

## آسیب‌شناسی کارآفرینی در ایران

کارآفرینی فعالیتی است که شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای معرفی محصولات و خدمات، روش‌های سازماندهی، بازارها، فرآیندها و مواد خام جدید از طریق تلاش‌های سازمان‌دهنده‌ای که قبل از این وجود نداشته است. کارآفرینی برای هر جامعه‌ای دارای منافع هم‌چون افزایش رشد اقتصادی، ارتقاء بهره‌وری، و پدید آمدن تکنولوژی‌ها، محصولات و خدمات جدید است.

تمایلات به سمت نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی ذاتی یک فرد یا جامعه نیست، و علاوه بر آن یک رویداد شانسی و تصادفی هم نیست، بلکه کارآفرینی پدیده‌ای است که شرایط محیطی که عملیات در آن صورت می‌گیرد در آن عاملی تعیین‌کننده است. کارآفرینان در تمام کشورها و تمام فرهنگ‌ها موجودند، اما در برخی کشورها بیشتر یافت می‌شوند. در کشورهایی که شرایط نامساعدی برای کارآفرینی وجود دارد، اما کارآفرینی خصومت وجود دارد، معمولاً اقتصادهای زیرزمینی و پنهانی توسعه می‌یابند؛ ولی در محیط‌های دوستانه‌تر، علاوه بر کارآفرینان داخلی، کارآفرینان خارجی نیز برای بهره‌برداری از فرصت‌ها هجوم می‌آورند.

با توجه به آمارهای بین‌المللی، ایران در زمره کشورهایی است که کارآفرینی و فضای کسب‌وکار آن از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی‌باشد. این در حالی است که کشور عزیز ما از منابع انسانی سرآمد و استعدادهای سرشار از نبوغ و خلاقیت برخوردار است و دارای دیرینه‌ای غرور انگیز است. از همه اینها مهم‌تر مردم ایران مسلمان هستند و دارای پشتوانه عظیم دینی می‌باشند. اهمیت کارآفرینی در دین مبین اسلام و تأکیدات مکرر رسول مکرم اسلام (ص) و ائمه معصومین (ع) بر کسب و کارهای کارآفرینانه آنچنان گسترده و متنوع است که درباره آن می‌توان کتابها نوشت. ولی متأسفانه آنچه که به عنوان فرهنگ کسب و کار در جامعه ما حاکم شده است با آموزه‌های دین مبین اسلام فاصله زیادی دارد. لذا برای بهبود فضای کسب و کار در جامعه اسلامیمان بر همگان واجب است در اولین گام ضروری، با بهره‌گیری از منابع ارزشمند و غنی اسلامی، تحولی عظیم در نظام اقتصادی و اجتماعی خود بوجود آورند تا انشا... شاهد کشوری توسعه یافته، متناسب با شان نظام جمهوری اسلامی باشیم. در یک نگاه کلی می‌توان مهم‌ترین عواملی را که بر کارآفرینی و محیط کسب‌وکار موثر بوده به

عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، بین‌المللی، فن‌آوری، عوامل قانونی و مسائل اخلاقی و ارزشی طبقه‌بندی کرد. در یک بیان ساده و صریح، می‌توان اذعان داشت که بخش قابل توجهی از مقتضیات رشد اقتصادی هر کشور در گرو فضای کسب و کار مناسب در آن کشور است که می‌تواند بر عملکرد کارآفرینان بنگاه‌های تولیدی و خدماتی، نیروی کار، سرمایه‌گذاران اقتصادی، روند تولید و فرآیندهای اقتصادی نظیر فروش، رقابت در عرصه‌های داخلی و جهانی و توسعه صنعتی و اقتصادی کشور تاثیر گذاشته و چهره اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور را مخدوش سازد.

مهمترین نقاط ضعف کارآفرینی در کشور به همراه راهکارهای ارتقای آن را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

