

## همایش ملی کارآفرینی و تجاری سازی رشته زبان و ادبیات عربی و ششمین گردهمایی

سراسری مدیران گروه های عربی، دانشگاه سمنان، ۱۳ و ۱۴ اسفند ۱۳۹۳

### ارائه مدل تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی

مطهره زهادت\*، حامد زراعت کن\*\*

#### چکیده

زبان عربی به دلیل ویژگی های خاص و توانمندی آن در انتقال مفاهیم و معانی از جهات گوناگون بر بسیاری از زبان ها رجحان دارد. این زبان یکی از شش زبان رسمی سازمان ملل متحد و زبان رسمی ۲۵ کشور دنیا می باشد. از طرفی زبان فارسی با زبان عربی درآمیخته است و ارتباط تنگاتنگی بین این دو زبان وجود دارد. علی رغم ظرفیت های عظیم و محتوای غنی زبان عربی، در ایران عمدتاً صرفاً به آموزش زبان عربی اکتفا شده است و تاکنون اقدام جدی و سامان یافته ای برای تجاری سازی و بهره برداری از پتانسیل های کارآفرینی این زبان انجام نشده است. در حالی که امروزه کارآفرینی از سازنده ترین راهکارها در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از طریق بهره گیری از فرصت های موجود و بالقوه تلقی می شود. بنابراین تشخیص فرصت های کارآفرینانه و بهره برداری بهینه و هوشمندانه از این فرصت ها گامی بنیادین در راستای توسعه کارآفرینی محسوب می شود. این مطالعه کاربردی با بهره گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از دو رویکرد مبتنی بر منابع و مبتنی بر تقاضا به شناسایی دو طرف عرضه و تقاضای زبان عربی پرداخته و از طریق پویش، ارزیابی، تحلیل و پیش بینی رخدادهای محیطی مدلی را برای تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی ارائه می نماید. با استفاده از این مدل می توان فرصت های کارآفرینی موجود و بالقوه در زبان عربی را تشخیص داد و اقدامات لازم برای بهره برداری بهینه از آنها را اتخاذ نمود.

واژگان کلیدی: زبان عربی، کارآفرینی، فرصت، عرضه، تقاضا

\* کارشناس ارشد زبان و ادبیات عربی دانشگاه تربیت مدرس.

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، Zeraatkon@ut.ac.ir

## مقدمه

زبان عربی، زبان قرآن و زبان فرهنگ و بینشی است که به وسیله آن می‌توان اسرار کلام خداوند متعال و معانی دلنشین و جلوه‌های بدیع آن را به راحتی دریافت. دستیابی به گوهرهای گرانبهای دریای فرهنگ و معارف اسلامی نیز جز از طریق شناخت دقیق ویژگی‌ها و ظرائف این زبان و تسلط بر قواعد مُتقن و استوار آن حاصل نخواهد شد. علی‌رغم ظرفیت‌های عظیم و محتوای غنی زبان عربی، در ایران عمدتاً صرفاً به آموزش زبان عربی اکتفا شده است و تا کنون اقدام جدی و سامان یافته‌ای برای تجاری‌سازی و بهره‌برداری از پتانسیل‌های کارآفرینی این زبان انجام نشده است. در سال‌های اخیر پارادایم علم برای علم، بر فضای دانشگاه‌های کشور غلبه داشته و به جنبه‌های کاربردی علم توجه کافی نشده است. به همین علت حجم عظیمی از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، بعد از اتمام دوران تحصیل با معضل بیکاری مواجه می‌شوند. بر اساس نقشه جامع علمی کشور، علم باید نقشی مؤثر در اقتصاد ایفا نماید و فرهنگ کارآفرینی باید در مجامع دانشگاهی رواج یابد. چراکه ترویج فرهنگ کارآفرینی علاوه بر تولید ثروت، پویایی را در مجامع علمی و دانشگاهی به ارمغان می‌آورد و در نهایت به عنوان موتور محرکه‌ای برای اقتصاد کشور عمل می‌نماید (شومپیتر، ۱۹۳۴).

