



عنوان مقاله: ضرورت کاربست کارآفرینی در حوزه تجاری سازی فرهنگ و هنر

نگارنده: علی ابراهیمی / دکتری مدیریت آموزش عالی

وقتی صحبت از کارآفرینی و تجاری سازی مطرح می شود بسیاری تصور می کنند که الان وقت آن است که به سراغ صنعت و کشاورزی رفته و در آن بخش تحول و توسعه ایجاد کرد. اما می دانیم که فرهنگ هر جامعه ای تاثیر به سزایی در توسعه کارآفرینی دارد چرا که کارآفرینی بخش از جامعه ای است که مجموعه ارزش ها، نگرش ها، هنجارها و رفتارها در همان جامعه وجود دارد. لذا کارآفرینی هم بخشی از فرهنگ حاکم بر جامعه است و بر پایه آن شکل می گیرد.

ژوزف مک گوامیر (۱۹۶۴م)، نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشند اما آنچه در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار دارد عواملی چون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان های فردی و ملی و مکتب های دینی است.^۱

بنابراین اگر چه کارآفرینان، ارزش ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند ولی فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه خواهد بود. در جامعه ای که کار، اشتغال، تولید، دارای بار ارزشی و فرهنگی باشند، کارآفرینی زمینه بیشتری برای توسعه و کاربست در مقوله های دیگری دارد که شاید تصورش برای بسیاری از انسان ها دشوار است. در این میان نقش مدیران و مسئولین و آموزش دهندگان در شناسایی ظرفیت ها، پتانسیل ها، استعدادهای افراد کارآفرینی از میان منابع انسانی جامعه بسیار حائز اهمیت است. چراکه منابع انسانی در مقولای کارآفرینی نقش عمده ای ایفا می کنند. پروفیسور هاربیسون از اساتید برجسته و نظریه پرداز دانشگاه پرینستون آمریکا بر این باور است که: «منابع انسانی پایه اصلی ثروت ملت ها را تشکیل می دهند. سرمایه و منابع طبیعی عامل تغییر هستند در حالیکه انسان ها عوامل فعالی هستند که سرمایه ها را متراکم ساخته، از منابع طبیعی بهره برداری می کنند. سازمان های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را می سازند و توسعه ملی را به جلو می برند. واضح است، کشوری که نتواند مهارت ها و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به نحو موثری بهره برداری کند، قادر نخواهد بود هیچ چیز دیگری را توسعه ببخشد.»^۲

داشتن نگرش کارآفرینانه در میان مسئولین، مدیران، آموزش دهندگان در شناسایی نیروهای خلاق و نوآور و سوق آنها به سوی کارآفرینی بسیار موثر است. پروفیسور لسترتارد^۳، کارشناسی برجسته مسایل اقتصاد جهانی می گوید: «سازمانها یا نهادهایی که زیر سلطه مدیران ترسو باشند ثروتمند نمی شوند. آنانی ثروتمند می شوند که راه را بر شکوفایی انسان های کاشف و نواندیش خود بگشایند.»

^۱ . اکبری، کرامت اله (۱۳۹۰) توسعه کارآفرینی ص ۲۷۷

^۲ . تودارو، مایکل، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ص ۴۷۳.

^۳ . از اقتصاددانان پست مدرنیسم که مبنای توسعه را منابع انسانی می داند، ایشان مشاور اقتصادی کلینتون رئیس جمهور سابق آمریکا بوده است.



لذا در جامعه ای که کار، ایجاد اشتغال تولید دارای فضای ارزشی باشند و از سوی دیگر نیروی انسانی نیز به عنوان عناصر و روح آن جامعه تلقی شوند. مشوقین کارآفرینی نیز گام های استوارتری برای شناسایی افراد مستعد بخواهند داشت.

با نگاهی به زندگی کارآفرینان در می یابیم که بسیاری از معرفی شدگان در این زمینه غالباً در حوزه های صنعتی، خدماتی و کشاورزی اند. شاید بندرت می توان به نوشته هایی برخورد که به معرفی کارآفرینان عرصه های فرهنگی و هنری پرداخته است. این مهم حاکی از آن است که بایستی به این مقوله نیز وارد شده و فرهنگ کارآفرینی را به زمینه های فرهنگی و هنری اضافه کرد. این اقدام نیاز به تغییر نگرش و ایجاد دیدگاه نوین تحت عنوان «تجاری سازی صنایع و مقوله های فرهنگی و هنری» دارد.

کم نیستند کسانی که ضمن علاقه به حوزه های فرهنگی یا هنری در این مقوله ها سرمایه گذاری کرده یا سرمایه های موجود را با نوآوری و ایده پردازی بکارمی گیرند اما ناشناخته اند. از این شماره تلاش می شود که مطالبی را به حوزه کارآفرینی و تجاری سازی مقوله های فرهنگی اختصاص و ارائه دهیم.

منابع:

- ۱- اکبری، کرامت اله (۱۳۹۰) توسعه کارآفرینی تهران. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- ۲- تودارو، مایکل (۱۳۸۷) توسعه اقتصادی در جهان سوم. موسسه روزنامه اطلاعات
- ۳- جهانیان مهدی (۱۳۸۷) کارآفرینی، بنیاد زندگی، بابل، انتشارات رایانه
- ۴- شاه حسینی، علی (۱۳۹۰) کارآفرینی. تهران انتشارات آتیژ

Joseph kannampuzha, meric. (۲۰۱۷), understanding and measuring social entrepreneurship. jyvukyla studies in business and economics.

@karafarini31

021-88455415_107

www.cauast31.ac.ir

karafarini.unit31@gmail.com