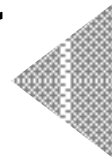


کارآفرینی و توسعه نقش اقتصادی بخش خصوصی در ایران



ایمان حقیقی^۱

مقدمه

درآمدسازان اقتصاد جامعه چهار گروه‌اند (کیوساکی، ۱۳۸۳: فصل اول). دسته اول شغل کارمندی را برگزیده و ترجیح می‌دهند که از یک درآمد مطمئن و دائمی (هرچند کمتر از دیگران) بهره‌مند باشند. عده‌ای دیگر تمایل دارند رئیس خود بوده و زیر بار دستورات دیگری نروند. این گروه خویشتن‌فرما می‌شوند؛ عده‌ای دیگر ضمن اینکه به شدت بر حفظ استقلال خود تاکید دارند به دنبال راه انداختن کسب و کاری بزرگ‌ترند. این افراد بدون آنکه کسب سود را هدف قرار دهند در موقعیت‌های سودده شروع به فعالیت می‌کنند. این افراد، درآمد بیشتری از دو گروه پیشین خواهند داشت اما ریسک درآمدی آنها نیز بیشتر است. دسته چهارمی هم هستند که در هیچ کدام از گروه‌های ذکر شده جای نمی‌گیرند. این افراد، کسانی هستند که خود به دنبال درآمد نمی‌روند، بلکه سرمایه‌شان برای آنها درآمد می‌آورد. این افراد معمولاً سرمایه لازم برای فعالیت گروه دوم و سوم را فراهم می‌کنند و در ازای آن در قسمتی از سود شریک می‌شوند.^۲ گروه دوم و سوم یک ویژگی خاص دارند که آنها را از دیگر افراد جامعه متمایز می‌کند. این ویژگی یک نیروی ویژه است که آنها را به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید هدایت می‌کند. بدون وجود این نیروی ویژه امکان تحقق تولید به شکل امروزی آن ممکن نبود. زیرا حتی با وجود همه عوامل تولید مثل نیروی کار (که عرضه‌کنندگان آن، گروه کارمندان هستند) و سرمایه (که از طرف سرمایه‌داران تأمین می‌شود)، باید نیرویی وجود داشته باشد که با تحمل ریسک‌های بزرگ مالی و زمانی، این عوامل تولید را به هم پیوند داده و ضمن اینکه برای دیگران ثروت می‌آفریند، به خلق محصولی ارزشمند بپردازد. این نیروی ویژه همان است که در

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد، Haqiqi@isu.ac.ir

۲- البته ممکن است یک فرد از دو یا چند کانال از این چهار کانال برای کسب درآمد استفاده کند.

ادبیات امروز اقتصاد و مدیریت، کارآفرینی نام دارد. به خاطر نقش اساسی این نیروست که ادعا می‌کنیم بدون کارآفرینی تولید صورت نمی‌گیرد. در کشور ما همواره پس از بیان غنای منابع طبیعی کشور، ایراد گرفته می‌شود که چرا با وجود انبوه فرصت‌ها و منابع خدادادی، رشد اقتصادی کشور پایین است. ادعای ما این است که نه تنها ایران از منابع و فرصت‌ها سرشار است بلکه همواره ایده‌های نوین و سودآوری نیز برای فعالیت در اقتصاد وجود داشته است. اما این زنجیره برای اینکه به تولید منجر شود، از فقدان یک عنصر مهم رنج می‌برد. این عنصر مهم، موتور محرک صنعت ملی است و اهمیت آن به حدی است که آن را مهندسی پیشرفت صنعتی نام نهاده‌اند. این عامل که به ارزشمندی‌سازی هیچ‌ها می‌پردازد، «کارآفرینی» نام دارد.

