

بررسی ارتباط بین متغیرهای محیطی و کارآفرینی

غلامحسین روزیطلب^۱

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

چکیده

مقاله حاضر اشاره به مطالعه ای دارد که به یک رشته مسایل متغیرهای محیطی در ساختار بازار و صنعت ایران از زاویه کارآفرینی پرداخته است. در این مقاله نشان داده می شود که کارآفرین ها از چه ویژگی هایی برخوردارند و از این رو می توانند موتور حرکت توسعه باشند. این افراد به شرایط محیطی مطلوب نیاز دارند تا استعدادهای خود را بروز دهند. این شرایط شامل ساختار اقتصادی و به ویژه وفور بنگاههای خرد و متوسط، و وجود اقتصاد آزاد می شود. در ایران ساختار در هر سه بخش مناسب به نظر می رسد در حالیکه سیاست های دولت فاصله ای ملموس با کارکرد اقتصاد آزاد دارد. مطالعه اجمالی کشورهای دیگر نشان می دهد که بنیان کار آنها متکی بر اقتصاد آزاد است و از این رو با تقویت ساز و کار بازار آزاد، یک رشته سیاست هایی را در پیش گرفته اند تا تولید کنندگان خرد تقویت شوند، مانند اعطای وام و تسهیلات بانکی، ارایه خدمات مشاوره ای، پشتیبانی علمی و تکنولوژیک، آموزشی و همه این فعالیت ها از طریق سازمان واحد صورت می گیرد که مستقیم امور مزبور را تدارک می بیند. تصور بر این است که در ایران نیز می توان با برپایی یک سازمان واحد، بنگاههای خرد و همچنین کسانی که با پذیرش ریسک می خواهند پیشتاز باشند، کارآفرینی را تقویت کرد. آموزش می تواند تنها یکی از وظایف این سازمان باشد، در حالیکه ایجاد تسهیلات برای گرفتن وام، ارایه خدمات مشاوره ای، اجرای سخنرانی های متعدد، راهنمایی های اقتصادی و بازرگانی و غیره، ابزارهای دیگری برای تحقق این هدف به شمار می آیند. نگاهی گذرا به تاریخ چند دهه اخیر ایران به روشنی نشان می دهد که فرآیند توسعه آن در چارچوب برنامه های عمرانی و توسعه ای و نیز بر پایه سیاست های دولتی طی شده است. شالوده این فرآیند را درآمدهای کلان ارزی حاصل از صدور نفت تشکیل می دهد. این درآمد هنگفت در دست دولت می باشد، و بنابراین پرچم دار توسعه دولت بوده است، که در بیشتر زمینه ها و موارد به طور مستقیم دست به کار می شود. این شرایط دو مشکل بنیانی دارد: یکی آنکه درآمدهای ارزی به این شکل، اساساً موجب اختلال در قیمت نسبی عوامل شده و در نتیجه از کاربرد بهینه عوامل تولید جلوگیری کرده است و دوم آنکه، حضور مستقیم دولت موجب شده تا فعالان اقتصادی تحت الشعاع قرار گیرند و یا حتی تبدیل به رانت جویان پرتوانی گردند. این جریان تا هنگامی که درآمد نفتی سرشار باشد، تداوم دارد و نارسایی های آن نمود می کند ولی در این زمان تمام پیامدهای منفی و غیر عقلایی آن کم کم خود را می نمایاند و جامعه ما را با این مساله روبه رو کرده است که باید در پی چاره اندیشی باشد و فرآیند متفاوتی را در پیش گیرد.

واژه های کلیدی: متغیرهای محیطی، ساختار صنعت و بازار، کارآفرینی.

۱- مقدمه

شرایط اقتصادی دنیای امروز با گذشته بسیار متفاوت است. شاخص های ملموس دارائی که دیروز در تعیین جایگاه یک بنگاه اقتصادی نقش تعیین کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارائی های ناملموس داده است. طی دهه های اخیر، جهانی شدن، تغییر و تحولات سریع در عرصه های گوناگون علمی، رشد و توسعه روزافزون نظام های اقتصادی - اجتماعی، تلاش در جهت کسب مزیت های رقابتی در بازار کالاها و خدمات، ضرورت کاهش اتکا به منابع طبیعی و زیرزمینی و از طرف دیگر افزایش نرخ بیکاری و کاهش سطح اشتغال، سیاستگذاران دنیای کسب و کار را به این جهت سوق داده که بهترین راه غلبه بر چالش ها برخورد نوآورانه و حل خلاقانه مسائل می باشد در این میان با توجه به نقش محوری شرایط اقتصادی جدید جهانی در تدوین و اجرای برنامه های توسعه در کشور اسلامی ایران و ضرورت رشد شتابان کشور و همنا شدن با تغییرات و تحولات روزافزون عرصه های مختلف ایجاد تغییرات بنیادین در ساختار صنعت و بازار امری حیاتی بشمار می رود و همگام شدن با این شرایط جهانی انکار ناپذیر است. در این مسیر با بستر سازی و حمایت از بخش خصوصی و کسب و کارهای کوچک راه موفقیت و بالندگی بخش صنعت و اقتصاد ایران هموار خواهد ساخت.

در حالی که اقتصاد جهانی با بحران مالی عظیمی دست و پنجه نرم می کند بخش صنعت کشور به دلیل ماهیت تکنیکی و فنی خود نقش پیشرو را در سایر بخش های اقتصادی برعهده دارد. بنابراین اقتصاد به عنصر سازنده ای چون صنایع و معادن به عنوان پیشرو در چرخه تولیدی کشور نیاز دارد و سرمایه گذاری هر چه مفیدتر روی آن و ایجاد بسترهای مناسب می تواند پایه های اقتصادی یک کشور را عمیقتر ترسیم کند و حتی می تواند عاملی برای مقابله با بحران اقتصادی جهان؛ بحرانی که بهرغم تاثیر فراوان خود بر دنیای بین الملل؛ کمترین تاثیر خود را بر اقتصاد کشور و صنعت کشور گذاشت.

