

تأملی بر چیستی زیر ساختهای کارآفرینی در مدیریت دولتی با رویکردهای نوین در اشتغال

شکوفه فتاحی

کارشناس مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور مرکز اسلام آباد غرب
Shokouhfatahi0075@gmail.com

چکیده

یکی از این رویکردها مدیریت استمرار کسب و کار (BCM) business continuity management است که در قالب تیم‌هایی انجام می‌شود که در گذشته به عنوان بخش‌های کارکردی جداگانه‌ای عمل می‌کردند. این تیم‌ها فاقد یکپارچگی کامل با ریسک فناوری اطلاعات و تطابق با استانداردها هستند و تنها چیزی که دارند پشتیبانی آشکار فناوری اطلاعات و کسب و کار است. در گذشته تفکیک مدیریت استمرار کسب و کار و فناوری اطلاعات به خاطر فقدان یک جهان‌بینی منسجم نسبت به این مفاهیم وجود نداشته و پایدار مانده است. اما با گذشت زمان تیم‌های مدیریت استمرار کسب و کار یک رویکرد مبتنی بر ریسک را در خصوص تیم‌های امنیت اطلاعات و فناوری اطلاعات در پیش گرفتند. به علاوه، مجموع داده‌هایی که برای مدیریت هر برنامه مورد استفاده قرار می‌گیرد همواره یک همپوشانی حداقلی داشته است. به همین صورت، ابزارهای گزارش‌دهی نیز همپوشانی کمی با یکدیگر دارند؛ زیرا مستقل از یکدیگر برای برطرف کردن نیاز هر کدام از بخش‌های کارکردی رشد می‌کنند و ریشه واحدی ندارند. خوشبختانه ابزارهای ریسک و استانداردسازی فناوری اطلاعات در حال حاضر شروع به یکپارچه‌سازی بخش‌های مدیریت استمرار کسب و کار و گزارش‌دهی کرده‌اند که رهبران سازمان‌ها را قادر می‌سازد که در خصوص ریسک عملیاتی بصیرت‌های بهتر و کامل‌تری داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: رویکرد؛ زیرساختها؛ کارآفرینی در مدیریت دولتی؛ مدیریت

۱- مقدمه

پرسشی که به ناچار در اینجا مطرح می‌شود آن است که آیا یکپارچه‌سازی ابزارها مهم و ضروری است یا خیر؟ اگر تیم‌ها توانستند بر سکوی فناوری خود برای مدت طولانی پایدار بمانند و مشکلی پیش نیاید، می‌توان گفت آنها کارآمد بوده‌اند. این گفته تا حدی می‌تواند حقیقت داشته باشد؛ اما واقعیت آن است که فعالیت‌های پراکنده در نهایت تطابق لازم را با یکدیگر ندارند؛ به خصوص وقتی که تقاضاها و انتظارات تازه کسب‌وکارها برای افزایش عملکرد آنها در نظر گرفته شود. سه ملاحظه در خصوص نیاز به یکپارچه‌سازی ابزاری بین مدیریت استمرار کسب‌وکار و مدیریت فناوری اطلاعات وجود دارد که عبارتند از:

۱. نخست آنکه ابزارهای یکپارچه‌سازی سلسله مراتب بلند و تفکیک‌شده بخش‌های مختلف سازمان را تبیین می‌کنند و درک آسان‌تری را از کسب‌وکار فراهم می‌آورند و در عین حال ایجاد اتصال بین اهداف مدیریت ریسک و مدیریت استانداردسازی اطلاعات را با طرح‌های ویژه استمرار کسب‌وکار و رویه‌های ویژه آن ممکن می‌سازند. انجام این کار زحمت لازم برای ساختن و بازنگری طرح‌ها را کاهش می‌دهد؛ زیرا باعث کاهش میزان زمان لازم برای ردیابی اطلاعات در پایگاه‌های داده‌ای مختلف می‌شود.