مفهوم و ماهیت کارآفرینی

کارآفرینی، خود عمری به اندازه بشر دارد. لیکن توجه به آن در محافل علمی از اوایل قرن هجدهم میلادی بوده است. از آن زمان تاکنون اندیشمندان تعاریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه داده‌اند که هر کدام جنبه‌ای از موضوع را توصیف کرده‌اند. از میان این اندیشمندان، به جهت نگاه نظام‌مند و همچنین اهمیت ویژه کارآفرینی در تئوری مشهور جوزف شومپتر^۱ حول توضیح ادوار تجاری، تعریف ارائه شده توسط وی، بیشتر مورد توافق و اجماع محققین بوده است؛ کارآفرینی در نظر شومپتر نیروی محرکه اصلی و موتور توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. این نیرو تنها در زمان پویایی اقتصاد ظاهر می‌شود و نقش آن در ایجاد یک تغییر جدید (نوآوری) در ترکیبات روزمره تولید^۲ است (خارقانی، ۱۳۸۵).

کارآفرینی یکی از ابعاد شخصیتی فرد کارآفرین است. که شامل اراده^۳، ریسک‌پذیری،

۱- جوزف شومپتر، اقتصاددان مشهور اتریشی در نیمه اول قرن بیستم میلادی می‌زیست. وی در پی ارائه یک نظریه عمومی بود که جای سیستم‌الراسی بنشیند و بتواند تحول هر یک از بخش‌های اجتماعی و اقتصادی را توضیح دهد.

۲- این ترکیبات به زبان اقتصادی همان ضرایب سیستم‌الراس هستند که به تعادل عمومی اقتصاد می‌انجامد. در سیستم‌الراس، با ثبات شرایط می‌توان قیمت‌های تعادلی، دستمزد و نرخ بهره تعادلی، چگونگی تخصیص بهینه کار و سرمایه در تولید کالاها و خدمات و همچنین میزان بهینه تولید هر کالا یا خدمات را محاسبه کرد. اما تغییر شرایط، باعث تغییر ضرایب، خروج از تعادل قبلی و حرکت به سمت تعادل جدید می‌شود. لذا تغییر این ضرایب به زبان شومپتر یک تخریب خلاق است.

۳- طبق تعریف کانتیون

هوشیاری^۱ و نوآوری^۲ است. کارآفرین کسی است که به انگیزه‌های گوناگون و با داشتن یک هدف مشخص، پس از شناسایی زمینه‌های مناسب و نوین تولید، اقدام به ثروت آفرینی برای دیگران می‌کند. با توجه به تعریف فوق می‌توان دریافت که کارآفرینی به معنای شغل آفرینی نیست (اما می‌تواند کلید حل مشکل اشتغال باشد). کارآفرین منتظر استخدام شدن نیست، بلکه خود استخدام کننده است. او ممکن است سرمایه‌دار یا کارگر نباشد، اما از سرمایه و نیروی کار به خوبی استفاده می‌کند. او لزوماً هنرمند، متخصص یا مخترع نیست، اما توان بهره‌برداری مناسب از علم، هنر و تخصص دیگران را دارد. تخصص وی در تصمیم‌گیری و عمل است و مهمترین عامل حرکت وی، اراده^۳ و عزم راسخ وی در اجرای تصمیمات است. کارآفرین فرد خلاق است که تنها به دنبال سود شخصی نیست، اما در موقعیت‌های سودده سرمایه‌گذاری می‌کند. او به ارزش‌های خاصی پایبند است، لذا صداقت، اعتماد، از خود گذشتگی و نوع دوستی، جزء اخلاق اصلی کارآفرینی است. به همین جهت افرادی را که با استفاده از رانت و قانون‌شکنی اقدام به کسب سود می‌کنند حتی با داشتن خلاقیت فراوان، کارآفرین نمی‌نامند. سودجویی کاملاً فردی و بدون توجه به دیگران، خارج از اخلاق کارآفرینی است.

