

اکوسیستم کارآفرینی

(برداشتی آزاد از گزارش وزارت تعاون کار و امور اجتماعی)

تغییرات سریع و گسترده فناوری‌ها، شرایط متلاطمی را در بازارهای جهانی به ارمغان آورده و تاب‌آوری و نوآوری بنگاه‌ها را تبدیل به شروط لازم برای بقا و پایداری کسب‌وکارها و مشاغل کرده است. در چنین شرایطی، ایجاد محیط مساعد برای ظهور و رشد کسب و کارهای جدید نوآور و فعالیت‌های کارآفرینانه وظیفه حیاتی سیاست‌گذاران کشور برای دستیابی به رشد و رونق اقتصادی است.

پویایی اقتصاد، حاصل فعالیت‌های کارآفرینی مبتنی بر تشخیص فرصت‌ها است، کارآفرینانی که با تکیه بر نوآوری و پذیرش مخاطره فعالیت‌های نوآورانه خود، قادر به نفوذ آگاهانه در بازارهای غیرقابل پیش‌بینی، ایجاد فشار رقابتی در میان بنگاه‌ها و بهبود عملکرد کلی اقتصاد هستند. گزارش شاخص جهانی کارآفرینی (GEI) شواهدی مبنی بر همبستگی شدید کارآفرینی با اهداف کلی‌تر رفاه انسانی، نظیر افزایش رشد اقتصادی، کاهش نابرابری درآمدی، بهبود کیفیت محیط‌زیست و پایداری سیاسی و امنیت ارائه کرده است و از این‌رو کارآفرینان را نیروی صلح، برابری و رفاه فراگیر انسانی معرفی می‌کند.

نیاز به کارآفرینی، دانش و نوآوری به خوبی در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ابلاغی مقام معظم رهبری، تصریح شده است. این در حالی است که هم‌اکنون کشور ما با نرخ بالایی از بیکاری، به‌ویژه در میان فارغ‌التحصیلان جوان دانشگاهی از سویی و نرخ پایین بهره‌وری نیروی کار از سوی دیگر روبرو است. مطابق با پیش‌بینی‌های انجام شده سازمان برنامه و بودجه تا سال ۱۳۹۹ لازم است

سالانه ۹۵۵ هزار شغل جدید در کشور ایجاد شود ۱. ایجاد چنین حجمی از مشاغل در چنین بازه کوتاه زمانی تنها از طریق راه‌حلهایی نظیر جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد محدودیت در واردات و یا تأمین مالی بنگاه‌های راکد و نیمه فعال امکان‌پذیر نخواهد بود،

به‌ویژه آن که ماهیت متلاطم و نوآورانه اقتصاد جهانی اثربخشی راه‌حل‌های اخیر را مورد تردید قرار می‌دهد.

راه حل موازی، ایجاد سریع شغل توسط شرکت‌هایی است که رشد سریع دارند) کارآفرینان(با تشویق تأسیس شرکت‌هایی که از طریق ارائه خدمات یا محصولات جدید دارای مطلوبیت عام، قادر به رشد سریع باشند، می‌توان مشاغل مورد نیاز را ایجاد کرد. چنین شرکت‌هایی معمولاً به‌وسیله بهره‌گیری از گوشه‌های جدید بازار ۲ و ارائه محصولات، خدمات یا فرآیندهای بدیعی که رقبا و یا جایگزینان اندک دارند، ایجاد می‌شوند. ترکیب محصولات بدیع، رقبای بلا واسطه اندک و تقاضای بالایی که به‌وسیله بازارهای جدید ایجاد شده است،

می‌تواند سطوح بالای سودآوری را پایدار نماید و سرمایه و انگیزه‌های گسترش سریع تولید و اشتغال را فراهم کند. چنین نگاهی، کارآفرینی را به عنوان راه حل مناسب برای ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی، جایگزین راه‌حل‌های سنتی می‌نماید؛ به‌نحوی که امروزه در ادبیات اقتصادی کشورهای توسعه یافته، گذار از اقتصاد مدیریت شده به اقتصاد کارآفرینانه، تبدیل به بحثی تأمل‌برانگیز شده است. همزمان، سیاست‌های سنتی صنعتی شدن در این کشورها جای خود را به سیاست‌های توسعه کارآفرینی داده‌اند.

