

مدیریت کارخانه بتن سازی ساروج بتن؛

کارآفرینی به زبان ساده

کارآفرین، ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا است و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش آفرینی از هیچ کند.

به گزارش سایت خبری پرسون، احسان بختیاری مدیریت کارخانه بتن سازی ساروج بتن در یادداشتی نوشت: کارآفرین، شخصی است که کسب و کار یا مؤسسه اقتصادی را سازمان دهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آن را می‌پذیرد؛ لذا کارآفرین از ویژگی‌های رفتاری خاصی برخوردار است که شناسایی آنها راه را برای توسعه منطقه ای و رهایی از اقتصاد وابسته باز می‌کند.

کارآفرین، ایجاد کننده یک چیز ارزشمند از هیچ است، بنابراین کارآفرین، کسی است که دارای قدرت درک بالا است و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید (کالا یا خدمت) اقدام به ارزش آفرینی از هیچ کند.

کار آفرین زبان ساده، فردی است که بدون وابستگی و با فکر و ایده، به توان اجرایی و عملیاتی رسیده باشد و قادر باشد کسب و کار خود را اداره کند و سبب‌ساز اشتغال شود. اشتغال زایی در باور عمومی با کارآفرینی به یک معنا شناخته می‌شود اما در عمل و از لحاظ علمی، اشتغال زایی فقط یکی از ابعاد منتج از کارآفرینی است. کارآفرینی مانند هر علم دیگر از زمان ورود به کشور، مراحل طی کرده و به سه رویکرد تقسیم می‌شود: ابتدا واژه کارآفرینی با رویکرد خطی آغاز می‌شود که با آموزش انجام می‌پذیرد. دومین رویکرد، سیستمی بود که با نام بهبود فضای کسب و کار شناخته می‌شود و اکنون بر اساس پژوهش‌ها رویکرد اکوسیستمی در مناطقی که توسعه کارآفرینی مهم است، تأثیرگذارترین رویکرد است. به بیان ساده‌تر، کارآفرینی، زمانی می‌تواند جایگاه خود را حفظ کند و دستخوش بازی‌های ناخوشایند امروزه نشود که بتوان ابتدا مفهوم واقعی را برای تصمیم‌گیرنده‌های منابع و افراد دلسوزی که حرف و عملشان یکی باشد و واقعاً بخواهند در جهت حفظ منزلت کارآفرینان گام بردارند، روشن شود. یکی از مهم‌ترین سوالاتی که در این آشفتگی فضای کسب و کار و عدم ثبات اقتصادی مطرح می‌شود این است که آیا واقعاً کارآفرینی می‌تواند راهگشای تمامی مشکلات اقتصادی و اشتغال افراد بیکار شود؟ قطعاً خیر. این پاسخ از لحاظ علمی صحیح نیست و بستگی به پارامترهای مختلف محیطی دارد. اما از لحاظ فقر فرهنگی حاضر در فضای کنونی، صحیح است. یکی از نمودهای فقر فرهنگی کسب و کار به این معناست که رویکرد کارآفرینی، واژه‌های زیبا برای تمامی ارگانها و نهادهایی است که باید در یک بازه زمانی مشخص، گزارشی را با موضوع کارآفرینی به نهاد بالادستی خود در راستای توسعه کارآفرینی یا هر واژه زینده ای که در این حوزه سبب بالا بردن نام ارگان اعم از خصوصی و دولتی باشد بدهند. اما آیا این کفایت می‌کند؟ تا کجا می‌توانیم توسعه را از این طریق پیش ببریم و نتیجه بگیریم؟ آیا افرادی که با نیت صحیح و رفع مشکلات بیکاری قدم در این خط می‌گذارند می‌توانند بدون درک صحیح از مقصود کارآفرینی در توسعه آن گام بردارند؟ در حال حاضر تنها اهمیتی که به کارآفرینان داده می‌شود دعوت یک روز در سال از سوی نهادهای متعددی است که با تقدیر از کارآفرینان برتر در روز ملی کارآفرینی انجام می‌گیرد.