محققان کارآفرینی بر این باورند که تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و بهره‌برداری بهینه و هوشمندانه از این فرصت‌ها گامی بنیادین در راستای توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود. به بیان دیگر، فرصت‌قلب کارآفرینی است و تشخیص فرصت برای شروع یک فرآیند کارآفرینی، امری مهم و محوری معرفی شده است (کاسون، وادسون، ۲۰۰۷: ۲۸۶). مطالعات نشان می‌دهد که با دو رویکرد مبتنی بر تقاضا و رویکرد مبتنی بر منابع می‌توان اقدام به تشخیص فرصت‌های کارآفرینی نمود. با تمرکز بر منابع می‌توان فرصت‌هایی را تشخیص داد که از طریق آنها توانایی برای ارائه خروجی‌ها و کسب سهم از بازار افزایش یابد (آلوارز، بوسنیتز، ۲۰۰۱: ۷۵۷). بنابراین با توجه به رویکرد مبتنی بر منابع می‌توان فرصت‌های کارآفرینی متعددی را شناسایی کرد. همچنین با تمرکز بر تقاضا می‌توان در جهت برآورده کردن نیازهای مشتریان، اقدام به راه‌اندازی کسب و کار و با رویکرد مبتنی بر تقاضا می‌توان ارزش افزوده ایجاد نمود. بنابراین همان‌گونه که رویکرد مبتنی بر منابع، فرآیند تشخیص فرصت‌های کارآفرینی را تسهیل می‌نماید، به‌کارگیری رویکرد مبتنی بر تقاضا نیز زمینه را برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی فراهم می‌نماید. این مطالعه کاربردی با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی، با استفاده از دو رویکرد مبتنی بر منابع و مبتنی بر تقاضا به شناسایی دو طرف عرضه و تقاضای زبان

عربی پرداخته و از طریق پویش، ارزیابی، تحلیل و پیش بینی رخدادهای محیطی مدلی را برای تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی ارائه نموده است. با استفاده از این مدل می توان فرصت های کارآفرینی موجود و بالقوه در زبان عربی را تشخیص داد و تدابیر لازم را برای بهره برداری بهینه از این فرصت ها و رفع چالش های پیش رو اتخاذ نمود. بنابراین پرسش اصلی پژوهش این است که مدل تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی و نحوه دستیابی به این مدل چگونه است؟

## ادبیات نظری

### فرصت های کارآفرینی

لغت نامه دهخدا، فرصت را مترادف با موقع و مجال تعریف می کند همچنین لغت نامه وبستر فرصت را شرایطی اطلاق می دارد که می تواند به پیشرفت و توسعه منجر گردد. با مرور مطالب و مقالات نوشته شده در زمینه کارآفرینی می توان به مجموعه تعاریف متعددی از فرصت دست یافت:

فرصت کسب و کار را می توان شانس برآورده کردن نیازهای پاسخ داده نشده در جایی که تقاضای کافی برای برآورده کردن آن نیاز با ارزش وجود داشته باشد، دانست. این نیاز ممکن است یک نیاز واقعی، خواسته و یا تقاضا باشد. در واقع فرصت ها می توانند برای افراد، سازمان های غیر انتفاعی، کسب و کارهای نوپا، شرکت های کوچک و متوسط، سازمان های بزرگ و دولت ها به وجود آیند. کریستنسن، مدسن و پیترسن (۱۹۸۹) شناسایی فرصت را به عنوان درک یک امکان برای ایجاد کسب و کار جدید و یا پیشرفت موقعیت کسب و کار موجود، بیان می کنند که در هر دو حالت به ایجاد سود بالقوه منجر می شود. از منظر سینگ (۲۰۰۱:۱۰) فرصت به هر موقعیت مناسب در بازار اطلاق می گردد که در آن موقعیت ها بتوان محصول جدیدی را عرضه نمود. اصولاً سه دیدگاه کلی در مورد فرصت وجود دارد که فرصت ها را بر اساس پیش شرط های وجود آنها به سه دسته تقسیم بندی می کنند:

### ۱- تشخیص فرصت

اگر هر دو طرف عرضه و تقاضا مشخص باشند، در این صورت فرصت جمع کردن آنها در کنار هم باید "تشخیص داده شده" و بین عرضه و تقاضا هماهنگی به وجود آورد. این گونه فرصت ها را هم

می توان از طریق بنگاه موجود و هم از طریق راه اندازی بنگاه جدید بهره برداری نمود. تشخیص فرصت های کارآفرینی یک فعالیت کلیدی خلق ثروت و پیامد مشترک یک طرز فکر کارآفرینانه است. فرصت های کارآفرینی در بازار هایی یافت می شوند که در آن ها کالا، خدمات، مواد خام و یا روش های سازماندهی جدیدی را می توان معرفی و با قیمتی بیش از هزینه تولیدشان به فروش رساند (شین، ون کاتارامن، ۲۰۰۰:۲۲۳). به بیان دیگر تشخیص فرصت فعالیت است که ایده های کسب و کار را ارزیابی و اولویت بندی می کند و از میان ایده ها بهترین فرصت را انتخاب می نماید (تیمونز، ۱۹۹۰).

