



## بررسی توسعه

# کارآفرینی در کشور کانادا

گردآوری:

بنیامین مشیری

### مقدمه

موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته است. موج سوم: این موج شامل افزایش علاقه‌مندی دولت‌ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است...

### بررسی اطلاعات کارآفرینی توسط بانک جهانی

روال بررسی کارآفرینی گروه بانک جهانی طی سال ۲۰۰۸، مجموعه‌ای جدید از شاخص‌ها را ارائه نمود تا رابطه بین ایجاد شرکت‌ها، وضعیت سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد. یافته‌های اولیه نشان دهنده این موضوع می‌باشند که سطح بالاتر کارآفرینی به توسعه اقتصادی بیشتر، مشارکت بخش رسمی و طرز اعمال روال‌های مدیریتی بهتر مربوط است. برای مثال کشورهایی که موانعی کمتر در ثبت شرکت‌ها را تجربه می‌کنند از فساد کمتری رنج می‌برند و به طور کلی شاهد درصد بالاتری از ثبت شرکت‌ها و ورود آنها به عرصه تجارت هستند. ما متوجه این موضوع شدیم که در ۸۴ کشوری که تجزیه و تحلیل ما گنجانده شده‌اند، شاخص کارآفرینی به صورت ثبت شرکت‌های جدید و میزان ورود آنها به عرصه فعالیت ارزیابی می‌شود و این موضوع نیز به طور مثبتی به رشد اقتصادی مربوط است. ممکن است این موضوع عنوان گردد که کشورهایی که کارآفرینی را تسهیل می‌کنند، شاهد افزایشی در رشد کلی اقتصادی و توسعه بخش رسمی می‌باشند. علاوه بر این، این موضوع نیز مطرح است که دوره‌های توسعه اقتصادی، بهره‌وری و کارآفرینی را ترغیب می‌کنند. برای مثال افراد ممکن است قصد داشته باشند تا برای راه اندازی یک شرکت، امنیت شغلی خود را رها کنند، بر این اساس، آنها در صورتی که از اطمینان بالایی برخوردار باشند می‌توانند در صورت موفق نشدن، کار دیگری بیابند. امیدواریم بتوانیم با گذشت زمان به جمع آوری اطلاعات درباره ایجاد شرکت‌ها ادامه دهیم. این موضوع به ما فرصت خواهد داد تا درک بهتری از این مسئله داشته باشیم که بخش خصوصی چگونه در چرخه‌های شرکتی و مالی عمل می‌کند. محدودیت‌های داده‌های اخیر،

کارآفرینی برای پویایی متناوب اقتصاد بازار مدرن ضروری است و تعداد شرکت‌های جدید می‌تواند رقابت و رشد اقتصادی را فزونی بخشد. در این زمینه بررسی جامع فعالیت کارآفرینی، بصورت یک مطالعه گسترده طولی، می‌تواند عوامل تعیین کننده وابسته به زمان و یا فاکتورهای مستقل در جهت ایجاد بنگاه اقتصادی را مورد شناسایی قرار داده و رابطه چنین مضمونی را با رشد اقتصادی و کاهش فقر بررسی نماید. علاوه بر این، از نقطه نظر یک مضمون اقتصاد تکاملی و در حال تحول، تحقیق جدید اذعان کننده آن است که ناهمخوانی‌ها و نابرابری‌های رشد اقتصادی بین کشورهای پیشرفته و کشورهای کمتر توسعه یافته می‌تواند دقیقاً بواسطه رشد فعالیت‌های کارآفرینی محدودتر شده باشد. کشور کانادا در زمره کشورهایی قرار دارد که ضمن توسعه و استقرار یکی از قوی‌ترین زیرساخت‌های کارآفرینی و نوآوری در دنیا، باعث جذب و اشتغال وسیع مغزهای مهاجر گردیده که در این مقاله نگاهی به ریشه‌های موفقیت کانادا در این زمینه خواهیم داشت.

کارآفرینی از منظر تعاریف جدید

کارآفرینی، واژه‌ای است نو که از معنی کلمه‌اش نمی‌توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار می‌رود که در اصل از کلمه فرانسوی ENTREPRENDEUR به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید. بعضی از دانشمندان نظیر شومپتر، کارآفرین را مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند. وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه، و وسعت دید، فرصت‌های طلایی می‌آفریند. او قادر است که با نوآوری‌ها تحول ایجاد کند و یک شرکت زیان ده را به سوددهی برساند.

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است. موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌های زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع گردیده است..

قابلیت تعیین طول عمر و رشد شرکت‌ها، بر مبنای مشاهده ارزیابی آن‌ها را محدود می‌سازد. علاوه بر این، شاخص‌های کارآفرینی می‌توانند برای تکمیل شاخص‌های دیگر گروه بانک جهانی - مثل شاخص‌های انجام کار - در توسعه توصیه‌های سیاسی به منظور ارتقای رشد و توسعه بخش خصوصی به کار روند.

علاوه بر این، اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توانند پایه‌ای برای مطالعات بیشتر در زمینه اکولوژی شرکت باشند. برای مثال، توزیع شرکت‌ها در هر بخش می‌تواند برای تحقیقی عمیق‌تر مورد استفاده قرار گرفته که هدف آن پاسخگویی به سؤالاتی از این قبیل است: تشکیل چه نوع شرکت‌هایی در محیط‌های چالش برانگیز راحت‌تر است، کدام بخش‌ها به یکدیگر وابسته هستند و کدام بخش‌ها بیشتر به توسعه اقتصادی کشورها کمک می‌کنند. علاوه بر این روند جمع‌آوری اطلاعات به ابزاری ارزشمند برای تشخیص محیط‌های تجاری تبدیل شده است. برای مثال تماس مستقیم با داده‌های ثبت شرکت‌ها در بیش از ۱۲۵ کشور به ما در فهم بهتر مشکلاتی کمک می‌کند که کارآفرینان هنگام ایجاد یک شرکت با آن روبرو می‌شوند و نیز اثر چارچوب‌های سازمانی و تکنولوژیکی مضامین ثبت در سهولت راه اندازی یک شرکت را مشخص می‌سازد.

### مؤلفه‌های اساسی توسعه کارآفرینی

کارآفرینی، جستجوی فرصت‌های بالقوه اقتصادی، تعیین آنها، تدوین راهبرد خلاق و نوآورانه برای بهره‌برداری از آنها، سازماندهی و مدیریت منابع برای رسیدن به اهداف راهبرد است.

تدوین یک راهبرد خلاق و نوآورانه برای بهره‌برداری از فرصت‌ها، مستلزم خطرپذیری و استفاده از دستاوردهای علمی در زمینه منابع و مواد تولید، روش‌ها، سازمان و محصولات (کالا و خدمات) است و بنابراین این مؤلفه کارآفرینی نیز نقش دولت‌های ایالتی و فدرال کانادا را به همراه سازمان‌های توسعه منطقه‌ای نشان می‌دهد که علاوه بر حمایت از پیشرفت‌های علمی، انتقال هرچه بیشتر اطلاعات مربوط به این پیشرفت‌ها به کارآفرینان و تأمین بستری مناسب که در آن مخاطرات ناشی از کاربرد منابع، روش‌ها، سازمان و محصولات جدید به حداقل کاهش یابد را اثبات می‌نماید.

