدید و نوگرا است.
۲. کارآفرین در فرآیند ایجاد یک کسب و کار جدید است.
۳. نتیجه زحمات و فعالیت های وی حتماً بایستی به محصول جدید یا خدمات جدید منجر شود.

اهمیت کارآفرینی

در این بخش اهمیت کارآفرینی از سه جهت مختلف مورد بحث قرار می گیرد:

۱. ایجاد اشتغال
۲. عدالت اجتماعی
۳. فرهنگی

۱- اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال:

مطالعاتی که در ایالات متحده آمریکا صورت گرفته، نشان دهنده آن است که از بیست میلیون شغل جدید ایجاد شده در فاصله ۱۹۹۵-۱۹۸۰، ۳/۵ میلیون شغل ناشی از ایجاد و تأسیس کسب و کارهای جدید بوده است.

در فاصله سال های ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۵ هجری شمسی بیشترین اشتغال در ایران به صورت «خویش فرما» بوده است که به دلیل عدم حمایت از دین مشاغل، در دهه ۱۳۸۰ مواجه با بحران بیکاری شدیم، در حالی که اگر در فاصله ۲۰ ساله فوق حمایت جدی به عمل می آمد و هر نفر یک نفر را به کار می گرفت در دهه ۱۳۸۰ با کمبود نیروی کار مواجه می شدیم.

۲- اهمیت کارآفرینی از نظر عدالت اجتماعی:

کارآفرینی را نباید با رانت خواری و وابستگی صاحبان سرمایه با قدرت های دولتی اشتباه گرفت. رشد کارآفرینی موجب می گردد تا گروه عظیمی از صاحبان مشاغل جدید نه با امکانات خیلی بالا وارد بازار کسب و کار شوند که چنین وضعی خلاء شکاف عظیم فقیر و غنی را پر می کند که به تحقق عدالت اجتماعی خواهد انجامید و برای تحقق بیشتر این موضوع لازم است قوانین و مقررات حقوقی، مالی، اداری در جهت این گروه متوسط باشد.

۳- اهمیت کارآفرینی از نظر فرهنگی:

فرهنگ و کسب و کار دو مقوله تفکیک ناپذیر هستند و بر همدیگر اثر می گذارند. لذا گسترش فرهنگ کارآفرینی موجب تحرک و گسترش کسب و کار می شود و در توسعه چنین فرهنگی سطح اشتغال افزایش خواهد یافت لذا باید فرهنگ انزوا و عدم تحرک اجتماعی را کم رنگ نمود در عوض فرهنگ ابتکار و خلاقیت را در بستر روحیه شاد و مال اندوزی و توانگری مالی باید گسترش داد. باید گفت که خداوند منشاء هستی و ثروت است گنجینه ای بزرگ در کره زمین و خلقت آفریده به انسان ها عقل داده تا از آن استفاده کنند و این دست یابی بستگی به لیاقت انسان ها و در سطح کلان کشورها دارد. از دواج پیامبر اسلام (ص) با خدیجه نشانه اهمیت دادن ایشان به توانگران مالی بود به نحوی که او خود با به کاراندازی ثروت همسر خویش تجارت و کسب و کار را در بین مسلمین ارزشمند نمود.

جایگزینی شخصیت حقیقی با شخصیت حقوقی

شخصیت حقوقی می تواند عمری طولانی داشته باشد اما شخصیت حقیقی عمری محدود دارد لذا به جای این که در کسب مال و ثروت عمر محدود فرد را مورد توجه قرار دهیم عمر نامحدود شخصیت حقوقی را باید توجه نمود به طور مثال شرکت هایی بزرگ در دنیا هستند که بیش از چندصدسال عمر دارند و نسل های زیادی در درون آنها قرار گرفته و سپس از بین رفته اند اما شخصیت حقوقی همچنان پابرجا می باشد چنین تفکری از بی ارزش بودن دنیا و منزوی شدن افراد به این بهانه که مگر چقدر زندگی خواهند کرد که این همه به دنبال مال و ثروت باشند جلوگیری خواهد نمود.

کارآفرینی از دیدگاه محققین و ویژگی های آن

الف: دیدگاه ها:

تقریباً تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزده میلادی به نحوی کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خود تشریح نموده اند:

دیدگاه کرزنر: (۱۹۷۹) Kirzner

«مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه نشأت گرفته از عدم درک فرصت هاست به عبارت دیگر کارآفرینی یعنی آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده»

دیدگاه رولیک F.Redlich

«کارآفرین در حالی که مدیر، سرپرست و هماهنگ کننده فعالیت های تولیدی است، برنامه ریز، نوآور و تصمیم گیرنده نهایی در یک شرکت تولیدی نیز می باشد»

دیدگاه مگ گوایر (۱۹۶۲) Mc.Guire

«او می گوید: یک کارآفرین باید به عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش ها، رفتارها، آرمانهای فردی و ملی، مکاتب دینی، تعلیم و تربیت توجه نماید.»

دیدگاه وسپیر (۱۹۸۱)

او می گوید: «کارآفرین رقابت را در بازار بالا می برد و شرکت های موجود را به مبارزه می طلبد او به دنبال شکاف های بازار و نیازهای ارضاء نشده در بازار، انتقال فناوری ارائه ایده های جدید و اجرای آنها می باشد او سرمایه گذاری را ترغیب و مشاغل جدید را ایجاد می کند.»