صنعت به عنوان یک بخش واقعی در اقتصاد ایران از دو جهت با بازارهای اقتصادی جهان در ارتباط است و از آن تاثیر می پذیرد که یکی وضعیت ورود ایران به بازارهای جهانی و دیگری تاثیر بازار جهانی بر ایران را مطرح میکند.

روند کنونی بازارهای اقتصادی جهان نشان میدهد که خالص صادرات کاهش پیدا میکند و از این منظر دچار کمبود تقاضا در بخشهای صنعتی هستیم و باید از آن مراقبت کنیم که این کمبود تقاضا به رکود تبدیل نشود. بنگاهها نیازمند اصلاحات ساختاری هستند. بخش دولت و سیستم بانکی باید تصمیم هایی را برای تسهیل شرایط مالی و پولی اتخاذ کنند و بنگاه های تولیدی باید اصلاحات ساختاری را در نیروی انسانی، مدیریت منابع مالی، مدیریت تولید، سیاستهای انبارداری و فروش این بنگاه ها اعمال کنند تا با افزایش بهره وری بتوانند از بحران جهانی عبور کنند.

در اقتصاد رقابتی جهان امروز که با تغییر و تحولات پرشتاب محیط بین المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و دگرگونی اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، کارآفرینی را به مثابه «موتور توسعه اقتصادی» به کار گرفته اند، زیرا می تواند در رشد و توسعه اقتصادی بخش صنعت کشورها که سبب افزایش بهره وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی خواهد شد، نقش مهمی داشته باشد.

برخی اجزای کارآفرینی را می توان نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصتها و تجهیز منابع برای بهره برداری از آنها از راه ایجاد کسب و کارهای جدید یا دگرگونی سازمانهای جوامع دانست.

کشورهای پیشرفته از دهه های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه در شرایط اقتصادی دهه های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان در توسعه جامعه، از این توان برای رویارویی با مشکلاتی چون رکود، تورم و بیکاری و نبود امکان اشتغال بهره برداری کرده اند.

تدوین راهبردها، سیاستها و برنامه های لازم برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسبتر برای فعالیت کارآفرینان در زمینه های گوناگون اقتصادی - اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی کارآفرینان این بخش به بازارهای جهانی از جمله کارهایی است که در ایران با توجه به پتانسیل بالقوه ای که در این زمینه وجود دارد از راهکار های مناسب در شرایط اقتصاد رقابتی جهان امروز بنظر می رسد .

از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در برخی کشورها، مدل «جی.ای.ام» (Global Entrepreneurship Monitor) برای ارتباط بین کارآفرینی و متغیرهای محیطی از جمله رشد اقتصادی طراحی شد و مطالعات لازم در این زمینه در سال ۱۹۹۹ این الگو در ده کشور آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک و رژیم اشغالگر قدس بررسی شد و در سال ۲۰۰۰ کشورهای آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، هند، ایرلند، کره جنوبی، نروژ، سنگاپور، اسپانیا، و سوئیس هم به آنها پیوستند. که دستاوردهای این پژوهش برای بررسی نقش شرایط اقتصادی جدید جهانی بر تغییرات اشتغال در جوامع مختلف بخصوص رسیدن به نتایج مشابه در کشور ایران می تواند مور توجه قرار بگیرد. نتایج این پژوهش نشان می دهد که:

فعالیت‌های کارآفرینانه و تغییرات اشتغال در کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. سیاست‌های مناسب و افزایش توان کارآفرینی یک جامعه (از جمله مهارت‌ها و انگیزه‌ها)، بیشترین تأثیر را در گسترش کارآفرینی دارد.

شرکت زنان در کارآفرینی ضرورتی دراز مدت برای شرایط اقتصاد امروز است.

برای رسیدن به دستاوردهای پایدار و بلندمدت، سیاست‌ها باید جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال را به کارآفرینی در بخش صنعت و بازار فراخواند و تشویق کند. در ضمن نقش دولت در این شرایط محیطی جدید جهانی نیز باید قابل توجه قرارگیرد. هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است، باید زمینه حمایت‌های لازم را از همه جنبه‌های سامانه اقتصادی که هادی و حامی افزایش بسترهای کارآفرینی هستند، از جمله به کمترین رساندن مالیات‌ها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی (غیر حقوق‌بگیر)، کاهش مقررات و آسان‌سازی کسب و کار توسط دولت را فراهم سازد. سیاست‌ها باید راهگشای گسترش سرمایه‌گذاریهای مخاطره‌آمیز و برانگیختن انگیزه‌های افراد خصوصی برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل نخست هر گونه کسب و کار باشد.

در شرایط محیطی و اقتصادی جهانی فقط بهترینها که توانایی سازگاری بالایی دارند بقا می یابند. در اینجا رقابت خونین و توام با بی رحمی، جاسوسی و خلاصه دقیقاً مانند جنگ نظامی است. اشتباهات فرماندهان به قیمت بیکاری، فقر و شاید از هم گسیختگی خانواده‌ها بینجامد و موفقیت مدیران، غرور ملی، رفاه اقتصادی و امنیت اجتماعی به دنبال دارد.

این واقعیت عینی، بسیاری از اندیشمندان جامعه را بر آن داشته است تا بر پایه یک رشته دیدگاه‌های نظری و نیز تجربه شماری از کشورهای موفق در گذشته و حال، نقش آفرینان را در فرآیند واقعی توسعه مطرح کنند.

