



امروز هم همچون گذشته اغلب جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها با امید و اشتیاق فراوان در جستجوی یافتن شغلی مناسب در سازمان‌های مختلف بویژه ادوات دولتی هستند. این علاقه با وجود تغییر و تحول اساسی در شرایط اجتماعی و شیوه زندگی مردم و نیازها و مشکلات جدید، همچنان در بیشتر جوانان به چشم می‌خورد و آنها تحقق بسیاری از رویاهای خود را در "کارمند شدن" می‌بینند. برای آنها استخدام بخصوص داشتن پست مدیریت در یک سازمان بزرگ و معتبر به معنای برخورداری از امتیازات ویژه و امکانات گسترده است. "امنیت شغلی"، "حقوق ثابت و مکفی" و "منزلت اجتماعی شایسته" از جمله امتیازاتی است که اغلب افراد را به استخدام در شرکت‌ها ترغیب می‌کند. جوانان به "استخدام تمام‌وقت" به عنوان یک ایده‌آل نگاه می‌کنند و اطمینان دارند تا وقتی وظایف خود را به‌خوبی انجام دهند و از قوانین سازمان سرپیچی نکنند، موقعیت و پست سازمانی‌شان محفوظ خواهد بود و از مزایای آن بهره‌مند

می‌شوند. این تعهد متقابل، تضمین‌کننده "امنیت شغلی" مطلوب برای کارمندان و به معنای برخورداری از شغلی پردرآمد و دائمی است که به آنها هویت اجتماعی شایسته‌ای می‌بخشد و در ضمن مسؤولیت زیادی را متوجه آنها نمی‌کند.

اما امروز تحولات سریع تجاری و فرهنگی، و مهم‌تر از آن مشکلات اقتصادی، چالش‌های جدیدی را پیش روی سازمان‌ها قرار داده است. سطح رقابت‌ها گسترش یافته و بسیاری

از سازمان‌ها برای ادامه حیات و پیشرفت خود ناچارند ساختار سازمانی خود را عمیقاً متحول کنند. خصوصی‌سازی، تعدیل نیرو و کاهش نرخ استخدام کارکنان جدید از جمله مسائلی است که سازمان‌های دولتی و خصوصی با آن مواجهند. در چنین شرایطی تعداد جایگاه‌های شغلی در سازمان‌ها بخصوص در رده‌های بالا متناسب با افزایش شمار دانش‌آموختگان افزایش نمی‌یابد و بدین ترتیب روز به روز بر شمار جوانان جویای کار افزوده می‌شود. بسیاری از این جوانان از قابلیت‌ها و دانش نسبتاً خوبی برخوردارند و برای پیشرفت حرفه‌ای خود به محیطی مناسب برای کار و کسب تجربه نیازمندند و متأسفانه فضای حاکم بر کسب‌وکار چنین امکانی را برای بسیاری از آنان مهیا نمی‌کند. در این میان کسانی هم که گاه به دلیل قابلیت‌ها و توانمندی‌هایشان و گاه تنها به خاطر سفارش دوستان و خویشاوندان ذی‌نفوذ، شغلی در یک سازمان برای خود دست و پا می‌کنند، از شرایط کاری خود چندان راضی نیستند. بسیاری از سازمان‌ها به دلیل مشکلات اقتصادی، و گاه مدیریتی نمی‌توانند فضای لازم برای رشد و پیشرفت حرفه‌ای و اخلاقی کارکنان را آن‌هم به طور مستمر فراهم نمایند. نتیجه مشخص است و آن اینکه برخی از کارمندان با وجود توانمندی و وظیفه‌شناسی خود پس از مدتی (حداکثر چند سال) احساس رکود و عدم پیشرفت می‌کنند. این مسأله برای کارمندان تحصیلکرده و با قابلیت‌هایی که با هزار امید و آرزو برای پیشرفت و ترقی به سازمان و نهادی وارد شده‌اند، به هیچ‌وجه قابل قبول و خوشایند نیست.

همزمان با این تحولات، دگرگونی‌های عمده‌ای نیز در اندیشه و خواست مدیران و کارمندان پدید آمده است. روحیه فردگرایی و استقلال‌طلبی در میان مردم گسترش یافته و مدیران دیگر نمی‌توانند از کارکنان خود توقع اطاعت محض داشته باشند. از زمانی که وفاداری مطلق نسبت به سازمان یک ارزش به شمار می‌آمد، سال‌های زیادی گذشته است. اغلب مدیران و کارمندان حاضر نیستند استقلال و هویت فردی خود را فدای منافع سازمانی کنند. آنها خواهان آزادی عمل و اختیار بیشترند و می‌خواهند در جهت‌گیری سازمان خود نقش مؤثرتری ایفا کنند. تمام این عوامل دست به دست هم داده و اوضاع را به سرعت دگرگون کرده است.

یکی از گزینه‌های ممکن در چنین شرایطی - چه برای جوانانی که تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند و چه کارمندانی که چند سال تجربه کارمندی دارند و از موقعیت

شغلی خود راضی نیستند - روی آوردن به کارآفرینی است. بیش از یک دهه است که از طرح مفهوم کارآفرینی در کشور ما می‌گذرد. فرصت‌های کارآفرینی با سرعت رو به گسترش است. اکنون دیگر جامعه به کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای عجیب نمی‌نگرد و کارآفرینان جزء قهرمانان ملی محسوب می‌شوند! کتاب‌ها و نشریات درباره آنها مطلب می‌نویسند، از کار آنان با روش‌های مختلف قدردانی می‌شود و تلاش و مشارکت آنها در پیدایش روحیه کارآفرینی در سازمان‌ها مورد تشویق قرار می‌گیرد.

اما آیا کارآفرینی به معنا و مفهوم واقعی خود در جامعه معرفی و شناخته شده است؟ و آیا هرکسی با هر ویژگی و امکاناتی می‌تواند کارآفرین شود؟ و آیا وارد شدن به دنیای کارآفرینی بدون مطالعه و آمادگی کافی عواقبی جبران‌ناپذیر برای فرد و جامعه به بار نخواهد آورد؟

امروز سخن از کارآفرینی در جامعه، رسانه‌ها و در میان مردم بسیار است، اما به نظر می‌رسد که مفهوم واقعی آن بجز در معدود محافل علمی و دانشگاهی، شناخته نشده است. بسیاری کارآفرینی را مترادف با اشتغال‌زایی می‌بینند و هرکس را که به شکلی برای خود و دیگران ایجاد اشتغال کند، کارآفرین می‌دانند. گروهی هم راه‌اندازی کسب‌وکار و تأسیس شرکت را کارآفرینی می‌دانند و هر کس که یک شرکت برای خود راه بیندازد کارآفرین می‌انگارند. اما معنی واقعی کارآفرینی این نیست. گرچه چنین اقداماتی به خودی خود شایسته تحسین و تمجید است و می‌تواند منافی را برای فرد و جامعه به دنبال داشته باشد، اما اینها لزوماً کارآفرینی نیستند و کارآفرینی به این معنا آن پدیده شگرفی نیست که در نیم قرن اخیر در اغلب کشورهای توسعه‌یافته و برخی از کشورهای در حال توسعه موجب رشد و شکوفایی اقتصادی شده است.

کارآفرینی به معنای واقعی کلمه بسیار فراتر از اشتغال‌زایی و ایجاد کسب‌وکار است. کارآفرینی نوعی فرهنگ است؛ فرهنگی که با فرهنگ کارمندی و یا حتی مدیریت تفاوت‌های اساسی دارد. کارآفرینان ویژگی‌های خاصی دارند و به این معنا هر کسی نمی‌تواند کارآفرین موفق شود.

حقیقت آن است که کارآفرینی و راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار برای جوانان کم‌تجربه کارچندان ساده‌ای نیست. گام نهادن در مسیر کارآفرینی رفتن به سوی آینده‌ای نامعلوم و پرمخاطره است و آمارهای موجود نیز نشان می‌دهد بسیاری از شرکت‌های تازه‌تأسیس

ظرف مدت کوتاهی از شروع فعالیت خود با شکست مواجه می‌شوند. کارآفرینان هر لحظه با خطر مواجهند و هیچ تضمینی برای آینده آنها وجود ندارد. کارآفرینی سفر به سرزمین‌های دور و ناشناخته کسب‌وکار است و هیچکس نمی‌داند در انتهای راه چه سرنوشتی در انتظار اوست. با وجود چنین مشکلاتی آیا باز هم می‌توان به کارآفرینی اندیشید یا باید آن را کنار گذاشت؟

انتخاب میان کارمندی و کارآفرینی انتخابی بسیار دشوار است و نیاز به مطالعه، تفکر و تأمل فراوان و مشورت با صاحب‌نظران دارد. تصمیم درست می‌تواند موفقیت فرد و جامعه را در پی داشته باشد و انتخاب نادرست کار و زندگی فرد، خانواده و جامعه را دچار مشکلات فراوان نماید.

درباره کتاب:

این کتاب برگرفته از کتاب "از کارمندی به کارآفرینی"^۱ است که ترجمه آن در اوایل سال ۱۳۸۲ به اتمام رسید. در آن زمان مفهوم کارآفرینی تازه در جامعه اسلامی ما مطرح شده بود و مراکز تحقیقاتی مختلف انجام مطالعاتی را در این زمینه آغاز کرده بودند. کتاب حاضر در واقع نسخه بازنویسی شده و بومی‌شده همان کتاب است که در جریان این بازنویسی به تناسب شرایط و نیازهای واقعی جامعه اسلامی‌مان، بخش‌هایی از کتاب حذف و بخش‌هایی به آن افزوده شده است.

این کتاب یک راهنمای تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه پرخطر کارآفرینی است که کسانی را که سودای کارآفرینی در سر دارند، قدم به قدم با پیش‌نیازها و مشکلات این راه آشنا می‌کند.

مخاطبان اصلی این کتاب آن‌دسته از جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها هستند که هنوز شغل مناسبی برای خود پیدا نکرده‌اند و یا چند سالی است کارمندند، ولی از شرایط کاری خود چندان راضی نیستند و فکر می‌کنند با ایده‌های جدیدی که در ذهن دارند، کارآفرینی می‌تواند موفقیت‌های بیشتری را برای آنها به ارمغان آورد.

بخش نخست کتاب به تعریف درست مفهوم و فرآیند کارآفرینی، ویژگی‌های کارآفرینان

۱. گیلبرت جی زوهلین؛ "از کارمندی به کارآفرینی"؛ ترجمه و تألیف مرضیه فخرایی و مرضیه کیقبادی؛

اندیشکده صنعت و فناوری با همکاری گروه پژوهشی نهال اندیشه کوثر؛ تابستان ۱۳۸۸

و تفاوت‌های زندگی کارمندی و کارآفرینی اختصاص دارد. با مطالعه این بخش و پاسخ به پرسش‌های مطرح‌شده، شما می‌توانید آمادگی خود را برای کارآفرین شدن بسنجید و از میان دو گزینه "کارمندی" و "کارآفرینی" آن را که بیشتر با روحیه و شرایط شما نزدیک است، برگزینید.

بخش دوم مختص کسانی است که در انتخاب خود برای کارآفرینی کاملاً مصمم هستند و می‌خواهند با مشکلات این راه آشنا شوند و نخستین گام‌ها را حساب‌شده بردارند تا شانس موفقیت بیشتری داشته باشند. شروع راه و اولین تصمیم‌ها و اقدامات می‌تواند بسیار سرنوشت‌ساز باشد و زمینه را برای رشد و موفقیت یا برعکس شکست آنها در آینده فراهم آورد. طرح مشکلات کارآفرینی و توصیه‌های ارائه‌شده در این کتاب کارآفرینان تازه‌کار را یاری می‌کند تا نخستین قدم‌ها را حساب‌شده بردارند و در آغاز راه مرتکب اشتباهات جبران‌ناپذیر نشوند.

این کتاب یک راهنما و مرجع اولیه برای مشتاقان کارآفرینی است؛ اما تأکید می‌کنم تنها یک مرجع اولیه که سعی دارد بسیاری از مسائل را به زبان ساده تشریح کند و جوانان پر امید و اشتیاق را به اندکی تأمل و تفکر وا دارد. توصیه ما به شما این است که پس از مطالعه این کتاب و قبل از تصمیم‌گیری و اقدام، با افراد صاحب‌نظر و باتجربه مشورت کنید. امروز کتاب‌های علمی زیادی درباره کارآفرینی نوشته شده که می‌تواند شما را بیشتر با این پدیده آشنا کند.

در نهایت آنچه می‌ماند آرزوی موفقیت برای همه کسانی است که خود را برای گام نهادن در این مسیر دشوار، اما پربرکت آماده کرده‌اند و با توکل به خداوند متعال و استعانت از حضرت ولیعصر (عج) و با اعتقاد عمیق به ارزش‌های الهی و انسانی قصد دارند مسیرهای جدیدی را برای کسب‌وکار حلال به روی خود و دیگران بگشایند.

مرضیه فخراپی

مدیر گروه پژوهشی نهال اندیشه کوثر