

# توضیحاتی دربارهٔ زمینهٔ علمی کارآفرینی و رشتهٔ کارآفرینی در ایران

محمد کیهانی

([www.mkaihani.com](http://www.mkaihani.com) , [m.kaihani@gmail.com](mailto:m.kaihani@gmail.com))

۱۳۸۷

## فهرست مطالب

۲	۱. کارآفرینی چیست؟
۳	۲. آیا کارآفرینی به عنوان یک رشتهٔ علمی مستقل معنی دار است؟
۶	۳. چرا کارآفرینی را مطالعه کنیم؟
۷	۴. آموزش کارآفرینی و وضعیت آن در ایران
۷	4.1 آموزش از طریق کارآفرینی
۷	4.2 آموزش برای کارآفرینی
۸	4.3 آموزش دربارهٔ کارآفرینی
۸	۴.۴ تفاوت آموزش برای کارآفرینی و آموزش دربارهٔ کارآفرینی
۹	۴.۵ وضعیت کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران از نظر حرفه‌ای یا علمی بودن
۱۰	۴.۶ پیشبینی مسیر آینده کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران از نظر حرفه‌ای یا علمی بودن
۱۱	۴.۷ دانشگاه‌هایی که در ایران رشتهٔ کارآفرینی ارائه می‌دهند
۱۱	۴.۸ اساتید رشتهٔ کارآفرینی در دانشگاه تهران
۱۲	۴.۹ برنامهٔ درسی و گرایش‌های رشتهٔ کارآفرینی در ایران
۱۳	۵. موقعیت کاری فارغ‌التحصیلان رشتهٔ کارآفرینی در ایران
۱۴	۶. ضمیمه: تعریف کارآفرینی
۱۴	۶.۱ توضیح «معمولاً ولی نه همیشه»ها
۱۵	۶.۲ توضیح «نسبی و مبهم»ها
۱۶	۷. منابع

## ۱. کارآفرینی چیست؟

قبل از هر چیز لازم است به بزرگترین سوء تفاهم رایج در ایران درباره کارآفرینی اشاره کنیم. طبیعی است که با شنیدن واژه کارآفرینی به «آفریدن کار» و در نتیجه «اشتغال‌زایی» فکر کنیم. واژه کارآفرین برای اولین بار در زبان فارسی به معنی آفرینندهٔ کار و به کنایه از خدا در شعری از نظامی گنجوی آمده است و در بسیاری از لغتنامه‌ها و فرهنگ‌های زبان فارسی نیز به عنوان «آفرینندهٔ کار» معنی شده است. اما در ادبیات تخصصی کارآفرینی این تعریف به کلی اشتباه است. در ادامه خواندن این مطلب مفهوم «آفرینندهٔ کار» را به کلی فراموش کنید و به واژه کارآفرینی به عنوان ترجمهٔ واژه «Entrepreneurship» بنگرید. یکی از تأثیرات توسعه حساب‌شدهٔ کارآفرینی برای اقتصاد یک کشور می‌تواند اشتغال‌زایی باشد، ولی خود فرایند کارآفرینی مفهومی کاملاً جدا از اشتغال‌زایی است.

شاید بپرسید: پس اگر کارآفرینی به معنی آفریدن کار نیست، تعریف کارآفرینی چیست؟

متأسفانه خیلی سؤال سختی پرسیدید! به زبان ساده کارآفرینی دربارهٔ مراحل اولیه پدید آمدن کسب و کارها است. به طور خلاصه، نادقیق، و ناقص می‌توان گفت اگر رشته‌های دیگر مدیریت به بررسی سازمان‌های موجود می‌پردازند، رشتهٔ کارآفرینی به بررسی پدید آمدن سازمان‌ها می‌پردازد.

اما اگر بخواهیم علمی‌تر بحث کنیم واقعیت این است که هنوز هیچ تعریف مورد توافق همگان از کارآفرینی وجود ندارد. اما اینطور هم نیست که این واژه کاملاً ناشناخته باشد. با در نظر گرفتن تعاریف مختلفی که تا کنون از کارآفرینی ارائه شده است می‌توان درباره آن دیدی به دست آورد. در ضمیمهٔ این مطلب به جای ارائه یک تعریف دقیق سعی می‌کنیم با ارائه یک تعریف نادقیق که از تعاریف مختلف دیگران بهره می‌گیرد، حوزه مفهوم کارآفرینی را مشخص کنیم.

به نظر نگارنده تعریف ارائه شده در ضمیمه نشان می‌دهد که چه چیزهایی هنوز در تعریف کارآفرینی مورد توافق همگان نیست ولی در عین حال نشان می‌دهد که حوزه تعریف کارآفرینی تا اندازه‌ای معلوم است اگر چه دقیق نیست.

## ۲. آیا کارآفرینی به عنوان یک رشتهٔ علمی مستقل معنی دار است؟

کارآفرینی یک پدیده است که موضوع مطالعات علمی بسیاری است. این پدیده ابتدا در رشتهٔ اقتصاد مورد بررسی قرار گرفت و بعد از آن در رشته‌های متنوعی به خصوص روانشناسی، جامعه‌شناسی، و مدیریت مطالعه شد. تا دههٔ ۱۹۷۰ موضوع علمی چندان مهمی محسوب نمی‌شد چون سازمان‌های بزرگ و موجود، بسیار مهمتر از سازمان‌های نو و کوچک محسوب می‌شدند و آمار و ارقام نیز این موضوع را تأیید می‌کرد. اما در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ کسب و کارهای کوچک نشان دادند که بسیار نقش مهمی در اقتصاد دارند و گزارش تأثیرگذار دیوید برچ<sup>۱</sup> به نام «فرایند ایجاد شغل» (The Job Creation Process) این موضوع را به همگان ثابت کرد.

به گفته لاندستروم (Landstrom, 2005) از نظر تاریخی کارآفرینی ابتدا مورد توجه علم اقتصاد قرار گرفته است، سپس در روانشناسی و جامعه‌شناسی و بعد در مدیریت.

علم اقتصاد زادگاه علم کارآفرینی بود و اولین نظریه‌پردازان در قالب‌های نظری این رشته کارآفرینی را تعریف کردند. در این علم معمولاً کارآفرینی از نظر تأثیری که در بازار می‌گذارد مورد مطالعه قرار می‌گیرد. ژوزف شومپتر (Joseph Schumpeter) از اقتصاددانان برجسته‌ای بود که اهمیت زیادی به کارآفرینی می‌داد. بعد از شومپتر خط فکری اصلی در علم اقتصاد، چندان توجهی به کارآفرینی نداشت و تا سالها بعد که افرادی مانند مارک کاسون (Mark Casson)، ویلیام بامول (William Baumol) و اسرائیل کرزنز (Israel Kirzner) دوباره جایگاه آن را در علم اقتصاد تثبیت کردند، توجه به کارآفرینی در این حوزه کمرنگ شد.