توجه سیاست‌گذاران به مقوله کارآفرینی در ایران، عمری کوتاه (کمی بیش از یک دهه(دارد. بدیهی است در این مدت کوتاه، ابزارها و سیاست‌های توسعه کارآفرینی آن‌گونه که شایسته است فرصت بلوغ نیافته‌اند و محدود هستند. این در حالی است که مطابق با گزارش شاخص جهانی کارآفرینی (GEI) اکوسیستم کارآفرینی ایران ضعیف است. امتیاز کلی کارآفرینی ایران در این شاخص تنها ۲۸۸۸٪ است و در میان ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا که در گزارش یاد شده بررسی شده‌اند، ایران رتبه ۱۴ را دارا است. لذا نیازمند طراحی سیاست‌ها و پیاده‌سازی برنامه‌های مناسب و توجه جدی به مقوله کارآفرینی و پیش آن در کشور هستیم. این در حالی است که علیرغم تلاش‌های دولت‌ها و جامعه، مطابق با سنجه‌های بین‌المللی، هنوز تا موقعیت مطلوب فاصله دارد. عدم موفقیت در رقابت‌پذیری و کارآفرینی همراه با این واقعیت است که ایران از لحاظ تعداد فارغ‌التحصیلان رشته‌های مهندسی که کارآفرینان بالقوه کشور محسوب می‌شوند، رتبه ۵ جهان (پس از هند، چین،

روسیه و آمریکا(را دارا است. برای استفاده مناسب از این دارایی پُرارزش لازم است تا دولت در کنار توجه به سیاست‌های مساعد و تسهیل‌کننده کسب و کار، عنایت ویژه‌ای به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه و پر رشد که قادر به رقابت در سطح جهانی باشند، داشته باشد.

مطالعات تجربی کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کارآفرینانه و پر رشد، علاوه بر سهم بالا در تولید ثروت، عامل ایجاد بیشترین میزان مشاغل جدید در این کشورها نیز بوده‌اند. لذا از آنجا که در حال حاضر ایران با معضل بیکاری به‌ویژه در میان جوانان روبرو است، توجه به توسعه کارآفرینی اهمیتی دو چندان می‌یابد به نحوی که لازم است تا در اولویت سیاستی دولتمردان قرار گیرد.

از آنجا که کارآفرینی پدیده‌های مجرد نبوده و در متن اکوسیستم خاص خود (در محیط نهادی خاص و در تعامل بازیگران مختلف) اتفاق می‌افتد، بدیهی است که اولین قدم برای صورت‌بندی و پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت اکوسیستم کارآفرینی در سطوح مختلف ملی و استانی و تشخیص گلوگاه‌هایی است که مزایای رقابتی کشور را فرسوده می‌کنند.

در مفهوم اکوسیستم کارآفرینی به عنوان روشی جدید برای تفکر و اقدام، جهت طراحی سیاست‌های کارآفرینی در سال‌های اخیر به کار گرفته شده است. اکوسیستم کارآفرینی به افراد، سازمان‌ها و نهادهایی اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن بوده و یا بر احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه مؤثرند. OECD اکوسیستم را شامل چارچوب‌های تنظیمی، شرایط بازار، دسترسی به منابع مالی، تحقیق و توسعه و فناوری، فرهنگ و قابلیت‌های کارآفرینانه معرفی کرده است. اکوسیستم‌ها، محیطی را ایجاد می‌کنند که لازم است عناصر آن هم‌نوا با یکدیگر برای شکوفایی بنگاه‌های نوآور و پر رشد به نظم درآیند. این بنگاه‌ها نیازمند کارکنان ماهر هستند، لازم است تا دسترسی به فناوری داشته باشند، زیرساختی با کارکرد مطلوب لازم دارند، مشاوره تخصصی و پشتیبانی می‌خواهند، باید به منابع مالی دسترسی داشته باشند، محلی برای کسب و کار لازم دارند و نیازمند یک چارچوب قانونی هستند که از آنها حمایت کند.

در اکوسیستم کارآفرینی وجود ذینفعان و همکاری متقابل آنها با یکدیگر سبب ایجاد شرایط مناسب برای فعالیتهای کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای جدید می‌شود. منظور از ذینفع هر نهادی است که به طور بالفعل یا بالقوه حامی و مشوق کارآفرینی است. ارگان‌های دولتی، دانشگاه‌ها، انجمن‌های کسب و کار، تشکل‌های بخش خصوصی، سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، کارآفرینان، مراکز رشد، مراکز شتاب‌دهنده، رهبران اجتماعی، مراکز تحقیقاتی، نمایندگان نیروی کار، وکلا و غیره از ذینفعان اکوسیستم کارآفرینانه هستند. کارآفرین نیز هر چند حاصل اکوسیستم کارآفرینانه است اما خود نیز نقش فعال در ایجاد اکوسیستم و سلامت آن بازی می‌کند. تعامل و همکاری متقابل بین ذینفعان مختلف نیازمند تبادل رسمی و غیررسمی اطلاعات جهت هماهنگی میان فعالیتهای آنان است. بررسی‌ها نشان می‌دهند که نحوه ترکیب این عوامل که با گذشت زمان تکامل می‌یابند وابسته به شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و جغرافیایی است.

