

بررسی فرصت‌های کارآفرینی با توجه به چالش‌های سیاسی اقتصادی بعد از انقلاب اسلامی

رضا پریزاد^۱

هاجر نظری^۲

چکیده

مؤلفه کارآفرینی یکی از شاخص‌های تأثیرگذار بر رشد اقتصادی کشورها و از جمله عواملی است که سیاستگذاران اقتصادی به آن توجه دارند. پیشرفت روز افزون علم و تکنولوژی و همچنین تغییرات سریع در جوامع گوناگون باعث شده که کارآفرینی مورد توجه زیادی واقع شود. در ایران نیز در چند سال اخیر موضوع کارآفرینی همواره مورد توجه بوده اما با مشکلات زیادی نیز مواجه گردیده است. کارآفرینی یکی از مهم‌ترین راهکارها برای رسیدن به توسعه اقتصادی و افزایش بهره‌وری جوامع می‌باشد اما این راهکار به آسانی قابل اجرا نمی‌باشد و مشکلات و موانعی را در سر راه خود دارد. در این مقاله سعی شده که علاوه بر تعاریف کارآفرینی، مشکلات و موانع آن با توجه به چالش‌های سیاسی اقتصادی بعد از انقلاب اسلامی مورد بررسی قرار گیرد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، موانع کارآفرینی، انواع کارآفرینی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. استاد یار عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی قم

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم

تا قبل از دهه هفتاد میلادی، در تمامی پروژه‌های توسعه، صرفاً دیدگاه اقتصادی و ایجاد درآمد و بازده اقتصادی بیشتر، مدنظر بود؛ در واقع بر این باور بودند که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبل‌ی شود. بنابراین تمامی مکاتب اقتصادی به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح نمودند (ملاحسینی، ۱۳۹۰). دهه ۱۹۸۰ گواهی بر افزایش توجه و اشتیاق عمومی نسبت به کارآفرینان و کارآفرینی بوده و طی آن سیر مطالعات در ابعاد مرتبط با کارآفرینی به طور فزاینده ای شدت گرفته است (رهگذر و امینی، ۱۳۹۶: ۵۳۵).

کارآفرینی به عنوان یک عنصر مهم در سازمان‌های اقتصادی پدید آمده و تا مدت طولانی به عنوان یک ساز و کار بسیار مهم توسعه اقتصادی به شمار می‌آمده است. کارآفرینی به عنوان عاملی کلیدی در تولید ثروت و همچنین به عنوان یک نیروی عمده که اقتصاد بسیاری از کشورها را به پیش می‌راند، به حساب می‌آید. کارآفرینان ایده‌ها را به محصولات و خدمات تبدیل کرده و در نهایت خلق ثروت کرده و بیکاری را کاهش می‌دهند. در واقع قدرت هر کشوری بستگی به توانایی آن در خلق ثروت دارد. پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی همانند عوامل فرهنگی-اجتماعی، قانونی، اقتصادی و سیاسی و فناوری تأثیر مثبت و یا منفی بر توسعه کارآفرینی دارند (Deakins and Freel, 2003; Hisrich and Drnovsek, 2002).

مطالعات اخیر بر کارآفرینی به عنوان یک پیشران توسعه اقتصادی تمرکز کرده و برخی نویسندگان کارآفرینی را به عنوان عامل تولید چهارم در تابع تولید اقتصاد کلان در نظر می‌گیرند. نویسندگان دیگری نیز مانند بامول^۱ (۱۹۹۰) و یا پائول^۲ (۲۰۰۸) استدلال کرده‌اند که در صورت وجود نهادی مناسب، کارآفرینی تنها راهکار توسعه اقتصادی است. در دنیای رقابتی امروز، کارآفرینی می‌تواند عامل بسیار مهمی برای پیشرفت قلمداد شود و باعث افزایش بهره‌وری جامعه شود ولی باید توجه داشت که کارآفرینی موضوعی وابسته به فرهنگ می‌باشد. همین مسئله باعث بروز مشکلات و موانعی در تحقق کارآفرینی می‌شود. در این مقاله ابتدا به اختصار به پیشینه کارآفرینی پرداخته شده است سپس تعاریف کارآفرینی ارائه شده و به بررسی چالش‌های آن در ایران و بررسی

1. Baumol
2. Powell

فرصت‌های کارآفرینی با توجه به چالش‌های سیاسی اقتصادی بعد از انقلاب اسلامی پرداخته شده است.

