

## نقش کسب و کارهای کوچک و خانگی در کارآفرینی و اشتغالزایی جوانان

مریم اتحادی<sup>۱</sup>

Email:maryam.etehadi@yahoo.com

کارآفرینی در حال حاضر مؤثرترین روش برقراری ارتباط بین علم و بازار است که از طریق خلق بنگاه های جدید و عرضه محصولات و خدمات به بازار عمل می کند. فعالیت های کارآفرینانه، اقتصاد منطقه را با ساخت پایگاه اقتصادی و تدارک مشاغل جدید به اندازه قابل توجهی تحت تأثیر قرار می دهد.

صنایع کوچک در رشد اقتصادی و اشتغال زایی نقش مهم و اساسی بر عهده دارند. نیاز به سرمایه گذاری اندک برای راه اندازی کسب و کارهای کوچک باعث شده است که همه کشورها به این گونه فعالیت های اقتصادی توجه ویژه ای داشته باشند. زیرا در این صنایع با اندک سرمایه گذاری می توان اشتغال زیادی ایجاد نمود. ایجاد و توسعه صنایع و کسب و کارهای کوچک نیازمند تربیت و پرورش کارآفرینان است. به همین دلیل توجه به کلرآفرینان و تربیت و حمایت آنان مورد توجه کشورهای مختلف اعم از توسعه یافته و در حال توسعه قرار گرفته است. هدف از نگارش این مقاله که به روش کتابخانه ای و بررسی اسناد و مدارک معتبر و جستجو در شبکه جهانی اینترنت در زمینه جایگاه کسب و کارهای کوچک و خانگی در کارآفرینی و اشتغالزایی جوانان تهیه شده است، به بررسی مهمترین ویژگی های کسب و کارهای کوچک، نقش آموزش در کارآفرینی و همچنین توجه ویژه به صنایع کوچک، کارآفرینی و خوداشتغالی می باشد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، خود اشتغالی، کسب و کارهای کوچک، اشتغال

---

<sup>۱</sup> - مدیر هنرستان کاردانش سمیه شهرستان خاش

توشه و ابزار اصلی کارآفرینان چیزی نیست جز اراده ، آگاهی و مهارت . کارآفرینان موفق خواهان تغییر در موقعیت اقتصادی و اجتماعی خود و محیطشان بودند اما برای رسیدن به این آرزو منتظر دیگران نشدند و خودشان با دست خالی اما با اندیشه ای عالی آغاز به کار کردند . اگر فردی بخواهد در این عرصه موفق باشد باید چون کارآفرینان فکر کند ، چون آنان رفتار کند و مثل آنها برنامه ریزی کند . طی دهه های اخیر ، جهانی شدن ، تغییر و تحولات سریع در عرصه های گوناگون علمی ، رشد و توسعه روزافزون نظامهای اقتصادی-اجتماعی، تلاش جهت کسب مزیت‌های در بازار کالا و خدمات ، ضرورت کاهش اتکا به منابع زیرزمینی، از طرف دیگر افزایش نرخ بیکاری و کاهش سطح اشتغال ، سیاستگذاران دنیای کسب و کار را به این جهت سوق داده که بهترین راه غلبه بر چالشها برخورد نوآورانه و حل خلاقانه مسائل می باشد و این به خوبی در مفهوم " توسعه مبتنی بر کارآفرینی " منعکس است. کارآفرینی ، فرآیند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط مخاطره آمیز از طریق کشف فرصتها و بهره گیری از منابع بوده و کار آفرینان ایده های نو را برای محصول یا خدماتی تبدیل و باعث افزایش بهره وری ، ایجاد ثروت ، کاهش فقر ، بیکاری و افزایش اشتغال می شوند.

