

موانع توسعه کار آفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کار آفرینی

دکتر سیدی^۱ - امیر تقی خانی^۲

مقدمه

کار آفرینی نماد کوشش و موفقیت در امور تجاری است و کار آفرینان نقش اساسی در توسعه اقتصادی جوامع بازی می کنند. آنها کماکان به لحاظ رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی پژوهشی و توسعه ای، ایجاد شغل، رقابت، بهره وری و تشکیل صنایع جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. (نائبی، محمد امین، ۱۳۸۹، ص ۴۳ و ۴۴)

با توجه به نقشی که کار آفرینی در توسعه کشورها دارد و پذیرفته شدن کار آفرینی بعنوان یک رویکرد توسعه در اغلب کشورها، آینده کار آفرینی روشن است. دولت های گوناگون نیز علاقه مندی فزاینده ای به ارتقا رشد کار آفرینی نشان می دهند. افراد علاقه مند به تشکیل فعالیت های جدید اقتصادی تشویق می شوند و از حمایت های دولتی از قبیل تشویق های مالیاتی، ایجاد ساختمان ها و جاده ها و ... برخوردار می گردند. حمایت های اجتماعی نیز همچنان از کار آفرینی پشتیبانی خواهد کرد و این پشتیبانی در فراهم آوردن انگیزه و نیز حمایت های عمومی حیاتی است، رسانه ها نقش عمده ای در توسعه این تأثیر اجتماعی دارند. رسانه ها از طریق گزارش کردن روح عمومی کار آفرینی و برجسته کردن موارد موفق خاص، در عمل نقش قوی و سازنده ای بازی می کنند. (اکبری، کرامت الله، ۱۳۸۵، ص ۳۰ و ۳۱)

از نظر جمع کثیری از اقتصاد دانان و صاحب نظران، کار آفرینان موتور حرکت و رشد اقتصادی یک جامعه هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت در می آورند و توسعه می بخشند. از آنجایی که کلید موفقیت کار آفرینی یافتن روش خلاقانه است، کار آفرین با بکارگیری تکنولوژی های جدید و شیوه های نوین، سریعتر و کم هزینه تر نیازهای جامعه را به نحو احسن برآورده می سازد. این به معنای تولید کالای موجود با هزینه کمتر یا ارتقا کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است. علاوه بر نقش اقتصادی کار آفرینان، آنها در اجتماع نیز تأثیرات شگرفی بر جای می گذارند. آنها سبب پویایی و افزایش بهره وری در اجتماع شده و ارزش کار را افزایش می دهند و روحیه سعی و تلاش جامعه را بالا می برند. (نائبی، محمد امین، ۱۳۸۹، ص ۴۴)

هدف از این مقاله نگرشی بر موانع موجود بر توسعه کار آفرینی و نیز نقش دولت بر تسهیل توسعه کار آفرینی است.

کارآفرینی

کارآفرینی نوعی راه و روش زندگی است که همراه با تغییر، تحول، پویایی و حرکت می باشد. زندگی کارآفرینانه زندگی ای است که توأم با هیجان، ریسک، تنوع، تغییر، شکست، پیروزی، شوق، تلاش، خلاقیت و فرصت گرایی می باشد. (نائبی، محمد امین و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۰) کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است و در مرکز رقابت بین المللی، شرکتهای کارآفرینانه هستند که لبه تیز رقابتی آنها معطوف به انعطاف سازمانی و استراتژی تغییر مستمر در فرآیندها، محصولات و طرح هاست. (PROKOPENKO, PAVLIN, 1991, p7)

کارآفرینی را می توان فرآیندی پویا نامید که شامل آرمان، تحول و خلاقیت می شود. این فرآیند به کاربرد نیرو و انگیزه افراد جهت خلق و اجرای ایده های نو و راه حل های کاربردی نیاز دارد. اجزای اصلی این فرآیند عبارتند از:

- میل به خطرپذیری حساب شده بر اساس زمان
- فرصت شغلی
- توانای تشکیل تیم در رابطه با کار پر خطر
- داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز
- داشتن مهارت در طراحی یک طرح منسجم شغلی
- داشتن چشم انداز برای یافتن فرصت هایی که دیگران قادر به یافتن آن در موقعیت های متلاطم نیستند. (علی میری، مصطفی، ۱۳۸۷، ص ۱۳۳-۱۶۹)