کارآفرینی^۱

در آغاز قرن نوزدهم دنیا شاهد تحولی بود که به عنوان انقلاب صنعتی شناخته شده است. قرن بیستم با توسعه‌های قابل توجه در ارتباطات، معرفی وسایل الکترونیک ارتباطات راه دور و توسعه تئوری‌های مدیریت همراه بوده است. در مقابل قرن بیست و یکم با رشد عظیم کاربرد اطلاعات و فناوری ارتباطات^۲، برقراری ارتباطات از راه دور و استفاده از رایانه‌ها آغاز شد که این سه مورد، فرصت‌های قابل توجهی را برای بر ساخته‌ها در زمینه کارآفرینی فراهم آورد (Cartwright, 2002; Sadler, 2001). در این خصوص ونکاتارامان (۱۹۹۷) ادعان داشته کارآفرینی شامل پیوند دو پدیده فرصت سودآور و فرد مبتکر است، لذا نایبستی تنها از منظر افراد کارآفرین تعریف گردد و فرصت‌ها نیز باید مدنظر قرار گیرند. او بیان می‌کند که «کارآفرینی به عنوان پاسخ به این سؤالات است که چگونه، توسط چه کسی، و با چه تأثیراتی فرصت‌ها جهت خلق کالاها و خدمات آتی کشف، ارزیابی و بهره‌برداری می‌شوند». در این راستا شین^۳ (۲۰۰۳) نیز بیان می‌کند که «کارآفرینی فعالیتی است شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها که به واسطه تلاش‌های سازمانی که پیش‌تر وجود نداشته منجر به معرفی کالاها و خدمات، راه‌های سازمان دهی، بازار، فرایند و مواد خام جدید می‌گردد».

در این تعریف محققان «فرصت»^۴ را قلب فرایند کارآفرینی در نظر گرفته‌اند. آن‌ها بر این نکته تأکید دارند که فرایند کارآفرینی در واقع همان یافتن منشأ فرصت‌ها و دخیل شدن در فرایند شناسایی/کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از آن‌هاست؛ و آن دسته از افرادی که به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌پردازند کارآفرین نام دارند.

آیدیس^۵ (۲۰۰۳) نیز بر این دیدگاه اعتقاد دارد که کارآفرینی ویژگی رفتاری یک شخص یا به عبارتی ترکیبی از عوامل داخلی (شخصیت و مهارت) و خارجی (محرك‌های اقتصادی و اجتماعی) وی است که به واسطه فعالیت‌های نوآورانه به خلق ارزش ختم می‌شود. از این دیدگاه می‌توان عوامل و

1. Entrepreneurship
2. Information & Communication Technology (ICT)
3. Shane
4. Opportunity
5. Aidis

محرک های خارجی را به منزله عاملی برای کشف یا خلق فرصت در نظر گرفت که فرد کارآفرین با استفاده از فاکتورهای داخلی از آن ها بهره برداری کرده و در نهایت منجر به خلق ارزش می شود. علاوه بر این، اکهارت و سوچا^۱ (۲۰۰۸) نیز با تعریفی مشابه، کارآفرینی را به عنوان «کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه» تعریف کرده اند.

به طور کلی کارآفرینی دربردارنده توانایی ایجاد یک تیم با مهارت ها و استعداد های مکمل، توانایی کشف فرصت ها در جایی است که دیگران در آن فقط آشفتگی و گیجی و تضاد می بینند و توانایی استفاده از منابع (آن هم منابعی که اغلب تحت کنترل دیگران قرار دارند) جهت بهره برداری از فرصت ها است (Kuratko, Morris and Covin, 2011)، و از لحاظ مفهومی به فعالیت هایی اشاره دارد که افراد طی آن یک فرصت را به کسب و کاری موفق تبدیل می کنند.

موانع کارآفرینی

موانع و محدودیت های متعددی برای حرکت به سوی کارآفرینی در سازمان ها وجود دارد هرچند بسیاری از این موانع ناخواسته بوده و پیامد و بازخورد به کارگیری فنون مدیریت سنتی در سازمان است. در برخی مواقع این موانع به قدری مخرب هستند که افراد ترجیح می دهند از رفتار کارآفرینانه اجتناب کنند (کردناچ، اکبری و رضائیان، ۱۳۸۶).

عوامل ضد انگیزشی کارآفرینی

از مهم ترین عوامل ضد انگیزشی می توان به ترس از دست دادن سرمایه شخصی، ترس از ناتوانی در تامین مالی برای راه اندازی کسب و کار، نگرانی از عدم امکان تامین الزامات قانونی، نگرانی از فقدان اجتماعی امنیت اجتماعی، فساد اداری، ترس از نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی اشاره نمود (ناهد، ۱۳۸۸).