ب: ویژگی ها:

هربرت Link و لینک Link دوازده ویژگی را بر کارآفرینی برشمرده اند:

۱. مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می دهد
 ۲. عرضه کننده سرمایه ملی است
 ۳. مبتکر است
 ۴. تصمیم گیرنده است
 ۵. رهبر صنعتی است
 ۶. مدیر یا رئیس است
 ۷. پیمانکار است
 ۸. سازمان دهنده یا هماهنگ کننده منابع اقتصادی است
 ۹. مالک شرکت تجاری است
 ۱۰. بکارگیرنده عوامل تولیدی است
 ۱۱. حاکم و کارفرما است
 ۱۲. فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف بکار می گیرد
- این دو محقق، ریسک، عدم قطعیت، نوآوری و درک تغییر را در تمامی تعاریف ثابت یافتند و کارآفرین را متخصص در پذیرش مسئولیت برای اتخاذ تصمیماتی می دانند که بر محل، شکل و کاربرد کالا و منابع تأثیر می گذارد.

ویلکن ۱۹۹۲:

او چهار ویژگی را برای ظهور کارآفرینی مهم می شمارد:

۱. عوامل اقتصادی: مزیت های بازار و فراهم بودن سرمایه
۲. عوامل غیر اقتصادی: مقبولیت کارآفرینی از نظر فرهنگی، اجتماعی
۳. عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه ها، مخاطره پذیری
۴. ترکیب عوامل تولید به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات

لیبنشتاین (۱۹۶۸) **Lebenstein**

چهار ویژگی را بریا کارآفرین بیان می کند:

۱. بازارها را یکپارچه و مرتبط سازد
۲. خلاءها و شکاف های بازار را پر نماید
۳. با صرف وقت، خود را درگیر تغییرات ساختاری و سازمان ها نماید
۴. کلیه عوامل را برای تولید و بازاریابی یک محصول مهیا نماید

کی یرلوف (۱۹۷۹) **Kierluff**

سه ویژگی را برای همه کارآفرینان موفق مشخص کرده است:

۱. نوآوری: کارآفرین باید فرصت های تجاری ناشی از تغییرات در تقاضا و فناوری جدید را شناسایی کند.
۲. سرمایه گذاری: توانایی تمایل به یافتن و فراهم کردن سرمایه مخاطره آمیز برای یک شرکت
۳. اعمال مدیریت پس از شروع به کار شرکت

منابع: کتاب کارآفرینی: تعاریف و نظریات، الگوها از دکتر احمدپور داریانی (ص ۱۹)

بسترسازی در دانشگاه:

الف - شاد زیستن:

ضرب المثل معروفی است که می گوید: «عقل سالم در بدن سالم است» یک انسان قبل از هرچیز به بدن سالم و روان سالم نیاز دارد، انسان ها به نوعی تحت تأثیر مسائل و مشکلات زندگی دچار اضطراب و استرس و فشارهای روحی قرار می گیرند، درواقع شادی و نشاط خود را از دست می دهند. منطقی و عقل قوی حکم می کند که تضادی که تحت عنوان جنگ شادی و افسردگی وجود دارد باید فاکتورهای شادی و شادزیستن را

آنچنان افزایش داد که ب افسردگی غلبه کند به نحوی که شادی از درون قلب باشد نه ظاهری لذا زیربنایی ترین بخش یک کارآفرین شادزیستن است.

اعتماد به نفس و امیدواری همراه با چهره های خندان، خلاقیت ها و ابتکارات و اندیشه نو را که منجر به کارآفرینی می شود چندین برابر می کند.

کارآفرین نسبت به توانایی ها و استعدادهای خود نگرشی مثبت دارد، به بیان دیگر « خودباوری یعنی تمایل به این که خود را فردی شایسته رودرویی با کشمکش های اساسی زندگی و لایق شادی ها بدانیم.»
فورد می گوید: « ناممکن وجود ندارد، به نظر من هرکسی که روی کره زمین درباره چیزی آگاهی کامل داشته باشد دیگر کاری ناممکن نخواهد بود اگر عده ای که خود را مدیر و مدبر می دانند کاری را نشدنی فرض کنند عده ای ابله دنباله رو خواهند بود و سرود این کار غیرممکن را سر می دهند.

ب: آموزش

آموزش کارآفرینی، امروزه در کشورهای صنعتی و فراصنعتی بخش قابل توجهی از برنامه های آموزشی دانشگاه ها را به خود اختصاص داده است. در آمریکا بیش از ۵۰ دانشگاه، در آلمان ۴۲ دانشگاه، سوئد ۸ دانشگاه، مالزی ۴ دانشگاه و ... آموزش کارآفرینی و مدیریت واحدهای کوچک اقتصادی در این کشورها به ویژه در بین بانوان بسیار رایج شده است.

هدف این آموزش ها این است که فارغ التحصیلان بتوانند مؤسسان و بنیانگذاران شرکت های خصوصی باشند به خصوص که در ده ساله اخیر برنامه های دولت تأکید بر خصوصی سازی دارد.

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایجاد شغل را از وظایف دولت دانسته لذا ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد بستری مناسب برای ظهور کارآفرینان از وظایف دولت است. لذا رابطه تنگاتنگ دانشگاه ها با بازار کار و صنعت از اهم امور است.

امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا، دانشگاه ها محل آموزش دادن مدیران تجار، دانشجویان و زنان مدیر و حتی خانه دار می باشند.

علاوه بر آن دوره های آموزش کارآفرینی نه تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی باز نموده بلکه دوره های ابتدایی و متوسط را نیز مورد توجه قرار داده است. محور این آموزش ها ایجاد روحیه کسب و کار و تلاش در کسب موفقیت های اقتصادی می باشد.

تقسیم بندی کلی دوره های آموزشی

امروزه چهار دسته اصلی از دوره های آموزشی کارآفرینی شکل گرفته است:

دسته اول: هدف از این برنامه ها افزایش آگاهی به سوی کارآفرینی و درک بینش بیشتر نسبت به آن است.

