



وزارت کار و امور اجتماعی
معاونت برنامه ریزی منابع انسانی و توسعه کارآفرینی

ساز و کار مدیریت توسعه کارآفرینی در کشور

(طرح ایجاد سازمان کارآفرینی)

ویرایش اول

دفتر توسعه امور کارآفرینان

مرداد ماه ۱۳۸۶



وزارت کار و امور اجتماعی

معاونت برنامه ریزی منابع انسانی و توسعه کارآفرینی

ساز و کار مدیریت توسعه کارآفرینی در کشور

(طرح ایجاد سازمان کارآفرینی)

ویرایش اول

دفتر توسعه امور کارآفرینان

مدیر طرح: خسرو سلجوقی

مسئول تدوین: فرید آق اولی

کارشناس طرح: تبسم باوفا

مرداد ماه ۱۳۸۶

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

مقدمه ۵

فصل اول - مبانی و اقدامات مرتبط با کارآفرینی

- تعاریف کارآفرینی ۷
- نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی ۱۰
- ضرورت توجه به کارآفرینی در کشور ۱۲
- سیر تطور کارآفرینی در دنیا ۱۳
- مقایسه شاخص‌های «توسعه کارآفرینی» در کشورها ۱۶
- سابقه کارآفرینی در ایران ۲۰
- نقش دولت در توسعه کارآفرینی ۲۱

فصل دوم - مطالعه تطبیقی ساز و کارهای کارآفرینی در دیگر کشورها

- آلمان ۲۵
- ایتالیا ۲۷
- فنلاند ۳۰
- هلند ۳۴
- اتریش ۳۷
- سوئد ۴۲
- مجارستان ۴۶
- لهستان ۴۸
- مالزی ۴۹

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

- تایوان ۵۲

- اندونزی ۵۴
- تایلند ۵۶
- بنگلادش ۵۷
- استرالیا ۵۹
- آمریکا ۷۰
- بریتانیا ۸۸
- بلوک شرق ۹۹
- رومانی ۱۱۰
- سنگاپور ۱۱۳
- فیلیپین ۱۲۸
- کانادا ۱۳۵
- کره جنوبی ۱۴۹
- هند ۱۵۷

فصل سوم - ساز و کار مدیریت توسعه کارآفرینی در کشور

- دستگاههای مرتبط با کارآفرینی ۱۷۳
- ساختار پیشنهادی مدیریت کارآفرینی ۱۸۱
- فهرست منابع ۱۸۳
- پیوست

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه

نقش و اهمیت کارآفرینی به عنوان محرک توسعه، در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بیش از گذشته نزد دولت، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور مطرح می‌باشد. به دلیل ارتباط تنگاتنگ

خلاقیت و کارآفرینی، بسیاری از کشورهای توسعه یافته براساس شرایط، امکانات و نظام ارزشی و اقتصادی خود اقدام به طراحی و اجرای نظامی تحت عنوان نظام ملی نوآوری نموده‌اند و از سال ۱۹۷۰ به بعد دولت‌ها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی از طریق تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی توجه نموده‌اند. طی چند سال اخیر، دولت‌ها به طور جدی به تشویق کارآفرینی پرداخته‌اند. با توجه به ساختار اقتصادی - اجتماعی و سیاسی کشورها، نیاز کارآفرینان نیز متفاوت است. بنابراین شناخت و آگاهی نسبت به این نیازها برای تعیین سیاست‌ها و برنامه‌های دولت ضروری است. در این خصوص دولت‌ها با فراهم نمودن شرایط و تسهیلات لازم برای شروع فعالیت کارآفرینان نقش مؤثری در توسعه کارآفرینی ایفا می‌نمایند. ارتقاء مهارت‌های انسانی از طریق آموزش، ارائه خدمات گسترده مشاوره‌های مالی و مدیریتی، توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی از طریق اینترنت و... از جمله اقداماتی است که دولت با همکاری بخش‌های غیردولتی می‌تواند در راستای توسعه کارآفرینی انجام دهد. علی‌رغم اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اشتغال در کشور،

تاکنون ساختار و مدیریت منسجم برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، حمایت، هدایت و نظارت بر توسعه کارآفرینی در تشکیلات دولت استقرار نیافته و مجموعه اقدامات انجام شده به صورت پراکنده در حوزه‌های مختلف پیگیری می‌شود. بنابراین در گزارش حاضر، ضمن تبیین اهمیت، قلمرو و سازوکارهای کارآفرینی، ساختاری منسجم برای مدیریت امور فوق ارائه گردیده است.

فصل اول

مبانی ناظر بر کارآفرینی

□ تعاریف کارآفرینی^۱

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprender* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. در این بخش تعریف کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم مدیریت ارائه گردیده تا ابعاد موضوع کارآفرینی تبیین گردد.

جان باتیست سی (J.B.Say-1893)

(۱) سه عامل مهم تولید در کارآفرینی:

- زمین و عوامل طبیعی دیگر که در آن سهم دارند.
- سرمایه
- صنعت بشری

(۲) کارآفرینی عاملی است که تمام ابزارهای تولید را به هم پیوند می‌دهد و ارزش را در تولیدات جستجو می‌نماید.

(۳) سود ناشی از کارآفرینی از سود سرمایه مجزا است.

(۴) فرایند پویایی، برای ایجاد ارزش افزوده است. این ارزش را افرادی ایجاد می‌کنند که خطرهای بزرگی را در زمینه مساوات، زمان و یا تعهد کاری برای فراهم آوردن ارزشی جهت یک محصول یا خدمت قبول می‌نمایند. خود محصول یا خدمت ممکن است جدید باشد یا نباشد یا منحصر به فرد باشد ولی ارزش باید به نحوی توسط کارآفرین با امنیت بخشیدن و اختصاص دادن منابع و مهارت‌های لازم القاء گردد.

ژوزف شومپیتر (Joseph Schumpeter)

جان باتیست سی (J.B.Say-1893)

(۱) کارآفرینی نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد است.

(۲) کارآفرینی کمک می‌کند خود جامعه به عنوان یک کارآفرین باشد.

(۳) کارآفرینی یک واقعه‌ای است که یک تولید، روش بازار و یا یک شکل جدیدی از تشکیلاتی قدیمی را بوجود می‌آورد، مطابق تعریف شومپیتر این فعالیت‌های کارآفرینی با توجه به تقاضا در بازار برای ابداع تولید جدید، منجر به ازدیاد ثروت خواهد شد.

(۴) کارآفرینی در کل شامل انجام فعالیت‌هایی است که عموماً در شرایط جاری انجام نمی‌شود و به طور کلی پدیده‌ای است که تحت شرایط کلی‌تر رهبری بوجود می‌آید.

(۵) کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است.

۱. دکتر محمود احمدپور داریانی، کتاب کارآفرینی، انتشارات پردیس، ۱۳۷۸

۶) ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت، کارآفرینی محسوب می‌شود. کارآفرین در این میان باید صاحبان سرمایه را در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش متقاعد سازد.

۷) پنج نوع کارآفرینی وجود دارد:

➤ تولید کالای جدید در بازار

➤ تولید یک روش جدید از تولید، که باید تولید جدید با کالای جدید همراه باشد.

➤ کارآفرینی باعث گشایش یک بازار جدید است.

➤ غلبه یک منبع جدید بر منابع قبلی، چرا که اقتصاددانان عقیده دارند منابع جدید اجازه می‌دهند بهره‌وری در صنعت زیاد شود.

➤ تشکیلات جدید از صنعت ثروت بشر را زیاد خواهد کرد.

مهمترین عوامل موثر در کارآفرینی همان محصول جدید در بازار است از طریق ابداع که مستقیماً ثروت را در جامعه زیاد می‌کند.

مک کله لند (D.M.Clelland-1961)

۱) چنانچه نقش‌های افراد (*roles*) را از وضعیت‌های آنان (*Status*) جدا کنیم و فقط نقش‌ها را در نظر بگیریم در آن صورت کارآفرینی بسیار گسترده‌تر می‌شود و همه فعالیت‌های انسان (نه فقط فعالیت‌های اقتصادی) را در برمی‌گیرد.