با مرور آثار اندیشمندان حوزه کارآفرینی مشخص می شود که متغیرهای زیادی بر تشخیص فرصت های کارآفرینی، تأثیر دارند. برخی از این متغیرها عبارتند از :



شکل ۱- متغیرهای تأثیرگذار بر تشخیص فرصت

## ۲- کشف فرصت

در صورتی که فقط یکی از دو طرف عرضه و تقاضا وجود داشته باشد، قبل از برقراری توازن بین دو طرف، طرف دیگر باید "کشف شود".

## ۳- خلق فرصت

در حالتی که نه طرف عرضه وجود دارد و نه طرف تقاضا، در این صورت یکی از این دو طرف و یا یکی از آنها باید "خلق گردد" و نوآوری‌های زیادی باید بازاریابی و بخش مالی صورت گیرد.

### تقاضا

همان نیاز و خواسته ای است که با قدرت خرید پشتیبانی می شود.

### عرضه

عرضه به معنی ارائه کردن یا به نمایش درآوردن کالا یا خدمتی است که باید به مشتری رسانید.

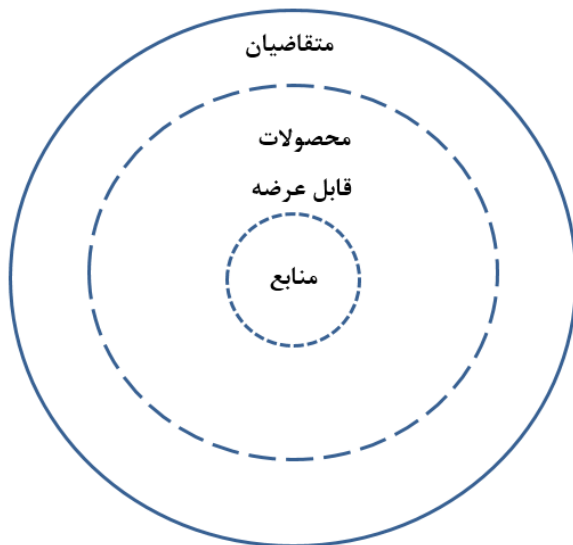
### روش تحقیق

این پژوهش از منظر هدف، تحقیقی کاربردی و برحسب روش گردآوری داده‌ها، پژوهشی کیفی است که با استفاده از منابع کتابخانه ای و پویش محیط بیرونی به توصیف و تحلیل و ارائه مدل می پردازد.

### چارچوب مفهومی تحقیق

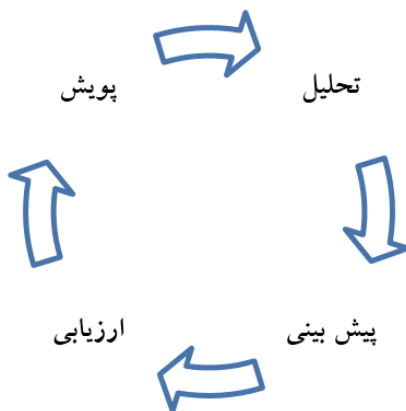
با توجه به مطالعات انجام شده و بررسی مبانی نظری، می توان بیان داشت که فرصت های کارآفرینی با در نظر گرفتن دو رویکرد مبتنی بر منابع و رویکرد مبتنی بر تقاضا حاصل می شوند. به این صورت که فرصت راه اندازی یک کسب و کار جدید در صورتی به وجود می آید که از یک سو منابع مورد نیاز کسب و کار وجود داشته باشند و از سوی دیگر متقاضی برای محصولات آن کسب و کار وجود داشته باشد. لذا فرصت های کسب و کارها، که در قالب محصولات قابل عرضه شکل می گیرند، حاصل رویارویی منابع و متقاضیان هستند. به بیان دیگر فرصت های کارآفرینی زمانی پدید می آیند که بتوان با راه اندازی یک کسب و کار از منابع بهره مند شد و نیاز متقاضیان را در قالب کالا یا خدمت

پاسخ داد. با توجه به توضیحات ارائه شده، چارچوب مفهومی اولیه تحقیق به صورت زیر شکل می گیرد:



شکل ۲- چارچوب مفهومی اولیه تحقیق

برای شناسایی منابع، متقاضیان و عرضه کنندگان موجود و بالقوه در زبان عربی از مدل موریسون (۲۰۰۳) استفاده می شود.



شکل ۳- مدل موریسون

این مدل شامل چهار مرحله می باشد :

۱) **پویش** : شناسایی محیط خارجی برای یافتن روندها و رویدادهای در حال ظهور است که سازمان را با فرصت ها و تهدیدها مواجه می کند.