دسته دوم: چگونگی تأسیس مؤسسات و شرکت ها در این مورد دانستن قوانین و مقررات مربوط به آن باید مورد توجه قرار گیرد.

دسته سوم: دوره هایی جهت رشد و بقای کارآفرینی و شرکت های کوچک می باشند و بایستی شرایطی فراهم نمود که در قالب آموزش این شرکت ها از حالت ایستایی خارج و دائماً در حال تحول باشند.

دسته چهارم: این آموزش ها شامل شیوه های جدید آموزشی و تعیین نقش های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی می باشد از اهداف دیگر این دسته از آموزش، آموزش و گسترش کمی اساتید جدید از میان صنعتگران و دست اندر کاران فعالیت های اقتصادی برای آموزش کارآفرینی می باشد.

تقسیم بندی اختصاصی آموزش

آموزش های رسمی:

این نوع آموزش ها با تأیید وزارت علوم تحقیقات و فناوری انجام می شود که به صورت واحدهای درسی اجباری یا اختیاری مانند مبانی کارآفرینی، مدیریت سازمان، سازمان های تجاری، مبانی اقتصاد تدریس می گردد و در معدل دانشجویان تأثیر می گذارد.

آموزش های غیررسمی:

این نوع آموزش ها به صورت مقطعی و کوتاه مدت در مؤسسات خصوصی و غیرانتفاعی و مراکزی مثل آموزش مدیریت دولتی و ... اجرا می شود و عمدتاً به صورت کارگاه های آموزشی اجرا می شوند مثلاً آموزش قوانین مالیاتی، کاروتأمین اجتماعی، چگونگی تأسیس شرکت، نوشتن طرح تجاری این نوع آموزش ها می تواند در قالب سخنرانی ها، همایش ها نیز برگزار شود.

بخش پژوهش:

در این بخش در دانشگاه ها موارد زیر مورد تحقیق و پژوهش قرار می گیرد:

۱. بررسی تجربیات سایر کشورها در زمینه کارآفرینی
۲. نظرخواهی از اساتید متخصص در زمینه ترویج، مسائل تربیتی و حتی الامکان تشکیل کمیته های علمی
۳. بررسی مؤثرترین شیوه های ترویج در زمینه کارآفرینی
۴. شناسایی کارآفرینان موفق و معرفی آنها و بیان تجربیات آنها برای دانشجویان
۵. بررسی علل عدم تمایل دانشجویان به کارآفرینی
۶. بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی در تشکیل کسب و کار جدید
۷. بررسی محتوای برنامه های آموزشی مورد نیاز در زمینه کارآفرینی برای ارائه دانشگاه ها
۸. بررسی چگونگی تلفیق دروس کارآفرینی در سایر دروس دانشگاهی

۹. بررسی روشهای علمی و عملی آموزش دروس کارآفرینی
۱۰. بررسی شیوه های ایجاد انگیزه در بین دانشجویان در بحث کارآفرینی
۱۱. بررسی مهارتهای مورد نیاز برای ایجاد کسب و کار
۱۲. بررسی راههای آموزشی این مهارتها

بخش ترویج:

از آنجایی که ترویج مجموعه فرآیندهایی است که از طرف گروهی با اهدافی مشخص و از پیش تعیین شده برای تأثیرگذاری بر روی مخاطبین انجام می شود لذا حساس سازی، آگاه سازی، ایجاد حرکت سه مفهوم اساسی ترویج هستند.

۱- در ترویج به نکات زیر باید توجه نمود:

۱. گردآوری اطلاعات از طریق پژوهش
۲. شناسایی دست اندرکاران اصلی
۳. شناسایی قوت ها و ضعف ها
۴. شناسایی فرصت ها و تهدیدها
۵. شناسایی افراد یا دستگاه هایی که می توانند رابط ما با دیگران باشند
۶. شناسایی مخاطبین جدید
۷. استفاده از سمینارها، همایش ها، گردهمایی ها، نشست ها، کنفرانس ها
۸. استفاده از رسانه های گروهی
۹. تجزیه و تحلیل محیط
۱۰. شناسایی خط مشی های موجود

۲- ابزارهای مورد استفاده در ترویج:

۱. بررسی قوانین حمایت کننده و استفاده از آنها برای پیشبرد هدف
۲. بررسی شخصیت های اثرگذار
۳. استفاده از نظریات سنجش شده
۴. استفاده از ظرفیت های تبلیغاتی رسانه های گروهی

۳- برای استفاده از ابزارهی فوق به کانال های زیر توجه شود:

۱. جلب هواداران و مخاطبان
۲. شبکه سازی
۳. تشکیل ائتلاف
۴. خلق یک ارتباط مستمر بین دست اندرکاران و ذینفعان ذی ربط و ذی علاقه
۵. همکاری با تصمیم گیران و سیاستگذاران
۶. دسترسی به توده های مردم و مشخص کردن گروه های مرتبط با آنها

۴- نکاتی که در ترویج باید در نظر داشت:

۱. اقدامات باید با منابع و مهارت ها هماهنگ باشد
۲. طرق مختلفی برای رسیدن به هدف انتخاب گردد
۳. در برنامه ریزی فازهای مختلف، مرحله به مرحله باید پیش رفت
۴. هماهنگی قسمت های مختلف برنامه ها
۵. ابتدا طرح پیشرفت کار مشخص شود سپس بر مبنای آن باید جلو رفت
۶. ارزیابی امور همواره مورد توجه قرار گیرد
۷. از حامیان و کمک کنندگان قدردانی شود
۸. کار را از مراحل کوچک باید شروع کرد
۹. با سازمان های ذی ربط باید همسو شد
۱۰. همه گروه های ذی ربط را مخاطب قرار داد