موانع کارآفرینی در ایران

کارآفرینی فرآیند تولید درآمد برای دیگران و خلق چیزی جدید و با ارزش از طریق پیوند عوامل تولید و همراه با تحمل ریسک های بزرگ مالی و زمانی است. به این ترتیب کارآفرین ضمن داشتن روحیه استقلال طلبی؛ با عزم وارده جدی و پذیرش مسئولیت تصمیم های خود؛ اقدام به فعالیت خلاق می کند. ادعای ما این است که علت رشد پایین اقتصادی در بخش خصوصی نه تنها عدم فرهنگ کارآفرینی است؛ بلکه در هر سه مرحله از ایجاد یک فعالیت کارآفرینی؛ موانع نهادی و ساختاری بسیار وجود دارد که باید برای آنها چاره ای اندیشید.

الف) موانع کارآفرینی در مرحله آموزش و زمینه سازی

۱- ضعف آموزش عالی: در کشورهای اروپایی و آمریکا؛ مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد همه رشته های دانشگاهی؛ حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه می شود. به جهت اهمیت موضوع؛ کاربردی بودن درس و همچنین منافع بسیار زیاد مشاهده شده از آن؛ مهارتهای ارائه شده در این درس به دقت و متناسب با اهداف و سیاستهای کلان اقتصادی تعیین می شوند. اما در ایران - با وجود توجه بیشتر در سالهای اخیر - هنوز هم اهمیت موضوع برای تصمیم گیرندگان مشخص نیست و به دوره های آموزشی خارج از برنامه درسی اکتفا شده است. علاوه بر این؛ آموزش های ارائه شده نیز؛ در یک نظام متناسب با سیاست های کلان کشور تهیه نشده است.

۲- انتظارات از دولت بیشتر؛ یکی از اهداف اصلی دولت «ایجاد اشتغال» برای جوانان است. این امر باعث شده است که انتظارات جوانان از دولت بالا رفته و همواره منتظر این هستند که کارفرمایی به نام دولت؛ آنها را به استخدام خود درآورد. از این رو تمایل جوانان به سمت شغل های کارمندی منحرف شده است.

۳- ریسک گریزی: محیط خانواده؛ مدرسه و جامعه به گونه ای است که غالب جوانان؛ حتی قشر تحصیلکرده را به سمت حرفه های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می دهد.

۴- نگرش نادرست به پول و ثروت: با وجود تایید کسب ثروت در دین اسلام؛ به عنوان یک «ابزار» برای زندگی بهتر؛ فرهنگ شکل گرفته در جامعه نگرش درستی نسبت به پول نداشته و به ثروت نگرشی درستی وجود ندارد. به این ترتیب افراد نه به دنبال نفع شخصی خود می روند و نه به دنبال یافتن راههای صحیح کسب درآمد بیشتر هستند.

۵- بی توجهی به آموزش ضمن کار و توانمندسازی افراد: علاوه بر خانواده و مدرسه یکی از فرصت های مناسب آموزش مهارت های کارآفرینی؛ آموزش ضمن کار است که در کشور به آن توجهی نمی شود.

ب) عدم عوامل انگیزش در مرحله تحرک کارآفرینی

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

۱- عدم الگوی رفتاری مناسب: به جهت مخفی بودن موفقیت افراد پرتحرک و کارآفرین و همچنین عدم پوشش رسانه ها و بی توجهی به موفقیت این افراد؛ از جهت الگوهای مشخص و موفق؛ انگیزشی در جامعه ایجاد نمی شود.

۲- عدم شبکه پشتیبان روحی: نه تنها محیط خانواده؛ مدرسه و جامعه؛ جوانان را به سمت حرفه های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می دهد بلکه به صورت یک عامل ضد انگیزشی از فعالیت های کارآفرینانه آنها نیز جلوگیری به عمل می آورند.

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

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

ج) موانع کارآفرینی در مرحله جهش (منابع و فرصت ها)

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

۱- انحصار دولت: نامشخص بودن موفقیت افراد پرتحرک و وجود شواهد و شایعاتی مبنی اینکه «به علت ساختار انحصاری دولت؛ همواره تحرک در جامعه با شکست مواجه شده است»؛ باعث می شود که افراد؛ تمامی فرصت های فعالیت را در دست دولت بدانند. بنا بر این اقدام به جست و جو برای یافتن فرصت های بکر نمی کنند و روحیه سکون بر جامعه حاکم می شود.

