

پژوهش سرای دکتر حسابی شهرستان پیرانشهر

کارگاه تخصصی کار آفرینی

کردآورنده: محمد طار سولی

آذرماه ۱۳۹۷

فهرست مطالب

مقدمه

کارآفرین

کارآفرینی

عوامل کلیدی کارآفرینی

ویژگی‌های کارآفرینان

مزایا و منافع کارآفرینی

نقش کارآفرینی در اشتغال

آموزش کارآفرینی

کارآفرینی در ایران

راهکارهای ترویج کارآفرینی

حرف پایانی

عصر جدید، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه هاست، کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه اند بهره وری از منابع و سرمایه ها را در سرلوحه کار خود قرار داده اند و در پرتو وجود افراد تحصیل کرده و متخصص، چرخ های رشد و توسعه را به حرکت در آورده اند و به ابداعات و نوآوری هایی دست یافته اند. دسترسی به این نوآوری ها که اقتصاد کشورهای توسعه یافته را از نو زنده کرده است منوط به کارآفرینی است. (شان، ۲۰۰۳) کارآفرینی را به این دلیل که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده و باعث رشد اقتصادی می شود و همچنین چون کارآفرینی دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل می کند حایز اهمیت است. سالازار (۱۳۸۳) نیز بر این اعتقاد است که کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب های اجتماعی و بهره وری از منابع ملی می شود. کارآفرینی پدیده فنی- اقتصادی جدیدی است که در دو دهه اخیر جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت خود متحول ساخته است. در حال حاضر که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی ها، کمبودها، و سوء مدیریت هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه گذاری دولت، ضعف در صادرات غیر نفتی و بیماریهایی از این قبیل شده است، نیم نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد ما را به سوی این باور می کشاند که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که هنرمندانه، با فرهنگ، امکانات، تواناییها و سلیقه ایرانی آمیخته شود تنها راه بهبود بیماری امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فرداست (دهقانپور، ۱۳۸۱). با توجه به دلایلی که در زمینه اهمیت کارآفرینی وجود دارد ضروری است برنامه ریزان و کارگزاران دولتی با حمایت همه جانبه از فرایند کارآفرینی و برنامه ریزی جامع، زمینه رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند. امروزه شواهد موجود نشان می دهد که کارآفرینی می تواند در نتیجه برنامه های آموزشی، پرورش یابد (سالازار، ۱۳۸۳). نظریه پردازان علم مدیریت که بعد فنی کارآفرینی را بررسی می کنند بر این اعتقاد هستند که کارآفرینان می توانند در کلاس درس آموزش ببینند و بالنده شوند (عابدی، ۱۳۸۱). بنابراین کارآفرینی امروزه به یکی از مهم ترین و گسترده ترین فعالیت های دانشگاه ها تبدیل شده است (احمدپور، ۱۳۷۸). دانشگاهها ملزمند برای ترقی و ترویج آموزش کارآفرینی بیندیشند، چون نسل جوان نیاز دارد که بدانند چطور در برابر محیط های ناامن و پیچیده و قوانین و مقررات متغیر در بازار کار بطور انعطاف پذیر عمل کند. ساختار نظام آموزشی باید طوری تنظیم گردد که فارغ التحصیلان بتوانند در آینده بصورت کارآفرین در جامعه فعالیت کنند (اوسامان، ۱۹۹۸).

از طرفی ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. شاخص های سخت افزاری و دارایی های مشهود که دیروز در بنگاه اقتصادی نقشی تعیین کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارایی های نرم افزاری داده است. اگر دیروز ثروتمندترین افراد دنیا آنهایی بودند که منابع مالی بیشتری در اختیار داشتند، امروزه ثروتمندترین مردم دنیا، افراد صاحب دانش و کارآفرین هستند. از این رو توسعه اقتصادی در دنیای امروز برپایه نوآوری، خلاقیت، استفاده از دانش و کارآفرینی استوار است. اهمیت کارآفرینی و نقش کلیدی آن در پیشرفت جوامع، موجب شده است که بسیاری از دانشگاه های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، بهره گیری از کارآفرینی را مورد توجه قرار دهند و در این مسیر با تدوین استراتژی ها، سیاست ها و برنامه های علمی، در جهت بسط و تقویت روحیه و رفتار کارآفرینی در دانشجویان بکوشند. پرورش ویژگیهایی نظیر خلاقیت، خوش بینی به آینده، خطرپذیری، آینده نگری، مهارتهای رهبری، استقلال طلبی و کسب مهارتهای مختلف، می تواند فرصتهای کارآفرینی پیش روی دانشجویان را افزایش دهد (فیض و صفائی، ۱۳۸۶).