یعنی عناصری که در شرایط مناسب می توانند باتکیه بر توان ذهنی و نیز ریسک پذیری ذاتی خود، به عنوان موتور (یا پیش رانه) حرکت جامعه مسئولیت بپذیرند و سازگاری را به جریان اندازند که مستقل از دولت با تکیه بر نیروی مادی و ذهنی مردم موجب اعتلای جامعه شود.

ولی کارآفرینی چیست و کارآفرینان از چه ویژگی‌هایی برخوردارند؟ آیا امکاناتی در جامعه ما برای آنان وجود دارد؟ چه رابطه‌ای بین متغیرهای محیطی و کارآفرینی وجود دارد؟ و سرانجام تجربه دیگران چه درسهایی برای ما دارد؟ این پرسش‌هایی است که در زیر به آنها پرداخته خواهد شد.

شماری از اندیشمندان، کارآفرینی را نوعی رفتار و شیوه زندگی می دانند، گروهی دیگر آن را کاری هنری می انگارند. ولی پیتراکر، کارآفرینی را به معنای جستجوی دائمی برای تغییر، واکنش در برابر آن و بهره برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می کند. از سوی دیگر شومپتر، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرآیند تخریب خلاق می داند. طبق نظر وی در فرآیند کارآفرینی در آغاز نوآوری صورت می گیرد، خلاقیت و انحصاری گذرا را به وجود می آورد و در پی آن سودهای انحصاری حاصل می شود و سپس با گسترش این نوآوری، سودهای انحصاری از میان می روند و امکان نوآوری بیشتری فراهم می آید. در کارآفرینی از یک سو فرد قرار دارد و از سوی دیگر محیط وی مطرح می شود که بیان هر دو ضروری می نماید. کارآفرینی به طور کلی از مدیر متمایز می شود. کارآفرینی را عمدتاً عامل شتاب دهنده تغییر در عرصه فعالیت‌های اقتصادی می انگارند زیرا وی شجاعت انجام واکنشی

متفاوت از دیگران را در برابر رویدادها دارد. کارآفرین در حقیقت عنصری اقتصادی است که با بکارگیری عوامل تولید و بهره‌گیری از فرصت‌های به وجود آمده در بازار، در بنگاه خود دست به کارهای تولیدی و تجاری می‌زند. وی پیش‌تاز است چون ریسک‌پذیری بالایی دارد. در متون اقتصادی به طور معمول ویژگی‌های زیر را برای کارآفرینی بر می‌شمارند.

- ابتکار عمل داشتن و فراتر از وظایف شغلی حرکت کردن
 - قدرت تصمیم‌گیری و پیگیری‌های فردی داشتن
 - فرصت‌ها را به خوبی تشخیص دادن و به موقع عمل کردن
 - با ریسک‌های حساب شده حرکت کردن
 - دقت در کارها داشتن و نگران کیفیت‌ها بودن
 - نسبت به انجام به موقع قراردادها و توافق‌ها نگران بودن و تعهد داشتن
 - نسبت به عوامل سود و زیان و بازدهی در کارها حساس بودن
 - اتکاء به نفس داشتن و به توانایی‌های درونی مورد اعتماد بودن
 - انعطاف‌پذیر بودن و انتقادات را با روی باز پذیرفتن
 - در بیان عقاید و نظرات خود شجاعت و جسارت داشتن
 - بانفوذ کلام، قابلیت قانع ساختن دیگران را داشتن
 - از استراتژی‌های نفوذی و اثرگذار بر دیگران استفاده کردن
 - با برنامه‌ریزی منظم، مشکلات بزرگ را جزء به جزء کردن و موانع را از سر راه برداشتن
- کارآفرینی با این ویژگی‌ها، هشت وظیفه کلی زیر را بر عهده می‌گیرد: از موقعیت‌های محیطی آگاه می‌شود؛ سرمایه‌گذاری می‌کند؛ نوآوری می‌کند؛ کار و تولید را نظم می‌بخشد؛ تصمیم می‌گیرد؛ برای آینده برنامه‌ریزی می‌کند و سود خود را با سود می‌فروشد.

ولی تمام این قدرت‌آفرینندگی در محیط ویژه‌ای عینیت پیدا می‌کند. این محیط از دو زاویه باید مورد تامل قرار گیرد نخست ساختار اقتصادی جامعه است، به این مفهوم که تولیدکنندگان در چه مقیاسی فعالیت می‌کنند و در چه حوزه‌هایی از فعالیت‌هایی اقتصادی متمرکز هستند و چه رابطه‌ای با یکدیگر دارند و دوم چه فضایی سیاست‌گذاری بر آنها سایه انداخته است؛ آیا سیاست آزاد اقتصاد حاکم است و سازوکار بازار حکم می‌راند یا اقتصاد دستوری تسلط دارد؟ مفاد نشان می‌دهد که کارآفرین می‌تواند در محیطی به بهترین وجه خلاقیت خود را عینیت بخشد و فضای پر رقابت آماده کند که متکی بر ساز و کار بازار آزاد باشد.

با این نگرش، می‌توان متغییرهای محیطی اقتصاد ایران را مورد بررسی اجمالی قرار داد و در سطح کلان عوامل مثبت و منفی موثر بر فعالیت کارآفرینی را تحلیل کرد. برای این منظور نخست نگاهی به ساختار محیطی و اقتصادی می‌اندازیم و سپس اشاره‌ای به سیاست‌های دولت و میزان حمایت آنها از نظام اقتصادی آزاد خواهیم کرد. شرایط محیطی و اقتصاد ایران را همچون اقتصاد بسیاری از کشورها می‌توان به سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات تفکیک کرد. این تفکیک به این دلیل صورت می‌گیرد که هر یک از این سه بخش از ویژگی‌های خاصی برخوردار است که در چارچوب آنها می‌توان روشن‌تر به فرصت‌ها و تهدیدات پی برد. در هر حال، نقطه شروع می‌تواند بخش سنتی تر یعنی کشاورزی باشد.

