

بررسی عوامل موثر بر جایگاه کارآفرینی در اقتصاد ایران

زینب جلیل پور^۱

دانشجو کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد خوراسگان اصفهان
z.hanami@gmail.com

ندا السادات حسینی

دانشجو کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد خوراسگان اصفهان
Nedaho1988@yahoo.com

ناصر ترابی

دانشجو کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه آزاد خوراسگان اصفهان
Nasertorabi625@gmail.com

چکیده

در این مقاله به نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه 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 این مقاله برآنست تا پس از بیان مسأله، اهمیت و ضرورت توسعه کارآفرینی و جایگاه آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور به بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی در اقتصاد ایران اشاره نموده و چالشهای پیش رو را بررسی و راهکارهای پیشنهادی در این راستا ارائه نماید. کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا کرده است. و همچنین در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گسترده وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علیرغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به این موضوع پرداخته میشود. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادی می کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می شود.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، توسعه اقتصادی، آموزش دولت، اشتغال، اقتصاد رقابتی

^۱ زینب جلیل پور

۱- مقدمه

امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد، به کارآفرینی اقتصاد مدار و کارآفرینان امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد، به کارآفرینی اقتصاد مدار و کارآفرینان می شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه ی اقتصاد ی از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. براساس بیانیه ی جهانی کارآفرینی، یک هم بستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ی ملی و سازمانی وجود دارد (خنیفر، وکیلی، ۱۳۶۷، ص ۳۶). کارآفرینی مقوله ی بسیار مهمی می باشد که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و می دارند. (ایمانی پور، زیودار، ۱۳۸۷، ص ۱۲). این در حالی است که در اقتصاد مدرن، تخصص های انسانی و ایده های آن ها ارزش افزوده بیش تری تولید می کند (عربیون و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۶۸).

از دیگر سو هیچ عاملی را در اقتصاد، مهم تر از نرخ رشد اقتصادی نمی توان یافت که دلالت مستقیم بر افزایش رفاه اقتصادی بلندمدت یک ملت داشته باشد. رشد بالای اقتصادی و توسعه ی بهتر اقتصادی از جمله اهدافی است که همه ی اقتصادها به دنبال آن هستند و علت آن وجود منافع و مزایایی می باشد که رشد اقتصادی به ارمان می آورد که مهم ترین آنها را می توان سطح بالاتر رفاه جامعه نام برد و این هدف نهایی سیاست گزاران هر کشوری است.

در مطالعات مختلفی به بررسی عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی در کشورهای مختلف و از جمله ایران پرداخته شده است. در این میان و از نظر بسیاری از کارشناسان و صاحب نظران اقتصادی، کارآفرینی می تواند در زمینه ی پیشرفت جامعه و رشد اقتصادی به عنوان معیاری از آن مثر ثمر بوده و گسترش آن به افزایش تولید و در نتیجه بالاتر رفتن سطح درآمد سرانه در جامعه بیانجامد. کارآفرینی به عنوان فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها در قالب راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای جدید با هدف ارائه ی کالا یا خدمات جدید نقش به سزایی در رشد اقتصاد ملی ایفا می کند (زالی و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۱).

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین المللی و گذرا از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می شود که می تواند سبب رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود. از اجزای کارآفرینی می توان از نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصت ها و تجهیز منابع برای بهره برداری از فرصت ها از طریق ایجاد کسب و کارهای جدید یا تغییر در سازمان های موجود نام برد. در واقع کارآفرین فردی است که با ایده و فکر جدید و از طریق ایجاد یک کسب و کار مبادرت به معرفی محصول جدیدی در جامعه می کند. اصولاً اینگونه افراد در کلیه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب حضور آنان را پررنگتر می سازد. ((کتاب تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تألیف محمود احمد پور داریانی، ناهید شیخان، حجت اله رضازاده، اعضاء هیأت علمیدانشگاه صنعتی امیرکبیر، چاپ ۱۳۸۳، موسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ اول))

۲- فرهنگ کارآفرینی در اقتصاد ایران

فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری مجموعه‌ی ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاهشان به پدیدهای اطراف و شیوه‌ی متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده‌های پیرامون خود، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند. مفهوم فرهنگ مرکب از دو جزء «هنگ» و «فر» است. که «فر» به معنی بالا و جلو و «هنگ» به معنی قصد کردن کشیدن و آوردن است. در زبان علمی جامعه‌شناسی در ایران، «فرهنگ» معادل مفهوم لاتین (کالچر) به کار گرفته شده که در اصل به معنی کشت و زراعت بوده است. از مفهوم فوق، چنین استنباط می‌شود که به نظر می‌رسد در تعریف فرهنگ باید مفهوم رشد و تعالی انسان به عنوان هدف این مجموعه‌ی منسجم و منظم ذکر شود. بنابراین می‌توان گفت که قسمت اعظم فرهنگ کارآفرینی در جوامع کنونی متأثر از نهادینه شدن فرهنگ علم در جامعه است عواملی همچون نیروی کار، سرمایه، فناوری و مدیریت، هر کدام به نوبه‌ی خود متأثر از ویژگی‌های فرهنگی جامعه است و ریشه در ارزش‌ها و باورهای فرهنگی دارند. بنابراین ایجاد ایمان و احترام به علوم و دانش جدید در بین مردم آماده ساختن آن‌ها برای قبول اندیشه‌های نو، آزمایش روش‌های جدید بدون توجه به غربی بودن یا شرقی بودن آن و مهم‌تر از همه گسترش عدالت اجتماعی و اقتصادی برای اقشار مختلف جامعه نقش اساسی را در رشد و توسعه یک کشور ایفا می‌نماید. پس با ایجاد ایمان و احترام بر علوم و دانش جدید در بین مردم و رایج کردن فرهنگ علم و به خصوص ترویج سطوحی از دانش کارآفرینی به سطح عمومی جامعه و وارد کردن به فرهنگ کسب و کار به منظور علمی کردن مشاغل و توسعه مشاغل مبتنی بر دانش به نحوی که موفقیت هر کس منوط به دانشی باشد که در کسب و کار خود به کار می‌بندد، می‌توان علم کارآفرینی را با نیازها و مشکلات اجتماعی پیوند داد و فرهنگ کارآفرینی را در بدنه‌ی اجتماع نهادینه کرد. اقدامات فرهنگی چون؛ برگزاری جشنواره کارآفرینان برتر کشور، راه‌اندازی دانشکده کارآفرینی، دبیرخانه کارآفرینان، پارک‌های علم و فناوری دانشگاه‌ها و تعیین روز ملی کارآفرینی از اقدامات مثبتی است که صورت پذیرفته و زمینه‌ساز حرکت به سوی فرهنگ کارآفرینی محسوب می‌شود. در حال حاضر باید به دنبال تربیت و آموزش کارآفرینان و مربیان کارآفرینی باشیم، آموزش‌های کارآفرینی باید کاربردی باشد تا ایده‌ها بتوانند تجاری سازی شوند. باید برای نهادینه سازی کارآفرینی در کشور فعالیت‌های بی شماری را انجام دهیم. (حکمت، مسعود و همکاران، ۱۳۸۷) (نقش آموزش در توسعه کارآفرینی جهت دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر). موضوع مربوط به فرهنگ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر رشد و توسعه آن در هر کشوری، از مقوله‌هایی است که در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی از اهمیت خاصی برخوردار است. توجه به کارآفرینی در کشور ما از چند بعد، حائز اهمیت است.

