

موانع و راهکارهای دولت کارآفرین در ایران

مهدی آقازیارتی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

در ابتدا گمان بر این بود که تنها زنها و مردها می‌توانند کارآفرین بوده و در آن نقش داشته باشند اما امروزه نه تنها افراد در کارآفرینی نقش دارند بلکه از دولت نیز انتظار ایفای نقش کارآفرینی و همچنین حمایت از کارآفرینان می‌رود. در خلال مقاله سعی بر آن است که اشاره‌ای مختصر بر موانع موجود بر سر راه کارآفرینی در ایران گردد. همچنین از دو دیدگاه به دولت کارآفرین نگرسته می‌شود. دیدگاه اول به موانع و راهکارهای حمایت از کارآفرینان توسط دولت اشاره داشته و دیدگاه دوم به این مبحث که چگونه خود دولت می‌تواند در کارهایش کارآفرین باشد می‌پردازد. و در نهایت به چرخه کارآفرینی اشاره می‌شود که با نشان دادن محیط‌های سه گانه تنظیمی، شناختی و هنجاری سعی بر این دارد که تدریجی و چرخه‌ای بودن فرایند شکل‌گیری کارآفرینی را مورد تأکید قرار دهد.

واژگان کلیدی

کارآفرین^۱، کارآفرینی^۲، دولت کارآفرین^۳.

- 1 . Entrepreneur
- 2 . Entrepreneurship
- 3 . Entrepreneurship Governess

مقدمه

شاید عبارت دولت کارآفرین بسیاری از خوانندگان را متحیر کند زیرا آن‌ها کار آفرین را فقط و فقط به‌عنوان زنان و مردان اهل کسب و کار می‌دانند اما معنای واقعی واژه کارآفرین به مراتب گسترده‌تر از این است.

کارآفرینان موتور حرکت اقتصاد جامعه می‌باشند و این موتور نیازمند حمایت دولت می‌باشد. به‌عبارت دیگر حمایت دولت (دولت کارآفرین) بنزین موتور کارآفرینی محسوب می‌شود.

برخی داعیه داران مکاتب اقتصادی فلسفی که مانند منسیوس که از شاگردان کنفوسیوس بود، اعتقاد داشت که حکمران با کار و کوشش باید به رفاه جامعه دست پیدا کند و حکمرانی که قادر به فراهم کردن شرایط کار و رفاه مردم نباشد باید استعفا کند (خنیفر، ۱۳۸۶: ۴۷).

کارآفرینی دولت در شرایط رکود و زمانی که بخش خصوصی توان واکنش را از دست می‌دهد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برای نمونه در طول رکود بزرگ آمریکا، دولت «روزولت» برنامه کارآفرینانه‌ای را به اجرا در آورد. کارآفرینی دولت، همچنین برای کشورهای که با عقب ماندگی دست و پنجه نرم می‌کنند حایز اهمیت است. «دولت میجی» در ژاپن، نمونه‌ای برجسته در این زمینه است (مقیم، ۱۳۸۴: ۷۰).

هنوز هم بیشتر مدیران ما معتقدند فقط دو راه برای خروج از بحران‌های مکرر دولتی وجود دارد: افزایش مالیات یا کاهش مخارج. ولی آیا راه سوم وجود ندارد؟ باید موسسه‌های بوروکرات را به موسسه‌های کارآفرین متحول کنیم. باید آماده قطع شیوه‌های منسوخ و مشتاق انجام کار بیشتر با مایه کم‌تر و تشنه جذب اندیشه‌های تازه باشیم.

دولت‌های کار آفرین راه را به ما نشان داده اند. با این همه بیشتر مدیران ما گوش شنوا ندارند. آن‌ها به اندازه‌ای سرگرم بالا رفتن از نردبان ترقی هستند که فرصت درنگیدن و از نو دیدن را وانهاده‌اند. بنا براین چون گذشته در دامچال نگرش‌های کهنه به مشکلات گرفتار مانده‌اند و نمی‌توانند راه‌حل‌ها را که در برابر دیدگان‌شان حضور دارد ببینند. جان مینارد کینز، اقتصاد شناس برجسته در جایی گفته است: آن قدر که رهیدن از افکار کهنه دشوار است، پروراندن افکار نو دشوار نیست (اوزبرن، ۱۳۸۴: ۴۲).

مشکل ما بزرگ‌تر شدن یا کوچک‌تر شدن دولت نیست، آن چه نیاز داریم دولت بهتر (دولت کارآفرین) است.

مروری بر ادبیات کارآفرینی

صاحب‌نظران مختلف، تعاریف متعددی از کارآفرینی نموده و آن‌را از منظرهای مختلف مورد توجه قرار داده‌اند. «جفری تیمونز»^۱ کارآفرینی را توانایی خلق یک چیز، عملاً از هیچ می‌داند.

در خصوص کار آفرینی ابتدا تأکید سستی بر تلاش‌هایی بود که یک فرد، یک بینش را به یک کسب و کار موفق تبدیل می‌نمود، اما اخیراً کارآفرینی به‌عنوان فرایندی که می‌تواند در سازمان‌ها با نوع و اندازه‌ای رخ دهد، که افراد نیز جزیی از آن هستند، مفهوم‌پردازی شده است. فرآیند کارآفرینانه دارای عناصر و نگرش و رفتاری است که از نظر نگرشی به تمایل یک فرد و یا یک سازمان برای استفاده از فرصت‌های جدید و حس مسؤولیت برای تغییر خلاقانه اشاره دارد، این تمایلات را گرایش‌های کارآفرینانه می‌گویند (مقیم، ۱۳۸۳: ۳۰).

واژه «دولت کارآفرینانه» در دهه ۱۹۶۰ میلادی و حتی قبل از آن در ادبیات اقتصادی مطرح بوده است، اما بر طبق نظر «ایزینگر» و «استوارت هلند» در سال ۱۹۷۲ میلادی، از این واژه برای تشریح مؤسسات دولتی ایتالیایی که ساختاردهی مجدد صنعتی را بر عهده داشته‌اند استفاده نموده است (مقیم، ۱۳۸۴: ۷۱).

«جان تامپسون»^۲ معتقد است که رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان‌ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) می‌باشد.

در برخی کشورها ساختاردهی مجدد در سازمان‌های دولتی به منظور بهبود در کارایی این سازمان‌ها از طریق کمک به حذف موانع سازمانی صورت گرفته است و در برخی کشورهای دیگر شیوه‌های مختلف خصوصی‌سازی دنبال می‌شود. صاحب‌نظران بر این باورند که اصلاحات سازمانی و خصوصی‌سازی نمی‌تواند بدون کارآفرینی موفق باشند و فرض اساسی این است

1 . Jeffrey Timmons

2 . John Thompson

که سازمان‌های دولتی در سراسر جهان برای ادامه حیات خود باید رفتارهای کارآفرینانه را گسترش دهند.