جدول ۱: خصوصیات کارآفرین

یک کارآفرین باید مدیر خوبی باشد و بتواند عوامل را به خوبی رهبری کند.	هدایت و رهبری
کارآفرین برای تولید چیزی جدید، نیازمند خلاقیت است.	خلاقیت
در فعالیت کارآفرینی غالباً هزینه‌ها مشخص، اما درآمد نامعین است.	ریسک‌پذیری
اگر کارآفرین به دنبال آفرینش ثروت برای دیگران است، نمی‌تواند تنها به سود و منافع شخصی خود بپاندیشد.	سودجویی فردی و اجتماعی
کارآفرین برای شناسایی زمینه‌های تولید و حصول به هدف، به آینده توجه بیشتری دارد.	دید بلند مدت و آینده‌نگری

(برگرفته از هیسریچ و ...، ۱۳۸۳، ۱۱-۵)

۱- طبق تعریف کرزنر

۲- طبق تعریف شومپتر

۳- یک کارآفرین می‌داند که دنیا با اراده ساخته می‌شود. حتی تحصیل و نبوغ استعداد هم به اندازه آن اهمیت ندارند.

ابعاد فرهنگی-اجتماعی و انواع فعالیت کارآفرینی

وقتی کارآفرینی را یک نیروی درونی فردی تعریف کنیم که ابعاد اخلاقی از اصول اولیه آن هستند. ناگزیر جوانب فرهنگی-اجتماعی موضوع رنگ بیشتری می‌گیرد. مثلاً در یک جامعه که دید ریسک‌گریزی ترویج می‌شود، نمی‌توان انتظار داشت کارآفرینان زیادی سر برآورند. در نتیجه رشد اقتصادی نیز اندک است.

یک فرهنگ کارآفرین، شامل عناصر زیر است:

- ۱- حمایت از خلاقیت و نوآوری
- ۲- گسترش نگاه جسورانه: تمایل و قابلیت مدیریت ریسک
- ۳- باور به امکان تغییر و بهبود، با تلاش فراوان
- ۴- باور به امکان شناخت واقعیات
- ۵- پذیرش مسئولیت تصمیم توسط تصمیم‌گیرندگان

در یک جامعه، بسته به فرهنگ کارآفرینی سطوح شکل‌گیری فعالیت کارآفرینی می‌تواند بسیار پیشرفته یا ساده باشد. این فعالیت می‌تواند در سطوح ساده از یک بنگاه به سبک زندگی، تا یک شرکت بنیادی، یک شرکت با پتانسیل بالا و یا در بالاترین نوع خود، فعالیت کارآفرینی غزالها باشد (هیسریچ و ...، ۱۳۸۳: ۱۶).

جدول ۲: فعالیت کارآفرینی بر حسب میزان رشد

فعالیت کارآفرینانه کوچکی که از مالکان حمایت می‌کند و معمولاً رشدی ندارد	بنگاه سبک زندگی
نوعی شرکت که با تحقیق و توسعه شکل می‌گیرد و اغلب سهامی عام ندارد	شرکت بنیادی
پتانسیل رشد بالایی دارد و علاقه سرمایه‌گذاران را جلب می‌کند	فعالیت کارآفرینی با پتانسیل بالا
فعالیت کارآفرینانه با رشد بسیار بالا	غزالها

علاوه بر تقسیم‌بندی فوق، کارآفرینی را از نگاه سازمان می‌توان به کارآفرینی فردی و کارآفرینی درون سازمانی تقسیم کرد. کارآفرینی درون سازمانی سعی دارد با کمک منابع مالی سازمان مافوق به اصلاح سازمان موجود بپردازد. در حالی که غالباً یک کارآفرین فردی به دنبال توسعه و ایجاد یک فعالیت نوین است. اگر سازمانی بخواهد همواره در نقطه بهینه باشد باید ۴ عامل کارآفرینی، اجرا، اداره و هم‌افزایی را در کنار هم ایجاد کند (قیاسی، ۱۳۸۵).

مراحل شکل‌گیری حرکت کارآفرینی: متغیرهای عمده و متغیرهای کاتالیزور

فرآیند تصمیم‌گیری برای کارآفرینی، به معنی ترک کار فعلی و تصمیم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین است. شکل‌گیری یک حرکت کارآفرینی نیازمند وجود سه دسته از علت‌هاست. دسته اول علت‌ها شامل پیش‌زمینه‌های لازم برای شکل‌گیری نیروی کارآفرینی مثل استعداد، تحصیلات و ... است. این متغیرها را متغیرهای پیش‌زمینه برای تصمیم‌گیری در مورد کارآفرین شدن می‌نامیم.