الف: به لحاظ تاریخی، ایران از یک قرن پیش به منظور توسعه اقتصادی و صنعتی گام‌هایی برداشته است، اما برخی عوامل، مانع رشد سرمایه‌داری و صنعتی شدن در ایران شده است. در واقع، هنوز نرخ سرمایه‌گذاری در کشور کم است.

ب: از بعد توجه به معضل بیکاری جوانان تحصیلکرده نیز موضوع کارآفرینی حائز اهمیت است

ج: موضوع اصلی و مهم تر از همه موارد فوق که پژوهش حاضر مورد توجه قرار داده است، بررسی عوامل مؤثر در ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری در کارکنان یک سازمان یا توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی است. (دوفصلنامه برنامه و بودجه شماره ۱۱۱ / توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها/ دانشگاه پیام نور مازندران / رضا ویسی / پریسا کریمزاده)

شکل زیر نمای کلی موانع و مشکلات موجود برای کارآفرینی را نشان می دهد



ماهیت فعالیت های کارآفرینانه در کشور تغییر کرده است. کارآفرینی و ورود به این مقوله در سالهای گذشته به صورت اجباری بود. یعنی کارآفرینی ما از نوع «کارآفرینی اجباری» بود اما در سال جاری به «کارآفرینی فرصت گرا» تبدیل شده است. (روزنامه کارآفرینی، بازار کار، شماره ۷۵۶، ۱۳۹۱)

در این مقاله موانع و چالش های توسعه کارآفرینی در ایران از سه بعد عوامل ضد انگیزشی، موانع قانونی و محیط کسب و کار مورد بررسی قرار می گیرد.

الف) عوامل ضد انگیزشی کارآفرینی در ایران

- ۱- خطرپذیری مالی زیاد (ترس از دست دادن سرمایه شخصی)
- ۲- عدم دست یابی به منابع مالی برای سرمایه گذاری (ترس از ناتوانی تهیه منابع مالی کافی برای راه اندازی کسب و کار)
- ۳- موانع اداری (نگرانی از عدم امکان تأمین الزامات قانونی)
- ۴- هزینه ها / خطرات اجتماعی (نگرانی از فقدان احتمالی امنیت اجتماعی)
- ۵- (فساد اداری)
- ۶- فقدان مهارت ها (ترس از نداشتن مهارت و تجربه مناسب و کافی)

ب) موانع قانونی توسعه ی کارآفرینی در ایران

- ۱- قوانین و مقررات بانکی
- ۲- قوانین مالیاتی
- ۳- قوانین تجارت
- ۴- قانون کار
- ۵- وجود انحصارات دولتی ناشی از قوانین و مقررات
- ۶- قوانین و مقررات گمرکی
- ۷- قانون شهرداری
- ۸- قوانین و مقررات صادرات و واردات
- ۹- قانون و مقررات ورشکستگی
- ۱۰- قوانین ثبت شرکت ها
- ۱۱- قانون تجمع عوارض
- ۱۲- (قوانین حقوق مالکیت معنوی و ثبت اختراع)
- ۱۳- قوانین زیست محیطی

پ) ارزیابی محیط کسب و کار در ایران از نظر کارآفرینان برگزیده

بررسی موانع و مشکلات کارآفرینی در ایران بدون بررسی و شناخت محیط کسب و کار کامل نخواهد بود. مطابق نظر کارآفرینان برگزیده، نارسایی های محیط کسب و کار برای شرکت های جدید و در حال رشد، به ترتیب اهمیت عبارتند از:

- ۱- فقدان زیر ساخت های تجاری، تخصصی و حرفه ای مورد نیاز شرکت های جدید و در حال رشد
- ۲- عدم حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی
- ۳- نبود زیر ساخت های مناسب فیزیکی برای شرکت های جدید و در حال رشد
- ۴- فقدان وجود حمایت مالی کافی برای شرکتهای جدید و در حال رشد
- ۵- فقدان یا ناکافی بودن برنامه های دولتی برای کمک به شرکت های جدید و در حال رشد
- ۶- عدم تأکید نظام تعلیم و تربیت (آموزش و پرورش و آموزش عالی بر توسعه کارآفرینی)
- ۷- نبود فضای آزاد بازار برای شرکت های جدید و در حال رشد .
- ۸- فقدان یا ناکافی بودن سیاست های دولتی برای شرکت های جدید و در حال رشد
- ۹- عدم انتقال شایسته نتایج تحقیقات و توسعه دولت به شرکت های جدید و در حال رشد

۳- اثر کارآفرینی بر رشد و توسعه اقتصادی

در نظام اقتصادی مبتنی بر کارآفرینی، نوآوران و صاحبان فکر و ایده، سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی از عوامل اصلی توسعه پایدار محسوب می شوند. کارآفرینی با توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها رابطه تنگاتنگی دارد و امروزه یکی از شاخص های توسعه در کشورهای روبه رشد محسوب می شود. توسعه کار آفرینی 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. دستیابی به رشد و توسعه اجتماعی به عنوان یک چشم انداز ملی مهمترین آرزوی هر ملتی است اما تحقق چنین چشم اندازی نیاز به تدوین و اجرای راهبردهای اثر بخش دارد. در واقع کار آفرینی که به مفهوم کشف و بهره برداری از فرصت ها به منظور ارزش آفرینی در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است، پایه و اساس توسعه همه جانبه محسوب می شود. منظور از توسعه کار آفرینی ایجاد فرهنگ کار آفرینی در کشور، تقویت گرایش مثبت عمومی به کارآفرینی و در پی آن افزایش نرخ فعالیتی های کار آفرینانه است. استفاده از ظرفیت های موجود و توسعه فناوری پیشرفته، به وجود افراد خلاق، نوآور و کار آفرین در جامعه نیاز دارد. این نیاز در همه بخشها و رشته ها، مشهود و ملموس است. بنابراین توسعه کارآفرینی برای تامین نیازهای کشور و دستیابی به هدف های ایران اسلامی ضروری است. (بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار/سمانه دیوسالار، فرشاد بزرگی، آبان ۹۱)