مؤلفه آخر از کارآفرینی تجهیز، سازماندهی و مدیریت منابع در جهت علمی ساختن راهبرد است و در این جهت نیز یک راهبرد توسعه کارآفرینی نیازمند شفافیت و صراحت است. در راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا بخش عمده‌ای از سیاست‌ها و برنامه‌ها معطوف به این جنبه از فرآیند کارآفرینی است. کانادا از کشورهای عضو پیمان اقتصادی است که بزرگترین شریک تجاری آن ایالات متحده آمریکا می‌باشد. مجاورت با یکی از قدرتمندترین نظام‌های اقتصادی و وجود روابط دیرینه و گسترده اقتصادی با آن عملاً و به طور تاریخی رقابتی‌تر شدن اقتصاد کانادا جهت عدم استحاله در نظام اقتصادی ایالات متحده آمریکا را به دنبال داشته است. رقابتی‌تر شدن هسته مرکز راهبرد کلی توسعه اقتصادی در کانادا است که در تمامی سطوح اداری بر ضرورت آن اتفاق نظر وجود داشته و در عین حال مبنایی برای توجه و بسط کارآفرینی در تمام ایالت‌ها و فارغ از تفاوت‌های منطقه‌ای بوده است. بنابراین در کلیه برنامه‌های توسعه اقتصادی ایالت‌ها و مناطق مختلف این کشور عناصر و اجزای زیر به عنوان مؤلفه‌های مشترک قابل پیگیری می‌باشند:

- ۱- سالم‌سازی، شفاف‌سازی و افزایش کارآمدی بازار و عناصر آن،
- ۲- توسعه علمی فنی در زمینه صنایع با ارزش افزوده بالا نظیر فناوری

اطلاعات و زیست فناوری،  
۳- ترویج و توسعه کارآفرینی به عنوان راهکار اصلی استفاده تجاری از دستاوردهای علمی و فنی در افزایش رقابت‌پذیری بازار و نظام اقتصادی. برای تعقیب این راهبرد تشکیلات مختلف دولتی در سطوح فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی به همراه بخش خصوصی این کشور چتری حمایتی تحت عنوان مجمع صنعت ایجاد نموده‌اند، کلیه سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه و از آن جمله سیاست‌های توسعه کارآفرینی توسط این مجمع هماهنگ شده و توسط هر یک از اعضاء مسئول به اجرا گذاشته می‌شود.

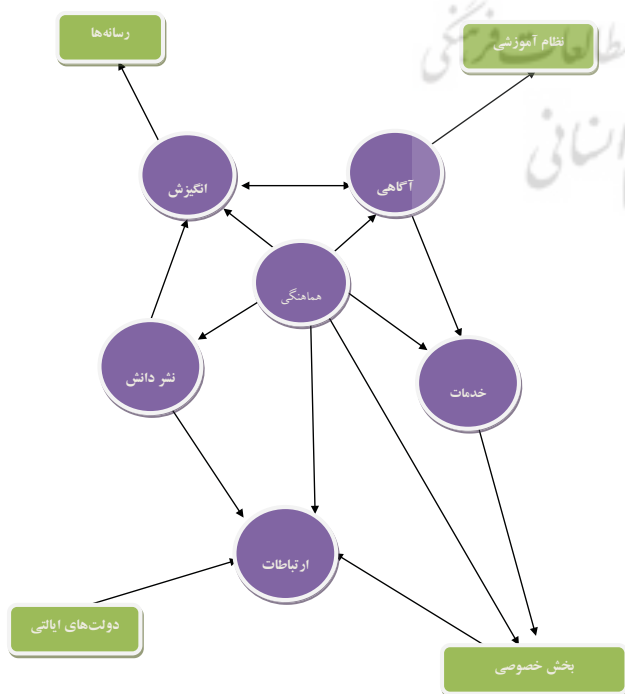
### ۱- راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا

کانادا از کشورهای معدودی است که دارای یک راهبرد توسعه کارآفرینی در سطوح فدرال، منطقه‌ای و ایالتی است. هدف از اتخاذ این راهبرد سالم‌سازی، افزایش کارآمدی و رقابتی‌تر کردن اقتصاد این کشور، توسعه فنی - فناوری و تجاری کردن دستاوردهای علمی - فنی از طریق ترویج نوآوری و توجه ویژه به کسب و کارهای کوچک به عنوان عاملین اصلی و پر تعداد در عرصه فعالیت‌های اقتصادی است.

راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا که از سوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی نیز به عنوان یک الگوی موفق برای سایر کشورها توصیه شده است، مبتنی است بر:

- اصلاحات فرهنگی برای افزایش ارزش‌گذاری اجتماعی کارآفرینی
- اصلاحات ساختاری و تغییر در قوانین برای تسهیل فرایند کارآفرینی
- حمایت مالی - فنی - اطلاعاتی و مدیریتی جهت تجهیز منابع برای کارآفرینان

مؤلفه‌های اصلی راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا در تصویر (۱) ارائه شده است. در این الگو، انگیزش افراد عمدتاً از طریق رسانه‌های عمومی، نظام آموزشی و برنامه‌های ویژه‌ای نظیر اهدای جوایز ویژه به کارآفرینان دنبال می‌شود.





### ۳- اصلاحات ساختاری و نهادسازی

منظور از اصلاحات ساختاری عمدتاً ناظر بر اصلاح در قوانین، مقررات و چارچوب‌های حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف، تاسیس و راهبری کسب و کارهاست. مهم‌ترین این قوانین عبارتند از: مقررات ثبت و تاسیس شرکت‌ها و تعیین ماهیت حقوقی آنها و روابط موسسان، قانون مالیات‌ها و قوانین کار و قوانین رقابت.

هدف از اصلاحات ساختاری در این کشورها اطمینان از انطباق چارچوب قانونی - حقوقی با نیازها و ضرورت‌های توسعه کارآفرینی در مقاطع مختلف زمانی است و عمدتاً با هدف بهبود فضای قانونی - حقوقی به نفع کسب و کارهای جدید، نوآور و در حال رشد صورت می‌گیرد. در این مولفه از توسعه کارآفرینی، اگرچه بار اصلی برنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی بر دوش نظام دولتی قرار دارد، اما خاستگاه اصلاحات، تعاملات و مذاکرات منظمی است که بین دولت و تشکیلات و انجمن‌های کارآفرینان صورت می‌گیرد. بنابراین با افزایش میزان مشارکت اجتماعی در استراتژی توسعه کارآفرینی، داده‌های عینی‌تر و بیشتری برای انجام اصلاحات لازم در مقررات و قوانین فراهم می‌گردد. در بین کشورهای مورد مطالعه، آمریکا و کانادا نسبت به سایر کشورها در اصلاحات ساختاری جلوتر بوده و این موضوع به دلیل نظام فدراتیو حاکم بر آنهاست که امکان مشارکت دورافتاده‌ترین مناطق را نیز در اصلاحات ساختاری فراهم می‌آورد. آمریکا دارای یکی از مفصل‌ترین الگوهای طبقه بندی کسب و کار است که برای منظوره‌های مختلفی همچون اخذ مالیات، شرکت در مناقصات دولتی، بهره‌مندی از وام‌ها و اعتبارات دولتی منعطف بوده و برکارکرد مورد انتظار انواع حمایت‌های قانونی - حقوقی تأثیری مثبت دارد. در این مولفه از استراتژی توسعه کارآفرینی علاوه بر اصلاحات ساختاری، نهادسازی نیز به عنوان عنصری لاینفک مورد توجه است. تلفی عمومی در این گروه از کشورها نیاز به نهادهای متناسب برای پیگیری سیاست‌هاست و بنابراین نهادسازی مستمر در سطوح مختلف پیگیری می‌شود. جمع آوری بسیاری از ادارات و وزارتخانه‌های فدرال و منطقه‌ای ایالتی در کانادا زیر چتر "INDUSTRY PORTFOLIO" مثالی از نهادهای فرابخشی است که در جهت توسعه کارآفرینی ضروری محسوب می‌گردد.

