

عنوان مقاله:

نقش دولت در توسعه کارآفرینی

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان جهاد دانشگاهی

عنوان: نقش دولت در توسعه کارآفرینی

گردآوری: اداره آموزش

تاریخ انتشار: ۱۳۸۱

کد گزارش: ۸۱-۲۳۱۳۵/۴

نشانی: تهران، خیابان ولی عصر، پائین تر از خیابان دکتر فاطمی، کوچه میرهادی، پلاک ۳ - اداره امور آموزشی

www.jobiran.com

نقل مطالب با حفظ حقوق معنوی سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان و با ذکر مشخصات کامل گزارش بلامانع است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۳	مفاهیم و تعاریف کارآفرینی
۶	کارآفرینی ذاتی است یا اکتسابی؟
۶	ضرورت آموزش کارآفرینی
۸	تجربیات دوران کودکی
۹	ارزشهای فرهنگی
۱۰	بسترسازیهای لازم جهت پرورش کارآفرین
۱۱	نقش دولت در توسعه و حمایت از کارآفرینی
۱۱	۱- سرمایه‌گذاری
۱۲	۲- تصحیح نظام آموزشی
۱۴	۳- نقش رسانه‌های ارتباطی
۱۵	۴- حمایت اجرایی (تشریفات اداری)
۱۶	۵- آموزش افراد در نقاط محروم و دور افتاده کشور
۱۷	۶- مساعدت نسبت به کارآفرینان جدید
۱۷	۷- ایجاد گروههای تحقیقاتی و مراکز رشد دانشگاهی
۲۰	نتیجه‌گیری
۲۱	فهرست منابع

مقدمه:

سالهاست که شاهد شکستن روحیه و افسردگی جبران‌ناپذیر هزاران جوان ایرانی هستیم که با عشق و امید به آینده در کنکور شرکت می‌کنند و در این کنکور شکست می‌خورند و زیباترین ایام جوانی خود را با افسردگی، یأس و سرخوردگی آغاز می‌کنند.

از آن بدتر وقتی است که دهها هزار جوان فارغ‌التحصیل و تحصیل‌کرده دانشگاهی بیکار را می‌بینیم که برای یافتن شغلی متناسب با مدرک خود، تمام شهر را زیرورو می‌کنند و تنها راه نجات خود را در بازار آن سوی مرزها جستجو می‌کنند. واقعاً اشکال کار کجاست!؟

چرا هر وقت که صحبت از جوان ایرانی به میان می‌آید، همه از هوش و زیرکی بی‌نظیر او سخن می‌گویند و هر زمان که بحث درآمدسازی و شغلیابی مطرح می‌شود، جوان ایرانی بیکارترین و کم‌کارترین فرد محسوب می‌شود؟ مشکل کجاست که جوان دانشمند و زیرک و صاحب علم ایرانی نمی‌تواند از این علم و دانش خود کار و درآمد شایسته‌ای بدست آورد و در نتیجه بیکار و فقیر مانده است؟ از کجا باید شروع کرد تا بتوان این مشکل را حل کرد؟

با اینکه سالهاست از شیوع تب کارآفرینی در کشور می‌گذرد، اما هنوز، واژه کارآفرینی مفهوم واقعی خود را به اذهان متبادر نمی‌کند و هنوز دولتمردان و مسئولان در سخنرانیها و مقالات خود از این واژه به عنوان راه‌حلی برای معضل بیکاری استفاده نمی‌کنند. شاید به همین دلیل باشد که هنوز هیچ یک از دانشگاههای کشور بطور رسمی و آکادمیک کارآفرینی را آموزش نمی‌دهند، همانطور که هنوز برای خلاقیت و نوآوری - بعنوان عامل کلیدی و رمز ورود و بقاء در بازارهای رقابتی و کسب و کارهای جدید - آنقدر ارزش قائل نیستند که حداقل به اندازه یک واحد درسی برای دانشجویان درس خلاقیت در نظر بگیرند.

یکی از عمده‌ترین ویژگی‌های دنیای فراروی ما تغییر و تحولات ژرف و سریع در عرصه‌های علمی - فنی و چالش‌های پی در پی آن در صحنه‌های اجتماعی است. شرایطی که امروزه بر انجام فعالیت‌های اجتماعی حاکم است با آنچه ده سال پیش وجود داشت، کاملاً فرق می‌کند. نیاز بیشتر به انعطاف‌پذیری و رقابت، افراد جامعه را ملزم به جستجوی راه‌های سازنده برای بهبود بهره‌وری و در نتیجه بالا بردن سودآوری می‌کند.

امروزه تجربیات فراوانی در سراسر دنیا راجع به طراحی برنامه‌ها، ایجاد و ارتقاء انگیزه و کمک به کارآفرینی وجود دارد، و اعتقاد بر این است که آموزش کارآفرینی، لازمه توسعه کارآفرینی و در نتیجه توسعه جامعه در ابعاد مختلف است. بر همین اساس در زمینه‌های سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌های آموزش کارآفرینی همت گماشته‌اند. از جمله در بسیاری از دانشگاه‌ها علاوه بر آموزش‌های کلاسیک، آموزش‌های حرفه‌ای و کاربردی در راستای حل مشکلات اقتصادی و صنعتی بکار می‌بردند.

