

عصر جهانی شدن کار آفرینی در

نویسنده: دکتر حبیب الله سالارزهی، جلیل هاشمی - عضو هیأت علمی
دانشگاه سیستان و بلوچستان، مدرس دانشگاه پیام نور

جهانی شدن؛ امروز به عنوان پدیده ای گریز ناپذیر، در پیش روی دولت ها و ملت های جهان قرار گرفته است. بی گمان، جهانی شدن، هم منافع و هم مشکلات و ضررهایی در پی خواهد داشت، که البته، میزان این نفع و ضرر برای گروه های مختلف یکسان نیست. از سوی دیگر، کار آفرینی نیز یکی از ابزارهای مهم کنونی در جهت رفع عمده مشکلات کشورها و ایجاد توسعه خود را به آن معطوف کرده اند. آنچه که در این نوشته مورد بررسی قرار می گیرد، ارتباطی است که این دو مقوله؛ یعنی جهانی شدن و کار آفرینی می توانند داشته باشند. در اینجا، ابتدا توضیحاتی بر اساس مطالعات و پژوهش های مختلف تشریح می گردد و در نهایت، نقش آنها در توسعه کشورها بیان می شود.

از پایان جنگ جهانی دوم ۴- نظم جهانی تازه و پیچیدگی معادلات اقتصادی و اجتماعی جوامع و لزوم مداخله نهادهای بین المللی ها
عوامل پیش برنده فرآیند جهانی شدن:

۱- مقررات زدایی مالی در نظام مقررات مالی کشور و تعدیل محدودیت های مالی جریان تبادل سرمایه و تسهیل تجارت آزاد
۲- نفوذ رسانه ها و افزایش فعالیت رسانه های ارتباطی و شکل گیری انقلاب اطلاعاتی، که نتیجه این پدیده تغییرات معنی دار و مهم در ساختار تولید، مصرف و نیازها و خواست های جامعه بوده و امکان تبادل سرمایه در فراسوی مرزهای جغرافیایی را فراهم ساخته است و به گسترش سرمایه گذاری خارجی مستقیم و غیر مستقیم انجامیده است. انقلاب اطلاعاتی، نویدبخش عص جدید جهانی شدن در جامعه اطلاعاتی است که تاثیرات قابل ملاحظه ای در تمامی عرصه های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی به وجود آورده است.

۳- هزینه و زمان انتقال و جا به جایی افراد و سرمایه، در نتیجه فناوری های ارتباطی کاهش یافته است و جریان آزاد فعالیت ها، فراسوی محدودیت های جغرافیایی، به اصلاحات و تغییرات سریع در مکان های تولید، مصرف جمعیت منجر شده است.

این سه رهیافت اصلاحی در فرآیند جهانی شدن، با اصلاحات مهمتر در حوزه های زیر، آهنگ جهانی شدن را شتاب بخشیده است:
۱- اشکال تولید و سازمانی جدید در پرتو سرمایه های شرکت های چند ملیتی، به وجود آمده است و هزینه های شرکت ها در سایه فناوریهای تازه ارتباطی کاهش می یابد.

۲- حجم اشتغال نیروی کار در سال های اخیر، با توجه به رشد شتابان جمعیت، افزایش یافته است.

آنچه را گروه دوم می بیند، مشاهده کند. ولی، گروه نخست می تواند به حرفهای گروه دوم گوش دهد. حمل و نقل، فاصله بین منابع، پردازش و پیشرفت در کالا و خدمات و در نتیجه هزینه ها را کاهش می دهد. توسعه سریع تکنولوژی، به ظهور عصر تازه رقابتی تکنولوژی - مدار منتج شده است که کسب و کارها و صنایع جدیدتری را به وجود می آورد. با افزایش تعداد شرکت های مشترک، قراردادهای، پروژه های مبتنی بر جمع فرانشیزها؛ شرکت ها در مجموعه استراتژی های ادغام شده اند که حاصل آن کم رنگ شدن مرزهای شرکتهاست. پایه های رقابت، از سطح شرکت های سنتی به شبکه های منسجم تغییر یافته است.

سه عامل اصلی بر فرآیند جهانی شدن اقتصاد تاثیر می گذارند؛ اول، بهبود در تکنولوژی حمل و نقل و ارتباطات؛ که هزینه های انتقال کالا، خدمات و عوامل تولید و ارتباطی را کاهش می دهد. دوم، دیدگاه افراد و جوامع به طور کلی و نه جهانی، به مزیت ناشی از کاهش هزینه های انتقال و ارتباط، که از طریق یکپارچگی اقتصاد حاصل می شود. سوم، خط مشی های عمومی تاثیر قابل توجهی بر ویژگی و آهنگ یکپارچگی اقتصادی دارند، اگرچه همیشه در جهت افزایش یکپارچگی اقتصادی نیستند.

از دیدگاه رئالیسم؛ جهانی شدن آخرین مرحله در توسعه و تکوین سرمایه داری بین المللی است. عوامل شکل دهنده این نهضت سرمایه داری - که نهایتاً به سرمایه داری جهانی منجر شده است - شامل موارد زیر است:

۱- مکتب مکتب کانتیلیستها و طرفداران تجارت آزاد، قبل از انقلاب صنعتی (۱۸۰۰-۱۵۰۰).
۲- انقلاب صنعتی؛ که زاییده مکتب کلاسیک ها و مبتنی بر پایه عدم مداخله دولت است.
۳- تکامل پروژه صنعتی شدن جوامع، پس

شاخص های توسعه در هزاره سوم آشکار گردیده است.

