

کار آفرینی و نقش ICT بر کار آفرینی

تهیه کننده : علی لعلی
کارشناس مهندسی مکانیک
کارشناس ارشد مدیریت
گرایش تجارت الکترونیک
مبتکر نمونه سال ۸۲
مدیریت شرکت خدمات فنی و مهندسی
ایستا افزار به عنوان
واحد نمونه سال ۱۳۸۱

تعریف کارآفرینی : توانایی در به کار گیری عوامل تولید (زمین ، نیروی کار و سرمایه) از ویژگیهای کار آفرینان است آنها با استفاده از این عوامل اقدام به تولید کالاها و خدمات جدید می کنند .
 کار آفرین کسی است که دارای ایده و فکر جدیدی باشد و از طریق ایجاد یک کسب و کار که توام با مخاطره و ریسک است محصول و خدمتی را به بازار ارائه کند که نو و جدید باشد .
 جوزف شامپیتر که یک اقتصاد دان اتریشی است و اولین کسی است که اصطلاح کار آفرینان (Entrepreneurs) را مطرح می کند در نخستین سالهای دهه ۱۹۴۰ ابراز داشت کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی ولوکوموتیوران این توسعه کارآفرین می باشد .

تفاوت کار آفرینی با مدیریت :

کار آفرینی با مدیریت تفاوت دارد . پال اچ ویکلن می گوید : کار آفرینی مستلزم ایجاد تغییرات در تولید است در حالی که مدیریت مستلزم ایجاد هماهنگی در فرایند تولید می باشد . او می گوید : کار آفرینی یک پدیده گسسته است و موجب تغییر در فرایند تولید می شود و سپس ناپدید می گردد تا اینکه یک بار دیگر موجب ایجاد تغییراتی شود . پیتر دراگر می گوید : کار آفرینان تغییر را به عنوان یک پدیده به هنجار و سالم می انگارند . معمولا آنها موجب ایجاد تغییرات می شوند . (یعنی معمولا آنها مخترع نیستند)

کار آفرینی = ایجاد تغییر = نوآوری

کارآفرینان با انسانهای عادی تفاوت دارند انسانهای عادی پدیده ها را آنطور که هست می بینند و می پرسند چرا ؟ اما کار آفرینان رویای چیزهایی را می بینند که هرگز وجود نداشته است و می پرسند چرا که نه ؟

فایده های کار آفرینی :

۱. رشد اقتصادی
۲. افزایش بهره وری
۳. به وجود آمدن کالا و خدمات

چهار پنجم مشاغل جدید که توسط کارآفرینان به وجود می آید از سازمان کوچک و خدماتی می باشند.

رشد اقتصادی : دیوید بریج برآورد نموده است که در ایالات متحده آمریکا بیش از چهار پنجم مشاغل جدید به وسیله سازمانهای کوچک به وجود می آید . سی درصد رشد اقتصادی مربوط به شرکتهایی است که بیش از ۵ سال از عمرشان نمی گذرد . او همچنین دریافت که شرکتهای تازه تاسیس و مشاغل را که به وجود می آورند بیشتر در زمینه اقتصادی می باشد : نه در بخش تولیدی .

بهره وری : یعنی بهره گیری در به کارگیری مقدار کمتری نیروی کار و سایر مواد مصرفی و ارائه تولید یا ارائه خدمات بیشتر . گزارش سازمان توسعه و همکاری اقتصادی نشان می دهد که در ۱۹۹۰ هر کارگر آمریکایی به طور متوسط ۴۵۱۰۰ دلار کالا و خدمات تولید و عرضه کرده در حالی که یک آلمانی ۳۷۵۸۰ دلار و یک ژاپنی ۳۴۵۰ دلار کالا و خدمات تولید و عرضه نمود . اصولا بهره وری به بهبود فنون یا تکنیک های تولید مربوط می شود و این کار به نظر جان کندریک (John Kendrick) از وظایف اصلی کار آفرینی است .

