

## آموزش کارآفرینی در شرق آسیا:

### در آسیا چه چیز درباره آموزش کارآفرینی یاد گرفته ام!

نوشته لئو پاول دانا

ترجمه: حمید فروزانفر، دانشجوی دکتری کارآفرینی، پژوهشگاه شاخص پژوه

گرچه دولت‌ها در سراسر دنیا اهمیت کارآفرینی و آموزش کارآفرینی را فهمیده‌اند، اما تبلیغات و تلاش‌های آنها برای توسعه، تفاوت زیادی با هم داشته که بیانگر اولویت‌های ملی، عوامل جمعیت‌شناختی و ارزش‌های فرهنگی است. به همین نحو، بخش‌های کارآفرینی در هر کشور و مشارکت‌کنندگان آنها عوامل فرهنگی و تاریخی مختلفی و نیز تفاوت‌های زیاد در آموزش و خط‌مشی عمومی را نشان می‌دهند. همچنین، هنجارهای اجتماعی اثرگسترده‌ای بر کارآفرینی و آموزش کارآفرینی و توسعه آن دارد. در ادامه، چارچوب تفاوت‌های اصلی در آموزش کارآفرینی و توسعه کشورهای مختلف در منطقه آسیا را شرح خواهیم داد. همچنین روش‌های خاص و منحصر‌بفرد توسعه کارآفرینی و آموزش آن را بحث خواهیم کرد که به خوبی در هر یک از این کشورها جواب داده، مشکلاتی که توسعه کارآفرینی را از کشوری به کشور دیگر محدود کرده و اقدامی که در تلاش برای حل این مشکلات انجام شده است. برای بسیاری از کشورهایی که ما در زیر شرح می‌دهیم، اکنون مشخص است که توانایی تولید ثروت، مهم‌تر از برخورداری از موهبت منابع طبیعی است. اما تولید ثروت نیازمند موسسات و تلاش‌های افراد است. بسیاری از این کشورها کم‌کم اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصاد خود را درک کرده و گام‌هایی برای ایجاد فرهنگ موفقیت کارآفرینانه برداشته‌اند. با این حال بسیاری از کشورها کار زیادی برای انجام دادن دارند.

### کامبوج

در کامبوج، خمر روژ کارآفرینی را در طول یک دوره فشرده مبارزه با سرمایه داری از بین برد و این بخش خود را در محیطی سرشار از عدم قطعیت مجدداً احیا کرد، اما هنوز کامبوج در بین کشورهای کمتر توسعه یافته دنیا است. فرهنگ (مخصوصاً فرهنگ فرانسوی) در ترویج ابتکار در کامبوج اهمیت یافته است.

### چین

در چین، کارآفرینی به صورت مکمل اقتصاد سوسیالیست ترویج شده است، اما دولت هنوز بازیکن اصلی در اقتصاد است. توانایی چین در جذب سرمایه گذاری خارجی مستقیم، کارآفرینی را در این کشور افزایش داده است. شرکت های کوچک و متوسط چین را تغییر داده و فعالیت کارآفرینی بین المللی را افزایش داده اند. در دلتای رودخانه پرل (هنگ کنگ، ماکائو و ایالت گواندونگ) که منطقه بسیار ثروتمند چین است، کارآفرینی بخشی از فرهنگ محلی برای کسانی شده که می خواهند رئیس خود باشند. شکاف بین ثروتمندان و فقیران در این کشور بزرگ در حال افزایش است.

### هند

در هند، کارآفرینان و شرکت های کوچک و متوسط آنان به کشور کمک می کنند تا یک ابرقدرت شود. طبقه متوسط در اینجا قدرت اقتصادی بی سابقه ای بدست می آورد. جهانی شدن سریع اقتصاد هند اتفاق افتاده است. موفقیت جهانی صنعت نرم افزار هند که از طریق کارآفرینی بین المللی اتفاق افتاده است بی سابقه است؛ دانش و شبکه ها عوامل تعیین کننده و مهم فرآیند جهانی شدن شرکت های کارآفرینی کوچک و جدید است.

### اندونزی

اندونزی یکی از ثروتمندترین کشورهای جنوب شرقی آسیا از نظر منابع طبیعی و فرهنگی است. مذهب اسلامی شدیداً بر فعالیت کارآفرینی در این کشور اثرگذار است. کارآفرینی بین المللی در بخش های گردشگری و سرمایه گذاری، ظرفیت عظیمی در اندونزی دارد. با در نظر

گرفتن اینکه اقلیت چینی ها در خط مقدم کارآفرینی هستند، دولت تلاش دارد تا کارآفرینی را بین مردمان بومی این کشور رواج دهد.