۲. دوم آنکه زدن مدیریت استمرار کسب‌وکار به یک سکوی فناوری استاندارد که به‌وسیله بخش فناوری اطلاعات و امنیت اطلاعات به کار گرفته می‌شود، به حذف داده‌های تکراری و بهبود کمک می‌کند. تیم‌های عملیات یک وظیفه متداول برای بازیابی اطلاعات حاصل از قطعی و شکست در پردازش آنها دارند و تیم‌های امنیت اطلاعات همواره در خصوص ارزش نسبی سیستم و شرایط امنیتی آن هوشیار هستند. دلیلی برای عدم استفاده از این ارزش‌های متداول در درون برنامه مدیریت استمرار کسب‌وکار وجود ندارد. در عین حال بخش‌های فناوری اطلاعات و امنیت اطلاعات می‌تواند از تجربه تیم‌های مدیریت استمرار کسب‌وکار در رابطه با اعمال اثر تجاری پایدار و قابل تکرار بر کسب‌وکار و تحلیل مخاطرات استفاده کنند و ارزش نسبی کسب‌وکار را با اهداف کلیدی استراتژیک گره بزنند. ۳. در نهایت، کیفیت طرح استمرار کسب‌وکار با به کارگیری تخصص بخش فناوری اطلاعات به‌وسیله تیم مدیریت استمرار کسب‌وکار و از طریق یکپارچه‌سازی رویکردها بهبود می‌یابد. ضمن آنکه دسترسی به مجموعه داده‌های عملیاتی فراهم می‌شود که برنامه‌ریزی را مورد حمایت قرار می‌دهند. همچنین، یکپارچه‌سازی مدیریت استمرار کسب‌وکار با فناوری اطلاعات و امنیت اطلاعات هوشیاری کلی عملیاتی نسبت به مخاطرات را از طریق بهبود مشاهده‌پذیری ریسک بهبود می‌بخشد.

سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی با رویکردهای نوین :

به طور کلی و با عنایت به موارد اشاره شده در فوق، سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم نمود:

دوره اول (قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی) : در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه‌ها همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و ... از سوی دولتهای محلی به آنها واگذار گردید. کارآفرین اطلاق می‌شد، در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.

دوره دوم (قرن ۱۷ میلادی) : این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره پذیری به کارآفرینی اضافه شد کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌باشد.

دوره سوم (قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی) : در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند، بین کارآفرین و تأمین کننده سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.

دوره چهارم (دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی) : در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

دوره پنجم، دوران معاصر (از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون) : در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازوکار، جلب توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چند جانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌ند.

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است:

– موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکتهای آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع می‌شود.

– موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته است.

– موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولتها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاههای کوچک، تشویق رشد شرکتهای کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است.

– سابقه کارآفرینی در ایران

علی‌رغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و فلزات و همچنین مؤسسه جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آنها، مطرح شده است.

متأسفانه واژه کارآفرینی که ترجمه‌ای از کلمه **Entrepreneurship** است، موجب گردیده است که معنی ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی از این واژه برداشت می‌شود. در حالیکه کارآفرینی دارای مفهومی وسیعتر و با ارزشتر از اشتغال‌زایی است. این برداشت ناصحیح از این مفهوم و همچنین تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (بویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی)، موجب شده بسیاری از سیاستهایی که برای توسعه آن اتخاذ شده و نیز در بخشنامه‌ها و سخنرانی‌های مسئولان در این خصوص، صرفاً جنبه؟ اشتغال‌زایی برای آن در نظر گرفته شود. در حالیکه کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند: بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه؟ آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه؟ تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است و در صورتیکه فقط به جنبه؟ اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند .

– ریشه های کارآفرینانه

هیچ معلمی نیرومندتر و نافذتر از مثال خوب نیست. مطالعات در این زمینه نشان می دهد که بیش از نیمی از آغاز کنندگان حرف جدید والدینی داشته‌اند که صاحب یک حرفه بوده‌اند. نویسنده آنرا بطور خلاصه بدین ترتیب بیان می‌دارد: افرادی که دست به ایجاد شرکت می زنند احتمال قریب به اتفاق از خانواده هایی هستند که در آن والدین یا فامیل‌های نزدیکشان در همان حرفه مشغول فعالیت بوده‌اند. افراد مسن‌تر مثال یا مدلهایی برای فرزندان خود بوده‌اند و احتمالاً برایشان فرقی نمی‌کرد که در کار خود موفق باشند یا خیر. بهر حال، برای فرزندان که در چنین خانواده هایی بزرگ می‌شدند، عمل شروع یک حرفه جدید ممکن بنظر می‌رسید و کاری بود که آنها قادر به انجامش بودند.