فن آوری ، محصولات و خدمات جدید : یکی دیگر از نتیجه های وجود رابطه یا پیوند کارآفرینی و پدیده تغییر نقشی است که کارآفرینان با ارائه فن آوری نوین یا تولید محصولات و ارائه خدمات جدید ایفا می کنند در جدول زیر فهرستی از محصولاتی که در ظرف چند سال اخیر تولید و عرضه شده ارائه شده است اینها نتیجه فعالیت کارآفرینی است که در ظرف چند دهه اخیر تولید کرده اند .

کامپیوتر	ضبط مغناطیسی	تهویه هوا
پارچه پولیستر	زر	رق گیر
زیراکس	جعبه دنده اتوماتیک	لیزر
خودکار	فرمان هیدرولیک	زیپ
لینکس	ساعت باطری دار	فایبر
تنگستن	فیلم رنگی	جارو
انسولین	هلی کوپتر	
گلاس	راکت تنیس	
موتور جت		
برقی		

Adapted From Jacob Rabinow , National Ureau of standard

منبع

سود آوری کارآفرینان برای کشور :

آمار مطمئنی هست که نشان می دهد در کشور ما ۶ میلیون نفر به عنوان اشتغال در عرصه صنعت حقوق می گیرند همه می دانیم که امروزه دولت برای مدیران و کار آفرینان به ازاء هر استخدام سی میلیون دلار می پردازد .

می توان حساب کرد کارآفرینانی که از برپایی واحدهای صنعتی تا به امروز امکان اشتغال را برای این ۶ میلیون نفر فراهم آورده اند می توانند به بیان نیامده ابراز نشده و کسی از آن حتی به عنوان قدر دانی سخن نگفته است .

ارزش در مقوله تولید نکته ای است که باید به آن توجه کنیم می گویند در یکی از کشورهای موفق در کارآفرینی و تولید در مقابل هر یک میلیارد واحد پول کشور که توسط سرمایه گذار به کار گرفته می شود به او اجازه می دهند که یک پرچم در پشت بام خانه اش نصب کند و چنین خانه هایی مورد احترام مردم قرار می گیرند .

ویژگی های افراد کارآفرین :

در سالهای میانی دهه ۱۹۸۰ توماس بگلی و دیوید پی بوید (Thomas Begley and David P.Boyd) کتاب ها و نوشته هایی در زمینه روانشناسی و کارآفرینان مطالعه کردند و در صدد برآمدن بین کارآفرین و کسانی که سازمانهای کوچک را اداره می کردند تفکیک قائل شوند یا وجه تمایز بین آنها را تعیین کنند که سرانجام توانستند به پنج بعد از زندگی آنها دست یابند یا آنها را مشخص کنند .

۱. نیاز به کسب موفقیت (Need of achievement) : کارآفرینان از دیدگاه مک کلند و با توجه به اصولی که وی ارائه کرده است همواره در پی هدف های بلند پروازانه هستند و می خواهند هر چه بیشتر موفق شوند .
۲. مرکز کنترل (Locous of control) : یعنی این که شانس و سرنوشت تأثیری بر زندگی ندارد و همه چیز تحت کنترل خود می باشد . کارآفرینان و مدیران هر دو این چنین می اندیشند که می توانند مسیر زندگی خود را تعیین کنند و به اصطلاح سرنوشت خود را قلم بزنند و به قول مکتب اگزیستسیالیم : کسی که پاندارد و قهرمان دو دنیا نشود خودش مقصر است .
۳. تحمل ریسک (Tolerance For risk) : کارآفرینانی که ریسک متوسط را می پذیرند از کسانی که هیچ ریسکی را نمی پذیرند یا دست به کارهای بسیار خطرناک نمی زنند درآمد و بازده بیشتری به دست می آورند .
۴. رویایی با وضع مبهم (Tolerance for ambiguity) : هر مدیری تا حدی با چنین وضعی روبرو می شود زیرا که بسیاری از تصمیمات را باید بر اساس اطلاعات ناقص و مبهم بگیرد . ولی کارآفرینان با وضعی مبهم تر و نامشخص تر روبرو هستند زیرا آنها دست به کارهایی می زنند که برای نخستین بار انجام می شود .
۵. رفتار از نوع A (Type A behavior) : کارآفرینان دارای type A می باشند ، سریع غذا می خورند ، سریع راه می روند ، حتی موقع تفریح هم به فکر کار هستند ، همیشه از زمان خود بهترین استفاده را می کنند .
لن فرگنسون به تفاوت بین کارآفرینان و مدیران از زاویه ای دیگر نگاه می کند .