### ژاپن

در ژاپن کارآفرینی در مقیاس کوچک، مکمل شرکت های بزرگ است و ارزش های فرهنگی ارتباط درون شرکتی را نشر می دهد. کارآفرینان به ندرت در ژاپن مستقل هستند؛ آنها با شبکه هایی ارتباط دارند که در آنها وفاداری و نظم غالب است.

### کره

نیم قرن است کره به دو کشور تقسیم شده است. خط مشی اعتبار در کره جنوبی باعث شده چابولها بسیاری از کارآفرینان را از تجارت بیرون برانند؛ از آن پس اقدامات دولت در کمک به کارآفرینی در مقیاس کوچک مداخله کرده است. در عین حال کره شمالی به ارزش های کمونیست وفادار مانده است.

### لائوس

در لائوس ارزش های فرهنگی، کارآفرینی را بین مردان لائوسی سرد کرده و منجر به فرصت هایی برای زنان و خارجی ها شده است. لائوس از جمله کشورهای کمتر توسعه یافته آسیا است.

### مالزی

در پاسخ به غلبه کارآفرینی در مالزی توسط کارآفرینانی با قومیت چینی، مالزی خط مشی دادن امتیاز به بومیپوتراهای بومی را اتخاذ کرده است. برخی کارآفرینان چینی نسبت به این تبعیض خشمگین هستند. با این وجود مالزی با تغییر صنعت خود با تاکید بیشتر بر صادرات موفق بوده است. فعالیت های صنعتی شدن با حمایت دولت در بخش شرکت های کوچک و متوسط کارآفرینی را تشویق کرده است.

### میانمار (برمه)

میانمار از نظر منابع طبیعی غنی است اما مردم آن در رفاه نیستند. برخلاف غنای منابع طبیعی، فقر غالب است. صادرات اصلی این کشور برنج است و دولت انحصار آن را در دست

دارد. قیمت برنج در سال ۲۰۰۸ دوبرابر شد اما عرضه کاهش یافت چون منابع این کشور بر اثر طوفان نارگیس در ماه می همان سال نابود شده بود. میانمار آخرین کشور در شرق آسیا است که باید به طور کامل ظرفیت جهانی شدن را محقق سازد.

### **فیلیپین**

فیلیپین تنها کشور مسیحی آسیا است و این امر بر فعالیت های کارآفرینی اثرگذار بوده است. میراث ایالات متحده نیز بر زبان و سیاست تجارت در این کشور اثرگذار بوده است. اقلیت چینی بر بخش کارآفرینی فیلیپین غالب هستند. بسیاری از مردمان فیلیپینی در خارج از این کشور کار می کنند و برای خانواده و بستگان خود پول می فرستند.

### **سنگاپور**

سنگاپور برخلاف داشتن اقلیم کوچک، یکی از اقتصادهای پیشرو در آسیا است. سیستم حقوقی، آموزشی و امنیت قوی در سنگاپور رفاه را برای مهاجران آن به ارمغان آورده است؛ شرکت های چندملیتی بازارهای داخلی را اشباع کرده و کارآفرینی محلی این کشور را مجبور به جهانی شدن کردند. بسیاری از سنگاپوری ها کارآفرین نمی شوند و علت آن را هزینه فرصت ایجاد شده با حقوق بالا و امنیت شغلی با شرکت های بزرگ در جمهوری جزیره می دانند. تاکید زیاد بر اقتصاد بین المللی به این معنی است که سنگاپور عملکرد خوبی در نظرسنجی های تجاری داشته و بهترین مکان را در تجارت دارد.

### **تایوان**

تایوان نیز همانند سنگاپور قانون و نظم را ایجاد کرده است. در غیاب بسیاری از شرکت های چندملیتی، این مسئله در مقابل کارآفرینی را تسهیل کرده است. تایوان سرانه کارآفرین بیشتری در مقایسه با همسایگان خود دارد. تایوان به نرخ رشد بالا در صادرات رسیده است. تاکید بر ابتکارات فنی در تایوان ابتکارات جدیدی در این کشور ایجاد کرده است. همچنین، مشوق های دولت تاکید اقتصاد تایوان را به سمت بازارهای بین المللی برده است.

## تایلند

تایلند در بین چند کشور آسیایی است که هرگز مستعمره نبوده اند. سیاست در اینجا بر کارآفرینی اثرگذار است. اقتصاد بازار آزاد در تایلند منجر به تاکید زیاد بر بازارهای بین المللی شده است. نگرش دولت تایلند این است که این کشور را تا سال ۲۰۱۰ از طریق کارآفرینی و ابتکار، جامعه ای مبتنی بر دانش نماید.