به طور کلی رویکرد به توسعه کارآفرینی در کشورهای مورد مطالعه (بخشی - وظیفه ای = SECTORAL - FUNCTIONAL) نبوده، بلکه از یک ماهیت (منطقه ای - چندبخشی = REGIONAL - MULTIFUNCTIONAL) برخوردار است. در این رویکرد برای توسعه کارآفرینی، تشکیلاتی فرابخشی سازمان داده می‌شود که وزارتخانه‌ها و ادارات فدرال و محلی مختلف در آن حضور داشته و در امر سیاستگذاری و برنامه ریزی مشارکت دارند. با این

علاوه بر نقش نظام آموزشی در تربیت انسان‌های آگاه به کارآفرینی، برنامه‌های متعددی نیز در بیرون از نظام آموزشی برای آگاه‌سازی به اجرا گذاشته می‌شوند. در مؤلفه آگاه‌سازی علاوه بر نظام آموزشی و رسانه‌ها، ساز و کارهای اختصاصی نیز ایجاد می‌گردند که در ادامه گزارش مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

در این الگو تحقیق و نشر دانش به عنوان مؤلفه‌ای از راهبرد است که افزایش فرصت‌های اقتصادی برای بهره‌برداری توسط کارآفرینان را به دنبال دارد و بنابراین علاوه بر این که در انگیزش افراد برای کارآفرینی مؤثر است، به تقویت ارتباطات بین عناصر مختلف و مؤثر در فرآیند توسعه می‌انجامد.

خدمات حمایت از کسب و کارها نیز دقیقاً با هدف توانمندسازی کارآفرینان و تجهیز منابع موجود جامعه برای استفاده از آنها توسط کارآفرینان ارائه شده و مجموعه آنچه تحت عنوان مثلث انگیزشی - مهارت - فرصت نامیده می‌شود به واسطه ایجاد نهادهای متناسب و تقویت ارتباطات بین نهادها هماهنگ می‌گردد. در این نهادسازی و تقویت ارتباطات، مشارکت بخش خصوصی الزامی است.

### ۲- فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی

ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه، به طور کلی تحت عنوان فرهنگ سازی کسب و کار، از مولفه‌های اصلی استراتژی دولت‌ها در توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی - ترویجی - آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود. فرهنگ سازی موردنظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی صورت می‌گیرد. برنامه‌های متعددی در کشورهای مختلف و در زمینه فرهنگ سازی در جریان است. بخش اصلی بار فرهنگ سازی بر دوش نظام آموزشی و بخش دیگری از آن بردوش رسانه‌های جمعی است. نکته‌ای که در خصوص فرهنگ سازی مورد تأکید سیاستگذاران توسعه کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته قرار دارد، طبیعت طولانی مدت نتیجه‌گیری از این برنامه‌هاست. فرهنگ واقعی کسب و کار در یک فرآیند طولانی مدت صورت می‌گیرد و از برنامه‌های فرهنگی نیابستی نتایج آنی انتظار داشت. به همین خاطر و نیز به دلیل اینکه برگشت سرمایه‌گذاری در برنامه‌های فرهنگی اصولاً برحسب آمار و ارقام مالی - پولی اندازه گیری نمی‌شود، شاخص‌های قطعی برای ارزیابی برنامه‌های فرهنگی تدوین نشده‌اند. از نظر سازمانی، الگوی مورد عمل در کشورهای توسعه یافته، عدم تمرکز برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگ سازی در یک تشکیلات واحد بوده است. فرهنگ به دلیل پیچیدگی‌ها و ظرافت‌های باطنی آن بیش از هر مولفه دیگری در استراتژی توسعه کارآفرینی نیازمند مشارکت اقشار و افراد است تا از طریق این مشارکت، امکان نهادینه کردن تنوعات فرهنگی و ارزش‌های مثبت نهفته در خرده فرهنگ‌ها تامین شود. کشف مجدد کارآفرینی در سال‌های اخیر و نقش دولت موجب شده است که جامعه سنگاپور کارآفرینی را بهتر بشناسد و در نظام آموزشی، الگوهای نقش هنوز هم به عموم مردم و به نسل جوان نشان داده می‌شوند. همچنین جوایز متعدد به کارآفرینان اعطا می‌شود و آن‌ها از طریق رسانه‌های جمعی به عموم شناسانده می‌شوند. نمونه برنامه‌های اعطای جوایز و معرفی کارآفرینان عبارتند از:

- اعطای جایزه سال به کارآفرین نمونه توسط مرکز توسعه کارآفرینی دانشگاه تکنولوژی (NANYANG)،
- جایزه ویژه بیزینس تایمز و (DHL) برای شرکت کارآفرین نمونه سال،
- پخش یک برنامه تلویزیونی در سال ۱۹۹۶ برای تشریح زندگی کارآفرینان برجسته.



مختلف جامعه و هدایت آنها برای توسعه کارآفرینی بوده، فرهنگ سازی و آموزش کارآفرینان در جهت تقویت توان و ظرفیت بهره برداری آنها از منابع تجهیز و هدایت شده برای جوابگویی به فرصت‌های اقتصادی صورت می‌گیرد و فصل مشترک و حلقه پیوند دهنده این دو مولفه، انواع تمهیدات مالی و اعتباری و خدمات مشاوره‌ای است که در مراکز خدمات رسانی کارآفرینی سازمان داده می‌شوند.

اولین بخش از خدماتی که در قالب استراتژی توسعه کارآفرینی برای کارآفرینان فراهم می‌شود انواع حمایت‌های مالی - اعتباری است که به شکل اعطای وام یا اعتبار مستقیم، تضمین بازپرداخت وام‌ها و اعتبارات مورد تقاضای کارآفرینان از بانک‌ها و موسسات تجاری، تأمین بخش‌های خاصی از وام‌ها و اعتبارات لازم و ارائه امتیازاتی در بازپرداخت‌ها است.

### ۳- ایجاد موسسات آموزشی دولتی - خصوصی

به طور کلی از آنجا که در کشورهای در حال توسعه که دیگر کشاورزی نمی‌تواند اشتغال را برای جمعیت زیادی فراهم کند و از سوی دیگر فراگیر کارهای سودآور هم فقط برای عده ای محدود امکان پذیر است، 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. بنابراین، این سوال پیش می‌آید که واقعا این وظیفه از چه طریقی اجرا شود؟

ترتیب مشارکت عمومی در تعیین اهداف و سیاست‌ها تضمین می‌گردد. در عین حال در ابعاد اجرایی برنامه‌ها و سیاست‌ها می‌توان شاهد تمرکزگرایی در نهادهای مسئول بود. نهادها و تشکیلات اجرایی، سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی در گروه کشورهای مطالعه از الگوی تقریباً یکسانی برخوردار است. در این الگو مراکز ایجاد می‌گردند تا به عنوان اولین ایستگاه مراجعه کارآفرینان، خدمات تعریف شده در برنامه‌های اجرایی توسعه کارآفرینی را به آنها ارائه می‌دهند. این خدمات عموماً در مولفه‌های مشاوره فنی - حقوقی - تجاری، آموزش و مشاوره مالی یا حمایت مالی - اعتباری است. در سطح بالاتری از این مراکز، تشکیلاتی سازمان داده می‌شوند که در یک تقسیم‌بندی می‌توان آنها را دو دسته کرد. دسته اول تشکیلات سطح بالاتر، مراکز هستند که خدمات اختصاصی برای گروه‌های خاص کارآفرینان نظیر زنان، جوانان، بیکاران، بازنشستگان، صادرکنندگان را ارائه می‌دهند و بنابراین در صورتی که کارآفرین متعلق به هر یک از این اقشار در برآوردن نیازهای خود طی مراجعه به مراکز عمومی واقع در سطح قبلی ناکام بوده باشد، این امکان فراهم می‌گردد تا مجدداً و از زاویه‌ای اختصاصی تر خدمات مورد نیاز وی تأمین شود.