«اوگن لوئیز»^۱ معتقد است که کار آفرینان دولتی به جای آن‌که سازمان دولتی را به‌عنوان سازمان بی‌ثمری که خدمات عمومی را به‌صورت ناکارآمد ارایه می‌کند و دارای پرسنل کوتاه فکر و محافظه‌کار است، بنگرند تأثیرات بالقوه سازمان‌های دولتی مؤثر را مورد توجه قرار می‌دهند. بدین معنا که درک آن‌ها از سازمان‌های دولتی این است که اگر آن‌ها به‌صورت مؤثر اداره شوند، می‌توانند تأثیرات بسیاری در جامعه داشته باشند و سازمانهای دولتی بزرگ و پیچیده را به‌عنوان قدرتمندترین ابزار برای تغییر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تلقی می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۳۲).

دولت کارآفرینانه، رشد، بهره‌وری و رقابت‌پذیری اقتصاد را تضمین می‌کند و علاوه بر آن، فرصت‌ها را تشریح نموده و ارشادات لازم را برای مؤسسات بخش خصوصی فراهم می‌آورد.

سازمان‌ها و کارگزاری‌های دولتی زمانی کارآفرینانه خواهند بود که نسبت به تغییرات هوشیار باشند، فرصت‌ها را کشف و از آنها بهره‌برداری نموده و یا اقدامات نوآورانه‌ای را بروز دهند (مقیمی، ۱۳۸۴: ۷۰).

انواع نگرش‌ها به کارآفرینی در دولت

بخش دولت تعهدات، پاسخگویی و اهداف متفاوت با بخش خصوصی دارد و مفروضات تقلیدی از بخش خصوصی در معرض مناظره‌ای جدی است. اغلب تصور می‌شود بخش عمومی مجموعه‌ای بوروکراتیک، محافظه‌کار و غیرشفاف است. با این تصور چنین نتیجه‌گیری می‌شود که بخش دولتی نمی‌تواند کارآفرین باشد. گرچه بخش دولتی مخالف کارآفرینی نیست، اما ساختار سنتی و بوروکراسی، ارزش‌ها و کاربردهای سنتی دارد. اصلاحات اخیر در کاربردهای بوروکراتیک این امکان را فراهم ساخته است که اقدام کارآفرینانه به‌طور منطقی شبیه‌سازی شوند (جهانگیری، ۱۳۸۰: ۶۵).

1 . Ogen Lewis

مطالعات نشان می‌دهد که مفهوم کارآفرینی در بخش دولتی به دلایل زیر به کار گرفته شده است:

۱. جستجو برای تعیین افراد پیشقدم در بخش دولتی که تغییرات اساسی را ایجاد کرده‌اند، این چشم‌انداز در نقطه‌نظرهای اسکات و میشل^۱ دیده می‌شود. به عقیده آنان، کارآفرینی یکی از سه معیاری است که مبانی اختیار واقعی اداری را مشروعیت می‌بخشد، زیرا در این حالت کارآفرینان دولتی از مدیران معمولی و سیاست‌مدارانی که منابع دولتی را به روش‌های مختلف و نامؤثر تخصیص می‌دهند متفاوت هستند.
۲. کارآفرینی بر اثر شروع جنبش سیاسی با ایجاد سازمان‌های دولتی جدید جهت همگام شدن با تغییرات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به وجود آمده است.
۳. نگرش سوم این است که کارآفرینی محصول کاربرد و اصول رهبری و مدیریت استراتژیک در مؤسسات دولتی بوده است، زیرا مدیریت استراتژیک مستلزم نگرش بلندمدت و تأکید بر عوامل خارجی و ارتباطات باز در داخل و تصمیم‌گیری مشارکتی است. سازمان‌های دولتی تصور می‌کنند که در این صورت باید ابتکارها و فرصت‌های جدید و فرآیندهای جدید در خدمات ایجاد شود تا زمینه برای دگرگونی مؤثر سازمانی فراهم شود.
۴. نگرش چهارم در متون نوسازی دولت یافت می‌شود که به وسیله آذربورن و گیبلر ارایه شده است. اقدامات دولت در این نگرش دربرگیرنده کوچک‌سازی، مهندسی مجدد، بهبود مستمر و افزایش استانداردهای کیفی در ارایه خدمات از طریق مدیریت مشارکتی، اصلاحات پایین به بالا و انگیزش‌های درونی و بازسازی دولت از طریق تواناسازی کارکنان آن است.
۵. نگرش پنجم، خصوصی‌سازی است که مستلزم کاهش درگیری بخش دولتی در ارایه خدمات از طریق منابع و پیمانکاران خارجی و واگذاری مسئولیت اجرایی بر عهده بخش خصوصی است. بنابراین، بخش عمومی از منابع دولتی به‌عنوان اهرمی برای تشویق کارآفرینی در شرکت‌های خصوصی استفاده می‌کنند (Morris, miichael, 1999).

1 . Scott & Mitchell

موريس معتقد است كه نقش بالقوه كارآفريني در سازمان هاي بخش دولتي غير قابل انكار است. كارآفريني به عنوان يك فرآيند قابل مديريت با ابعاد كليدي نوآوري، ريسك پذيري و رفتار اثرگذار است. دولت ها در روبرو شدن با مشكلات و تغييرات سريع محيطي سه پاسخ مي توانند داشته باشند:

• پاسخ اول

براندازي دولت و عقب نشيني كامل از ساز و كار بازار و قيمت؛ در اين حالت ناتواني دولت يك شرط مناسب براي تسليم در مقابل طلسم بازار است.

• پاسخ دوم

كنترل سياسي بر دولت و بوروكراسي؛ اصلاح گران سياسي در اين حالت سعي مي كنند اين مشكل را با شدت بخشيدن به كنترل خارجي اصلاح كنند. از جمله راه هاي انتخابي بهتر كردن سازمان قانون گذاري (مجلس)، راهنمايي و كنترل بهتر وزارتخانه ها به وسيله وزرا، بهبود مديريت مالي، تجزيه و تحليل سيستماتيكي خط مشي هاست. به هر حال اين ها خود ابزار بوروكراتيك هستند و اثر كم تري در حل مشكلات بوروكراتيك دارند، زيرا بوروكراسي نمي تواند به جنگ بوروكراسي برود، اما درس بزرگي به ما مي دهد و دو مشكل اساسي انحصار و سلسله مراتب را گوشزد مي كند، زيرا تركيب اين ها منجر به قدرت و تبديل به عاملي خطرناك مي شود.

• پاسخ سوم

كارآفريني است كه مفروضاتي براي اصلاح بوروكراسي دولتي مطرح مي كند. كارآفريني دولتي، مخصوصاً با تزريق مكانيسم هاي رقابت و كنترل دموكراتيكي سازمان هاي دولتي راه چاره اي براي فرار از طلسم بازار از يك طرف و بوروكراتيك شدن از طرف ديگر است (Mierlo, van, 2000).

پژوهشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي

ضرورت دولت كارآفرين مال جامع علوم انساني

شايد خيلي ها معتقدند دولت را مي توان مثل كسب و كار اداره كرد، اما دولت و كسب و كار دو مقوله يك سره متفاوتند. انگيزه رهبران دنياي كسب و كار، سود است، انگيزه رهبران دولت، شوق به انتخاب مجدد است. بيش تر پول كسب و كار را مشتري مي دهد و بيش تر پول

دولت را مالیات دهندگان می دهند. عامل پیشرفت کسب و کار، رقابت است. دولت‌ها معمولاً از انحصار استفاده می‌برند. وجود این نوع این نوع تفاوت‌ها باعث می‌شود انگیزه‌های بخش دولتی با انگیزه‌های بخش خصوصی متفاوت شود. از آن جا که معمولاً گروه‌های ذینفع به سیاست‌مداران جهت می‌دهند، مدیران بخش عمومی، برخلاف هم‌تایان خود در بخش خصوصی، باید در هر معادله‌ای به گروه‌های ذینفع توجه کنند.

دولت‌ها عمدتاً درآمدشان را از عوارض و مالیات به دست می‌آورند در حالی که در عالم کسب و کار، درآمد وقتی به دست می‌آید که مشتری به میل خود کالا یا خدمت ما را بخرد. یکی از دلایل توجه زیاد مردم به هزینه خدمات دولتی همین نکته است. مردم به‌طور مرتب اهمیت نظارت را یاد آوری می‌کنند تا بوروکرات‌ها کم‌تر از جیب مردم هزینه کنند و نتوانند پول مالیات دهنده را تلف کنند یا بدزدند یا در راه غلط به کار برند. از در هم آمیختن همه این عوامل حال و هوایی پدید می‌آید که کارمندان دولت در آن نگرشی متفاوت از نگرش کارکنان بخش خصوصی به مقوله مخاطرات و پاداش پیدا می‌کنند. لو وینیک از بنیاد فورد، می‌گوید: «در دولت، انگیزش‌ها در این جهت است که خطایی سر نزنند. اگر ۹۹ موفقیت داشته باشی هیچ کس حرفی نمی‌زند اما خدا به داد برسد اگر یک خطا کنی. در این حال و هوا روش‌های انگیزشی عالم کسب و کار نمی‌تواند چندان مفید باشد».

دولت و کسب و کار تفاوت‌های دیگری هم دارند. دولت دموکرات است و کارهایش علنی است ولی سرعت آن کندتر از کسب و کار است، اما مدیران کسب و کار می‌توانند پشت درهای بسته به سرعت تصمیم بگیرند. رسالت اصلی دولت انجام «کار خوب» است نه پول درآوردن، به همین خاطر محاسبات «هزینه و سود» که در دنیای کسب و کار رایج است در بخش دولتی جنبه اخلاق پیدا می‌کند. دولت در همه کارها باید به همه، صرف‌نظر از این‌که توان پرداخت هزینه خدمت مورد نیاز را دارند یا ندارند، یک جور خدمت کند، به همین خاطر بهره‌وری دولت مثل بهره‌وری بازار نیست. همه این تفاوت‌ها ما را به یک نتیجه می‌رساند: دولت را نمی‌توان هم‌سنگ کسب و کار پنداشت. البته این دو همانندی‌هایی نیز دارند (اوزبرن، ۱۳۸۴: ۴۰).

دولت‌ها به‌طور فزاینده با محیط‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در حال تغییر روبه‌رو هستند. در چنین محیطی، برای مؤثر واقع شدن، نگرش کارآفرینی داشتن به برنامه‌ها و راه‌حل‌ها ضروری است.

اما در مورد اینکه چرا سازمان‌های بزرگ مانع کارآفرینی می‌شوند و اینکه چرا در دستیابی مجدد به یک سطح کارآفرینی که آن را از دست داده‌اند، ناموفق هستند دلایل متعددی وجود دارد.

برخی از مهمترین این موانع عبارتند از:

۱. کثرت و ابهام اهداف که باعث فلج شدن مدیریت می‌شود؛
 ۲. استقلال مدیریتی محدود شده توأم با استعداد بالای مداخله‌جویی‌ها که باعث سرخوردگی و مأیوس شدن از نوآوری می‌گردد؛
 ۳. از آنجا که اقدامات مدیران دولتی در معرض دید مردم قرار داشته و حساسیت زیادی نسبت به آنها وجود دارد، نتیجه آن افزایش رفتار مدیریتی محافظه‌کارانه در مدیران دولتی است؛
 ۴. سامانه‌های پاداش نامناسب که باعث بی‌انگیزگی در خطرپذیری می‌شود؛
 ۵. کوتاه مدت‌نگری که باعث تضعیف تفکر بلند مدت‌نگری شده که آن نیز به نوبه خود بر ابتکارات کارآفرینانه اثر منفی می‌گذارد؛
 ۶. قید و بندهای مربوط به خط‌مشی‌ها و سیاست‌های پرسنلی که منجر به کاهش توانایی مدیران برای برانگیختن زیردستان می‌شود؛
 ۷. عدم وجود استعداد کارآفرینانه.
- علی‌رغم موانع بسیار جدی که دولت برای کارآفرینی در پیش روی دارد ولی ضرورت پرداختن به موضوع کارآفرینی و احیای کارآفرینی در مؤسسات دولتی نتایج مطلوبی به‌همراه خواهند داشت که عبارتند از:
۱. بسیاری فرصت‌های سودآور که تاکنون به دلیل فقدان انعطاف‌پذیری و انگیزه مدیران مؤسسات بزرگ کشف نشده‌اند، مشخص می‌شوند. بنابراین کارکنان و مؤسسات تازه تأسیس، از درآمد بالا و فرصت‌های توسعه برخوردار می‌شوند.

۲. ساختار صنعتی رقابتی می‌شود که این امر پیش شرط توسعه اقتصادهای کارآمد بازار بوده و به کمیته‌سازی هزینه‌ها و بهینه‌سازی نوآوری‌ها می‌انجامد.
۳. مؤسسات تازه تأسیس، فرصت‌های جدید استخدام را برای کارمندان مازاد مؤسسات بزرگ فراهم می‌آورند.
۴. توسعه رقابت در بازار کار به دلیل رقابت بر سر کارکنان مجرب میان مؤسسات تازه تأسیس و مؤسسات موجود، شرکت‌های موجود را وادار می‌سازد تا در سیاست‌های استخدام و تعدیل خود، به‌ویژه در مورد کارکنان مجرب تجدیدنظر کنند. شرکت‌های موجود با از دست دادن احتمالی پرسنل کلیدی و ارزشمند خود مواجه هستند که مجبورند برای حفظ آنها دستمزدی بالاتر از آنچه که اکنون دریافت می‌کنند، پردازند. باید مدیران و متخصصان واقعیت‌ها را بپذیرند. این امر تأثیرگذاری سیاسی برای استخدام پرسنل کلیدی در سازمان‌ها را محدود می‌کند. خطر رقابت از جانب سازمان‌های تازه تأسیس عاملی است که بیشتر از هر عامل دیگری می‌تواند منجر به تغییر در هدایت و کارآیی سازمان‌های دولتی گردد.