### کسب و کارهای کوچک (Small Business)

اگر چه به لحاظ تاریخی توسعه اقتصادی و پیشرفت صنعتی در کشورهای غربی همراه و مستلزم ایجاد شرکت ها و صنایع بزرگ بوده است . تنها از چند دهه قبل بود که به نقش و اهمیت شرکت ها و صنایع کوچک ک در جنبه های مهمی از نظام اقتصادی مثل اشتغال زایی و کارآیی پی برده شده است . بدون شک انجام پروژه های عظیم در صنایع نفت و گاز، راه سازی و سدسازی، دریایی، هوا و فضا، خودرو و غیره ... بدون فراهم آمدن سرمایه های عظیم زیر چتر یک نظام مدیریت میسر نبوده و نیست. از این نظر اهمیت دادن به زمینه سازی برای ایجاد کسب و کار بزرگ لازم بوده و هست . لیکن به دلایلی چند صنایع و کسب و کارهای کوچک شخصی نقش هایی بسیار ارزشمند در نظام اقتصادی کشورها (چه پیشرفته یا غیر آن) ایفا می کنند. (فیض بخش، ۱۳۸۳).

نظر به تنوع بسیار زیاد بنگاه های کوچک، ارایه یک تعریف جامع و مانع از کسب و کار کوچک بسیار دشوار است . در عوض توصیف آن ها راحت تر به نظر می رسد و در حقیقت اکثر نویسندگان در این باره به جای تعریف آنرا توصیف کرده اند. شاید قدیمی ترین کوشش در این زمینه گزارش بالتون (Bolton Report) باشد که یک کسب و کار کوچک را به شرح زیر توصیف کرده است :

- از نظر اقتصادی، یک بنگاه کوچک سهم نسبتاً کوچکی از بازار را در اختیار دارد.

- یک بنگاه کوچک به وسیله مالکین آن به صورت شخصی اداره می شود نه از طریق یک ساختار رسمی مدیریت.

- یک بنگاه کوچک مستقل است به این ترتیب که به عنوان بخشی از یک شرکت بزرگ تر نمی باشد و مالک، مدیر آن بدن کنترل خارجی و آزاد از آن تصمیمات عمده بنگاه را اتخاذ می کند.

در ایران تعداد افراد شاغل در کسب و کارهای کوچک کمتر از ۵۰ نفر هستند، در کسب و کارهای متوسط تعداد افراد شاغل بین ۵۰ تا ۵۰۰ نفر می باشند و کسب و کارهای بیش از ۵۰۰ نفر کسب و کارهای بزرگ محسوب می شوند : مغازه های شخصی، کسب و کارهای خانگی، اینترنتی و خانوادگی جز کسب و کارهای کوچک هستند . فروشگاه های زنجیره ای جز کسب و کارهای متوسط و بانک ها و شرکت ایران خودرو کسب و کارهای بزرگ محسوب می شوند.

بنابه تعریف اتحادیه اروپا، شرکت ها بر اساس تعداد کارکنان به شرح زیر دسته بندی شده اند :

الف) شرکت های تا ۹ نفر (Micro Business) .

ب) شرکت های ۱۰ تا ۹۹ نفر (Small Business) .

ج) شرکت های زیر ۵۰۰ نفر (Small and Medium Enterprises) که به آن ها SMEs گفته می شود.

د) شرکت های بیشتر از ۵۰۰ نفر (Large Business) .

#### سیر شکل گیری شرکت ها

کارآفرینی سازمانی	گرایش به شرکت های کوچک	شرکت های بزرگ	تولد شرکت ها	انقلاب صنعتی
۱۹۹۰	۸۰-۱۹۷۰	۱۹۶۹	۱۹۲۰	تا اوایل قرن جاری

#### ویژگی های کسب و کارهای کوچک

مهم ترین ویژگی هایی که اغلب پژوهشگران و نویسندگان برای کسب و کارها و صنایع کوچک برمی شمرد عبارتند از :

الف) اشتغال زایی

ب) انعطاف پذیری

ج) ظرفیت نوآوری

د) سودآوری بالاتر

ه) بهره وری و ایجاد ارزش بالاتر

انواع کسب و کار :

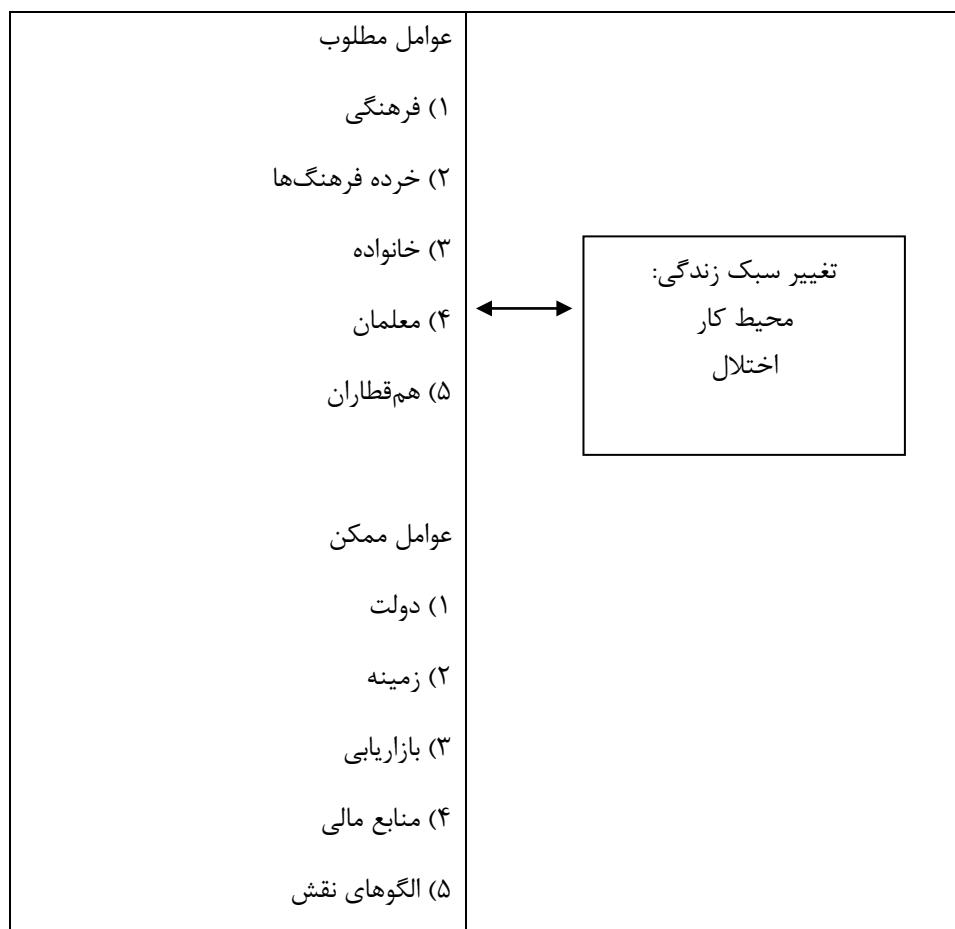
کسب و کار خانگی (Home Business)

انجام هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی کسب و کار خانگی گفته می شود، بسیاری از کارآفرینان موفق کسب و کار خود را از ابتدا در منزل شروع کرده اند، سابقه کسب و کارهای خانگی در ایران بسیار زیاد است، تولید صنایع دستی، یکی از کسب و کارهای خانگی بوده است . کسب و کار خانگی پدیده جدیدی نیست . در جوامع سنتی و کشاورزی بسیار متداول بوده است. پس از انقلاب صنعتی به دلیل مرزبندی بین کار و خانه (یا خانه و کارخانه) از اهمیت آن کاسته شد، در عصر امروز با توجه به ابزارهای ارتباطی جدید و مشکلات مختلف (گرانی، ترافیک، آلودگی) این نوع کسب و کارها روزه روز توسعه می یابد.

#### کسب و کار اینترنتی

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می شود. این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پیشرفت کرده است : خرید و فروش اینترنتی به کوچک ترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزینه دسترسی پیدا کنند . امروز، بیش از ۵۰۰ میلیون نفر در سطح دنیا از اینترنت استفاده می کنند، ۶۹ درصد از این جمعیت در طول ۹۰ روز دست کم یک خرید از اینترنت داشته اند.(احمدپور، ۱۳۸۳).

#### چگونگی تشکیل کسب و کار جدید



## کارآفرینی و آموزش

معمولاً کارآفرینان دو دسته اند. افرادی که در اثر تجربه و رشد در یک محیط مساعد کارآفرین می شوند و افرادی که با آموزشهای لازم فرآیند کارآفرینی را طی می کنند. در این میان افرادی که هم تجربه دارند و هم آموزش می بینند پرسودترین فعالیت ها را رهبری می کنند.

آموزش قبل از تحصیلات آکادمیک غیر مستقیم بوده و معمولاً از طریق قرارگرفتن فرد در محیطهای خلاق صورت می گیرد. اما در جریان آموزش مهارتی، از طریق آموزش کارآفرینی اثربخش افراد می توانند به مهارت و دانش موردنیاز برای شروع ورشد و توسعه یک کسب و کار جدید دست یابند.

آموزشهای کارآفرینی علاوه بر ایجاد انگیزش در افراد برای موفقیت و اقدام عمل جهت راه اندازی کسب و کار، به ایجاد و اشاعه فرهنگ کارآفرینی نیز کمک شایانی می کند و ایجاد این فرهنگ گام اول و اساسی در توسعه همه جانبه کشور عزیزمان ایران اسلامی است و بدیهی است در سالهایی که رویکرد کشور با فرمایشات مقام معظم رهبری رویکردی اقتصاد محور می باشد تقویت روحیه کارآفرینی زمینه های ایجاد و شرایط قوی تر را در عرصه های ملی و جهانی فراهم خواهد کرد.

در هزاره جدید اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دارای نقش برجسته و اساسی است. عوامل موثر بر بنگاههای اقتصادی به سرعت در حال تغییر می باشد. به عبارت دیگر در اقتصاد دانایی محور، ایده ها، محصولات، خدمات و فرآیند تولید و عرضه هموار، در حال تغییر و دگرگونی است. در چنین دوره هایی برای موفقیت در کسب و کار، برخورداری از دانش روز و توانایی به کارگیری آن همواره مورد نیاز و تحسین برانگیز است و کارآفرینان به عنوان کسانی که می توانند با ابتکار و نوآوری ترکیبات جدیدی از منابع، فرصتها و نیازها را خلق کنند در خط مقدم تولید ثروت، توسعه اقتصادی و فناوری در حال حرکت هستند.

این کارآفرینان هستند که به عنوان یک پدیده نوین در شرایط سخت کنونی و مخاطره آمیز جامعه، با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود امکانات و منابع را برای رشد و توسعه در زمینه های تولید و خدمات فراهم کرد و اشتغال و کسب و کار ایجاد می نمایند. لذا در سالی که مزین به نام تولید ملی و حمایت از کار و سرمایه ایرانی است استفاده از متدهای کارآفرینی به عنوان زمینه های پیشرو در صحنه اقتصاد و گسترش خدمات می تواند در افزایش کمیت و کیفیت تولیدات ایرانی موثر و کارا باشد.

## صنایع کوچک، کارآفرینی و خوداشتغالی

شاید این سؤال مطرح شود که چرا علی رغم پدید آمدن صنایع و شرکت های بزرگ، به ویژه در غرب در قرن گذشته، صنایع کوچک نه تنها از نقش و اهمیت شان کاسته نشد، بلکه به طور فزاینده ای به رشد و رونق خود ادامه دادند؟ نهضت تولید انبوه که از اواسط قرن نوزدهم شروع و در اوایل قرن بیستم شایع شد، با خود سیلی از تشکیل شرکت ها و سرمایه های بزرگ به راه

انداخت که در قسمت اعظم قرن گذشته جاری بود؛ تا جایی که در اوج آن، یعنی دهه های شصت و هفتاد، حتی اقتصاددانان برجسته‌ای مثل جی . کی . گالبرایت را به اشتباه انداخت و او را واداشت تا در کتاب مشهور خود "ایالت صنعتی جدید" پیش‌بینی مرگ و از بین رفتن صنایع کوچک و کارآفرینی را بنماید . به نظر می‌رسد، دلیل این که پس از گذشت حدود چهار دهه، این پیش‌بینی هنوز تحقق نیافته است، تنها پی بردن به نقش و اهمیت صنایع کوچک در اقتصاد ملی کشورها نباشد، بلکه، افزون بر آن، وجود افرادی با اخلاق و رفتار و ارزش‌های ویژه باشد که آنان را به عنوان کارآفرین می‌شناسیم. اینان زنان و مردانی خودساخته هستند که خواسته‌اند به طریقی که خود انتخاب می‌کنند، زندگی‌شان را اداره کنند، رییس خود باشند، و از همه مهم‌تر، نیاز شدید به کسب موفقیت دارند.