دسته دوم از تشکیلات سطوح مذکور، مراکز هستند که از دانش فنی و نیروی انسانی کارآمدتری برخوردار بوده و برای برآوردن نیازهای کاملاً اختصاصی کارآفرینان تشکیل می‌گردند. در یک مقایسه می‌توان کارکرد این تشکیلات سطح دوم را به رابطه پزشکان عمومی، یا پزشکان متخصص تشبیه کرد.

علاوه بر این‌ها، نهادسازی و اصلاحات ساختاری با هدف تجهیز منابع

عرف نسبت به اخذ هزینه‌ها از کارآفرینان اقدام می‌کنند. آنچه در این مراکز اصل شمرده می‌شود، فضایی سرشار از موفقیت برای کارآفرینان است.

#### ۵ - آموزش کارآفرینی

دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش و سیستم آموزشی و موسسات وابسته به آن می‌تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند، یا اینکه مبحث توسعه کارآفرینی می‌تواند به عنوان یکی از دروس به دانش آموزانی که تمایل به درک کارآفرینی دارند، آموخته شود تا بتوانند قابلیت‌های خود را ارزیابی کنند.

برای ارتقا کارآفرینی، می‌توان ابزار آموزشی با موضوع کارآفرینی را در میان دانش آموزان توزیع کرد. کتاب‌ها، جزوات، راهنماها و مأخذهای چگونگی شروع و مدیریت موسسات می‌توانند در مدارس و کتابخانه‌ها توزیع شوند. بدین ترتیب دانش آموزان آگاه‌تر شده و در زمان شروع کار خود آمادگی بیشتری خواهند داشت.

#### ۶ - مشاوره‌های مالی - فنی و مدیریتی

دولت‌ها روز به روز علاقه مندرت می‌شوند تا از راه‌حل‌های مختلف به بخش کسب و کارهای کوچک کمک کنند و از آنجا که کسب و کارهای جدید نیازمند مشاوره‌های مالی - فنی و مدیریتی هستند، دولت‌ها می‌توانند با ایجاد مراکز مشاوره‌ای، خدمات مشاوره‌ای لازم را ارائه کنند. به عنوان نمونه در کشور کانادا، با توجه به ماهیت متنوع خدمات در زمینه کارآفرینی، اکثر سازمان‌ها و نهادهای حاضر

در مجمع صنعت، INDUSTRY PORTFOLIO در امر مشاوره فنی - مدیریتی فعالند (مجمع صنعت کانادا متشکل از سازمان‌های مختلف دولتی و تحقیقاتی است). علاوه بر آن شبکه موسوم به شبکه مشاوران فناوری صنعتی که به طور مشترک توسط مجمع صنعت و بخش خصوصی راهبری می‌شود، با بیش از ۱۵۰ شعبه در سراسر کانادا در امر مشاوره فنی مستقیم فعال است. همچنین می‌توان به برنامه موسوم به طرح کمک‌های تحقیقات صنعتی که توسط شورای ملی تحقیقات کانادا اجرا می‌گردد اشاره کرد که طی آن ۲۵۰ مشاور فنی برجسته در ۱۴۰ موسسه و سازمان دولتی و خصوصی کمک و مشاوره در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهد.

در اکثر کشورها، آموزش کارآفرینی از طریق نهادهایی انجام می‌شود که بعضاً تحت نظارت دولت هستند. به عنوان نمونه در هند موسساتی مانند: NIESBUS, EDI, موسسات آموزشی ایالتی، SISI در سطوح مرکزی، تلاش‌های قابل ملاحظه ای برای اداره برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت با توجه به گروه‌های هدف مورد آموزش، صورت می‌گیرد و در حال حاضر تحقیقات و آموزش در این موسسات در سطح خوبی انجام می‌شود و علاوه بر آن آموزش کارآموزانی که می‌توانند در نقاط مختلف کشور کار کنند، اثربخشی این آموزش را دوچندان کرده است.

موسسه توسعه کارآفرینی هند EDII به‌عنوان یک موسسه معتبر ملی شناخته می‌شود که به آموزش کارآفرینان می‌پردازد. این موسسه که با نظارت دولت فعالیت می‌کند، از سوی موسسات مالی هند، بانک توسعه صنعتی هند، شرکت تامین مالی صنعتی هند، شرکت سرمایه‌گذاری و اعتباری هند و بانک ایالتی هند حمایت و پشتیبانی می‌شود. علاوه بر آن فرماندار گجرات نزدیک به ۲۳ هکتار زمین در اختیار این موسسه قرار داده است.

این موسسه پیشگام جنبش کارآفرینی در سراسر کشور هند به شمار می‌رود و این ایده را دنبال می‌کند که کارآفرینان لزوماً کارآفرین متولد نمی‌شوند، بلکه کارآفرینی را باید از طریق فعالیت‌های مدون و مناسب آموزش داد. این ایده به نوبه خود به ارائه برنامه‌های متعددی برای آموزش کارآفرینی منجر شده است. برنامه‌های موسسه توسعه کارآفرینی هند به حدی گسترده است که فقط با تلاش و همکاری اعضا انجام می‌شود. این موسسه با طیف وسیعی از سازمان‌ها و موسسات متعهد به توسعه کارآفرینی رابطه نزدیک داشته و برنامه‌های آن از سوی موسسات و نهادهای متفاوتی تحت پشتیبانی و حمایت قرار می‌گیرد. اعضای هیات علمی این موسسه از بهترین و مجرب‌ترین استادان دنیا بوده و در رشته خود دارای مطالعات، تحقیقات و تجربیات وسیعی هستند.

#### ۴ - مراکز رشد کسب و کارهای کوچک

انکوباتورها معمولاً فضایی با بخش‌های کوچکتر هستند که این بخش‌های کوچکتر فضای لازم برای پرورش کسب و کارهای جدید را فراهم می‌کنند. هدف از افزایش تاسیس انکوباتورهای کسب و کار، نرخ تاسیس و کاهش نرخ مرگ و میر تسهیل فرایند رشد این کسب و کارهاست.

ایجاد پرورشگاه یا بایستی توسط دولت صورت گیرد و یا با حمایت مالی و غیرمالی دولت و توسط بخش خصوصی با مشارکت دولت ایجاد گردد.

روال کاری انکوباتور بدین صورت است که براساس 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 کارآفرین می‌کند. انکوباتورها علاوه بر فضای فیزیکی که برای شروع فعالیت کارآفرین تأمین می‌کنند، در نقش مشاوره‌ای و ارتباط دهنده کارآفرین با شبکه روابط اجتماعی - اقتصادی بین کسب و کارها عمل می‌کنند. جستجوی فرصت‌های جدید کسب و کار و اشکال جدید کسب و کار؛ مسئله حائز اهمیت در تاسیس انکوباتورها، توجه به این نکته است که اصولاً فعالیت این مراکز مبتنی بر پرداخت سوبسید به کارآفرینان نیست. بلکه گاهی اوقات تجاری و مطابق با



## ۷- نقش اطلاع رسانی دولت

به طور خلاصه باید گفت که اطلاعات برای بقای کسب و کار، درعین حال برای رشد و توسعه آن اهمیت حیاتی دارد. آمار به دست آمده از ایالات متحده تأکید می‌کند که «فقدان اطلاعات» می‌تواند به هزینه کردن بیش از حد یا سرمایه‌گذاری بیش از حد دارایی‌ها منجر گردد. کارآفرین باید اطلاعات داشته باشد تا براساس آن استراتژی‌های آینده خود را بنا کند. هرچه کسب و کار پیچیده‌تر باشد، سیستم اطلاعاتی اهمیت بیشتری می‌یابد. یک استراتژی غیرسودآور (استراتژی ضعیف سرمایه‌گذاری) ممکن است مستقیماً یا به طور غیرمستقیم به شکست کسب و کار بیانجامد.