همین امر سالهای سال تکرار می‌شود بدون آنکه بدانیم کسب و کاری که در این رتبه‌بندی قرار می‌گیرد آیا شاخصهای واقعی کارآفرینی را دارا بوده؟ آیا نوآوری در کسب و کارش وجود داشته‌است؟ آیا این نوآوری در محصول (کالا – خدمت) سبب بهره‌وری و اشتغال زایی و سایر شاخصهای کارآفرینانه شده‌است؟ اولین گام کارآفرینی، در ابتدایی‌ترین تعریف آن، خلق ارزش از طریق نوآوری است؛ لذا وقتی از علم نو، نوآوری و دانش سخن به میان می‌آید، کارآفرینی نمود پیدا می‌کند تا جایی که از واژه «نوآفرینی» در برخی محافل کارآفرینی به جای واژه کارآفرینی استفاده می‌شود. اما یکی از ضعفهای اساسی در تعریف موجود فضای کسب و کار این است که عموماً دانش بنیان بودن از کارآفرینی منفک می‌شود و طرز نگاهمان به واژه‌ها دستخوش تغییرات یکباره قرار می‌گیرد. یکی از مسائلی که در اکوسیستم کارآفرینی مطرح می‌شود، عدم تبیین نقش اجزای اکوسیستم کارآفرینی است. به زبان ساده، هر ارگان باید نقش خود را ابتدا در اکوسیستم کارآفرینی بر پایه ای کاملاً علمی شناسایی کند تا بتواند با هدفی مشخص در جهت اهداف کارآفرینی گام بردارد کارآفرینان در اکوسیستم کارآفرینی اهمیت ویژه ای دارند و قلب اکوسیستم کارآفرینی هستند.

لذا توجه به کارآفرینان و استفاده از تجارب آنها یکی از موثرترین راه‌ها برای تقویت اکوسیستم کارآفرینی است. در حال حاضر در فضای کسب و کار کنونی، کارآفرینان سعی می‌کنند به تعبیر آیزنبرگ، در سایه حرکت کنند، شناسایی نشوند و از مرکز توجه بودن به دلیل سنگ اندازی‌های مکرر به دور باشند. اما از سوی دیگر، دولت و ارگان حامی کارآفرینان به دلایل و اهداف متفاوت سعی در شناسایی کارآفرینان دارند. یکی از دلایل مهمی که وجود دارد کمک به کارآفرینان در جهت بهبود فضای کسب و کار می‌باشد.

طی دو سال گذشته با تلاش برخی مدیران این گام برداشته شده‌است و شاهد تغییرات هرچند اندک اما محسوس در موانع پیش روی کارآفرینان و فعالان اقتصادی علی‌الخصوص بخش صنعت بوده‌ایم؛ لذا ارگانهایی که در این مسیر قدم برداشته اند به صورت همگرا با هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی پیش رفته‌اند و پژوهشهای آتی در زمینه اکوسیستم کارآفرینی جزو ابتدایی‌ترین ملزوماتی است که هر ارگان در شرح وظایف پیش روی خود باید بگنجانند. ضمن این که ارگانها و سایر اجزای اکوسیستم کارآفرینی باید بدانند که نقش آنها در چه حوزه ای از اکوسیستم تعریف شده‌است و چگونه می‌توانند با همگرایی در هدف به سمت توسعه پایدار منطقه گام بردارند. یکی از مهمترین مواردی که معمولاً از نظر دور نگه داشته می‌شود. لزوم وجود دیدگاه کارآفرینانه است، دیدگاه کارآفرینانه مستقیماً به فرهنگ کارآفرینی مربوط است و اگر این فرهنگ در لایه لایه‌های اجزای اکوسیستم وجود نداشته باشد، مسیر دشوار پیش رو، به کندی حرکت می‌کند اما با آموزش به متولیان این امر و مروجان فرهنگ کارآفرینی می‌توان به توسعه کارآفرینی منطقه سرعت بخشید و اکوسیستم کارآفرینی را تقویت کرد.