۳-۱- خصوصی سازی و کارآفرینی

خصوصی سازی، راهبردی برای تجدید ساختار اقتصادی است. این راهبرد بر تشویق نیروهای سیستم بازار آزاد و انتقال سرمایه گذار بهای تحت تملک دولت به بخش خصوصی و تغییر سیستم های مدیریت و مالکیت تاکید دارد. این تغییرات می تواند به تغییر فرهنگ های سازمانی و ایجاد ظرفیت های کارآفرینی منجر شود. از لحاظ نظری عقیده بر این است که پس از خصوصی سازی، سطح نوآوری در تولید فرایند ها و تشکیلات افزایش می یابد و از طرف دیگر شرکت هادر سطح ملی به گسترش مشاغل جدید اقدام نموده و فعالیت های بین المللی را تقویت می نمایند و با اعمال مراحل راهبردی مبنی بر حذف موارد بدون بازده و یا زیان ده به سمت نوآوری و راهبرد های مبتنی بر رقابت سوق می یابد. به طور کلی مهمترین هدف از خصوصی سازی در اکثر کشورها افزایش کارایی بنگاه ها و بهینه سازی تخصیص منابع بوده و از طریق ایجاد فعالیت های جدید سرمایه گذاری و نوآوری و تقبل ریسک بین بنگاه های مختلف منجر به کارآفرینی می شود.

ما در اینجا به دنبال بررسی برخی تغییرات تشکیلاتی و راهبردی در جریان واگذاری و خصوصی سازی شرکت ها که منجر به افزایش کارآفرینی می شود، هستیم. رفتار موسسات در ایجاد فعالیت های تجاری جدید و توسعه بین المللی در بخش خصوصی افزایش پیدا میکند. در اینجا مدیران تمایل به داشتن استقلال بیشتری هستند نسبت به زمانی که فرآیند تصمیم گیری بر انطباق با یک راهبرد به خصوص انجام می شد. در مجموع انتظار می رود که بنگاه های خصوصی شده نوآوری محصولات را برای اتخاذ راهبردهای والاتر در ارتباط با گسترش مشاغل افزایش یابد.

تغییرات مورد انتظار در موسسات خصوصی شده با توجه به کارآفرینی اینگونه نشان داده می شود که

نوآوری در تولید (۲) < نوآوری در تولید (۱)
نوآوری در فرآیند ها (۲) < نوآوری در فرآیند ها (۱)
نوآوری تشکیلاتی (۲) < نوآوری تشکیلاتی (۱)
ورود و ایجاد مشاغل جدید (۲) < ورود و ایجاد مشاغل جدید (۱)
تجدید ساختار راهبردی (۲) < تجدید ساختار راهبردی (۱)

(۱) قبل از خصوصی سازی را نشان می دهد

(۲) بعد از خصوصی سازی را نشان می دهد.

بنابراین می توان گفت که کارآفرینی سبب تشویق جامعه به کارهای خلاق نوآور می شود که این باعث رشد و بالندگی آن جامعه می شود

آمار نشان داده شده که با ورود شرکت‌های دولتی به خصوصی سازی روند رشد سرمایه‌گذاری و کارآفرینی هم افزایش پیدا کرده است. در پی سال‌های ۱۳۷۵-۱۳۸۳ در ایران تعداد شرکت‌های خصوصی شده طبق جامعه آماری ۱۶۰ شرکت می‌باشد. لازم به ذکر است منظور از شرکت‌های خصوصی شده یعنی شرکت‌هایی که حداقل ۵۱ درصد سهام آنها از طرف دولت به بخش خصوصی واگذار شده. در ایران سهام شرکت‌ها از طریق بورس اوراق بهادار، مزایده، و یا روش‌های دیگر عرضه می‌شود.

برای حجم نمونه، از نمونه گیری تصادفی استفاده می‌کنیم و بعد واریانس جامعه آماری را بدست می‌آوریم و بر روی ۲۰ شرکت استفاده می‌کنیم. لذا حجم نمونه با یک مطالعه مقدماتی به صورت زیر محاسبه می‌شود

$$n = \frac{NZ^2 \alpha / 2 \delta^2}{(N - 1)d^2 + Z^2 \alpha / 2 \delta^2}$$

$$\alpha / 2 = \text{مقدار آماره آزمون در سطح اطمینان}$$

$$N = \text{حجم جامعه}$$

$$n = \text{حجم نمونه}$$

$$d = \text{خطای تخمین}$$

$$\alpha = \text{سطح اطمینان}$$

$$\delta^2 = \text{واریانس برآورد شده جامعه}$$

که در نهایت با استفاده از فرمول حجم نمونه آماری تعیین شده، ۴۶ شرکت می‌باشد. حال میانگین متغیرهای مورد نظر را در طی ۳ سال قبل و ۳ سال بعد از خصوصی شدن مورد بررسی قرار می‌دهیم. با استفاده از آماره آزمون مناسب برای تعیین اختلاف میانگین در جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد.

فرضیه ۱ = میانگین نرخ بازده سهام شرکت‌ها قبل از خصوصی سازی با بعد خصوصی سازی تفاوت معنی داری دارد.

در آزمون فرضیه بیان می‌شود که

$$H^0 = \mu^1 = \mu^2$$

$$H^1 = \mu^1 \neq \mu^2$$

برای آزمون فرضیه :

فرض H^0 به این صورت که میانگین نرخ بازده سهام شرکت‌ها قبل از خصوصی سازی با بعد خصوصی سازی در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر می‌باشد.

و فرض H^1 بیان میکند که میانگین نرخ بازده سهام شرکت‌ها قبل خصوصی سازی و بعد خصوصی سازی برابر نمی‌باشد.

جدول ۱: نتایج آزمون T زوجی نمونه پیرامون بازده سه سال قبل و بعد خصوصی سازی

آزمون آماری	خطای معیار میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	
$t = -2/626$	۱۰/۲۶۶۴۲	۶۹/۶۳۰۲۸	۶۵/۴۰۷۴	۴۶	سه سال قبل
$p = 0/012$	۷/۰۹۲۲۳	۴۸/۱۰۱۸۷	۳۳/۲۶۰۰	۴۶	سه سال بعد

طی بررسی آماری نشان داده شده که میانگین بازدهی شرکت‌ها سه سال قبل خصوصی برابر ۶۵/۴۰۷۴ درصد و در حالی که میانگین بازدهی سه سال بعد خصوصی شدن ۳۳/۲۶۰۰ درصد گزارش شده است.