منابع:

۱. نشریه سازمان سنجش صفحه ۳
۲. کارآفرینی یک دقیقه ای از احمدپور داریانی صفحه ۶۳
۳. مجله بازاریابی مقاله آقای حسن نصیری صفحه ۲
۴. کتاب کارآفرینی نوشته دکتر احمدپور داریانی
۵. نشریه راهکارهای اجرایی توسعه کارآفرینی در دانشگاهها صفحه ۶

دانشگاه ها و پارک های علمی، فناوری

تعریف، یک پارک علمی سازمانی است که به وسیله متخصصان حرفه ای اداره می شود و هدف آن افزایش ثروت در جامعه از طریق تشویق و ارتقای فرهنگ نوآوری و همچنین افزایش قدرت در میان شرکت و مؤسساتی که متکی بر علم و دانش در محیط پارک فعالیت می کنند.

در اقتصاد امروز که ابعاد جهانی پیدا کرده است، شرکت ها تنها از طریق نوآوری قادر خواهند بود از پیشرفت و جایگاه خود در بازار جهانی اطمینان حاصل نمایند و به اندازه کافی قوی شوند تا بتوانند زنده بمانند. پارک های علمی و فناوری باید ابزاری برای توسعه شوند نه این که خود هدف قرار گیرند. لذا باید زیرساخت ها و خدمات لازم برای افزایش قابلیت شرکت ها و کاهش هزینه های آنها را فراهم کنند آنها می توانند پلی بین دانشگاه ها و شرکت ها شوند. لذا نقش این پارک ها در کشورهای در حال توسعه در دو محور زیر خلاصه می شود:

۱. ارائه تسهیلات و حمایت فعال از ایجاد شرکت های متکی بر نوآوری و افزایش قدرت رقابت بین آنها

۲. ایجاد یک فضای جذاب و زیرساخت مناسب برای سرمایه گذاری خارجی است. این وظایف عنوان شده برای پارک های علمی و فناوری نیازمند یک تیم حرفه ای برای مدیریت پارک ها علمی و فناوری است که می تواند شامل واحدهای تحقیق و توسعه، فناوری های نوین، مراکز رشد، ستاد مدیریت باشد.

منابع: نشریه دانشگاه تربیت مدرس شماره ۸۴ صفحه ۵

چالش ها و موانع کارآفرینی

عمدتاً کشورهای در حال توسعه با این موانع و چالش ها روبرو هستند زنان بیشتر از مردان با این مسایل مواجه هستند. این موانع را در دو بخش می توان بیان کرد:

۱. موانع سازمانی:

مانند قوانین و مقررات خشک حاکم بر سازمان ها و اداراتی که با اهداف کارآفرینی سروکار دارند. اصولاً این قوانین با واقعیت های جامعه تطبیق نمی کنند.

۲. سختی و مشکلات فهم قوانین و مقررات مربوطه:

معمولاً این گونه قوانین از فهم مردم عادی خارج است حتی کارشناسان خبره از فهم آن عاجز هستند یا با هم اختلاف نظر دارند مثل قانون مالیات ها، سازمان مدیریت برنامه ریزی و بخشنامه های مالی، قوانین کار و امور اجتماعی و تأمین اجتماعی

۳. موانع فرهنگی و اجتماعی:

- در بسیاری از روستاها و خانواده ها هنوز دختران از رفتن به مدرسه منع می شوند
- عدم اجازه مشارکت در فعالیت های اقتصادی برای خانم ها به خصوص از طرف همسران آنها
- کم سوادی و بیسوادی
- زندگی مردسالاری و عدم برابری زنان با مردان
- ناپسند بودن مواجهه با مردان از لحاظ هنجارهای محلی
- نگرانی از مسئولیت پذیری
- کمبود سرمایه و نداشتن ابزار کار
- انحصارات دولتی و سازمان های عمومی و نهادهای عمومی غیردولتی مرتبط با مراکز قدرت اجازه رشد کارآفرینی را بسیار کند کرده اند.
- دولتی بودن اقتصاد کشور تا حد ۷۰٪ و نبودن انگیزه کارآفرینی در بخش دولتی
- سرمایه گذاری های دولتی در جهت توسعه کارآفرینی، پراکنده، غیر منسجم ناهماهنگ و ناکارآمد است.
- کمبود اعضای هیئت علمی برای تدریس دروس کارآفرینی، نبود مجله علمی و کتاب در این زمینه
- عدم آگاهی کافی مسئولان و مدیران بر اهمیت کارآفرینی
- ناکارآمدی رابطه دانشگاه، بازار، دولت
- پیچیدگی و زمان بر بودن تحول در دانشگاه ها و توسعه کارآفرینی دانشگاهی
- عدم تبلیغ کافی از رسانه های گروهی به خصوص صداوسیما در ارتباط با اهمیت کارآفرینی
- عدم توجه کافی به اقتصاد در مقایسه با سایر ارزش های حاکم بر جامعه
- عدم امنیت کافی برای سرمایه گذاری و رشد آن که این خود به دلایل سیاسی موجب فرار سرمایه ها و مغزها شده
- اعمال قدرت فراقانونی یا توجیه قوانین در جهت اعمال خواسته های خود از طرف بعضی از مدیران کلیدی که در بخش اقتصاد دارای اختارات و قدرت می باشند.