دسته دوم باعث می‌شوند، انگیزه درونی کارآفرین در جهت حرکت کارآفرینی تغییر جهت دهد و می‌تواند شامل اخبار خوش (مثل یافتن یک شریک یا راهنما) و یا اخبار بد (مثل اخراج از کار) باشد. این متغیرها را متغیرهای محرک فرآیند کارآفرینی می‌نامیم. و نهایتاً دسته سوم از این علل، منابع و فرصت‌های لازم برای حرکت را فراهم می‌کنند و متغیرهای فعال‌کننده نام دارند. (قیاسی، ۱۳۸۵).

این عوامل باعث می‌شوند تا کارآفرینی به عنوان «ایده‌ای خوب» برای ادامه زندگی مطرح شود. هنگامی که این سه دسته از شرایط کنار هم جمع شوند، یک حرکت کارآفرینی شکل خواهد گرفت. شدت و حرارت یک حرکت کارآفرینی بیشتر ناشی از دو گروه اول است و گروه سوم تنها به عنوان شرط لازم مطرح است. زیرا در موارد بسیار خاصی، حتی در صورت نبودن متغیرهای فعال‌کننده و باوجود موانع بسیار بر سر راه کارآفرینی، متغیرهای پیش‌زمینه و محرک بسیار قوی می‌توانند یک حرکت کارآفرینی پرحرارت را شکل دهند که خود برای رفع موانع اقدام می‌کند.

جدول ۳: عوامل مؤثر بر کارآفرینی

سوابق کارآفرین: متغیرهای پیش‌زمینه	احساسات کارآفرینی: متغیرهای پیش‌زمینه	انگیزش: متغیرهای تحرک
تحصیلات	تمایل به کنترل هر چیز در زندگی	الگوها: افرادی که انتخاب کارآفرین را متأثر می‌کنند
محیط خانوادگی	خود باوری و نیاز به استقلال	شبکه افراد پشتیبان روحی
ارزش‌های فردی	نیاز به توفیق و مقبولیت یافتن	شبکه افراد پشتیبان تخصصی
تاریخچه شغلی	ریسک‌پذیری و قدرت تحمل ابهام	

(برگرفته از هیسریچ و...، ۱۳۸۳: ۱۰۰-۹۲)

پیامدها و آثار جانبی مثبت مترتب بر توسعه کارآفرینی

آموزش و توسعه فرهنگ کارآفرینی نه تنها برای فرد کارآفرین ایجاد مطلوبیت و رضایت خاطر می‌کند، بلکه منافع اجتماعی گسترده‌ای نیز دارد. برخی از این منافع عبارتند از:

- ۱- **رشد اقتصادی و تحرک اجتماعی:** طبق نظریه شومپیتر مهمترین عامل در رونق چرخه اقتصادی، فعالیت کارآفرینان است.
- ۲- **اشتغال:** اگر کارآفرینی یک فرآیند دائمی و بلندمدت باشد، می‌توان انتظار داشت که کارآفرینان نقش «شغل آفرینی» را نیز به خوبی ایفا کنند.
- ۳- **پیوند علم و بازار:** امروزه ثابت شده است که یکی از بهترین روش‌های استفاده بهینه از علم در بازار، گسترش کارآفرینی فردی و کارآفرینی درون سازمانی است.
- ۴- **گسترش اخلاق در اقتصاد:** از آنجا که پایه و اصل اولیه فعالیت کارآفرینی اخلاق است، توسعه کارآفرینی باعث گسترش سرمایه‌های اجتماعی، صداقت، از خود گذشتگی و اعتماد خواهد شد.

موانع حرکت کارآفرینی در ایران

گفتیم که کارآفرینی فرآیند تولید ثروت برای دیگران و خلق چیزی جدید و با ارزش از طریق پیوند عوامل تولید و همراه با تحمل ریسک‌های بزرگ مالی و زمانی است. به این ترتیب کارآفرین ضمن داشتن روحیه استقلال‌طلبی، با عزم و اراده جدی و پذیرش مسئولیت تصمیم‌های

خود، اقدام به فعالیت خلاق می‌نماید.