## ویتنام

در ویتنام کارآفرینی به صورت مکمل سوسیالیسم معرفی شد. برخی کارآفرینان در ویتنام برای سرپیچی از قوانین، به قاچاق روی آورده اند. با این وجود ویتنام کارآفرینی را تشویق کرده ضمن اینکه کارآفرینی مکمل موقعیت سیاسی در منطقه نیز هست. اقتصاد ویتنام از طریق بهبود قابل توجه در خط مشی به نرخ رشد بین المللی زیادی رسیده است.

## مشکلات رایج برای خط مشی دولتی

همانطور که گفتیم بسیاری از دولت های مختلف، برنامه های متنوعی برای ترویج توسعه کارآفرینی طراحی کرده اند. اما بسیاری از بودجه های آنان بیهوده صرف می شود، چون برنامه های توسعه کارآفرینی به تنهایی ناکافی است. برنامه ها می توانند برای کسانی مفید باشد که درباره آنها اطلاعات دارند، اما اغلب کسانی که می توانند از آنها استفاده کنند از وجود آنها آگاهی ندارند. همچنین، خط مشی هایی که به طور عادلانه اجرا نشده در نهایت نمی تواند اثرات مطلوبی بر جامعه داشته باشد. در برخی اقتصادها، رشوه، مالیات های بیش از حد و مقررات سخت می تواند مانع کارآفرینی شود. عوامل اصلی که می تواند کارآفرینی را در همه کشورهای آسیایی تسهیل کند عبارت است از افزایش آموزش کارآفرینی، کاهش رشوه برای ورود به این حوزه، کاهش مقررات بیش از حد، بوروکراسی و فساد، مالیات های درست، آزادی برای رقابت و چارچوب قانونی. اولویت دولت ها باید وضع و اعمال مقررات مناسب، تعیین گردد، طوریکه مزیت های آن برای جامعه بیشتر از هزینه های پذیرش آن باشد.

جان استوارت میل استدلال کرد تنها هدفی که می توان برای آن قدرت را از روی حقانیت بر یک عضو جامعه برخلاف آرزوهای او اعمال کرد پیشگیری از آسیب زدن به دیگران است.

درحالیکه برخی مقررات برای تضمین نظم لازم است، اما مداخله بیش از حد ضد بهره‌وری است. جایی که گمرک واردات قابل توجه باشد، قاچاق فراگیر می‌شود، مانند کشورهای میانمار و ویتنام. حتی فرهنگی که حامی کارآفرینی باشد از سطح مطلوب مقررات و مداخله دولت بهره می‌برد. به نظر می‌رسد سطح مطلوب مقررات و مداخله دولت مختص به فرهنگ است. بنابراین سیاست‌گذاران باید به خاطر داشته باشند که موفقیت یک خط مشی یا برنامه در غرب، موفقیت برابر آن در جای دیگر را تضمین نمی‌کند. به این دلیل، مهم است که از تغییر مکان این برنامه‌ها از یک محیط به محیط متفاوت دیگر اجتناب کرد. خط مشی‌ها و برنامه‌ها برای موثر بودن باید مناسب فرهنگ جامعه باشد. مذهب یک کشور می‌تواند نقش مهمی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اقتصاد موفق ایفا کند. وقتی مذهب بر تجربه‌گرایی، ارزش‌های مادی، سرمایه‌گذاری مولد، رونق و صداقت در روابط تجاری و ریسک‌پذیری تأکید داشته باشد، به رشد کمک خواهد کرد درحالیکه اگر این موارد را دشمن بداند مانع رشد خواهد شد. وقتی ترواده بودایی ستون ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی است ممکن است اثر محدود‌کننده‌ای روی انباشت ثروت و ظهور طبقه کارآفرینی داشته باشد. بنابراین سیاست‌گذاران باید از خصیصه‌های فرهنگی گروه‌های قومی و مذاهب مختلف آگاهی داشته و خط مشی‌های مختلف باید این اختلاف‌ها را در نظر داشته باشد.

برنامه‌های توسعه اقتصادی در بافت‌های مختلف معرفی شده‌اند. کارشناسان به برنامه‌های توسعه اقتصادی هدفگذاری شده مضمون شده‌اند چون این برنامه‌ها اغلب افراد اشتباهی را مورد حمایت مالی قرار داده و مزیت‌های ماندگاری ندارند. به نظر می‌رسد برنامه‌های مالی خرد موفقیت‌های بیشتری خواهند داشت. در هر حال در اقتصادهای درحال گذار هیچ تأمین مالی نباید بدون آموزش بعد از وام یا بعد از اعطای توزیع شود.