خوسلا می‌گوید: «کارآفرین کسی است که افکار خود را بر کارهایی متمرکز می‌کند که بقیه از اهمیت آنها غافلند.» البته به دلیل اینکه تنها داشتن ایده‌های مخالف به موفقیت نمی‌انجامد و باعث می‌شود فردی که این ایده‌ها را ارائه داده نادان به نظر برسد، کارآفرینی در مدیریت دولتی علاوه بر خلاقیت نیازمند جسارت قابل ملاحظه‌ای هم هست. در واقع بسیاری از ایده‌های خلاقانه در نظر اول احمقانه به نظر می‌رسند. به عنوان مثال، موسسان جوان تصاویر اسکای باکس استنفورد را در نظر داشته باشید. هدف آنها ساخت مجموعه‌ای از ماهواره‌های کوچک کم هزینه بود که بتوانند تغییری در روش انتقال تصاویر با کیفیت بالا را ایجاد کنند. بیشتر سرمایه داران بزرگ تکنولوژی، این ایده را جالب ولی احمقانه می‌دانستند. موسسان اسکای باکس تلاش زیادی کردند تا ایده خود را بفروشند، اما نهایتاً خوسلا در آن سرمایه‌گذاری کرد و سال گذشته آنها برای تولید سری سوم ۷۰ میلیون دلار تامین سرمایه کردند و اکنون در حال تغییر صنعت ماهواره هستند.

این موضوع تأکیدی است بر اینکه داشتن یک دیدگاه مخالف لازم است، اما برای موفقیت کافی نیست. کارآفرینان خبره و بزرگ اغلب فروشنده‌های ماهری هم هستند. آنها می‌توانند ایده‌های خود را برای مشتریان، سرمایه داران و حتی مطبوعات شیرین جلوه داده و به هدف خود نزدیک شوند. آنها مجاب کردن را بلدند و می‌توانند هر چیزی را بفروشند.

کارآفرینان باید از پشتکار بالایی هم برخوردار باشند، حتی اگر به شکست در یک سرمایه‌گذاری برسند. مارک پینکوس (موسس شرکت زینگا) در زندگی کاری خودپستی و بلندی‌های زیادی را تجربه کرده است. مثلاً او برای تبدیل کردن زینگا به یک شرکت سهامی عام، باید به انتظار از بین رفتن شبکه اجتماعی خود به نام تریب می‌نشست. ترس از شکست نباید کارآفرین را از حرکت باز دارد. آنها برای موفقیت نیاز به باور این جمله از استیفن کاگوآ دارند: سعی کن و شکست بخور، ولی در سعی کردن شکست نخور. همانطور که مایا آنگولا می‌گوید: «شاید با شکست‌های زیادی مواجه شوید، ولی نباید به آن شکست‌ها ببازید.»

چستی زیر ساختهای کارآفرین:

کارآفرینی رقابت در کسب و کار را تقویت می‌کند

فعالیت‌های جدید کارآفرینانه و یا آغاز مجدد یک کسب و کار (حتی پس از انتقال یک واحد اقتصادی به مالک جدید) به افزایش بهره‌وری کمک قابل توجهی می‌کند. این فعالیت‌ها فشار را برای افزایش رقابت افزایش می‌دهد و همچنین واحدهای دیگر را وادار می‌کنند که یا کارایی خود را افزایش دهند و یا دست به ابداع بزنند. افزایش بهره‌وری و ابداع در واحدهای شغلی چه در سازمان‌ها، تولیدات، خدمات و یا بازار توان رقابت یک اقتصاد به طور کلان را افزایش می‌دهد. این فرآیند به مصرف‌کنندگان امکان بهره‌گیری زیاد با قدرت انتخاب بالا و قیمت‌های پایین را می‌دهد.

- کارآفرینی توانایی‌های انباشته فردی را آزاد می‌کند

یک شغل تنها راهی برای انباشت پول و سرمایه نیست. معیارهای دیگری نیز مانند امنیت، میزان استقلال، تنوع کارها و علایق نیز در یک کسب و کار مورد نظر است. سطح درآمدی بالاتر، افراد را به ارضای نیازهای بیشتری هدایت می‌کند. نیازهایی مانند استقلال و اتکا به نفس نمونه‌هایی هستند که با توسعه کارآفرینی در افراد امکان بروز پیدا می‌کنند. بر اساس تحقیقات انجام شده در میان خانوارهای کشور انگلستان افراد در کنار انگیزه‌های مادی مانند پول و سمت، کارآفرینی را راهی برای ارضای برخی نیازهای معنوی خود مانند آزادی، استقلال و کسب جنب و جوش در زندگی انتخاب می‌کنند.

در خور توجه است برای کسانی که نتوانسته‌اند شغل دلخواه خود را انتخاب کنند کارآفرین شدن ممکن است برخاسته از نیازهای اقتصادی باشد. کارآفرینی ممکن است فرصت یافتن موقعیت‌های شغلی بهتری را به آنها بدهد. رضایت شغلی در میان کارآفرینان در مقایسه با کارمندان به مراتب بیشتر است. بر اساس تحقیقات انجام شده در حدود ۳۳ درصد افرادی که شغل آزاد دارند و کارمندی ندارند و ۴۵ درصد افرادی که شغل آزاد دارند و کارمند نیز دارند از شغل خود رضایت دارند. این در حالی است که این میزان برای کارمندان در حدود ۲۷ درصد است.

کارآفرینی سازمانی

علاوه بر افرادی که مایلند کارآفرین شوند و سرمایه‌گذارانی که مایلند آنها را حمایت کنند، افراد زیادی به آنچه که به عنوان کارآفرینی درون سازمانی یا کارآفرینی در بستر یک شرکت سهامی بزرگ از آن یاد می‌شود تمایل دارند. از اوایل دهه ۱۹۸۰ با اهمیت یافتن کارآفرینی و تاکید شرکتها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند، موجب هدایت فعالیتهای کارآفرینانه به درون شرکتها شدند (وانکن و دیگران، ۱۹۸۸، ص ۱۶).

همراه با رسوخ فرآیندهای اداری و دیوان سالاری در فرهنگ شرکتها، در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، کارآفرینی در سازمانهای بزرگ به طور فزاینده‌ای مورد توجه مدیران ارشد شرکتها قرار گرفت تا آنها نیز بتوانند به فرآیند اختراع، نوآوری و تجاری کردن محصولات و خدمات جدید خود بپردازند. با آغاز دهه ۱۹۸۰، و پیشرفت ناگهانی صنایع در عرصه رقابتهای جهانی اهمیت تفکر و فرآیندهای کارآفرینانه در شرکتهای بزرگ، بیش از گذشته مورد تاکید قرار گرفت و محققان کانون توجه خود را به چگونگی القای کارآفرینی در ساختار اداری شرکتهای بزرگ معطوف ساختند (استیونسون و گامپرت، ۱۹۸۵). البته لازم به توضیح است که فعالیتهای مخاطره آمیز در کارآفرینی مستقل و فردی به معنای سازماندهی یک سازمان جدید یا تاسیس یک شرکت بوده، و فعالیت مخاطره آمیز در مفهوم کارآفرینی شرکتی به معنای توسعه فعالیتی جدید در چارچوب شرکت است.

یک اصل بسیار ساده موجب پیدایش کارآفرینان درون سازمانی شد. اصل مزبور چنین است: در وجود انسان نعمتی قرار دارد که او را وادار به خلاقیت می‌کند، یعنی چیزی پدید می‌آورد که پیش از آن بدان صورت وجود نداشته یا بدان خوبی کار نمی‌کرده است. چنین نتیجه می‌شود که شرکتها می‌توانند از طریق تشویق کارکنان و ترغیب آنها به رفتاری همانند «کارآفرینان داخلی سازمان باعث شوند که آنها در جهت افزایش سود، نوآوری کنند و سپس به این افراد آزادی عمل داده شود تا بتوانند بدون درگیری با قوانین و مقررات دست و پاگیر (دیوان سالاری) طرحهای خود را به اجرا درآورند.