بدیهی است که اکوسیستم‌های کارآفرینی یکتا و منحصر به فرد هستند زیرا نتیجه و برآیند تعاملات متقابل و پیچیده صدها عامل هستند که ریشه در نهادهایی شکل گرفته در طول تاریخ دارند؛ نهادهایی که برای کشورهای مختلف، در کنار مزیت‌های رقابتی منحصر به فرد، مجموعه‌ای خاص از چالش‌ها به وجود می‌آورند که باید بر آنها غلبه کرد. به همین سبب است که در این رویکرد، استفاده کورکورانه از الگوی توسعه کارآفرینانه یک کشور و اعمال آن برای کشور دیگر ناکاراست.

از آنجا که تنها در اثر وجود ویژگی‌هایی همچون همگنی، تعادل و هم‌افزایی است که اکوسیستم توان پرورش کارآفرینان موفق را خواهد داشت، لازمه تشخیص و طراحی سیاست‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی توجه به کلیه عناصر (کاستی‌ها یا نقاط قوت) اکوسیستم و شیوه تعاملات آنها است. در چنین نگاهی ضعف در یک زیرسیستم یا نهاد می‌تواند بر عملکرد کلی اکوسیستم تأثیر داشته و علی‌رغم وجود نقاط قوت، همانند یک گلوگاه عمل نماید.

ایران در این رکن و هر دو متغیر فردی و نهادی آن عملکرد مناسبی نشان نداده است.

متغیر نهادی در این رکن، آزادی اقتصادی است که GEI برای سنجش آن از گزارش سهولت کسب و کار که هر ساله توسط بانک جهانی منتشر می‌شود استفاده می‌کند. مطابق با این گزارش محیط کسب و کار ایران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. محیط کسب و کار نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد و توسعه کارآفرینی از طریق فراهم کردن شرایط رقابت‌پذیری و بسترسازی مناسب برای ورود مؤثر بخش خصوصی در اقتصاد کشور ایفا می‌کند و گامی اساسی در جهت توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تولید و سطح اشتغال در کشور محسوب می‌شود. سطح عملکردی متغیر نهادی «آزادی اقتصادی» طی سال‌های اخیر هر چند رشد داشته است، اما بهبود آن در مقایسه با تلاش سایر کشورها کافی نبوده به نحوی که در وضعیت «بحرانی» قرار دارد.

متغیر فردی در این رکن میزان کسب‌وکارهای جدیدی که در کشور بر پایه تشخیص فرصت ایجاد شده‌اند را می‌سنجد. شواهد تجربی نشان داده است که بین تعداد کسب‌وکارهای نوپا و درآمد سرانه کشورها رابطه‌ای U شکل وجود دارد. دیده‌بان جهانی کارآفرینی کسب‌وکارهای جدید را به دو گروه مبتنی بر فرصت و اجباری تقسیم می‌کند. منظور از کارآفرینی اجباری آن دسته از کسب‌وکارهایی است که به دلیل نیاز و معیشت و از سر ناچاری و نیافتن شغل مناسب ایجاد می‌شوند. از آنجا که این دسته از کسب‌وکارها معمولاً بهره‌وری کمتر یا معادل با کسب‌وکارهای مشابه دارند، هر چند در کاهش بیکاری و معضلات اجتماعی ناشی از آن مؤثرند، اما «تخریب خلاقانه شومپیتری» را به همراه نداشته و لذا قادر نیستند سهم چندانی در بهبود سرانه تولید ناخالص داخلی و سطح رفاه جامعه داشته باشند.

در کشورهای در حال توسعه معمولاً میزان راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید زیاد است؛ اما حجم بالایی از آنها از نوع اجباری است و رابطه‌ای منفی با رشد اقتصادی نشان می‌دهند. برعکس در کشورهای توسعه یافته، هر چند تعداد کسب‌وکارهای جدید کمتر است اما بیش‌ترین حجم آنها را کسب‌وکارهای مبتنی بر فرصت تشکیل داده و تعداد آنها رابطه مثبت با رشد اقتصادی نشان می‌دهد.

مشاهدات در ایران حاکی از آن است که حدود ۱۰٪ از فعالیت‌های کارآفرینی (به مفهوم ایجاد کسب‌وکارهای جدید) در ایران و بر پایه تشخیص فرصت است و حدود ۴۰٪ ایجاد

کسب و کارهای جدید حسب ضرورت (گریز از بیکاری) صورت می‌پذیرد. به نظر می‌رسد این میزان کسب و کارهای جدید که بر پایه تشخیص فرصت ایجاد می‌شوند کافی نیست زیرا متغیر فردی این رکن در وضعیت بحرانی بدیهی است انگیزه قرار دارد. این متغیر تحت تأثیر مستقیم متغیر فردی درک فرصت است که آن نیز وضعیت بحرانی دارد.

نتیجه آنکه استفاده از فرصت در میان افراد معدودی از جامعه که فرصت‌ها را نیز تشخیص داده‌اند به دلیل کمبود آزادی اقتصادی، کاهش خواهد یافت.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی