

## آینده کار آفرینی

همان‌گونه که در تعاریف مختلف کار آفرینی گفتیم، افراد مختلف تعبیرهای متفاوتی از واژه کار آفرینی کرده‌اند و چشم‌اندازهای مفهومی گوناگونی دارند. البته با همه این تفاوت‌ها، جنبه‌های مشترکی در همه تعاریف وجود دارد: ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال، و پدایش. این اشتراکها در آینده نیز نیروی محرک کار آفرینی باقی خواهند ماند. یک موضوع واضح است: آینده کار آفرینی درخشان است. ما در عصر کار آفرینی زندگی می‌کنیم، عصری که مؤسسات آموزشی، واحدهای دولتی، اجتماع و شرکتها همه مؤید کار آفرینی‌اند. تحصیلات کار آفرینانه هرگز به اندازه امروز از اهمیت برخوردار نبوده است، چه از حیث تدریس و چه از نظر تحقیقات. تعداد دانشگاهها و مراکز آموزشی‌ای که حداقل یک واحد کار آفرینی دارند از ۱۶ مورد در سال ۱۹۷۰ به بیش از ۴۰۰ مورد در سال ۱۹۹۵ رسیده است و حداقل ۵۰ دانشگاه وجود دارند که ۴ واحد یا بیشتر در زمینه کار آفرینی تدریس می‌کنند. این امر به دانشجویان امکان می‌دهد مراکز، رشته‌ها، و گرایشهای متفاوت را انتخاب کنند. [۱۴] اخیراً طی تحقیقی میزان عرضه و تقاضای گروههای آموزشی کار آفرینی در سال تحصیلی ۱۹۸۹/۹۰ و ۱۹۹۷/۹۸ بررسی شده است. تعداد کل مشاغل کار آفرینی در این دوره از ۲۶ به ۹۲ رسیده یعنی ۲۵۳ درصد افزایش یافته؛ تعداد کل متقاضیانی که خواستار این مشاغل بودند تنها ۹۴ درصد بوده یعنی از ۳۵ به ۶۸ نفر افزایش یافته که نشان دهنده موقعیتی دلگرم کننده است برای متقاضیان کادر آموزشی کار آفرینی. [۱۵] چند برنامه خاص نیز برای کار آفرینی وجود دارد، مانند برنامه کارشناسی ارشد در فیزیک کار آفرینی در دانشگاه کیس وسترن رزرو.

آموزش کار آفرینی در اروپا هم در حال رشد است. در ۲۴ کشوری که اخیراً مورد بررسی قرار گرفته‌اند دانشگاههای بسیاری برنامه‌ای درسی را در موضوع کار آفرینی تنظیم کرده‌اند. بیشتر دانشگاهها و انجمنهای مورد بررسی در زمینه کار آفرینی تحقیق کرده‌اند و دوره‌های کارآموزی و آموزشی برگزار کرده‌اند و مدرک نیز می‌دهند. در بین دانشگاههای مورد تحقیق موارد بسیار اندکی بودند که دانشگاه، هیئت علمی، و یا دانشجویان در فرآیند خلق بنگاه اقتصادی به طور واقعی درگیر شوند و نیز در فروش و سود فعالیت کار آفرینانه سهم داشته باشند. [۱۶]

این افزایش درس‌های عرضه شده با افزایش تحقیقات دانشگاهی، اختصاص کرسیهای بیشتری به این حوزه، تمرکز بر کار آفرینی و رشته‌های بیشتر و تأسیس مراکز بیشتری برای فعالیتهای کار آفرینانه همراه بوده است. این روند با افزایش فعالیتهای دکترها، که هیئت علمی و تلاشهای تحقیقاتی لازم برای آینده را فراهم می‌کند، تقویت می‌شود. این افزایش فعالیتهای افزایش نیاز آینده به عرضه واحدهای درسی، کرسیهای اضافی، مراکز و تلاشهای تحقیقاتی را تأمین خواهد کرد.