باتوجه به اهمیت فوق العاده اطلاعات در ایجاد و اداره کسب و کارهای کوچک، در بسیاری از کشورهای دنیا، دولت و سازمان‌های وابسته به دولت چنین رسالتی را برعهده دارند. به عنوان نمونه در کشور کانادا، وزارت صنایع، بانک اطلاعاتی کسب و کارها را بر روی اینترنت راه اندازی کرد که STRATEGIS نام دارد و طیف وسیعی از اطلاعات تجاری، فنی و مدیریتی بر روی آن در دسترس کارآفرینان قرار می‌گیرد. علاوه بر این، مرکزخدمات کسب و کارهای کانادا، به عنوان نقاط خدمات جامع، انواع خدمات و حمایت‌های اطلاعاتی را به کارآفرینان ارائه می‌کنند. این مراکز دارای دفاتر متعددی در ایالت‌های مختلف می‌باشند که محل مراجعه مستقیم کارآفرینان محسوب می‌گردد. هزینه این مراکز توسط دولت فدرال و دولت‌های ایالتی تأمین می‌شود.

مراکز تجارت بین المللی در کانادا نیز با مشارکت وزارت خارجه در مراکز استان‌ها راه اندازی شده اند که وظیفه ایجاد کانال ارتباطی بین وابستگان بازرگانی کانادا در سایر کشورها با کارآفرینان داخلی را برعهده دارند.

## ۸- سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

مطالعات این گروه نشان می‌دهد که سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا با دو ویژگی شناخته می‌شود:

الف) گروه‌بندی مفصلی از جمعیت و کسب و کارها به عنوان گروه‌های هدف بر سیاست معین انجام شده است. به این معنی که سیاست‌ها برای گروه‌های مختلف اجتماعی جداگانه تعریف شده‌اند.  
ب) سیاست‌ها در سطوح مختلف فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی خرد شده‌اند، به نحوی که تمامی منابع در دسترس این کشور جهت توسعه کارآفرین به طریق هم‌افزا مورد استفاده قرار گیرند.

در کشور مورد مطالعه گروه‌بندی نسبتاً مفصلی برای تعیین گروه‌های هدف سیاست‌های توسعه کارآفرینی صورت گرفته است. این گروه‌ها عبارتند از:

- کارآفرینان بالقوه شامل:
  - زنان
  - جوانان
  - کارکنان شرکت‌ها
  - سایر گروه‌ها بر حسب مورد
- کارآفرینان بالفعل شامل شرکت‌های کوچک و متوسط و بزرگ
- سازمان‌ها و تشکیلات صنفی
- مراکز آموزشی و اساتید
- رسانه‌های عمومی
- کل جامعه
- کسب و کارهای خارج از کانادا



سیاست‌های توسعه کارآفرینی در بین گروه‌های هدف مذکور اصولاً برگرفته از ۳ موضوع است:

۱- راهبرد کلی این کشور برای توسعه نوآوری در تمام سطوح، اصلاح ساختاری بازار برای سالم‌سازی و رقابتی کردن آن و حمایت از صنایع کوچک و متوسط به دلیل نقش ۵۰ درصدی آنها در ایجاد اشتغال جدید و سهم ۴۳ درصدی آنها از کل تولید اقتصادی در بخش خصوصی و انعطاف ذاتی آنها در مواجهه با تحولات محیطی،

۲- ضرورت مشارکت کلیه اجزاء و عناصر جامعه در سطوح مختلف فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی اعم از بخش دولتی یا خصوصی،

۳- توجه به نیازها و وضعیت متفاوت هر یک از گروه‌های هدف در سیاست‌های توسعه کارآفرینی و تدوین سیاست‌ها با توجه به وضعیت هر یک.

محورهای اصلی سیاست‌گذاری در این کشور جهت توسعه کارآفرینی به قرار زیر است:

- افزایش آگاهی‌ها و انگیزه در تمام جمعیت برای کارآفرینی با تأکید ویژه بر جوانان،
- آموزش بیشتر در تمام زمینه‌هایی که به رقابتی شدن اقتصاد این کشور منجر می‌گردند.
- حمایت افزون‌تر در زمینه‌های فنی - مدیریتی - مالی از کسب و کارهای کوچک و متوسط با تأکید بر کسب و کارهای نوآور و در حال رشد،
- بهبود ارتباطات بین کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک و متوسط،
- اصلاح و بهبود کیفیت خدمات حمایتی ارائه شده به کارآفرینان،
- حمایت از تحقیقات و بسط دانش کارآفرینی.

## ۳- برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

### ۱-۳- حمایت مالی

وظیفه اصلی حمایت مالی از کارکنان بالقوه و بالفعل در کانادا بر عهده بانک ویژه‌ای تحت عنوان بانک توسعه کسب و کارهای کانادا می‌باشد که در یک سطح ملی عمل می‌کند. این بانک حدود ۸۰ شعبه در سراسر کانادا دارد و

### ۳-۳- مشاوره فنی - مدیریتی

با توجه به ماهیت متنوع این خدمات، اکثر سازمان‌ها و نهادهای حاضر در مجمع صنعت در امر مشاوره فنی - مدیریتی فعال می‌باشند. از جمله می‌توان به شبکه موسوم به شبکه مشاوران فناوری صنعتی اشاره نمود که به طور مشترک توسط مجمع صنعت و بخش خصوصی راهبری شده و با بیش از ۱۵۰ شعبه در سراسر کانادا در امر مشاوره فنی مستقیم فعال است. همچنین می‌توان به برنامه موسوم به طرح کمک‌های تحقیقات صنعتی اشاره نمود که توسط شورای ملی تحقیقات کانادا اجرا می‌گردد و طی آن ۲۵۰ مشاور فنی برجسته در ۱۴۰ موسسه و سازمان دولتی و خصوصی کمک و مشاوره فناورانه در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهند.

۳-۴- تسهیل دسترسی شرکت‌های کوچک و متوسط به قراردادهای دولتی در این زمینه سازمان موسوم به اداره امور عمومی و دولتی کانادا که مسئول انجام ۷۰۰۰ قرارداد دولتی به ارزش ۸ میلیارد دلار در سال است از طریق ۲ برنامه در حمایت از کسب و کارهای کوچک فعال است. این دو برنامه عبارتند از:

- مراکز اطلاع‌رسانی قراردادهای دولت کانادا
- طی این برنامه از طریق مراکز توسعه کسب و کارها، اطلاعات مربوط به



برنامه‌های متعددی برای حمایت مالی از کارآفرینان بالقوه و بالفعل با مشارکت سایر سازمان‌ها و نهادهای مسئول به اجرا گذاشته است. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- وام‌های بدون بهره به کارآفرینان جوان
- به دانش‌آموزان و دانشجویان کانادایی تا سقف ۳۰۰۰ دلار وام بدون بهره اعطاء می‌گردد تا در فصل تعطیلات کسب و کاری را تأسیس و راه‌اندازی کنند. این کسب و کارها می‌توانند پس از تعطیلات نیز ادامه داشته باشند.
- وام به کسب و کارهای کوچک و متوسط
- بخشی از وام‌های بانک توسعه کسب و کارهای کانادا جهت تأمین سرمایه شرکت‌های تازه تأسیس و بخش دیگر برای کسب و کارهای در حال رشد اعطاء می‌گردد. بانک مورد مطالعه در عین حال دارای برنامه‌های مشترکی با سازمان‌های فدرال و دولت‌های ایالتی و تشکیلات توسعه منطقه‌ای است که هر یک به منظور برآوردن نیازهای معینی، طراحی و به اجرا گذاشته می‌شوند. این بانک علاوه بر مشارکت در تأمین مالی کارآفرینان در مشاوره با کارآفرینان درخصوص مدیریت مالی نیز مشارکت دارد. در واقع این بانک کارآفرینان متقاضی را در همان ابتدا تحلیل شخصیت نموده و مشخص می‌سازد که تا چه حد از خصوصیات کارآفرینی دارند تا دو سال پس از اعطاء وام نیز اقدام به ارائه مشاوره مالی به کارآفرین می‌کند. همچنین بانک مورد مطالعه در برنامه‌های انگیزشی همچون تشویق کارآفرینان برجسته در جامعه نیز مشارکت دارد و بخشی از جوایز این مسابقات را تأمین می‌کند.