رفتار کارآفرینان	رفتار مدیران
------------------	--------------

احترام شخصي ، آزادي ، احساس داشتن توانايي ، شيوه زندگي هيچان انگيز	فرد گرايي ، تفريخ ، دوستي حقيقي ، درستكاري
--------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------

مطمئن ترين تئوري درباره ريشه هاي رواني كارآفرينان در دهه ۱۹۶۰ به وسيله ديويديك كلننند ارائه شده است او دريافت كه افرادي كه خط مشي خود را بر كارآفريني مي گذارند بيش از حد جاه طلب و در پي ترقي و پيشرفت دائمي يا بسيار بلند پرواز هستند و اينها از نظر رواني احساس نياز مي كنند كه همواره بايد به موفقيت هاي بزرگي دست يابند .

دكتر گودرزي روانشناسي كمال يافتگي و خود باوري را بنيادي ترين نياز انسان در هزاره سوم معرفي كرد وي اعتقاد دارد كه كارآفرينان داراي ويژگيهاي زير هستند .

۱. درك كارآمد واقعيت
۲. پذيرش خودشان ديگران و طبيعت
۳. خودانگيختگي سادگي و طبيعي بودن منش دموكراتيك
۴. احساس جدائي و نياز به خلوت مقاومت در برابر فرهنگ آموزي
۵. تمرکز بر مشكلات خارج از خودشان هاي عرفاني يا اوج
۶. تازگي فهم و درك

آبراهام مزلو بنیان گذار و رهبر معنوي جنبش روانشناسي انسان گرا برآورد مي كند كه يك درصد افراد خودشكوبا (Self Actulasing) مي باشند .
 كارآفرين = خودشكوبا = يك درصد جامعه

موانعي كه بر سر راه كارآفريني وجود دارد :

عوامل موثر در كارآفريني	عوامل بازدارنده در كارآفريني
تماس با بازار شركتهاي پابرجا بازار نيروي انساني توانمند محلي آموزش فني كمك هاي عرضه كننده مواد اوليه و اعتبارات سرمايه گذاري هاي محلي بانكداران آگاه و جسور محلي مشاوران توانمند محلي آموزش در زمينه نوآوري الگوهاي موفق	نشاختن اصل يا مفهوم حيات ناآشنائي با بازار نداشتن مهارت فني نداشتن سرمايه اوليه ناآگاهي از نظر تجارت ارضا شدن ، نداشتن شايستگي نشانه هايي از ضعف در اجتماع سازمان دستبند طلايي به دست كارآفرينان مي زند فشارهايي كه زمان وارد مي كند موانع قانوني ، مقررات دست و پا گير سازمان ها انحصاري ، وضع قوانيني در حمايت از صنايع داخلي ندادن جواز و حق انحصاري

منبع : ج :

Walter E.Heller . Entrepreneurship and National policy (1983)
 International corporation Institute for small business .

نقش ICT و اينترنت بر كارآفريني :

اصطلاح اقتصاد جديد به تدريج رواج يافته و چشم انداز جديدي را ترسيم مي كند كه با گسترش فناوري اطلاعات همراه است .يك تعريف كلي را اقتصاد جديد به عملکرد اقتصاد در عصر اطلاعات اشاره دارد .

در چنين اقتصادي فناوري اطلاعات و ارتباطات ICT گسترش و اهميت فزاينده اي پيدا مي كند . جامعه انساني طي قرون گذشته تاثيرات قابل توجهي از تغييرات فناوري پذيرفته است . ICT به ارضاي نيازهاي ارتباطي و اطلاعاتي كه به ايجاد دانايي و بنابرايين به همه اشكال كمك مي نمايد مربوط است .

ICT امکانات جدیدی برای تبادل اطلاعات ایجاد می نماید و توان بالقوه ای دارد تا به قابلیت انسان برای ایجاد دانش جدید بیافزاید .
فرانک وبستر در کتاب نظریه های جامعه اطلاعاتی بیان می دارد که نخستین تعریف از اطلاعات که به ذهن خطور می کند تعریف معناشناختی است . اطلاعات معنی دار دارای یک موضوع است و آگاهی یا دستوری درباره چیزی یا کسی است . اما کنت ارو معتقد است که معنای اطلاعات به طور مختصر و کوتاه عبارت است از کاهش در عدم قطعیت (ارو ۱۹۷۹) اطلاعات کاربر را قادر می سازد تا در مورد چیزی شناخت پیدا کند و از آن دانایی برای برقراری ارتباط ، یادگیری ، فکر کردن ، تصمیم گیری و نوآوری در موقع نیاز استفاده نماید . اطلاعات مواد اولیه برای دانایی است درست مانند چوب که ماده اولیه ای برای میز است . دانایی یک شکل از سرمایه است و فن آوری یک کاربرد از دانایی برای کار است (ماسودا ۱۹۹۰) . افزایش در اطلاعات منجر به بهبود ساختار دانایی موجود می شود که به دنبال آن موجب ترقی و انتقال ساختار قدیمی توسط دانایی جدید بهبود می یابد .



جایزه کارآفرینی ۲۰۰۳ سیلیکان در صنعت IT به یک شرکت ایرانی تعلق گرفت که نشان دهنده کارآفرینان بالقوه در صنعت IT کشور می باشد .

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 می تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت ها محدود یا تسهیل نمایند . شبکه ها دارای سه ویژگی تراکم ، دسترس پذیری و مرکزیت می باشند که به کمک این ویژگی اثر بخش شبکه ها سنجیده می شوند ، تراکم به کثرت ارتباط بین افراد ، دسترس پذیر به قلمرو شبکه و تعداد واسطه های ارتباطی یا گروه های مرتبط و مرکزیت به فاصله کلی فرد از تمامی افراد دیگر و تعداد افرادی که می توانند به وی دسترسی داشته باشند اطلاق می گردد .

بر اساس قانون مکالف ارزش هر شبکه برابر n به توان ۲ است وقتی تعداد متصل به آن n باشد .

به عنوان مثال یک دستگاه تلفن نلفن به تنهایی ارزش کاربردی ندارد وقتی دو دستگاه تلفن متصل در یک شبکه داشته باشیم این شبکه ارزش خاصی برابر یک ارتباط دارد اگر دستگاه تلفن های متصل به شبکه ۸ عدد بشود امکان ارتباطات ۸ به توان ۲ است پس ارزش شبکه به همان ارزش ارتباطات توان دوم تعداد اعضای شبکه می باشد البته این ارزش به شبکه تعلق دارد و هر یک از افراد به میزان و نوع ارتباطی که در این شبکه برقرار می کنند از ارزش آن بهره می برند . توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) باعث ایجاد شبکه عظیم با مقیاس جهانی (اینترنت) شده است و بنابراین علاوه بر افزایش و ارزش ویژگی های مورد نظریه شبکه های اجتماعی ، قابلیت های ارتباطی جدیدی مانند کنفرانس از راه دور یا فعالیت های توزیع شده را به وجود آورده و دسترسی آسان تر و سریع تر به اطلاعات و امکان پذیر ساخته اند . 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 می گیرند .