۲) کارآفرینی همه فعالیت‌های بشر را در بر می‌گیرد، از شعر گفتن تا رهبری جنگ

ژوزف مک گوایر (J.Mcguire-1962)

نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد. اما آنچه را که باید در درک متفاوت رفتار، مورد توجه قرار داد عواملی مانند: عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی، تعلیم و تربیت است.

پنروز (Pemrose-1963)

۱) فعالیت‌های کارآفرینی همراه است با تعیین فرصتها در نظام اقتصادی چرا که قابلیت‌های مدیریتی از قابلیت‌های کارآفرینی متفاوت است.

۲) جنبه اصلی کارآفرینی همانا شناسایی و بهره‌برداری از فکرهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکت‌های کوچکتر است. (1968)

پیتر دراگر (P.Druker-1985)

- ۱) کارآفرینی همانا بکاربردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استاندارد سازی محصول، با بکارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است.
- ۲) کارآفرینی یک علم است و همچون علوم دیگر می‌توان آن را فرا گرفت.
- ۳) کارآفرینی، فرآیندی است که در آن کارآفرین فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند.
- ۴) کارآفرینی جستجوی دائمی رأی تغییر و واکنش در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت را بیان می‌کند.
- ۵) کارآفرینی یک هنر موروثی نیست، یک اندیشه قابل پرورش و کوشش اصولی است.
- ۶) اساسی‌ترین کارآفرینی، نوآوری است.
- ۷) کارآفرینی یک رفتار است نه یک صفت ویژه د شخصیت فرد کارآفرین
- ۸) کارآفرینی بر پایه نظریه اقتصاد و جامعه، استوار است.
- ۹) کارآفرینی و نوآوری به نوبه خود از مخاطره پایین‌تری نسبت به بهینه نمودن کاربر منابع خوددار است.

بروکهاوس و هوروتیز (R.Brocjaus & P.Horwitz-1986)

- ۱) کارآفرینی یعنی شناسایی و بهره‌برداری از افکار فرصت طلبانه برای ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک
- ۲) کارآفرینی به معنی فعالیتی خلاق برای کسب ارزش از طریق شرکت یا سازمان است.
- ۳) کارآفرینی یعنی تشکیل تیمی از افراد و اشخاصی با مهارت‌ها و تواناییهای مکمل یکدیگر و درک فرصت‌های موجود بگونه ای که دیگران قادر به درک و استفاده از این فرصت‌ها نیستند.

ویلکن (Wilken01992)

- ۱) کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد. (۱۹۸۰)
- ۲) کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌داند و از ویژگی تسریع‌کنندگی، برای تشریح کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند. وی معتقد است که کارآفرینی بعنوان یک تشریح‌کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد. او چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد که عبارتند از:

➤ عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار و فراهم بودن سرمایه

- ✚ عوامل غیراقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل
- ✚ عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری
- ✚ ترکیب عوامل تولید: به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات

□ نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی

ساختار اقتصادی دنیای امروز با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. شاخص‌های سخت افزاری و دارایی‌های مشهود که دیروز در جایگاه یک بنگاه اقتصادی نقش تعیین کننده داشت جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارایی‌های نرم افزاری داده است. تولید علم و دانش، بهره گیری از دانش و گسترش آن در سطح جامعه در تمام زمینه‌های اجتماعی توانمندی و قدرت ایجاد می‌نماید. کشورهایی که بخش قابل ملاحظه ای از تولید علم و دانش را به خود اختصاص داده اند، از نظر صنعتی توسعه یافته و از توان اقتصادی و سیاسی بالایی برخوردارند. بدیهی است تولید علم و دانش جز از راه تحقیق حاصل نمی‌گردد.