موانع قانونی توسعه کارآفرینی

از مهم ترین عوامل قانونی می توان به قوانین و مقررات بانکی، قوانین مالیاتی، قانون تجارت، قانون کار، وجود انحصارات دولتی ناشی از قوانین و مقررات، قوانین و مقررات گمرکی، قوانین شهرداری ها و ... اشاره نمود (ناهد، ۱۳۸۸).

عوامل سازمانی

1. Eckhardt and Michael

با توجه به جدید بودن این زمینه مطالعاتی عوامل سازمانی معدودی برای القا و ایجاد محیط کارآفرینانه در سازمان مورد توافق محققین قرار گرفته است. همچنین نگرش و بینش سازمانی کارآفرینان در خصوص سیاست‌های مالی، تولیدی، بازرگانی و بازاریابی، منابع انسانی و مدیریت استراتژیک نیز تاثیر بسزایی بر تصمیم‌گیری‌های فرد به عنوان رهبر سازمان دارد (هورنزی و دیگران، ۱۹۹۳: ۳۷-۲۹ به نقل از بیات، ۱۳۹۱: ۷)

عوامل فردی

محققان فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین را ارائه نموده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها نیاز به توفیق یا توفیق طلبی، ایمان به خود، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به استقلال، خلاقیت، تحمل ابهام (قدرت رویارویی با اطلاعات و شرایط مبهم، ناقص و غیرطبیعی و سازمان یافته)، قدرت تخیل، کارآمد بودن، رشدگرا، شناسایی الگوهای همکاری؛ قدرت طلبی، تعهد و توانایی، ثروت‌گرایی که می‌توانند در روند کارآفرینی فرد یا افراد به صورت مستقل یا سازمانی و غیره نمود یابند و جزئی از کارآفرینی به حساب آیند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۰: ۸۱-۹۱).

عوامل محیطی

عوامل برون سازمانی هستند که محیط سازمان را احاطه کرده‌اند و بر سازمان تاثیر متقابل داشته و خارج از کنترل سازمان می‌باشند. در واقع تنوعی از عوامل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که فعالیت‌های کارآفرینانه را تحریک می‌کنند (استون و همکاران^۱، ۱۹۹۸: ۱۶۱ به نقل از بیات ۱۳۹۱: ۸) از مهم‌ترین عوامل نارسایی محیطی می‌توان به فقدان زیرساخت‌های تجاری، تخصصی و حرفه‌ای مورد نیاز شرکت‌های جدید و در حال رشد، عدم حمایت‌های اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نبود زیرساخت‌های فیزیکی برای شرکت‌های جدید و در حال رشد، فقدان وجود حمایت مالی کافی برای شرکت جدید و در حال رشد، عدم تاکید نظام تعلیم و تربیت به توسعه کارآفرینی و ... اشاره نمود (ناهد، ۱۳۸۸).

انواع کارآفرینی

از میان دسته‌بندی‌های مختلفی که در خصوص کارآفرینی به عمل آمده است، تقسیم‌بندی کورنوال و پرلمن کاربردهای بیشتری در حوزه مدیریت دارد، براساس تقسیم‌بندی به طور کلی، کارآفرینی در قالب سه شکل عمده ظاهر می‌شود:

کارآفرینی فردی

کارآفرینی دورن سازمانی

کارآفرینی سازمانی یا سازمانی کارآفرینانه (Cronwall and Perlman, 1990:6-8) به نقل از مقیمی، ۱۳۸۳: ۸۴).

فرصت های کارآفرینانه^۱

یک فرصت ممکن است شانس باشد تا به واسطه ترکیب خلاق منابع و ارائه ارزشی عالی منجر به رفع نیاز بازار گردد. در کارآفرینی، «فرصت» مفهومی مرکزی است که درک و تعقیب آن تمرکز اصلی فعالیت های کارآفرینان را شکل می دهد و این افراد به واسطه توانایی شان در درک و تعقیب چنین فرصت هایی متمایز از دیگران هستند. حتی چنین استدلال شده که کارآفرینی شامل تمامی اقدامات، وظایف و فعالیت های مربوط به درک فرصت ها و ایجاد سازمان هایی جهت بهره برداری از آنهاست.