۲) **تحلیل** : هر موضوع و روند احتمالی با توجه به احتمال ظهورش و ماهیت و میزان تاثیرش بر روی سازمان در صورت ظهور مورد تحلیل و آنالیز قرار می گیرد. در این مرحله، ترتیبی از روندها و موضوعات مطابق اهمیت آن ها در عملیات فعلی و برنامه ریزی شده بدست می آید.

۳) **پیش بینی** : بر روی ایجاد درکی از آینده احتمالی در خصوص روندها و موضوعات مهم تر متمرکز می باشد. در این مرحله، هریک از روش های جدید پیش بینی ممکن است مورد استفاده قرار گیرد.

۴) **ارزیابی** : وقتی پیش بینی صورت گرفت، بازه زمانی و میزان سودآوری هریک از روش ها و موضوعات ارزیابی می شوند.

همان طور که ملاحظه شد، مدل موریسون ساختاری حلقه ای دارد و مراحل آن یکی پس از دیگری تکرار می شود. بنابراین با بکارگیری این مدل فهم دقیقی از منابع، متقاضیان، محصولات قابل عرضه و عرضه کنندگان کسب و کارهای زبان عربی حاصل می شود.

## تحلیل

بنا به انجام و تحلیل چهار مرحله مدل موریسون منابع کارآفرینی زبان عربی شناسایی شدند. این منابع به صورت بالقوه موجود می باشند اما بنا به چالش های متعدد که برخی از آنها در ادامه می آیند، از فرصت های ناشی از این منابع، بهره برداری بهینه ای در راستای کارآفرینی نمی شود. به طور کلی منابعی که برای تولید محصولات در زبان عربی می توانند مورد استفاده قرار بگیرند و فرصت های کارآفرینی را شکل دهند، عبارتند از :

۱- مراکز آموزش عربی اعم از مراکز خصوصی و دولتی، دانشگاهی و غیر دانشگاهی

۲- منابع علمی عربی از قبیل کتب، مقالات، نشریات و مجلات

### ۳- دانش آموختگان و فارغ التحصیلان عربی

۴- متخصصان زبان عربی اعم از اساتید، صاحب نظران و نخبگان مربوط به این حوزه

۵- مؤسسات ملی و بین المللی مرتبط با زبان و ادبیات عربی

این منابع در مدل تشخیص فرصت کارآفرینی بایستی به نحوی با متقاضیان در ارتباط قرار بگیرند تا برای پاسخ دادن به تقاضای آن‌ها فرصت های کسب و کار مختلف تشخیص داده شوند و به بهره برداری برسند. در واقع با بکارگیری این مدل پویا، که قابلیت به روز رسانی دارد، می توان فرصت های موجود در زبان عربی را تشخیص داد و دید کلی و همه جانبه ای نسبت به فرصت های کارآفرینی در این زبان پیدا نمود و متناسب با این فرصت ها، آموزش ها و مهارت های لازم را به دانش پژوهان عربی آموخت تا بعد از اتمام دوران تحصیل نه تنها با معضل بیکاری روبرو نشوند بلکه آنها زمینه اشتغالزایی را برای سایرین فراهم سازند. در گام بعد محصولات قابل عرضه با استفاده از منابع فوق الذکر شناسایی شدند. این محصولات که غالبا در قالب خدمت ارائه می شوند در شش شاخه اصلی قابل بیان هستند :

۱- فعالیت در فضای مجازی

۲- فعالیت های رسانه ای

۳- ترجمه متون

۴- مترجمی

۵- آموزش

۶- تولید محتوا

در گام بعد متقاضیان محصولات فوق الذکر شناسایی شدند که به دو دسته زیر تقسیم بندی شده اند :

۱- سازمان ها شامل دفاتر زیارتی، مدارس، کانون های زبان، مراکز آموزش عالی، حوزه های علمیه، دارالقرآن ها، مؤسسات کنکور، نهادهای تجاری داخلی و خارجی، کارخانجات تولیدی داخلی و خارجی، دارالترجمه ها، مؤسسات نشر کتب، مقالات و مجلات، مراکز علمی - تحقیقاتی داخلی