ادعای ما این است که علت رشد پایین اقتصادی در بخش خصوصی نه تنها فقدان فرهنگ کارآفرینی است بلکه در هر سه مرحله از ایجاد یک فعالیت کارآفرینی، موانع نهادی و ساختاری بسیاری وجود دارد که باید برای آنها چاره‌ای اندیشید.

الف) موانع کارآفرینی در مرحله آموزش و زمینه سازی

۱- **ضعف آموزش عالی:** در کشورهای اروپایی و آمریکا، مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد همه رشته‌های دانشگاهی حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه می‌شود؛ به جهت اهمیت موضوع، کاربردی بودن درس و همچنین منافع بسیار زیاد مشاهده شده از آن، مهارت‌های ارائه شده در این درس به دقت و متناسب با اهداف و سیاست‌های کلان اقتصادی تعیین می‌شوند. لیکن در ایران -علیرغم توجه بیشتر در سال‌های اخیر- هنوز هم اهمیت موضوع برای تصمیم‌گیرندگان مشخص نیست و به دوره‌های آموزشی خارج از برنامه درسی اکتفا شده است. علاوه بر این، آموزش‌های ارائه شده نیز، در یک نظام متناسب با سیاست‌های کلان کشور تهیه نشده است.

۲- **انتظارات از حکومت:** غالباً در همه موارد انتخابات یکی از شعارهای اصلی کاندیداها «ایجاد اشتغال» برای جوانان است. این امر باعث شده است که انتظارات جوانان از دولت بالا رفته و همواره منتظر این هستند که کارفرمایی به نام دولت، آنها را به استخدام خود درآورد. لذا تمایل جوانان به سمت شغل‌های کارمندی منحرف شده است.

۳- **ریسک‌گریزی:** محیط خانواده، مدرسه و جامعه به گونه‌ای است که غالب جوانان، حتی قشر تحصیل کرده را به سمت حرفه‌های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می‌دهد.

۴- **نگرش نادرست به پول و ثروت:** علیرغم تقدس ثروت در اسلام، به عنوان یک «ابزار» برای زندگی بهتر، فرهنگ شکل گرفته در جامعه نگرش درستی نسبت به پول نداشته و به ثروتمند همواره به چشم شیاد و دزد نگریسته می‌شود. به این ترتیب افراد نه به دنبال نفع شخصی خود می‌روند و نه به دنبال یافتن راه‌های صحیح کسب درآمد بیشتر هستند.

۵- **عدم توجه به آموزش حین کار و توانمندسازی افراد:** علاوه بر خانواده و مدرسه یکی از فرصت‌های مناسب آموزش مهارت‌های کارآفرینی آموزش حین کار است که در کشور به آن توجهی نمی‌شود.

ب) فقدان عوامل انگیزش در مرحله تحرک کارآفرینی

انگیزش آن چیزی است که باعث می‌شود فرد اقدام به فعالیت کارآفرینی کند و شامل الگوهای رفتاری، شبکه افراد پشتیبان روحی و شبکه افراد پشتیبان تخصصی است.

۱- **فقدان الگوی رفتاری مناسب:** به جهت مخفی بودن موفقیت افراد پر تحرک و کارآفرین و همچنین عدم پوشش رسانه‌ها و بی‌توجهی به موفقیت این افراد، از جهت الگوهای مشخص و موفق، انگیزشی در جامعه ایجاد نمی‌شود.

۲- **فقدان شبکه پشتیبان روحی:** نه تنها محیط خانواده، مدرسه و جامعه جوانان را به سمت حرفه‌های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می‌دهد بلکه به صورت یک عامل ضد انگیزشی از فعالیت‌های کارآفرینانه آنها نیز جلوگیری به عمل می‌آورند.