باید گفت که جهانی شدن یک بازی و جریان ناپایداری است که ضمن داشتن منافع و مزایای فراوان برای بازیگران پر قدرت، مضرات و هزینه هایی بر جامعه جهانی و بازیگران ناتوان تحمیل می کند. سقوط درآمد بیش از یک میلیارد نفر از مردم جهان، افزایش دامنه نابرابریها، شکاف عمیق تر بین ثروتمندان و فقرا در جهان؛ از آثار منفی پدیده جهانی شدن است. نظریه جهانی شدن در نسخه ساده انگارانه خود، با فشاری دولت ملی و نقش حیاتی دولت در تاثیرگذاری بر ساختار و پویه شناسی اقتصاد تازه را نادیده می گیرد. دولت - ملت ها یا اتحادیه های دولت - ملت ها، مانند اتحادیه اروپا واقعیت دارد و می توانند منافع شهروندان و شرکت های قلمرو خود را در رقابت جهانی زیر بال و پر بگیرند.

جهانی شدن، به برج بابل تشبیه شده است که بسته به جایی که در آن ایستاده ایم، از دیدگاه افراد و گروه های مختلف، به شیوه های متفاوتی به آن نگریسته می شود، ثروتمندان و افراد موفق در بالای برج، در مقایسه با افراد فقیری که تازه از پایین شروع به بالا رفتن از پله ها کرده اند، دید کاملاً متفاوتی دارند. کسانی که در دوردست و در خارج از اقتصاد جهانی ایستاده اند، در مقایسه با کسانی که کوچک و ضعیف هستند. همه اینها، بازتاب بعضی از جنبه های حقیقت هستند و هیچ کس نمی تواند همه این دیدگاه ها را به طور همزمان داشته باشد. زیرا، هیچ کسی نمی تواند کل برج، یا همه حقیقت را ببیند. به این دلیل، کسانی که ثروتمند، موفق، بزرگ و قدرتمند هستند و در داخل ساختمان برج قرار دارند، باید به عقاید کسانی که فقیر، ناموفق کوچک و ناتوان هستند و خارج از اقتصاد جهانی قرار دارند، گوش دهند. گروه نخست نمی تواند

جهانی شدن

جهانی شدن؛ پدیده نوظهوری نیست. بلکه، فرآیندی است که همگام با افزایش آگاهی انسان نسبت به خود و محیط طبیعی و اجتماعی، یعنی از آغاز تاریخ وجود داشته است. اما، از جنگ جهانی دوم به بعد، با رشد تجارت جهانی، افزایش تحرک سرمایه در سطح بین المللی، مهاجرت نیروی کار و کاهش موانع تجاری بر اساس قراردادهای بین المللی، شکل آن تغییر کرده و شتاب بیشتری به خود گرفته است. در سال های اخیر هم با سرعت فزاینده دانش و فناوری و فروپاشی ابرقدرت شرق و پایان دوران جنگ سرد، روند آن تسریع پیدا کرده است. جهانی شدن، به عنوان یک فرآیند، اکنون یک حقیقت تاریخی است که تعاملات افراد در کشورهای مختلف را افزایش می دهد، آنها همدیگر را ملاقات می کنند، کالاها و ایده هایشان را با هم مبادله می کنند و منابع را از همدیگر به صورت استقراض یا خریداری تهیه می کنند. بسیاری از فعالیت هایی که در گذشته صرفاً توسط دولتها انجام می شد، اکنون پراکنده شده و به بخش خصوصی واگذار شده است.

با جهانی شدن اقتصاد، عاملان اقتصادی (مؤسسات کسب و کار، بانک ها و شرکت های مالی) بدون تسلط بر اصول ملی، می توانند در کشورهای مختلفی فعالیت کنند. این عاملان اقتصادی، محلشان را بین مناطق مختلف، بر مبنای فرصت های رشد و سود تغییر می دهند. در پرتو جهانی شدن، اقتصاد بسیاری از کشورها متأثر از مبادلات سرمایه و نیروی کار فراسوی مرزهاست و جهانی شدن تاثیر قابل ملاحظه ای در توسعه اقتصادی و سیاسی و توسعه انسانی کشورها به جا می گذارد. در جهانی شدن، توسعه گرایی ملی، به عنوان یک استراتژی، ارزش خود را از دست داده است و ضرورت توسعه جهانی و بسیج جامعه بین المللی برای زودن فقر و محرومیت و ارتقاء

۳- جمعیت مهاجر در جهان رشد یافته است. در حال حاضر، آمریکا بیشترین جمعیت خارجی را در خود جای داده است. لندن، پاریس و رم، از جمله شهرهای مهاجر نشین هستند که شهروندانی از سایر کشورها در آن زندگی می کنند و تنوع فرهنگی، قومی و مذهبی گروههای اجتماعی و شغلی؛ چالش جدی هزاره سوم است.

۴- نقش دولت ها، در عصر جهانی شدن، تا حدود زیادی تنزل یافته و نفوذ منابع قدرت سنتی برای کنترل سرمایه های مالی تعدیل شده و اصلاحات ساختاری و مالی، جریان مبادله سرمایه و نیروی کار را فراسوی مرزها تسهیل کرده است. هر چند ملی گراها، سوسیالیست ها و طرفداران نهضت دولت رفاه، با فرآیند جهانی شدن مخالف هستند.

۵- در عصر جهانی شدن، نهادهای بین المللی در عرصه های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی فعال شده اند.

۶- علی رغم تعدیل مداخله دولتها در عصر جهانی شدن، دموکراسی کانون توجه نهضت جهانی سازی قرار گرفته است.

مفاهیم جهانی شدن

تلاش های زیادی برای ارائه تعاریفی خاص از جهانی شدن؛ همچون یکپارچگی، وابستگی، بین المللی بودن و نظایر آنها انجام شده است. برای مثال، در یکی از مفاهیم، جهانی شدن عبارت است از پدیده ای که بازارها و کالاها در کشورهای متفاوت، به طور فزاینده ای به پویایی های تجارت کالا و خدمات و جریان سرمایه و تکنولوژی وابسته می شوند.

