

## بررسی نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور

محمدجعفر شفیعی<sup>۱</sup>، محمد شفیعی سیف آبادی<sup>۲</sup>، زینب زراعت پیشه<sup>۳</sup>، اصغر رستمی خداآبادی<sup>۴</sup>

### چکیده

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است، کارآفرینی و کارآفرینان نقش بسیار کلیدی در روند توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع مختلف ایفا می کند. مهمترین آثار توسعه کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است که در نتیجه می تواند افزایش ثروت ملی و رشد اقتصادی جامعه را در برداشته باشد. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست یاری از هر سویی می طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد بویژه تحصیلکردگان کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع بخصوص برای جوامع در حال توسعه ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. در این مقاله به نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور اشاره شده و کارآفرین به عنوان نیروی محرکه اصلی توسعه جوامع مورد توجه قرار می گیرد. در نظام اقتصادی توسعه یافته نوآوران، صاحبان فکر و ایده سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل اصلی توسعه پایدار محسوب می شوند. لذا پژوهش حاضر بر آن است تا پس از بیان مسأله، اهمیت و مفهوم کارآفرینی، نقش کارآفرینی، اهمیت و ضرورت توسعه کارآفرینی و جایگاه آن در توسعه اقتصادی کشور اشاره نموده و چالشهای پیش رو را بررسی و راهکارها و پیشنهاداتی در این راستا ارائه نماید.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، چالش ها و راهکارها، توسعه اقتصادی، تولید ملی.

<sup>۱</sup> مدرس دانشگاه، فارس، کازرون، دانشگاه پیام نور: mohammadjafarsh@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی: mjshafiee@yahoo.com

<sup>۳</sup> مدرس دانشگاه، فارس، کازرون، دانشگاه علمی کاربردی: zzp258@gmail.com

<sup>۴</sup> فارس، کازرون، دانشگاه علمی کاربردی: kodaabadi@gmail.com

## ۱. مقدمه

شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نوسان بهای نفت سه عامل عمده ای هستند که موجب می‌شوند سیاستگذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند. آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به مقوله کارآفرینی است. زیرا در واقع کارآفرینان باتوجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند در چنین شرایطی منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار جدید ایجاد کرده و با نوآوری صنعتی بر توسعه دامنه محصولات و خدمات بیفزایند. امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. این اقتصاد، اقتصاد مبتنی بر دانش یا اقتصاد دانش بنیان می‌باشد. توجه به روند درحال تسلط در الگوی توسعه کشورها، که توسعه را بر مبنای دانش و قابلیت‌های انسانی عملی می‌داند و جهت‌گیری چشم‌انداز بیست ساله کشورمان که متکی بر اقتصاد دانش بنیان است و استراتژی مناسب دستیابی به آن توسعه کارآفرینی است، ضرورت تدوین و اجرای برنامه ملی توسعه کارآفرینی در جهت دستیابی به هدف‌های چشم‌انداز بیست ساله کشور امری بدیهی به نظر می‌رسد. کشور ایران دارای منابع و امکانات بسیار زیادی است که بدون استفاده مانده، یا به طور ناکارآمد از آنها استفاده می‌شود. اولین منبع که در همه کشورهای توسعه یافته محور اصلی ایجاد مزیت رقابتی است، سرمایه انسانی می‌باشد. در ایران منابع انسانی در خدمت توسعه کشور نیست. علاوه بر بیکاری آشکار و پنهان بخشی از جمعیت، قابلیت‌های بخش توانمند جمعیت کشور، فرصت شکوفایی نمی‌یابد و شاید همین عامل اولین دلیل فرار مغزها از کشور نیز باشد (هاشمی، ۱۳۹۱، ۸۴). یکی دیگر از نکات بارز در توجیه پرداختن به برنامه توسعه ملی کارآفرینی در جامعه وجود فارغ‌التحصیلان دانشگاهی می‌باشد که متأسفانه در حال حاضر جزء جمعیت بالای بیکاران جامعه قرار دارند و در اثر نبود مکانیزم‌های حمایتی و سیاست‌های شفاف، جامعه فاقد قدرت استفاده از تخصص و دانش آنهاست بر این اساس توسعه کارآفرینی کشور به منظور دستیابی به هدف‌های چشم‌انداز ۲۰ ساله امری حیاتی