موانع کارآفرینی در ایران

- شناسایی موانع اساسی کارآفرینی در کشورمان نیازمند انجام پژوهش‌های لازم است لیکن در این مقاله سعی بر این است که مهمترین این موانع به‌طور اجمال آورده شود که عبارتند از:
۱. عدم آشنایی و نگاه و نگرش درست مجموعه دولت نسبت به مفهوم کارآفرینی: بسیاری از مسئولین، کارآفرینی را مترادف با اشتغال می‌دانند در صورتی که این رابطه لزوماً همیشه برقرار نیست؛
 ۲. دولتی بودن اقتصاد؛
 ۳. غلبه سوداگری بر کارآفرینی: در کشوری که سود حاصل از فروش زمین کارخانه‌ها از سودآوری محصولات کارخانه بیشتر است، کارآفرینی خصلت عقلانی خود را از دست می‌دهد؛
 ۴. قوانین و مقررات موجود:

۴-۱. قانون تأمین اجتماعی

به موجب قانون، کارفرمایانی که فهرست حقوق و دستمزد ماهانه کارکنان را تا پایان ماه بعد ارایه نکنند، باید ۲۰ درصد مبلغ حق بیمه را به عنوان جریمه پرداخت کنند.

۴-۲. بالا بودن نرخ حق بیمه

سهم کار فرما در پرداخت حق برابر با ۲۰ درصد مزد یا حقوق بیمه شده است. این موضوع برای یک شرکت کوچک صنعتی که جدیداً تاسیس شده است و نیاز به منابع مالی دارد رقم قابل ملاحظه‌ای است که باعث افزایش قیمت تمام شده و در نتیجه رقابتی نبودن محصول خواهد شد.

۴-۳. قانون مالیات‌ها و عوارض

مطالعات انجام شده حاکی از آن است که بیش از ۵۰ نوع عوارض و مالیات برای شرکت‌ها در نظر گرفته شده است که سهم مالیات و عوارض شرکت‌ها متجاوز از ۵۰ تا ۵۵ درصد درآمدهای مستقیم را به خود اختصاص می‌دهد.

۴-۴. قانون صادرات و واردات

طولانی بودن مراحل کار و نیز وجود ناهماهنگی میان سازمان‌های دخیل در امر صادرات مشکلاتی را برا کارآفرینان فراهم می‌آورد. بسیاری از صاحبان واحدهای تولیدی و کارآفرینان، به‌ویژه صادر کنندگان معتقدند که قانون بد ولی با ثبات بهتر از قانون خوب ولی بی‌ثبات است. ناپایداری و تغییرات مداوم در مقررات صادرات و واردات باعث می‌شود که صادر کننده نتواند تعهدات خود را در مقابل دریافت کننده کالا به‌موقع اجرا کند و لذا مشتریان خود را از دست می‌دهد. در مورد واردات نیز شرکت‌های متعددی دخیل هستند. تشریفات اداری ارز قبل از تخصیص ارز در وزارت صنایع، ثبت سفارش در وزارت بازرگانی، گشایش اعتبار در بانک مرکزی، ترخیص کالا از گمرک از جمله این موارد است.

۴-۵. قوانین پولی و بانکی

قوانین پولی و بانکی می‌تواند در هر کشوری در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه چه در سطح فردی و چه در سطح سازمانی تنظیم شود. اما در ایران استفاده از تسهیلات بانکی به‌واسطه قوانین و مقررات موجود در این زمینه با دشواری مواجه است.

۴-۶. قانون کار

در این قسمت سعی می‌گردد مواد و بخش‌هایی از قانون کار فعلی که به نظر می‌رسد

مانعی در برابر کارآفرینان و مدیران بنگاه‌های تولیدی و خدماتی است ارایه گردد:

- بررسی مواد قانون کار ایران نشان می‌دهد که در زمینه فسخ قرار داد کار شرایط ناعادلانه‌ای بین کارگر و کارفرما به نفع کارگر برقرار است.
- قانون کار در زمینه اجرای تکالیف قانونی هیچ تفاوتی بین بنگاه‌های کوچک با بنگاه‌های متوسط و بزرگ قایل نشده است و تمام بنگاه‌ها با یک ضابطه و یک نگرش مشمول تکالیف قانونی شده‌اند. در حالی که بخشی از تکالیف قانون کار در بنگاه‌های کوچک قابل اعمال نیست از جمله می‌توان به اجرای تکالیف ساخت مسکن برای کارگران، تأمین خدمات حمل و نقل، تأسیس مهد کودک و غیره اشاره کرد که حتی توسط بنگاه‌های متوسط و بزرگ به دلیل هزینه بر بودن آنها، یا اجرا نشده و یا به صورتی رنگ باخته اجرا شده است.
- قانون کار در بعضی موارد به حوزه‌هایی وارد شده است که در نتیجه آن دست کارفرما در استفاده از ابزارهای مدیریتی برای تنظیم نیروی کار و اداره بنگاه بسته می‌شود. به عنوان مثال، قانون کار کارفرمایان را مکلف کرده است که نظام طبقه‌بندی مشاغل را در کارگاه خویش تنظیم کنند و مقررات آن را به تأیید وزارت کار برسانند و چنانچه به تکلیف خود عمل نکنند، وزارت کار رسماً به انتخاب مشاور و انجام طبقه‌بندی خواهد پرداخت.
- قانون کار دست کارگران را در جابجایی آزاد گذاشته است و همین امر یک مشکل اساسی را برای صاحبان و مدیران واحدهای تولیدی و خدماتی ایجاد کرده است. بدین صورت که اگر کارفرمایی در راستای افزایش بهره‌وری کارکنان خود و همچنین افزایش کیفیت محصولات و خدمات تولیدی اقدام به آموزش نیروی کار بکند و هزینه‌ای صرف آن کند، آنگاه کارگر به محض پایان آموزش درخواست افزایش حقوق کند ولی کارفرما نپذیرد، کارگر با آزادی که قانون کار به وی داده است می‌تواند بدون توجه به هزینه‌ها و زمان صرف شده برای آموزش به سرعت جابجا و در واحد دیگری که دستمزد بیشتری می‌پردازد مشغول به کار شود. این موضوع طبیعتاً انگیزه کارفرمایان

را برای آموزش نیروی کار کاهش خواهد داد و در نتیجه روی بهره‌وری اثر منفی خواهد گذاشت.

۵. سرمایه‌گذاری: یکی از عوامل بسیار مهم تولید، سرمایه است. لذا فراهم آوردن آن برای کارآفرینان گامی اساسی در جهت توسعه کارآفرینی است.