در حقیقت، ثروتمند شدن برای ایشان محصول فرعی کسب موفقیت است و انگیزه اصلی، همان راه اندازی کسب و کار مستقل و تلاش برای رشد و رونق و موفقیت آن است . این ویژگی‌ها با طبیعت و فطرت آدمی نزدیک تر است؛ در حالی که سازمان‌های عریض و طویل و بزرگ در ذهن ما تصویری خشن، بی‌روح و مکانیکی و گاه مشکوک ایجاد می‌کنند.

در ادبیات مدیریت، کسب و کار و صنعت کوچک با کارآفرینی و کارآفرینان، گاه چنان اجین شده است که گویی می‌توان آن‌ها را به جای هم به کار برد، چرا که در عمل نیز سرنوشت صنایع کوچک با کارآفرینان آن‌ها گره خورده است . در عین حال، بعضی از صنایع کوچک، در طول زمان رشدیافته و در اثر فعالیت همان کارآفرینان آن‌ها "بزرگ" شده‌اند.

با این اوصاف، کارآفرین فردی است که معمولاً با به کارگیری و به خطر انداختن منابع مالی خود و دیگران، کسب و کاری شخصی حول یک ایده که از درجاتی از نوآوری برخوردار است را تأسیس و با تلاش فراوان سعی می‌کند آن را به سودآوری، رشد و رونق برساند . همچنین، کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها.(مصلح شیرازی، ۱۳۸۲)

صنایع کوچک در رشد اقتصادی و اشتغال زایی نقش مهم و اساسی بر عهده دارند . نیاز به سرمایه گذاری اندک برای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک باعث شده است که همه کشورها به این گونه فعالیت‌های اقتصادی توجه ویژه ای داشته باشند. زیرا در این صنایع با اندک سرمایه گذاری می‌توان اشتغال زیادی ایجاد نمود. ایجاد و توسعه صنایع و کسب و کارهای کوچک نیازمند تربیت و پرورش کارآفرینان است . به همین دلیل توجه به کارآفرینان و تربیت و حمایت آنان مورد توجه کشورهای مختلف اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار گرفته است.

توجه کشورهای پیشرفته صنعتی حاکی از این است که این کشورها با برنامه ریزی‌های جامع و بلند مدتی که برای بسط و گسترش صنعت خود داشتند، توانستند گوی سبقت را از سایر کشورها با تکیه بر واحدها و کارگاه های کوچک تولیدی خود و حمایت‌های همه جانبه از آن‌ها، هر یک از این کارگاه های کوچک را به یک غول تبدیل کرده اند. استراتژی کوچک زیباست.

بیانگر توجه به کسب و کارهای کوچک است که می بایست در کشورهای در حال توسعه جدی گرفته شود. برای جلوگیری از مهاجرت و مبارزه با بیکاری در روستاها، کسب و کارهای کوچک گزینه مناسبی می باشد.

پیشرفت سریع برخی از کشورهای در حال توسعه، مدیون توجه به کسب و کارهای کوچک و توسعه کارآفرینی می باشد. کشورهایی نظیر چین، هند، تایوان و ... با اتکا به کارآفرینی کسب و کارهای کوچک توانسته اند موفق شوند.

با توجه به مطالب فوق، نقش اصلی کارآفرینان، راه اندازی بنگاه و کارگاهی است که هم خودشان را مشغول می کند و هم دیگران را. یکی از حقوق فردی افراد رشید هر جامعه اینست که شغلی داشته باشند و از آن طریق امرار معاش کرده و به

اقتصاد کشور خویش کمک کنند. فرد می تواند اشتغال خود را در سازمان های دولتی و شرکت های بزرگ و کوچک جستجو کند و به عبارت دیگر در استخدام دیگران قرار گیرد و یا می تواند کسب و کاری تأسیس کرده و برای خودش کار کند و یا

اصطلاحاً در استخدام خودش قرار گیرد. به حالت دوم، خوداشتغالی گویند. در این حالت، شخص رییس خودش است و از نظر مادی به طور مستقیم تری از هرگونه تلاشی که می کند، بهره مند می شود. فرد خوداشتغال از آزادی و استقلال عمل بیشتری

برخوردار است و عملاً در مورد تصمیمات مربوط به این که چگونه کسب و کارش را اداره کند، اختیارات وسیعی دارد. نتیجه تصمیمات و برنامه های او، هر چه که باشد، خوب یا بد، موفقیت یا شکست، نیز مستقیماً متوجه خود اوست.

خوداشتغالی اهمیت بسیاری برای رشد و توسعه و بسیج منابع و اشتغال در کشورهای امروزی دارد و در سده های اخیر دید سنتی نسبت به آن و طبقه ای از جامعه که خود اشتغال بودند- به ویژه در غرب- تغییر بسیاری کرده است. دید سنتی در

غرب نسبت به خوداشتغالان و کارآفرینان این بود که معمولاً افرادی به آن روی می آورند که از هوش و استعداد کافی برای استخدام در سازمان های بزرگ دولتی و شرکت های صنعتی برخوردار نبوده و یا به ترتیبی جزء شهروندان طبقه دوم از جمله

اقلیت های مذهبی، قومی و مهاجرین محسوب می شدند. در حالی که امروزه این دیدگاه محدود زیادی معکوس شده است. کارآفرینان در غرب را عموماً فارغ التحصیلان دانشگاه ها که از توانمندی های شخصی دیگری که ذکر آن ها پیش تر رفت نیز

برخوردارند، تشکیل می دهند. اینان اغلب بر اساس همان دوستی های توسعه یافته دوران تحصیل دانشگاهی و با به کارگیری تخصص های گوناگون خود بنگاه های موفق را به وجود آورده اند.

در ایران خوداشتغالی، به ویژه در میان فارغ التحصیلان دانشگاهی، هنوز شایع نشده است و متأسفانه اغلب فارغ التحصیلان در جستجوی استخدام، در وهله اول در دستگاه های دولتی و پس از آن در شرکت های بزرگ، هستند. یکی از دلایلی که در

کشور ما با اندکی افزایش نسبی در تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی خیلی زود با پدیده بیکاری آنان روبرو شده ایم، همین مطلب است، و این به رغم درصد پایین دانش آموختگان در کل جمعیت کشور نسبت به بسیاری از کشورهای غربی و حتی

کشورهای همتراز است.

یکی از عملی‌ترین راه‌ها و ارزان‌ترین آن‌ها، این است که در محتوای درسی دوره های دانشگاهی، به ویژه در رشته های حرفه‌ای مثل پزشکی، مهندسی، کشاورزی، حسابداری، مدیریت، حقوق و ...، دروسی در مورد برنامه‌ریزی کسب و کار کوچک، گنجانده و آموزش داده شود و همزمان، در دانشگاه‌های کشور، مراکزی را برای یافتن و تعریف کردن فرصت‌های خوداشتغالی، اطلاع‌رسانی، مشاوره و راهنمایی دانش‌آموختگان در مورد این فرصت‌ها و قوانین و مقررات اعطای تسهیلات مالی، تشکیل شرکت و ... ایجاد کنیم.

به نظر می‌رسد که بیشتر دانش‌آموختگان نمی‌دانند عملاً چگونه ممکن است کسب و کار و بنگاهی راه انداخت و مشغول اداره آن شد، لذا ساده‌ترین و بدیهی‌ترین راه که همان استخدام شدن در سازمانی موجود است را، جستجو و انتخاب می‌کنند. (مصلح شیرازی، ۱۳۸۲)

#### منابع:

- ۱) فیض‌بخش، علیرضا، (۱۳۸۳). کارآفرینی جلد اول، تهران، مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، ص. ۱۶-۱۱.
- ۲) مصلح شیرازی، علی‌نوی، (۱۳۸۲). ایده پردازی، کارآفرینی، چگونگی تدوین طرح تجاری، تهران، نشر سلمان با همکاری سایه هور، ص. ۳.
- ۳) همان منبع، ص. ۹-۶.
- ۴) همان منبع، ص. ۱۲-۸.
- ۵) همان منبع، ص. ۱۴-۱۲.
- ۶) احمدپور، محمود، (۱۳۸۳). کلوافرینی، تهران، انتشارات محراب قلم، ص. ۳۸.