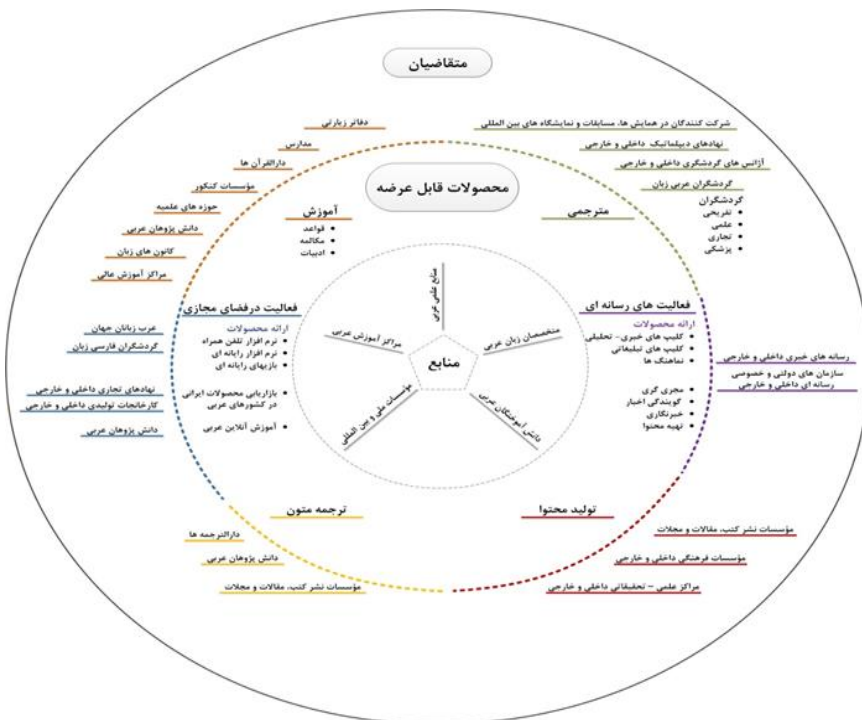
و خارجی، مؤسسات فرهنگی داخلی و خارجی، سازمان های دولتی و خصوصی رسانه ای داخلی و خارجی، رسانه های خبری داخلی و خارجی، نهادهای دیپلماتیک داخلی و خارجی و آژانس های گردشگری داخلی و خارجی

۲- مشتریان نهایی شامل دانش پژوهان عربی، عرب زبانان جهان، گردشگران فارسی زبان، شرکت کنندگان در همایش ها، مسابقات و نمایشگاه های بین المللی، گردشگران تفریحی، پزشکی، علمی و تجاری عربی زبان

بعد از شناسایی منابع، متقاضیان و محصولات قابل عرضه و پی بردن به نحوه ارتباط این عوامل با یکدیگر، مدل نهایی مطابق شکل زیر حاصل شد :

#### شکل ۴- مدل نهایی پژوهش

#### جایگاه مدل نهایی پژوهش در کارآفرینی و تجاری سازی زبان عربی :



به منظور تبیین جایگاه مدل نهایی پژوهش در کارآفرینی و تجاری سازی زبان عربی، نکات زیر بیان می گردد:

- به نقل از یداللهی (۱۳۹۰: ۲۱) "بسیاری از محققان کارآفرینی براین باورند که فرصت قلب کارآفرینی است و کارآفرینی فعالیتی است که در خلال آن فرد کارآفرین با تشخیص، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها، سعی در ارائه کالاها و خدماتی جدید، شیوه های جدید در سازمان دهی و اداره ساختارهای کسب و کار، شیوه های جدید بازاریابی و شناسایی منابع اولیه جدید دارد (ون کاتارامن، ۲۰۰۴). در واقع فرآیند کارآفرینی همان یافتن منشأ فرصت ها و درگیر شدن در فرآیند تشخیص، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها می باشد و آن دسته از افرادی که به کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها می پردازند، کارآفرین نام دارند (شین، ۲۰۰۳)". بنابراین تشخیص فرصت، سنگ بنای فرآیند کارآفرینی محسوب می شود. اگر فرصت های کارآفرینی به درستی تشخیص داده نشوند و افق بلند مدتی برای تجاری سازی ترسیم نگردد، ولو راهکارهای عملیاتی و اجرایی زیادی ارائه گردند، در بلندمدت بهره وری و اثربخشی کافی حاصل نخواهد شد و این امر باعث هدررفت منابع می شود. آنچه در این بین اهمیت دارد شناسایی روش تشخیص فرصت و نحوه ارائه مدل تشخیص فرصت است که در این پژوهش از مدل موریسون برای این منظور استفاده شده است. در مدل موریسون ابتدا وضعیت موجود جامعه پیرامون موضوع مورد نظر، رصد و احتمالات مربوط به تغییرات این وضعیت در آینده، پیش بینی می گردد. به عنوان مثال، همان طور که در مدل نهایی پژوهش مشاهده می شود، در امر آموزش فرصت های موجود در مراکز از قبیل مدارس، کانون های زبان، دفاتر زیارتی و... می باشد ولی پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات زمینه را برای آموزش مجازی زبان عربی فراهم نموده است و این امر فرصت هایی را برای کارآفرینی مهیا می سازد. در مرحله بعد مدل موریسون، فرصت های شناسایی شده براساس تعداد متقاضیان و قابلیت توسعه، اولویت بندی می شوند. اگرچه امروزه نرم افزارهایی برای تحلیل بازار طراحی شده اند ولی بدیهی است که نرم افزار قادر به تحلیل متغیرهای روانشناختی و جمعیت شناختی، که از ارکان اصلی کارآفرینی می باشند، نیست. بنابراین برای بهره گیری از این مدل باید بر نیروی انسانی متمرکز شد. راهکار عملیاتی برای پیاده سازی مدل موریسون و رسیدن به یک مدل تشخیص فرصت در زبان عربی این است که در مجامع دانشگاهی، واحدی متشکل از افرادی که آشنایی کامل با زبان عربی و فرآیندهای