جهانی شدن، به توسعه کمی و کیفی جریان ارتباطات فعالیت ها و ایده ها اطلاق می گردد. این جریانها، شامل جریان های مالی، نظیر میلیونها دلار سرمایه مالی که روزانه منتشر می شود، یا جریان های فرهنگی، اطلاق می گردد. برخی معتقدند که جهانی شدن بیانگر یک مرحله کیفی از روند بین المللی شدن است. برخی دیگر این اصطلاح را برای جریان تعاملات دو طرفه بین دولتها به کار می برند. این اصطلاح، همچنین می تواند به فشارهای همزمان بر تصمیمات سطح محلی از طرف عوامل خارجی، دلالت داشته باشد...

فرهنگ و بستر نخستین فرهنگی بود که تعاریفی برای واژه های Globalism و Globalization، در سال ۱۹۶۱ ارائه داد. واژه Globalization تا اواسط دهه ۱۹۸۰، از اعتبار علمی چندانی برخوردار نبود. ولی، از آن به بعد کاربرد این مفهوم کاملاً جهانی شده است. نخستین مقاله

جامعه شناسی، با عنوان جهانی شدن، در سال ۱۹۸۵ توسط رونالد رابرتسون نوشته شده است. از دیدگاه رابرتسون، جهانی شدن همان کوچک شدن جهان، تشدید آگاهی دوباره جهان به عنوان یک کل، وابستگی متقابل و واقعی جهانی و آگاهی از این یکپارچگی است. گیدنز؛ جهانی شدن را نتیجه مستقیم نوسازی، تسهیل تعاملات اجتماعی و در نتیجه پیوند امور محلی به امور جهانی می داند هاروی؛ تراکم زمان و مکان (کوتاه شدن زمان و کوچک شدن مکان) و تبدیل جهان به یک میدان واحد را از مظاهر پدیده جهانی سازی قلمداد می کند.

واژه Globalization را به دو صورت جهانی شدن، یا جهانی سازی ترجمه می کنند. گرچه ممکن است در ظاهر این دو اصطلاح مترادف به نظر آیند، اما، در حقیقت مفاهیم متفاوتی دارند. جهانی شدن، القای نوعی اراده و اختیار مورد نظر است و می خواهد این پیام را به خواننده منتقل کند که جهانی شدن، واقعیتی است ملموس و ضرورتی است گریز ناپذیر، که هر جامعه اگر خواهان رفاه شهروندان باشد، چاره ندارد جز اینکه خود را با این جریان نیرومند، ضروری و مفید به حال کشورها و به حال جامعه بشری، سازگار کند و با طیب خاطر و اراده آزاد، به مقتضیات آن گردن نهد.

برداشت دیگر از این واژه، جهانی سازی است که به واقعیت دیگری اشاره دارد. جهانی سازی، طرحی است که توسط کشورهای ثروتمند و قدرتمند دنیا، تدوین شده و منظور از آن ادامه سلطه اقتصادی، سیاسی و نظامی بر دیگر کشورهای عالم است. چنانکه هر زمانی یکی از این کشورهای جهان، سودای رهبری دنیا و دستیابی بیشتر به منابع کشورهای دیگر- به ویژه کشورهای جهان سوم- را در سر داشته است.

در این تعریف؛ جهانی شدن را مترادف با غربی شدن، دانسته اند و این باور را ترویج کرده اند که کشورهای غربی تلاش می کنند تا دیگر کشورها را به شکل خود درآورند و الگوهای زندگی خود را به آنان عرضه و تحمیل کنند و هویت آنها را از بین ببرند. اگر این تفکر و تعریف را در مورد جهانی شدن بپذیریم، کشورها برای حفظ ارزشها و هویت خود، باید در مقابل این سلطه و استیلا ایستادگی نموده و اجازه ندهند جهانی شدن فرهنگ و ارزش های آنها را ببلعد. جهانی شدن در این تعریف، منجر به ایجاد تبعیض و تاراج منابع جهان سوم و از میان رفتن کشورهای فقیر و صنایع و کشاورزی آنها می گردد. در جهانی شدن

غربزده، کشورهای در حال توسعه از گردونه توسعه خارج شده، منابع و ثروت های آنان چپاول می شود و در یک رقابت ناعادلانه، فنا و نیستی نصیب آنها می گردد. موضع تمامی مخالفان جهانی شدن، براساس این تعریف شکل می گیرد.

در حالیکه، براساس مفهوم اول، جهانی شدن نیروی توسعه دهنده، رفاه بخش، پیام آور صلح و دوستی و ارتقاء دهنده دانش و فناوری و ایجاد کننده دموکراسی و آزادمنشی تعبیر شده است. در جهانی شدن؛ هر کشوری در یک جامعه جهانی، از مزیت ها و امکانات گسترده تر خدمات علمی و فنی و بهداشتی و امنیتی و زیست محیطی برخوردار می شود و همکاری و نزدیکی ملت ها و کشورها با هم، به کاهش منازعات و بهره وری بیشتر از منابع و مبارزه جدیتر و همه جانبه تر با عوارض مخرب دنیای امروز منجر میگردد.

می توان جهانی شدن را حاصل روند و حرکت تاریخی جامعه بشری دانست. یعنی، زندگی بشر از غارنشینی تاکنون، یک سیر تکاملی داشته و جهانی شدن حاصل همین روند و یا شاید یکی از مراحل آن است. با این حال، باید گفت که جهانی شدن؛ حتی اگر در مفهوم مثبت آن نیز مصداق داشته باشد، باز هم همچون شمشیری دولبه خواهد بود و برای بهره گرفتن از مزایای آن، به تدابیر منطقی نیاز است. یعنی، اگر جهانی شدن به مفهوم اول آن را در نظر بگیریم، همچون مسابقه ای خواهد بود که کسب نتیجه مطلوب در آن و یا حداقل عدم باخت سنگین، نیازمند تلاش و تدبیر است.