است و برای نیل به این اهداف، سیاستمداران به کمک مدیران، اقتصاددانان و کارگزاران بدنبال الگوهایی هستند که نقش کارآفرینی را در توسعه همه جانبه به ویژه اقتصاد کشور تقویت نمایند. توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. در واقع کارآفرینی که به مفهوم کشف و بهره برداری از فرصت‌ها به منظور ارزش آفرینی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است، پایه و اساس توسعه همه جانبه محسوب می‌شود. مطالعات و تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی نقش شایسته و بایسته‌ای در رشد و توسعه اقتصادی، حضور فعال در بازارهای جهانی، رقابت، اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر، درآمد ملی و حل مشکلات جامعه دولت و بخش عمومی دارد. برای توسعه کارآفرینی در کشور به کارآفرینان توانمند نیاز است. منظور از توسعه کارآفرینی ایجاد فرهنگ کار آفرینی در کشور، تقویت گرایش مثبت عمومی به کارآفرینی و درپی آن افزایش نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه است. کارآفرینی نه تنها یک حوزه علمی نو خاسته بلکه یک نوع راه و رسم زندگی است (شعبانیان، ۱۳۳۱، ۱۰۲).

## ۲. مفاهیم کارآفرین و کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن است. در واقع کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند و عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (سخدری، ۱۹۳۳، ۹۷). کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی اش سودآوری و رشد است. در کشورهای توسعه یافته به کارآفرینی به عنوان راهبردی برای توسعه می‌نگرند و به دلیل جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه پایدار و رشد و شکوفایی اقتصادی، تلاش می‌کنند افراد را به فعالیت‌های کارآفرینانه هدایت کنند و در این راه به آموزش کارآفرینی و ترویج و تبلیغ آن اهمیت می‌دهند. اگر بپذیریم که در قرن حاضر اقتصاد جهان و سرعت رشد اقتصادی بر پایه نوآوری استوار است باید بستر لازم را برای رشد کسانی که ایده را به محصول، علم و دانش را به صنعت تبدیل می‌نمایند، فراهم سازیم. اینجاست که نقش کارآفرین و نیاز به کارآفرینی

در جامعه مشخص می‌شود لذا می‌توان گفت کارآفرین ارتباط دهنده دانش و علوم با صنعت و بازار است. کارآفرینی رویدادها و نتایج بلند مدت را شکل می‌دهد و برای اینکه موقعیتهای مناسبی خلق کند، موقعیتهای اقتصادی و اجتماعی را تغییر می‌دهد؛ کثرت و تکرار رویدادهای کارآفرینانه به کیفیت نسبی نیروها، تصمیمات فرد، اقدامات و الگوهای رفتاری بستگی دارد (Tony & Yu Lai, 2001, 142). شومپیتر بر این نکته اصرار می‌ورزد که کارآفرین، مدیری نیست که فرایند تولید را نظارت می‌کند، بلکه او فعالیتهای معمولی را بر مبنای تجارب گذشته انجام می‌دهد، اما خطر ابهامات را می‌پذیرد و در فعالیتهای شرکت می‌کند که تاکنون انجام نشده‌اند. تیمونز، کارآفرینی را توانایی خلق و ساخت چیزی ارزشمند از هیچ چیز می‌داند. این مفهوم یعنی شروع، انجام، دستیابی و ایجاد یک شرکت یا سازمان. وسپر کارآفرینی را فرایندی می‌داند که برای شرکتهای معتبر، چه کوچک باشند و چه بزرگ، رقبای جدید و مستقلی را معرفی می‌کند. او کارآفرینان را افرادی می‌داند که رقابت را افزایش می‌دهند؛ شرکتهای موجود را به چالش می‌کشاند؛ و به دنبال فرصتهای مناسب هستند تا در محیط بازار نیازهای برآورده نشده را برآورده کنند (Prokopenko, 1991, 106).

### ۳. ضرورت و اهمیت موضوع کارآفرینی

نظر به اهمیت موضوع و نقش کارآفرینی در اقتصاد ملی و جهانی، تولید ثروت و ایجاد اشتغال به تدریج نه تنها اقتصاددانان بلکه صاحبانظران سایر رشته‌ها از جمله روانشناسان، جامعه‌شناسان و حتی تاریخ‌دانان، از زوایای مختلف موضوع را بررسی و به ارائه تعاریفی از کارآفرینی پرداختند. اما با تمام تفاوت‌ها در تعاریف تقریباً همگی بر نوآور بودن، تصمیم‌گیر بودن، متعهد بودن و مخاطره‌پذیر بودن کارآفرین اتفاق نظر (اکبری، ۱۹۳۱، ۴۸). کارآفرین، نوآور و خلاق، مخاطره‌پذیر و مسئولیت‌پذیر است. او هدف‌گرا، واقع‌گرا و رشدگراست. کارآفرینان با ویژگی خلاقیت، براساس فرصت‌ها در زمان‌های مناسب قادر هستند محصولی جدید یا خدماتی نو به بازار ارائه نمایند. نوآوری فرایندی است پایان‌ناپذیر، زیرا نمی‌توان برای تولید علم حد و مرزی قائل گردید. در اقتصاد مبتنی بر دانش، نوآوران و صاحبان فکر سرمایه‌های اصلی شرکت‌های تولیدی و کارآفرین هستند. امروزه ۱۱ تا ۱۷ درصد سود در شرکت‌های نرم‌افزاری و دارویی از طریق سرمایه‌های عقلانی کارکنان حاصل می‌گردد. در

کشورهای جنوب شرقی آسیا 31% کل بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی کشورها را (SME) ها تشکیل داده و به عنوان رکن اساسی در اقتصاد و اشتغال کشورها تاثیر گذارند. در کشور ما مراکز حمایت از کارآفرینان بسیار محدود و کارآفرین با تمام مشکلات ضمن تلاش جهت تبدیل ایده به محصول باید تمام خطر سرمایه گذاری را خود عهده دار باشد. دستیابی به آرمانهای چشم انداز بیست ساله که جایگاه شایسته ای را برای کشور فراهم می کند و همچنین حل مشکلات فعلی جامعه نیز تنها از طریق اجرای استراتژی توسعه کارآفرینی و به تعبیری جایگزینی اقتصاد کارآفرینی بجای اقتصادی نفتی امکان پذیر است. بدون توجه به نقش کارآفرینی در توسعه کشور، تحقق هدفها امکان پذیر نیست و تلاش های در حال انجام را ناکام می گذارد و با ادامه وضع موجود، همچنان منابع را به هدر می دهد و حجم و پیچیدگی مشکلات را اضافه می کند. بنابراین توجه جدی به موضوع کارآفرینی و تدوین و اجرای برنامه ملی توسعه کارآفرینی برای کشور بسیار حیاتی است. لذا کارآفرینی بعنوان یکی از مهمترین محورهای اصلی رشد و توسعه اقتصادی و پایدار به دلایل عامل افزایش سرمایه گذاری و به تبع آن افزایش سود و سرمایه سرمایه گذاران، سبب ایجاد فرصتهای تازه در بازار کار و راهکار موثری در ایجاد اشتغال مولد و پایدار در کشور، موجب دگرگونی ارزشها و تحول ماهیت آنها، موجب آسان شدن روند رشد و توسعه کشور، فراهم نمودن محیط و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آنها، سبب پیدایش محصولات، خدمات، روشها، سیاستها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه، عامل تقویت و تکامل صنایع داخلی و فراهم نمودن زمینه رقابت صنایع داخلی با صنایع خارجی، موجب افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور، باعث رقابت، تقویت و تکامل صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و افزایش سطح کیفیت کالاها و عامل توسعه اقتصادی، رفاه و تأمین اجتماعی جامعه دارای اهمیت می باشد.

#### ۴. مزایای کارآفرینی

چرخ توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می آید. توسعه کارآفرینی موجب افزایش منابع ملی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه شهرها و روستاها می باشد (بهرامی زاده، ۱۹۳۳، ۷۵). از مزایای کارآفرینی می توان به عامل ترغیب و تشویق سرمایه گذاری، عامل تغییر و نوآوری، تحریک و تشویق حس رقابت، افزایش کیفیت

زندگی و افزایش رفاه جامعه، تولید و توزیع ثروت (عدالت)، افزایش اعتماد به نفس و توسعه تکنولوژی اشاره نمود. البته چهار جنبه اساسی کارآفرینی که شامل کارآفرینی مستلزم وقت، زمان، و تلاش کافی، پاداشهای کارآفرین، کارآفرینی مستلزم فرآیند خلق و وجود ریسک های اجتناب ناپذیر می باشد.

##### ۵. فرآیند کارآفرینی

ایجاد و تأسیس شرکت های جدید نتیجه فرآیندی است که عوامل زیادی بر آن تأثیر می گذارند و کارآفرین بسته به فعالیت هایی که در جهت تأسیس شرکت انجام می دهد، مورد مطالعه قرار می گیرد. کولرمیر در این دیدگاه، ویژگی های شخصیتی کارآفرین تابع رفتار اوست و به دنبال پاسخ به این سؤال می باشد که چگونه یک شرکت نوپا بوجود می آید؟ کارآفرینان با غلبه بر نیروهایی که در برابر پیدایش چیزی جدید مقاومت میکنند باید موقعیتی را بیابند و آن را توسعه دهند این فرآیند چهار مرحله دارد: شناسایی و ارزیابی فرصت، تدوین طرح تجاری، تأمین منابع مورد نیاز، اداره بنگاه تأسیس شده (Dovel) (christina, 1992,105). تأسیس و ایجاد یک شرکت نوپا، فرآیند پیچیده ای است که از عوامل زیادی تأثیر می پذیرد. کارآفرین کسی نیست که به طور ثابت وجود خارجی داشته باشد، بلکه کارآفرینی نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت های نوپا به عهده می گیرند. به عبارت دیگر در دیدگاه رفتاری، فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرایند کارآفرینی مورد توجه قرار می گیرد و دیدگاه رفتاری پوشش دهنده ی دیدگاه شخصیتی و ویژگی ها نیز می باشد و علاوه بر ویژگی های شخصیتی در این دیدگاه، طیف وسیع دیگری از ویژگی هایی همچون سن و سال، تحصیلات، خانواده، کودکی و عوامل تجربی فرد همچون پذیرش الگوی نقش، نارضایتی شغلی، اخراج از کار نیز مورد توجه قرار می گیرد (احمدپور داریانی، ۱۳۵۱، ۵۸).

##### ۶. نوع شناسی کارآفرینی

نوع شناسی های متعددی از کار آفرینی در ادبیات موضوع ارائه شده است. اولین صاحب نظر پیشگام در زمینه طبقه بندی کارآفرینان اسمیت است که این تقسیم بندی را براساس شخصیت، و زمینه های اجتماعی و رفتاری ارائه داده است. اسمیت دو نوع از کارآفرینان را

شناسایی کرده است اول اینکه کارآفرینان افزارمند که بطور عمده از کارگران سطوح عملیاتی هستند و کارآفرینان فرصت‌گرا که با سطح عالی تحصیلات و تنوع وسیعی از تجارب کاری تشخیص داده می‌شوند (مقیمی، ۱۳۳۱، ۵۹).

در یک مطالعه مشابه، باردن در سال 1711 میلادی به همان نتایج دست یافت، اما به جای کارآفرینی افزارمند و فرصت‌طلبانه از سرپرست و مدیر استفاده کرد. دانتا برگو و کوپر در سال 1731 میلادی، سه نوع کارآفرین را شناسایی کردند (۱) کارآفرینان افزارمند (۲) کارآفرینان رشد‌گرا و کارآفرینان مستقل (Care Elwood & Tse Eliza, 1995, 124).  
جانجا انواع مختلف کارآفرینی را به پنج دسته تقسیم می‌کند: (۱) کارآفرینی اجرایی، (۲) کارآفرینی فرصت‌گرایانه، (۳) کارآفرینی اکتسابی، (۴) کارآفرینی پرورش‌گاهی و تکوینی (۵) کارآفرینی ابتکاری (مقیمی، ۱۳۳۱، ۴۹).

کورنوال و پرلمن نیز کارآفرینی را به سه دسته کارآفرینی فردی، کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی تقسیم می‌کنند (Comwall & Perlman, 1990, 113).  
(. کارآفرینی فردی فرایندی است که در آن، یک کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را به طور مستقل به ثمر برساند. کارآفرینی سازمانی نیز به فرایندی اطلاق می‌شود که سازمان طی می‌کند تا کارکنان بتوانند در نقش کارآفرینی انجام وظیفه کنند.

## ۷. توسعه کارآفرینی و تولید ملی

توسعه کارآفرینی در کشور ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه پایدار، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد (جهانگیری، ۱۹۳۱، ۷۷). دستیابی به رشد و توسعه اجتماعی به عنوان یک چشم‌انداز ملی مهمترین آرزوی هر ملتی است. اما تحقق چنین چشم‌اندازی نیاز به تدوین و اجرای راهبردهای اثر بخش دارد. کارآفرینی یکی از اجرایی‌ترین این راهبردها است. بر این اساس، دستیابی به چشم‌انداز بیست ساله کشور که چارچوب اصلی چهار برنامه پنج ساله آینده کشور را شکل می‌دهد، مستلزم توسعه کارآفرینی در ایران اسلامی است. در واقع کارآفرینی که به مفهوم کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور ارزش‌آفرینی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است، پایه و اساس توسعه همه‌جانبه محسوب می‌شود. مطالعات و تحقیقات نشان

می دهد کارآفرینی نقش شایسته و بایسته ای در رشد اقتصادی، حضور فعال در بازارهای جهانی، رقابت، اشتغالزایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر، درآمد ملی و حل مشکلات جامعه دولت و بخش عمومی دارد. واقعیت این امر این است که توسعه در کشور اسلامی ما مستلزم ظرفیت سازی کارآفرینانه در بخش های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است. در صورت تحقق این هدف مهم، از ظرفیت های بالقوه در جامعه حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد و اشتغالزایی، عدالت و رفاه اجتماعی، توسعه پایدار، کیفیت زندگی نشاط و امید به زندگی و اقتدار ملی در ایران اسلامی را به دنبال دارد. بنابراین توسعه کارآفرینی برای تامین نیازهای کشور و دستیابی به هدف های کشور ضروری است.

#### ۸. نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه

توسعه کارآفرینی عبارت است از افزایش احتمال و نرخ وقوع رفتار کارآفرینانه در کلیه ابعاد کارآفرینی، به عبارت دیگر افزایش فرصتهای کارآفرینی، افزایش علاقه و انگیزه شهروندان برای انجام فعالیتهای کارآفرینانه و توانمندسازی آنها برای موفقیت در اجرای فرآیند کارآفرینی با این تعریف برنامه ملی توسعه کارآفرینی، مفهوم وسیع آن را در برمی گیرد و شامل ایجاد کسب و کارهای جدید، توسعه کسب و کارهای موجود، توسعه کارآفرینی و عناصر تأثیرگذار در برنامه توسعه کارآفرینی در کشور، حل مشکلات جامعه، دولت و بنگاهها و بهبود زندگی فردی و اجتماعی است (شفقت، ۱۳۹۳، ۳۶ و سخدری، ۱۹۳۳، ۱۴۱). رابطه تنگاتنگ کار آفرینی و ایجاد اشتغال، به گونه ای است که تجارب کشورهای مختلف نشان می دهد هر گاه فعالیت های کار آفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت. کار آفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی می شوند. کار آفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می شود. بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید از جمله ویژگیهای کار آفرینان است. کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در رشد و توسعه ی اقتصادی جوامع دارد که بعنوان موتور تئوری پویای توسعه اقتصادی ایفای نقش می نماید که بدون آن هیچ کشوری نمی تواند به توسعه ی اقتصادی دست یابد.



## ۹. عوامل و شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی و جایگاه آن

واقعیت این است که برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در جامعه مستلزم ایجاد و توسعه زمینه‌های آن است و در این میان وجود شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است. بطور کلی عوامل و شرایط مناسب برای کارآفرینان از سه بعد زیر قابل بررسی است (نیکپور، ۱۹۳۷، ۵۱).

الف) آنچه که مشخص می‌کند کارآفرینان چه می‌توانند انجام دهند (منابع در دسترس)  
ب) آنچه که کارآفرینان می‌خواهند و تمایل دارند انجام دهند (استراتژیها و اهدافشان)  
ج) آنچه که کارآفرینان باید انجام دهند (تهدیدات و فرصتهای محیطی).

براساس آخرین نظرسنجی که تحت عنوان فرهنگ کار و نگاه ایرانیان به آن انجام شده است، فقط ۴۲٪ از جمعیت ایران خواهان شغل‌های ثابت اداری و یا در چارچوب شغل‌های وظیفه‌گرائی هستند. متأسفانه در کشورمان، تا به حال به تعریف جامعی از کارآفرینی نرسیده‌ایم، تعاریف ارائه شده توسط مدیران اجرایی و مردم متفاوت و حتی گاهی غلط است. اصلی‌ترین و عمده‌ترین دلیل این تفاوت‌ها به نوبت بودن مبحث کارآفرینی در کشور باز می‌گردد، هنوز در ابتدای راه هستیم، در مقایسه با کشورهای چینی و آمریکا و هند که سالیان طولانی در این حوزه تجربه دارند، عمر آموزش و پژوهش کارآفرینی در ایران هنوز به یک دهه نرسیده است (داودی، ۱۹۳۱، ۴۹). هر چند معتقدیم با این عمر کم قدم‌های مناسبی برداشته شده است.

## ۱۰. بررسی موانع توسعه کارآفرینی

موانع کارآفرینی از سه بعد عوامل ضدانگیزشی، موانع قانونی و محیط کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت و نتایج زیر حاصل شد. خطرپذیری مالی زیاد و ترس از دست دادن سرمایه شخصی مهمترین عامل ضد انگیزشی از نظر پاسخ دهندگان بوده است. عدم دستیابی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری، موانع اداری، هزینه‌ها و فقدان مهارت‌ها از دیگر عوامل ضدانگیزشی ذکر شده است. موانع توسعه کارآفرینی در ایران به ترتیب اهمیت قوانین و مقررات بانکی، قوانین مالیاتی، قانون تجارت، قانون کار، وجود انحصارات دولتی ناشی از قوانین و مقررات، قوانین و مقررات گمرکی، قانون شهرداری، قوانین و مقررات صادرات و واردات، قانون و مقررات ورشکستگی، قوانین ثبت شرکتها، قانون تجمیع عوارض، قوانین

حقوق مالکیت معنوی و ثبت اختراع و قوانین زیست محیطی می باشد(جاهدی کورعباسلو، ۱۹۳۱، ۲۶).

بررسی موانع و مشکلات کارآفرینی بدون بررسی و شناخت محیط کسب و کار کامل نخواهد شد. طبق نظر کارآفرینان برگزیده، نارسائیهای محیط کسب و کار برای شرکتهای جدید و در حال رشد به ترتیب اهمیت عبارتند: فقدان زیرساختهای تجاری، تخصصی و حرفه ای مورد نیاز شرکتهای جدید و در حال رشد، عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نبود زیرساختهای مناسب فیزیکی برای این شرکتهای، فقدان وجود حمایت مالی کافی از این شرکتهای، ناکافی بودن برنامه های دولتی برای کمک به شرکتهای مذکور، عدم تأکید نظام تعلیم و تربیت بر توسعه کارآفرینی، نبود فضای آزاد بازار، ناکافی بودن سیاستهای دولتی برای شرکتهای جدید و عدم انتقال شایسته نتایج تحقیق و توسعه دولت به شرکتهای (شعبانیان، ۱۹۳۱، ۸۷).