تجاری سازی و فنون تحلیل بازار دارند، تشکیل شود و به صورت مداوم و منسجم مراحل این مدل را انجام دهند.

- از مزایای اصلی این مدل این است که از پویایی و قابلیت متناسب سازی با تغییرات اجتماعی، علمی و تکنولوژیکی برخوردار است و متناسب با منابع و متقاضیان موجود و آینده نزدیک، فرصت های کارآفرینی را تشخیص می دهد. به بیان دیگر این فرصت ها در هر برهه ای از زمان، قابلیت تغییر و جایگزینی دارند.
- زمانی که ایده از آستانه محدودیت های محیطی عبور نمود و قابلیت اجرایی پیدا کرد، تبدیل به فرصت می شود (یداللهی، ۱۳۹۰: ۲۷). آنچه در این مدل آورده شده است فرصت های کارآفرینی زبان عربی است. یعنی از میان ایده های بررسی شده توسط محققان، ایده هایی انتخاب گردیده که قابلیت اجرایی شدن را دارند. چرا که این مدل با توجه به امکانات موجود (رویکرد مبتنی بر منابع) و متقاضیان (رویکرد مبتنی بر تقاضا) فرصت های کارآفرینی را تشخیص داده است. با این تفاسیر یک راهکار عملیاتی برای رسیدن به مدل تشخیص فرصت این است که در مجامع دانشگاهی، گروه های کانونی برای ایده پردازی تشکیل شوند و با استفاده از روش های رایج از قبیل طوفان مغزی و روش دلفی به پردازش و غربال گری ایده پردازند.
- این مدل رویکردی کل نگر به تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی دارد و ارائه راهکارها برای بهره برداری از این فرصت ها، در قالب این پژوهش نمی گنجد. چراکه هر فرصت ملاحظات و پارامترهای متفاوتی دارد و نمی توان برای عملیاتی ساختن آنها نسخه واحدی تجویز نمود.
- متأسفانه امروزه رویکرد غالب در مباحث کارآفرینی و تجاری سازی رویکردی صرفاً اقتصادی و بیگانه با پارامترهای فرهنگی و اجتماعی است. این موضوع ممکن است برای تجاری سازی زبان عربی، که زبان قرآن و زبان مشترک مسلمانان است، مخاطراتی ایجاد نماید. لذا این امر مستلزم رعایت ملاحظات ویژه ای می باشد. به گونه ای که راهکارهای تجاری سازی زبان عربی را با راهکارهای تجاری سازی سایر زبان ها، متمایز گرداند. لازم به ذکر است که این مسأله در طراحی مدل نهایی پژوهش، حتی در زمینه تولید محتوا، رعایت گردیده است. توضیح اینکه اگرچه ساحت علم و دانش بسیار مقدس تر از آن است که رویکردی صرفاً اقتصادی به تولید آنها داشت ولی مسأله این است که در مجامع دانشگاهی، باید فضا به سمت تولید علم، دانش و محتوایی

سوق پیدا کند که متناسب با نیازهای روز جامعه باشد. تحقق این امر بدین معناست که متقاضی به اندازه کافی برای محتوای تولید شده وجود دارد و فرآیند تجاری سازی محقق شده است.