جهانی شدن اقتصاد و کارآفرینی

جهانی شدن از ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی قابل بررسی است. مراد از جهانی شدن سیاست، کم رنگ شدن مرزهای ملی و اقتدار ملی کشورها در عرصه تصمیم گیری های سیاسی و فرو ریختن تدریجی باورها و حاکمیت ملی و منافع ملی و ... است. اصولاً، جهانی شدن ممکن است از اهمیت دولت های ملی و حاکمیت های داخلی بکاهد و این امر نتیجه مستقیمی در قدرتمندتر شدن حاکمیت بین المللی و به تبع آن، حاکمیت قدرتهای برتر دارد.

دیوید هلد- از نظریه پردازان علوم سیاسی - در این باره به نکته خوبی اشاره می کند. وی چنین می گوید: افزایش روابط اقتصادی و فرهنگی، موجب کاهش قدرت و کارایی حکومتها در سطح دولت- ملت می شود و حکومتها دیگر کنترل بر ورود و خروج اقلام اقتصادی از ورای مرزهای ملی ندارند.

یکی از مهمترین نمودهای جهانی سازی در حوزه های اقتصاد؛ تجارت و کسب و کار است و در پرتو جهانی سازی، نظم اقتصادی جدیدی به وجود آمده است. در جهانی شدن اقتصادی، تسهیل تجارت آزاد فراسوی مرزها، آزادی کسب و کار و سرمایه گذاری خارجی فرصت های زیادی را برای کارآفرینان فراهم می سازد. جهانی شدن اقتصاد، که به اعتقاد اکثر اندیشمندان مسائل جهانی، وجه غالب جهانی شدن را تشکیل می دهد، با جهانی شدن نظام سرمایه داری عجین شده است. امروزه، بیش از هر زمان دیگر، آزادسازی اقتصادی، تجارت آزاد و اصلاح ساختار اقتصادی؛ به عنوان یک ضرورت برای پیمودن مسیر توسعه از سوی کشورها مورد توجه و تاکید قرار گرفته است. به طوری که؛ ظاهراً از نظر بسیاری از کشورهای در حال توسعه، راه رسیدن به توسعه، از طریق آزاد سازی اقتصادی میسر است.

جهانی سازی اقتصاد؛ واقعیتی است که به سرعت در حال گسترش است. بازیگران اصلی اقتصادی جهان امروز، شرکت های چند ملیتی هستند که مولد سرمایه و سودی عظیم هستند. این شرکت های چند ملیتی، با درآمدی بیش از درآمد تولید داخلی کشورها، به طور بین المللی در تملک و کنترل شرکتها هستند.

در زمینه ابعاد اقتصادی جهانی شدن؛ گفته می شود که نظام تولید در مقیاس بین المللی، موجب می گردد سازمان ها در بازارهای خارجی حضور پیدا کنند و تولیدات کارا و اقتصادی برای بازارهای محلی داشته باشند. جهانی شدن، بهره گیری از نهاده ها و خدمات جهانی و استفاده از متخصصان بسیاری از کشورها را فراهم می آورد و در نتیجه، منجر به کاهش هزینه های تولید می شود. همچنین، تشکیل اتحادیه های تجاری و سرمایه گذاری مشترک با دیگر شرکت ها، موجبات تشکیل سرمایه، سهام شدن در هزینه ها و ورود به بازارهای تازه را فراهم می کند.

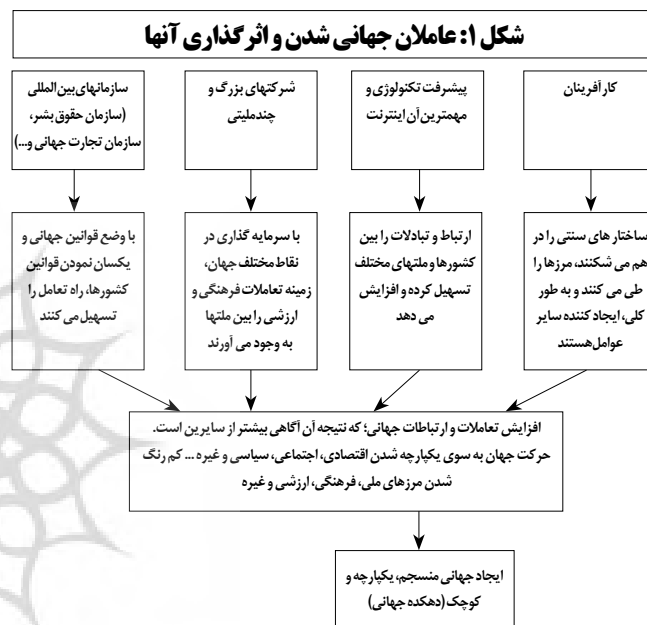
هر چند، به ادعان عده ای از اقتصاددانان، جهانی شدن دارای آثار مثبت فراوانی برای اقتصادهای ملی است، لیکن، نباید از نظر دور داشت که ادغام در بازارهای جهانی و افزایش رقابت نابرابر اقتصاد ملی با اقتصاد جهانی، از چالش های مهم این فرآیند محسوب می گردد.

از سوی دیگر، عوامل چندی؛ چون رشد بازارهای مالی جهانی، فروپاشی نظام سوسیالیستی، انقلاب در تکنولوژی اطلاعات، ارتباطات و حمل و نقل و نیز تقسیم کار بین المللی و ... بر تقویت جهانی

شدن اقتصاد و تسریع در این خصوص، تاثیر بسیاری داشته است و تشکیل سازمانهایی چون سازمان تجارت جهانی (WTO) و انواع و اقسام شرکت های چند ملیتی، در همین راستا بوده است.