الف) بهره‌برداری کشاورزی: در دهه‌ی اخیر حدود ۲۸ درصد از جمعیت کشور (برابر با ۲۳ میلیون نفر) در بیش از ۶۸ هزار آبادی سراسر کشور زندگی می‌کردند. جمعیت شاغل این بخش را عمدتاً مردان تشکیل می‌دادند. در حالی که زنان تنها ۹ درصد سهم داشتند.

بخش بزرگی از این جمعیت شاغل یعنی ۳۴/۵ درصد بیش از ۵۰ سال داشتند در حالی که ۶۲/۴ درصد دیگر در گروه سنی ۱۵-۴۹ قرار می‌گرفتند. این نیروی کار نسبتاً سالخورده در حد ۸۷ درصد ماهر و حدود نیمی از آنها باسواد بودند. درصد ناچیزی از این شاغلان کارفرما و یا حقوق‌بگیر بودند، در حالی که ۶۵ درصد آنان به طور مستقل و ۱۴/۶ درصد دیگر به صورت

فامیلی کار می کردند. اکثر شاغلان به روی زمین کار می کنند که بسیار خرد و پراکنده است. به عبارت دیگر در روستاهای ایران حدود ۲/۸ میلیون متر مربع زمین قابل بهره برداری است که ۸۵ درصد به خرده مالکان (با مساحتی کمتر از ۱۰ هکتار)، ۱۴ درصد دیگر، به مالکان دارای ۱۰ تا ۵۰ هکتار و یک درصد بقیه نیز مربوط به مالکان بزرگ تعلق دارد. با وجود تعداد زیاد کشاورزان خرده پا، مساحت زمین تحت اختیار شان در حدود ۳۷/۲ درصد اراضی زراعی است، در حالی که گروه میانی بیش از ۴۵ درصد رادر اختیار دارد. گروه های بزرگتر از ۵۰ هکتار، نیروی کار کمتری را به استخدام می گیرند و مالک بقیه اراضی هستند.

چنین ساختاری نشان می دهد که بخش بزرگی از فعالیت ها در مقیاس خرد انجام می گیرد که اشتغال زایی بالایی هم دارند خرد بودن بهره برداران را می توان به عنوان یک امکان مناسب ارزیابی کرد به ویژه آنکه بسیاری از آنها از سوی مالکان اداره می شوند تولیداتشان هم عمدتاً روانه بازار می شود و در فصولی از سال خود نیز به عنوان نیروی کار حضور پیدا می کنند. ولی محدودیت های این بخش را نیز باید در نظر آورد که اهم آنها عبارتند از: پراکندگی جغرافیایی آبادی ها و پائین بودن جمعیت در هر روستا؛ مهاجرت به مراکز شهری که در حقیقت موجب خروج نیروهای فعال تر روستایی به شهر می شود؛ ساختار سنی جمعیت روستایی که رو به پیر شدن گذارده است؛ و نیز سطح نسبتاً بالایی از اراضی که در دست واحدهای بزرگ قرار دارد. غیر از این ساختار، می توان نگاهی هم به وضعیت تولید کنندگان صنعتی انداخت تا فرصت ها و محدودیت ها در آن حوزه نیز مشخص شود.

ب) کارگاههای صنعتی؛ برخلاف بخش کشاورزی، در صنعت نقش زمین کم اهمیت تر است و اثر پذیری کمتری از رویدادهای طبیعی دارد. با این مقدمه، می توان نگاهی به آمار های کارگاههای صنعتی که بنا به سرشماری در نظریه های توسعه، قرار بوده که موتور حرکت رشد اقتصادی باشند، می اندازیم. برپایه آمارهای رسمی در سال ۱۳۷۳ حدود ۳۶۵ هزار کارگاه صنعتی در ایران فعال بوده است. طبقه بندی این کارگاه ها نشان می دهد که حدود ۹۱/۶ درصد آنها کمتر از ۶ نفر کارگر، حدود ۴/۸ درصد، ۶ تا ۹ فر و ۳ درصد بین ۱۰ تا ۴۹ نفر مشغول به کار بودند. ۰/۶ درصد را نیز کارگاه های بزرگ تشکیل می دادند که بیش از ۵۰ نفر در آن کار می کردند به این ترتیب انبوهی از کارگاه های خرد وجود داشت که علی القاعده به دور از هر گونه بروکراسی و در بازاری که می تواند به «بازار رقابت کامل» نزدیک تر باشد فعالیت می کردند ولی با وجود آن که تعداد کارگاه های بزرگ بسیار اندک بود با این حال حدود ۳۸/۸ درصد از شاغلان در آن مشغول به کار بودند.

پراکندگی جغرافیایی کارگاههای صنعتی شاید در همان حد اندازه آنها ناهمگون باشد. به عبارت دیگر ۲۷ درصد از کل این کارگاهها در تهران، و ۱۲/۷ درصد در استان خراسان و ۱۰/۵ درصد در اصفهان قرار دارند. به این ترتیب سه استان مزبور ۵۰ درصد کارگاه ها را در خود جای داده اند در حالی که در پائین ترین رده استان هایی مانند هرمزگان، بوشهر قرار دارند که سهم شان در حد نیم درصد می شود.

از سوی دیگر توزیع نیروی انسانی در رشته های نه گانه صنعتی نیز جالب توجه است: صنایع نساجی بیشترین سهم (یعنی ۴۳/۲) از شاغلان صنعتی را دارد، و در رده های بعدی ماشین آلات (۱۷/۴ درصد) و سپس مواد غذایی (۱۲/۵ درصد) قرار دارند. به این ترتیب دیده می شود که حدود بیش از ۵۵ درصد از شاغلان بخش صنعت در حوزه غذایی و نساجی فعالیت می کنند که از تکنولوژی نسبتاً ساده ای بر خوردارند و آنها را می توان کاربر به شمار آورد.