در کشور ما علیرغم وجود نقدینگی فراوان در بانک‌ها و نزد افراد، معمولاً صاحبان سرمایه یاد شده علاقه کمی به سرمایه‌گذاری نشان می‌دهند. علاوه بر آن نرخ بهره، چگونگی عقود اسلامی و مشکلاتی که از این طریق بر سر راه سرمایه قرار دارد نیز مانعی در این راه به‌شمار می‌آید.

در حالت کلی مسایل و مشکلات موجود در راه سرمایه‌گذاری خارجی یا داخلی را می‌توان به شرح ذیل طبقه‌بندی کرد:

- عدم امنیت اقتصادی؛
- مشکلات ناشی از نظام مالیاتی؛
- وجود قوانین و مقررات ناظر بر دخالت در امور تولید و فروش؛
- بی‌ثباتی و عدم شفافیت مقررات قانونی؛
- دخالت دولت در کلیه شؤون اقتصادی کشور و بوروکراسی شدید؛
- عوامل اقتصادی اثرگذار بر میزان تولید؛
- روابط خارجی بین کشورها و ایران؛
- مسایل فرهنگی ناظر بر مسایل اقتصادی و روابط اقتصادی و سرمایه‌گذاری (صادقیان، ۱۳۸۳).

۶. فرایند اخذ جواز تأسیس: از جمله مهمترین موانع و محدودیت‌هایی که کارآفرینان و متقاضیان ایجاد فعالیت صنعتی برای اخذ جواز تأسیس با آن مواجه‌اند می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- تغییر دایمی ضوابط و شرایط صدور جواز تأسیس؛
- براساس مقررات موجود، دولت مناطق مختلف کشور را به سه قسمت تقسیم کرده است: فقیر، در حال توسعه و در حال رشد. این تقسیم‌بندی مبنایی برای حمایت‌ها و تسهیلات دولت، از جمله اعتبارات ارزان قیمت (وام تبصره ۳)،

تخفیف مالیاتی و غیره، از فعالیت‌هایی است که در این مناطق ایجاد می‌گردند. اما این اولویت‌ها بعضاً برای یک مدیر صنعت کوچک ایجاد مشکل می‌نماید. برخی از مناطق برای طرح‌هایی از اولویت برخوردارند که از نظر جغرافیایی، اقتصادی و سایر عوامل محیطی، برای نوع خاص فعالیت صنعتی مناسب به نظر نمی‌رسند و یا اگر یک ایده کارآفرینانه فقط قابلیت اجرا در منطقه‌ای را داشته باشد که جزو مناطق مورد حمایت دولت نباشد، این طرح نه تنها مورد حمایت قرار نمی‌گیرد، چه بسا از اجرای آن نیز جلوگیری کنند.

- از جمله امکانات لازم جهت اجرای هر ایده کارآفرینانه، وجود اطلاعات کامل از بازاری است که محصول جدید قرار است در آن ارائه شود تا براساس تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود پی برد که: آیا ایده واقعاً یک ایده کارآفرینانه است یا خیر؟ و آیا کسانی دیگر در این زمینه اقدام کرده اند؟ و ... برای پاسخ به چنین سؤالاتی به نظر می‌رسد باید یک پایگاه اطلاعاتی کارا وجود داشته باشد که اطلاعات مورد نیاز مدیران و کارآفرینان را در اختیار آنان بگذارد. اما در شرایط حاضر در اقتصاد ایران، علیرغم اینکه وزارت صنایع متولی فعالیت‌های صنعتی کشور و همچنین دادن جواز تأسیس می‌باشد و قاعدتاً باید از اطلاعات به نسبت کاملی برخوردار باشد، فقدان یک پایگاه اطلاعاتی کارا جهت استفاده کارآفرینان به منظور شناخت بازار و محصولات، کاملاً محسوس است. همین امر خود منجر به ایجاد اختلالاتی شده که در نتیجه منجر به اتلاف منابع در اقتصاد گردیده است.

- یکی دیگر از محدودیت‌هایی که جواز تأسیس برای متقاضیان ایجاد کرده، برقراری مقررات و استانداردهای اجباری است. متقاضیان و مدیران صنایع معتقدند که بسیاری از استانداردهایی که وزارت صنایع برای دریافت مجوز تأسیس وضع نموده است متناسب با وضعیت و شرایط کشورهای صنعتی و پیشرفته است. لذا آنان به دست آوردن چنین استانداردهایی را با توجه به شرایط اقتصادی ایران کاملاً غیر ممکن می‌دانند. لذا مدیران مجبور می‌شوند برای جلوگیری از بستن واحد تولیدی خود نظر مأمور مربوطه را به دست آورند

تا از عدم رعایت استانداردها چشم‌پوشی کند و همین امر علاوه بر هزینه‌هایی که برای واحد تولیدی دارد، خود به‌عنوان یک عمل قانون شکنانه عرف می‌گردد. از این رو به نظر می‌رسد اگر وزارت صنایع درصدد دستیابی به استانداردهای جهانی است از طریق وضع استانداردهای خارج از توان صنایع (به‌ویژه صنایع کوچک) نه تنها نمی‌تواند منظور خود را برآورده سازد، بلکه منجر به گسترش فساد اداری و افزایش هزینه‌های واحد تولیدی می‌گردد (لامعی، بازار کار: ۲۱۰-۲۰۹).

نقش سیاست‌گذاری و اجرایی دولت در رفع موانع کارآفرینی

دولت با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دارند در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست‌ها و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی می‌باشد. دولت از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود. به‌طور کلی دولت نقش‌های زیر را می‌تواند در راستای رفع موانع کارآفرینی انجام دهد:

۱. فرهنگ‌سازی و ترویج روحیه کارآفرینی

ایجاد و تقویت ارزشها، نگرشها و رفتارهای کارآفرینانه، که به‌طور کلی تحت عنوان فرهنگ‌سازی کسب و کار نامیده می‌شود از مؤلفه‌های اصلی استراتژی دولتها در توسعه کارآفرینی است. این هدف عمدتاً در قالب سیاستها و برنامه‌های تشویقی و ترویجی، آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود. فرهنگ‌سازی مورد نظر در بستری از همکاری دولت و بخش خصوصی صورت می‌گیرد. بخش اصلی فرهنگ‌سازی بر دوش نظام آموزشی و بخش دیگری از آن بر دوش رسانه‌های جمعی است. نکته‌ای که در زمینه فرهنگ‌سازی 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 فرایند طولانی مدت صورت می‌گیرد و نباید از برنامه‌های فرهنگی انتظار نتایج آنی داشت. به‌همین خاطر و نیز به‌دلیل اینکه برگسشت سرمایه‌گذاری در

برنامه‌های فرهنگی اصولاً بر حسب آمار و ارقام مالی - پولی اندازه‌گیری نمی‌شود، شاخص‌های قطعی برای ارزیابی برنامه‌های فرهنگی تدوین نشده‌اند.