کارآفرین

واژه کارآفرین از کلمه (Entrepreneur) به معنای متعهد شدن مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبان‌ها راه یافته است. انگلیسی‌ها سه اصطلاح با نام‌های ماجراجو، متعهد و کارفرما را در مورد کارآفرین به کار می‌بردند. از نظر آنها، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

در واقع کارآفرین کسی است که نوآوری خاص داشته باشد. این نوآوری می‌تواند در ارائه یک محصول جدید، ارائه یک خدمت جدید، در طراحی یک فرآیند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد.

کارآفرینان در واقع به تغییر به عنوان مقوله تعیین کننده می‌نگرند، آنها ارزش‌ها را تغییر می‌دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می‌کنند. آنان برای تحقق این ایده، قدرت ریسک‌پذیری خود را به کار می‌گیرند. به درستی تصمیم‌گیری می‌کنند و از این رو هر کس به درستی اتخاذ تصمیم نماید به نوعی کارآفرین تلقی می‌شود.

از نظر «شومیتز» کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی است. وی مشخصه کارآفرین را نوآوری می‌داند. همچنین «جفری تیمونز» معتقد است که کارآفرین فردی است که باعث خلق بینشی ارزشمند از هیچ می‌شود.

کارآفرینی

فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان بوجود آورد کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست. سازمانی هم می‌تواند باشد حتی شرکت‌های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می‌توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است.

به عقیده «ارتورکول» کارآفرینی عبارت است از فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است.

«روبرت نشات» کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها، ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب و کار می‌داند. از نظر

«پیتر دراکر» کارآفرینی یک رفتار می‌باشد و در واقع بکاربردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردسازی محصول، بنا نهادن کار بر پایه آموزش می‌باشد.

در واقع کار آفرینی فرایند تشخیص فرصت های اقتصادی و راه اندازی کسب و کار جدید می باشد در کار آفرینی و ایجاد یک کسب و کار نوین یکی از موانعی که سد راه افراد می باشد نداشتن سرمایه کافی برای راه اندازی یک کار جدید است اما این محدودیت به این معنی نیست که برای شروع کار آفرینی گزینه های دیگری وجود ندارد. در واقع داشته های دیگری در این زمینه لازم است که می توان این کمبود را جبران کرد. مانند

عوامل کلیدی کارآفرینی

شش عامل کلیدی در مورد کارآفرینی وجود دارد که عبارتند از:

- شناخت هدف
- داشتن افق
- بکارگیری خلاقیت‌های ذهنی
- جامعه‌گرا و جامعه‌پذیر بودن
- شهامت، ابتکار، امیدوار و ریسک‌پذیر بودن
- واقع‌بینانه برخورد کردن با تفاوت بین خلاقیت‌ها و فرصت‌ها

ویژگی‌های کارآفرینان

تا به حال ویژگی زیادی در خصوص کارآفرینان بیان شده است. همه کارآفرینان در صفات فردی یکسان نیستند اما ویژگی‌های عمومی در آنها وجود دارد که عبارتند از:

- خلاقیت و نوآوری
- هدف‌گرایی
- ریسک‌پذیری
- فرصت‌گرایی و فرصت‌شناسی

- آینده‌نگری و دوراندیشی
- انعطاف‌پذیری
- اهل کار و عمل
- اعتماد به نفس و خودباوری
- واقع‌بینی

مزایا و منافع کارآفرینی

- کارآفرینی عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری است.
- کارآفرینی عامل تحریک و تشویق حس رقابت است.
- کارآفرینی عامل تغییر و نوآوری است.
- کارآفرینی باعث ایجاد اشتغال می‌شود.
- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد.
- کارآفرینی موجب توزیع مناسب درآمد می‌شود.

بنابر منافع مذکور، امروزه در تمام سرمایه‌گذاری‌های دنیا سعی بر این است که مغزهای متفکر صنعتی را شناسایی و جذب کنند به دلیل اینکه دنیای امروز، جهان علم و تکنولوژی است و ارزش اصلی تولید در مغز انسان‌ها نهفته است.

نقش کارآفرینی در اشتغال

زمانی که کارآفرینان یک شغل جدید را شروع می‌کنند بالطبع حداقل به یک یا چند نیروی استخدامی نیاز دارند تا کارهای خود را سامان بخشند. کارآفرینان به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارند، به کاهش نرخ بیکاری که از اهداف کلان اقتصادی، اجتماعی، دولتی است کمک می‌کنند. بنابراین، کارآفرینی می‌تواند زمینه‌ساز اشتغال نیروی کار باشد و نوآوری که در یک فعالیت اقتصادی توسط خود فرد ایجاد می‌شود منجر به ایجاد اشتغال در جامعه می‌شود. بر اساس آخرین نظرسنجی که تحت عنوان فرهنگ کار و نگاه ایرانیان در آن انجام شده است فقط ۴۲ درصد از جمعیت ایران خواهان شغل‌های ثابت اداری و یا در چارچوب شغل‌های وظیفه‌گرایی هستند. این در حالی است که در سال ۲۰۰۰ بیش از ۶۲ درصد از جمعیت دنیا اظهار

داشتند که می‌خواهند دارای شغل مستقل (فعالیت خوداشتغالی) باشند، ۳۴ درصد از کل جمعیت بالا آماده پذیرش ریسک به منظور دستیابی به رضایت شغلی متکی بر فعالیت‌های فردی تأکید داشتند. امروزه روحیه کارآفرینی به شدت در میان جمعیت جوان ایران در حال گسترش است. از طرفی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی کشور در حال حاضر، توجه به کارآفرینی بیش از پیش حائز اهمیت شده است. با عنایت به اعمال سیاست کاهش تصدی‌گری دولت و همچنین محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، سوق‌دهی جوانان و زنان جویای کار به سمت مشاغل کارآفرینی و خوداشتغالی ضرورت می‌یابد. مملکتی که یکی از آغاز کنندگان تمدن بشری بوده احتیاج به جوانانی دارد که کانون‌های تولید و اشتغال را در جامعه تشکیل دهند.

آموزش کارآفرینی

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهمترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد. سازمان بین‌المللی کار (ILO) به منظور ارتقاء کارآفرینی مدیران صنایع کوچک، برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای با عنوان SIYB در کشورهای مختلف بوجود آورده است. این برنامه‌ها که عملکرد مؤسسات کوچک اقتصادی را بهبود می‌بخشد برحسب توانایی مدیران صنایع کوچک و نوع فعالیت طراحی شده‌اند. قابل توجه است که با طی دوره SIYB، ۹۰ درصد شرکت‌کنندگان با اصول اولیه کسب و کار آشنا شده‌اند و ۵۰ درصد از کارآفرینان مهارت‌های خاص مدیریتی را فرا گرفته‌اند. در حال حاضر ILO در ۷۰ کشور دنیا برنامه SIYB را که هدف آن رشد کارآفرینی در صنایع کوچک است به اجرا آورده است.

کارآفرینی در ایران

طی یک دهه از اجرای برنامه SIYB توسط ILO در کشورهای مختلف جهان، بیش از صد هزار کارآفرین تحت آموزش قرار گرفته‌اند. با استفاده از الگوی SIYB و تجارب ارزنده‌ای که از اجرای آن بدست آمده و با توجه به شرایط اقتصاد ایران، چارچوبی برای تشکیل دوره‌های آموزشی کارآفرینی در ایران در قالب طرح «ستاد آموزش کارآفرینی ایران (SAKA)» طراحی و ارائه شده است. همچنین مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با استفاده از منابع بین‌المللی کار (ILO)، طرح آموزش کارآفرینی را در سال ۱۳۶۷ ارائه نمود و همزمان با تدوین نظام جدید آموزشی، در سال ۱۳۶۸ «کارآفرینی» را به عنوان یکی از دروس رشته کار و دانش پیشنهاد کرد. در طرح آموزش کارآفرینی تأکید شده است که «آموزش برای ایجاد اشتغال با مزد» دیگر تنها راه حل مقابله با مشکل فزاینده بیکاری نبوده و قلمرو آموزش از فرهنگ «برای دیگران کار کردن» فراتر رفته است.

وزارت کار و امور اجتماعی نیز در راستای وظایف و اهداف خود، به کارآفرینی به عنوان یک راهکار مؤثر در ایجاد اشتغال نگریده و در این زمینه اقداماتی به عمل آورده است. از جمله اهم این اقدامات می‌توان به برگزاری جشنواره اشتغال و کارآفرینی در مهر ماه سال ۱۳۸۳ اشاره کرد. این جشنواره که در تاریخ ۱۴ و ۱۵ مهر ماه سال ۱۳۸۳ در مجموعه فرهنگی ورزشی وزارت متبوع با همکاری سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان برگزار شد، اهداف زیر را دنبال می‌کرد:

- شناسایی و معرفی طرح‌ها و تلاش‌گران برگزیده در حوزه اشتغال و کارآفرینی
 - ترویج و اشاعه فرهنگ کارآفرینی به منظور ایجاد اشتغال بیشتر
 - فراهم ساختن زمینه مناسب برای رقابت سازنده در این عرصه.
- این جشنواره دارای برنامه‌های آموزشی و ترویجی نیز بود از جمله سه کارگاه آموزشی در زمینه‌های:
- روش جذب و تأمین سرمایه برای راه‌اندازی کسب و کار
 - روش تهیه طرح کسب و کار
 - مدیریت توسعه بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs)
- همچنین جلسات و نشست‌های تخصصی در زمینه‌های اخلاق و فرهنگ کار، مشاوره شغلی، حقوق و قوانین کار و ... نیز برگزار شد.

راهکارهای ترویج کارآفرینی

با ضرورت روزافزون نیاز به افراد کارآفرین در جامعه ما به ویژه بعد از انقلاب و دوران سازندگی که با رشد صنعت مواجه هستیم باید تمامی ارگان‌ها با همکاری هم در این زمینه قدم بردارند و هر کدام نقشی را بر عهده گیرند و نقش دولت در این میان از همه مهمتر است. از جمله:

- تنظیم و تدوین سیاست‌های بلند مدت و میان مدت در خصوص حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی و کارآفرینان نوپا.
- ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی کارآفرینان نمونه از طریق مطبوعات و قدردانی از آنها.
- ساختن فیلم و سریال در مورد زندگی کارآفرینان نمونه و تشویق مردم به سوی کارآفرینی توسط صدا و سیما.

- وارد کردن مضامین کارآفرینی در کتاب‌های درسی می‌تواند بذر ایجاد انگیزه کارآفرینی را در کودکان بارور کند.
 - تبیین شرایط محیطی لازم برای پرورش و رشد استعدادهاى کارآفرینی.
 - برگزاری سمینار، نشر مقاله و ارائه سخنرانی به منظور تغییر دانش و معرفت مدیران و سیاستگذاران و کارگزاران مؤسسات.
 - گسترش فرهنگ کارآفرینی در بخش دولتی و تعاونی.
 - تدوین دوره‌های آموزشی بلند مدت در چارچوب دوره‌های تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا در دانشگاه‌ها، ایجاد مراکز آموزشی مستقل و مراکز آموزشی مدیریت در سطح دبیرستان‌ها و مدارس راهنمایی و ابتدایی.
 - حمایت‌های دولتی و خصوصی جهت فعالیت بیشتر و مطلوب‌تر کارآفرینان.
 - ایجاد و گسترش صنایع کوچک به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌های خالی اقتصاد کشور.
 - اصلاح سیاست‌ها و قوانین دست و پاگیر دولتی.
 - برگزاری جلساتی با حضور کارآفرینان و بیان مشکلات موجود بر سر راه آنان و ارائه شیوه‌های مقابله با آن مشکلات.
 - معرفی یک روز به عنوان روز کارآفرین تا به عمل آنها ارزش و اعتبار بخشیم. در خاتمه امید آن می‌رود که فضای کشور به گونه‌ای فراهم شود که کارآفرینان بتوانند رشد نمایند و این امر مستلزم همکاری نزدیک محافل علمی و مؤسسات اجرایی برای شناسایی و پرورش و توسعه استعدادهاى افراد است تا بتوانیم هر چه بهتر و بیشتر از این ذخایر گرانبها به نحو احسن استفاده نماییم.
- اولین کشوری که ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد ژاپن بود. اولین مؤسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۵۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان سربازان فداکار اقتصادی ژاپن، پیاده و اجرا کرد. براساس این طرح از افراد از سطح دبیرستان‌ها به مسئله کارآفرینی پرداخته و آموزش دیدند که در حین تحصیل چگونه کار کنند و به دنبال کسب سود باشند و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی رهایی دهند. به تدریج مسئله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد. اکنون در ژاپن بیش از ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینی وجود دارد.

- بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶ درصد نوآوری صنعتی که توانست موقعیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفت. البته ناگفته نماند حمایت‌های دولت هم در این زمینه نقش مهمی داشته است.
- در انگلستان، دولت به دانشگاه‌ها جهت آموزش و کارآفرینی یارانه‌هایی می‌پردازد. در هلند، برای پرسنل SMEها آموزش‌های حرفه‌ای گذاشته شد به طوری که در سال ۱۹۹۸، ۳۲ درصد از SMEها درگیر آموزش حرفه‌ای بوده‌اند. همچنین در ایتالیا، ۸۵۵ دوره کسب و کار برای ۱۰۰۰۰ نفر شرکت کننده در بیش از ۲۰ دانشگاه ارائه شده است.

راهکارهای ترویج کارآفرینی:

- با ضرورت روزافزون نیاز به افراد کارآفرین در جامعه ما به ویژه بعد از انقلاب و دوران سازندگی که با رشد صنعت مواجه هستیم باید تمامی ارگان‌ها با همکاری هم در این زمینه قدم بردارند و هر کدام نقشی را بر عهده گیرند و نقش دولت در این میان از همه مهمتر است. از جمله:
- تنظیم و تدوین سیاست‌های بلند مدت و میان مدت در خصوص حمایت از فعالیتهای کارآفرینی و کارآفرینان نوپا.
- ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی کارآفرینان نمونه از طریق مطبوعات و قدردانی از آنها.
- ساختن فیلم و سریال در مورد زندگی کارآفرینان نمونه و تشویق مردم به سوی کارآفرینی توسط صدا و سیما.
- وارد کردن مضامین کارآفرینی در کتاب‌های درسی می‌تواند بذر ایجاد انگیزه کارآفرینی را در کودکان بارور کند.
- تبیین شرایط محیطی لازم برای پرورش و رشد استعدادهای کارآفرینی.
- برگزاری سمینار، نشر مقاله و ارائه سخنرانی به منظور تغییر دانش و معرفت مدیران و سیاستگذاران و کارگزاران مؤسسات.
- گسترش فرهنگ کارآفرینی در بخش دولتی و تعاونی.

– تدوین دوره‌های آموزشی بلند مدت در چارچوب دوره‌های تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا در دانشگاه‌ها، ایجاد مراکز آموزشی مستقل و مراکز آموزشی مدیریت در سطح دبیرستان‌ها و مدارس راهنمایی و ابتدایی.

– حمایت‌های دولتی و خصوصی جهت فعالیت بیشتر و مطلوب‌تر کارآفرینان.

– ایجاد و گسترش صنایع کوچک به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌های خالی اقتصاد کشور.

– اصلاح سیاست‌ها و قوانین دست و پاگیر دولتی.

– برگزاری جلساتی با حضور کارآفرینان و بیان مشکلات موجود بر سر راه آنان و ارائه شیوه‌های مقابله با آن مشکلات.

– معرفی یک روز به عنوان روز کارآفرین تا به عمل آنها ارزش و اعتبار بخشیم. در خاتمه امید آن می‌رود که فضای کشور به گونه‌ای فراهم شود که کارآفرینان بتوانند رشد نمایند و این امر مستلزم همکاری نزدیک محافل علمی و مؤسسات اجرایی برای شناسایی و پرورش و توسعه استعداد‌های افراد است تا بتوانیم هر چه بهتر و بیشتر از این ذخایر گرانبها به نحو احسن استفاده نماییم.

خانواده و کارآفرینی:

کار آفرینی مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. مروری بر ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که مفهوم کارآفرینی برای اولین بار توسط اقتصاددانان مطرح شد. سپس با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینی در شکل‌گیری تحولات اقتصادی در جوامع، دانشمندان علوم اجتماعی نیز به بررسی ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینان پرداختند. خانواده، کانونی است که در شکل‌گیری این ویژگی‌ها، می‌تواند نقش حیاتی ایفا کند. در جوامع سنتی که مردان نقش «نان‌آوری» و زنان نقش «خانه‌داری و تربیت فرزندان» را بر عهده داشتند، انتقال ایده کسب و کار بیشتر از طرف مرد صورت می‌گرفت؛ ساختار جدید خانواده در جامعه امروز و به تبع آن خروج زن از خانه، ظهور جلوه‌های تازه‌ای از بروز خلاقیت و نوآوری را در هر دو جنس زن و مرد باعث شد. بدنبال این تغییر نگرش؛ شیوه تولید، سبک زندگی و نقش‌های والدین در درون خانواده نیز دچار دگرگونی شد. به شکلی که هر کدام از والدین با رفتار خود می‌توانند در رشد اعتماد به نفس، خلق ایده‌های جدید در خانواده و تعیین مسیر شغلی فرزندان، نقش‌های اساسی را ایفاء کنند.

اگر خانواده را از دیدگاه نهادی مورد بررسی قرار دهیم به این نتیجه می‌رسیم که که خانواده از نظر کمی و کیفی می‌تواند کانون اصلی اندیشه کار و تلاش و پرورش روحیه خلق ایده و کار در افراد باشد. تحقق این امر مستلزم توجه ویژه والدین به ابعاد و ساحت‌های حیات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوین شخصیت اوست. وقتی پدر یا مادر همچون الگویی تلاشگر و مؤثر در عرصه کار و تولید در جامعه ظاهر شوند، کارکردهای مثبت ناشی از فعالیت آنها فرزند را به سمت و سویی ترغیب می‌نماید تا ذهن خود را به صورتی منسجم و ثمربخش به ادامه شغل والدین و یا حرفه‌ای جدیدتر سوق دهد. برای چنین فردی دستیابی به منابع اقتصادی ناشی از کار و تسخیر فضاها، جدید، ارزش تلقی می‌شود. چنین طرز تلقی از دنیای پیرامون، ذهن فرد را نسبت به خلق ایده‌ای نو و استقلال اقتصادی و کسب موفقیت، دگرگون می‌سازد. در این مرحله، نوجوان یا جوان ایده‌کاری خود را با خانواده در میان می‌گذارد چه بسا بتواند از تجربیات و رهنمودهای والدین و احتمالاً حمایت مالی و اجتماعی آنها بهره‌مند شود. اینجاست که معیارها و ارزشهای خانواده برای فرزند ملاک عمل و چراغ راه او در مسیر کار و تلاش واقع می‌شود. وظیفه والدین در چنین شرایطی تشریح ابعاد گسترده فعالیت اقتصادی به عنوان ارزش بنیادی برای فرزند و هدایت او در مسیر مطلوب، آغاز توأم با موفقیت را در راهاندازی کسب و کار به همراه خواهد داشت.

حرف پایانی

حرف پایانی اینکه کارآفرینان باید کمترین انتظار تایید را از نزدیکان و خانواده خود داشته باشند.

ما برای پدر و مادر و خواهر و برادر و همسر و همسایه ی خود، همیشه کوچک، ناتوان، ضعیف و خلاصه «همان جوان ناتوان دیروز» دیده می‌شویم. جان بی ناس، در کتاب تاریخ جامع ادیان می‌گوید: در تاریخ پیامبری مشاهده نشده که بدون مهاجرت به شهر و دیاری دیگر، از همان ابتدا در شهر خود، توانسته باشد دین قدرتمند و ماندگاری را پایه گذاری کند.