پس بنابراین فرض H^0 مرد و فرض H^1 مبنی بر تفاوت داشتن میانگین نرخ بازده سهام شرکت‌ها تایید می‌شود. و نتایج بدست آمده از این آزمون نشان می‌دهد که شرکت‌های دولتی بر عملکرد سود آوری آنها تأثیر مثبت ندارد.

این فرایند میتواند با اهداف مالی، اقتصادی و سیاسی شرکت‌های دولتی که به خصوصی تبدیل شدن روند چشم گیری پیدا کند و به رشد سرمایه گذاری و کارآفرینی کمک کند، به طوری که از طریق مالی دولت واگذاری از طریق بورس اوراق بهادار مالکیت را در سطح گسترده تری پخش نماید و اینکه شرکت‌های خصوصی شده قسمتی از سهام خود را صرف بازسازی و نوآوری و تکنولوژی جدید به واحدها تخصیص بدهد. همچنین از نظر اقتصادی دولت در راستای تقویت بنیه اقتصادی شرکت‌های نوپا خصوصی شده در جذب اعتبارات بانکی، امتیازی در نظر گرفته شود در راستای سیاسی از طریق انجام فعالیتهای فرهنگی و فرهنگ سازی در میان نیروی انسانی شرکت‌های دولتی و عموم مردم، آنها با چگونگی انجام فعالیتهای واگذاری، اهداف خصوصی سازی را گسترش بدهند. (میری، سید حسین، ۱۳۷۵، اهداف خصوصی سازی بر کارایی شرکت های تولیدی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران - دانشکده مدیریت)

آنچه که به عنوان مهمترین نتیجه از مطالعه عملکرد خصوصی سازی در کشوری توان مد نظر قرار داد و برای تسهیل امر خصوصی سازی در آینده از آن استفاده کرد، این است که در صورتی که عزم ملی و اعتقاد راسخ سیاسی و اقتصادی برای اجرای واقعی فرایند خصوصی سازی در کشور وجود داشته باشد، شیوه مدیریت و نظارت بر امر

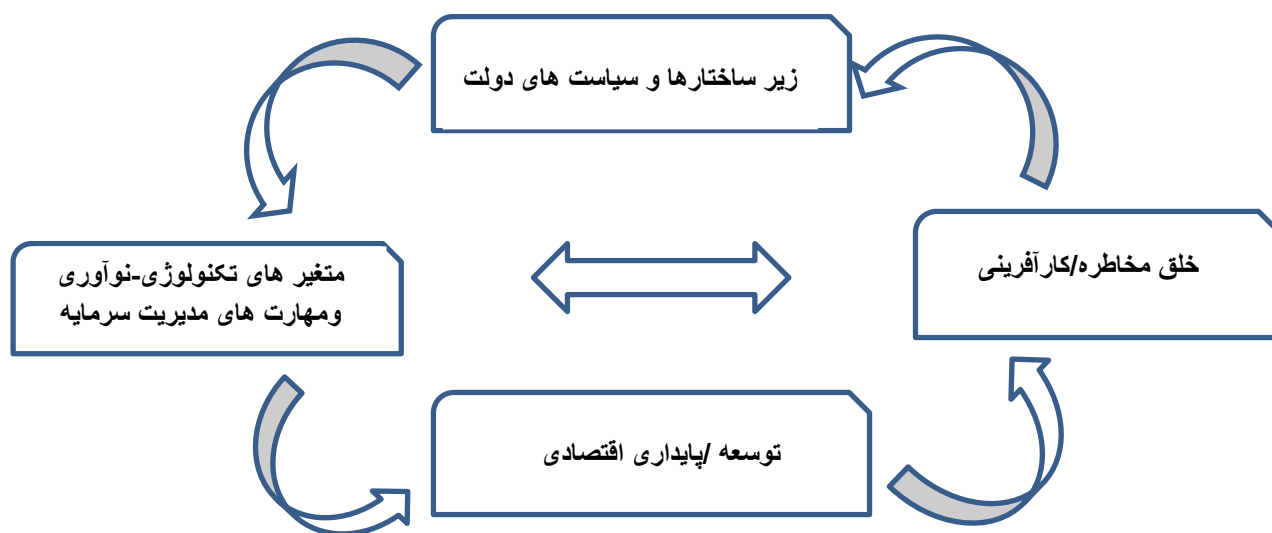
واگذاری شرکتها به بخش خصوصی و غیر دولتی، ضرورت اولیه موفقیت سیاسی خصوصی سازی به حساب می آید و نهایتا با توجه به اینکه وضعیت اقتصادمبتنی بر بازار، مناسب ترین شرایط برای فعالیت های کارآفرینی محسوب می شود، خصوصی سازی به عنوان مقدمه و بستر ساز ایجاد محیط مناسب برای رشد کارآفرینی مطرح می گردد که به نوآوری و تولید کالا و خدمات جدید منجر می گردد. (مجله دانش و توسعه / علمی و پژوهشی / ۱۸ / نیمه اول ۱۳۸۵).

۳-۲- نقش دولت ها در توسعه کارآفرینی:

با توجه به نقش های کلیدی کارآفرینان، دولت باید برای رقابت پایدار و رشد اقتصادی، تعدادی از سیاست های سنتی و ایستا را تغییر دهد و ابتکارهای جدیدی برای تشویق تجارت های کارآفرینانه ایجاد کند و با سیاستها و «زیرساختارهای» مناسب، به پیشرفت کارآفرینی کمک کند. سیاست هایی که برای بهبود این عوامل حرکت میکنند، سبب افزایش کارآفرینی، خلق شغل / استخدام و ثروت ملی می شوند.

مدل زیر روابط میان این عوامل را نشان می دهد.