در زمینه ابعاد اقتصادی جهانی شدن؛ گفته می شود که نظام تولید در مقیاس بین المللی موجب می گردد سازمان ها در بازارهای خارجی حضور پیدا کنند، تولیدات کارا و اقتصادی برای بازارهای محلی داشته باشند، موجبات بهره گیری از نهاده ها و خدمات جهانی و استفاده از متخصصان بسیار از کشورها را فراهم می آورد و منجر به کاهش هزینه های تولید می شود. همچنین، تشکیل اتحادیه های تجاری و سرمایه گذاری مشترک با دیگر شرکتهای، موجبات تشکیل سرمایه سهامی شدن در هزینه ها و ورود به بازارهای تازه می گردد. عواملان جهانی شدن: اما، عواملان جهانی شدن چه کسانی هستند؟ جهانی شدن برآیند نیروهای متفاوتی است که هر یک در پیش بردن آن سهمی دارند. شکل (۱) عواملان موثر در جهانی شدن و چگونگی اثرگذاری آنها را نشان می دهد.

شکل ۱: عواملان جهانی شدن و اثرگذاری آنها



کارآفرینی

اعتقاد بر این است که انقلابی در راه است که، همچون انقلاب صنعتی، جهان را دگرگون خواهد ساخت. انقلابی که ساختار بازارها را تغییر می دهد و تعادلی نو در آن ایجاد خواهد کرد. این جنبش، تلاش دارد که مکانیسمی علمی و درست برای پاسخ به تلاطم های محیطی ارایه دهد، اقتصاد را از انحصار شرکت های بزرگ در آورد و از فرصت ها، با شرط توزیع یکسان بین افراد مختلف، بهره برداری کند. این انقلاب، انقلاب کارآفرینی است. کارآفرینان؛ نقش مهمی در زندگی جوامع بازی می کنند. آنها، وظایف اقتصادی را انجام می دهند که اشتغال را افزایش می دهد، سازمان های تازه ایجاد می کنند، روش ها و فرآیندهای جدید تولید کشف می کنند و دیگر فعالیت های کسب و کار را که موجب ارتقای رفاه جامعه می گردد، انجام می دهند.

در حقیقت، رشد یا فقر یک کشور، بستگی به کارآفرینی مردم دارد. مردم کارآفرین، شمع اقتصادی دارند و از موقعیت های کارآفرینی، بهترین استفاده را می کنند. زمانی که کارآفرینی به عنوان یک شغل توسط بسیاری از اعضای جامعه پذیرفته شود، توسعه در آن جامعه تسریع می یابد. کارآفرینی بر جوامع نفوذ و منابع آن را جذب می کند، در واقع، کارآفرینی بر محیط فیزیکی، ارزش ها و تلاش های هدفمندانه تاثیر می گذارد و از طریق آن، بر جامعه ای که در آن قرار دارد، نفوذ می کند. کارآفرینی، بیکاری را در جامعه از آن جامعه ای مصرفی، به سمت جامعه ای فعال و تولیدی سوق می دهد.

اما، حوزه عمل کارآفرینی، صرفاً بعد داخلی یک جامعه نیست، بلکه، کارآفرینی؛ خود زمینه ساز یک تعامل فراملی و جهانی است. اصولاً، رشد کارآفرینی را می توان عاملی مهم در جهانی شدن دانست. یا به عبارت بهتر، کارآفرینی را هم پیش شرط جهانی شدن و هم محرک آن دانست. در این نوشته، سعی شده است که نقش آفرینی در جهانی شدن

تشریح گردد. لذا، ابتدا با استفاده از شواهد، رابطه ای منطقی بین این دو متغیر برقرار می شود، سپس به بررسی عوامل موثر بر این رابطه پرداخته می شود.

رابطه جهانی شدن و کارآفرینی

گرچه بسیاری از نظریه پردازان معتقدند که فرآیند جهانی شدن از آغاز زندگی بشر شروع شده است، اما، در اصل می توان عواملان شروع آن را تاجران دانست که به تبادل کالا بین ملل مختلف می پرداختند. این افراد، همان کارآفرینانی بودند که در پی دستیابی به بازارهای جدید- که یکی از اشکال کارآفرینی است- پدیده ای نو پیش روی جهانیان قرار دادند. شکستن مرزها و برقراری ارتباط اقتصادی بین ملل دور و نزدیک، منشاء تغییراتی در بافت جهانی شد که صرفاً به ارتباط اقتصادی محدود نشد. این ارتباطات اقتصادی، به تدریج موجب تاثیر پذیری و تاثیر گذاری در جنبه های اجتماعی، فرهنگی و ارزشی شد، که روند آن در انقلاب صنعتی، هر چه بیشتر تسریع یافت.

انقلاب صنعتی حاصل تلاش کارآفرینان بود. کسانی که موجب ایجاد خط فکری جدید در توسعه صنعتی شدند و حوزه های تولید را از سطح کارگاه های کوچک خارج کردند. کارخانه های عظیم حاصل از آن، برای عرضه تولیدات انبوه خود و تامین نهاده هایشان، به بازارهایی فراتر از مرزهای ملی نیاز داشتند. در نهایت، پیشرفت ارتباطات و ورود اینترنت به صحنه جهانی، پدیده جهانی شدن را هرچه بیشتر تقویت کرد.