چگونه قابلیت های کارآفرینی را توسعه دهیم

۱. توسعه آموزش به خصوص آموزش های مجازی
۲. تربیت مربیان کارآفرین ویژه رشته های علمی، صنعتی- اقتصادی- اجتماعی
۳. توسعه نشریات و اطلاع رسانی کارآفرینی

۴. توسعه پژوهش های کارآفرینی
۵. ایجاد و تأسیس نهادها و شبکه های حمایت از کارآفرینان
۶. توسعه مراکز کارآفرینی دانشگاه ها
۷. ایجاد تعادل مثبت بین دانشگاه و صنعت
۸. تحول فرهنگ در جهت تحرک اقتصادی و اجتماعی
۹. استفاده از ابزارهای ترویجی
۱۰. دولت باید حمایت های تکنولوژیکی، قانونی، حقوقی، ارزشی و اطلاع رسانی از کارآفرینان به عمل آورد.

منابع:

۱. راه های توسعه کارآفرینی زنان در ایران نوشته فیروزه صابر صفحه ۱۲۹
۲. گزارش سمینار گیلان در ارتباط با کارآفرینی مقاله آقای جهانگیر یدالهی صفحه ۳۹

نتیجه گیری و پیشنهاد:

دانشگاه های ما اصولاً براساس یک روش سنتی برنامه هایی دارند که شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزارت علوم و تحقیقات فناوری تدوین، تصویب و عیناً در تمامی سطوح تحصیلی دانشگاهی اجرا می شود. دانشجویان به انگیزه کسب علم یا اخذ مدرک در هر حال این دوره ها را طی می کنند. این دانشجویان پس از خروج وارد بازار کار می شوند، برای ورود به بازار کار عمدتاً راهنمایی ندارند و این راهنمایی در دوره تحصیل در دانشگاه انجام نمی شود یا در بعضی موارد که انجام می شود بسیار ضعیف است، در این بخش حلقه مفقوده ای وجود دارد که باید دانشگاه را به بازار از طریق دانشجو وصل کند لذا در دانشگاه ها بخش کارآفرینی باید فعال شود تا این بستر آماده شود و این اتصال بدون وقفه یا با کمترین وقفه ایجاد شود. به طور مثال دانشجوی حسابداری که بعد از چهار سال یادگیری تئوری های حسابداری در بازار کار جذب نمی شود چون تجربه ندارد شرکت ها و مؤسسات به دنبال بکارگیری حسابداران با تجربه هستند. مثال دیگر در بخش عمران، یک مهندس عمران پس از فارغ التحصیل شدن معمولاً اطلاعاتی در خصوص چگونگی ثبت شرکت یا یافتن کار، شرکت در مناقصات دولتی یا غیردولتی آگاهی ندارد این آگاهی در درون دانشگاه قبل از خروج یا بسترسازی کارآفرینی بایستی آموزش داده شود همچنین مثال های دیگری مثل چگونگی تأسیس و راه اندازی کارخانه یا یک کارگاه برای دانشجویی که در بخش تئوریهای صنعتی دوره دانشگاه خود را به پایان رسانده یا کسانی که در مدیریت بازرگانی فارغ التحصیل می شوند نحوه دریافت یک کارت بازرگانی و تشریفات انجام صادرات و واردات و چگونگی ثبت گشایش اعتبار در بانک ها و مسائل و امور گمرکی باید یاد داده شود و همین طور در سایر رشته های تحصیلی و این عمده ترین رسالت دانشگاه ها در بسترسازی کارآفرینی خواهد بود.

به نام خدا

جهت " ایجاد راه کارهای توسعه کارآفرینی " ابتدا می‌بایست موانع را از سر راه آن برداشت و به عبارتی تا معضلات، محدودیت ها و موانع بطور صحیح و اصولی و به دور از هرگونه شعار، از فرا روی کارآفرین برداشته نشود، نباید انتظار مطلوب از هر گونه تفکر و اندیشه و برنامه توسعه کارآفرینی داشت.

برای هرگونه حرکت اصولی و منطقی، خصوصاً آنهایی که ابعاد اجتماعی گسترده توأم با حل معضل دارند، حتماً می‌بایست گام های اولیه را درست برداشت و محکم پی ریزی نمود.

به ذکر یک مثال می پردازم که بعداً آن را در مباحث بعدی این مقاله، به‌عنوان شاهد، خواهیم آورد.

اگر بخواهیم با هواپیما به مسافرت برویم و هواپیما مشکلاتی نظیر سوخت، موتور، بدنه، روغن کاری، روشنایی

دید جلو و غیره را داشته باشد، چند حالت می تواند اتفاق بیافتد :

- اگر سوخت نداشته باشد که پرواز غیر ممکن است.

- اگر با سوخت ولی به همین وضع پرواز کنیم، که با قریب ۹۰٪، سقوط حتمی خواهد بود، چون موتور و بدنه دو رکن اصلی هستند و احتمال به مقصد نرسیدن بسیار بالا و تقریباً حتمی است.

- اگر با موتورهای نامطمئن و پس از اصلاح بدنه پرواز کنیم، نمی دانیم که موتورهای آن چه موقع کار دست ما خواهند داد و اگر هم به مقصد برسیم با بیم و امید و نگرانی خواهد بود، مضافاً اینکه راه بازگشت با بیم و نگرانی بیشتری همراه است.

اگر این موتورها را در مرکز اصلی و کانون امکانات و اطلاعات یعنی آشیانه اصلی تعمیرات بخواهیم تعمیرکنیم، حتماً عملی خواهد بود ولی آیا همین امکانات و اطلاعات در محل‌های دیگر که فرعی تر و با امکانات ضعیف تر هستند مانند آشیانه‌های فرعی تعمیرات هم فراهم است؟ و آیا بهتر نیست که از مبدأ، شروع حرکتمان درست، صحیح و مطمئن باشد؟

- اگر با بدنه و موتور خوب ولی با نقائصی مانند مشکلات جزئی تر مانند کنترل و تکمیل آب و روغن و امثال آنها حرکت کنیم، ممکن است در فرودگاه مقصد، امکانات بازدید وجود داشته باشد، ولی آیا عاقلانه تر آن نیست که آنها را در مبدأ هم بازدید کنیم و مقصد هم جداگانه وظیفه خود را انجام دهد.

توجه به اینکه «کارآفرینی» چنانچه در شعار بماند، برای آنهایی که توقع بهره برداری از ایجاد آن را دارند، اثر وارونه خواهد داشت، چرا که دل بستن به واهیات و انتظار و عملی نشدن اهداف، جز یأس و ناراحتی حاصلی نخواهد داشت.

کارآفرینی موضوعی است که مسئولین و مقامات تمام کشورها در رأس شعارهای خود دارند، چنانچه می بینیم یکی از شاخص های برنامه های هر دولتی، ارائه آمارهای بیکاری و تورم و راهکارهای مبارزه با آن است که در پایان دوره نیز بعنوان محک اصلی عملکرد آن دولت، در کارنامه اش ثبت می گردد.

چرا برخی دولت ها در این عمل موفق هستند و برخی نسبتاً موفق و برخی ناموفق؟

در پاسخ به این سؤال باید گفت که این موفقیت ها و یا عدم موفقیت ها تماماً برنامه های آن و از آن مهمتر اجرای آن برنامه هاست که تشکیل شده از اجزایی است مانند همان نیازهای هواپیما از قبیل سوخت، موتور، بدنه و غیره، که هر کدام به تنهایی باید بررسی و ارزیابی شوند تا نهایتاً بتوانیم با مجموعه عوامل خوب، حرکت صحیح و مناسب داشته باشیم.

امروز زمانیکست که هر دولت و حکومتی در هر قدر و اندازه، برای امور کشور و یا منطقه خود، اقدام به تدوین برنامه و آئین نامه ها و دستورالعملهای مربوط به آن می نماید.

تا اینجای کار برنامه ها وجود دارند، پس آیا باید به اجرای آن توجه نمود؟!

قطعاً خیر! چرا که برنامه و برنامه ریزی صحیح و درست که اجرایی بوده و به نتیجه هم منجر شود، به دانشمندان، تحلیل گران علوم مختلف و نهایتاً دولتمردانی دارد که توان و صلاحیت برنامه ریزی را داشته باشند و آن را با مدیران و دست اندرکاران لایه های مختلف صنعت و تجارت مطرح کنند و خط عملی اجرایی را بگیرند. نه آنکه تنها برنامه ها در قالب جزوات و کتابها به نحوی تایپ و جمع آوری و چاپ شوند.

فراز کتاب «ثروت آفرینان» چنین می گوید: در تمام طول تاریخ بشر منشاء کامیابی، دست یابی به منابع طبیعی مانند زمین، طلا و نفت بوده است. ناگهان ورق برگشته و دانش به جای آن نشسته است.

چندیست که موضوع کارآفرینی در دستور کار دولت های مختلف ایران قرار گرفته است و همواره هر دولتی در رأس برنامه هایش آنرا مورد توجه قرار داده و امروز می بینیم که مقامات نیز به آن توجه خاص مبذول نموده اند و ظاهراً این آموزش فراز کتاب «ارزش آفرینی در اقتصاد شبکه ای» را قبول کرده اند که می گوید: سازمانهایی که مدل های خود را با لحاظ کردن مدل های شبکه ای باز آفرینی نکنند، به زودی از میدان رقابت بیرون رانده شده و شکست خواهند خورد.

اول - فرهنگ جامعه:

اجازه دهید به دور از هرگونه خطاهای سیاسی و اجتماعی و ملیت و دین و امثال اینها، به فرهنگ حاکم بر بازار کار و سرمایه و کارآفرینی و نهایتاً جامعه امروز خود اشاره ای داشته باشیم:

۱- سرمایه های واقعی در ایران به سمت خرد شدن، ضعیف شدن، پاره پاره شدن و از بین رفتن و نهایتاً فرار سرمایه جهت دارند.

توضیح مختصر آن، ترجیح دادن فعالیت‌ها توسط کارآفرینان، در قالب جمع‌های کوچکتر و محدودتر و عمدتاً خانوادگی است، که در حقیقت مراقبت زیاد از سرمایه بدلیل ناامنی‌های مختلف است و متأسفانه در جامعه امروز ما امری اجتناب‌ناپذیر شده است.

۲- سرمایه‌های کاذب، مانند سرمایه‌هایی که در امر نزول و رانت خواری و امثال آنها بسیار دیده می‌شود، فضای آلوده‌ای برای کشور ایجاد نموده است این فضای آلوده که توأم با سودآوری بسیار بالا ولی بی حساب است، باعث می‌شود که بخش اعظمی از سرمایه‌های فرار نکرده و یا دچار مشکل، کار شرافتمندانه را رها و به سمت و سوی سرمایه‌گذاری‌های کاذب و شرم آور سوق پیدا کنند.

۳- نگرش بد به سرمایه و سرمایه‌دار که به دور از هرگونه احتیاط، متأسفانه باید عرض کنم که از بعد از انقلاب در ذهن مردم عام رسوخ کرده است، به سادگی از ذهن ایشان خارج نخواهد شد، حتی این حمایت‌ها و این دادوفریادهای حمایت از سرمایه که این روزها از رهبران و دولتمردان و سیاست‌گذاران کشور شنیده می‌شود، تماماً با زبان کلان‌گفته می‌شود و نه به زبان عوام، و باید بدانیم که عوام، ستون فقرات کشور و گرداننده مقررات پائین دستی هستند که با بینش منفی به آن داد و فریادهای حمایتی می‌نگرند و تا زمانیکه عوام، برابری در حقوق انسانی و اجتماعی را با برابری طبقات اجتماعی یکی میدانند و این برداشت اشتباه را دارند، کار به این سادگی‌ها حل نخواهد شد.