۲. اصلاحات ساختاری و نهادسازی

منظور از اصلاحات ساختاری عمدتاً ناظر بر اصلاح در قوانین، مقررات و چارچوبهای حقوقی حاکم بر ابعاد مختلف تأسیس و راهبری کسب و کار است. مهمترین این قوانین عبارتند از: مقررات ثبت و تأسیس شرکت‌ها و تعیین روابط حقوقی آن‌ها و روابط مؤسسان، 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 دولت‌ها و تشکیلات و انجمن‌های کارآفرینان صورت می‌گیرد. بنابراین با افزایش میزان مشارکت اجتماعی در استراتژیهای توسعه کارآفرینی، داده‌های عینی‌تر و بیشتری برای انجام اصلاحات لازم در قوانین و مقررات فراهم می‌گردد. منظور از نهادسازی یعنی ایجاد نهادهای مناسب برای پیگیری سیاستهاست.

۳. ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی، خصوصی

به‌طور کلی از آنجا که در کشورهای در حال توسعه که بخش کشاورزی قادر به تأمین اشتغال بیشتر برای جمعیت زیادی نیست و از سوی دیگر فراگیری کارهای سودآور هم فقط برای عده معدودی امکان‌پذیر است، به‌نظر می‌رسد که آموزش کارآفرینی راه حل مطلوبی برای مشکلات اشتغال و بهره‌وری در جامعه باشد. در اکثر کشورها، آموزش کارآفرینی از طریق نهادهایی انجام می‌شود که بعضاً تحت نظارت دولت هستند.

۴. پرورشگاه‌های کسب و کار کوچک

پرورشگاه‌های کسب و کارهای کوچک، معمولاً فضایی با بخش‌های کوچکتر است که این بخش‌های کوچکتر فضای لازم برای پرورش کسب و کار جدید را فراهم می‌کنند. هدف از تأسیس پرورشگاه‌های کسب و کار، افزایش نرخ تأسیس کسب و کارهای جدید و کاهش نرخ مرگ و میر کسب و کارها و تسهیل فرایند رشد این کسب و کارهاست. ایجاد پرورشگاه یا بایستی توسط دولت صورت گیرد و یا با حمایت‌های مالی و غیر مالی دولت و توسط بخش خصوصی با مشارکت دولت ایجاد گردد. روال کاری پرورشگاه به این 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 کارآفرینان می‌کند.

پرورشگاهها علاوه بر فضای فیزیکی که برای شروع فعالیت کارآفرینی تأمین می‌کنند در نقش مشاوره‌ای و ارتباط دهنده کارآفرینان با شبکه روابط اجتماعی، اقتصادی بین کسب و کارها عمل می‌کنند.

۵. آموزش کارآفرینی

دولت از طریق وزارت آموزش و پرورش و سیستم آموزشی و مؤسسات 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 دانش‌آموزانی که تمایل به درک کارآفرینی دارند آموخته شود تا بتوانند قابلیت‌های خود را ارزیابی 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.

۶. آموزش‌های از راه دور رسانه‌ای

یکی از روشهای آموزش کارآفرینی، آموزش از راه دور است که امروزه با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات (ویدیو، اینترنت، شبکه‌های سازمانی و ...) انجام این نوع آموزش از پیشرفت زیادی برخوردار شده است. از آنجا که آموزش از راه دور نیازمند امکانات، تجهیزات

و منابع مالی نسبتاً زیادی است، در کشورهای دنیا عمدتاً این نوع آموزش توسط دولت یا با حمایت‌های دولتی صورت می‌گیرد.

۷. مشاوره‌های مالی، فنی و مدیریتی

دولتها روز به روز علاقه‌مند می‌شوند تا از راه حل‌های مختلفی 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 ارایه دهند. دولت فیلیپین دوره‌های آموزشی برای کارآفرینان و مدیران و آموزش برای مشاوران و کارگران متخصص در مؤسسات کوچک را ارایه می‌دهد. مؤسسات دولتی که اینگونه خدمات را ارایه می‌کنند، انستیتو UP برای صنایع کوچک، مراکز مشاوره‌ای مشاغل کوچک، شورای نیروی انسانی و جوانان ملی و مرکز طراحی فیلیپین می‌باشند.

۸. نقش اطلاع‌رسانی دولت

بطور خلاصه باید گفت که اطلاعات برای بقای کسب و کار و در عین حال رشد و توسعه آن اهمیت حیاتی دارد.

آمار به‌دست آمده از ایالت 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. هر چه کسب و کار پیچیده‌تر باشد، سیستم اطلاعاتی اهمیت بیشتری می‌یابد. با توجه به اهمیت فوق‌العاده اطلاعات در ایجاد و اداره کسب و کارهای کوچک، در بسیاری از کشورهای دنیا، دولت و سازمان‌های وابسته به دولت چنین رسالتی را بر عهده دارند (شاه حسینی، ۱۳۸۶: ۱۵۰).

۹. تسهیلات و خدمات

تسهیلات و خدمات خوب موجب جذب مشاغل می‌شود. کارآفرین ترجیح می‌دهد کار خود را در جایی که جاده‌های خوب، عرضه مطمئن آب و برق و تسهیلات بانکی قابل اعتماد وجود داشته باشد شروع کند. دولت با ایجاد خدمات خوب می‌تواند موجب تشویق مشاغل جدید شود.

۱۰. نظم و آرامش

کارآفرین همیشه سعی می‌کند که کار خود را در اجتماعی آرام و امن شروع کند و بهترین محیط کاری را محیطی خالی از مشکلات و دخالت‌های غیرضروری می‌داند. شروع کاری جدید، خود نوعی خطر است و تشدید این خطرات در محیط‌های ناآرام، منطقی به نظر نمی‌رسد. یک کارآفرین خواهان زندگی آرام و منظمی برای خود و کار خود است. برای حفظ نظم و آرامش، دولت نیز اقدامات جدیدی را شروع می‌کند و این امر به کارآفرینان اطمینان می‌بخشد که دارای امنیت شغلی و فردی هستند و این اعتماد به نفس باعث شروع مشاغل جدید می‌شود.

۱۱. حمایت اجرایی (تشریفات اداری)

کارآفرین، کار خود را به محض اینکه به آن فکر کرد، شروع نمی‌کند. بلکه باید کار خود را به ثبت برساند، مجوزهای لازم را دریافت کند و پروانه کار بگیرد و حتی درخواست وام نماید. کارآفرین باید بداند که برای اشتغال می‌بایست مراحل کسل‌کننده‌ای را طی کند. دولت نیز می‌تواند این مراحل را بهبود بخشد. برای مثال مراحل سیر نامه می‌تواند سریعتر انجام شود و رشوه دادن برای تسریع کارها باید تقلیل یابد و حتی متوقف شود. بهبود وضعیت تشریفات اداری یکی دیگر از راههای توسعه کارآفرینی است. روشهای مؤثرتر در نامه نگاریها و جلوگیری از فساد، کارآفرینان را به انجام کارهای اداری دولتی ترغیب می‌کند.