چارچوب کارآفرینی سازمانی

با آشکار شدن مفهوم کارآفرینی بویژه مفهوم کارآفرینی سازمانی و ضرورت آن در توسعه سازمان و جامعه، تردیدی در تربیت کارآفرینان سازمانی جهت تحقق این هدف بزرگ باقی نمی‌ماند. با توجه به اینکه در تاکید بر اهمیت کارآفرینی سازمانی، کارآفرینانی سازمانی به عنوان موتور نیرومند توسعه سازمان و جامعه خود شناخته شدند، آنچه اهمیت حیاتی پیدا می‌کند، روشن کردن و به راه انداختن این موتورها جهت توسعه است.

برای روشن شدن موتور، کافی است استارت زده شود ولی برای استمرار فعالیت آن باید همواره به آن سوخت رسانی شود و شرایط جهت فعالیت بی نقص آن مهیا گردد. به هر حال برای آگاه شدن و شروع به حرکت کارآفرینان سازمانی کافی است آموزشهای لازم در این زمینه به آنها ارائه تا جرعه کارآفرینی در ذهن آنان زده شود و درعین حال ضرورت مسئله نیز برای آنها معلوم گردد و اما برای تداوم این حرکت باید با پرورش آنان از طریق اقداماتی مانند حمایت مدیریت، ایجاد تفکر استراتژیک کارآفرینی، ایجاد عوامل ساختاری و فرهنگی و ... بستر فعالیت مستمر را فراهم کرد.

نتیجه گیری:

به طور کلی بنابه یک تعریف جامع، آموزش به معنای معلومات و رشد فکری است که از راه تحصیلات رسمی و غیررسمی و مطالعه به دست می‌آید. اساس آموزش بر یادگیری است و هر سازمانی می‌کوشد تا کمک کند عملکرد افراد در شغلشان موثر شود. برنامه آموزشی همانا سازمان بخشیدن به این تجربیات است به طریقی که نگرشها یا مهارتهای مورد نیاز را متناسب کرده و بهبود بخشد. بنابراین، آموزش کوششی است که توسط سازمانها برای تغییر رفتار افراد از طریق فرآیند یادگیری و به خاطر افزایش اثربخشی آنها صورت می‌گیرد.

آموزش کلیه مساعی و کوششهایی است که در جهت ارتقای سطح دانش و آگاهی، مهارتهای فنی، حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان یک سازمان به عمل آید و آنان را آماده انجام وظایف و مسئولیتهای شغلی خود می‌کند. هدف از آموزش کارکنان انتقال معلومات و محفوظات نیست. هدف، انبار کردن نتایج به دست آمده در ذهن کارمندان نیست. زیرا این

دستاوردها در کتابها و کتابخانه ها موجود است. آموزش و پرورش صحیح آن است که انسان را برای جستجوی مداوم راه حل‌های جدید مجهز کند. نگرشی که همراه با کسب دانش به دست می آید، به مراتب از خود دانش مهمتر است.

پیشنهادها :

از جمله راهکارهایی که می تواند برای کشور ما مفید باشد عبارتند از:

زیر ساختهایی که برای کارآفرینان موجود نیست را مرتفع شود

بکارگیری تدابیر لازم به منظور ارائه تسهیلات لازم به کارآفرینان برتر در زمینه اشتغال

فهرست مراجع و مأخذ:

الکس، س. اسبورن، پرورش استعداد همگانی ابداع و خلاقیت. ترجمه حسن قاسم زاده، انتشارات نیلوفر .

پورعزت، علی اصغر (۱۳۷۹) ، مبانی سازمان و مدیریت ، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها

(سمت).

دنیای اقتصاد

هنری منیتزبرگ، سازماندهی، پنج الگوی سازگار، ترجمه فقیهی و سابقی، مرکز آموزش مدیریت دولتی.