#### ۱۱. مزیت‌های ایران در ایجاد کارآفرینی

مزیت های اصلی توسعه کارآفرینی در ایران که شامل جغرافیای چند آب و هوایی، موقعیت ژئوپولیتیکی، جمعیت مستعد فراوان تحصیلکرده، وجود نفت و گاز و صنایع پتروشیمی و دسترسی به مواد اولیه آسان فراوان می باشد(ازکیا، ۱۹۳۳، ۱۰۳). باتوجه به وضع موجود، باید نگاه جامع و بلندمدت به کارآفرینی داشته باشیم برای تعالی و توسعه کارآفرینی در کشور اقدامات مناسبی صورت گرفته است. اقدامات فرهنگی همچون برگزاری جشنواره کارآفرینان برتر کشور، راه اندازی دانشکده کارآفرینی، پارک های علم و فناوری دانشگاه ها و تعیین روز ملی کارآفرینی از اقدامات مثبتی است که صورت پذیرفته و زمینه ساز حرکت به سوی فرهنگ کارآفرینی محسوب می شود(حکمت، ۱۹۳۱، ۱۱۴). در حال حاضر باید به دنبال تربیت و آموزش کارآفرینان و مربیان کارآفرینی باشیم، آموزش های کارآفرینی باید کاربردی باشد تا ایده ها بتوانند تجاری سازی شوند. باید برای نهادینه سازی کارآفرینی در کشور فعالیت های بی شماری را انجام دهیم.

## ۱۲. پیشنهادات

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه اقتصادی می‌کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می‌شود. آموزش مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش در توسعه کارآفرینی دارد. باید موسسات آموزشی اعم از دبیرستان‌ها، مراکز آموزش حرفه‌ای، دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها آموزشهای لازم را جهت توسعه کارآفرینی و فرهنگ سازی در دستور کار خود قرار دهند، در آموزشها باید به ابداع و خلاقیت بها داده شود نه محفوظات. نقش کارآفرین در توسعه صنعتی، اقتصادی و ایجاد اشتغال در جامعه باید به صورت یک باور همگانی درآمد و این اعتقاد به وجود آید رشد و توسعه از طریق نوآوری و خلاقیت اقتصاد دانش محور که در دنیای امروز و در امکان پذیر است. انجام تحقیقات بنیادی به عنوان پایه و اساس تولید علم و تحقیقات کاربردی به عنوان به کارگیری مبانی علمی در توسعه فناوری مورد حمایت و نتایج حاصله به طور پیوسته ارزیابی و دستاوردهای آن به زبان ساده در سطح جامعه ترویج می‌شود تا در ذهن جوانان شکوفه‌های نوآوری و خلاقیت شکل گیرد. بخش‌های تحقیق و توسعه (R&D) شرکت‌ها باید حمایت شوند و به نقش کارآفرینان در تولید محصولی جدید و فرآیندهای نو در تولید بها داده شود. میدان رشد برای افراد خلاق و کارآفرین باز باشد، تا هم‌افزایی لازم در مراکز تحقیق و توسعه به وجود آید و انگیزه کار مضاعف شود. مراکز مالی حمایت‌کننده از کارآفرینان در سراسر کشور فراگیر شود. دولت و موسسات مسئول توسعه فناوری با مکانیزمی مناسب این مراکز را پشتیبانی و بخشی از خطر سرمایه گذاری را قبول نمایند قوانین و مقررات مالی و مالیاتی به گونه‌ای تدوین شود که انگیزه لازم جهت فعالیت‌های کارآفرینی به وجود آید. خرید تولیدات شرکت‌های کارآفرین و سایر محصولات داخلی باید با برنامه ریزی مناسب مورد حمایت دولت قرار گیرد، به گونه‌ای که ضمن ایجاد انگیزه برای تولیدات داخلی به رقابت پذیر بودن محصولات نیز توجه شود. افراد کارآفرین مورد حمایت و احترام باشند و کسب درآمد و ثروت از طریق کارآفرینی یک ارزش محسوب گردد.