### ۳-۲- حمایت اطلاعاتی

وظیفه اصلی اطلاع‌رسانی به کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک و متوسط در کانادا بر عهده سازمان‌های زیر است:

- مرکز خدمات کسب و کارهای کانادا
- ۱۲ مرکز خدمات کسب و کارهای کانادا به عنوان نقاط خدمات جامع، انواع خدمات و حمایت‌های اطلاعاتی را به کارآفرینان ارائه می‌کنند. این مراکز دفاتر متعددی در ایالت‌های مختلف دارند که محل مراجعه مستقیم کارآفرینان محسوب می‌گردد. هزینه این مراکز توسط دولت فدرال و دولت‌های ایالتی تأمین می‌گردد.
- مراکز تجارت بین‌المللی
- این مراکز که با مشارکت وزارت امور خارجه در مراکز استان‌ها راه‌اندازی شده‌اند وظیفه ایجاد کانال ارتباطی بین وابستگان بازرگانی کانادا در سایر کشورها با کارآفرینان داخلی را بر عهده دارند.
- وزارت صنایع

وزارت صنایع علاوه بر عضویت در مجمع صنعت و مشارکت در بخش عمده‌ای از برنامه‌های توسعه کارآفرینی، بانک اطلاعاتی کسب و کارها بر روی اینترنت را راه‌اندازی کرده است و طیف وسیعی از اطلاعات تجاری، فنی و مدیریتی بر روی آن در دسترس کارآفرینان قرار دارد.

علاوه بر مراکز فوق‌الذکر که در ارتباط مستقیم با کارآفرینان قرار دارند، سایر سازمان‌های عضو در مجمع صنعت نیز به طور مستقیم یا غیرمستقیم از طریق انتقال اطلاعات به مراکز قبلی در اجرای برنامه‌های حمایت اطلاعاتی سهیم هستند. به طور مثال مؤسسه آمار کانادا وظیفه تأمین داده‌های آماری مربوط به داخل کانادا یا خارج از آن را بر عهده دارد. غالب این سازمان‌ها به تناسب وظیفه اطلاع رسانی خود دارای وبگاه اینترنت بوده و این وبگاه‌ها در دسترس همگان قرار دارد.

قراردادهای دولتی در اختیار کسب و کارهای کوچک و متوسط قرار می‌گیرد.  
• راهبرد مناقصات الکترونیکی دولت  
در این برنامه وبگاه اطلاع‌رسانی ویژه‌ای برای مناقصات دولتی بر روی اینترنت راه‌اندازی شده است.

### ۳-۵- سالم‌سازی بازار و رقابتی کردن آن

در این زمینه سازمان‌های متعددی برحسب شرح وظیفه اصلی خود مشارکت دارند. مهمترین سازمان‌های حاضر در این سیاست عبارتند از:

- ۱- اداره حقوق مالکیت معنوی کانادا
- ۲- هیئت رقابت
- ۳- اداره کالاهای مصرفی
- ۴- اداره شرکت‌ها
- ۵- اداره اوزان و مقادیر
- ۶- اداره امور مصرف‌کنندگان
- ۷- اداره نظارت بر ورشکستگی
- ۸- شورای استانداردهای کانادا

۳-۶- انگیزش و آگاه‌سازی کارآفرینان بالقوه  
در این زمینه برنامه‌ها بر محورهای زیر استوار است:

- الگوسازی از طریق مسابقات و کارگاه‌ها
- آموزش‌های فنی - مدیریتی
- حمایت اطلاعاتی و مشاوره
- تأمین مالی

در این زمینه نیز سازمان‌های متعددی مشارکت دارند که از آن جمله می‌توان به سازمان‌های زیر اشاره نمود:

- ۱- بانک اطلاعات ملی دانش آموختگان  
بانک اطلاعاتی از دانش آموختگان دوره‌های مختلف جهت آگاه کردن کسب و کارها
- ۲- شورای ملی تحقیقات کانادا

حمایت از پروژه‌های تحقیقاتی جوانان به صورت مالی و مشاوره‌ای  
۳- مرکز تحقیقات ارتباطات

برگزاری دوره‌های کارآموزی برای کارآفرینان جوان در عرصه فناوری اطلاعاتی

۴- بانک کسب و کارهای کانادا

ارائه وام بدون بهره و مشاوره در زمینه مدیریت مالی

۵- شورای تحقیقات علوم اجتماعی و انسانی

مشاوره و بازشناسی جوانان کارآفرین

### ۹- تجارب حاصل از برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

بررسی‌های این گروه نشان می‌دهد که جمع‌بندی نتایج و دستاوردهای اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا اساساً در سطوح منطقه‌ای صورت گرفته است و اگر یک جمع‌بندی نهایی از آن در سطح ملی صورت گرفته باشد منابع و گزارش‌های مربوط به آن علیرغم تلاش مستمر این گروه به دست نیامده است.

در بین گزارش‌هایی که توسط کارشناسان این گروه از طریق جستجو در اینترنت و مراجعه به وبگاه‌های دولت کانادا جمع‌آوری شد، گزارش جامع نتایج اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی در منطقه موسوم به "آتلانتیک کانادا" موجود بود که از جذابیت ویژه‌ای برخوردار است. منطقه مذکور که شامل چهار ایالت از ایالت ۱۰ گانه کانادا می‌باشد، از نظر مساحت برابر با ۵ درصد از کل مساحت کانادا بوده و با جمعیتی بالغ بر ۲/۴ میلیون نفر سهمی برابر با ۸/۱ درصد از کل جمعیت این کشور را در سال ۱۹۹۶ میلادی به خود اختصاص داده است. طی دوره ۳۰ ساله ۱۹۶۱ - ۱۹۹۱ اگر چه جمعیت کانادا بیش از ۴۹/۷ درصد رشد داشته، اما جمعیت این منطقه تنها ۲۲/۴ درصد افزایش یافته است. جمعیت اندک و در نتیجه، کوچکی بازار در این منطقه عامل مهاجرت ساکنین به نواحی دیگر بوده است. ویژگی دیگر این منطقه درصد قابل توجه روستانشینی در آن است. در حالی که نرخ روستانشینی در کانادا ۲۵ درصد است، این رقم برای منطقه مورد مطالعه ۴۵ درصد است. اقتصاد این منطقه همانند اقتصاد توسعه نیافته بسیاری از کشورهای متکی به مواد خام و اولیه بوده و درآمد عمده ساکنین این ایالت‌ها از ماهیگیری، معدن کوبی، جنگلداری و کشاورزی حاصل می‌شود. از نظر جغرافیایی استان‌های مورد مطالعه متشکل از ۸۹۲ نقطه مسکونی بوده است که ۹۶ درصد از این نقاط کمتر از ۱۰ هزار نفر جمعیت داشته و در سال ۱۹۹۱ در بیش از ۳۴۹ نقطه حداقل ۲۵ درصد از نیروی کار محلی فقط در یک واحد صنعتی شاغل بوده‌اند که حاکی از عدم تأسیس واحدهای صنعتی در منطقه است.