کیسن^۲ (۱۹۸۲) اذعان کرده فرصت های کارآفرینانه به وضعیت هایی اشاره داد که کالاها و خدمات، مواد خام، و روش های سازمان دهی جدیدی می توانند معرفی شده و در مقیاس وسیع تر و با هزینه ای کمتر فروخته شوند. کرزنر^۳ (۱۹۹۷) نیز معتقد است فرصت های کارآفرینانه از سایر فرصت ها متفاوت است؛ چرا که جهت افزایش کارایی کالاها، مواد خام و روش های سازمان دهی موجود، این فرصت ها روابط ابزار- هدف^۴ جدیدی را کشف می کنند ولی سایر فرصت ها شامل بهینه سازی چارچوب فعلی است.

تاکنون پژوهش های اندکی به تعریف فرصت کارآفرینانه پرداخته اند و اکثر تعاریف نیز مورد قبول همه محققان صورت نگرفته است، اما تعریفی که شین (۲۰۰۰) از فرصت ارائه می کند، نسبتاً ارجاعات بیشتری را به خود اختصاص داده است. وی فرصت را به عنوان موقعیتی که در آن فرد از

1. Entrepreneurial opportunity
2. Casson
3. Kirzner
4. Means-Ends Relationships

طریق ترکیب مجدد منابع می‌تواند چارچوب جدید وسیله-هدف^۱ را خلق نماید که برای او سود به همراه داشته باشد، تعریف می‌کند. براساس تعریف شین فرصت‌های کارآفرینی موقعیت‌های بالقوه‌ای هستند که در آن‌ها محصولات یا خدمات جدید، مواد اولیه جدید، بازار جدید و یا روش‌های سازمان دهی جدید ارائه می‌گردد.

این فرصت‌ها مجموعه شرایطی را فراهم می‌آورند که به واسطه سرمایه‌گذاری‌های موجود یا ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، منجر به معرفی یک یا چند محصول (خدمت) جدید به بازار می‌شود و این امکان را به افراد (کارآفرینان) می‌دهد تا با معرفی نوآور، ارزشی را برای جامعه به ارمغان آورند.

سابقه کارآفرینی در ایران و جهان

واژه کارآفرینی را اولین بار در اوایل سده شانزدهم میلادی برای کسانی به کار بردند که در مأموریت نظامی بودند. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد درباره پیمانکاران دولت که دست اندر کار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است. کارآفرین و کارآفرینی در وهله نخست مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند. جوزف شومپیتر با ارائه نظریه توسعه اقتصادی خود در سال ۱۸۳۴ که همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را پدر کارآفرینی لقب داده‌اند. علیرغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۸۰۱ به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده است و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۷۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، لیکن در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن در دهه ۱۹۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. بر اساس برنامه سوم توسعه، طرحی تحت عنوان طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور که به اختصار کاراد نام گرفت، تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری وقت، در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و در اواخر سال ۱۳۷۹ مسئولیت پیگیری اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید (باقریان و نمازیان، ۱۳۹۱: ۵).

تحریم‌های اقتصادی

تحریم اقتصادی عبارتند از دستکاری در روابط همکاری های اقتصادی به منظور تأمین اهداف سیاسی. در واقع تحریم اقتصادی یک ابزار سیاست خارجی است که این امکان را فراهم می آورد که کشور یا کشورهایی مقاصد سیاسی خود را نسبت به کشور هدف به هنگام بروز اختلاف اعمال کنند. تحریم اقتصادی و سیاسی به عنوان یکی از ابزارهای دیپلماسی جهانی نتایج متفاوتی را برای کشور در پی خواهد داشت. تفاوت در نتایج عمدتاً ناشی از توان و همراهی کشورهای دیگر با کشور تحریم کننده و سطح و ماهیت انزوای کشور تحریم شونده دارد. البته یک عامل مهم دیگر نیز در رابطه با میزان اثرگذاری تحریم اقتصادی نقش قابل توجهی دارد و آن وابستگی کشور تحریم شونده به واردات کالاهای سرمایه ای و واسطه ای است (نیک پور، ۱۳۸۵). تحریم اقتصادی اغلب به عنوان جایگزین جنگ و اعمال قوه قهریه تلقی می شود. مقصود از مناسبات اقتصادی نیز همه انواع روابط اقتصادی اعم از تجاری و مالی است (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۱).