این دو رشته در عین حال بیشترین پیوند را با بخش کشاورزی هم دارند. و سرانجام آنکه بهره وری سرمایه، به عنوان یک عامل کمیاب در جامعه ما، در کارگاه های کوچک (به ویژه در صنایعی همچون غذایی و نساجی) به مراتب بیشتر از کارگاه های بزرگ است. به عبارت دیگر کارگاه های کوچک بهره برداری اقتصادی تری از سرمایه خود می کنند؛ در حالی که می توان تصور کرد همین کارگاه ها از لحاظ تامین سرمایه خود کمترین اتکاء به دولت دارند؛ و برعکس کارگاه های بزرگ که تا حد بالایی به دولت و منابع مالی و ارزی آن تکیه دارند، کمترین بهره وری را از سرمایه می کنند و در عین حال تحصیل کرده ترین نیروی انسانی را هم به خود اختصاص داده اند.

به هر حال این نگاه احتمالی هم نشان می دهد که در صنعت هم مانند کشاورزی انبوهی از تولیدکنندگان خرد وجود دارند که با پراکندگی جغرافیایی بسیار ناموزون در برابر اندکی تولید کنندگان بزرگ قرار گرفته اند. با این ملاحظات اکنون می توانیم نگاهی هم به بخش خدمات بیندازیم. یعنی بخشی که بیش از ۴۳/۸ درصد از شاغلان را در خود جای داده است (ج بخش خدمات: در سرشماری های نفوس و مسکن، فعالیت های بخش خدمات به زیر مجموعه های زیر تقسیم شده است: بازرگانی، رستوران و هتل داری، حمل و نقل، انبار داری و ارتباطات؛ خدمات موسسات مالی و پولی؛ خدمات مستغلات؛ حرفه ای و تخصصی؛ خدمات عمومی و خدمات اجتماعی، شخصی و خانگی. در سال ۱۳۷۵ در این مجموعه حدود ۶/۳۸۸ میلیون نفر مشغول به کار بودند. از این تعداد، ۴۶/۴ درصد در بخش خدمات عمومی، ۳۰/۲ درصد در بخش بازرگانی، رستوران و هتلداری و ۱۵/۲ درصد در بخش حمل و نقل، انبار داری و ارتباطات فعالیت می کردند. سهم دیگر فعالیت ها به ویژه آنهایی که تخصص بالایی را هم می طلبد بسیار اندک است. به این ترتیب دیده می شود قطبی بودن شاغلان در این بخش بیش از دو بخش دیگر است. نیروی انسانی این بخش برخلاف بخش کشاورزی جوان است و حتی در برابر بخش صنعت نیز جوان تر به نظر می رسد. غیر از بخش عمومی که اساسا متشکل از مزد و حقوق بگیران است، دو گروه اصلی دیگر این بخش که در بالا ذکر شد، به طور محدود دولتی هستند مزد و حقوق بگیران آن در حد ۲۰ تا ۲۵ درصد است و در مقابل بخش بزرگی از فعالان آن را کارکنان مستقل و کارفرمایان تشکیل می دهند. به این ترتیب در این بخش اگرچه در یک سوی آن بخش عمومی قرار دارد که اساسا فعالان آن مزد و حقوق بگیر هستند، ولی در سوی دیگر آن دو فعالیت یعنی «بازرگانی، رستوران و هتلداری» و «حمل و نقل، انبار داری و ارتباطات» قرار دارد که انبوهی از فعالیت های خرد با شمار زیادی از کارکنان مستقل را در خود جای داده است. جالب توجه است که همین دو گروه که ظاهرا به تخصص کمتری نیاز دارند، به ترتیب ارزش افزوده ای برابر با ۲۱/۵ درصد و ۲۱/۶ درصد از کل ارزش افزوده بخش خدمات داشته اند که این مقدار بیش از سهم خدمات عمومی (۱۹/۹ درصد) است و نیز جای شگفتی ندارد که گروه بیشترین بهره وری نیروی کار را هم داشته باشد و از این لحاظ در نقطه مقابل خدمات عمومی قرار می گیرد.

د) جمع بندی: تصویر ساده و بسیار اجمالی ساختار اقتصادی ایران را می توان چنین نمایش داد: در کشاورزی انبوهی از تولید کنندگان خرد قرار دارند که بهره وری کار و زمین در آنها بالا است و با تکنولوژی پائین و سرمایه اندک کار می کنند؛ در صنعت بخش بزرگی از تولید کنندگان خرد که اکثریت مطلق کارگاهها را تشکیل می دهند در صنایع غذایی و نساجی که بیشترین پیوند را دارد، فعالیت می کنند بهره وری سرمایه در این صنایع به طور نسبی بالاتر از دیگران است؛ و سرانجام هم در بخش خدمات دو گروه که فی نفسه پیوند تنگاتنگی با فعالیت های کشاورزی و صنایع غذایی و نساجی دارند، حدود بیش از ۴۵ درصد نیروی کار را در خود جای داده اند. این نیروی کار که عمدتا جوان هم هستند از تخصص بالایی برخوردار نیستند. به این ترتیب به نظر می رسد که سیاست گذاری در این سه حوزه می تواند آثار مفیدی در پی داشته باشد به ویژه آنکه همه آنها عمدتا در دست فعالان اقتصادی خرد پا قرار دارد. ولی رونق یا رکود در میان این مولدین خرد تا اندازه ای هم به سیاست گذاری های دولت بستگی دارد که در بخش ذیل به آن می پردازیم.