۱۲. مساعدت نسبت به کارآفرینان جدید

اشخاصی که برای اولین بار وارد عرصه کاری می‌شوند، سرمایه‌های چند میلیونی ندارند. آنها معمولاً مؤسسات کوچکی را که بتوانند به تدریج آن را توسعه داده و در آینده به مؤسسه بزرگی تبدیل کنند، تأسیس می‌کنند. کارآفرینان کوچک به همکاری دولت در در زمینه‌های مختلف نیاز دارند. آنان مانند کارآفرینان بزرگ قادر به پرداخت مبالغ هنگفت به کارشناسان و مشاوران برای حل مشکلات کاری خود نیستند. بسیاری از آژانس‌های دولتی و وزارتخانه‌ها به خاطر نقش مشهود صنایع کوچک در اقتصاد کشور تسهیلات زیادی در اختیار آنان قرار می‌دهند که نه تنها موجب توسعه این گونه صنایع می‌شود بلکه ادامه حیات آنان را نیز تضمین

می‌کند. این گونه تسهیلات در قالب بازاریابی، کمکهای فنی، مالی و یا آموزشی و مشاوره‌ای هستند و بسته به نیاز مؤسسات کوچک در اختیار آنان قرار می‌گیرد (نطاق، ۱۳۸۰: ۲۴).

اصلاح مدیریت دولتی (دولت کارآفرین)

اوزبرن و گبلر^۱ در کتاب بازآفرینی دولت^۲ برای اصلاح دولت و تبدیل آن به دولت کارآفرین ده مشخصه را برمی‌شمارند که عبارتند از:

۱. دولت راه‌گشا (سکان‌داری کردن، نه پارو زدن)

واژه حکومت از یک واژه یونانی درست شده که معنای آن سکان‌داری است. وظیفه دولت سکان‌داری است نه پارو زدن. تأمین خدمات مثل پارو زدن است و دولت در پارو زدن چندان ماهر نیست (ئی. اس. سواس).

۲. دولت متعلق به جامعه (توان‌افزایی به جای خدمت‌رسانی)

هر چه زمان می‌گذرد بیش‌تر متقاعد می‌شویم که برای این که واقعاً کاری صورت گیرد باید برنامه خدمت به مردم متعلق به خود آن‌ها باشد. این شعار نیست، واقعیت است. مردم باید احساس مالکیت کنند (جرج لیتمر).

۳. دولت رقابتی (تزریق عنصر روحیه رقابت به خدمت‌رسانی)

مسئله تقابل بخش دولتی با بخش خصوصی نیست. مسئله تقابل رقابت و انحصار است.

۴. حکومت رسالت‌مدار (متحول‌کننده سازمان‌های قانون‌مدار)

هیچ‌وقت به افراد نگوئید کار را چه‌طور انجام دهند بگوئید چه انتظاری دارید و آن وقت ببینید چه هنری به خرج می‌دهند (زرنال جرج پاتن).

1 . David Osborne & Ted Gaebler

2 . Reinventing Government

۵. دولت نتیجه‌مدار (سرمایه‌گذاری معطوف به نتیجه)

من به این نتیجه رسیده‌ام که بوروکراسی‌ها با آن همه مقررات و دفتر و دستک، به‌درستی نمی‌دانند چه بر سر کسانی می‌آید که زیر چتر خدمات آن‌ها قرار دارند. اگر از اول به آثار هر کار توجه شود، اگر مسیر رسیدن به نتیجه کار دنبال شود، می‌توان خیلی از آن مقررات و قرتاس بازی‌ها را کنار گذاشت (تام فولتن).

۶. دولت مشتری‌گرا (ارضای نیازهای مشتری به‌جای نیازهای بوروکراسی)

فقط مشتری تکلیف کیفیت را مشخص می‌کند (دیوید کوپر).

۷. دولت کارآفرین (دخل به جای خرج)

این انقلاب مالیاتی ادامه خواهد داشت. ما باید راه جدید کسب درآمد را پیدا کنیم (گیل ویلسن).

۸. دولت آینده‌نگر (پیشگیری به‌جای درمان)

قرن‌ها به ما یاد داده بودند نیاکان خود را ستایش کنیم و به سنت‌های خود وفادار باشیم؛ و آن موقع، خوب بود که چنین بودیم. اما اینک با توجه به تازگی و کیفیت چالش‌هایی که از آینده بر ما بار می‌شوند، باید کاری کنیم که پیش‌تر هرگز نکرده بودیم گرچه شاید اینک از عهده آن برناییم (جیم دیتور).

۹. دولت نامتمرکز (حرکت از سلسله مراتب به سمت مشارکت و کار گروهی)

هیچ‌کس بهتر از کارگر، محیط کار را نمی‌شناسد. رئیس، هر قدر هم باهوش و پرجذبه، تا زمانی که به‌جای همراهی با کارکنان، در خلاف جهت آن‌ها سیر می‌کند هرگز نمی‌تواند از ظرفیت‌های آن‌ها استفاده کند (رانلد کانن).

۱۰. دولت بازارمدار (دگرگون‌سازی با اهرم بازار)

بنگاه توسعه سرمایه‌گذاری: سازمان‌های دولتی به‌جای تولید و عرضه کالا یا خدمات در سطح وسیع، رفته‌رفته نقش روان‌کننده و کارگزار و زمینه‌ساز فعالیت سرمایه‌داران را بازی

می‌کند. همان‌گونه که بسیاری از رهبران بخش خصوصی در دهه گذشته به تجربه دریافته‌اند، این نقش کارآفرینانه با نظام کهنه‌ی فرماندهی دیوان‌سالاری سازگار نیست (فرج وند: ۹۱).

چرخه کارآفرینی

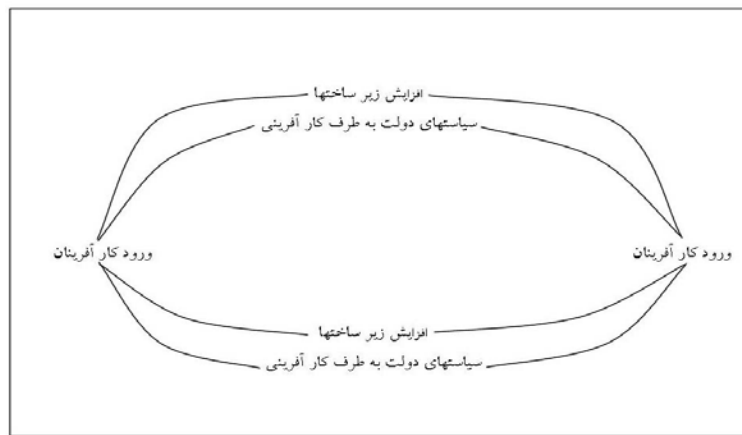
سیاست‌های دولت در قبال کارآفرینان برای ارایه کمک‌های مالی از طریق یارانه‌ها و وام‌های ترجیحی یا سیاست‌های مالیاتی مساعد که آن را «محیط تنظیمی» برای کارآفرینی می‌نامند، فرصت‌های قابل دسترس را برای کسب و کارهای جدید افزایش می‌دهد. کشورهای که برنامه‌های آموزش عمومی و کاربردی کارآفرینی در آنها متداول است و افراد می‌دانند که چگونه یک کسب و کار جدید را تأمین مالی و مدیریت کنند، احتمالاً از توانایی لازم برای مدیریت موفق کسب و کار خود برخوردار خواهند بود. وجود چنین شرایطی اشاره به «محیط شناختی» برای کارآفرینی دارد. در نهایت، در کشورهای که فعالیتهای کارآفرینانه ارزشمند و قابل تحسین است، تعداد بیشتری از افراد به یافتن کسب و کار جدید یا مدیریت کسب و کار جدید برانگیخته خواهند شد. وجود چنین شرایطی اشاره به «محیط هنجاری» دارد.