تحریم های اقتصادی ایران و تشدید آن با صدور قطعنامه جدید شورای امنیت سازمان ملل متحد، بدون تردید یک اتفاق واقعی و مؤثر در دراز مدت است و از هم اکنون رنج مردم را افزایش داده است. از سوی دیگر، اقتصاد ایران از آنجایی که دارای معاملات بین المللی گسترده ای است، تحت تأثیر عوارض تحریم های بانکی قرار می گیرد. کارآفرینی نیازمند سرمایه گذاری در کسب و کارهاست که منتج به توسعه اقتصادی می گردد. سرمایه گذاری در کشورها نیز انجام نمی گیرد مگر در محیطی با ثبات و با امنیت. به عبارت دیگر کارآفرینی در کشورها با صنایع تولیدی و سرمایه گذاری در آن ها ارتقا و پیشرفت می یابند و تا زمانی که محیطی آرام و با ثبات و مستعد برای سرمایه گذاری فراهم نباشد این کار صورت نمی گیرد. اهمیت این موضوع و نقش کلیدی آن در رقابت پذیری و توسعه اقتصادی، تجزیه و تحلیل محیط کسب و کارها و شرکت ها را با عنایت به عوامل کلیدی محیط داخلی و خارجی آن امری جذاب نموده است (مهرجردی، ۱۳۹۰). در نهایت آثار ناشی از تحریم ها بر محیط کسب و کار و کارآفرینی به شرح زیر ارائه شده است:

۱- نرخ تورم

تورم در اقتصاد به افزایش سطح عمومی قیمت ها در مقایسه با مقداری پایه ای از قدرت خرید گفته می شود. بنابر گزارش های رسمی، میانگین افزایش نرخ تورم در ۳۰ سال گذشته در ایران، سالانه بیش از ۱۵ درصد بوده است. (سایت دنیای اقتصاد) تورم بر جنبه های مختلف زندگی اقتصادی و اجتماعی اثرگذار است. نرخ تورم پایین، ثبات اقتصادی و بهبود محیط کسب و کار را به دنبال دارد در حالی که نرخ تورم بالا، عدم ثبات اقتصادی و فضایی نامساعد و نامطمئن برای کسب و کارها به بار می آورد (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۶ و ۷).

۲- نرخ بهره

فیش نرخ بهره را این طور تعریف می‌کند: نرخ بهره درصد پاداش پرداختی بر روی پول، برحسب پول در تاریخ معین که معمولاً یک سال بعد از تاریخ معین است، می‌باشد. در تجزیه و تحلیل پولی، نرخ بهره نقشی اساسی و کلیدی به عهده دارد؛ چرا که عنصر اساسی در مکانیزم انتقال سیاست‌های پولی به شمار می‌آید. از سوی دیگر، نرخ‌های بهره وامدهی و تفاوت آن با نرخ‌های بهره سپرده‌ها، میزان جذب سپرده‌ها و وامدهی بانک‌ها را تحت تأثیر قرار داده و از این طریق بر فرآیند خلق پول اثرگذار است. به علاوه، تفاوت در نرخ‌های بهره بین کشورها، در تصمیم‌گیری افراد در زمینه نگهداری دارایی‌های داخلی و خارجی، نقش بسزایی ایفا می‌نماید. نهایتاً، نرخ‌های بهره بر روی تقاضای دارایی‌های پولی در مقایسه با تقاضا برای سایر دارایی‌ها، از قبیل اوراق بهادار نیز موثرند (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۶ و ۷)

۳- نرخ ارز

رابطه برابری پول ملی و یا ارزش پول ملی در مقابل پول‌های خارجی را نرخ ارز می‌گویند. نرخ ارز خارجی قیمت نسبی دو پول ملی را نشان می‌دهد و برحسب تعداد واحدهای پول یک کشور که باید برای خرید معادل یک واحد پول کشور دیگر پرداخت گردد، تعریف می‌شود (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۷).

۴- سیاست‌های اقتصادی دولت

سیاست‌های اقتصادی دولت در برگیرنده سیاست‌های ارزی، پولی، مالی، درآمدی و تجاری دولت است که اثرات آن را جمعاً و با در نظر گرفتن همگی آن‌ها با هم می‌توان ارزیابی کرد. بر پایه نتایج اعلام شده از سوی مرکز مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی اتخاذ سیاست‌های مالی انبساطی و همچنین عدم تعادل در بازار کار و چندین اقدام دیگر که همگی از سوی انجام پذیرفته مهم‌ترین دلایل گرانی‌ها در دو سال اخیر اعلام شده است (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۷).