**فرهنگ و روحیه ضد کارآفرینی:** داشتن فرهنگ کارآفرینی در جامعه ملی حایز اهمیت است، چرا که فرهنگ تعیین‌کننده نگرشهای افراد در جهت آغاز فعالیت کارآفرینانه است. ایجاد و تقویت ارزشها، نگرشها و رفتارهای کارآفرینانه، به طور کلی تحت عنوان فرهنگ سازی کسب و کار، از مولفه‌های اصلی توسعه کارآفرینی است. نگرش حاکم بر بخشی از جامعه ایران که کار و تلاش و انباشت ثروت ناشی از کارآفرینی، نبوغ و خلاقیت و تلاش را مذموم می‌داند، باید تصحیح و به نگرش‌های مثبت تبدیل گردد. این هدف عمدتاً در قالب سیاستها و برنامه‌های تشویقی - ترویجی - آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی قابل پیگیری است. فرهنگ‌سازی مورد نظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی محقق می‌شود. نکته‌ای که در خصوص فرهنگ سازی باید مورد توجه سیاستگذاران توسعه کارآفرینی در کشور باشد، طبیعت طولانی مدت نتیجه‌گیری از این برنامه‌هاست. فرهنگ واقعی کسب و کار در یک فرآیند طولانی مدت صورت می‌گیرد و از برنامه‌های فرهنگی نبایستی نتایج آنی انتظار داشت.

**دولت محوری:** این نگرش سنتی نیز که دولت را متصدی همه امور جامعه و به اصطلاح همه کاره و به تبع آن مسئول همه امور می‌داند، باید تعدیل گردد تا گرایش به فعالیتهای اقتصادی خصوصی به وجود آمده، از میزان گرایش به مشاغل دولتی کاسته شود. دولت باید در جهت کاستن از تصدی‌گری گام بردارد و عمدتاً بر اعمال حاکمیت متمرکز شود. در زمینه کارآفرینی نیز بر اساس دیدگاه مدیریت‌گرایی، انتظار نیست که دولت به طور مستقیم درگیر کارآفرینی شود، بلکه باید ضمن ایفای نقش سیاستگذاری، با حمایتها و پشتیبانیهای خود، در جهت رشد و توسعه کارآفرینی در جامعه بکوشد. دولت می‌تواند برای کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک با تسهیل امکانات لازم، از طریق منابع مختلفی همچون: سازمانهای غیر دولتی (NGOs)، موسسات آموزشی دولتی و دانشگاهها؛ سازمانهای محلی (حکومتهای محلی)؛ موسسات

آموزشی خصوصی؛ اتاق‌های بازرگانی و تجاری؛ موسسات توسعه مدیریت؛ انجمن‌های بازرگانی؛ سازمان‌های مشاوره‌ای؛ موسسات آموزشی خود‌گران در زمینه کسب و کارهای کوچک به این مهم دست یابد.

**فقدان رقابت:** میدان دادن به بخش خصوصی و تسهیل ورود کسب و کارهای جدید، رقابت بین شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. موسسات جدید همیشه منبع اصلی نوآوری بوده‌اند. حضور فعال بخش خصوصی و ظهور موسسات جدید، رقابت را افزایش می‌دهد، موسسات موجود و بخش دولتی را به چالش می‌کشد، بازارهای با طراوت ایجاد می‌کند، انتقال تکنولوژی را تسهیل می‌سازد و سرمایه‌گذاری و همراه با آن مشاغل جدید را ترغیب می‌کند. اینها از جمله ویژگی‌هایی هستند که در فضای اقتصادی کشور مورد غفلت واقع شده‌اند. در صورت محقق شدن این مولفه‌ها، ضمن آنکه کارآمدی در بخش دولتی را شاهد خواهیم بود؛ بازارهای تولیدات و خدمات و همچنین بازارهای کار و سرمایه شکوفا می‌گردد و محیطی مناسب برای کسب و کارهای کارآفرینانه ایجاد خواهد شد.

**قوانین کارآفرینان:** قوانین و مقررات تعیین‌کننده چارچوب‌های فعالیت‌های کاری هستند که کارآفرینان مکلف به رعایت آنها می‌باشند. کارآفرینان از نظر قانونی نمی‌توانند مستقل از قانون عمل نمایند، و احساس خودمختاری داشته باشند. قوانین و مقررات و بخشنامه‌های دولتی ممکن است دارای هدف عالی باشند، اما در تدوین آنها کمتر به کارآفرینان توجه شده است. مهمترین این قوانین عبارتند از: مقررات ثبت و تاسیس شرکتها و تعیین ماهیت حقوقی آنها و روابط موسسان، مقررات مربوط به اخذ پروانه کسب و کار، مجوزها، قوانین مالیاتها و قوانین کار و قوانین رقابت و سایر قوانینی که در کشور وجود دارد. این مقررات به ندرت در زمینه توسعه کارآفرینی در کشور شفاف و مشوق هستند و دائماً با گله‌مندی کارآفرینان در این زمینه مواجه هستیم که از تریبون‌های مختلف ابراز می‌شود. لذا قانونگذاران در تدوین و تنقیح این دسته از مقررات، همواره باید از خود پرسند که این قانون تا چه اندازه می‌تواند برای فعالیت‌های کارآفرینانه تسریع‌کننده و یا مانع‌شونده است؟ اگر خواهان رونق کسب و کارهای کارآفرینانه هستیم باید ضمن حذف مقررات دست‌وپاگیر، انعطاف‌های لازم را نیز در قوانین موجود و مقررات جدید مد نظر قرار دهیم.