به هر حال، جهانی شدن اقتصاد، پدیده تازه ای نیست. حداقل بیش از پنج شده است که بنگاه های اقتصادی کشورهای توسعه یافته، تلاش می کنند فعالیت های تجاری و تولیدی خویش را به فراتر از مرزها گسترش دهند و به اطراف و اکناف جهان نفوذ کنند. ولی، همانطور که گفته شد، طی دو یا سه دهه اخیر، سرعت بیشتری به خود گرفته است. عوامل متعددی در این امر دخیل است که از مهمترین آنها توسعه تکنولوژی و تبعیت از سیاست آزادسازی در سراسر جهان است. اما، همه کشورها به یک میزان در این رویداد درگیر نشده اند، متأسفانه بسیاری از کشورهای در حال توسعه در این جنبش بسیار کند حرکت کرده اند. تنها ۱۱ کشور در حال توسعه جهان توانسته اند خود را در سال های پایانی سده بیستم، با فرآیند جهانی شدن تطبیق دهند و از مزایای این فرآیند، کم و بیش، بهره مند شوند. همین چند کشور هستند که اکنون ۶۶ درصد از

کل صادرات کشورهای در حال توسعه، ۶۶ درصد از کل سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کشورهای روبه رشد و بخش اعظم سرمایه گذاری اسنادی (Portfolio investment) در جهان رو به توسعه را به خود اختصاص می دهند. تعدادی از این ۱۱ کشور، در حال حاضر در بحران مالی غوطه ورنند و از استقراض های سنگین و کند بودن رشد اقتصادی رنج می برند.

آنچه مهم است نقش کارآفرینی در این فرآیند جهانی شدن است. رابطه کارآفرینی با جهانی شدن چگونه است؟ آمارها نشان می دهد که در کشورهایی که کارآفرینی تقویت شده، جهانی شدن نیز بیشتر رشد کرده است. به منظور درک بهتر نقش کارآفرینی در جهانی شدن؛ کشورهای برتر در زمینه جهانی شدن و کشورهای برتر در زمینه کارآفرینی را با هم مقایسه می کنیم.

کشورهای برتر در حوزه کارآفرینی: بانک جهانی هر ساله به رتبه بندی کشورهای جهان از لحاظ سهولت کسب و مار می پردازد. این رتبه بندی، براساس ده شاخص صورت می گیرد که در جدول (۱) بیان شده است. در این جدول ۲۰ کشور اول در زمینه سهولت کسب و کار ارائه شده است. رتبه ایران در این پروژه در سال ۲۰۰۶، با ۶ رتبه تنزل، به ۱۱۹ رسیده و در سال ۲۰۰۷، رتبه ۱۳۱ و نهایتاً در سال ۲۰۰۸، رتبه ۱۳۵ را داشته است.

کشورهای پیشگام در جهانی شدن؛ همانطور که پیشتر گفته شد، همه کشورها به یک اندازه در صحنه جهانی شدن وارد نشده اند. کشورهایی را که بیشتر از بقیه وارد فعالیت های جهانی شده اند، پیشگامان جهانی شدن می نامند. پیشگان بودن کشورها در زمینه جهانی شدن، براساس شاخص های زیر سنجیده می شود:

- ۱- یکپارچگی اقتصادی: شامل تجارت بین المللی و سرمایه گذاری مستقیم خارجی.
 - ۲- ارتباطات فردی: شامل تلفن، مسافرت و ارسال وجه.
 - ۳- ارتباطات فناوری: شامل تعداد کاربران اینترنت، میزبان و سرورهای مطمئن.
 - ۴- فعالیتهای سیاسی: شامل مشارکت در قراردادهای سازمان ها و حمایت از صلح.
- بر این اساس، ۲۰ کشور اول پیشگام در جهانی شدن در جدول (۲) کشور اول پیشگام در جهانی شدن در جدول (۲) بیان شده است. براساس این آمار، رتبه ایران در بین ۶۲ کشور بررسی شده، ۶۲ بوده است. مقایسه جدول یک (۲۰ کشور برتر در زمینه سهولت کسب و کار) با جدول دو (۲۰ کشور پیشگام در جهانی شدن) نشان می دهد که؛ اکثر کشورهای این دو جدول

جدول ۱: بیست کشور اول در زمینه سهولت کسب و کار و رتبه هر یک از شاخص های دهگانه

نام کشور	رتبه سهولت کسب و کار	راه اندازی کسب و کار	دریافت مجوز	بکارگیری نیروی انسانی	ثبت مالکیت	دریافت اعتبار	حمایت از سرمایه گذاری	مالیات	تجارت برون مرزی	انقصاد قرارداد	خاتمه کسب و کار
سنگاپور	۱	۹	۵	۱	۱۳	۷	۲	۲	۱	۴	۲
نیوزلند	۲	۳	۲	۱۳	۱	۳	۱	۹	۱۹	۱۳	۱۶
ایالات متحده	۳	۴	۲۴	۱	۱۰	۷	۵	۷۶	۱۵	۸	۱۸
هنگ کنگ	۴	۱۳	۶۰	۲۳	۵۸	۲	۳	۳	۳	۱	۱۵
دانمارک	۵	۱۸	۶	۱۰	۳۹	۱۳	۱۹	۱۳	۲	۳۰	۷
بریتانیا	۶	۶	۵۴	۲۱	۱۹	۱	۹	۱۲	۲۷	۲۴	۱۰
کانادا	۷	۲	۲۶	۱۹	۲۸	۷	۵	۲۵	۳۹	۴۳	۴
ایرلند	۸	۵	۲۰	۳۷	۷۹	۷	۵	۶	۲۰	۳۹	۶
استرالیا	۹	۱	۵۲	۸	۲۷	۳	۵۱	۴۱	۳۴	۱۱	۱۴
ایسلند	۱۰	۱۴	۲۳	۴۲	۸	۱۳	۶۴	۲۷	۱۱	۴	۱۲
نروژ	۱۱	۲۸	۵۵	۹۴	۶	۳۶	۱۵	۱۶	۴	۹	۳
ژاپن	۱۲	۴۴	۳۲	۱۷	۴۸	۱۳	۱۲	۱۰۵	۱۸	۲۱	۱
فنلاند	۱۳	۱۶	۳۹	۱۲۷	۱۷	۲۶	۵۱	۸۳	۵	۷	۵
سوئد	۱۵	۲۲	۱۷	۱۰۷	۷	۳۶	۵۱	۴۲	۶	۵۳	۱۹
تایلند	۱۵	۳۶	۱۲	۴۹	۲۰	۳۶	۳۳	۸۹	۵۰	۲۶	۴۴
سوئیس	۱۶	۳۵	۲۹	۲۰	۱۲	۲۷	۱۵۸	۱۵	۳۷	۲۵	۳۳
استونی	۱۷	۲۰	۱۴	۱۵۶	۲۱	۴۸	۳۳	۳۱	۷	۲۹	۵۰
جرجیا	۱۸	۱۰	۱۱	۴	۱۱	۴۸	۳۳	۱۰۲	۶۴	۴۲	۱۰۵
بلژیک	۱۹	۱۹	۳۷	۳۶	۱۶۱	۴۸	۱۲	۶۵	۴۸	۲۲	۹
آلمان	۲۰	۷۱	۱۶	۱۳۷	۴۷	۳	۸۳	۶۷	۱۰	۱۵	۲۹