## نتیجه گیری

در این مطالعه به تشخیص فرصت های کارآفرینی در زبان عربی پرداخته شد. به این منظور ابتدا با بررسی مبانی نظری کارآفرینی، یک مدل مفهومی جهت شناسایی فرصت های کارآفرینی در زبان عربی ارائه گردید. این مدل مفهومی، که مبتنی بر منطق فرآیند راه اندازی کسب و کار یعنی منبع، عرضه کننده، تقاضا کننده طراحی شده است، با توجه به دو رویکرد مبتنی بر منابع و رویکرد مبتنی بر تقاضا، منابع زبان عربی و متقاضیان این زبان را در کنار هم قرار می دهد. منابع محیطی و تقاضا کنندگان به واسطه محصولات قابل عرضه ای که از راه اندازی کسب و کار حاصل می شوند، به هم مرتبط می گردند و فرصت های کارآفرینی در زبان عربی را شکل می دهند. از دیگر دستاوردهای به کارگیری مدل نهایی پژوهش و انجام چهار مرحله مدل موریسون این است که چالش های تجاری سازی و مشکلات بهره برداری از فرصت های شغلی زبان عربی، شناسایی شدند. مرتفع نمودن این چالش ها منجر به تسهیل روند راه اندازی کسب و کارها و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی می شود. برخی از این چالش ها عبارتند از:

- ۱- بیگانه بودن دانش پژوهان عربی با مبانی فرهنگی کارآفرینی از قبیل ریسک پذیری، تحمل ابهام و عدم قطعیت موجود در فضای کسب و کار
- ۲- عدم تمایل به انجام کار تیمی و اشتیاق به انجام پژوهش های فردی
- ۳- مبتنی بر انتقال دانش بودن اکثر برنامه های آموزشی بجای توجه به خلاقیت و نوآوری
- ۴- منطبق نبودن پژوهش های علمی از قبیل مقالات و پایان نامه ها با نیازهای روز جامعه
- ۵- آشنا نبودن فعالان حوزه پژوهش با واقعیت های بخش صنعت و بازار
- ۶- کمبود هماهنگی، همفکری و همکاری بین بخشی و برون بخشی در راستای تجاری سازی ظرفیت های زبان عربی

- ۷- وجود حلقه های مفقوده سازمانی در زنجیره تولید علم تا ثروت (نبود بستر مناسب برای تجاری سازی دستاورد های پژوهشی و مصرف تولیدات علمی در کشور)
- به منظور بهره برداری از این فرصت ها و ارائه راهکارهایی برای برون رفت از وضعیت فعلی، تجربیات موفق تجاری سازی در سایر حوزه های علمی مد نظر قرار داده شد و راهکارهای زیر استحصال گردید:
- ۱- برگزاری نشست های تخصصی به منظور آشنایی دانشجویان با واقعیت ها و نیازهای واقعی بازار و جامعه
  - ۲- تشکیل کارگروه های پژوهشی دانشجویی به منظور آموزش کار تیمی و ایجاد انگیزه برای جهت دهی پژوهش های فردی به کارهای گروهی
  - ۳- ایجاد کرسی های تخصصی میان رشته ای به منظور بررسی راهکارهای تجاری سازی زبان عربی با تلفیق سایر علوم
  - ۴- ایجاد پژوهشکده ها و مراکز رشدی با رویکرد تجاری سازی زبان عربی
  - ۵- ساماندهی و شبکه سازی هسته های فعال دانشجویی، به منظور هم افزایی و همگرایی، تقویت همکاری، اشتراک دانش و اطلاعات در جهت تجاری سازی زبان عربی
  - ۶- برگزاری کارگاه های آموزشی مباحث مورد نیاز دانشجویان از قبیل اصول و روش های تجاری سازی علم و مبانی و استراتژی های کارآفرینی
  - ۷- توسعه شرکت های دانش بنیان به منظور تجاری سازی ایده های دانشجویان و کسب مهارت های کسب و کار همگام با تحصیل
  - ۸- ایجاد ارتباط نزدیک بین مراکز علمی و پژوهشی داخلی و توسعه مناسبات منطقه ای و همکاری های بین المللی

## فهرست منابع

یداللهی، جهانگیر، گلابی، امیرمحمد و مهرابی، رزا، (۱۳۹۰)، فرصت ها و ایده های کارآفرینی، چاپ دوم، تهران، جهاد دانشگاهی