در دوران افول توجه به کارآفرینی در اقتصاد، در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ با شروع تحقیقات دیوید مک‌کلند (David McClelland) و به خصوص کتاب «The Achieving Society» که وی در سال ۱۹۶۱ به چاپ رساند، مطالعه کارآفرینی در علم روانشناسی اوج گرفت. روانشناسان به شدت علاقه‌مند بودند ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را مورد مطالعه قرار دهند تا ببینند چه افرادی کارآفرینان موفق تری می‌شوند. در همین زمان‌ها نیز برخی از جامعه‌شناسان به موضوع کارآفرینی علاقه‌مند شدند اما به دلیل وسعت علم جامعه‌شناسی، کارآفرینی هرگز یک موضوع عمده در آن نبوده است.

بعد از اینکه اهمیت کسب و کارهای کوچک ناگهان در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ اوج گرفت کارآفرینی در قالب علم مدیریت جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. در علم مدیریت نگرش فرایندی به کارآفرینی تقویت شد و مسئله تربیت کارآفرینان و مدیریت کسب و کارهای کوچک مورد توجه قرار گرفت.

رفته‌رفته پس از اینکه مطالعات علمی که این پدیده را مورد مطالعه قرار می‌دادند زیاد شد، رشتهٔ کارآفرینی به عنوان یک رشته مستقل علمی مطرح شد. اما معیار زیاد بودن تحقیقات به تنهایی برای تبدیل یک موضوع به یک رشته علمی کافی نیست. در واقع رشتهٔ کارآفرینی تبدیل به یک چتر شده است که زیر این چتر انواع مختلفی از تحقیقات از رشته‌های متنوع قرار می‌گیرند.

نمونه‌ای از موضوعات مختلفی که تحت عنوان کارآفرینی مورد مطالعه قرار می‌گیرند:

- سازمان‌ها چگونه به وجود می‌آیند؟ چگونه درآمدزا می‌شوند؟
- تفاوت کسب و کارهای کوچک با سازمان‌های بزرگ چیست؟
- چه افرادی کسب و کار راه‌اندازی می‌کنند؟ آیا ویژگی‌های خاصی دارند؟

<sup>1</sup> David Birch

- چگونه می‌توان فرصتی برای درآمدزایی تشخیص داد؟
- نوآوری چیست؟ چگونه انجام می‌شود؟ چه تأثیری دارد؟
- آیا کارآفرینی قابل آموزش است؟ اگر هست چگونه می‌توان آن را آموزش داد؟
- آیا کارآفرینی باعث توسعه اقتصادی می‌شود؟ چگونه می‌توانیم کاری کنیم که بشود؟
- فرهنگ کارآفرینی چیست؟ چه تأثیری در جامعه دارد؟
- کسب و کارهای خانگی چگونه کار می‌کنند؟ کسب و کارهای خانوادگی چگونه؟
- چگونه می‌توان برای یک کسب و کار جدید سرمایه جلب کرد؟
- چگونه می‌توان دانش فنی را تبدیل به محصولات و خدمات درآمدزا کرد؟
- شرایط و فرهنگ و فرایند کارآفرینی در کشورهای مختلف با هم چه تفاوتی دارد؟
- چرا و چگونه برخی از افراد با انگیزه‌های غیرمادی کارآفرینی می‌کنند؟
- و...

اما هیچ چارچوب نظری تا کنون نتوانسته است تمام این موضوعات را به هم وصل کند.

به این ترتیب یک اتهام مهم به رشتهٔ کارآفرینی وارد می‌شود: هیچ چارچوب اتحادبخشی وجود ندارد که تحقیقات رشتهٔ کارآفرینی را از رشته‌های دیگر منفک کند. در واقع منتقدین به محققین کارآفرینی می‌گویند: شما می‌توانید بگویید پدیدهٔ کارآفرینی را در رشتهٔ روانشناسی یا رشتهٔ جامعه‌شناسی یا رشتهٔ اقتصاد یا رشتهٔ مدیریت مورد مطالعه قرار می‌دهید اما نمی‌توانید بگویید رشتهٔ مستقل کارآفرینی دارید چون تمام سؤالات تحقیقتان از قبل موضوع رشته‌های دیگر بوده است.

در پاسخ به این اتهامات مبنی بر اینکه کارآفرینی به عنوان یک رشته هیچ چیز جدیدی ندارد که در رشته‌های دیگر مورد مطالعه قرار نگیرد، اسکات شین<sup>۲</sup> و سانکاران ونکاتارامان<sup>۳</sup> مقاله‌ای نوشتند (Shane & Venkataraman, 2000) که این مقاله بسیار به تثبیت علم کارآفرینی به عنوان یک رشته مستقل کمک کرد.

در این مقاله آنها می‌گویند:

بنا به تعریف ما رشتهٔ کارآفرینی عبارت است از بررسی عالمانهٔ اینکه فرصت‌های خلق کالا و خدمات آینده، چگونه، توسط چه کسانی، و با چه تأثیراتی کشف، ارزیابی، و بهره‌کشی<sup>۴</sup> می‌شوند.

در نتیجه این رشته شامل مطالعهٔ منابع فرصت، فرایندهای کشف، ارزیابی و بهره‌کشی فرصت‌ها و مجموعه افرادی که آنها را کشف، ارزیابی، و بهره‌کشی می‌کنند، می‌باشد.

بنابراین محور رشتهٔ کارآفرینی از نظر آنها نقطه تلاقی و ارتباط فرد با فرصت است (The individual-opportunity nexus). در واقع شاید برخی رشته‌های دیگر به مطالعه فرصت‌ها بپردازند و برخی رشته‌ها به مطالعه افراد بپردازند، اما تنها رشته‌ای که نقطه تلاقی اینها را مورد مطالعه قرار می‌دهد کارآفرینی است. به این ترتیب سؤالات تحقیق اساسی در رشتهٔ کارآفرینی از نظر این دو نویسنده عبارتند از:

<sup>2</sup> Scott Shane

<sup>3</sup> Sankaran Venkataraman

<sup>4</sup> Exploit

۱. چرا، کی، و چگونه فرصت‌هایی برای خلق کالا و خدمات پدید می‌آیند؟

۲. چرا، کی، و چگونه برخی از افراد و نه دیگران این فرصت‌ها را کشف و بهره‌کشی می‌کنند؟

۳. چرا، کی، و چگونه روش‌های مختلف برای بهره‌کشی فرصت‌های کارآفرینانه به کار برده می‌شوند؟

به گفته ویلیام گارتنر (Gartner, 2001) این سؤالات رشتهٔ کارآفرینی را بسیار محدودتر از آنچه امروز متداول است می‌کنند. مثلاً شین و ونکاتارامان پیشنهاد می‌کنند که مطالعه «عملکرد نسبی افراد و شرکت‌ها در زمینهٔ کسب و کارهای کوچک یا جدید» موضوعی خاص کارآفرینی نیست و جزوی از رشتهٔ مدیریت استراتژیک محسوب می‌شود.