از سوی دیگر، جهانی شدن به علت ویژگی های خود؛ نظیر آزادسازی تجاری، کاهش نقش دولت در بازار، حذف موانع مرزی و نظایر آن، به توسعه کارآفرینی کمک می کند. یکی از زیربناهای مهم کارآفرینی؛ خصوصی بودن بازارها است. جهانی شدن، با قوانین و همچنین ماهیت خاص خود، به توسعه این زیربنا کمک می کند. این رابطه؛ در مدل (۲) نشان داده شده است. براساس این مدل، کارآفرینی و جهانی شدن، تأثیری متقابل بر همدیگر می گذارند و هر یک موجب تقویت دیگری می شوند. لذا، می توان گفت که می توانستند تسلسلی فزاینده ایجاد کنند. همچنین، مدل بیان می کند که کارآفرینی و جهانی شدن موجب ایجاد توسعه و بهبود وضعیت رفاهی می شوند. اما، نمی توان گفت که جهانی شدن یقیناً منجر به توسعه می شود. با توجه به گفته صاحب نظران جهانی شدن؛ امروزه، بسیاری از اقشار جهان،

گیرند. امروزه، شرکت های موفق دائماً در حال بازسازی خویش بوده و برای بقا و پیشرفت، در ساختار، روش های فعالیت و تولید، کیفیت کالا و خدماتشان، تغییراتی ارائه می دهند، یعنی، دست به همان تخریب خلاق می زنند. براین اساس، لازم است که خط مشی گذاران و سیاست گذاران کشور، با مد نظر قرار دادن این امر مهم، سعی نمایند که با استراتژی های مناسبی، راه را برای توسعه کارآفرینی هموار سازند و به تشویق و ترغیب آن بپردازند. چون، گرچه عوامل مختلفی بر گسترش کارآفرینی اثر گذار هستند، اما، یکی از عوامل بسیار مهم در توسعه کارآفرینی، نگرش، خط مشیها و حمایت های دولت در رابطه با کارآفرینی است. توسعه کارآفرینی، نه تنها جامعه را از مزایای حاصل از آن برخوردار می سازد، بلکه، به موفقیت ملی در صحنه جهانی نیز کمک شایانی می کند.

لذا، هر شرکت یا سازمانی تمایل داشته باشد؛ بسته به اهداف از پیش تعیین شده و میزان فعالیتش و نه اندازه آن، می تواند وارد عرصه بین المللی گردد. از سوی دیگر، جهانی شدن با ویژگی های خاص خود، نظیر آزاد سازی تجاری، بسترهای مناسبی را برای رشد کارآفرینی و در نتیجه توسعه و گسترش آن فراهم می کند. در واقع، می توان گفت که رابطه تنگاتنگی بین جهانی شدن و رشد کارآفرینی وجود دارد و هر یک بر دیگری تأثیر می گذارد.

نتیجه گیری

در عصر جهانی شدن؛ برای ماندن در عرصه رقابت، چاره ای جز کارآفرین بودن نیست. شرکت ها و صنایع در مقیاس مختلف، برای دستیابی به مزیت نسبی و داشتن سهمی در ماورای اقتصاد ملی، باید استراتژی تخریب خلاق را که جوهره کارآفرینی است، پیشه

مشابهند. یعنی، کشورهایی که در زمینه کارآفرینی موفق بوده اند، توانسته اند در صحنه جهانی نیز فعالیت موفق تری نسبت به سایر کشورها داشته باشند. به طور مثال؛ سنگاپور که چند سال متوالی توانسته در زمینه سهولت کسب و کار رتبه نخست را به دست بیاورد، در صحنه جهانی نیز به عنوان اولین کشور پیشگام شناخته شده است. این امر، به خوبی نقش کارآفرینی در جهانی شدن را بیان می کند. براین اساس، می توان گفت که کارآفرینی عاملی در موفقیت کشورها در فعالیتهای جهانی است. امروزه، بین المللی شدن صرفاً مربوط به سازمانهای بزرگ چند ملیتی نیست، بلکه، هر ساله هزاران شرکت کوچک وارد عرصه رقابت بین المللی می شوند. براساس گزارشی از «اداره شرکتهای کوچک» ۲۵ درصد شرکت هایی که صادر کننده کالا یا خدمات هستند، شرکت های کوچکی هستند که کمتر از ۱۰۰ پرسنل دارند

جدول ۲- کشورهای پیشگام در جهانی شدن (Kerarney,2006:74)