۲- نا امنی حقوقی مالکیت خصوصی: مداخله دولت در تعیین دستمزدها؛ قیمت محصول؛ قیمت سرمایه؛ نرخ ارز و...؛ باعث شده است که افراد احساس کنند در تملک محصول کار و تلاش خود اختیار چندانی ندارند.

نقش دولت در توسعه کارآفرینی

حجم موفقیت فعالیت های کارآفرینانه در یک جامعه به تصمیمات اقتصادی مستقل هر کدام از افراد آن جامعه بستگی دارد. احتمال اینکه مردمان یک کشور در کسب و کارهای کارآفرینانه مشارکت کنند، به انگیزه فردی آنان برای تبدیل شدن به کارآفرین، توانایی آنها برای تقبل فعالیت های کارآفرینانه و برداشتهایشان از فرصت های در دسترس بستگی دارد. محیط های حاکم بر هر کشور می توانند هر کدام از این عوامل را تحت تأثیر قرار دهند. سیاست های دولت در قبال کارآفرینان برای ارائه کمک های مالی از طریق یارانه ها و وام های ترجیحی یا سیاست های مالی مساعد که آن را «محیط تنظیمی» برای کارآفرینی می نامند، فرصت های قابل دسترس را کسب و کارهای موجود و کسب و کارهای جدید افزایش می دهد. کشورهایی که برنامه های آموزشی عمومی و کاربردی کارآفرینی در آنها متداول است و افراد می دانند 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 کشورهایی که فعالیت های 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. محیط های تنظیمی، شناختی و هنجاری، ارکان یا پایه های سه گانه حمایت از فعالیت های کارآفرینانه یک کشور را شکل می دهند. به اعتقاد کارشناسان اقتصادی، دولتهایی که رویکرد ارتقای فعالیت کارآفرینانه داخلی را انتخاب می کنند، در صورتی که سیاست هایی برای تقویت هر سه پایه فوق الذکر - یعنی تنظیمی، شناختی و هنجاری - اجرا کنند، موفق خواهند بود. سیاست کلی تمرکز بر محیط تنظیمی، می تواند فرصتهای در دسترس کارآفرینان را از طریق ارائه مشوق های مالی یا برخورد های ترجیحی دولت بهبود بخشد. دولت می تواند محیط شناختی را نیز تقویت کند و بدین ترتیب، توانایی های کارآفرینانه را از طریق برنامه های آموزشی یا خدمات مشاوره ای 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. (دانایی فرد، حسن، ۱۳۸۱، ص ۹۰ و ۹۱)

در شرایط ایده آل فعالیت های یک کارآفرین آن گاه موثر خواهد شد که جامعه بتواند نیروی نقادی بر قوانین و سنن موجود را از وی کسب کرده و بدین ترتیب از پیچیدگی های تحکمی قوانین کاسته و بر دامنه ارتباط اقناعی مبتنی بر آگاهی خود با جامعه بیفزاید. چنین فعالیتی خود به معنی نوعی زایش نظم جدید فرهنگی گریز از تحکم و پیچیدگی های قانونی است. تا روابط فعال کارآفرین با سطح سیاسی در جهت اصلاح نظام های قانونی و کاهش سطح پیچیدگی آنها تنظیم نشود، مهمترین رکن اثرگذاری اجتماعی فعالیت یک کارآفرین آشکار نمی شود و او طبعاً نمی تواند به وظایف اجتماعی خود بپردازد. (احمدپور داریانی، محمود و فیض، داوود، ۱۳۸۰، ص ۴۲)

به اعتقاد متخصصان کارآفرینی، علاوه بر خانواده و نظام آموزشی که نقش مهمی در توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه دارند، مسئولان کشور و نظام نیز نقش بسیار مهمی در توسعه کارآفرینی در جامعه دارند. کارشناسان می گویند اولین وظیفه مسئولان نظام این است که سیاست های خود را برای توسعه کارآفرینی روشن کنند. بنابراین مسئولان باید زمینه های رشد و توسعه کارآفرینی را فراهم کنند. کارآفرینان نیازمند حمایت های مالی، اطلاعاتی، قانونی، امنیتی و تکنولوژیک مسئولان کشور هستند. بسیاری از کشورها برای حمایت از کارآفرینان، صندوق های خاصی به نام صندوق حمایت از کارآفرینان ایجاد کرده اند. مسئولان کشور نیز باید از ایجاد چنین صندوق هایی حمایت کنند، مجلس نیز باید قوانین لازم را برای رشد کارآفرینی در جامعه تدوین و تصویب کند. (جایگاه کارآفرینی در جامعه ما، ۴)

کشورها از طریق کاهش یا تخفیف مالیاتی، پرداخت وام های ضروری و دیگر برنامه های تنظیمی، کارآفرینی را پشتیبانی می کنند و بدین طریق احتمال اینکه مردم، یک فرصت جذاب را شناسایی کنند و در نتیجه تصمیم بگیرند کسب و کار خود را راه اندازی کنند، افزایش می دهند.