با وجود اینکه شین و ونکاتارامان تأکید دارند که تعریف آنها از کارآفرینی فراتر از فقط ایجاد سازمان است، گارتنر که قبلاً مدافع محدود کردن تعریف کارآفرینی به «ایجاد سازمان» بود<sup>۵</sup> (Gartner, 1988) از مقاله آنها دفاع می‌کند (Gartner, 2001) و پیشنهاد می‌کند که مقالهٔ شین و ونکاتارامان چارچوب خوبی برای محدود کردن کارآفرینی ارائه می‌دهد. به گفته او اگر چنین محدودیت‌هایی را اعمال نکنیم هیچ‌امیدی نیست که نظریه‌ای بتوانیم توسعه دهیم که تمام تحقیقاتی که امروز به عنوان تحقیقات رشتهٔ «کارآفرینی» شناخته می‌شوند را یکپارچه سازد.

با این وجود محدود کردن حوزه تحقیقات این همه محقق کارآفرینی در سرتاسر جهان حتی از عهده افراد تأثیرگذاری مانند گارتنر، شین و ونکاتارامان نیز بر نمی‌آید. در نتیجه هنوز هم مقداری افسارگسیختگی در تحقیقات حوزه کارآفرینی در جهان دیده می‌شود.

به هر حال می‌توان گفت حتی اگر شین و ونکاتارامان موفق نشدند رشتهٔ کارآفرینی را در همه جا به حوزه پیشنهادی خود محدود کنند، حداقل موفق شدند نشان دهند که این رشته چیز مهمی برای ارائه دارد که در رشته‌های دیگر بررسی نشده باشد.

<sup>۵</sup> ویلیام گارتنر (William Gartner) در مقالهٔ بسیار معروفش با عنوان «کارآفرین کیست؟ سؤال اشتباهی است» از تحقیقات مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و نتایج ضعیفشان انتقاد کرده بود و پیشنهاد کرده بود که موضوع شخصیت کارآفرین را کنار بگذاریم و مفهوم کارآفرینی را به «ایجاد سازمان» محدود کنیم. در ادبیات کارآفرینی معروف است که سال‌ها تحقیق درباره شخصیت کارآفرینان بسیار بی نتیجه بود و شاید مهمترین دستاورد آن این بود که فهمیدیم چیزی به عنوان شخصیت کارآفرینانه وجود ندارد.

### ۳. چرا کارآفرینی را مطالعه کنیم؟

به گفته شین و ونکاتارامان (Shane & Venkataraman, 2000) بسیاری از دانشمندان می‌پرسند حال که:

- گردآوری داده دشوار است
- مبانی نظری هنوز خوب توسعه نیافته‌اند
- و بسیاری از یافته‌های این رشته تا کنون شبیه به یافته‌های رشته‌های دیگر مدیریت و کسب و کار بوده‌اند

پس چرا کارآفرینی را مطالعه کنیم؟

در پاسخ شین و ونکاتارامان سه دلیل ارائه می‌دهند:

۱. بسیاری از اطلاعات فنی در نهایت در قالب کالا و خدمات در می‌آید و کارآفرینی مکانیزمی است که طی آن جامعه، اطلاعات را به شکل کالا و خدمات درمی‌آورد.
۲. کارآفرینی مکانیزمی است که طی آن عدم کارایی‌های ناشی از محدودیت‌های زمانی و مکانی کشف شده و برطرف می‌شوند.
۳. نوآوری کارآفرینانه در کالا و خدمات، موتور تغییر و تحول در جامعه است.

در نتیجه غیبت کارآفرینی در نظریه‌های ما درباره بازارها، سازمان‌ها و تغییر باعث می‌شود که درک ما از حوزهٔ کسب و کار ناقص بماند.

به عبارتی دیگر اگر کارآفرینی به معنی نقطه ارتباط افراد با فرصت‌ها را مطالعه نکنیم، دانش ما درباره چگونگی تبدیل دانسته‌های بشر به کالا و خدمات، چگونگی رفع عدم کارایی‌های موجود، و چگونگی رخ دادن تغییر و تحول در جامعه ناقص می‌ماند.

شاکر زهرا<sup>۶</sup> و گرگری دس<sup>۷</sup> در اظهار نظری که درباره مقاله شین و ونتاکارامان نوشتند (Zahra & Dess, 2001)، اضافه می‌کنند که مطالعه چگونگی تشکیل سرمایهٔ انسانی و سرمایه فکری نیز یک دلیل خوب برای مطالعه کارآفرینی است. در واقع کشورهای که انسان‌های خود را بهتر می‌سازند و دانش آنها را تقویت می‌کنند در کارآفرینی و توسعه اقتصادی نیز موفق‌تراند و از آن طرف توسعه کارآفرینی باعث می‌شود انسان‌ها بهتر و داناتر ساخته شوند.

<sup>6</sup> Shaker Zahra

<sup>7</sup> Gregory Dess

## ۴. آموزش کارآفرینی و وضعیت آن در ایران

یک تقسیم‌بندی خوب برای درک رابطه کارآفرینی با آموزش چنین است: آموزش از طریق کارآفرینی، آموزش برای کارآفرینی، و آموزش دربارهٔ کارآفرینی.

### ۴.۱ آموزش از طریق کارآفرینی

در اینجا ایده این است که دانشجویان هر رشته‌ای می‌توانند با استفاده از کارآفرینی دانش و مهارت خود را افزایش دهند. در واقع اگر دانشجویی در زمینهٔ رشتهٔ خود درگیر کسب و کار و ایجاد شرکت شود، خیلی چیزها یاد می‌گیرد که به تنهایی از طریق کتاب و کلاس درس نمی‌تواند آنها را بیاموزد. این برمی‌گردد به همان چیزی که زهرا و دس ( Zahra & Dess, 2001) آن را ساختن انسان‌های یک کشور به وسیلهٔ کارآفرینی می‌نامند. در کشور ایران این نوع آموزش هنوز راهی به سیستم آموزشی پیدا نکرده است و فرایند کارآفرینی معمولاً با فرایند آموزش اختلاف پیدا می‌کند به طوری که افرادی که کارآفرینی می‌کنند معمولاً از درس خود عقب می‌مانند یا مجبور می‌شوند از ادامه تحصیل صرف نظر کنند. البته در کشورهای دیگر هم وضع تقریباً به همین صورت است با این تفاوت که در برخی کشورها بیشتر برای رفع این تناقض تلاش شده و پیشرفت‌هایی حاصل شده است.

این نوع آموزش مخصوص دانشجویان رشتهٔ کارآفرینی نیست و برای تمامی رشته‌ها می‌تواند مفید باشد.

### ۴.۲ آموزش برای کارآفرینی

در این نوع آموزش هدف تربیت کارآفرین است. در واقع این نوع آموزش قصد دارد تا آموزش دهنده را مجهز به دانش و مهارت‌های لازم برای موفقیت در راه اندازی و مدیریت یک کسب و کار بسازد.

قبل از توضیح بیشتر لازم است به تفکیک دو نوع مدرک تحصیلی اشاره کنیم: مدرک حرفه‌ای ( Professional Degree) و مدرک علمی (Academic Degree).<sup>۱</sup> دوره‌های آموزشی که مدارک حرفه‌ای می‌دهند هدفشان آماده ساختن انسان‌ها برای موفقیت در یک حرفه یا کار عملی است. بسیاری از مدارکی که برای تربیت معلم‌ها، وکیل‌ها، پزشک‌ها و... ارائه می‌شوند از این قبیل‌اند. هدف آموزش، تربیت یک نیروی کار حرفه‌ای است، نه تربیت یک دانشمند یا محقق. در رشتهٔ مدیریت، مدرک MBA با همین هدف ساخته شده است.