**کارآفرین‌کشی:** دلیل اندک بودن کارآفرینان واقعی در کشور، عدم تشویق آنها از سوی سیاستگذاران و مجریان ملی و سازمانی است. معمولاً در سطح جامعه و سازمانها، بجای اینکه افراد کارآفرین را به عنوان بازیگران کارهای تیمی، و افراد خاصی که به پروژه‌های خاص علاقمندند، ببینند؛ آنها را به عنوان افراد منزوی و بی‌علاقه به فعالیت‌های سازمان می‌انگارند. از اینرو در جامعه و شرکتهای بزرگ، غالباً به کارآفرینان، به عنوان افرادی عیب‌جو، متمرّد، گستاخ، تنبل و نامرتب در کار نگریسته می‌شود، که با استانداردهای سازمان تطبیق ندارند و عرصه را چنان بر آنها تنگ می‌سازند که یا مجبور به ترک سازمان می‌شوند و یا از نبوغ خود در جهت تخریب سازمان و یا اقدامات دلالتی و واسطه‌گری که ارزش افزوده‌ای برای جامعه ندارد، بهره می‌گیرند.

**شبهه‌های نامناسب پاداش:** کارآفرینان در جامعه منشا اثرات ارزشمندی هستند که ضمن راه اندازی کسب و کار و تولید ثروت، به نیازهای جامعه پاسخ می دهند، ایجاد اشتغال می کنند و زمینه را برای پویایی و رشد اقتصادی فراهم می سازند. اما در مقابل، بسیاری اوقات مورد تنفر بخشی از جامعه قرار می گیرند و برخی کارگزاران دولتی بجای حمایت از آنها و استفاده از ظرفیت های قانونی و اداری برای تسهیل امور کارآفرینان، ضمن مانع تراشی، انتظار دارند در منافع آنها سهمی داشته باشند. اغلب سازمان ها نیز برای جبران خدمات افراد خلاق هیچ راهی را پیش بینی نکرده اند. پرداخت به کارکنان معمولاً بر مبنای تعداد ساعات کار صورت می گیرد و نه بر اساس میزان بهره‌وری و خلاقیتی که آنها در کار خود داشته اند.

**شرایط نامساعد مولفدهای اقتصادی:** عوامل اقتصادی و اجتماعی متنوعی باعث تحریک فعالیت های کارآفرینانه می شود که این فعالیت ها نیز به نوبه خود باعث رشد و توسعه اقتصادی می گردد. برخی از مهمترین عوامل اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار بر فعالیتهای کارآفرینانه که در کشور ما نیازمند توجه بیشتر است، عبارتند از: افزایش توجه به شکل گیری سرمایه و میزان دسترسی به آن، روابط نهادی پویا، برنامه‌های حمایتی حکومت در سطح ملی و محلی و نقش فعال دولت در فعالیتهای کارآفرینانه، محترم شمردن مالکیت معنویو فکری، دنبال کردن رویکردهای جدید به نوآوری و حذف موانع نوآوری از طریق ایجاد محیط مساعد برای فعالیت‌های کارآفرینانه، گسترش فعایت های تحقیقاتی و کاربردی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی و فراهم نمودن امکان استفاده کارآفرینان از امکانات و تسهیلات آنها.

**مشکلات ساختاری و نهادسازی:** منظور از مشکلات ساختاری عمدتاً ناظر بر نا کارآمدی زیر ساخت های اقتصادی و اجتماعی و چارچوبهای حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف تأسیس و راهبری کسب و کارهای کارآفرینانه است. هدف از اصلاحات ساختاری در این زمینه ها اطمینان از انطباق زیر ساخت ها و چارچوب های قانونی - حقوقی با نیازها و ضرورتهای توسعه کارآفرینی در مقاطع مختلف زمانی است و عمدتاً با هدف بهبود عوامل محیطی به نفع کسب و کارهای جدید، نوآور و در حال رشد صورت می گیرد. برای توسعه کارآفرینی ضروری است تا تشکیلاتی فرابخشی سازمان داده شود که وزارتخانه‌ها و ادارات مرکزی و محلی مختلف در آن حضور داشته و در امر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مشارکت نمایند. بایستی مراکز به عنوان اولین ایستگاه ایجاد شود تا با مراجعه کارآفرینان، برنامه‌های اجرایی توسعه کارآفرینی به آنها ارائه شود. در مجموع، هدف باید ایجاد مؤسسات و نهادهایی باشد، که دارای کارکردهای ذیل باشند:

۱. فراهم نمودن تسهیلات مالی و سرمایه برای فعالیت‌ها و کسب و کارهای مخاطره‌آمیز؛
۲. خرید سهام کسب و کارها و فعالیت‌هایی که تازه شروع به کار نموده‌اند؛
۳. بازنگری مقررات و قوانین مالیاتی برای ایجاد انگیزه بیشتر برای سرمایه‌گذاریهایی که تازه شروع به فعالیت نموده‌اند؛

۴. بهبود سیستم ثبت اختراعات؛

۵. پرورش کارآفرینی در مؤسسات آموزشی کارآمد؛

۶. ایجاد تعلیمات کارآفرینی در تمامی سطوح سازمان ها، و همچنین فراهم نمودن محرکهای انگیزشی برای تطبیق خط مشی ها و برنامه‌هایی که برای پرورش بیشتر واحدهای سازمانی طراحی شده‌اند؛ و کسب و کارهای تازه تأسیسی که در حوزه فعالیت این نهادها قرار دارند.

**مقدان نظام جامع آموزش کارآفرینی:** اگر چه برخی براین باورند که کارآفرینان ساخته نمی‌شوند، بلکه متولد می‌شوند؛ ولی شواهد و قراین نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند از طریق نهادهای آموزشی پرورش پیدا کند. استعداد کارآفرینانه می‌تواند با برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای مورد حمایت قرار گیرد. برخی اوقات، شناسایی کارآفرینان جدید با صفات مشخص و توانایی‌های مدیریتی کار مشکلی است؛ بویژه در زمانی که آنها در آغاز ممکن است، فاقد اعتماد به نفس باشند. کشور ما مملو از استعدادهای کارآفرینانه است که ممکن است برخی از آنها تجربه کاری، آموزش و دانش فنی کافی در زمینه صنعتی یا تجاری رانداشته باشند، ولی روحیه کارآفرینانه در آنها موج می‌زند. به نظر می‌رسد که آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره‌وری در جامعه باشد. تعداد وسیعی از مردم که در نقاط جغرافیایی متعددی پراکنده هستند، در این رابطه باید آموزش ببینند و هزینه آموزش آنها نیز نسبتاً زیاد است. مؤسسات آموزشی باید با حمایت و پشتیبانی دولت و سازمانهای دولتی، از محیط فیزیکی مناسب، مرکز اطلاعات و کتابخانه، مرکز کامپیوتر و انتشارات برخوردار گردند و نسبت به مستندسازی تجربیات کارآفرینان موفق اقدام نمایند.

دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش و سیستم آموزش عالی و مؤسسات وابسته به آن می‌تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند. برای ارتقا کارآفرینی، می‌توان ابزار آموزشی با موضوع کارآفرینی را درمیان فراگیران توزیع کرد. کتابها، جزوات، راهنماها و ماخذهای چگونگی شروع و مدیریت مؤسسات می‌توانند در مدارس و کتابخانه‌ها توزیع شوند. بدین ترتیب فراگیران آگاه‌تر شده و در زمان شروع کسب و کار خود آمادگی بیشتری خواهند داشت. مدارس و دانشگاهها نیز باید از فراگیرانی حمایت کنند که روحیه و توان کارآفرینی دارند. آنان باید تشویق شوند و در نتیجه پس از فارغ‌التحصیلی، به جای جویندگان کار، افرادی خواهیم داشت که خود می‌توانند کار جدیدی را شروع کنند. در راستای بهبود نیروی انسانی کارآفرین مورد نیاز صنایع کشورها، مراکز آموزشی و دانشگاهها، نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند، که این مراکز آموزشی و دانشگاهها عموماً دولتی هستند. سیستم رسمی آموزش عالی کشور ما معطوف به تربیت فارغ‌التحصیلانی است که بیشتر به دنبال پیدا کردن کار هستند، تا اینکه خود کار و شغل ایجاد کنند. این رویکرد از سویی باعث رشد صنایع بزرگ شده است که بیشتر سرمایه‌بر هستند تا کاربر، و از سوی دیگر نسبت مهاجرت را افزایش داده است. بنابراین، تلاش دانشگاهها برای ترویج کارآفرینی و رشد صنایع کوچک

می‌تواند باعث شود که اولاً زمینه اشتغال و تولید ثروت در سطح کشور فراهم شود و ثانیاً از میزان مهاجرت به شهرهای بزرگ جلوگیری بعمل آورد.

یکی از روشهای آموزش کارآفرینی، آموزش از راه دور است که امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی اطلاعات (ویدئو، اینترنت، شبکه‌های سازمانی و ...) انجام این نوع آموزش از پیشرفت زیادی برخوردار است. از آنجا که آموزش از راه دور نیازمند امکانات، تجهیزات و منابع مالی نسبتاً زیادی است، در کشورهای دنیا، عموماً این نوع آموزش توسط دولت یا با حمایت‌های دولتی صورت می‌گیرد.

**بی‌توجی به مرکز رشد و پرورشگاههای کسب و کار کوچک:** هدف از تأسیس مراکز رشد و پرورشگاههای کسب و کار، افزایش نرخ تأسیس کسب و کارهای جدید و کاهش نرخ مرگ و میر کسب و کارها و تسهیل فرآیند رشد این کسب و کارهاست. ایجاد پرورشگاه یا بایستی توسط دولت صورت گیرد و یا با حمایت مالی و غیر مالی دولت و توسط بخش خصوصی با مشارکت دولتی ایجاد گردد. البته این مراکز کم و بیش در برخی از پارک‌های علم و فناوری ایجاد شده است ولی از نظر کمی و کیفی با نیازهای جامعه فاصله زیادی دارد.

روال کاری مرکز رشد بدین صورت است که بر اساس معیارهایی نظیر توان اشتغالزایی، توان رشد سریع، میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین، وجود یا عدم وجود یک طرح توجیهی، ساختار مناسب، نوآورانه بودن طرح و نیاز به شروع آن، پرورشگاه اقدام به پذیرش کارآفرینان می‌کند. پرورشگاه علاوه بر فضای فیزیکی که برای شروع فعالیت کارآفرین تامین می‌کنند، در نقش مشاوره‌ای و ارتباط دهنده کارآفرین با شبکه روابط اجتماعی - اقتصادی بین کسب و کارها عمل می‌کند. برخی از خدماتی که این مراکز رشد می‌توانند ارائه دهند، عبارتند از:

- کمک به تشکیل کسب و کارهای جدید و حمایت از حیات کسب و کارهای تازه تأسیس شده از طریق مشاوره یا همکاری و اجرای مشترک
- راهنمایی در خصوص بهترین شیوه‌های عمل در ارتباط با تامین مالی، مدیریت، بازاریابی و انتقال تکنولوژی؛
- تشویق و حمایت از مشارکت دانشگاهها، مدارس و مراکز آموزش کسب و کار شرکتهای سرمایه‌گذار و شرکتهای تجاری با کارآفرینان؛
- معرفی شرکتهای تازه تأسیس به جامعه از طریق شبکه ارتباطی پرورشگاه با دیگر مراکز؛
- تعیین استانداردهای آموزشی و مساعدت در کشف منابع جدید مالی؛
- جستجوی فرصتهای جدید کسب و کار و اشکال جدید کسب و کار؛

**نکاتی برون دانش کارآفرینان و لزوم مشاوره‌های مالی-فنی و مدیریتی:** اطلاعات برای ایجاد و بقای کسب و کارهای کارآفرینانه، اهمیت حیاتی دارد. کارآفرین باید اطلاعات داشته باشد تا بر اساس آن استراتژی‌های آینده خود را بنا کند.

از آنجا که کسب و کارهای جدید نیازمند مشاوره‌های مالی – فنی و مدیریتی هستند و کارآفرینان ایرانی در این زمینه از دانش کافی برخوردار نیستند، دولت باید با ایجاد مراکز مشاوره‌ای، خدمات مشاوره‌ای لازم را ارائه کند. نهادهای دولتی مرتبط نیز باید بانک اطلاعاتی کسب و کارها را بر روی اینترنت راه‌اندازی نمایند و طیف وسیعی از اطلاعات تجاری، فنی و مدیریتی بر روی آن در دسترس کارآفرینان قرار گیرد.

**سید محمد مقیمی**  
**moghimi@ut.ac.ir**