در این مقاله سعی بر آن است تا به بررسی راهکارهای مختلف در زمینه ایجاد، رشد و توسعه کارآفرینی بعنوان موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی، به نقش دولت بعنوان متولی اصلی نظام‌های اداره‌کننده کشور (بدلیل وجود نظام متمرکز) پرداخته شود.

مفاهیم و تعریف کارآفرینی:

بطور کلی کارآفرینی از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون مختلف زندگی انسان حضور داشته و مبنای تمامی تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده است، لذا تعاریف متنوعی از آن شده است. با این همه مفهوم و ماهیت اصلی کارآفرینی هنوز شناخته شده نیست و نمی‌توان تعریف استانداردار جامع و مانعی از آن بدست آورد.

اساساً ادبیات کارآفرینی بیانگر آن است که تا به حال برای تعریف کارآفرینی از روش استقرایی استفاده شده است. بدین معنی که سعی شده فقط براساس خصوصیات عده‌ای از افراد موفق در امور کسب و کار، تعریفی برای کارآفرینی ارائه دهند. اما از آنجا که حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه محدود به امور کسب و کار و اشتغال نبوده، به مرور قلمرو آن بیشتر پرداخته می‌شود، در نتیجه مفاهیم و تعاریف کنونی کارآفرینی جامعیت و مانعیت خود را از دست می‌دهد.

نگاهی گذرا به سیر مفهوم و حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که ابتدا (سده شانزدهم) کسانی را که در امر هدایت ماموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند و از آن پس به انواع کارهای سخت و ریسک‌پذیر نیز اطلاق می‌شد. از حدود ۱۷۰۰ میلادی به بعد فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند به کرات لفظ کارآفرین را بکار برده‌اند.

واژه کارآفرینی معادل واژه انگلیسی Entrepreneurship است که از کلمه فرانسوی Entreprenre به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی و بستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل

نماید. از میان تعاریف موجود در زمینه کارآفرین و کارآفرینی به چند تعریف از صاحب‌نظران متخصص و تأثیرگذار در امر کارآفرینی پرداخته می‌شود:

برطبق نظر شومپتر (Schumpeter ۱۹۸۴) کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. وی کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف می‌کند. وی می‌گوید: ویژگی تعیین‌کننده وی، همانا انجام کارهای نو یا ابداع روش نو در انجام کارهای جاری است. از اینرو وی مدیر را تنها هنگامی کارآفرین می‌داند که تخریب خلاق یا نوآورانه از خود بروز می‌دهد.

از دید پنروز (Penrose ۱۹۶۸) جنبه اصلی کارآفرینی همانا شناسایی و بهره‌برداری از فکرهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکت‌های کوچکتر است.

لایوسی (Livesay ۱۹۸۵) کارآفرین را چنین تعریف می‌کند: کسی که فرصت بازار را درک می‌کند و سرمایه لازم برای بهره‌برداری را یکپارچه می‌نماید.

پیتر دراگر (Dracker ۱۹۸۵) معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. استیونسون (Stevenson ۱۹۸۵) کارآفرینی را یک فرآیند می‌داند وی معتقد است: کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر بفردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتهاست.

در مسیر تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگیها، کارکردها و فعالیتهای متنوعی به فرد کارآفرین نسبت داده می‌شود. در اینجا بطور خلاصه به برخی از ویژگیها و صفات کارآفرین اشاره می‌شود:

خلاق، نوآور، پویا، عاشق کار و تلاش مستمر، مخاطره‌پذیر، آینده‌نگر، ارزش‌آفرین، آرمان‌گرا، فرصت‌گرا، نیازمند پیشرفت، مثبت‌اندیش، رقابت‌جو، نیازمند توفیق، گرایش به قدرت، گرایش به

رفاه اقتصادی، قدرتمند، رهبر، استقلال طلب، پراورزی، مبتکر، دارای اعتماد به نفس، دارای انگیزه قوی، سختکوش، نترس، جسور، کمال جو، دارای مرکز کنترل درونی، دارای تحمل ابهام و ... در واقع هر کارآفرین بالقوه یا بالفعل به یک نسبت از این ویژگیها برخوردار نیست و میزان برخورداری از این صفات در افراد مختلف، متفاوت است، اما آنچه مسلم است بهره‌مندی از برخی از این ویژگیها برای کارآفرین بودن نیاز است تا بتواند رفتارهای کارآفرینانه داشته باشد.

بطور کلی می‌توان گفت کارآفرین فردی است اهل عمل و برنامه که با انگیزه قوی برای تحقق اهدافی که به آن اعتقاد دارد با ذهنی خلاق و قدرت طراحی، کار را با صبر و استقامت دنبال می‌نماید. او می‌کوشد تا قدرت خلاقیت، ابتکار و تصمیم‌گیری را با تکیه بر وجدان کاری، انضباط و اطلاعات شغلی، همواره تعمیق و توسعه دهد و محیط کاری خود را به محیطی بهره‌ور، پویا، شاداب و خدایسندانه تبدیل نماید. او دائماً در حال تغییر و رشد است و با تلاش مستمر می‌کوشد با اتکا به نفس فراوان از حداکثر تواناییها برای منافع مادی و معنوی خود و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند بهره‌برداری کند.

کارآفرین و کارآفرینی از دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفته است کارآفرین مستقل یا فردی، و کارآفرین سازمانی یا اداری. کارآفرین مستقل: فردی است که مسئولیت اولیه وی جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کاری را بسیج می‌نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمات جدید می‌باشد. کارآفرین سازمانی، کسی است که تحت حمایت یک شرکت محصولات، فعالیتها و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره‌برداری می‌رساند.

کارآفرینی ذاتی است یا اکتسابی؟

در مبحث پیش، در مورد صفات و ویژگیهای افراد کارآفرین توضیحاتی داده شد. اما می‌خواهیم بدانیم آیا این صفات و ویژگیهای کارآفرینی از بدو تولد بطور ارثی از پدر و مادر به او منتقل می‌شوند یا این صفات در طول عمر پرورش می‌یابند؟ زمانی بود که تصور می‌شد کارآفرینان بجای ساخته شدن، متولد می‌شوند. صفات آنها بقدری نادر و مخصوص بود که در هر جایی یافت نمی‌شد. اما امروزه شواهد کافی موجود است که نشان دهد صفات کارآفرینی می‌تواند در نتیجه آموزش، تجربیات دوران کودکی، استقلال، به خود متکی بودن و در معرض ارزشهای فرهنگی بخصوص مرتبط با کار و صنعت قرار گرفتن، پروراندن شود.

ضرورت آموزش کارآفرینی:

در جامعه امروز با دو مشکل عمده مواجه هستیم از یک طرف مشکل بیکاری جوانان پرشور و اشتیاق و با استعداد و خلاق که فارغ‌التحصیل از مراکز آموزش عالی و دانشگاهها هستند، و مهمترین، باارزشتترین و اساسی‌ترین رکن توسعه جامعه بشمار می‌آیند. از طرف دیگر نیاز به افراد متخصص، ماهر و کارآمد در رشته‌ها و زمینه‌های مختلف از اساسی‌ترین نیازهای جامعه است و بعنوان یکی از مهمترین محورهای برنامه توسعه قلمداد می‌شود.

در این راستا، آموزش، بویژه آموزش کارآفرینی، برحسب تجارب بسیاری از کشورهای توسعه یافته از حیث اقتصادی و اجتماعی، یکی از محوری‌ترین و بنیادی‌ترین برنامه‌ها برای توسعه همه جانبه ملی و پایدار اشتغال و کارآفرینی بشمار می‌آید. در پرتو این آموزشها، خلاقیتها و نوآوریها

شکوفای گشته و به بار می‌نشیند و جامعه را به سمت کمال و توسعه سوق می‌دهد و از این طریق می‌توان بر دو مشکل بیکاری جوانان و نیاز به افراد متخصص و ماهر فائق آمد.

کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه بعنوان یکی از ارزانتترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارآیی می‌باشد. کارآفرینان از عوامل ضروری تغییر در یک اقتصاد مبتنی بر بازارند. آنها امکان استفاده مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم می‌آورند و داد و ستد بین بخشهای مختلف با امکانات و اولویتهای متفاوت را تسهیل می‌سازند. همچنین رفتار کارآفرینانه عامل شتاب‌دهنده تولید، انتشار و کاربرد ایده‌های نوآورانه است و در جوامعی که دستخوش تغییرات سریع اقتصادی هستند، کارآفرینی تأثیرات زیانبار اجتماعی را از طریق ایجاد فرصتهای شغلی تعدیل می‌بخشد.

تأثیر آموزش کارآفرینی بر این فرض استوار است که جامعه‌ای می‌تواند توسعه و بهبود یابد که افراد آن بطور سیستماتیک و مداوم با تکنولوژی جدید آشنا شوند و در جهت بهسازی و رشد خویش گام بردارند و طرز برخورد و رویرو شدن با تغییرات و بهره‌برداری از فرصتها و نقش داشتن در آن را یاد بگیرند، نمی‌توان افقهای توسعه کشور را ترسیم نمود و یا برنامه ورود به بازارهای جهانی را داشت، اما افراد و جوانان را آماده نکرد و توان تخصصی و عمومی آنان را افزایش نداد. توسعه پایدار که همانا رشد مستمر کیفیت زندگی برای همگان است، زمانی محقق خواهد شد که در استفاده از ابزارهای تولید و ارائه خدمات جدید، مناسب و مطلوب توانمند باشند و این امر با تکامل آموزش کارآفرینی مداومت و استمرار خواهد یافت. از طریق آموزش کارآفرینی نه تنها می‌توان افراد را با تکنیک و فنون کارفردی و گروهی آشنا ساخت، بلکه می‌توان در طرز فکر، نگرش و افق دید آنها رسوخ کرده و تغییراتی متناسب با رشد و توسعه فردی و سازمانی در آنها پدید آورد. نمی‌توان تغییرات را بصورت مصنوعی ایجاد کرد، بلکه باید به کارهای

اساسی و زیربنایی که در واقع تضمین‌کننده ایجاد یک نظام کارآمد است پرداخت. باید طرز فکر، نگرش و افق دید را به گونه‌ای تغییر داد که افراد قبول کنند «تنها راه پیشرفت و اصلی‌ترین راه پیشرفت، شغل است.» بایستی این امر را به صورت یک فرهنگ ملی گسترش داد و این امر تنها با آموزش و بویژه آموزش کارآفرینی امکان‌پذیر است. آموزش کارآفرینی تنها پلی است که می‌تواند ما را از دنیای امروز به دنیای پرتغییر و تحول فردا رهنمون باشد.

تجربیات دوران کودکی:

روانشناسان معتقدند که پنج سال اول زندگی بیشترین تأثیر را در زندگی شخص دارد. این دوران زمانی است که جو اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و روانی اطراف کودک اثر همیشگی بر شخصیت او می‌گذارد.

مطالعات مربوط به گذشته کارآفرینان موفق نشان می‌دهد که آنها از خانواده‌هایی که ارزشهای خاصی برای استقلال و اتکا به خود و خلاقیت قائل هستند بیرون می‌آیند. این نشان می‌دهد که پدر و مادرها اولین بذر کارآفرینی را در ذهن بچه‌ها می‌توانند بکارند. مثلاً هنگامی که کودکی یک کاردستی زیبا درست می‌کند و مورد تشویق والدین قرار می‌گیرد، خلاقیت و ابتکار در درون او شکوفا می‌شود. یا اگر از همان ابتدا اجازه اظهارنظر به کودک داده شود، محیط و بستر برای ایجاد و رشد کارآفرینی و کارآفرینان فراهم می‌شود.

از طرف دیگر می‌توان فعالیتهای تجاری، صنعت و یا مشاغل مشابه را بعنوان بازی و سرگرمی به کودکان آموزش داد. چینی‌ها از این روش برای کودکان خود استفاده می‌کنند. کودکان چینی در دوران اولیه رشد، فروش، شمارش پول، خرد کردن پول، بازار و تحویل کالا را یاد می‌گیرند. این

گونه آموزشهای زود هنگام، کمک مؤثری برای توفیق کارآفرینان در کارهایشان می‌شود. این افراد در دوران مدرسه، دبیرستان و دانشگاهها به افرادی مطمئن، فعال، اجتماعی که از نظر احساس مستحکم و از نظر ذهنی کنجکاو هستند، تبدیل می‌شوند.

ارزشهای فرهنگی:

ظهور کارآفرینان به ارزشهای فرهنگی و یا آرمانهایی که توسط عامه بعنوان استانداردهای رفتاری اجتماعی پذیرفته شده است، بستگی دارد. مطالعه ویژگیهای اجتماعی کارآفرینان موفق نشان می‌دهد، این افراد معمولاً از فرهنگهایی می‌آیند که نگرش بخصوصی به فعالیتهایی چون رقابت، وقت و زمان، کسب و کار، وضعیت اجتماعی، و پول داشته‌اند. برای مثال داشتن نگرش مثبت نسبت به رقابت خوب و صادقانه، می‌تواند باعث شکوفا شدن کارآفرینی شود و رقبا را برای یافتن راههای مؤثرتر استفاده و اداره منابع تشویق کند.

برنامه‌ریزی طولانی مدت و پیش‌بینی اوضاع آینده برای موفقیت در تجارت، ضروری است. فرهنگهایی که زمان حال را براساس آینده بنگرند، موجب رشد روحیه کارآفرینی می‌شوند. یکی از عوامل مهم و اساسی فرهنگی در کارآفرینی اصول اخلاق کاری می‌باشد. فرهنگ باید کار را به عنوان یک وظیفه دیده و کار صادقانه و مؤثر را ارج نهد اگر می‌خواهیم اشخاص وظایف شغلی خود را به نحو احسن انجام دهند، باید وجدان کاری و تعهد نسبت به کار و وظیفه محوله را بعنوان یک ارزش در جامعه و فرهنگ گسترش و ترویج کرد. در حقیقت باید نگرش مثبت و عشق به کار را در فرهنگ نهادینه کرد تا به افزایش کارآیی و بهره‌وری کمک کند. این مسئله در مورد ورزشکاران، متخصصین و هنرمندان نیز صدق می‌کند.

عشق و علاقه به کار باید بصورت یک ارزش و انگیزه درونی درآید تا فرد با تمام انرژی به کار پردازد و در عین حال تنبلی را مورد تنبیه قرار دهد و ضد ارزش تلقی کرد. از طرف دیگر بنظر می‌رسد برخورد یک فرهنگ نسبت به ارزش پول و کسب حلال آن، موجب ظهور کارآفرینان بسیاری می‌شود. وقتی مردم ارزش بیشتری برای ارزانی و قابل استفاده بودن کالا قائل شوند و زیبایی، دوام و کیفیت آن را در نظر بگیرند، در حقیقت موجب تشویق روحیه کارآفرینی شده‌اند.

بسترسازیهایی لازم جهت پرورش کارآفرین:

با توجه به مباحث گذشته می‌توان نتیجه گرفت که آموزش یک ضرورت انکارناپذیر در توسعه کارآفرینی است. آگاه سازی و ایجاد فرهنگ و روحیه کارآفرینی، انتقال دانش فنی و مهارتهای خاص کارآفرینی، آماده‌سازی مخاطبان برای پژوهش در مقوله کارآفرینی و ایجاد اشتغال و راه‌اندازی کسب و کار، و تحکیم و حفظ بقای کسب و کارهای نوپا از جمله اهدافی هستند که توسط دوره‌های آموزشی کارآفرینی تعقیب می‌شوند.

از سوی دیگر، آموزشهای کارآفرینی در صورتی اثربخش هستند که با سایر اقدامات ترغیب کننده و تسهیل‌کننده همچون تأسیس صندوقهای سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، ایجاد انکوباتورها، تأسیس پارکهای علمی، و تصویب قوانین و مقررات لازم همراه باشند.

نقش دولت در توسعه و حمایت از کارآفرینی:

با توجه به اهمیت کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دارند، بنظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی باشد. دولت از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود. در این زمینه دولت (منظور از دولت تمام اجزاء نظام اداره‌کننده کشور) به عنوان بوجود آورنده، کمک‌کننده و تسهیل‌کننده برای پیشبرد جامعه در مسیر توسعه پایدار کارآفرینی می‌تواند با توجه به موارد زیر به این امر کمک کند:

۱- سرمایه‌گذاری:

دولت به عنوان متولی اصلی اقتصاد کشور، نقش بسزایی در سرمایه‌گذاری برای کارآفرینی دارد. دولت می‌تواند از طریق ایجاد تسهیلات بانکی جهت اعطای وام‌های کم بهره بصورت درازمدت به افراد شایسته و کاهش هزینه‌های نسبی از طریق تخفیف مالیات و اعطای رایانه (جهت ایجاد شغل‌های جدید، ارتباط با بنگاه‌های بزرگ برای بهره‌گیری از آموزش‌های فنی - حرفه‌ای و نیز استخدام کارگران جدید) به تشویق و گسترش روحیه کارآفرینانه کمک کند. تعیین شایستگی افراد می‌تواند توسط سازمان یا کمیته‌ای که از افراد آگاه تشکیل شده باشد انجام شود. از طریق اعطای وام‌های بدون بهره به کارآفرینانی که به ایجاد فرصت‌های شغلی در مناطقی که از نظر برنامه‌های دولت مناسب و خارج از شهرهای بزرگ است، می‌پردازند، سبب بهبود وضعیت اقتصادی مناطق محروم نیز می‌شود. تخصیص دادن مبلغی خاص در بودجه سالانه برای ایجاد

انکوباتورها (مراکز شرکتها)، ایجاد پارکهای علمی - تحقیقاتی برای دانشگاههای صنعتی و ایجاد رشته‌های دانشگاهی در رابطه با کارآفرینی باید از برنامه‌های دولت باشد.

۲- تصحیح نظام آموزشی:

حتی اگر شواهد نشان دهند که صفات کارآفرینی در کودکی پرورش می‌یابند، یا ظهور فعالیت‌های کارآفرینی، ارزشهای فرهنگی خاصی را طلب می‌کند، دلیل بر این نیست که نتوان جوانان و بزرگسالان را برای کارآفرینی، پرورش داد. نکته مهمی که باید به یاد داشت اینست که شخصیت انسان قابل انعطاف بوده و می‌تواند داده‌ها، ارزشها و افکار جدید را جذب کند، فقط باید به لزوم و قابل استفاده بودن آنها اعتقاد داشت.

برای این منظور نظام آموزشی باید مبتنی بر یادگیری باشد نه آموزش صرف. این دو مقوله با هم تفاوت دارند آموزش عالم می‌پروراند و یادگیری عامل. در واقع عامل صاحب علمی است که می‌تواند به علمش عمل کند و آن را در جهت تغییر و بهبود محیط به خدمت گیرد.

نظام آموزشی کشور از پایین‌ترین مرحله یعنی پیش‌دبستان و دبستان تا عالی‌ترین سطح آن یعنی دانشگاه باید بر مبنای کارآفرینی تغییر کند. باید اصل آموزش براساس پرورش خلاقیتها و باز کردن میدان برای بروز خلاقیتها و نوآوریها گذاشته شود. ایجاد دروس کاربردی و مورد نیاز، به عنوان واحدهای درسی اصلی و تأثیرگذار باید جزء برنامه‌های دولت، آموزش و پرورش و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری قرار گیرد. برای آموزش این دروس باید از افراد آگاه و متخصص استفاده کرد. زیرا نخستین وظیفه مورد انتظار از نظام آموزشی در جوامع امروزی آماده

کردن جوانان برای اشتغال در فعالیتهای تولیدی و جدید است. به عبارت دیگر ارتباط متقابل آموزش و کسب مهارت اشتغال و کار دلیل منطقی و بنیادی گسترش نظام آموزشی کشورهاست. از قدرت دولت برای تأثیر بر فعالیتهای توسعه کارآفرینی در آموزش و پرورش و سیستم آموزشی و مؤسسات وابسته به آن می‌توان استفاده کرد. دولت از طریق این سیستم مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی می‌تواند معرفی کند. برای ارتقاء کارآفرینی، می‌تواند ابزار آموزشی با موضوع کارآفرینی را در میان دانش‌آموزان توزیع کند. کتاب، جزوه، راهنما و ماخذهای چگونگی شروع و مدیریت مؤسسات را می‌تواند در مدارس و کتابخانه‌ها توزیع کند تا بدین ترتیب دانش‌آموزان آگاه‌تر شده و در زمان شروع کار خود آمادگی بیشتری داشته باشند.