آموزش حرفه‌ای معمولاً هم در دانشگاه‌ها ارائه می‌شود و هم در بسیاری از مؤسسات آموزشی غیر دانشگاهی. همچنین آموزش حرفه‌ای می‌تواند سطوح مختلفی داشته باشد. مانند MBA برای مدیران و J.D. برای وکلا، بسیاری از مدارک حرفه‌ای مخصوص افرادی است که لیسانس دارند (خیلی وقت‌ها در رشته‌ای نامربوط) و طول مدت و بار درسی آنها در حدود یک فوق لیسانس است. اما هدف آنها این نیست که دانشجوی پس از پایان درس در مقطع دکتری ادامه دهد. بلکه هدف این است که برود با استفاده از دانشی که کسب کرده است کار کند. همانطور که هنری مینتزبرگ در کتاب

<sup>۱</sup> البته سیستم آموزشی کشورهای مختلف با هم متفاوت است و شاید این تفکیک در همه جا مناسب نباشد.

معروفش (Mintzberg, 2004) اشاره می‌کند، این دوره‌های آموزشی به خصوص زمانی اثربخشی بیشتری دارند که دانشجویان همگی سابقه کار هم داشته باشند و بتوانند دانش و تجربه خود را در کلاس‌ها به هم‌کلاسی‌هایشان منتقل کنند.

آموزش برای کارآفرینی از نوع آموزش حرفه‌ای است و معمولاً هدف آن این است که فرد آموزش بیننده در کارآفرینی مهارت کسب کند، نه اینکه دربارهٔ کارآفرینی تنها علم‌اندوزی کند.

آموزش برای کارآفرینی در چند سال اخیر در ایران اوج گرفته است اما متأسفانه با کمبود اساتید مناسب برای این آموزش‌ها مواجه هستیم. به دلیل اینکه کارآفرینی در ایران به عنوان یک راه حل اساسی برای مشکل کمبود اشتغال در کشور محسوب می‌شود، دولت ایران بسیار متمایل است که دوره‌های آموزش حرفه‌ای برای تربیت کارآفرین برگزار کند که نمونه آن دوره‌های معروف به دوره‌های ۷۲ ساعته هستند. اما در مورد رشتهٔ کارآفرینی که در دانشگاه‌های ایران راه افتاده است باید بیشتر بررسی کرد که آیا هدف آنها آموزش برای کارآفرینی است یا آموزش دربارهٔ کارآفرینی.

### ۴.۳ آموزش دربارهٔ کارآفرینی

اما همانطور که در بخش‌های قبلی توضیح داده شد، صرف نظر از اینکه عمل کارآفرینی را انجام بدهیم یا نه، مطالعهٔ کارآفرینی به عنوان یک موضوع علمی هم بسیار مهم است. در اینجا است که مدرک علمی (Academic Degree) در زمینهٔ کارآفرینی معنی‌دار می‌شود. رشتهٔ کارآفرینی در تمام سطوح دانشگاهی از لیسانس تا دکتری معنی‌دار می‌شود. هنگامی که دربارهٔ کارآفرینی مطالعه می‌کنیم به خیلی از موضوعات و مسائلی توجه می‌کنیم که هنگام تربیت کارآفرین برایمان چندان اهمیتی ندارند. مثلاً فلسفه علم کارآفرینی، روش‌های تحقیق در کارآفرینی، تاریخ کارآفرینی، رابطه کارآفرینی با رشته‌های علمی دیگر، نظریه‌پردازی در کارآفرینی، و...

تمام مطالبی که در بخش‌های ۲ و ۳ گفتیم مربوط به این موضوع می‌شود. در واقع منظور از رشتهٔ علمی کارآفرینی مطالعه «دربارهٔ» کارآفرینی است.

### ۴.۴ تفاوت آموزش برای کارآفرینی و آموزش دربارهٔ کارآفرینی

به دلیل برخی سوء تفاهم‌های موجود دربارهٔ رشتهٔ کارآفرینی در ایران لازم است دربارهٔ تفاوت آموزش «برای کارآفرینی» (آموزش حرفه‌ای) و آموزش «دربارهٔ کارآفرینی» (آموزش علمی) بیشتر توضیح داده شود. برخی از مهم‌ترین تفاوت‌ها در جدول صفحه بعد آمده است.

آموزش حرفه‌ای کارآفرینی	آموزش علمی کارآفرینی
هدف نهایی انجام کارآفرینی است	هدف نهایی کسب دانش دربارهٔ کارآفرینی است
مطالب درسی عمدتاً ساده‌تر هستند	مطالب درسی عمدتاً پیچیده‌تر هستند
مطالب درسی عمدتاً عملی هستند	مطالب درسی عمدتاً نظری هستند
اساتید معمولاً دکترانند ولی تجربه کاری بالا دارند	اساتید معمولاً دکترانند
به روش تحقیق و نظریه‌پردازی کاری نداریم	روش تحقیق و نظریه‌پردازی برایمان محوری هستند
پایان‌نامه ندارد	پایان‌نامه دارد
سابقه کاری قبل از شروع دوره بسیار مفید است و توصیه می‌شود	سابقه کاری قبل از شروع دوره مفید است اما ضرورتی ندارد
تخصص قبلی در رشته‌ای که بتوان در آن زمینه کارآفرینی کرد بهتر است (مانند رشته‌های مهندسی، نانو تکنولوژی و بیوتکنولوژی)	تخصص قبلی در رشته‌ای که بتواند به درک مطالب علمی و روش تحقیق کمک کند بهتر است (مانند روانشناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، فلسفه، ریاضی و آمار)
در بسیاری از موارد حوزه آموزش و تخصص در زمینه صنعتی خاص است (مثلاً کارآفرینی در صنعت کشاورزی)	صنعت تنها یک ملاک ممکن در کنار ملاک‌های دیگر برای محدود کردن حوزه تخصصی است.

واضح است که در کل، یک کشور به هر دو نوع آموزش نیاز دارد. هم باید افرادی داشته باشیم که دانش خوبی درباره کارآفرینی دارند و هم باید افرادی داشته باشیم که مهارت راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار را داشته باشند.

#### ۴.۵ وضعیت کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران از نظر حرفه‌ای یا علمی بودن

باید به این نقطه دقت کرد که بیشتر دانشجویان لیسانس، به مقطع فوق لیسانس نمی‌روند و بیشتر دانشجویان فوق لیسانس به مقطع دکتری نمی‌روند. بنابراین در رشته کارآفرینی<sup>۹</sup> در مقطع لیسانس «آموزش برای کارآفرینی» پررنگ‌تر از «آموزش درباره کارآفرینی» است (چون قرار است بیشتر فارغ‌التحصیلان وارد بازار کار شوند) و در مقطع دکترا به وضوح «آموزش درباره کارآفرینی» بسیار پررنگ‌تر از «آموزش برای کارآفرینی» است. در ایران هم مثل بقیه جهان همینطور است اگرچه مقطع دکترا هنوز کامل در هیچ دانشگاهی شکل نگرفته است، در رشته‌های دیگر برخی از محققین موضوع پایان‌نامه‌های خود را در رابطه با کارآفرینی انتخاب می‌کنند.