سیاست های دولت

همان طور که گفته شد محیط مناسب برای کارآفرینی غیر از ساختار اقتصادی، بعد دیگری هم دارد که عمدتا به سیاست گذاری های دولت مربوط می شود در بند پیشین ساختار اقتصادی ایران گفته شد که این ساختار به لحاظ خرد بودن و همچنین پر کاربرد بودن چند نوع از فعالیت در هر سه بخش که انسجام تنگاتنگی هم با هم دارند، شرایط مناسبی را برای کارآفرینی می تواند فراهم آورد حال در اینجا نگاهی اجمالی هم به سیاست های دولت می اندازیم تا ببینیم این بعد تا چه حد می تواند توسعه بخش کارآفرینی باشد.

در آغاز باید گفته شود به طور معمول و به ویژه در الگوهای اقتصادی، وضعیت اقتصاد آزاد مناسب ترین شرایط برای کارآفرینان محسوب می شود. کارآفرین باید با موانع غیر اقتصادی روبه رو نباشد، کارآفرین نباید در گیر بوروکراسی دولت

شود. کارآفرین باید بدانند که شرایط آینده بازار صرفاً بر پایه ساز و کار آن تعیین می‌شود. در این شرایط که چنین فعالیتی تمام نیرو و ابتکار خود را در این راه رقابت به کار می‌گیرند و برای تحقق اهداف خود، خلاقیت عینیت پیدا می‌کند. با این ذهنیت می‌توان نگاهی اجمالی به ایران دو دهه گذشته انداخت. سال‌های اولیه انقلاب اسلامی و نیز دوره پرتلاطم جنگ از قوانین خاص خود پیروی می‌کرد: سیاست انبساطی، کسری بودجه، ملی‌کردن بسیاری از صنایع، کنترل‌های ارزی، قیمت‌گذاری کالاها و... به‌طور معمول در هر جامعه‌ای که با جنگ و انقلاب روبه‌رو باشد دیده می‌شود. ولی با پایان گرفتن این دوران و آغاز دوران سازندگی، تصور بر این است که دولت از صحنه اقتصادی فاصله بگیرد و صرفاً با سیاست‌گذاری‌های خود، نیروهای خلاق جامعه را به حرکت وا دارد. ولی، مطالعه این دوره از تاریخ ایران نشان می‌دهد که دخالت‌ها از یک سو و ناتوانایی‌ها از سوی دیگر همچنان ادامه دارد.

دخالت‌های دولت را می‌توان شامل اعمال سیاست ارزی و کنترل، تعیین و تغییر بوروکراتیک نرخ ارز، اعمال نظر در قیمت‌گذاری و یاحتی تعیین قیمت، ایجاد انحصارات از دو طریق یعنی مالکیت خود و نیز جلوگیری از واردات برخی کالاها، پرداخت انواع یارانه‌های مستقیم و غیر مستقیم یا آشکار و پنهان به تولیدکنندگان دانست. این مجموعه به ویژه ایجاد انحصاری ساز و کار تسهیم ارز بانرخ‌های دولتی موجب شده است تا کارآفرینی در جامعه ما در قالب رانت جویی متجلی شود؛ فعالیتی که اثر بازدارنده بر اقتصاد کشور دارد و از سوی دیگر ما توانایی‌های دولت را هم می‌توانیم در سیاست‌های مالیاتی آن که نمی‌تواند بخش غیر رسمی را زیر پوشش بگیرد کسری بودجه، اعوجاج در سیاست‌گذاری‌ها، و نیز فقدان اراده و برنامه‌ای هدفمند برای سیاست خصوصی سازی مشاهده کنیم.

به این ترتیب دیده می‌شود که با وجود بستر مناسب برای کارآفرینی، سیاست‌های دولت فاصله زیادی با اقتصاد آزاد داشته است و این اقدامات موجب شده است که سرمایه جذب حوزه تولید نشود، نیرو بکار نتواند ظرفیت بالقوه خود را بروز دهد، نیروی بیکار گسترش پیدا کند، و بر شمار عظیم بیکاران هم افزوده شود. به منظور پاسخ به این مشکل، سیاست‌های کارآفرینی در چند کشور مورد مطالعه قرار گرفته است تا شاید از این طریق بتوان چاره‌ای اندیشید.

برای بررسی سیاست کارآفرینی، ۹ کشور خارجی مورد مطالعه قرار گرفته است. این مجموعه کشورها را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: در گروه نخست کشورهای استرالیا، آمریکا، کانادا، انگلیس و ژاپن قرار دارند که در تاریخ اقتصادی به عنوان کشورهای پیشرفته معروف هستند. این کشورها از آغاز دوره کلاسیک به منظور پیشرفت، فضای آزاد را برای رشد و توسعه صنایع فراهم آوردند و از این رو در زمان حاضر ابعاد خردتری همچون مسایل فرهنگی در آنها اهمیت پیدا می‌کند. گروه دوم، کشورهای در حال توسعه یا نو صنعتی مطرح شده‌اند که آنها نیز از دو استراتژی متفاوت یعنی استراتژی توسعه صادرات و استراتژی جایگزینی واردات را برای توسعه خود برگزیده‌اند. جالب آنکه در هر دو گروه از این کشورها، سیاست کارآفرینی از مشابهت زیادی برخوردار هستند.

نکته مشترک تمام این کشورها در حوزه سیاست‌گذاری برای کارآفرینی آن است که تمام آنها «بنگاه‌های خرد» را به عنوان هدف برگزیده‌اند اگرچه هر یک بنا بر تعبیر خود، تعریف خاصی از خرد بودن بنگاه‌ها دارند.