محیط‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری، ارکان یا پایه‌های سه‌گانه حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه یک کشور را شکل می‌دهند.

به اعتقاد کارشناسان اقتصادی، دولتهایی که رویکرد ارتقای فعالیت کارآفرینانه داخلی را انتخاب می‌کنند، در صورتی که سیاست‌هایی برای تقویت هر سه پایه فوق‌الذکر، یعنی تنظیمی، شناختی و هنجاری، اجرا کنند، موفق خواهند بود. سیاست کلی تمرکز بر محیط تنظیمی می‌تواند فرصت‌های در دسترس کارآفرینان را از طریق ارایه مشوق‌های مالی یا برخورد‌های ترجیحی دولت بهبود بخشد. دولت می‌تواند محیط شناختی را نیز تقویت کند. بدین ترتیب، توانایی‌های کارآفرینانه را از طریق برنامه‌های آموزشی یا خدمات مشاوره‌ای افزایش دهد و نیز از طریق بهبود محیط هنجاری برای کارآفرینی، با توسل به استفاده گسترده از تبلیغات و القای کارآفرینی در افکار عمومی، برای مطلوب جلوه دادن کارآفرینان، انگیزه کارآفرینان را بیشتر کند.

فرایندی که در آن محیط مساعدی برای کارآفرینی در یک کشور شکل می‌گیرد، تدریجی

و چرخه‌ای است (شکل ۱).



شکل ۱. فرآیند چرخه‌ای کارآفرینی

افزایش تعداد کسب و کارهای کوچک در جامعه، افراد یا سازمانهای جدیدی را برای سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای سودآوری که کارآفرینی را تقویت می‌کند، تشویق می‌کند. افزایش تعداد کارآفرینان در یک کشور موجب تقویت توان تأثیرگذاری گروههای کسب و کارهای کوچک بر دولت می‌شود و بنابراین، احتمال اینکه دولت سیاستهایی را ارایه دهد که توسعه کسب و کارهای جدید را ارتقا بخشد، افزایش می‌یابد. به‌همین ترتیب، وجود این خدمات پشتیبانی جدید و برنامه‌های دولت ورود نسلهای جدید کسب و کارهای کارآفرینانه را تسهیل می‌کند. بنابراین، کشورهایی که قادر به ایجاد محرکی برای کارآفرینی در اقتصاد داخلی خود هستند، ممکن است بتوانند خود را در یک روند افزایشی کسب و کارهای کوچک قرار دهند (دانایی فرد، ۱۳۸۱: ۹۰).

نتیجه گیری

ایده‌های کارآفرینی زمانی می‌توانند بر تولید، اشتغال و بهره‌وری عوامل تولید اثر بگذارند که شرایط اجرای آنها فراهم گردد. از جمله نهادهایی که بر بسترسازی فعالیت‌های اقتصادی نقش بارز و بی‌چون و چرایی دارد، نهاد دولت است. دولت با استفاده از حق انحصاری خود در وضع قوانین و مقررات آثار زیادی بر روابط و فعالیت‌های کارگزاران و بازیگران عرصه اقتصاد دارد. این ابزار دولت، قانون‌گذاری، می‌تواند نقشی مانند شمشیر دولبه داشته باشد. اگر درست به کار گرفته شود بسترها و شرایط فعالیت و رقابت در عرصه اقتصادی را تسهیل و مهیا می‌کند و اگر به نادرستی به کار گرفته شود، می‌تواند به‌عنوان مانع در رشد کارآفرینی و در نهایت رشد اقتصاد عمل کند. از نگاه دیگر خود دولت به‌عنوان یک الگو برای جامعه باید خود پیشرو در کارآفرینی باشد و فعالیت‌های خود را با حداکثر کارایی و به‌صورت کارآفرینانه دنبال کند.

دولتی که خود کارآفرین هست و همچنین کارآفرینان با همکاری هم چرخه‌ای را به‌وجود می‌آورند که در نهایت چرخ اقتصاد را به بهترین نحو ممکن به حرکت در می‌آورند.

منابع و مآخذ

۱. اوزیرن، دیوید / گبیر، تد، ۱۳۸۴، «بازآفرینی دولت»، مترجم: فضل‌ا... امینی، انتشارات: فرا.
۲. جهانگیری، علی، ۱۳۸۰، «دولت کارآفرین»، انتشارات مدیریت دولتی، شماره ۵۱.
۳. خنیفر، حسین، ۱۳۸۶، «کارآفرینی در نظام ارزشی»، انتشارات: ایران نگین.
۴. دانایی‌فرد، حسن، ۱۳۸۱، «نقش دولت در ارتقای کارآفرینی: رویکرد تطبیقی»، نشریه مدیریت و توسعه، شماره ۵۶.
۵. شاه حسینی، علی، ۱۳۸۶، «کارآفرینی»، انتشارات: آبیژ.
۶. فرج‌وند، اسفندیار، ۱۳۸۲، «مبانی مدیریت دولتی»، انتشارات: فروزش.
۷. صادقیان، محمدحسن، ۱۳۸۳، «دولت - کارآفرینی - اشتغال»، نشریه کار و جامعه، شماره ۵۶.
۸. لامعی، بهزاد، «موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران»، نشریه بازارکار، شماره ۲۰۹ و ۲۱۰.
۹. مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۳، «عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولت ایران»، فرهنگ مدیریت، شماره ۷.
۱۰. مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۴، «کارآفرینی در سازمان‌های دولتی»، نشر فراندیش.
۱۱. هیات نویسندگان، ۱۳۸۰، «مقدمه بر کارآفرینی»، مترجم: سیامک نطق، انتشارات: محک.
12. Mierlo, van, (2000) public entrepreneurship as innovative management presented at 65 annual conference of south economic association.
13. Morris, miichel h. jones, ford f. (1999), entrepreneurship in established organization, entrepreneurship theory and practice, vol.24, issue 1.