فراز کتاب “ در اوج پیروزی ” به ما می‌آموزد که : نخستین کلید موفقیت و پیروزی گروه، یک اراده مشترک جمعی، به اضافه ارزش‌ها و اهداف مشترک است.

۴- حتماً می‌دانید که در کشورهای اروپایی مانند آلمان، تأسیس یک شرکت کمتر از یک ساعت طول می‌کشد و آن شرکت سال‌ها می‌تواند از حمایت دولت برخوردار باشد تا پا بگیرد و به تولید ناخالص ملی کمک کند. توضیح بیشتر اینکه تا زمانیکه آن شرکت اعلام نکرده به بهره‌برداری رسیده، سازمانهای دولتی و دولت جزء کمک و مشاوره، کار دیگری با آن ندارند.

دوم اینکه دولت، کارمند رایگان، وام‌های ارزان و مکان مناسب و امکانات دیگری را در اختیار آن می‌گذارد. سوم اینکه، نهایتاً خواست دولت این است که آن شرکت پا بگیرد و در اقتصاد و صنعت و غیره، حرفی برای گفتن پیدا کند و بعد از آن هم طبعاً مالیات دهنده خوب و صادقی خواهد بود.

و اما در کشور ما- کفایت که شما شرکتی را با مشکلات آن ثبت کنید اکنون شما به یک کانون یعنی “هدف” تبدیل شده‌اید و از شهرداری و دارایی و بیمه و ... مورد اصابت قرار می‌گیرید و انواع و اقسام قوانین گوناگون و آئین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها و نیروهای مختلف کشوری و لشگری را باید پاسخگو باشید!؟

آمده‌ای شرکتی ثبت کرده‌ای که مثلاً یک دستگاه آزمایشگاهی یا تحقیقاتی درست کنی و به خیال خود مهندسی یا دکترای آنرا هم گرفته‌ای- مثلاً مهندسی پزشکی، و با چندتن از هم دانشگاهی‌ها شرکت را تأسیس کرده‌ای و می‌خواهی از تحصیلات دانشگاهی خود و هم دانشگاهی‌ها و سالها درس و تحقیق و پژوهش، استفاده کرده و شروع به تولید نمایی!

حال عدم آگاهی نسبت به قوانین شهرداری، مالیاتی، تأمین اجتماعی و دهها مورد کتاب ثقیل تر از دروس دانشگاهی که هر کدام خود یک رشته دانشگاهی است اولین سنگ های جلوی پایت هستند که باید دولت کمک کند تمام مشکلات این چینی را حل کند.

آیا دولت به آن وزارتخانه ها و سازمانهای عریض و طویل مانند اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، سازمانهای مختلف مربوط به مالیات و بیمه و کارآموزی و دادگستری و ... تاکنون برنامه‌هایی برای حرکت صحیح محقق نوپا و تحصیلکرده داده است؟

یکی از مجله های مربوط به کارآفرینی را مطالعه می کردم و دیدم تماماً استاد دانشگاه و صاحب نظر در خصوص کارآفرینی تئوری و داد سخن داده‌اند و همه هم به ظاهر زیبا ولی وقتی مقاله را می خواندم تازه متوجه فاصله آن تئوری با واقعیت می شوم که مشخص بود مقاله نویس یا مصاحبه شونده، لایه های اقتصاد این کشور را نمی شناسد، چرا که دستی بر آتش نداشته است.

اینها تماماً افرادی هستند که طراحی هواپیما را مطالعه می کنند ولی اگر بخواهند آن را بسازند، هیچ‌گاه نخواهند توانست و برای ساختن باید طراح هواپیما باشی و نه مطالعه کننده. آنچه که طراحی شده! فراز کتاب "استراتژی رشد بخش" می گوید: به جای پرداختن به تدوین برنامه استراتژیک، به تفکر و ایده‌های استراتژیک روی آورید.

۵- باید کاری کرد که سرمایه دار یا سرمایه گذار بتواند جدا از سرمایه باشد. در اروپا و خصوصاً در آمریکا ملاحظه می شود که اکثر سرمایه داران در شرکتهای سرمایه گذاری می کنند، و دنبال کار خودشان می روند و ضمن نظارت به وسیله بازرس مورد اعتماد خود، سال به سال به وضع آن رسیدگی می کنند، یعنی قانون آن پوشش حمایتی را دارد که هیئت مدیره و بازرس برای خلاف‌های خود باید هزینه و خسارت سنگینی بپردازند پس به کار خود می پردازند و خلاف نمی کنند و سرمایه گذار با خیال آسوده، در جایی دیگر برای ترقی و پیشرفت به صنعت دیگری فکر می کند

که نهایتاً شکوفایی اقتصاد کشورش را دنبال دارد! در ایران ۹۹٪ سرمایه گذاری ها با سرمایه گذار آن پیوند ۱۰۰٪ دارد و توضیح بیشتر این بند از مقاله خود را با یک سؤال تمام می کنم که آیا می توان بر ساختار سرمایه، آن حمایت قانونی را داشت که سرمایه گذار بدون اینکه به سرمایه خود بچسبد، سرمایه گذاری کند؟!

قوانین، آئین نامه ها، دستورالعملها و غیره بسیاری را در طول مدت کوتاهی شاهد هستیم که به مقوله کارآفرینی هجوم برده است. مثلاً اخیراً هیأت محترم وزیران آئین نامه گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زود بازده کارآفرین به شماره ۴۶۴۶۸ ت/۳۴۰۵۵ هـ - مورخ ۸۴/۹/۵ را به سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارتخانه های ذیربط ابلاغ نموده است.