پشتیبانی مالی برای شرکت های کوچک و متوسط یکی از معمول ترین رویکردها برای ارتقا کارآفرینی در سراسر جهان است. این حمایت های مالی ممکن است بطور خاص برای کارآفرینانی که از فقدان منابع مالی که از آن بعنوان مانع اصلی راه اندازی یک کسب و کار نام برده می شود، مهم باشد. (دانایی فرد، حسن و فروهی، مهشید و صالحی، علی، ۱۳۸۶، ص ۲۳۶-۲۳۳)

اقدام به کارآفرینی عملاً با راه اندازی کسب و کار شروع می شود. بنابراین سختی یا آسانی راه اندازی کسب و کار از جمله عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی است. در کشور ما ۶۲ درصد مردم بر این باورند که راه اندازی کسب و کار در ایران سخت است. اصلاح قوانین و مقررات و فرآیندهای اداری ثبت یا انحلال شرکت و سادگی فرآیند های اخذ مجوز های قانونی از جمله عوامل مؤثر در کاهش شکاف بین قصد کارآفرینانه (کسانی که می خواهند کسب و کاری را راه اندازی کنند) و فعالیت کارآفرینانه (افرادی که عملاً دست به چنین کاری می زنند) می شود. توسعه کارآفرینی به منزله افزایش و بهبود شاخص های استاندارد کارآفرینی اعم از ادراکات، گرایش ها، فعالیت ها و سرانجام اشتیاق کارآفرینانه در کشور است. (زالی، محمد رضا و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۲)

نتیجه گیری

در سال های اخیر شاهد توجه دولت به مقوله کارآفرینی بوده ایم اما برای توفیق در این زمینه و حمایت از کارآفرینی و پرورش روحیه کارآفرینی نیازمند توجه بیشتری از سوی دولت، هستیم. توسعه کارآفرینی در ایران نیازمند برنامه ریزی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت است. دغدغه اصلی کارآفرینان عدم پشتیبانی مالی کافی و بجاست. لازم است دولت با هدفگذاری مناسب در این زمینه راهکارهای مناسبی را اتخاذ نماید. بنابراین گراف نیست که دولت را بعنوان مهمترین عامل در توسعه کارآفرینی بدانیم.

منابع:

۱. احمدپور داریانی، محمود و فیض، داوود (۱۳۸۰)، نقش و جایگاه دولت در توسعه آموزش کارآفرینی کشور، مدیریت، شماره ۵۵ و ۵۶
۲. اکبری، کرامت الله (۱۳۸۵). توسعه کارآفرینی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
۳. دانایی فرد، حسن (۱۳۸۱). نقش دولت در ارتقای کارآفرینی: رویکرد تطبیقی، مدیریت و توسعه، شماره ۱۳، ص ۹۰
۴. جایگاه کارآفرینی در جامعه ما
۵. دانایی فرد، حسن و فروهی، مهشید و صالحی، علی (۱۳۸۶)، ارتقا کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۲
۶. زالی، محمد رضا و همکاران (۱۳۸۹) ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران-براساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده بانی جهانی کارآفرینی، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
۷. علی میری، مصطفی (۱۳۸۷) آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش ها و چالش ها، توسعه کارآفرینی، شماره اول، ص ۱۳۳-۱۶۹
۸. منایی، مجید (۱۳۹۰) گستره ها و موانع کارآفرینی در ایران، برگرفته از سایت: http://www.jobportal.ir/s1/Default.aspx?ID=9_3_610_1_2853
۹. نایی، محمد امین و دیگران. (۱۳۸۹). اصول کارآفرینی و مهارت های کسب و کار در ایران، انتشارات فرهیختگان دانش
10. PAVLIN, PROKOPENKO, JOSEPH . ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN PUBLIC ENTERPRISES, IGOR OFFICE, 1991 INTERNATIONAL LABOUR