### ۱۳. نتیجه گیری

با توجه به سطح فرهنگی، روابط اجتماعی، نظام آموزشی، نوع حمایت های دولتی، زیر ساخت های اجتماعی، دسترسی به سرمایه های خطر پذیر، مهارت های کسب و کار و سطح فناوری، سطح کارآفرینی در بین کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. کارآفرین دارای عزم و اراده، اعتماد به نفس و استقلال طلب است. قدرت تخیل، دور اندیشی، خودجوشی، بصیرت، تفکر مثبت، توانمندی در ایجاد ارتباط از دیگر ویژگی های کارآفرینان است. قطعاً امروز یکی از دغدغه های اساسی در کشور ایجاد کار و اشتغال مولد برای جوانان است. بنابراین باید با برنامه ریزی دقیق انجام و بستر لازم را فراهم نمود، تا یادگیری و خلاقیت در جامعه به یک فرهنگ تبدیل شود. باید روح کارآفرینی در سراسر کشور گسترده گردد تا جوانان کشور با شور و اشتیاق وارد فعالیت های کارآفرینی شوند و خود مولد کار باشند نه به دنبال کار در جامعه سرگردان به سر برند. ایران فردا را ایران برای رسیدن به این هدف که باید کارآفرین بسازیم برای مواردی همانند موارد اشاره شده ذیل که به عنوان پیشنهاد مطرح شده برنامه اجرایی تهیه کنیم و مصمم و معتقد باشیم که راه گریز از بحران بیکاری و راه توسعه اقتصادی و صنعتی جز از راه توسعه کارآفرینی میسر نخواهد بود.

### مراجع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۵۱). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. تهران انتشارات جاجرمی.
- هاشمی، حمید. (۱۹۳۱). نمای کارآفرینی در جهان، موسسه کار و تامین اجتماعی.
- سخدری، سید جواد. (۱۹۳۳). مزایا و منافع کارآفرینی، مدیر مرکز کارآفرینی و اشتغال.
- اکبری، فاطمه. (۱۹۳۱). کارآفرینی در ایران، دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- بهرامی زاده. علی. (۱۹۳۳). رویکردهای نوین در کارآفرینی، معاون دفتر فناوری اطلاعات استانداری خراسان رضوی.
- جهانگیری، علی. (۱۹۳۱). توسعه پایدار و کارآفرینی در دولت، مجله مدیریت تولید، شماره ۱۳.
- شفقت، ابوطالب و همکاران. (۱۹۳۱). ارائه الگوی کارآفرینی روستایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی، همایش ملی توسعه پایدار روستایی با تاکید بر بخش کشاورزی.
- نیکپور، هدیه. (۱۹۳۷). نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و صنعتی،
- محمد داودی، امیر حسین. (۱۹۳۱). توسعه پایدار و کارآفرینی در دولت، مجموعه مقالات علمی رشته مدیریت آموزشی، برنامه ریزی درسی و آموزشی.

شعبانیان، فاطمه. (۱۹۳۱). نقش کارآفرینی در رشد و توسعه پایدار.  
جاهدی کورعباسلو، حمید. (۱۹۳۱). نقش کارآفرینان در توسعه ملی.  
ازکیا، مصطفی، سیف‌اللهی، سیف‌اله و توصیفیان، احمد. (۱۹۳۳). نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه.  
حکمت، مسعود و همکاران. (۱۹۳۱). نقش آموزش در توسعه کارآفرینی جهت دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.  
مقیم، سید محمد. (۱۳۳۱). کارآفرینی موضوعی میان رشته‌ای و فراگیر، ماهنامه تخصصی بازاریابی، ش ۲۲.

Cornwall, J. & Perlman B, (1990). Organizational Entrepreneurship, Richard Irwin.  
Vesper, K, Gartner, W, (1997). Measuring progress in entrepreneurship education, Journal of Business venturing, PP. 566-591.  
Echols, A & Christopher, N, (1998). The Impact of Behaviors and Structure on Corporate Entrepreneurial Success, Journal of Managerial Psychology, Vol 13, No. 1-2.  
Prokopenko, Joseph (1991). Labour Organization.  
Fu Tony & Yu Lai, (2001). Toward a Theory of the Entrepreneurial State. International Journal of Social Economics, Vol. 28, No. 9.  
Web site: <http://ulduztourism.com/tourismeducation/managementarticle/819-karafarinan-toseae-melli.html>  
Wiliam Care Elwood & Tse Eliza, (1995). The Relationship between Strategy and Entrepreneurship, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 7, No. 1, 1995.  
Doyel, Chrisitna S. (1992). Outcome Measures for Information Literacy within the National Educational Goals of 1990. , cited in ERIC.