روابط میان تکنولوژی، زیرساختارها، کارآفرینی، دولت و رشد اقتصادی



دانش و کارآفرینی، دو عامل مهم تولید هستند که باید برای رقابت در صحنه جهانی و مؤثر بودن در آن برانگیخته شوند. درحقیقت دولت ها به روش های زیر می توانند در توسعه کارآفرینی نقش داشته باشند

۱- خلق و تقویت روحیه کارآفرینی

۲- تأمین زیرساخت های تکنولوژیکی و نوآوری

۳- توسعه زیرساختها و سیاستهای دولتی

۴- رشد اقتصادی

(خط مشی گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران/دکتر سید مهدی الوانی ۱، دکتر سید محمد مقیمی/دکتر عادل آذر ۳، محمد حسین رحمتی/ماهنامه کار و جامعه - شماره ۱۴۰ - بهمن ماه ۹۰)

۴- عوامل و شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی

واقعیت این است که برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در جامعه مستلزم ایجاد و توسعه زمینه های آن است و در این میان وجود شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است. اصولاً عوامل و شرایط مناسب برای کارآفرینان از سه بُعد زیر قابل بررسی است.

۱- آنچه که مشخص می کند کارآفرینان چه می توانند انجام دهند (منابع در دسترس)

۲- آنچه که کارآفرینان می خواهند و تمایل دارند انجام دهند (استراتژیها و اهدافشان)

و نهایتاً

۳- آنچه که کارآفرینان باید انجام دهند (تهدیدات و فرصتهای محیطی)

کار آفرینی موجب توزیع متناسب در آمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی، و بهره برداری از مطالعات نشان داده که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می شود.

توسعه عمدتاً به خاطر عدم درک خلاقیت فردی است و کارآفرینی میتواند عامل رشد و نهایتاً توسعه اقتصادی گردد. توسعه کارآفرینی با توسعه کسب و کارهای بزرگ و اصلی یا توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، پیش شرط رشد و توسعه اقتصادی جامعه است. به عبارت دیگر برخورداری از سطوح بالای کارآفرینی در جامعه، مستلزم ایجاد و توسعه زمینه های آن است که به منظور تسهیل در راه اندازی کسب و کارها در کشور به حساب می آید. پس از شناخت نقش و جایگاه توسعه کارآفرینی در توسعه پایدار کشور، توجه جدی به توسعه هدفمند کارآفرینی، در راستای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور در چشم انداز بیست ساله کشورامری حیاتی است. (ضرورت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه/دکتر داود کیاکجوری/امین کوزه گر/بهناز امیری/آبان ۹۱)

بررسی اقتصادی و ارزیابی بازار طرح های کارآفرینی را می توان به بازاریابی، شناخت بازار، عرضه و تقاضا، رقبا و قیمت ها، نحوه خرید مواد اولیه، حوزه توزیع و فروش و مواردی از این قبیل محدود نمود.

براساس نتایج حاصل از برنامه های پژوهشی جی ای ام در ایران راهکارهای قانونی اجرایی زیر، برای توسعه کارآفرینی و بهبود محیط کسب و کار پیشنهاد میشود:

۱- تدوین قانون توسعه نوآوری در کسب و کارهای کوچک، شاخص نوآوری کسب و کار در ایران مانند سایر اقتصادهای سنتی بسیار پایین است. به موجب چنین قانونی درصدی از بودجه موسسات دولتی مشمول این طرح می تواند به تامین مالی قراردادهای، وام ها یا قراردادهای مشارکتی تخصیص یابد. هدف کلی از این طرح تبدیل ایده های نوآورانه به محصولات و خدمات جدید است.

۲- تدوین قانون سرمایه گذاری خطرپذیری: سرمایه گذاری خطرپذیر، به تازگی در محافل علمی و پژوهشی کشور مطرح شده است. سرمایه گذاری خطر پذیر به تامین هزینه های ابتدایی توسعه و سرمایه گذاری و نیز تامین منابع مالی شرکت های نوپا و تازه تاسیس که به گسترش کسب و کار خویش نیاز دارند می پردازند.

۳- ایجاد بازارهای عرضه اولین سهام به عموم برای کسب و کارهای نو پای کوچک و متوسط در استان ها، یکی از تجربه های موفق در زمینه تامین مالی اولیه کسب و کار کوچک و متوسط، در سال های اخیر است. در این راستا بازارهای بورس جدید به منظور جذب سرمایه گذاری برای شرکت های نو پا ایجاد شده اند.

۴- تدوین قانون ایجاد شرکتهای اعتبارسنجی مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط، تامین اعتبارات مالی کسب و کارها نه تنها به موقعیت مالی کنونی و توانایی کارآفرینان برای تامین ضمانت وابسته است، بلکه مدل کسب و کار و ظرفیت رشد آتی کسب و کار معیاری موثر برای تخصیص اعتبار به آن ها خواهد بود.

۵- ایجاد دفاتر دولت الکترونیک ثبت شرکت ها، موسسات غیر تجاری و مالکیت صنعتی برای کاهش زمان مراحل و همچنین کاهش تعدد مراکز صدور مجوز های قانونی برای کلیه فعالیت های صنعتی، تجاری، خدماتی، تعاونی و ... ایجاد شود.

۶- راه اندازی سایت اینترنتی ثبت شرکتهای، با بکارگیری فناوری اطلاعات می توان فرایند تاسیس، ثبت و توسعه شرکت ها در کشور تسهیل و روان سازی کرد.

۷- تدوین و تصویب قانون حمایت از تاسیس و توسعه کسب و کار در مناطق کمتر توسعه یافته و اعطای تسهیلات و منابع به آنها (روزنامه کارآفرینی/بازار کار/شماره ۲۱/۷۷۳ خرداد ۱۳۹۲)

۵- عوامل موثر بر کارآفرینی در اقتصاد ایران

یکی از عوامل موثر در توسعه کارآفرینی، توجه خاص به تقویت نظام آموزشی است، امروزه تقریباً در تمام کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در همه پایه های تحصیلی آموزش و ترویج، کارآفرینی جایگاه ویژه ای دارد. آموزش کارآفرینی در ایران که اجرایی و عملی ترین استراتژی برون رفت از بن بست ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی کشور است، نیازمند خط مشی هایی است که مبتنی بر تجربیات کشورهای پیشرفته و جهان سومی از یک طرف و شرایط بومی کشور از طرف دیگر می باشد. هدف اساسی طرح حاضر، ارائه مدل مطلوب خط مشی

گذاری در آموزش کارآفرینی در ایران با توجه به شرایط بومی کشور می باشد. با توجه به رشد روزافزون دانش، فناوری و تکنولوژی لازم است که جمهوری اسلامی ایران نیز بر نظام آموزش خود (بویژه آموزش کارآفرینی) تمرکز خاص نماید تا بتواند حداقل همپای سایر کشورها از عرصه رقابت فناوری و نوآوری عقب نماند.

۵-۱- نقش دولت در آموزش کارآفرینی

اگر چه آموزش به تنهایی زمینه ساز توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب و کار مؤثر نیست اما به عنوان جزئی از یک سیستم توسعه بسیار حائز اهمیت است. به طور کلی دولت می تواند برای آموزش کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک با تسهیل امکانات لازم، با استفاده از منابع گوناگونی به این مهم دست یابد.

۱- سازمانهای غیردولتی

۲- مؤسسات آموزشی دولتی و دانشگاه ها؛

۳- سازمان های محلی (حکومت های محلی)

۴- مؤسسات آموزشی خصوصی؛

۵- اتاق های بازرگانی و تجاری؛

۶- مؤسسات توسعه مدیریت

۷- انجمن های بازرگانی

۸- سازمان های مشاوره ای؛

۹- مؤسسات آموزشی خودگردان در زمینه کسب و کارهای کوچک

(مقیمی و احمدپور، ۱۳۸۰، ص ۲۰)

۶- موانع کار کارآفرینی در ایران

کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در پیشبرد توسعه و بالندگی جوامع دارد و به عنوان عامل اساسی در ایجاد ارزش اقتصادی در جامعه تلقی می شود. بر اساس مطالعات انجام شده در خصوص کارآفرینی و موانع آن در ایران موارد زیادی وجود دارد که اهم موانع ایجاد و توسعه آن رابه شرح زیر می توان بیان نمود.

۶-۱- عدم پذیرش تغییر و انجماد فکری

تحقیقات نشان می دهد که اکثر افراد در برابر تغییرات، مقاومت و ایستادگی می کنند. این مقاومت در برابر تغییرات چه سازمانی و چه فردی از یکسو امری مثبت است چرا که موجب ثبات و پایداری و قابلیت پیش بینی رفتارهای آینده می گردد اما از طرفی می تواند منجر به تضاد و تعارض شود. با عنایت به اینکه کارآفرینی فرایندی

است که لازمه آن پویایی و تحرک فکری است، لذا مقاومت در برابر تغییرات و عدم همراهی با تغییرات محیطی، انجماد فکری فرد یا سازمان را به دنبال خواهد داشت که خود مانع بسیار بزرگی برای کارآفرینی محسوب می شود.

۲-۶- عدم اعتماد به نفس و خودباوری

یکی از دلایل عدم موفقیت کارآفرینی در ایران را عدم اعتماد به نفس کافی و خودباوری می توان دانست. این موضوع می تواند ناشی از عوامل مختلفی مانند ناآگاهی به لزوم خودباوری، ترس و تردید، عدم اطمینان، تقلید کورکورانه، تنبلی و افزون خواهی و ... باشد.

۳-۶- رخوت اجتماعی و ایده آل گرایی به جای عمل گرایی

یکی از موانع فرهنگی و رشد خلاقیت و کارآفرینی، رخوت اجتماعی است که در حوزه های گوناگون به چشم می خورد. وقتی انسان یک شخصیت آرمانی را به عنوان الگوی ذهنی خود قرار می دهد که فرسنگ ها از او فاصله دارد، در حقیقت ارزش قدم های خود را حس نمی کند و حس موفقیت از او گرفته می شود. وقتی فرد در ذهن خود آدم هایی را تصور می کند که به راحتی کارهای خود را پیش می برند و فی ذات بسیار خوب عمل می کنند، بسیار طبیعی است که آنها را قهرمان خود بدانند و آنان را موظف به بهبود دنیا بدانند و بر خود وظیفه ی آنچنانی قائل نباشد.

۴-۶- ترس و روحیه ی محافظه کاری

ایرانیان از لحاظ فکری و منش زندگی، محافظه کار محسوب می شوند. این محافظه کاری متأسفانه نتایج بسیار منفی برای فرهنگ ایرانی به ارمغان آورده است که تأثیر بسیار مخربی در فعالیت های کارآفرینانه در جامعه ی ایران داشته است. متأسفانه افراد در جامعه ی ایران به دلایلی همچون ترس از دست دادن موقعیت و جایگاه فعلی و مورد سرزنش قرار گرفتن و مغایرت برخی ایده ها با سنت ها و اعتقادات جامعه از فعالیت های کارآفرینانه اجتناب می نمایند.

۵-۶- تمایل به هم رنگی با جماعت و ترس از متفاوت عمل کردن

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می کنند تا مبدا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعدادهای متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی، راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد.

۶-۶- نظام ناکارآمد بوروکراتیک

در ایران بسیاری از سازمان ها به صورت بوروکراتیک عمل می کنند. فرایندهای بسیار پیچیده و طولانی امور اداری و مراجع صدور مجوز این شیوه ی عمل باعث کاهش انعطاف، اتلاف وقت و منابع می شود و کارآفرینان را به جای تمرکز بر فعالیت های کارآفرینانه درگیر بوروکراسی می کند.

۶-۷- آموزش های نامناسب

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینان اثر می گذارد. فعالیت های آموزشی در ایران به ندرت پویا و یادگیرنده می باشند و نمی توانند مطابق با نیازهای جامعه، آموزش های صحیح را ارائه دهند. و به افراد در کارآفرین شدن کمک کنند. دلیل این امر می تواند، عدم وجود سیاست های کلان آموزشی متناسب با فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزشی کشور باشد. کاربردی نبودن آموزش ها و عدم وجود رابطه ی صحیح بین محتوای آموزشی و مهارت های لازم برای کارآفرینی باعث شده است که افراد نتوانند توانایی های لازم برای کارآفرینی را به دست آورند.

۶-۸- تغییرات و محدودیت های سیاسی و اجتماعی

ایجاد وابستگی، از عوامل مهم و اساسی در نفوذ استعمارگران در ممالک تحت سلطه است. هر ملتی که بخواهد خود را از سلطه ی اجانب نجات بخشد، می باید بر خویش تکیه کند و دست حاجت به سوی دیگران دراز نکند.

۶-۹- عدم شناسایی و استفاده ی صحیح از منابع انسانی

در ایران انتخاب و گزینش و استخدام نیروی انسانی در بسیار موارد پایبند به ضوابط و مقررات نیست و گاهی با پیروی از نظام ناشایستگی، عواملی از قبیل خویشاوندی، آشنایی و توصیه ی مقامات با نفوذ و روابط شخصی اساس بکارگماری قرار می گیرد. همچنین نیروی انسانی بدون توجه به مهارت ها و تخصص فرد صرفاً بر اساس نیازهای واحدها به کار گماشته می شود. این امر باعث کاهش بهره وری و تعهد افراد می شود و همچنین مانعی برای کارآفرین و کارآفرینی قلمداد می شود.

۶-۱۰- عدم استفاده ی صحیح از منابع مالی و تخصیص نادرست منابع

یکی از مشکلاتی که امروزه بر سر راه کارآفرینی در ایران قرار دارد عدم استفاده صحیح و تقسیم ناصحیح منابع مالی می باشد. در شرایط اقتصادی فعلی کشور و با توجه به تحریم های همه جانبه ی موجود، عدم تخصیص بهینه ی منابع مالی به ایده های کارآفرینانه، باعث کاهش این فعالیت ها، کاهش قدرت سرمایه گذاری در بخش خصوصی، کاهش تولید ناخالص ملی و در نهایت عدم رشد و توسعه ی کشور می شود. همچنین میزان توسعه یافتگی و عقب ماندگی کشورها ارتباط مستقیمی با میزان سرمایه گذاری بر تحقیق و توسعه بر روی پژوهش های

کارآفرینی منجر به خلق فرصت های کسب و کار و پویایی جامعه می شود. لیکن در ایران منابع مالی در جهت فرایندهای تحقیق و توسعه به صورت صحیحی استفاده نمی شود. تصمیم گیری در تخصیص منابع به دلایلی مانند عدم وجود قانون، نظارت ناکافی و نیز نبود عوامل انگیزشی به طور صحیح انجام نمی شود. (موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها، مسعود باقری استاد پارومریم نمازیان)

۷- دلایل شکست و چالش های کار آفرینی

کارآفرینی به هیچ عنوان کار ساده ای نیست، آمار نشان میدهد که در کشوری مثل آمریکا ۱۰٪ کار آفرینان موفق بوده اند

شناخت دلایل این شکست ها امری مهم است که با درس گرفتن از آنان می توان مانع برخی از شکست ها شد، در اینجا به صورت خلاصه به مهمترین دلایل شکست ها اشاره می کنیم.

۱- شراکت نامناسب: شراکت نامناسب یکی از دلایل شکست کارآفرینان در ایران است. نداشتن انتخاب مناسب در انتخاب شرکاء، یکسان بودن تخصص در شرکاء، داشتن تعاریف زیاد و ابراز نکردن مخالفت ها، و دخالت دوستی ها در شراکت از مشخصات یک شراکت نامناسب است.

۲- انعطاف ناپذیری در روش و مشکلات مالی: متاسفانه بسیاری از کار آفرینان ایرانی در تغییر روش ها و شیوه های انجام کار یا جایگزین کردن راهکار های مناسب به جای شیوه های متداول با توجه به تغییرها و تحول ها در موقعیت، نا توانند.

ضعف و توجه نکردن به تامین مالی مناسب و مدیریت نقدینگی برای بقاء و گسترش کسب و کار را از دیگر دلایل شکست کار آفرینان ایرانی است.

۳- وابستگی به مسیر خطا: بسیاری از شرکت ها در تصمیم ها و فعالیت های مرتبط با ایجاد کسب و کار یا تعریف پروژه، دچار شیفتگی شده و پس از بروز و آشکار شدن نشانه های اولیه مشکل و خطا، تمایلی به پذیرش آن ندارند. در نتیجه تا جایی ادامه می دهند که مشکل به یک بحران تبدیل شده و گاهی به تعطیلی و انحلال کسب و کار منجر می شود. پابندی مستمر به یک تصمیم تاریخی و دانشی مربوط به ایجاد و اداره کسب و کار در مواجهه با موقعیت ها و پروژههای کاری بعضا متفاوت، از نشانه های مشهود وابستگی به مسیر خطاست.

۴- نا مساعد بودن فضای کسب و کار: نا مساعد بودن فضای کسب و کار به عنوان یکی دیگر از عوامل شکست کار آفرینان ایران اشاره کرد. و گفت: تغییر سیاست های دولت و به کارگیری سیاست های سلیقه ای، نا سالم بودن محیط کسب و کار، بی ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، نامناسب بودن بازار بهره بالای وام بانکی از مهم ترین عوامل نا مساعد شدن محیط کسب و کار در ایران هستند.

۵- نحوه تصمیم گیری کار آفرینان: در بسیاری از مواقع کار آفرینان به دلیل کمبود زمان در تصمیم گیری ها از میانبر های شناختی یا همان روش شهودی بهره می گیرند. که در بلند مدت به ضرر آنان می گردد.

آموزش کار آفرینی و تحقیقات مربوط به آن، هم اکنون با چالش های متعددی مواجه شده است که از جمله:

- ✓ چالش در ایجاد متروپولی های تحقیق برای اندازه گیری اثر بخشی کار آفرینی
- ✓ چالش در محتوا و شیوه های آموزش کار آفرینی
- ✓ چالش در کیفیت مدرسان کار آفرینی
- ✓ چالش در پذیرش آموزش کارآفرینی در دانشکده ها نسبت به کسب و کار
- ✓ چالش در اثر بخشی روش های آموزش
- ✓ چالش در نیازهای یادگیری کار آفرینانی که در حال کار هستند، متناسب با دوره زندگی، کسب و کاری که هم اکنون در آن به سر میبرند
- ✓ چالش در میزان حمایت و پشتیبانی از بخش های ضعیف اجتماعی (دولتی و خصوصی، و نهادها و بنیادها)

۸- راهکارها و پیشنهادات

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است.

۱- آموزش مهم ترین و کلیدی ترین نقش در توسعه کارآفرینی دارد. در آموزشها باید به ابداع و خلاقیت بها داده شود نه محفوظات.

۲- بخش های تحقیق و توسعه (R&D) شرکت ها باید حمایت شوند و به نقش کارآفرینان در تولید محصولی جدید فرآیندهای نو در تولید بها داده شود. میدان رشد برای افراد خلاق و کارآفرین باز باشد، تا هم افزایی لازم در مراکز تحقیق و توسعه به وجود آید و انگیزه کار مضاعف گردد.

۳- ایجاد و توسعه ی بانک های خصوصی ویژه توسعه کار آفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط

۴- آموزش کارآفرینی در مقاطع تحصیلی

۵- تغییراتی در قانون تجارت، مقررات صادرات و واردات با تاثیر کارآفرینی در سازمان های تجارت جهانی

۶- ایجاد شهرک های صنعتی با رویکرد کارآفرینی

۷- راه اندازی یک موسسه مالی و اعتباری جهت حمایت و پشتیبانی از کار آفرینان و فعالیت های آنان

۸- ایجاد دفاتر دولت الکترونیک برای کاهش زمان و کاهش تعدد مراکز صدور مجوز های قانونی برای کلیه فعالیت ها.