۳- **فقدان شبکه پشتیبان تخصصی:** به جهت قدرتمند بودن بخش عمومی در کشور و انحصار دولتی، تاکنون یک بخش خصوصی قوی و پویا در اقتصاد شکل نگرفته است. لذا حتی با اقدام برای فعالیت کارآفرینانه، کارآفرین ناچار است برخی از مشکلات و اشتباهات را خود تجربه کند تا حرکت و مسیر صحیح را بیابد.

۴- **تضمین بقای شغل:** سازمان دولت، بزرگترین استخدام‌کننده نیروی کار تحصیل کرده در کشور است. به علاوه دولت سعی در حفظ نیروی کار خود دارد. به همین منظور به جای اخراج صاحب یک منصب، با تغییر شغل وی، در قسمت دیگر دولت از خروج این نیروها جلوگیری می‌کند. در حالی که خروج این نیروها از دولت به معنی ورود آنها به بخش خصوصی و به احتمال بسیار زیاد کارآفرین شدن آنهاست.

ج) موانع کارآفرینی در مرحله جهش (منابع و فرصت‌ها)

موانع موجود در کشور، باعث خروج کارآفرینان با انگیزه و کاهش فعالیت‌های ایشان شده است. برخی از این موانع عبارتند از:

۱- **انحصار دولت:** نامشخص بودن موفقیت افراد پر تحرک و وجود شواهد و شایعاتی مبنی بر اینکه «به علت ساختار انحصاری دولت، همواره تحرک در جامعه با شکست مواجه شده است» باعث می‌شود که افراد، تمامی فرصت‌های فعالیت را در دست دولت بدانند. لذا اقدام به جستجو برای یافتن فرصت‌های بکر نمی‌کنند و روحیه سکون بر جامعه حاکم می‌شود.

۲- **سرکوبی خلاقیت:** درآمد نفت باعث شده است که دولت در عمل خود را بی‌نیاز از

خلاقیت مردم بدانند و لذا به نیروی انسانی خلاق توجهی ندارد. جهت‌گیری‌های دولت نهم در مورد مهاجرت نخبگان و کم‌اهمیت دانستن خروج سرمایه‌های عظیم انسانی شاهدی بر این مدعاست. علاوه بر این، ماهیت نو بودن فعالیت کارآفرین ضرورت شفاف شدن قوانین مالکیت معنوی، حق امتیاز، پروانه ثبت اختراع و... را روشن‌تر می‌کند.

۳- ناامنی حقوق مالکیت خصوصی: از یک طرف تصور اینکه دولت ممکن است همچون گذشته اقدام به مصادره شرکت‌ها نماید و مداخله بیش از حد دولت در تعیین دستمزدها، قیمت محصول، قیمت سرمایه، نرخ ارز و... از طرف دیگر، باعث شده است که افراد احساس کنند در تملک محصول کار و تلاش خود اختیار چندانی ندارند.

۴- قانون ناکارآمد: اخیراً در جامعه این تفکر رواج یافته است که «در صورت شکایت شما از کلاهبرداری ۱۰ میلیون تومانی یک فرد، مطمئناً به حق خود خواهید رسید، اما باید ضمن اینکه ۱۵ میلیون تومان خرج می‌کنید، ۵ سال در راهروهای دادگستری رفت و آمد کنید!». این تفکر حتی در صورتی که نادرست باشد، مانع از فعالیت کارآفرینی می‌شود.

۵- رانت و تبعیض: در همه جای دنیا رانت وجود دارد. بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که در این بین، کشورهای که توانسته‌اند مردم را قانع کنند که با تبعیض‌های اجتماعی و رانت مبارزه مؤثر شده است به رشد بالاتری دست پیدا کرده‌اند. لیکن علیرغم سفارشات دینی و قانونی، عدم توجه به این مسأله حیاتی، تحرک اجتماعی را در کشور تضعیف نموده است.

نتیجه

فرد کارآفرینی که انگیزه حرکت پیدا کند در هر شرایطی اقدام به فعالیت می‌کند و به سکون تن نخواهد داد. اما اگر در این مرحله موانعی بر سر راه خود ببیند به سطوح ساده کارآفرینی اکتفا می‌کند. کارآفرین کسی است که همواره به دنبال بهتر شدن کار است و می‌خواهد ایرادهای موجود را رفع کند. این فرد اگر محیط را مناسب نبیند برای اصلاح آن اقدام می‌کند. اما در صورتی که آن را غیر قابل اصلاح بدانند، مهاجرت خواهد کرد.