در سال ۱۹۹۵ میلادی اگر چه این ایالت‌ها سهمی برابر با ۸/۱ درصد از کل جمعیت کانادا را دارا بوده‌اند، اما تنها ۶ درصد از کل تولید ناخالص داخلی کانادا متعلق به این ایالت‌ها بوده است. در طی یک دوره ۲۰ ساله منتهی به سال ۱۹۹۵ نرخ متوسط رشد سالانه اقتصاد ملی کانادا ۲/۷ درصد و برای منطقه مورد مطالعه ۲/۱ درصد بوده است. و در حالی که نرخ بیکاری در کانادا حدود ۹/۵ درصد است این رقم در منطقه مورد مطالعه ۱۳/۴ درصد می‌باشد. وضعیت نامناسب اقتصادی این منطقه در مقایسه با بسیاری از شاخص‌های اقتصادی در سطح ملی از یک طرف و اتخاذ یک راهبرد توسعه کارآفرینی کاملاً مطرح در گزارش‌های رسمی مؤسسه مسئول توسعه منطقه آتلانتیک به همراه مشابهت ساختار اقتصادی ایالت‌های واقع در این منطقه آن را به مورد مناسبی برای مطالعه تجارب حاصل از اجرای سیاست‌های توسعه کارآفرینی تبدیل کرده است که در این گزارش مورد توجه قرار گرفته است.

بررسی تجارب حاصل از توسعه کارآفرینی در این منطقه عقب مانده علاوه





### خالص اشتغال ایجاد شده طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ در طبقات مختلف کسب و کارها در منطقه آتلانتیک کانادا

طبقه (ارقام به هزار نفر)	خالص اشتغال ایجاد شده
کمتر از ۵ نفر	۲۲/۶
۵ تا ۱۹ نفر	-۹/۸
۲۰ تا ۴۹ نفر	-۱/۹
۵۰ تا ۹۹ نفر	-۵/۷
۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر	-۱۴/۱۳
بیش از ۵۰۰ نفر	-۳۷/۴
کل	-۴۶/۵

#### ۴-۵- خود اشتغالی

پدیده خود اشتغالی از جهات متعددی حائز اهمیت است. در متون ادبیات پژوهشی کارآفرینی از علل محیطی گرایش و همت افراد به کارآفرینی به مواردی همچون بیکار شدن و یا عدم تکافوی درآمد نیز اشاره شده است. در دوره‌های رکود و بحران اقتصادی که بسیاری از کسب و کارهای بزرگ ناگزیر از کاهش نیروی کار می‌باشند، خود اشتغالی می‌تواند در تأمین بخشی از نیازهای معیشتی نیروی کار مؤثر باشد و از عوارض اجتماعی دوره رکود بکاهد.

خود اشتغالی در دوره‌های رونق اقتصادی نیز به دلیل محسنات ذاتی آن نظیر انعطاف در زمان کار می‌تواند برای بخشی از جمعیت جذابیت داشته و به عنوان شیوه کار آنها شناخته شود.

تخمین زده می‌شود حدود ۱۹۰۰۰۰۰ نفر در کانادا خود اشتغال باشند و ارقام موجود نشان می‌دهد که میزان خوداشتغالی در کانادا طی دوره ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۵ میلادی بیش از ۱۹/۴ درصد و در منطقه حدود ۱۵/۸ درصد افزایش یافته است. گزارش‌های موجود اساساً افزایش خود اشتغالی را به عنوان پدیده‌ای طبیعی در دوره‌های رکود و بحران اقتصادی محسوب می‌کنند. اما باید توجه داشت که سیاست‌های حمایت از خود اشتغالان همچون تغییر بیمه‌های بیکاری به کمک‌های نقدی برای شروع کسب و کاری جدید و یا صندوق‌های تغییر وام و اعتبار، این تجربه جدید را برای بسیاری از نیروهای کار قبلی کسب و کارها جذابتر نموده و میل به کارآفرینی را در کل جمعیت افزایش می‌دهد. به نظر می‌رسد نیروی کار اخراج شده از کسب و کارهای بزرگ در دوران رکود و بحران اقتصادی که بتوان با سعی و تلاش دوره مذکور را گذرانده و در دوره رونق کسب و کار خود را رشد دهد به الگوهای موفق از کارآفرینی در جامعه تبدیل گردد.

#### ۴-۶- مشاغل خانگی

نکته قابل توجه در بررسی مشاغل خانگی منطقه مورد مطالعه این است که بیش از ۴۶ درصد از آنها بیش از ۳ نفر را در استخدام خود دارند. مؤسساتی نظیر مهدهای کودک، مراقبت از سالمندان، خدمات مهندسی و بیمه و نظایر آن در مشاغل خانگی منطقه مورد مطالعه حائز اهمیت می‌باشند.

جذابیت‌های اصلی این شیوه اشتغال علاوه بر ابعاد فردی همچون نزدیکی شخص به محیط خانه و امکان حضور همزمان در کار و مسئولیت‌های

بر مزایای فوق‌الذکر، از نظر دیگری نیز حائز اهمیت است و آن این‌که به دلیل مطالعه عمیق تجارب حاصل و آرایه آنها در گزارش‌های حجیم مؤسسه این نکته که شاخص‌های موفقیت سیاست‌های توسعه کارآفرینی همگن نبوده و قابل تعریف در سطوح مختلف می‌باشند را عیان می‌سازد.

#### ۴-۱- تأسیس و انحلال شرکت‌ها

در منطقه تحت پوشش مؤسسه توسعه منطقه آتلانتیک از سال ۱۹۸۹ راهبرد منسجم و جامعی در زمینه توسعه کارآفرینی تدوین و به اجرا گذاشته شده است. از شاخص‌های مهمی که می‌تواند برای ارزیابی میزان موفقیت کوتاه مدت این راهبرد به کار گرفته شود تغییرات خالص تأسیس و انحلال شرکت‌هاست. در فاصله سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۳ میلادی تعداد کل شرکت‌ها در کانادا از ۹۲۶۶۵۳ شرکت به ۹۲۶۹۳۵ شرکت افزایش داشته است که نرخ رشد ۰/۰۳ درصدی را نشان می‌دهد. در مقایسه، تعداد شرکت‌های منطقه مورد مطالعه در دوره مذکور از ۸۶۳۰۸ شرکت به ۸۹۰۳۶ شرکت افزایش داشته است که حاکی از ۳/۱۶ درصد افزایش است. این رقم بسیار فراتر از شاخص ملی کانادا می‌باشد.

#### ۴-۲- بقاء شرکت‌ها

از ابعاد قابل توجه کارآفرینی مدت بقاء شرکت‌ها پس از تأسیس است. متوسط مدت زمان بقاء شرکت‌ها در کل کانادا برای دوره ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۳ در حدود ۵/۶ سال بوده است که رقم مورد انتظار در منطقه مورد مطالعه ۵/۲ سال بوده است. به نظر می‌رسد در مقایسه ارقام مربوط به این شاخص باید به ۲ مسئله توجه نمود.

اولاً منطقه از زیر ساخت اقتصادی نامطلوب‌تری نسبت به کل کشور برخوردار بوده و ثانیاً به نظر می‌رسد مدت زمان بقاء شرکت‌ها در فاصله زمانی طولانی‌تری نسبت به اجرای سیاست‌های توسعه کارآفرینی حساسیت نشان دهد.