۹- اصلاح و بازنگری جدی قوانین و مقررات بانکی مانند کاهش الزامات و مراحل قانونی برای ارائه تسهیلات بانکی بانرخ بهره بانکی مناسب به شرکت های جدید و نوپا

۱۰-پیشنهاد می شود به منظور توسعه کارآفرینی و گرایش به آن، منشور کارآفرینی توسط بانک مرکزی تدوین گردد و برای اجرا به بانک ها ابلاغ شود. بانک مرکزی باید بسترها و زیرساخت های لازم را برای اجرای آن فراهم کند و نظارت لازم را به عمل آورد. منشور کارآفرینی، چارچوبی است که بر اساس آن، ویژگی های کارآفرینی نظیر ارائه ایده های جدید، نوآوری، ریسک پذیری، شناسایی فرصت ها، تأمین منابع و... در بانک ها نهادینه می شود، به طوری که افراد مسئولیت پذیر می شوند و اقداماتی را در راستای تحقق کارآفرینی به منظور تأمین رضایت مشتریان به عمل می آورند.

۱۱-ارائه معافیت های مالیاتی و تخفیف های ویژه در تعرفه های گمرکی و سود بازرگانی برای مراکز آموزش کارآفرینی.

۹- نتیجه گیری

در این مقاله به عوامل موثر کارآفرینی در اقتصاد ایران اشاره شد که عواملی همچون، عوامل فرهنگی، به عنوان متغیر تعدیلگر از نوع مثبت، اثر عوامل سازمانی بر متغیر، گرایش به کارآفرینی را تقویت می نمایند. از سوی دیگر، میانگین مقادیر عوامل اقتصادی، سیاسی و ارزش های حاکم بر جامعه از میانه مقادیر کمتر است و لذا عوامل مذکور از وضعیت مناسبی برخوردار نیستند و به عنوان تعدیلگر منفی عمل می نمایند که در رابطه با تأثیر متغیر سازمانی بر کارآفرینی به توسعه ی کارآفرینی در همه کشورها همواره با موانع جدی مواجه بوده است. از این رو شاید بتوان گفت که مهمترین بحث درباره فرهنگ کارآفرینی، درباره ضرورت شناسایی و بررسی عوامل و شاخص های واحدی در زمینه توسعه فرهنگ کارآفرینی، با توجه به شرایط و ویژگی های هر سازمان باشد. و همچنین، به توسعه ی کارآفرینی در ایران، که نیز نیازمند عزم ملی است. توسعه ی کارآفرینی به عنوان یک مقوله فرابخشی بایستی در همه ارگان ها، سازمان ها، نهادهای عمومی و دولتی مورد توجه قرار گیرد. و نتایج حاکی از خصوصی سازی و ایجاد محیط رقابتی می توان تولید کنندگان را مجبور به تولید و فروش با قیمت حداقل کرده و موجب کاهش هزینه ها و رشد نوآوری و در نتیجه تولید کالا در قیمت رقابتی شود و امکان صادرات را فراهم می کند قوانین و مقررات دولتی مشوق راه اندازی و توسعه کسب و کار در ایران نیستند، از این رو خطر پذیری مالی زیاد، ناتوانی در تأمین منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار و موانع اداری، از مهم ترین عوامل ضدانگیزی کارآفرینی در ایران تلقی می شوند. بنابراین برای رسیدن به <ایران کارآفرین> باید برای مواردی که به عنوان راهکارها و پیشنهادات مطرح شده برنامه اجرایی تهیه کنیم و مصمم و معتقد باشیم که راه توسعه اقتصادی، اجتماعی و صنعتی و گریز از بحران بیکاری، جز از راه توسعه کارآفرینی میسر نخواهد بود. توسعه کارآفرینی موجب بهبود عملکرد شاخصهای اقتصادی مانند بهبود وضعیت رفاهی مردم، افزایش اشتغال، رشد اقتصادی و کاهش فقر میشود و مهمترین آثار توسعه کارآفرینی در اقتصاد 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.

منابع و مأخذ

- خنیفر، حسین و وکیلی، فردین " (1387) رابطه بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت های اقتصادی کوچک و متوسط " ، فصلنامه توسعه- کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۳۵-۵۵
- زالی، محمدرضا، رضوی، سیدمصطفی، یدالهی، جهانگیر و کردنائیچ، اسدالله ۱۳۸۹
- ایمانی پور، نرگس و زیودار، مهدی " (1387) بررسی رابطه ی گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد" ، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۱-۳۴
- عربیون، ابوالقاسم، عبدا ... زاده، غلامحسین، میگون پوری، محمدرضا و امیری، بهرام رضا(۱۳۹۰)، شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد بانک های مجازی ایده " ، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۱۶۷-۱۸۴
- کتاب تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تالیف محمود احمد پور داریانی، ناهید شیخان، حجت اله رضازاده،
- اعضاء هیأت علمیدانشگاه صنعتی امیرکبیر، چاپ ۱۳۸۳، موسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ اول
- حکمت، مسعود و همکاران، (۱۳۸۷)، نقش آموزش در توسعه کارآفرینی جهت دستیابی به توسعه پایدار اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر
- دوفصلنامه برنامه و بودجه شماره ۱۱۱، توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها، مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران) نویسندگان: رضا ویسی* پریرا کریمزاده**
- روزنامه کارآفرینی، بازار کار، شماره ۷۵۶، ۱۳۹۱
- مقاله موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها، مسعود باقری استاد پارومریم نمازیان
- بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار/سمانه دیوسالار، فرشاد بزرگی، آبان ۹۱
- خط مشی گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران/دکتر سید مهدی الوانی ۱، دکتر سید محمد مقیمی/دکتر عادل آذر ۳، محمد حسین رحمتی/ماهنامه کار و جامعه - شماره ۱۴۰ - بهمن ماه ۹۰
- (میری، سید حسین، ۱۳۷۵، اهداف خصوصی سازی بر کارایی شرکت های تولیدی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران - دانشکده مدیریت)
- احمد پور داریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۰)، " نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و
- کار "، ماهنامه تدبیر، شماره ۹۰، بهمن ۱۳۷۷، صص ۲۲-۱۰

- مقاله شناسایی اثرات بکارگیری مدل مفهومی توسعه کارآفرینی بر عملکرد صادرات در شرکت خودروسازی سایپا/ فرامرز معظمی
- روزنامه کارآفرینی/بازار کار/شماره ۲۱/۷۷۳ خرداد ۱۳۹۲
- ضرورت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه/دکتر داود کیاکجوری/امین کوزه گر/بهنواز امیری/آبان ۹۱
- مجله دانش و توسعه /علمی و پژوهشی/۱۸/نیمه اول ۱۳۸۵