۵- قیمت نفت

درآمدهای نفتی که حجم قابل ملاحظه‌ای از صادرات و درآمدهای دولتی را فراهم می‌کنند، شدیداً تحت تأثیر قیمت نفت قرار دارند که یک متغیر برون‌زا محسوب می‌شود. بی‌ثباتی این درآمدها نتایج بسیار منفی در اقتصاد کشور ایجاد می‌کند. اثر بی‌ثباتی خواه ناشی از افزایش قیمت خواه به علت کاهش قیمت آن باشد در بلندمدت بر رشد اقتصادی تأثیری منفی دارد (باورصاد و حسن پور، ۱۳۹۲: ۷).

همانگونه که از شواهد و قراین پیداست، تبدیل تحریم های یک جانبه اقتصادی آمریکا به تحریم های چند جانبه سازمان ملل، مسئله را وارد برهه جدیدی کرده که هم از نظر سیاسی و دیپلماسی و هم از بعد اقتصادی مسئله مهمی تلقی می گردد. نتایج نشان می دهد که از نظر اقتصاد، بخش سیستم مالی بیشترین تاثیر را نسبت به سایر بخش ها متقبل می شود. تحریم های اخیر سیستم مالی کشور را نشانه گرفته اند که در صدد فلج کردن روابط مالی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای خارجی است. تحریم های اقتصادی، واردات مواد اولیه و کالاهای سرمایه ای را از نظر کمی و کیفی متاثر می سازند که به دنبال خود کاهش کمی، کاهش تولید و بیکاری را به همراه دارد.

۶- عوامل سیاسی و سیاست های دولت

بر اساس دیدگاه «شاپرو» و «سوکل»، جو سیاسی حاکم به جامعه، یکی از مهم ترین مؤلفه های محیطی در تأسیس سازمان های جدید و کارآفرینی است و امنیت سیاسی و مذهبی باعث ارتقا کارآفرینی می شود. «دروسی» نیز بر این باور است که تغییرات مفرط سیاسی، اطلاعات سازمان را منسوخ می سازد. از آنجا که نیروهای خارجی تغییر مهمی در حیات سازمان ها ایجاد می نمایند، سطح پایین تغییرات سیاسی باعث خواهد شد که افراد و سازمان ها خودشان تغییراتی در روند زندگی خود ایجاد کنند. تغییرات منفی منجر به این خواهد شد، که به علت کنترل های واردات، جنگ ها و تعطیلی سازمان ها، افراد مشاغل خود را از دست بدهند. افرادی که با این تغییرات در زندگی شان مواجه می شوند، باید در زندگی خود تغییر ایجاد نمایند و اغلب، این تغییر شامل دگرگونی در شکل سازمان است و تصمیم در خصوص شکل سازمان، به میزان زیاد تحت تأثیر فرهنگ و سیستم ارزشی افراد خواهد بود. سیاست های دولتی نیز ممکن است بر نرخ تأسیس سازمان ها و کارآفرینی، تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. سیاست هایی و نیز نرخ تأسیس سازمان ها و کارآفرینی را افزایش می دهند (Hurley, 1999: 57 به نقل از بیات، ۱۳۹۱: ۸). باید توجه داشت اتخاذ سیاست های پولی و مالی از سوی دولت ها و چگونگی اجرای این سیاست ها می تواند آثار مثبت یا منفی شایان توجهی بر عملکرد کارآفرینان و صاحبان کسب و کار کوچک و متوسط بر جای بگذارد؛ به عبارتی باید گفت هرچند آثار کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورهای مختلف در مطالعات متعددی بررسی شده است، اما متغیر کارآفرینی نیز از سیاست های کلان اقتصادی تأثیر می پذیرد.

بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط چندین مرکز ارزیابی کسب و کار ایران و همچنین مطالعات مرکز پژوهش های مجلس، برای شناسایی مشکلات و موانع تولیدکنندگان، پس از مینا قرار دادن تعریف محیط کسب و کار، و با در نظر گرفتن نقش دولت در این محیط، نهایتاً ۱۱ مولفه به عنوان مشکلات محیط کسب و کار ایران به قرار زیر به دست آمد: (افشار، ۱۳۹۲: ۱۶)