#### ۴-۳- رشد شرکت‌ها

در منطقه مورد مطالعه کسب و کارها بر ۳ دسته تقسیم می‌گردند:

- کسب و کارهای کوچک با حداکثر ۹۹ نفر نیروی انسانی
- کسب و کارهای متوسط با کارکنانی بین ۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر
- کسب و کارهای بزرگ با بیش از ۵۰۰ نفر نیروی انسانی

بر مبنای این تقسیم‌بندی میزان رشد شرکت‌ها بر حسب تعداد شرکت‌هایی که در سال بعد به دسته بالاتر صعود کرده باشند اندازه‌گیری می‌گردد. گزارش‌های مؤسسه نشان می‌دهد که به باور این سازمان اوضاع بد اقتصادی و رکود عمومی حاکم بر کانادا در سال‌های اول دهه ۱۹۹۰ دلیل نزول عملکرد بوده است و رشدی مشاهده نشده است.

#### ۴-۴- سطح اشتغال

کاهش یا افزایش نرخ بیکاری جمعیت فعال نیز شاخص دیگری در اندازه‌گیری موفقیت سیاست‌های توسعه کارآفرینی است. گزارش‌های موجود حاکی از افزایش خالص تعداد بیکاران منطقه در فاصله سال‌های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ میلادی به میزان ۴۶۵۰۰ نفر است که عموماً ناشی از کاهش اندازه کسب و کارها و عدم رشد آنها بوده است. نکته مهمی که در گزارش‌های رسمی مشاهده می‌شود وضعیت کاملاً متمایز کسب و کارهای دارای کمتر از ۵ نفر نیروی انسانی در مقایسه با سایر طبقات است. خالص اشتغال (اشتغال بدست آمده منهای بیکاران) در گروه‌های مختلف کسب و کارهای منطقه در جدول زیر ارائه شده است:

### جمع‌بندی :

توسعه زیرساخت مناسب رشد کارآفرینی در عمل کشور کانادا را به بهشت کارآفرینی و خطرپذیری در عرصه کسب‌وکارهای نوین مبدل نموده است. چپش محیط حمایت از کارآفرینی به نحوی بوده است که دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات مورد نیاز برای هر شرکت نوپا و Startup براحتی ممکن و میسر است. کانادا زمانی حدود ۱۲ سال را صرف ایجاد چنین فضائی نمود و اینک اتمسفری در حیطه کارآفرینی در این کشور در جریان است که هر صاحب ایده‌ای را به دایر نمودن کسب و کاری نو دعوت می‌کند.

منابع :

۱. ساز و کار مدیریت توسعه کارآفرینی در کشور، معاونت برنامه ریزی منابع انسانی و توسعه کارآفرینی وزارت کار و اموراجتماعی، مرداد ۱۳۸۶
  ۲. نقش دولت در توسعه آموزش کارآفرینی، دکتر محمود احمد پورداریانی سیدمحمد مقیمی، مجله تدبیر، شماره ۱۱۷ خرداد ۸۶
  ۳. کارآفرینی و تجربیات موفق، سایت مرکز کارآفرینی دانشگاه تبریز. <http://pti.tbzmed.ac.ir/pdf/entreprn%20mrkaze%20doc2.pdf>
  ۴. مفاهیم کارآفرینی و فرشتگان کارآفرین، سایت فن‌بازار ملی ایران، <http://tech-mart.ir/fa/?c=content&id=7>
  ۵. فناوری اطلاعات و کارآفرینی، دکتر زعفریان، عضو هیات علمی دانشکده کارآفرینی تهران، دومین کنفرانس کارآفرینی دانشگاه تهران، بهمن ۱۳۸۷
  ۶. نقش دولت در توسعه آموزش کارآفرینی، دکتر محمود احمد پورداریانی سیدمحمد مقیمی عضو هیات علمی دانشگاه امیرکبیر عضو هیات علمی دانشگاه تهران ، منبع: مجله تدبیر شماره ۱۴۳
- INTERNATIONAL LABOUR OFFICE, NETWORKING.v  
FORENTPRENEURSHIP development: SELECTED entrepreneur-  
shipdevelopment PROGRAMMS AND GUIDELINES FOR TRANS-  
FER, GENEVA,2005
- PROKOPENKO JOSEPH & PAVLIN IGOR, entrepreneurshipde- ۸  
velopment IN PUBLIC ENTERPRISES, INTERNATIONAL LABOUR  
OFFICE,2007
- ‘The State of Entrepreneurship in Canada ۹  
The State of Entrepreneurship in Canada ,February2010, <http://www.cibc.com/ca/pdf/entrepreneurship-study.pdf>
- Industry Canada. Key Small Business Statistics. Ottawa: Industry.۱۱  
Canada, 2009.(www.ic.gc.ca/sbstatistics) Munroe-Blum, Heather, and  
Peter MacKinnon. “Canada’s Innovation Deficit.” Policy Options. June  
2009
- pp. 8-10.Global Sales Strategies for Ambitious Canadian Entre- ۱۲  
preneurs , KENNETH P. MORSESenior Lecturer & Managing Director,  
MIT Entrepreneurship Center, Cambridge, Massachusetts, USA-2010

خانوادگی در ابعاد کلان نیز قابل تصور است. این مشاغل به دلیل تسهیم هزینه‌های سرمایه‌گذاری لازم برای تأسیس و راه‌اندازی با سرمایه مورد نیاز برای خرید یا اجاره محل سکونت، نوعی مزیت رقابتی در مؤلفه هزینه‌ها ایجاد می‌کند. همچنین ظهور فناوری‌های جدید ارتباطی این امکان را فراهم می‌کند تا افراد از داخل منازل بتوانند تخصص و مهارت خود را عرضه کنند و در مراکز پر تراکم جمعیتی کاهش بار ترافیکی از مزایای مشاغل خانگی است. مشاغل خانگی در حکم ایجاد مرکز رشد کسب و کارهای کارآفرینانه و موفق بعدی نیز می‌تواند باشند. شرکت اپل از گاراژ یک خانه مسکونی قد برافراشته و استفاده از اصطلاح فضای تعمیرگاهی برای تشویق کارآفرینان جهت استفاده از فضاهای مرده و بلااستفاده متداول است این شیوه کار می‌تواند یک شیوه مستمر کار برای کارآفرینان با ویژگی‌های معین نظیر ناتوانی جسمی نیز باشد. در مطالعات مؤسسه مشخص شده است که ۳۵ درصد از مشاغل خانگی واقع در نمونه بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیت داشته و بخش قابل توجهی از آنها دارای ناتوانی جسمی بوده‌اند. مطالعات این مؤسسه نشان می‌دهد که این مشاغل با محدودیت‌های اصلی زیر مواجه می‌باشند:

• قوانین ناسازگار شهری

• عدم حمایت دولتی

این در حالی است که ۸۰ درصد از کارآفرینان مشاغل خانگی اظهار داشته بودند که در جستجوی بازارهای جدید و محصولات جدید می‌باشند.

### ۴-۷ - مقایسه عملکرد برنامه‌ها و سیاست‌ها با توجه به گروه‌های هدف

زنان، جوانان، بازنشستگان، اقلیت‌های قومی و مذهبی و معلولین به دلایل متعددی به عنوان گروه‌های هدف در سیاست‌های کارآفرینی تفکیک و به طور اختصاصی مورد حمایت قرار می‌گیرند.

در راهبرد توسعه کارآفرینی کانادا به دلیل تنوع گسترده جمعیتی تقسیم‌بندی تفصیلی از گروه‌های هدف وجود داشته و ابعادی از ارزیابی سیاست‌ها معطوف به تغییرات در وضعیت کاری و معیشتی این گروه‌هاست.

### ۴-۸ - ارزیابی عملکرد ساز و کارها

ساز و کارهایی همچون مراکز توسعه کسب و کار و مراکز اطلاعات کسب و کار که در جهت اجرای برنامه‌های مختلف در قالب سیاست‌های توسعه کارآفرینی ایجاد می‌گردند موضوع مستقلی در ارزیابی برنامه‌ها و سیاست‌ها می‌باشند.