رابطه سرمایه گذاری در امر تحقیقات و تولید علم و رابطه تولید علم با توان اقتصادی و سیاسی کشورها یک رابطه مستقیم است. به کارگیری دانش و مدیریت در هر جامعه زیر بنای نوآوری و خلاقیت‌هاست. بنابراین لازمه رشد اقتصادی در دنیای امروز توسعه مراکز تولید دانش، فناوری و مهارت‌های فنی است که مهمترین آن‌ها دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی هستند. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به عنوان رکن اساسی در توسعه همه جانبه کشور باید از هر نظر مورد حمایت قرار گیرند و محققان و اساتید باید از جایگاه ویژه ای برخوردار باشند تا با آسایش خیال قادر باشند نیروهای جوان و طالب علم کشور را اهل فکر و نظر، نوآور و خلاق پرورش دهند. در دنیای امروز بزرگترین سرمایه‌های یک بنگاه اقتصادی نیروهای اهل فکر، یادگیرنده و خلاق آن‌ها هستند و این نیروها کسی جز کارآفرینان نیستند.

بسیاری از کارآفرینان فعالیت خود را در قالب ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط^۲ (*SME*ها) شروع می‌نمایند. این شرکت‌ها سهم به سزایی در توسعه صنایع پیشرفته^۳ (*HT*) و ایجاد اشتغال داشته و نسبت به شرکت‌های بزرگ از انعطاف پذیری بالایی برخوردارند. لذا بسیاری از دولت‌ها متقاعد شده اند که باید بستر رشد را برای واحدهای کوچک و متوسط در قالب مراکز رشد، پارک‌های صنعتی و فناوری فراهم سازند و آن‌ها را تا مدت زمانی که بتوانند به صورت یک شرکت مستقل وارد بازار شوند حمایت کنند. در کشورهای جنوب شرقی آسیا ۹۵٪ کل بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی کشورها را «*SME*ها» تشکیل داده و به عنوان رکن اساسی در اقتصاد و اشتغال کشورها تاثیر گذارند. در ایران، مرکز تحقیقات گسترش یکی از شرکت‌های تابعه سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران در رابطه با مقوله کارآفرینی تجربه بسیار ارزنده ای دارد. در طول بیش از سه سال فعالیت در رابطه با کارآفرینی حدود ۱۲۰ کارآفرین را مورد حمایت مالی و فنی قرار داده است. از این تعداد کارآفرین تاکنون ۴۰ کارآفرین پروژه خود را تمام و حاصل تلاش آن‌ها وارد یا در شرف ورود به بازار است.

خلاصه نتایج حاصل شده از این اقدامات بشرح زیر بوده است:

- جمع وام پرداختی به این ۴۰ کارآفرین توسط این مرکز ۲۵۲۹۲ میلیون ریال و جمع آورده (سرمایه) خود کارآفرینان جهت اجرای پروژه‌ها ۴۱۸۳۳ میلیون ریال است. بنابراین جهت اجرای این ۴۰ پروژه جمعاً مبلغ ۶۷۱۲۵ میلیون ریال مورد نیاز بوده که ۳۷٪ آن از طریق وام کارآفرینی تأمین و ۶۳٪ آن را کارآفرین از منابع داخلی خود تأمین نموده است.
- این ۴۰ پروژه برای ۸۳۷ نفر اشتغال مستقیم ایجاد نموده است. یعنی کارآفرین به ازای هر ۳۰ میلیون ریال وام دریافتی یک اشتغال ایجاد نموده و اگر سرمایه خود را هم به این مبلغ اضافه نماید تقریباً به ازای هر ۸۰ میلیون ریال یک شغل ایجاد شده است. طبق اظهارات مسئولین هزینه ایجاد یک شغل در صنعت بیش از ۲۰۰ میلیون ریال است. اما کارآفرین به عنوان بخش خصوصی مولد و با به کارگیری بهینه منابع این مبلغ را به ۸۰ میلیون ریال کاهش داده است.
- این ۴۰ پروژه برای ۱۴۵۶ نفر به طور غیر مستقیم شغل ایجاد نموده اگر این تعداد به اشتغال مستقیم اضافه گردد هزینه ایجاد یک شغل به مراتب کاهش می‌باشد.
- از این ۴۰ پروژه ۸ مورد آن به ایجاد دانش فنی منجر گردیده است. اگر قرار بود دانش فنی ایجاد شده از شرکت‌های خارجی خریداری گردد مبلغی که می‌باید بابت آن پرداخت شود از جمع وام دریافتی به مراتب بیشتر می‌شود. ضمن اینکه ایجاد دانش فنی در کشور، بومی سازی آن را آسان و اعتبار کشور را در جهان افزایش می‌دهد.
- در این میان در ۳ مورد کار کاملاً جدید بوده و برای اولین بار در ایران انجام شده است.
- از بخش تحقیق و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (*SME*ها) در ۴ مورد حمایت شده که در هر مورد فرآیندی جدید در تولید یا محصولی جدید به خط تولید اضافه شده است.
- با استفاده از فرایندهای جدید در ساخت، انجام پروژه‌های کارآفرینی در ۲۶ مورد منجر به توسعه فناوری شده است.
- در این میان ۱۱ کارآفرین توانسته اند با ثبت ۱۱ شرکت جدید فعالیت صنعتی و اقتصادی خود را در قالب «*SME*های» ایجاد شده دنبال نمایند.
- با فروش محصولات، تولیدی کارآفرینان در طول زمان انجام پروژه کارآفرینی بیش از ۶/۵۹۵ میلیون دلار صرفه جویی ارزی حاصل شده است که با ادامه فعالیت کارآفرینان در صنایع ایجاد شده روند صرفه جویی ارزی به طور پیوسته ادامه خواهد یافت.
- با نگاهی به نتایج ذکر شده می‌توان به میزان موفقیت طرح توسعه کارآفرینی پی برد. مهمترین آثار توسعه کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش تعداد ثبت اختراعات و ابداعات، تولید دانش فنی، ایجاد اشتغال و *SME*ها، تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی را در برداشته باشد.