رتبه ۲۰۰۶	نام کشور	رتبه ۲۰۰۵	شاخص											
			یکپارچگی اقتصادی			تماس شخصی			فناوری ارتباطی			مشارکت سیاسی		
			مشارکت	سرمایه گذاری خارجی	تلفن	سفر	حواله پولی	کاربران اینترنت	دفاتر اینترنت	خدمات پشتیبانی اینترنت	عضویت در سازمانهای بین المللی	حمایت از صلح سازمان ملل	ارسال کمک دولتی	واگذاری دولتی
۱	سنگاپور	۱	۱	۱	۱	۴	۴۹	۱۰	۱۲	۱۳	۳۳	۱۰	۴۲	۴۷
۲	سوئیس	۳	۱۷	۷	۲	۶	۲	۱۷	۵	۵	۳۳	۹	۴۲	۱۰
۳	ایالات متحده	۴	۶۲	۳۶	۱۸	۳۳	۵۲	۶	۱	۱	۱	۲۵	۵۸	۳۸
۴	ایرلند	۲	۴	۵	۳	۳	۹	۲۶	۲۰	۸	۱۱	۱	۳۱	۲۳
۵	دانمارک	۷	۲۰	۶	۶	۱۶	۱۶	۱۲	۳	۷	۱۱	۱۳	۶	۸
۶	کانادا	۶	۳۰	۱۲	۴	۵۷	۲۰	۷	۱۴	۲	۲	۱۴	۶	۳۲
۷	هلند	۵	۱۱	۵۲	۸	۱۱	۴۰	۹	۲	۱۱	۵	۱۷	۶	۶
۸	استرالیا	۱۲	۵۵	۳	۱۴	۳۲	۵۰	۳	۵	۴	۳۳	۱۸	۳۱	۳۷
۹	اتریش	۸	۱۵	۱۸	۱۰	۲	۲۹	۱۹	۷	۱۴	۱۱	۳	۶	۷
۱۰	سوئد	۱۰	۲۱	۱۶	۱۱	۹	۳۹	۱	۹	۹	۲۵	۸	۶	۱۵
۱۱	نیوزلند	۱۱	۴۱	۲۶	۵	۲۳	۵۴	۸	۸	۳	۳۳	۲۲	۶	۲۶
۱۲	بریتانیا	۱۳	۴۸	۱۰	۱۲	۱۵	۴۲	۴	۱۷	۶	۵	۷	۶	۲۰
۱۳	فنلاند	۹	۳۳	۳۰	۱۹	۱۲	۴۵	۵	۴	۱۲	۱۱	۶	۳۱	۱۸
۱۵	نروژ	۱۴	۲۹	۴۶	۱۷	۲۴	۳۰	۲۴	۶	۱۰	۲۵	۱۶	۶	۲۹
۱۶	چک	۱۵	۵	۱۴	۳۱	۱	۲۷	۱۴	۲۲	۲۶	۱۱	۴۳	۳۱	۱۱
۱۷	اسلوانیا	۲۰	۱۰	۲۸	۲۲	۷	۲۲	۱۸	۲۵	۲۰	۱۱	۱۹	۶	۱۶
۱۸	آلمان	۲۱	۳۲	۴۵	۱۵	۲۱	۴۸	۲۰	۲۳	۱۵	۲	۱۲	۳۱	۱۳
۱۹	مالزی	۱۹	۲	۱۱	۲۹	۱۰	۱۸	۲۳	۳۹	۳۴	۳۳	۴۵	۴۲	۴۹
۲۰	مجارستان	۲۳	۷	۱۳	۴۱	۵	۳۴	۲۹	۱۹	۲۷	۱۱	۳۲	۱	۲۴

ژئوشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

گریز و بستن مرزها و درهای جهانی، خود را تقویت نمایند تا بتوانند در عرصه جهانی، به جای وابسته شدن محض، سهمی از بازار جهانی را به دست آورند. گفته شد که کارآفرینی، یکی از مهمترین عاملهای توانمند ساختن کشورها در حوزه داخلی و جهانی است. لذا، لازم است که کشورهای جهان - به ویژه کشورهای جهان سوم - برای حضوری موفق در عرصه جهانی، کارآفرینی را در درون خویش تقویت نمایند. همچنین، لازم است که سازمان های جهانی، به جای اینکه صرفاً قوانینی برای عضویت کشورهای توسعه نیافته در این سازمان ها تعیین کنند، با توسعه کارآفرینی در این کشورها به حضور موفق آنها در عرصه جهانی کمک کنند.

منابع در دفتر نشریه موجود است.

کشورها، موجب تقویت و افزایش توجه به کارآفرینی می شود. کشورهای توسعه یافته، توان بیشتر و برنامه های بهتری برای تقویت و ترویج کارآفرینی دارند. بنابراین، هر چه سطح توسعه بالاتر باشد، زمینه توسعه بیشتر کارآفرینی را فراهم می نماید. همچنین کشورهای توسعه یافته، توان حضور بیشتر و اثرگذارتری در صحنه جهانی دارند. آنچه امروز موجب وحشت از جهانی شدن شده است، توان توسعه یافتگان است.

براین اساس، می توان نتیجه گرفت؛ اکنون که قرار گرفتن در عرصه جهانی - چه به صورت جهانی شدن یا جهانی سازی - به صورت یک الزام و امری گریزناپذیر درآمده، لازم است که کشورهای توسعه نیافته - که در این میدان آسیب پذیر هستند - به جای

از جهانی شدن وحشت دارند و سعی می کنند به رویارویی با آن بپردازند. جهانی شدن، اگر در مسیر صحیح خود حرکت نکند، نه تنها موجب توسعه جهانی نمی شود، بلکه، موجب افزایش نابرابری و تحمیل هر چه بیشتر فقر به بخشی از جهان می شود. لذا، مدل بیان می کند که به منظور اینکه بتوان از مشکلات جهانی شدن دوری جست و از مزایای آن بهره برد؛ بایستی فعالیتهای جهانی شدن براساس ماهیتی کارآفرینانه پیش برود.

از سوی دیگر، توسعه یافتگی؛ عاملی اثرگذار بر کارآفرینی و جهانی شدن است. توسعه