در این راستا نیز باید از دانش‌آموزانی که روحیه و توان کارآفرینی دارند، حمایت کنند. آنان را باید تشویق کرد تا پس از فارغ‌التحصیلی، به جای جویندگان کار افرادی باشند که خود می‌توانند کار جدیدی را شروع کنند و برای دیگر افراد نیز کار و اشتغال ایجاد کنند.

در کتابهای درسی باید برای درج خاطرات و مجاهدتهای کارآفرینان بزرگی که دستاوردهای ملی داشته‌اند جایی باز کرد. همانگونه که درباره پسر قهرمانی که سدی را از شکسته شدن نجات می‌دهد، آورده می‌شود، درباره کارآفرینانی که شرکتهای کوچک تأسیس کرده‌اند و با زحمت و تلاش آن را به شرکتهای عظیم، موفق و ثروت‌آفرین تبدیل کرده‌اند و از این طریق برای صدها و هزاران نفر شغل ایجاد کرده‌اند، بعنوان قهرمان ملی در کتابها، فیلمها و تصاویر آورده شوند و آنها را بصورت یک الگو در اختیار جوانان قرار دهند. نتیجه این دستاورد این است که جوانان و نوجوانان شایسته این مرز و بوم با الگوبرداری از این قهرمانان و با درک و شناسایی واقعی استعدادهایشان راه آرزومندی و تحقق بخشیدن به رویای آینده خویش را پیدا می‌کنند و از میان این قهرمانان الگوبرداری

می‌کنند و آینده هرچه بهتر و شکوفاتری را برای تحقق بخشیدن به سیاستهای استقلالی، رفاه و عدالت اجتماعی کشور رقم خواهند زد.

۳- نقش رسانه‌های ارتباطی:

ضمن آنکه برنامه‌های درسی و آموزشی و تمام زنجیره نظام آموزشی را باید در جهت کارآفرینی و پرورش کارآفرین تجدیدنظر کرد، باید بدنبال «هوش کارآفرینی ملی» برای تمام مردم کشورمان بود. اگر بتوان هوش کارآفرینی را از طریق آموزش همگانی پرورش داد، طبیعتاً افراد زیادی می‌توانند در زندگی و کار خود کارآفرینان پیشرفته‌ای شوند.

برای این منظور می‌توان از رسانه‌های ارتباطی استفاده کرد. رسانه‌های ارتباطی ابزارهای آموزش‌دهنده محسوب می‌شوند زیرا مردم همواره از آنها می‌آموزند و تأثیر می‌پذیرند. این ابزارها می‌توانند نگرشها و یا مهارتهای خاصی را توسعه دهند. رسانه‌های ارتباطی چه عمداً بکار گرفته شوند و چه به صرف ماهیت ذاتی خویش عمل کنند، سیستم آموزشی هماهنگ و کارآیی را برای افراد فراهم می‌آورند.

رسانه‌های آموزشی می‌توانند به چهار طریق به یادگیری و آموزش کمک کنند:

- ۱- رسانه‌هایی از قبیل فیلم، ویدئو، فیلم استریپ و نوار صوتی یا تصاویر، تجارب غیر مستقیم را بجای تجارب مستقیم (وقتی امکان‌پذیر نباشند) در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهند.
- ۲- بصورت ابزار اصلی انتقال اطلاعات، ارتباطی دقیق را سبب می‌شوند.

۳- با استفاده از شرایط فیزیکی، انگیزش، رنگ، واقع‌گرایی و خلاقیت، سبب ایجاد علاقه به یادگیری در فراگیران می‌شوند.

۴- بر روشها و امکانات موجود معلم می‌افزایند. به این ترتیب او می‌تواند تجارب یادگیری متناسب و جدیدی را برای دانش‌آموزان تنظیم کند تا به راحتی به هدفهای آموزشی مورد نظر دست یابند.

از طریق رسانه‌های ارتباطی بخصوص صدا و سیما بعنوان یک رسانه ملی می‌توان ارزشهای فرهنگی و اصول اخلاقی کار را در جامعه و در اذهان اقشار مختلف نهادینه کرد.

۴- حمایت اجرایی (تشریفات اداری):

کارآفرین، کار خود را به محض اینکه به آن فکر کرد، شروع نمی‌کند، بلکه باید کار خود را به ثبت برساند، مجوزهای لازم را دریافت کند و پروانه کار بگیرد و حتی درخواست وام نماید. تمامی این مراحل وقت‌گیر بوده و در اکثر مواقع کارآفرینان باید با ادارات دولتی مختلف سروکار داشته باشند. دولت در این زمینه به راحتی می‌تواند از تشریفات اداری کاسته و راه را برای فعالیت کارآفرینان هموار کند. روشهای موثرتر در نامه‌نگاریها از طریق فاکس، اینترنت و ... و نیز راههایی برای جلوگیری از فساد و رشوه، کارآفرینان را به انجام کارهای اداری ترغیب می‌کند. زیرا ثبت شرکت، کارآفرین را از گزند رقبایی که ممکن است محصولات او را کپی کرده و از نام شرکت او سودجویی کنند حمایت می‌کند. از طرف دیگر، مصرف‌کننده را از خرید محصولات تقلبی و کالاهای غیراستاندارد محافظت می‌نماید.

۵- آموزش افراد در نقاط محروم و دور افتاده کشور:

دولت برای آموزش افراد در مناطق محروم کشور باید تدابیر ویژه‌ای بیندیشد، باید مراکزی بصورت رایگان و به هدف علاقمند و آشنا نمودن این گروه با اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان بوجود آورد. می‌توان با تخصیص سرمایه‌گذاری‌ای اندک مراکزی برای تربیت و تأمین نیروی انسانی جهت آموزش کارآفرینی و استفاده از فرصت‌های شغلی ایجاد کرد. از جمله افرادی که می‌توان برای این منظور آموزش داد، معلمین آموزش و پرورش در روستاها و یا سرباز وظیفه‌هایی که در پادگانها بسر می‌برند و بزودی دوران خدمت آنها پایان یافته و به شهر و روستای خود باز می‌گردند، بهره گرفت. حتی از این طریق می‌توان از مهاجرت جوانان روستایی به شهرها جلوگیری کرده و همچنین به پیشرفت و آبادانی مناطق دور افتاده کشور کمک کنند. در این زمینه دولت می‌تواند با ایجاد تسهیلاتی از جمله موارد زیر به توسعه کارآفرینی کمک کند.

الف - احداث جاده‌های خوب جهت رساندن به موقع محصول به مقصد،

ب - ایجاد تسهیلات ارتباطی مانند تلفن، دورنگار، پست الکترونیکی، پست صوتی، شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی نظیر اینترنت و ... جهت امکان تماس با مشتریان داخلی و خارجی

ج - احداث بنادر جهت ارسال و دریافت محصول، امکانات و تسهیلات بانکی جهت سامان بخشی به فعالیت‌های مالی و ... سبب جذب و تشویق کارآفرینان می‌شود.

۶- مساعدت نسبت به کارآفرینان جدید:

کارآفرینانی که برای اولین بار وارد عرصه کاری می‌شوند، سرمایه‌های چند میلیونی ندارند. آنها معمولاً مؤسسات کوچکی را که بتوانند به تدریج آن را توسعه داده و در آینده به مؤسسه بزرگی

تبدیل کنند، تأسیس می‌کنند. این کارآفرینان کوچک به همکاری دولت در زمینه‌های مختلف نیاز دارند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف - کمکهای بازاریابی: این گونه مساعدتها در قالب اطلاعات در مورد خریداران محصولات و منابع و مواد اولیه و امکانات صادرات، در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهد.

ب - کمکهای فنی و تکنولوژی: اینگونه کمکها، مشاوره در مراحل تولید و آماده سازی مطالعات اولیه پروژهها را در برمی‌گیرند و شامل سرویسهای مهندسی، تحقیقات علمی، کنترل کیفیت و بهبود تولید و غیره است.

ج - کمکهای مالی: در اختیار گذاشتن پول از طریق وام برای شروع و توسعه مشاغل از جمله فعالیتهای دولت است.

د - کمکهای آموزشی و مشاوره‌ای: برگزاری دوره‌های آموزش کاری، آموزش برای کارآفرینان و مدیران، مشاوران و کارگران متخصص در بنگاههای کوچک

۷- ایجاد گروههای تحقیقاتی و مراکز رشد دانشگاهی:

انکوباتورها (مراکز رشد) و پارکهای علمی - فناوری دو نهاد اجتماعی هستند که بیش از ۴۰ سال از تولد آنها می‌گذرد. این دو نهاد در حقیقت حلقه‌های واسطه دانشگاه و صنعت هستند که بصورت نهادینه شده و ساختاری رسالت انتقال علم از دانشگاه به صنعت و تعامل آنها را به عهده دارند و بدینوسیله علم و پژوهش را به ثروت و رشد اقتصادی تبدیل می‌کند.

انکوباتورها، مراکزی هستند که با در اختیار قرار دادن امکانات و خدمات از یک سو و مشاوره‌های لازم در زمینه‌های مدیریتی و ... از سوی دیگر ایجاد، پرورش و توسعه شرکتهای نوپا

را سبب می‌شوند. اثر مهم این مراکز ایجاد اشتغال پایدار برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است. مرکز رشد در حقیقت یک نهاد پرورشی مکمل دانشگاه است که فارغ‌التحصیلان دانشگاه در عمل یاد می‌گیرند از فن دانشگاهی خویش چگونه در بازار کار استفاده کنند.