تمامی موانع ذکر شده در بخش پیشین حکایت از این دارد که سطح سرمایه اجتماعی در ایران پایین است. این مسأله را می‌توان در دو حوزه کلی «اعتماد به دولت» و «آموزش مهارت‌های کارآفرینی» طبقه‌بندی کرد.

در مجموع می‌توان گفت که علت پایین بودن سطح فعالیت کارآفرینی در اقتصاد این است که

اولاً بخش خصوصی برای فعالیت اقتصادی خود به دولت اعتماد ندارد و ثانیاً مهارت‌های لازم برای اقدام به فعالیت را کسب نکرده است. به این ترتیب دولت نه تنها می‌بایست موانع موجود بر مسیر توسعه کارآفرینی را رفع کند، بلکه باید به بهترین نحو ممکن، نسبت به جلب اعتماد از دست رفته اقدام نماید.

راهبردهای توسعه کارآفرینی در کشور

- ۱- **برنامه آفرینش کارآفرین:** به منظور توسعه روحیه کارآفرینی، بهترین راه این است که با هدف آموزش مهارت‌های مرتبط در سطح خانواده، مدرسه، دانشگاه و محل کار، برنامه‌ریزی جامعی صورت گیرد. کشور ما و دولت همواره راه خدمت به مردم را در «بخشیدن ماهی» دنبال می‌کرده‌اند؛ اما به هر حال این نگرش باید اصلاح شود. ضروری است که رویکرد دولت نسبت به خدمت به مردم «آموزش ماهیگیری» باشد. به همین منظور لازم است تا در مرحله اول به «پرورش آموزگاران ماهیگیری» اقدام کند. در صورتی که طی یک برنامه فشرده یک ساله فقط ۱۰۰۰ نفر برای «آفرینش کارآفرین» تربیت شوند، این رقم طی سال‌های بعد به صورت تصاعدی افزایش خواهد یافت. برای این برنامه یک ساله داشتن ۱۰ استاد مسلم، کافی است.
- ۲- **فرهنگ سازی دینی:** اسلام، دینی است که بر خلاف تصور عمومی، نگاه مثبتی به پول، ثروت و کار دارد. پول و ثروت ابزار رسیدن به اهداف عالی زندگی بشر بوده و به همین جهت ارزشمند هستند. پول و ثروت تنها در صورتی که «هدف» همه فعالیت‌ها قرار گیرند مخرب خواهند بود. برای اصلاح تصور عمومی لازم است رسانه‌های ملی رابطه صحیح عبادت، کار و زندگی را برای عموم تبیین نمایند.
- ۳- **نظام قانونی هدایت کارآفرینی:** یکی از مهمترین موانع موجود در راه توسعه کارآفرینی، وجود تبعیض‌ها و رانت است. دولت باید مانند پلیس بزرگراه، ضمن جهت‌دهی حرکت کارآفرینان، تنها متخلفین و عدول‌کنندگان را که نظم حرکت در بزرگراه را به هم می‌زنند، شناسایی، تنبیه و جریمه نماید. در صورتی که همه بتوانند در این بزرگراه به طور یکسان و بدون رانت با خلایق و نوآوری به رقابت بپردازند، هر کسی لاین حرکت خود را بر اساس سرعت و میزان رشد مورد نظر برای فعالیت کارآفرینی خود تنظیم خواهد کرد (قدس طینت، ۱۳۸۵).