علاوه بر این، تمام کشورهای مزبور تعداد شاغلان را اساساً ملاک اندازه بنگاه قرار داده‌اند. در بسیاری از این کشورها، مانند ایران، همین بنگاه‌های خرد سهم بزرگی در تولید و اشتغال دارند. سرانجام اقتصاد آزاد در تمام این کشورها یا ریشه‌ای دیرینه دارد (مانند کشورهای پیشرفته) و یا طی دو یا سه دهه اخیر با عزمی راسخ پی‌ریزی شده است (مانند کره جنوبی، فیلیپین). بنابراین مقایسه آنها با سیاست‌های اقتصادی جاری در ایران اساساً بیهوده است ولی روشن است که باید گام‌های بعدی که آنها برداشته‌اند مورد تأکید قرار گیرد. آنچه در زیر می‌آید نگاهی اجمالی به سیاست‌ها و اقدامات کشورهایی است که در زمینه توسعه و ترویج کارآفرینی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. چنین می‌نماید که نقطه آغاز تمام این کشورها در روند توسعه و ترویج کارآفرینی پی‌ریزی یک سازمان یا مرکز مسئول و متولی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی باشد زیرا در تمام آنها دست کم یک مرکز یا سازمان، چنین مسئولیت مهمی را بر عهده دارد. این مرکز اساساً وسیله‌ای برای تحقق اهداف مورد نظر تلقی می‌شود. چنین مرکزی اساساً به امور بنگاه‌های خرد می‌پردازد و تمام سیاست

های دولت در این زمینه از مجرای آن می گذرد. عمده ترین اقداماتی که در کشور های مورد مطالعه، مشاهده شده است در حوزه های زیر بوده است:

- وام و اعتبارات: یکی از بارزترین اقدامات کمک به بنگاههای خرد برای دستیابی به سرمایه مالی است. این اقدام متکی بر این بینش است که بنگاههای خرد به طور نسبی از سوی کسانی هدایت و مدیریت می شود که توان مالی محدودی دارند و به همین لحاظ میل به کاربرد تکنولوژی های کاربر دارند. از این رو سهولت در دادن وام وابسته نکردن وام به دارایی های ثابت و مانند آنها از ویژگی های ظرفیت سازی سرمایه مالی تلقی می شود.
- تکنولوژی: در کشورهای مورد مطالعه، مراکز مسئول کارآفرینی بر کاربرد تکنولوژی و کاربرد آن تاکید دارند و به شیوه های گوناگون مانند دادن وام برای ماشین آلات نو می کوشند این هدف تحقق پذیرد.
- خدمات مشاوره ای: در کشورهای مورد مطالعه مراکز کارآفرینی خدمات مشاوره ای در زمینه هایی مانند مدیریت، امور مالی، فعالیت های تجاری و بازاریابی، و گاه تهیه طراح های توجیهی ارائه می کنند و هزینه ارائه این خدمات از سوی دولت پرداخت می گردد.
- حمایت اطلاعاتی: علاوه بر خدمات مشاوره ای، حمایت های اطلاع رسانی برای فعالیت های خرد نیز متداول است این اطلاع رسانی شامل مواردی همچون وضعیت تجاری، مدیریتی و فنی می شود.
- پیوندهای درون بخشی: ایجاد تقویت پیوند در میان تولید کنندگان یک جامعه را می توان از اساسی ترین پایه های توسعه به شمار آورد. از این رو، در سیاست کارآفرینی این اصل مد نظر قرار می گیرد و در برخی موارد ایجاد پیوند بین بنگاههای خرد و بنگاههای بزرگ در شمار وظایف مراکز کارآفرینی قرار گرفته است.
- ظرفیت سازی علمی: در راستای تقویت تکنولوژیک و حمایت های اطلاع رسانی، تلاش شده است تا میان بنگاههای خرد از یک سو و مراکز علمی و فنی از سوی دیگر پیوند برقرار شود. این ارتباط از طریق مرکز توسعه کارآفرینی و در حوزه هایی مانند تحقیق، آموزش و توسعه صنعتی برقرار می شود.
- تسهیلات برای تاسیس شرکت ها، نوسانات بازار و مشکلات حاصل از آن به طور طبیعی موجب ورشکستگی دایمی شماری از بنگاههای خرد می شود. از این رو برخی دولت ها با الهام از یکی از اصول اقتصاد آزاد یعنی برداشتن موانع ورود به بازار، کوشیده اند تا مقررات دست و پا گیر برای تاسیس یا انحلال شرکت ها را به حداقل برسانند.
- آموزش: آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم بر کمیت و کیفیت عرضه کار آفرین در یک جامعه اثر می گذارد. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای پیشرفته که حتی الامکان موانع و مشکلات برطرف شده اند، دولت ها به شکوفایی کردن توان بالقوه مردم پرداخته اند. در چارچوب این مجموعه اقدامات است که در بسیاری از کشورها هدف های گوناگون اقتصادی - اجتماعی دولت مانند افزایش صادرات، توسعه مناطق محروم، تحقق می پذیرد.

نتیجه گیری و پیشنهاد

مسائل نظری در باره کارآفرینی و شرایط لازم برای فعالیت سازنده پیشتازان اقتصادی یعنی کارآفرینان بیان شد در پی آن ساختار اقتصادی ایران و سیاست های اقتصادی دولت مطرح گردید. حاصل آن بود که ساختار اقتصادی شرایط لازم برای فعالیت های خرد را به ویژه در حوزه های که بیشترین پیوند درونی را برقرار کرده اند، دارد؛ ولی سیاست های اقتصادی هدفمند و مشوق این گونه فعالیت ها نیست و سرانجام نگاهی هم به دیگر کشورها شد که جملگی با برپایی یک مرکز مسئول و با سیاست های گوناگون می کوشند تا کارآفرینان را به عنوان موتور حرکت جامعه تقویت کنند تکیه بر بنگاههای خرد و متوسط اصل اساسی در این کشورهاست.