دریافت‌کنندگان باید با امور مالی، مالیات، و مسائل حقوق‌بگیران آشنا شوند. در غیر این صورت چیزی که استفاده می‌شود سرمایه است بدون اینکه دانشی درباره سرمایه‌گذاری عاقلانه آن بعنوان یک کارآفرین وجود داشته باشد. بسیاری از اقتصادها با مسئله نابرابریهای اجتماعی روبرو هستند که ممکن است توسعه اقتصادی آینده را محدود سازد.

چالشی که این کشورها با آن مواجه اند شناسایی راههایی برای گسترده کردن مشارکت در توسعه اقتصادی است. اولویت ها باید از این قرار باشد:

- کاهش فقر با شتاب بخشیدن به توسعه کشاورزی، و در برخی موارد با کنترل رشد جمعیت
- بهبود تمرین و آموزش حرفه ای
- بهبود حقوق مالکیت
- بهبود مبنای حقوقی برای تجارت
- بهبود زیرساخت ها
- آزادسازی بیشتر تجارت
- بازبینی خط مشی ها برای جذب سرمایه گذاری خارجی
- بهبود مدیریت مخارج دولت
- اصلاح خط مشی های مالیات، مثل گسترده کردن مبنای درآمد دولت به شیوه عادلانه

#### مفاهیم ضمنی برای کارآفرینان

اگر یک تعمیم دهی وجود داشته باشد که بتوان درباره تجارت کردن در آسیا گفت، این است که در این کشورهای وسیع، معاملات و سودها «تابعی از شبکه ها و روابط» هستند. رفتار تبعیض آمیز هزینه های کلی معامله را کم کرده و بنابراین کارایی، رقابت و سودآوری را افزایش می دهد. این مسئله به طور کلی بدون توجه به مشخصات خاص یک محیط درست است. با این وجود باید هنگام تلاش برای تعمیم دهی آن در فرهنگ های مختلف محتاط بود.

در غرب وقتی بخشی از نوع شرکت غالب باشد، جوامع تمایل دارند فرمی خاص از آنها را داشته باشند. آنها در سیستم ارزشی خود، ساختار طبقاتی، سازمان خانواده، حکومت و مدل های اقتصادی شبیه یکدیگر می شوند. ما به این مسئله «جهانی شدن» می گوئیم اقتصادهای مدرن در باختر دموکراتیک بوده و روند کلی جامعه آنها سکولار است.

در کشورهای آسیایی تنوع بیشتری در مقایسه با بخش های دیگر دنیا وجود دارد. سرمایه داری در آسیا لزوما همراه با دموکراسی نیست. اصلاحات سیاسی لزوما بخشی از گذار اقتصادی

نیست. برخی دولت‌ها تمایل دارند کنترل بیشتری نسبت به دیگران داشته باشند. به همین نحو برخی جوامع مذهبی تر از بقیه هستند و تفاوت‌های مهمی بین مذاهب وجود دارد. نگرش‌ها نسبت به تجارت نیز تفاوت عمده‌ای دارد. زینگالس استدلال کرد که «بودائیسیم و مسیحیت ظاهراً بیشتر مجری سرمایه‌داری هستند و اسلام کمتر».

او نوشت «یهودیان، بوداها، کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها از رقابت حمایت می‌کنند درحالی‌که مسلمانان و هندوها شدیداً علیه آن هستند». با این وجود سرمایه‌داری در اندونزی و مالزی بسیار موفق بوده است. بداوی توضیح داد «اسلام به خوبی مناسب توسعه اقتصادی، اجتماعی و فردی است.. تا زمانی که ما آن را به درستی تفسیر کنیم».

شاید ارزشمندترین توصیه به کارآفرینان بالقوه و کسانی که درحال تدوین آموزش کارآفرینی هستند این باشد که اهمیت تفاوت‌های فرهنگی را هرگز نباید دست‌کم گرفت. هرگز یک فرهنگ آسیایی یا یک مدل آسیایی وجود ندارد. تنها چون این افراد در یک منطقه زندگی می‌کنند به این معنی نیست که نگرش‌های یکسانی درباره کارآفرینی دارند. یک روش استاندارد برای گذار نیز در آسیا وجود ندارد.

این مسئله در جوامع کثرت‌گرا که برخلاف فرهنگ‌ها، هر یک فرضیات ضمنی و عینی خودشان را دارند نیز پیچیده‌تر می‌شود. خطر با انواع مختلف کثرت‌گرایی نیز تغییر می‌کند.