اما مقطع فوق لیسانس یا کارشناسی ارشد کارآفرینی که اولین مقطع رشته کارآفرینی در ایران بود هم اکنون وضعیت جالبی دارد. به نوعی می‌توان گفت که کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران میان آموزش «برای» کارآفرینی و آموزش «درباره» کارآفرینی هنوز مسیر مشخصی را در پیش نگرفته است و عناصری از هر دو نوع آموزش در آن دیده می‌شود. هنوز خیلی مشخص نیست که قرار است کارشناسی ارشد کارآفرینی یک مدرک حرفه‌ای مانند MBA<sup>۱۰</sup> باشد یا یک مدرک علمی مانند MS<sup>۱۱</sup>.

<sup>۹</sup> در مقطع لیسانس عنوان رشته در دانشگاه‌های ایران به «مدیریت کسب و کارهای کوچک» معروف است و در مقوله فوق لیسانس به «مدیریت کارآفرینی».

<sup>۱۰</sup> Master of Business Administration

<sup>۱۱</sup> Master of Science

اصلاً از اول هم ایده رشته کارآفرینی حداقل در دانشگاه تهران این بوده است که با یک برنامه درسی یکسان هم «کارآفرین» تولید کند و هم «پژوهشگر کارآفرینی». این موضوع به روشنی در مصوبه مربوطه در تاریخ ۸۵/۳/۱۶ با عنوان «مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس» برای رشته کارشناسی ارشد کارآفرینی نوشته شده است.

به طور رسمی و در عمل به دلیل زیرساخت‌های موجود در دانشگاه و نوع آموزشی که اساتید دانشگاه به آن عادت داشتند، عناصر زیادی از آموزش علمی در آن دیده می‌شود:

- به ادبیات، تاریخ، روش تحقیق، و نظریه‌ها اهمیت فراوان داده می‌شود
- دانشجویان در پایان دوره باید پایان‌نامه بنویسند
- ادامه تحصیل در مقطع دکتری «موفقیت» محسوب می‌شود

اما تعدادی از عناصر آموزش حرفه‌ای هم در آن دیده می‌شود:

- دانشجویان تشویق می‌شوند که کسب و کار راه‌اندازی کنند
- در برخی موارد تلاش می‌شود تا برای دانشجویان رشته کارآفرینی تسهیلاتی برای ایجاد کسب و کار فراهم شود
- تا جایی که دانشگاه اجازه داشته باشد، به سابقه کاری دانشجویان در انتخاب ورودی‌ها اهمیت داده می‌شود

با این وجود به وضوح کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران بیشتر نزدیک به آموزش علمی است تا آموزش حرفه‌ای. اما برخی از دانشجویان بدون اطلاع از این موضوع با فرض اینکه در کارشناسی ارشد کارآفرینی قرار است کسب و کار راه‌اندازی کنند وارد این رشته می‌شوند. این دانشجویان به زودی خود را مواجه با حجم زیادی از تکالیف درسی می‌بینند که نه تنها فرصتی برای ایجاد کسب و کار باقی نمی‌گذارد، بلکه اگر قبلاً هم مشغول کار یا اداره کسب و کار بوده‌اند، دیگر وقت زیادی برای آن نخواهند داشت.

البته ناگفته نماند که به هر حال برای دانشجویانی که با هدف «کارآفرین» شدن می‌آیند، فعلاً گزینهٔ چندان بهتری وجود ندارد.

## ۴.۶ پیش‌بینی مسیر آینده کارشناسی ارشد کارآفرینی در ایران از نظر حرفه‌ای یا علمی بودن

دانشگاه هنوز دقیقاً تصمیم نگرفته است که کدام مسیر را می‌خواهد ادامه بدهد. پیش‌بینی نگارنده این است که دانشگاه‌های ایران به تدریج به این سمت می‌روند که این دو مسیر را به روشنی از هم تفکیک کنند. روش جذب دانشجو، برنامه درسی لازم، اساتید مورد نیاز، و تسهیلات لازم برای این دو مسیر به کلی با هم فرق می‌کنند.

بدین ترتیب احتمالاً در آینده نه چندان دور دانشجویانی که برای مسیر کارآفرین شدن وارد رشته کارآفرینی می‌شوند از میان کسانی انتخاب خواهند شد که با تجربه‌اند و سابقه کاری دارند، تخصص در یک رشته مناسب برای کارآفرینی دارند، و علاقه شدید به ایجاد یک کسب و کار جدید دارند و علاقه خاصی به گرفتن دکترا ندارند. نمرات درسی آنها و نمرات آنها در کنکور چندان ملاک ورود به دانشگاه نخواهد بود و کسانی که قبلاً اختراعی به ثبت رسانده‌اند شانس بیشتری خواهند داشت. مسیر درسی آنها بیشتر عملی خواهد بود تا نظری و پایان‌نامه نخواهند داشت. تسلط به زبان انگلیسی برای آنها مهم است ولی ضروری نیست به خصوص اگر کسب و کار مورد نظرشان بین‌المللی نباشد. شاید به جای پایان‌نامه یک طرح کسب و کار ارائه دهند و هیچ توقعی نمی‌رود که مقاله علمی بنویسند. برای آنها تسهیلاتی از قبیل وام و امکانات مراکز رشد فراهم خواهد بود. تخصص‌های آنها بر اساس صنعت خواهد بود و اساتیدی مجرب در آن صنایع خواهند داشت که بسیاری از آنها دکترا ندارند اما کارآفرینی کرده‌اند. به تدریج برنامه درسی و محتوای درس‌های آنها ویژه صنایعشان طراحی خواهد شد. عنوان مدرکشان ممکن است چیزی شبیه به «MBA در کارآفرینی» باشد و ممکن است نام صنعت هم در آن ذکر شود.

اما کسانی که برای مسیر علم‌اندوزی دربارهٔ کارآفرینی وارد دانشگاه می‌شوند معمولاً نمرات درسی بسیار خوبی در دوره کارشناسی کسب کرده‌اند، درصدهای بالایی در کنکور به دست آورده‌اند، بیشتر متمایل به ادامه تحصیل در مقطع دکترا هستند و علاقه و مهارت در تدریس و نویسندگی دارند. سابقه کاری برای آنها چندان ملاک نخواهد بود اما تسلط به زبان انگلیسی برای آنها کاملاً ضروری است. مسیر درسی آنها بیشتر نظری خواهد بود تا عملی و باید به روش‌های تحقیق و ابزارهای نظریه پردازی مجهز شوند. برای آنها تسهیلاتی از قبیل دسترسی به منابع علمی معتبر و بانک‌های اطلاعاتی مهم خواهد بود. در پایان دوره تحصیلی باید از پایان‌نامه خود دفاع کنند و از آنها توقع می‌رود که مقاله علمی بنویسند اما هیچ توقعی نمی‌رود که کسب و کار راه‌اندازی کنند. اساتید آنها اکثراً مدرک دکترا دارند و گرایش‌های تخصصی آنها در بسیاری از موارد به یک صنعت خاص محدود نمی‌شود. عنوان مدرک آنها می‌تواند «کارشناسی ارشد کارآفرینی» یا همان MS در کارآفرینی باشد.

#### ۴.۷ دانشگاه‌هایی که در ایران رشتهٔ کارآفرینی ارائه می‌دهند

رشتهٔ کارآفرینی برای اولین بار در ایران در سال ۱۳۸۴ و در دانشکدهٔ مدیریت دانشگاه تهران راه‌اندازی شد. در سال ۱۳۸۶ با حمایت وزارت کار و امور اجتماعی دانشکدهٔ کارآفرینی در دانشگاه تهران تأسیس شد و اساتیدی که هیأت علمی رشتهٔ کارآفرینی را در دانشکدهٔ مدیریت تشکیل داده بودند همگی به دانشکدهٔ کارآفرینی منتقل شدند. اما رشتهٔ کارآفرینی از دانشکدهٔ مدیریت حذف نشد و حالا این رشته هم در مقطع لیسانس و هم در مقطع فوق لیسانس هم در دانشکدهٔ مدیریت و هم در دانشکدهٔ کارآفرینی ارائه می‌شود.

دانشگاه‌های سمنان، سیستان، تبریز، و برخی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی نیز در شرف راه‌اندازی این رشته یا رشته‌های نزدیک به آن هستند و پیشبینی می‌شود این رشته به زودی در دانشگاه‌های متعدد دیگری نیز راه‌اندازی شود. البته اگر دانشگاه تهران که اولین بود این همه برای پیدا کردن اساتید مناسب مشکل داشت، باید دید که این دانشگاه‌ها چگونه از عهدهٔ این کار برمی‌آیند. البته کمبود استاد در رشتهٔ کارآفرینی یک مشکل جهانی است و محدود به ایران نمی‌شود.

#### ۴.۸ اساتید رشتهٔ کارآفرینی در دانشگاه تهران

یکی از بزرگترین مشکلات سر راه آموزش کارآفرینی در ایران کمبود اساتید متخصص در این زمینه است. در حال حاضر در ایران بیشترین تخصص در زمینهٔ کارآفرینی در دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران جمع شده است. البته اساتید این دانشکده نیز رشته تخصصی‌شان کارآفرینی نبوده است و از تخصص‌های دیگر وارد کارآفرینی شده‌اند. دانشکدهٔ مدیریت هم در حال طی کردن همین مسیر است به این ترتیب که اساتید مجرب و متخصص در رشته‌های مختلف مانند مدیریت مالی، مدیریت دولتی، مدیریت صنعتی، و مدیریت فناوری اطلاعات را در گروه کارآفرینی گردهم آورده است و رفته رفته این اساتید را با رشتهٔ کارآفرینی آشنا می‌سازد. به نظر می‌رسد دانشگاه‌های دیگر ایران هم ناچار خواهند بود مسیر مشابهی را طی کنند.

فهرست و مشخصات اساتید دانشکدهٔ کارآفرینی دانشگاه تهران را می‌توانید از وبگاه دانشکده پیدا کنید:

<http://ent.ut.ac.ir>

همچنین فهرست و مشخصات اساتید گروه کارآفرینی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران را می‌توانید از وبگاه دانشکده مدیریت بیابید:

<http://management.ut.ac.ir>

## ۴.۹ برنامهٔ درسی و گرایش‌های رشته کارآفرینی در ایران

برنامهٔ درسی مصوب برای رشته کارآفرینی شامل بسیاری از درس‌هایی است که در دانشگاه‌های مختلف جهان ارائه می‌شود. اما برخی درس‌ها نیز کمی غیرمتعارف به نظر می‌رسند. همچنین فارغ از عنوان درس، اینکه چه استادی آن را تدریس کند در محتوای آن بسیار تأثیرگذار است و ممکن است یک درس از یک استاد تا استادی دیگر کاملاً متفاوت باشد. برای برخی از درس‌ها در ایران اساتید مناسب بیشتر داریم و برای برخی بسیار کم.

هم اکنون سه گرایش مختلف برای رشته کارآفرینی در ایران تعریف شده است. درس‌های تخصصی که بای هر سه گرایش تصویب شده است عبارتند از:

- الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان
- طراحی و تدوین طرح کسب و کار
- کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات
- مدیریت استراتژیک کارآفرینی
- تئوری‌های مدیریت پیشرفته
- مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته
- تئوری‌های مدیریت کارآفرینی
- روش تحقیق در کارآفرینی

معمولاً برای بسیاری از افراد سؤال پیش می‌آید که سه گرایش کارآفرینی با هم چه تفاوتی دارند. در عمل تفاوت میان آنها آنقدر زیاد نیست و در حد سه یا چهار درس تخصصی است. با بررسی درس‌های تخصصی تعیین شده برای هر گرایش در برنامه درسی تفاوت‌های آنها بیشتر آشکار می‌گردد.

سه گرایش موجود عبارتند از:

- **گرایش کسب و کار جدید:** این گرایش به موضوعات محوری رشته کارآفرینی می‌پردازد و مسئله چگونگی پدید آمدن کسب و کارهای جدید را مورد مطالعه قرار می‌دهد. درس‌های تخصصی این گرایش عبارتند از:
  - توسعه محصول جدید
  - مدیریت کسب و کارهای کوچک
  - استقرار کسب و کار
  - تشخیص فرصت‌ها
- **گرایش سازمانی:** این گرایش بیشتر به سازمان‌های موجود و بزرگ می‌پردازد و از این نظر بیشتر از گرایش‌های دیگر نزدیک به رشته‌های MBA و مدیریت اجرایی است. درس‌های تخصصی این گرایش عبارتند از:
  - مدیریت کارآفرینی سازمانی
  - مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی
  - فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمانی
  - مدیریت نوآوری و تکنولوژی سازمانی
- **گرایش بخش عمومی:** این گرایش مقداری به نقش دولت در توسعه کارآفرینی می‌پردازد و از این نظر بیشتر از گرایش‌های دیگر نزدیک به رشته مدیریت دولتی می‌باشد. البته کاملاً با مدیریت دولتی متفاوت است. درس‌های تخصصی این گرایش عبارتند از:
  - طرح‌ریزی کارآفرینانه توسعه ملی، منطقه‌ای و محلی
  - کارآفرینی اجتماعی
  - کارآفرینی دانشگاهی
  - سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی

## ۵. موقعیت کاری فارغ‌التحصیلان رشتهٔ کارآفرینی در ایران

یک سؤال بسیار متداول در میان افرادی که می‌خواهند برای ورود یا عدم ورود به رشتهٔ کارآفرینی تصمیم‌گیری کنند این است که آیندهٔ کاری این رشته چگونه است؟

در پاسخ به این سؤال برخی از افراد اشاره می‌کنند که این سؤال اشتباهی است چرا که کارآفرین قرار نیست کار گیر بیاورد، او خودش کسب و کار راه‌اندازی می‌کند. اما این انتقاد تنها وقتی وارد است که «آموزش برای کارآفرینی» را در نظر بگیریم. افرادی که قرار است «آموزش دربارهٔ کارآفرینی» ببینند کاملاً حق دارند که چنین سؤالی بپرسند. اتفاقاً آموزشی که هم‌اکنون در ایران و در دانشگاه تهران وجود دارد بیشتر نزدیک به آموزش «دربارهٔ کارآفرینی» است. برخی از فرصت‌های کاری برای افرادی که دربارهٔ کارآفرینی دانش اندوخته‌اند شامل موارد زیر است:

۱. **آموزش:** کشور ایران به شدت دچار کمبود مربی، معلم و استاد در زمینهٔ کارآفرینی است. و به شدت دچار کمبود افرادی است که بتوانند این مربی‌ها، معلم‌ها و اساتید را تربیت کنند. دانشگاه‌ها، مدارس، و مؤسسات آموزشی به شدت به دنبال این افراد هستند.

۲. **پژوهش:** به دلیل داغ بودن بحث کارآفرینی در ایران، پروژه‌های پژوهشی نیز بسیارند و احتیاج به نیروهای پژوهشگر دارند. مؤسسات پژوهشی مانند مؤسسه کار و امور اجتماعی و شرکت‌های مشاور از جمله متقاضیان این افراد هستند.

۳. **تهیه محتوا:** نوشتن یا ترجمهٔ کتاب، تهیهٔ جزوات و مطالب آموزشی چاپی و الکترونیکی و طراحی برنامهٔ درسی دوره‌های آموزشی از جمله فعالیت‌های درآمدزا در بازار است. همچنین روزنامه‌ها و مجله‌ها نیاز به نویسندگان خوب در زمینهٔ کارآفرینی دارند، به خصوص کسانی که بتوانند موضوعات پیشرفته و تخصصی را درک کنند و به زبان ساده برای دیگران بازگو کنند. صدا و سیما نیز نیازمند اینگونه افراد است.

۴. **مشاوره کارآفرینی:** به دلیل برنامه‌های دولت برای راه‌اندازی مراکز مشاوره کارآفرینی مانند کلینیک‌های کارآفرینی و دفاتر کارآفرینی در دانشگاه‌ها، افرادی که بتوانند در این زمینه مشاور دیگران باشند بسیار مورد تقاضا هستند. مشاوره به خصوص در زمینه‌های تخصصی مانند چگونگی تدوین طرح کسب و کار، چگونگی جذب سرمایه، قوانین و مقررات ایجاد کسب و کار و... مورد تقاضا است.

۵. **کارآفرینی سازمانی:** برخی از سازمان‌های بزرگ ایرانی به مقوله کارآفرینی توجه ویژه‌ای دارند و به دنبال این هستند که افرادی متخصص در این زمینه در داخل مجموعه خود داشته باشند. از جمله سازمان‌های ایرانی که به کارآفرینی سازمانی توجه دارند می‌توان به گروه صنعتی بهمن، و شرکت نفت اشاره کرد.

۶. **بانک‌ها و افراد و سازمان‌های سرمایه‌گذار:** نزد بسیاری از سازمان‌ها و افراد مبالغ زیادی از سرمایه جمع شده وجود دارد که این افراد و سازمان‌ها به دنبال فرصت‌های سرمایه‌گذاری با این پول‌ها هستند. آنها احتیاج به متخصص در زمینهٔ چگونگی تخصیص سرمایه، تشخیص زمینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری، ارزیابی فرصت‌های کسب و کار، ارزیابی طرح‌های کسب و کار، پیشبینی سود مالی طرح‌های کسب و کار و... دارند. همچنین برخی افراد و سازمان‌های سرمایه‌دار و خیراندیش برای تخصیص بودجه به طرح‌های کسب و کار اجتماعی نیاز به متخصصینی مشابه دارند.

۷. **سیاست‌گذاری و قانونگذاری:** بخش‌های مختلف دولت، استان‌داری‌ها، شهرداری‌ها، و مجلس نیاز به سیاست‌گذاری و قانونگذاری برای توسعهٔ کارآفرینی دارند. طراحی این سیاست‌ها و قانون‌ها نیاز به متخصصین کارآفرینی دارد.

## ۶. ضمیمه: تعریف کارآفرینی

تعریف نادقیق زیر را برای نشان دادن حوزهٔ مفهوم کارآفرینی ارائه می‌دهیم:

کارآفرینی معمولاً (ولی نه همیشه) شامل به وجود آوردن ارزشی نوین است. مفاهیم «نو» و «ارزش» البته نسبی و مبهم هستند. منظور از ایجاد ارزش هم معمولاً (ولی نه همیشه) ایجاد ارزش اقتصادی یا همان ثروت است. کارآفرینی معمولاً (ولی نه همیشه) شامل تحمل ریسک است. که «ریسک» هم مفهومی نسبی و مبهم است. برای رخ دادن پدیدهٔ کارآفرینی لازم است فرصتی پدید بیاید و معمولاً (ولی نه همیشه) شخص یا اشخاصی لازم است آن فرصت را تشخیص دهند و شخص یا اشخاصی لازم است از آن بهره‌برداری کنند. البته «فرصت» مفهومی نسبی و مبهم است. کارآفرینی معمولاً (ولی نه همیشه) شامل به وجود آمدن سازمانی جدید است که این سازمان معمولاً (ولی نه همیشه) ارزش‌افزا است (معمولاً ولی نه همیشه درآمدزا است). برای بهره‌برداری از فرصت معمولاً (ولی نه همیشه) باید منابع لازم گردآوری شوند.

اتفاقات زیادی لازم است رخ دهند تا کارآفرینی شود. برخی از این اتفاقات محیطی هستند و توسط فرد یا افراد خاصی انجام نمی‌شوند و برخی دیگر ممکن است توسط فرد یا افراد مختلف انجام شوند که نوع تقسیم کار بین آنها می‌تواند به اشکال مختلف باشد. مثلاً ممکن است سرمایه‌گذار و تشخیص‌دهندهٔ فرصت و راه‌انداز کسب و کار و مدیر کسب و کار همگی یک نفر باشند یا چهار نفر مختلف باشند یا برخی از این کارها گروهی انجام شود.

در تعریف فوق لازم است هم دربارهٔ «معمولاً ولی نه همیشه»ها توضیح بدهیم و هم دربارهٔ «نسبی و مبهم»ها.

### ۶.۱ توضیح «معمولاً ولی نه همیشه»ها

کارآفرین همیشه شامل به وجود آوردن ارزشی نوین نیست چرا که در برخی از تعاریف محققین جا را برای فعالیت‌های مخرب اما فرصت‌طلبانه باز می‌گذارند. همیشه هم «نو» نیست چرا که در برخی تعاریف جا برای کارهای تکراری ولی درآمدزا یا ارزش‌افزا باز گذاشته می‌شود. ضمن اینکه همانطور که در بخش بعدی اشاره می‌شود، تعریف مرز بین نو و تکراری هم کار آسانی نیست.