حال با تکیه بر این دیدگاه که دولت به جای دخالت در اقتصاد باید فعالیت خود را صرفاً به سیاست‌گذاری و نقش‌هدایتی محدود کند و در این راه در جهت تقویت ساز و کار بازار آزاد گام بردارد، یک رشته پیشنهادهایی مطرح می‌شود تا شرایط لازم برای فعالیت پیش‌تازان اقتصادی فراهم آید:

- ۱- برپایی سازمانی که اساساً مسئولیت تمام وجوه کارآفرینی و تقویت بنگاه‌های خرد و متوسط را بر عهده بگیرد این سازمان می‌تواند متمرکز عمل کند و یا در سطح استانی و غیر متمرکز باشد.
 - ۲- اعطای وام و تسهیلات بانکی همانند کشورهای دیگر باید برای تولیدکنندگان خرد ایرانی فراهم آید به طوری که کارآفرینان بتوانند به دور از هرگونه ضوابط دست و پاگیر و زیر نظر یا نظارت مرکز مسئول آن بهره‌مند شوند.
 - ۳- ارائه خدمات مشاوره‌ای یکی از مرسوم‌ترین سیاست‌ها بوده است و دلیل آن هم در بنیه ضعیف بنگاه‌های خرد برای برخورداری از این خدمات نهفته است این خدمات می‌بایست شامل مواردی مانند مدیریت، امور مالی، فعالیت‌های تجاری و بازاریابی، و حتی تدوین طرح‌های توجیهی باشد.
 - مشاوره مستقیم و یا کمک به بنگاه‌های خرد برای بهره‌مند شدن از خدمات مشاوره‌ای سازمان‌های حرفه‌ای شیوه‌های مرسوم می‌تواند باشد.
 - ۴- حمایت اطلاعاتی یکی از بنیان‌های فعالیت این بنگاه‌ها را تشکیل می‌دهد که باید از طرق مختلف صورت گیرد و عمدتاً شامل اطلاعات مربوط به مسایل تجاری، مدیریتی و فنی و نیز کاربرد تکنولوژی اطلاعات می‌شود.
 - ۵- تکنولوژی و دانش فنی هم از مواردی است که باید زمینه‌های تدارک آن برای بنگاه‌های مورد نظر فراهم آید. نا آشنا بودن با تکنولوژی و دانش فنی و یا فقدان امکان استفاده از آن در ایران کاملاً محسوس است که باید مورد تأکید قرار گیرد. لذا اقداماتی مانند اعطای وام، خدمات مشاوره‌ای و آموزش می‌تواند در این راستا جهت‌گیری شود.
 - ۶- آموزش به تولیدکنندگان کوچک بسیار اهمیت دارد. با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی بکارگیری آنها، روش‌های جدید علمی مدیریتی و بازرگانی، جامعه عمل پوشید. آموزش می‌تواند بلندمدت مانند آموزش از دوه دبیرستان به بعد و یا کوتاه‌مدت مانند سخنرانی‌های ادواری باشد.
- این موارد اساساً شامل موارد کلانی می‌شود که تنها با اتخاذ یک رشته سیاست‌ها و قانون‌گذاری‌ها می‌تواند از قوه به فعل در آید. ویژگی‌های بارز این موارد عبارتند از: تکیه بر ساز و کار بازار، کم‌هزینه بودن آن برای دولت، اشتغال‌زایی و تقویت روند بروز استعدادها و خلاقیت‌ها با اجرای یک رشته سیاست‌ها، احتمالاً می‌توان تولیدکنندگان خردی را تقویت کرد که از لحاظ ارتباطات اقتصادی بیشترین پیوند را با یکدیگر دارند.

منابع

۱. بایزید مردوخ، اقتصاد صنعتی، جزوه درسی تهیه شده توسط علیرضا طاهری وسید ابراهیم میر خرسندی، سازمان برنامه و بودجه استان خراسان، ۱۳۶۸
۲. محمد رضا عابدین مقانکی، اولویت بندی صنایع ایران بر اساس رقابت پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی با هدف منطقی نمودن سیاست‌های حمایتی تجاری، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴.
۳. عابدین مقانکی، محمدرضا (۱۳۸۴)، اولویت بندی صنایع ایران بر اساس رقابت پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی با هدف منطقی نمودن سیاست‌های حمایتی تجاری، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۴. مردوخ، بایزید (۱۳۶۸)، اقتصاد صنعتی، جزوه درسی تهیه شده توسط علیرضا طاهری و سید ابراهیم میر خرسندی، سازمان برنامه و بودجه استان خراسان.
۵. مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی کشور، سال‌های مختلف.

۶. مرکز تجارت بین الملل (۲۰۰۴)، نرم افزار آماری .
۷. کیا، محمد، کارآفرینی گام به گام، جهاد دانشگاهی، سازمان همیاری فارغ التحصیلان دانشگاهی، ۱۳۸۶
۸. جی ایکس، زولتان، ترجمه جهانگیر مجیدی، نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن، خدمات فرهنگی رسا
۹. عظیمی، کارآفرینان مجله تدبیر ش ۱۲۲، ۱۳۸۵،
۱۰. صمدآقایی، جلیل، از کارآفرینی تا جان آفرینی، کار و جامعه، شماره ۲۷، آبان ۷۷
۱۱. مجله تدبیر، شماره ۱۱۲، خرداد ۱۳۸۰ و شماره ۱۰۹
12. NGAcenter ; A gGovernor’s Guide to Strengthening state entrepreneurship polidy ;Washington d.c NGAcenter for best 2003
13. Philipsen, Kristin ‘entrepreneurship as organizing _A Literature study of entrepreneurship: at the drud summer conference’ 1998
14. Danka troy; entrepreneurship in Switzerland:opportunities and challenges ;short hill:kpmg,2000
15. Kruegar,norri. Entrepreneurship Great Britain,2002
16. Sathe,vijay. Corporate