- ۱- مشکل دریافت تسهیلات از بانک ها
 - ۲- نرخ بالای بیمه اجباری نیروی انسانی
 - ۳- وجود مفاسد اقتصادی در دستگاه های حکومتی
 - ۴- بی تعهدی شرکت ها و موسسات دولتی به پرداخت به موقع بدهی خود به پیمانکاران
 - ۵- بی ثباتی در قیمت مواد اولیه
 - ۶- محدودیت قانون کار در تعدیل و جابجایی نیروی کار
 - ۷- قیمت گذاری غیر منطقی محصولات تولیدی توسط دولت و نهادهای حکومتی
 - ۸- تولید کالاهای غیر استاندارد، تقلبی و عرضه نسبتاً بدون محدودیت آن به بازار
 - ۹- ضعف دادسراها در رسیدگی موثر به شکایت ها و اجبار طرف های قرارداد به انجام تعهدات
 - ۱۰- برگشت چک های مشتریان و همکاران
 - ۱۱- تثبیت نرخ ارز با وجود تورم در داخل و ثبات قیمت ها در بازارهای هدف
 - ۱۲- زیاد بودن تعطیلات رسمی
 - ۱۳- اعمال تحریم های بین المللی علیه کشورمان
 - ۱۴- ضعف بازار سرمایه در تامین مالی تولید و نرخ بالای تامین سرمایه از بازار غیررسمی
 - ۱۵- عرضه کالاهای خارجی قاچاق در بازار داخلی
 - ۱۶- تمایل مردم به خرید کالاهای خارجی و تقاضای کم برای محصولات ایرانی مشابه
 - ۱۷- تعرفه پایین کالاهای وارداتی و رقابت غیرمنصفانه محصولات رقیب خارجی در بازار
 - ۱۸- بی ثباتی قوانین و مقررات مربوط به تولید و سرمایه گذاری
 - ۱۹- ضعف نظام توزیع و مشکلات رساندن محصول به دست مصرف کننده
 - ۲۰- ضعف زیرساخت های حمل و نقل
 - ۲۱- موانع تعرفه ای صادرات محصولات و واردات مواد اولیه
 - ۲۲- ضعف زیرساخت های تامین برق
- در یک جمع بندی نهایی از موارد ذکر شده در بندهای فوق یک نتیجه کلی خواهد شد که با توجه به تعریف محیط کسب و کار و کارآفرینی: "عواملی است که بر اداره و عملکرد بنگاه ها موثرند اما تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه ها می باشند" این عوامل خارج از کنترل مدیران بنگاه هاست و کلید حل این مشکلات در دست دولت هاست. درست است که اتاق های بازرگانی می توانند با ارائه راهکارهایی در حل این مشکلات دولت را یاری دهند اما باید توجه داشت که در کشورهای توسعه نیافته، اتاق های بازرگانی نیز کاملاً در دست بخش خصوصی نیست و دولت ها سعی دارند در انتخاب عوامل کلیدی آن نقش داشته باشند بنابراین نقش دولت در تمامی تحقیقات صاحب نظران به وضوح بیان گردیده است.

نتیجه گیری

اقتصاد کشوری که دارای جهان بینی خاصی است و این جهان بینی با منافع ابرقدرت های دنیا در تضاد است اقتصاد خاصی خواهد بود چرا که دشمنی ها با چنین کشوری همیشه ادامه دارد و در هر دوره ای به شکلی بروز می کند. از این رو باید همه ساز و کارها و اجرایی کشوری مثل ایران به گونه ای طراحی شوند که از آن در برابر تهدیدات حفاظت کنند و مسیر رسیدن به اهداف کشور را هموار سازند. یکی از مصادیق دشمنی با جمهوری اسلامی ایران در حوزه اقتصاد، تحریم نفتی است. وابستگی کشور به درآمدهای نفتی مسئله ای است که دشمنان از آن برای اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران استفاده می کنند. به این معنی که تحریم های نفتی ایران و تحت فشار قرار گرفتن دولت و مردم طراحی شده اند. با توجه به منشور اساسی اصل ۴۴ قانون اساسی و دستور مقام معظم رهبری برای تسریع در انجام واگذاری بخش های مختلف اقتصادی به بخش خصوصی در راستای احکام برنامه چهارم و سند چشم انداز بیست ساله کشور حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی دولت بتواند گام مثبتی در جهت شکوفایی اقتصادی کشور با تأکید بر افزایش رشد اقتصادی، کاهش میزان بیکاری و جلوگیری از هزینه های مضاعف بردارد. توسعه کارآفرینی در همه کشورها همواره با موانعی جدی روبه رو بوده است. از این رو توسعه کارآفرینی در ایران نیازمند عزم ملی است. توسعه کارآفرینی به عنوان یک مقوله فرابخشی، بایستی در همه ارگان ها، سازمان ها و نهادهای عمومی و دولتی مورد توجه قرار گیرد. در نهایت با توجه به نتایج این تحقیق می توان گفت که پدیده کارآفرینی در کشور ما پدیده جدیدی است و هنوز در سطح ملی بدان پرداخته نشده است. با توجه به جمعیت جوان منتظر کار و اشتغال باید میدان های کارآفرینی برای نسل جوان باز شود و در زمینه های فرهنگی و مطبوعاتی، تکنولوژی اطلاعات، صدور خدمات فنی و مهندسی، توسعه صنعت گردشگری و خدمات دیگر مشاغل جدیدی ایجاد گردد. از طرفی برای این که افراد کارآفرین تربیت کنیم نیازمند آن هستیم که نظام آموزشی ما به سمتی برود که نیروهای شجاع و با شهامت در تصمیم گیری پرورش دهد. در واقع مفهوم کارآفرینی در ایران هنوز شناخته نشده و این یکی از موانع کارآفرینی در کشور ما است. در واقع باید برای مجموعه دولت و سیاستمداران نظام، مفهوم کارآفرینی و اهمیت آن تشریح شود.