- ۴- **اصلاح ساختار دولت در جهت جلب اعتماد از دست رفته:** دولت نباید خود را متولی رشد و اشتغال جامعه بداند. وظیفه دولت تنها هدایت و نظارت بر فعالیت بخش خصوصی در این موارد است. اما در کشور ما که بخش خصوصی قدرتمند وجود ندارد، وظیفه دیگری نیز به آنها اضافه می‌شود که «توانمندسازی بخش خصوصی» است و ممکن است از طریق «برنامه جامع توسعه کارآفرینی» دنبال شود. پس از آن مرحله است که دولت باید با برنامه‌ریزی صحیح برای درآمد نفتی، تثبیت حقوق مالکیت خصوصی و کاهش انحصارات خود، فعالیت‌های خود را به بخش خصوصی واگذار کند.
- ۵- **سازمان دولت:** دولت باید بر اساس کار کارشناسی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی به یک سازمان پویا تبدیل شود. در کنار عناصر اجرا، اداره و هم‌افزایی، عنصر کارآفرینی یکی از عناصر مهم در پویایی سازمان‌هاست. مدل‌های بسیار زیادی در مورد کارآفرینی درون سازمانی وجود دارد که قابل تعمیم به دولت نیز هست. اما نقطه مشترک این مدل‌ها در موارد زیر است:
- باور: همه مدیران ارگان‌های دولتی و کارکنان آنها باید باور داشته باشند که همواره فرصت رشد در سازمان وجود دارد.
 - ساختار غیر بوروکراتیک: لازم است برای بهبود خدمات ارگان‌های دولتی، به کارآفرینان درون سازمان دولت اجازه داده شود که ساختارهایی با سریع‌ترین زمان انجام خدمات طراحی نمایند.
 - سیستم ترفیع: پاداش‌دهی و ترفیع بر اساس کار و نوآوری، می‌تواند به عنوان یک سیستم ترفیع دوگانه، جایگزین سیستم فعلی انتخاب مدیران شود. با این روش با تغییر دولت‌ها کمترین تغییر در ارگان‌ها واقع می‌شود.
 - ارتباط کارکنان: در همه سازمان‌های کارآفرین، کارکنان به راحتی می‌توانند با مدیران ارتباط داشته باشند. در این راستا کاهش لایه‌های سازمانی در ارگان‌های دولتی ضروری است.
- ۶- **بهترین فرصت:** برهه زمانی فعلی بهترین فرصت برای توسعه کارآفرینی در جامعه است. در زمان اوج متقاضیان کار که نیروی کار تازه و شاداب وارد بازار کار می‌شود،

دولت یا ارگان متولی توسعه کارآفرینی می تواند به راحتی کارآفرینان بالقوه و مستعد موجود در خیل عظیم نیروی کار را شناسایی نموده و در طرح جامع توسعه کارآفرینی از آنها کمک بگیرد.

منابع

- خارقانی، ندا (۱۳۸۵)، «**نظریه کارآفرینی شوهیپتر**»، در دنیای اقتصاد، ضمیمه تحلیلی ماهانه شماره ۲۰.
- دبیرخانه طرح کاراد (۱۳۸۵)، «**کارآفرینی چیست**»، سایت دبیرخانه طرح کاراد (طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور) <http://karad.irost.org/karafarini/>
- علیدوست، نور (۱۳۷۹)، «**منابع مالی اهل بیت**»، تهران: نشر فرهنگ اسلامی.
- قدس طینت، بیژن، (۱۳۸۵) [مصاحبه] «**کارآفرینی از زندگی بدون نفت آغاز می‌شود**»، در دنیای اقتصاد، ضمیمه تحلیلی ماهانه شماره ۲۰.
- قیاسی، زهرا (۱۳۸۵)، «**آفرینش در سازمان**»، در دنیای اقتصاد، ضمیمه تحلیلی ماهانه شماره ۲۰.
- هیسریچ، رابرت دی، پیترز، مایکل پی. (۱۳۸۳)، «**کارآفرینی**»، جلد اول، مترجمین: علیرضا فیض‌بخش، حمیدرضا تقی‌یاری، تهران: موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- کارت رایت، راجر (۱۳۸۳)، «**سازمان‌های کارآفرین**»، مترجم: علی پارساییان، تهران: نشر ترمه.
- کیوساکی، رابرت (۱۳۸۳)، «**کار راهه بابای دارا**»، تهران: نشر فرا.