دولتهای گوناگون نیز علاقه فزاینده‌ای به ارتقای رشد کار آفرینی نشان می‌دهند. افراد تشویق می‌شوند فعالیتهای اقتصادی جدیدی تشکیل دهند و از حمایتهای دولتی از قبیل تشویقهای مالیاتی، ساختمانها، جاده‌ها و سیستمهای ارتباطی به منظور تسهیل فرآیند تشکیل فعالیت اقتصادی، برخوردار گردند. هرچه قانون‌گذاران بیشتری درک می‌کنند که بنگاههای اقتصادی جدید شغل ایجاد می‌کنند و درآمد اقتصادی منطقه را افزایش می‌دهند، به همان نسبت حمایتهای دولتی (چه فدرال و چه محلی) از کار آفرینی افزایش می‌یابد. برخی از دولتهای ایالتی در آمریکا راهبردهای صنعتی نوآورانه‌ای به منظور کمک به رشد فعالیتهای کار آفرینانه و توسعه به‌موقع فناوری منطقه ایجاد کرده‌اند. تأثیر این راهبرد در صنعت سرمایه‌گذاران فعالیتهای کار آفرینانه که همیشه نسبت به قواعد و سیاستهای دولتی بسیار حساس‌اند، مشهود است. امروزه بسیاری از ایالات صندوق فعالیتهای کار آفرینانه با حمایت دولت ایالتی دارند. درصدی از بودجه این صندوقها باید در فعالیتهای کار آفرینانه داخل ایالت سرمایه‌گذاری شود. سطح فعلی و رشد وجوه سرمایه‌گذاری فعالیت کار آفرینانه ناشی از پایین آوردن مالیات سرمایه در ایالات متحده در سال ۱۹۷۸ است که از ۴۹ درصد به ۲۸ درصد رسید و نیز به دنبال برقراری قوانین آزادانه‌تر مربوط به سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی پیش آمد. سرمایه‌گذاری صندوقهای بازنشستگی در فعالیتهای کار آفرینانه در حال حاضر ۳۰ درصد از این وجوه را شامل می‌شود.

حمایتهای اجتماعی از کار آفرینی نیز همچنان ادامه خواهد داشت. این پشتیبانی در فراهم آوردن انگیزه و نیز حمایتهای عمومی حیاتی است. پیش از این کار آفرینان هرگز چنین مورد احترام عامه مردم نبوده‌اند. تلاشهای کار آفرینانه در ایالات متحده افتخارآمیز است و حتی در بسیاری موارد کار آبرومندانهای محسوب می‌شود. رسانه‌ها نقش مهمی در پیدایش این مقبولیت اجتماعی دارند. رسانه‌ها چه در گذشته و چه در آینده با ساخت و پخش برنامه‌های مروج روح عمومی کار آفرینانه و برجسته کردن موارد موفق خاص، در عمل نقش قوی و سازنده‌ای بازی کرده و می‌کنند. مقاله‌های اصلی روزنامه‌های معتبری چون نیویورک تایمز، وال استریت ژورنال و واشنگتن پست بر روح پیشتاز کار آفرین امروز و توصیف اینکه چگونه این روح می‌تواند ایالات متحده را پیشتاز فناوری در جهان نماید متمرکز بوده‌اند. مجله‌های تجاری عمومی مانند بارونز، بیزینس ویک، فوربز [۶]، و فورچون با اضافه کردن ستون کار آفرینی و فعالیت کار آفرینانه موضع مشابهی داشته‌اند. مجلاتی چون بلک انترپرایز، اینتر پریز، اینک، ونچرینگ، و ونچر که پیرامون مباحث فرآیند کار آفرینی، راه‌اندازی فعالیتهای کار آفرینانه نوپا، و شرکتهای کوچک در حال رشد شماره‌های ویژه اختصاص داده‌اند به شمارگان روزافزون و منسجم دست یافته‌اند. شبکه‌های محلی و ملی تلویزیون با مطرح کردن افراد خاص کار آفرینی را برجسته کرده‌اند. برنامه‌های فوق محدود به ذکر اتفاقات هر ناحیه در ایستگاههای محلی نبوده است، بلکه برنامه‌هایی که به صورت ملی و برای چندین شبکه فرا ایالتی طراحی شده‌اند مانند تودی شو، گودمورنینگ آمریکا، و توانتی/ توانتی [۷] بخشهای اختصاصی برای پدیده کار آفرینی داشته‌اند. این پوشش رسانه‌ای، تصویر کار آفرینان و رشد شرکتها را تعالی بخشیده و بر نقش آنان در اجتماع تأکید می‌کند.

شرکت‌های بزرگ نیز در آینده به شکل خاص کارآفرینی مربوط به خودشان درون سازمانی علاقه نشان خواهند داد. این شرکت‌ها به سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه در محیط کاری فوق رقابتی کنونی علاقه فزاینده‌ای خواهند داشت. پانزده شرکت بزرگ ایالات متحده ۲۰ درصد از کل هزینه‌های تحقیق و توسعه کشور را به عهده گرفته‌اند و نیز بیش از ۴۰ درصد از هزینه تحقیق و توسعه بخش خصوصی را پرداخت می‌کنند. به عنوان مثال جنرال الکتریک سه فعالیت اقتصادی ۱ میلیارد دلاری را طی ۱۵ سال گذشته در داخل خود ایجاد کرده است و نیز در حال انتقال کلیه تحقیقات مربوط به روشنایی به تانگسترام، شرکت مشترکش در مجارستان، است. دیگر شرکتها نیز به زودی خواهان ایجاد فعالیتهای اقتصادی بیشتری از طریق کارآفرینی درون سازمانی خواهند شد، به‌خصوص در فضای فوق رقابتی و نیاز به جهانی شدن این تمایل قوی‌تر می‌شود.

---

[6] Forbes

[7] 20/20