مراجع

- احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۸۰)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، انتشارات شرکت پردیس.
- افشار، منوچهر، (۱۳۹۲)، نقش دولت در محیط کسب و کار، تهران، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- باقری، مسعود، نمازیان، مریم، (۱۳۹۱)، موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، صفحه ۵.
- باورصاد، بلقیس، حسن پور، ویدا، (۱۳۹۲)، بررسی تاثیر تحریم اقتصادی بر فضای کسب و کار، کارآفرینی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، کنفرانس بین المللی اقتصاد در شرایط تحریم، شرکت پژوهشی طرود شمال.
- بیات، طیبه، (۱۳۹۱)، بررسی موانع کارآفرینی در سازمان تامین اجتماعی (مورد مطالعه شعب شهر اراک)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رهگذر، لیلا، امینی، علی، (۱۳۹۶)، موانع و مشکلات کارآفرینی در ایران و راهکارهای رفع موانع، اولین همایش بین المللی مطالعات و تحقیقات علوم انسانی و اسلامی.
- کردناج، اسدالله، اکبری، حسین، رضاییان، علی، (۱۳۸۶)، بررسی موانع کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی شرکت صنایع چوب شمال.
- مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی (پژوهش در سازمان‌های غیر دولتی (NGOS))، تهران، انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- ملاحسینی، ح، (۱۳۹۰)، تولید محصول سالم در ایران، چالش‌ها و راهکارها، مجموعه مقالات سومین جشنواره محصولات غذایی طبیعی و ارگانیک ایران، ۲۳۱ - ۲۲۱.
- مهرجردی، (۱۳۹۱)، بررسی تاثیر مولفه‌های عمده محیط کسب و کار در کارآفرینی با استفاده از تکنیک‌های PEST، الگوی پنج نیروی پورتر و زنجیره تامین پورتر و ماتریس SWOT مطالعه موردی (کارخانه برس ساز اصفهان)، تهران، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت.
- ناهید، مجتبی، (۱۳۸۸)، چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۳۴، ۹.
- Aidis, R, (2003), Entrepreneurship and Economic Transition, Tinbergen Institute Discussion Paper, 3, 2-15.
- Baumol, W, (1990), Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive, Journal of business venturing, 11(1), 3-22.
- Cartwright, R, (2002), The entrepreneurial individual, Capston.

- Casson, M, (1982), The Entrepreneur: An economic theory, Rowman and Littlefield.
- Deakins, D., Freel, M, (2003), Entrepreneurship and Small Firms, London, McGraw-Hill.
- Hisrich, R, Drnovsek, M, (2002), Entrepreneurship and Small Business Research – a European Perspective, Journal of Small Business and Enterprise Development, 9(2), 172 - 222.
- Kirzner, I. M, (1997), Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach, Journal of economic Literature, 35(1), 60-85.
- Kuratko, F. D, Morris, H. M., Covin, G. J, (2011), Corporate Innovation and Entrepreneurship; Entrepreneurial Development Within Organizations, South-Western, Cengage Learning.
- Powell, B, (2008), Making Poor Nations Rich, Entrepreneurship and the Process of Economic Development, Stanford, Stanford University Press.
- Sadler-Smith, E, (2001), The Relationship Between Learning Style and Cognitive Style, Personality and Individual Differences, 30 (4), 609-616.
- Shane, S, (2003), A General Theory of Entrepreneurship: The Individual Opportunity Nexus, Edward Elgar Pub.