کارآفرینی موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات :

با کارآفرینی است که نیازها شناخته می شود و رفع نیازها پیشرفت حاصل می شود ، کشورهای پیشرفته به این دلیل پیشرفته اند که در فن آوری اطلاعات پیشرفت کرده اند و توسط آن هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته هم قدرت نظامی شده اند و فرهنگ جهان را به سوی خواسته های خود هدایت می کند ، کارآفرینی اطلاعات یا (Infopreneurship) در سطوح مختلف (۱) سخت افزار (۲) نرم افزار (۳) اطلاعات (۴) ارتباطات انجام پذیر 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 . کارآفرینی در حوزه اطلاعات بسیار راحت تر و عملی تر از کارآفرینی در سایر حوزه هاست 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 درصد امکان پذیری کم، مانع هر فعالیت کار آفرینانه است در حالیکه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات که در همه جا گسترده شده است ایده های بسیاری خلق می شود و میزان سرمایه گذاری مورد نیاز که ایده ها به نتیجه برسانند چندان زیاد نیستند بنابراین کارآفرینی اطلاعات به راحتی انجام می شود و این خود دلیلی برسرعت نهایی رشد فناوری اطلاعات است.

نتیجه گیری :

ملاحظه شد که فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات زیادی در کلیه فعالیت های اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به عنوان مهمترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعه فن آوری و توسعه فن آوری بستر کارآفرینی است بر این اساس اهمیت نقش بستر سازی کارآفرینی و وظیفه دولت مشخص می شود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فن آوری اطلاعات که همان شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی می باشد. را توسعه دهد و تقویت کند و امکان دسترسی آسان همه به این شبکه ها را فراهم نماید ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه های را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا نمایند. فرار مغزها که خصوصا در فن آوری نو بیشتر رایج است از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است بسیاری از نیروهای تحصیل کرده این کشورها صرفا علمی بار آمده و تربیت شده اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند. افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی یابند. جالب اینکه از این طریق نیروهای متخصص خارجی را به کار می گیرند و در راستای اهداف خود از آنان بهره برداری می کند. کارآفرینان می توانند مشاغل را در

ابعاد تکنولوژی برای متخصصین داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که به وجود می آورند علاوه بر کلیه مزیت های کار آفرینی از فرار مغزها نیز جلوگیری نمایند.

فهرست منابع

(۱) مهندس یزدان بخش رییس هیئت رئیسه انجمن مدیران خراسان (۱۳۸۱) بیکاری رنج آور، کارآفرینی پر رنج، ماهنامه انجمن صنایع شعبه خراسان شماره ۹۹، خرداد و تیر ۱۳۸۱

(۲) خانم دکتر فریبا لطیفی مدیر عامل سازمان مدیریت فرا ، آقاي دکتر علي محمد گودرزي عضو هیئت علمی فرهنگستان علوم و آقاي دکتر محمد احمد پور مدیر مرکز کارآفرینی دانشگاه امیر کبیر (۱۳۸۲) خود باوري کارآفرینی ، تدبیر ۱۳۱ ، سمینار يك روزه خودباوري و کارآفرینی دفتر مطالعات وزارت امور خارجه ، فروردین ۱۳۸۲

(۳) جیمز ای . اف . استونر ، آر . ادوارد فری من ، دانیل آر . گیلبرت (۱۹۹۵) مترجم دکتر علي پاریسیان و دکتر سید محمد اعرابی (۱۳۷۹) مدیریت ، دفتر پژوهشهای فرهنگی ، جلد اول ، تهران ۱۳۷۹

(۴) سید علي اکرمی فر (۱۳۸۱) ، کارآفرینی در عصر اطلاعات و ارتباطات ، دفتر همکاری های فناوری ریاست جمهوری

(۵) دکتر جعفر خیر خواهان کارشناس مرکز تحقیقات پست (۱۳۸۱) ، محمد اخبازی ، تاثیر ICT و اینترنت بر تحول بازار کار ، همایش اشتغال سازمان همیاری فارغ التحصیلان ، تهران ۱۳۸۱

(1) Karl , H . resper . Entrepreneurship and National policy (1983)
Waltere. H . Heller International corporation Institute for small business