- Alvarez, Sh. A., Busenitz, L. W. (۲۰۰۱). " The Entrepreneurship of Resource-based Theory", Journal of Management , Vol ۲۷: ۷۵۵-۷۷۵
- Casson, M., & Wadeson, N. (۲۰۰۷). "The discovery of opportunities: extending the economic theory of the entrepreneur". Small Business Economics .
- Christensen, P. S., O. O. Madsen, and R. Peterson (۱۹۸۹), "Opportunity Identification: The Contribution of Entrepreneurship to Strategic Management". Denmark: Aarhus University Institute of Management
- Morrison S.L. & Wilson I.( ۱۹۹۷) " Analyzing environments and developing scenarios for uncertain times". planning and management for a changing environment.
- Schumpeter, J.,(۱۹۳۴)." Theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle". Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Singh, R. (۲۰۰۱). "A comment on developing the field of entrepreneurship through the study of opportunity recognition and exploitation". Academy of Management Review. Vol. ۲۶, No., pp. ۱۰-۱۲
- Shane, S. (۲۰۰۳). A General Theory of Entrepreneurship. Cheltenham : Edward Elgar. ۳۲۴-۳۲۸.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (۲۰۰۰). "The promise of entrepreneurship as a field of research". The Academy of Management Review, Vol. ۲۵, No.۱, p.۲۱۷-۲۲۶.
- Timmons, J.A. (۱۹۹۹). "New Venture Creation: Entrepreneurship in the ۲۱th centuries". Homewood, IL: Irwin.
- Venkataraman, S. (۲۰۰۴). Regional transformation through technological entrepreneurship. Journal of Business Venturing, ۱۹- ۱۵۳-۱۶۷.

## تقديم نموذج تحديد فرص توفير فرص العمل في فرع اللغة العربية وآدابها

مطهرة زهادت\* ، حامد زراعت كن\*\*

### الملخص

إن اللّغة العربية تفوق على كثير من اللغات، من أجل احتواءها على السمات الخاصة لا سيّما قدرتها الكبيرة على نقل المفاهيم والمعاني في أحسن وجه. تُعدّ هذه اللّغة من اللغات الستة الرسميّة في منظّمة الأمم المتحدة، وكذلك تعتبر اللغة الحكومية في خمس وعشرين بلداً في العالم، من جهة أخرى إمتزجت اللّغة العربية بلغتنا الفارسية و ارتبطت بها إرتباطاً وثيقاً؛ و لكن رغم اشتمال اللّغة العربية على المقدرات العظيمة و المفاهيم العالية يُقتصر في بلادنا إيران على تعليمها دون المبادرة بتسويق اللّغة العربية و التمتع بقابليات ريادة العمل مبادراً دقيقة علميّة. هذا مع أنّ في عالمنا اليوم، تُعتبر ريادة العمل من أكثر المناهج تأثيراً في مجال التقدّم الإقتصادي و الإجتماعي و الثقافي عن طريق انتهاز الفرص الموجودة. و من ثم معرفة فرص ريادة العمل و استخدامها الأمثل الذكيّ تُعتبر خطوة أساسية في سبيل تقدمها. قامت هذه الدراسة بإستطلاع مواقف العرض و الطلب في اللغة العربية منتهجاً منهج التوصيفي التحليلي و مستفيداً من النهج القائم على المصادر و الطلب، ثم عرضت نموذجاً لمعرفة فرص ريادة العمل في اللغة العربية من خلال البحث و التقويم و الإشراف و تنبؤ التغيّرات الطبيعية. إستخدام هذا النموذج يمكننا الإطّلاع على فرص ريادة العمل الموجودة في اللغة العربية، ثم القيام بالإجراءات اللازمة للاستغلالها الأمثل.

كلمات مفتاحية : اللغة العربية، توفير فرص العمل، الفرصة، العرض، الطلب.

\* ماجستير اللغة العربية وآدابها، جامعة تربيت مدرس

\*\* طالب في مرحلة الماجستير في فرع توفير فرص العمل بكلية توفير فرص العمل لجامعة طهران (الكاتب المسؤول)، Zeraatkon@ut.ac.ir

## **Abstract**

Because of the specific features of Arabic and its capabilities in conveying, it is preferred in many languages. This language is one of the six official languages of the United Nations and official language of ۲۵ countries in the world. On the other hand Arabic and Persian are combined together and there is a close relationship between these two languages. Despite the enormous capacity and rich content in Arabic, in Iran has been mostly confined merely to teach the Arabic and has not performed serious and organized effort to commercialize and exploit the entrepreneurial potential of this language. While entrepreneurship is the most productive strategies for social, cultural and economical development. By taking advantage of the opportunities and potential. Therefore, recognition entrepreneurial opportunities is a fundamental step for optimal and intelligently utilization in entrepreneurship. This study utilizes a cross-sectional method and with using the resource-based and demand-based approach to identify both the supply and demand are discussed in Arabic. Through exploration, appraisal, analysis and prediction model for the detection of environmental events in the Arabic language provides opportunities for entrepreneurship. By using this model, we can recognize entrepreneurial opportunities of the Arabic language and adopt measures to optimize utilization of them.