قبل از آن نیز هیأت وزیران بموجب تصویب نامه شماره ۵۰۸۷۶/۵ ت ۳۳۹۱۳ هـ - مورخ ۸۴/۸/۲۵ شرح وظایف دفاتر کارآفرینی را به وزارت کار و امور اجتماعی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی ابلاغ نموده است.

آیا با این آئین نامه یا تصویب نامه ها و دهها و صدها مشابه آن، مسئله بیکاری حل می‌شود؟ هیأت محترم وزیران، حتی به بانکها دستور اکید داده است که بسیاری از وامها و غیره را در این زمینه خرج کنند- ولی آیا می‌شود؟

و تا کی باید انسان سالم و کارآفرین با انسان ناسالم و کارآفرین کاذب با یک چوب رانده شود؟! سرعت در انجام این امور و داشتن ضابطه و ضمانت اجرایی شرط اصلی است و اجرایی شدن قوانین کارآفرینی، باید بجای سالها طول کشیدن، سرعت بخشنده شوند.

فراز کتاب "پنج فرمان برای تفکر استراتژیک" می‌گوید: بیشتر انسان ها ترجیح می‌دهند بمیرند، اما فکر نکنند خیلی ها هم فکر کردن را به مرگ ترجیح می‌دهند- چرا جزء خیلی ها نباشیم و فکر نکنیم!

۶- راه حل چیست؟ آیا راه حلی وجود دارد؟ پاسخ اینست که حتماً دارد و در رأس آن، تعامل سه قوه است که قوه مقننه قوانینی را تصویب کند که کوتاهی مجریان و دست اندرکاران مسئول اجرای قوانین، به سرعت مجازات را به دنبال داشته باشد و نه اینکه سالهای سال دوندگی برای احقاق حق صورت پذیرد و اگر کوتاهی مسئولان دولتی وجود داشت، بعد از سالهای سال دوندگی، صرفاً به انفصال مهندسانی از خدمت منجر شد. چنانچه قوه مقننه با بررسی در کمیسیون‌های تخصص بتواند قوانینی پویا و دارای ضمانت اجرایی را با کمک کارآفرینان و صنعتگران واقعی به تصویب برساند که کاملاً دارای انگیزه برای ایجاد کار و اشتغال و کارآفرینی باشد و توسط مجلس نیز بتصویب برسد و نهایتاً برای عدم اجرای قوانین برای مسئولین اجرایی و قوای مجریه و قضائیه هم جرائمی در نظر گرفته شده باشد، طبعاً شاهد اجرای خوب در قوه مجریه خواهیم بود، که ضمانت تسریع در اجرا بدست قوه قضائیه خواهد بود. خصوصاً اینکه بتوان آئین نامه های اجرایی صحیح آنها را نیز به مسئولیت رؤسای هر یک از دو قوه فوق، به خودشان سپرد، تا چنانچه بطور مثال هیأت وزیران پرداخت وام توسط بانکها را تصویب نمود، رئیس جمهور نتواند ادعا کند که بانکها همکاری نمی‌کنند، زیرا می‌بایست پیشاپیش جرایم رؤسای بانکها و کارکنان اجرایی آن که همکاری نمی‌کنند را در آئین نامه گنجانیده شده باشد.

دوم - کارآفرین :

به کارآفرینی در مقدمه مقاله و به کارآفرین در قسمت اول آن که آنرا "فرهنگ جامعه" نام گذاشت پرداختم. آیا کارآفرین جزء سرمایه دار و سرمایه گذار شخص دیگری هم هست؟ آیا کارآفرینی به مفهوم رشد کم کم است که مثلاً برویم از یک باغچه شروع کنیم و آنرا آباد کنیم و آنرا توسعه دهیم که باغ و بوستان شود؟! معمولاً اینگونه کارها که فردی شروع می‌شود، با تعدادی نفرات اندک هم باآخر می‌رسد و به ندرت دیده میشود از آنها کارآفرینی به مفهوم واقعی به ثمر رسیده باشد، اگر هم به ثمر برسد، یعنی اینکه با کارکرد فردی و اندک، ابتدا باید به سرمایه رسید و سرمایه گذاری کرد، یعنی همان که در ابتدای این بخش دوم به عرض رسانیدم. کارآفرینی یعنی ایجاد کار یا برنامه و هدف مشخص که توسط فرد یا افرادی کاردان و آشنا به تخصص کار، طرح و برنامه ریزی می‌شود و توسط کارشناسان اقتصادی، کلیه موارد و اهداف اقتصادی واجتماعی آن بررسی و

تأیید شده باشد. کارآفرینی بهتر یعنی آنچه که با شرایط و اقتصاد و اجتماع ایران همخوانی داشته و برای رقابت در درازمدت دارای استخوان بندی مناسب باشد.

کارآفرینی بسیار خوب، یعنی آنچه که بتواند بازارهای خارج از کشور را هدف قرار دهد و ضمن نفوذ در آنها، قادر به حفظ بازار گردد، چرا که نفوذ به هر بازاری میتواند ساده باشد ولی حفظ آن بسیار مشکل است چرا که رقابت در دنیای اقتصاد و پول، بی رحم است.

و بالاخره اینکه راه کارهای توسعه کارآفرینی در ایران یعنی ابتدا برداشتن موانع آن و ایجاد فرهنگ های لازم و بسترسازی اجتماعی که زن و مرد بتوانند با حقوق مساوی در بستر آن جاری شوند.

ختم کلام، کارآفرینی بسیار خوب و عالی یعنی اینکه من و تو، ما شویم و دست در دست یکدیگر و به دور از هرگونه خط و خط بازی بتوانیم به ایران بیاندیشیم- انشاءاله