منظور از ارزش همیشه اقتصادی نیست چرا که برخی از تعاریف جا را برای سازمان‌های غیرانتفاعی یا فعالیت‌های نوآورانه ولی خیرخواهانه باز می‌گذارند.

کارآفرینی همیشه شامل تحمل ریسک نیست چرا که طبق برخی تعاریف خیلی وقت‌ها با عدم اطمینان بسیار کمی رخ می‌دهد یا با بهره‌گیری از رانت‌های اطلاعاتی انجام می‌شود که ریسک را برای فردی فرصت‌طلب بسیار کاهش می‌دهند.

لازم نیست همیشه فرد یا افرادی فرصت را تشخیص دهند به خاطر اینکه خیلی وقت‌ها عامل شانس و اتفاقات حساب نشده نقش مهمی دارند. فرض کنید فردی به شکلی حساب نشده تصمیم بگیرد در حالی که تقاضا برای یک محصول خیلی کم است و چند رقیب بسیار قوی تر از او در بازار وجود دارند، همان محصول را ارائه دهد. از نظر علمی او کار اشتباهی کرده است ولی اگر همان موقع شانس اتفاقی بیافتد که تقاضا برای محصول چند برابر شود به طوری که تمام شرکت‌های ارائه‌دهندهٔ آن نتوانند به این تقاضا پاسخ بدهند، آنگاه به طور اتفاقی شخص مورد نظر ما کارآفرینی موفق انجام داده بدون اینکه فرصت خاصی را «تشخیص» داده باشد. فرصت خودش شانس به وجود آمد. مثلاً در کشور چین تولیدکنندهٔ چادر بسیار بود ولی پس از وقوع زلزله در این

کشور تمام این تولیدکننده‌ها تنهای می‌توانستند کمتر از یک چهارم تقاضای چادر در این کشور را پوشش دهند. چه کسی می‌توانست فرصت زلزله را از قبل تشخیص دهد؟ لازم است به این نکته اشاره کنم که باز گذاشتن جا برای فرصت‌های اتفاقی و شانس در تعریف کارآفرینی را نگارنده جایی در ادبیات ندیده است و ایدهٔ اینجانب است.

کارآفرینی همیشه شامل به وجود آمدن سازمانی جدید نیست. در بسیاری از تعاریف جا برای کارآفرینی به اشکال مختلف در داخل سازمان‌های موجود باز گذاشته شده است. همچنین یک فرد می‌تواند به تنهایی کارآفرینی کند بدون راه‌اندازی یک سازمان.

اگر سازمانی به وجود بیاید این سازمان همیشه ارزش‌افزا نیست (ممکن است مثل مافیا یا شبکه‌های تروریستی یا قاچاقچی مخرب باشد. البته باید دید منظور ما ارا ارزش چیست و برای چه کسی است) و همیشه درآمدزا نیست (ممکن است فقط ضرر بدهد). نمونه سازمان‌های کارآفرینانه‌ای که فقط ضرر می‌دهند کسب و کارهای کوچک اینترنتی هستند که در چند سال اخیر راه‌اندازی می‌شوند و فقط ضرر می‌دهند اما قابلیت از خود نشان می‌دهند و منتظر می‌مانند تا به خاطر این قابلیت شرکت‌های بزرگتر آنها را بخرند. اگر شرکت‌های بزرگتر آنها را خریدند، ضررهایشان جبران می‌شود و موفق می‌شوند، وگرنه پس از مدتی شکست می‌خورند. همچنین حتی در سازمان‌های بزرگ هم نمونه‌هایی بوده‌اند که در آن مدیرعامل بسیار پولدار شده است اما سازمان ورشکسته شده یا بسیار ضرر کرده است.

لازم نیست همیشه منابع لازم گردآوری شوند چون خیلی وقت‌ها منابع از قبل آماده بوده‌اند (مثل فروش اطلاعات یا کالایی که از قبل داشته‌ایم و ناگهان برای آن خریدار پیدا شده است).

## ۶.۲ توضیح «نسبی و مبهم»ها

به گفتهٔ دانشنامه فلسفه استانفورد (Sorensen, 2006) مفاهیمی را مبهم (Vague) می‌گویند که بتوان برای آنها موارد مرزی<sup>۱۲</sup> پیدا کرد. مثلاً این سؤال را در نظر بگیرید: بیشترین قدی که یک فرد می‌تواند داشته باشد، چند سانتیمتر باید باشد تا او را قد کوتاه در نظر بگیرید؟ یعنی مرز بین قدکوتاه بودن و نبودن کجا است؟ مرز دقیقی وجود ندارد و در نتیجه مفهوم قدکوتاه بودن مبهم است. اما با این وجود در عمل می‌توانیم تشخیص دهیم که خیلی‌ها قد کوتاه هستند و خیلی‌ها نزدیک مرز.

بسیاری از جنبه‌های کارآفرینی نیز همینطوراند.

چقدر یک محصول باید «نو» باشد تا ارائه آن را نوآوری حساب کنیم؟ چقدر عدم اطمینان باید وجود داشته باشد تا آن را ریسک حساب کنیم؟ چقدر مفید را ارزش‌افزا می‌دانیم؟ مرز بین فرصت بودن یا نبودن یک موقعیت کجا است؟ تمام این مفاهیم ابهام دارند. برخی از این مفاهیم نوع دیگری از ابهام هم دارند به نام چندمعنایی (Ambiguity). مثلاً ارزش می‌تواند تعاریف مختلفی داشته باشد: ارزش اخلاق، ارزش دینی، ارزش اقتصادی برای کشور، ارزش اقتصادی برای شخص و...

به دلیل وجود این ابهامات معمولاً منظور ما از «نو»، «ریسک»، «فرصت» و «ارزش» یا بستگی به نظر شخصی افراد دارد (ذهنی یا Subjective هستند) و یا باید نسبت به یک معیار مشخص سنجیده شود. به همین دلیل به آنها می‌گوییم نسبی.

<sup>12</sup> Borderline cases

بنابراین شاید نتوانیم دقیق تعریف کنیم که مرز بین کارآفرین بودن و نبودن یا کارآفرینی انجام دادن یا ندادن کجا است. اما به وضوح در برخی موارد می‌توانیم تشخیص دهیم که کارآفرینی انجام شده است و در برخی موارد واضح است که انجام نشده است و در برخی موارد هم طبیعی است که شک داشته باشیم.

## ۷. منابع

- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27-39.
- Landstrom, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*: Springer Science.
- Mintzberg, H. (2004). *Managers not MBAs : a hard look at the soft practice of managing and management development*. London ; New York: Financial Times Prentice Hall.
- Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sorensen, R. (2006). Vagueness [Electronic Version]. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Retrieved July 30, 2007, from <http://plato.stanford.edu/entries/vagueness/>
- Zahra, S., & Dess, G. G. (2001). Entrepreneurship as a field of research: Encouraging dialogue and debate. *Academy of Management Review ("Dialogue" Section)*, 26(1), 8-10.