منظور از دیدگاه کارآفرینانه، دیدگاهی است که تصمیم گیرندگان توسعه هر استان در مسیر اهداف کارآفرینانه دارند که اگر این دیدگاه منطبق بر هدف اصلی اکوسیستم کارآفرینی باشد، مسیر دستیابی به توسعه پایدار، تسهیل می‌شود. ریشه دیدگاه موجود در حوزه کار و کارآفرینی در کشور، به سالهای گذشته بازمی‌گردد. به زمانی که رفاه در استخدام دستگاه‌های دولتی بود و «پشت می‌نشینی»، از آرزوهای هر جوانی بود. اما این رویکرد در عصر حاضر پاسخگوی نیاز اقتصادی فعلی نیست، چراکه در حال حاضر ارگان‌هایی که ادعای سهم اشتغال در توسعه کارآفرینی را دارند، خود شاهد اتلاف انرژی و زمان زیادی از منابع انسانی شاغل در نهادشان هستند که اگر شاخصهای رفتاری کارآفرینی را داشته باشند، می‌توانند به کارآفرینان سازمانی تبدیل شوند و عامل بهره‌وری در سازمان مربوطه باشند، اما اکثر تصمیم گیرندگانی که در شرایط فعلی، علاقه به توسعه کارآفرینی دارند متأسفانه خود استخدام ارگانها و نهادها اعم از خصوصی و دولتی می‌باشند و این امر تا زمانی که مجری یک هدف راه طولانی کارآفرینی را طی نکرده باشد، مسلماً نمی‌تواند سختیهای مسیر کارآفرینی را درک کند. بدین دلیل، هدف اصلی تصمیم گیرندگان توسعه در کشور از مسیر دستیابی به اهداف کارآفرینی کمی دور می‌باشد. پس جمله زیبا و معروف، آلبرت اینشتین در ذهن نقش می‌بندد که می‌گوید: «ما نمی‌توانیم مشکلاتمان را با همان تفکری که آنها را به وجود آورده‌ایم حل کنیم.» کارآفرینی، در هر حوزه ای تعاریف متعددی دارد که در این بحث نمی‌گنجد؛ لذا با توجه به موارد ذکرشده که فقط گوشه بسیار کوچکی از دنیای کارآفرینی است.

دولت در توسعه کارآفرینی تلاش بسیاری می‌کند اما توسعه پایدار در بیشتر مناطق حتی ایجاد نشده‌است. کوچک و بزرگ شدن دولت و افزایش توان خصوصی درست است که اثر بسیاری در بهبود فضای کسب و کار خواهد داشت، اما تا زمانی که نهادهای تصمیم گیرنده بدون دیدگاه کارآفرینانه، به تخصیص ناصحیح منابع اقدام ورزند، نمی‌توانند راه را برای توسعه کارآفرینی هموار کنند. به سخن دیگر، دولت و نهادهای دولتی، به دلیل ماهیت ساختاری خود در اکوسیستم کارآفرینی، نقش پررنگی را ایفا نمی‌کنند و تنها تسهیل‌گر قوانین و موانع پیش روی کارآفرینان می‌باشند. ضمن آن که رویکرد PPP (مشارکت بخش عمومی و بخش دولتی) که از رویکردهای نوین در حوزه کارآفرینی است، در حال حاضر می‌تواند پاسخگوی چارهای زیادی در اکوسیستم کارآفرینی و نقش ارکان دولتی و خصوصی باشد.

پس هر فردی در محیط کسب و کار خود با توجه به این تعریف ساده، می‌تواند کار آفرینی راحتی با کوچک‌ترین ایده ای که در ذهن دارد و فکر می‌کند بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت است شروع کرده و باعث ایجاد تغییر به سوی بهبود فضای کسب و کار خود شود.

لذا مفاهیم کار آفرینی آن قدر باید تکرار شود تا معنای دقیق و واقعی آن در حوزه تخصصی خود مشخص شود و سپس راهکارها جهت توسعه نگاشته و نقشه راه کار آفرینی تدوین شود.