نهاد دیگر در این رابطه پارکهای علمی - فناوری هستند. پارک علمی یا تحقیقاتی به عنوان محلی برای توسعه همکاری دانشگاه و صنعت یا مکانی برای اخذ ایده‌های تحقیقاتی دانشگاهی و پرورش، جهت ورود به بازار کار می‌باشد با کمی توسعه بیشتر، پارکهای علمی را می‌توان بعنوان معیاری برای تشویق و توسعه کارآفرینان در نظر داشت. پارک علمی مجموعه‌ای از شرکتهای مستقل و سازمانهای حمایتی می‌باشد که در یک صنعت مشابه یا مرتبط فعالیت می‌کنند.

شرکتهای کوچک و نوپا در رقابت با شرکتهای متوسط و بزرگ نمی‌توانند باقی بمانند حتی اگر رقابتی در میان نباشد. در یک فضای نامساعد اقتصادی این شرکتهای پس از مدت اندکی ورشکست می‌شوند. پارکهای علمی - فناوری و انکوباتورها با در اختیار قرار دادن امکانات و خدمات مورد نیاز در حقیقت هزینه‌های سربار شرکت را پایین آورده و ریسک آنها را کمتر می‌کند و از طرف دیگر با آموزشهای کوتاه‌مدت در زمینه‌های مختلف آنها را رشد داده و راه را برای موفقیت آنها هموار می‌سازد. برای ایجاد چنین مراکزی دولت نقش بسزایی دارد.

ایجاد نمایشگاهها و همایشهای کاربردی که هر کدام در موضوعی خاص و مخصوص برگزار می‌شود، می‌تواند تأثیرگذار باشد. این همایشها باید با هماهنگی و همکاری سازمانها و وزارتخانه‌های مختلف بوجود آید. این نمایشگاهها و همایشها باید بصورت سالانه یا دو سالانه برپا شود تا از این طریق فرصتی برای برجسته‌سازی و شاخص‌سازی اجتماعی کارآفرینان موفق را ایجاد کرد.

نقش دولت در توسعه کارآفرینی

از دیگر نقشهای دولت در زمینه رشد و توسعه کارآفرینی، در نتیجه رشد و توسعه همه جانبه جامعه می‌توان به این موارد اشاره کرد: ایجاد محیط تشویقی و برانگیزاننده به روشهای مختلف مانند پرداخت جایزه و اعطای بورس تحصیلی به محققان، سرمایه‌گذاری مشترک با صنایع بخش خصوصی، تعیین استانداردها، شناسایی تولیدکنندگان کوچک و جذب و حمایت آنها، برگزاری سمینارهای تخصصی توسط کارشناسان ارشد و خبره جهت دستیابی به راهکارهای اجرایی و تعیین نیروهای کاری ویژه‌ای برای راهبری این نتایج، کمک به بخش خصوصی برای اجرای این راهبردها و ...

نتیجه‌گیری:

با توجه به اهمیت رویکرد کارآفرینی و کارآفرینان در رشد و توسعه جامعه و سامان بخشی به بحث اشتغال و بیکاری جوانان، باید به این رویکرد بطور سیستماتیک برخورد کرده و از جوانب مختلف به آن پرداخته شود، تا به صورت یک ارزش فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جامعه نهادینه شود و نگرش افراد به این رویکرد مثبت شده و از آن در جهت هرچه شکوفاتر شدن کشور اسلامی‌امان بهره گیرند.

در این راستا دولت بعنوان متولی اصلی و در برگیرنده تمام اجزاء نظام اداره کننده کشور (نظام آموزش و پرورش، نظام آموزش عالی، نظام بانکی کشور، صدا و سیما، نظام ادارات و مؤسسات دولتی، نظام وظیفه زیر پرچم کشور، نظام مالی و مالیاتی، نظام وارداتی جهت واردات صنایع و تکنولوژی و ...) بیشترین نقش را در رشد و توسعه و همچنین نهادینه کردن ارزش والای کارآفرینی و کارآفرینان را برعهده دارد. لذا در این مقاله سعی شده به نقش اجزاء تشکیل دهنده نظام اداره کننده کشور (دولت) پرداخته شود و راهکارهای مناسب در هر یک از موارد ارائه شود.

فهرست منابع:

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۰. کارآفرینی تعاریف نظریات، الگوها. تهران - شرکت پردیس ۵۷.
- ۲- صفات، امید، ۱۳۸۰. نقش دولت در توسعه IT در اشتغال.
- ۳- صمدآقایی، جلیل، ۱۳۸۰. کارآفرینی ضد اشتغال. تدبیر شماره ۱۱۴.
- ۴- طالبی، کامبیز و ملکی فر، عقیل، ۱۳۸۰. همایش کارآفرینی و فناوری پیشرفته. مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران.
- ۵- نطاق، سیامک (مترجم) ۱۳۸۰. مقدمه‌ای بر کارآفرینی. تألیف هیأت نویسندگان. تهران: سازمان ملی بهره‌وری ایران.