□ ضرورت توجه به کارآفرینی در کشور

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. مراکز حمایت از کارآفرینان به دلیل نداشتن پشتوانه مالی و عدم حمایت جدی از طرف نهادهای ذیربط قادر نیستند پاسخگوی نیازهای مالی کارآفرینان باشند. کارآفرینان با ایجاد «SMEها» با سرمایه محدود خود و گاهی با دریافت مقداری وام وارد یک حرکت اقتصادی و صنعتی می‌شوند و در بسیاری از مواقع زندگی و امکانات خود را در راه توسعه صنعتی از دست می‌دهند. با تولید دانش فنی یک محصول، توسط کارآفرین، شرکت‌های تولیدی خارجی توسط عوامل خود در کشور از این توانایی‌ها اطلاع یافته و قیمت محصول خود را چنان پائین می‌آورند که کارآفرین داخلی توان رقابت را از دست داده و در مدت کوتاهی ادامه فعالیت آنها متوقف می‌شود. در این مواقع اگر کارآفرین حمایت نشود نمی‌توان انتظار داشت کارآفرینی و ایجاد «SMEها» در کشور توسعه یابد.

مهمترین آثار توسعه کارآفرینی، افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش تعداد ثبت اختراعات و ابداعات، تولید دانش فنی، ایجاد اشتغال و SMEها، تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است که در نتیجه می‌تواند افزایش ثروت ملی را در برداشته باشد. کدام سرمایه گذاری می‌تواند در این حد آثار مثبت اجتماعی و اقتصادی از خود باقی گذارد. در این خصوص لازم است تا از تجربه ارزنده دنیا با توجه نیروهای مساعد فراوان در کشور بخوبی استفاده و با جدیت برای توسعه کارآفرینی برنامه ریزی نمود.

□ سیر تطور کارآفرینی در دنیا

در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در کار مأموریت نظامی بودند کارآفرین می‌خواندند. پس از آن نیز برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیتهایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد درباره پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار امور عمرانی بودند، از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است.

کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند. ژوزف شومپیتر با ارائه نظریه توسعه اقتصادی خود در سال ۱۹۳۴ که همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی بود، موجب شد تا نظر او در خصوص نقش محوری کارآفرینان در ایجاد سود، مورد توجه قرار گیرد و به همین دلیل وی را «پدر نظریه کارآفرینی» لقب داده‌اند. از نظر وی «کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است» و نقش کارآفرینی عبارت است از «نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد» کارآفرینی از سوی روانشناسان و جامعه‌شناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگیها و الگوهای رفتاری آنها با بررسی و تحقیق در خصوص آنان نیز مورد توجه قرار گرفته است. جامعه‌شناسان، کارآفرینی را به عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت‌ها و گروه‌های جامعه پرداخته‌اند. دانشمندان مدیریت هم به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمانها پرداخته‌اند. سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی را می‌توان به پنج دوره تقسیم نمود:

دوره اول قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی: در این دوره به صاحبان پروژه‌های بزرگ که مسئولیت اجرایی این پروژه‌ها همانند ساخت کلیسا، قلعه‌ها، تأسیسات نظامی و غیره، از سوی دولتهای محلی به آنها واگذار گردید، کارآفرین اطلاق می‌شد، در تعاریف این دوره، پذیرش مخاطره لحاظ نشده است.

دوره دوم (قرن ۱۷ میلادی): این دوره همزمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره‌پذیری به کارآفرینی اضافه شد کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی است.

دوره سوم (قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی): در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایه مورد نیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند. بین کارآفرین و تأمین‌کننده سرمایه (سرمایه‌گذار) و مدیر کسب و کار در تعاریف این دوره تمایز وجود دارد.

دوره چهارم (دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی): در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است.

دوره پنجم (دوران معاصر از اواخر دهه ۱۹۷۰ تاکنون): در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کار و روند کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع‌کننده این سازوکار، توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چند جانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند.

تا دهه ۱۹۸۰ سه موج زیر، موضوع کارآفرینی را به پیش برده است:

موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهای زندگی کارآفرینان و تاریخچه شرکت‌های آنها، چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های سریع پولدار شدن می‌باشد. این موج از اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع می‌شود.

موج دوم: این موج که شروع آن از دهه ۱۹۶۰ بوده شامل ارائه رشته‌های آموزش کارآفرینی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است که در حال حاضر این حوزه‌ها به سایر رشته‌ها نیز تسری یافته است.

موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولتها به تحقیقات در زمینه کارآفرینی و بنگاههای کوچک، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌شود که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است.

در اقتصاد رقابتی جهان امروز که با تغییر و تحولات پرشتاب محیط بین‌المللی، گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و دگرگونی اقتصادی ملی به اقتصاد جهانی همراه است، کارآفرینی را به مثابه «موتور توسعه اقتصادی» به کار گرفته‌اند، زیرا می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که سبب افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی خواهد شد، نقش مهمی داشته باشد. برخی اجزای کارآفرینی را می‌توان نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصتها و تجهیز منابع برای بهره‌برداری از آنها از راه ایجاد کسب و کارهای جدید یا دگرگونی سازمانها دانست.

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، از این توان برای رویارویی با مشکلاتی چون رکود، تورم و بیکاری و نبود امکان اشتغال بهره‌برداری کرده‌اند. تدوین راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های لازم برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسبتر برای فعالیت کارآفرینان در زمینه‌های گوناگون اقتصادی-اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی از جمله کارهایی است که در این زمینه صورت گرفته و دستاوردهای چشمگیر نیز داشته است.

از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در برخی کشورها، مدل «جی.ای.ام» (*Global Entrepreneurship Monitor*) برای ارتباط بین کارآفرینی و 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 را به این شرح می‌توان بیان کرد:

- فعالیت‌های کارآفرینانه 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 اقتصاد است.
- برای رسیدن به دستاوردهای پایدار و بلندمدت، سیاست‌ها باید جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال را به کارآفرینی فراخواند و تشویق کند.
- 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.

□ مقایسه شاخص‌های «توسعه کارآفرینی» در کشورها

مرکز کوفما که در رابطه با مسائل کارآفرینی فعالیت دارد وضعیت کارآفرینی را در ۲۹ کشور جهان ارزیابی کرده است. بررسی دقیق این گزارش می‌تواند در برنامه ریزی جهت توسعه کارآفرینی با ارزش باشد. این مرکز حداقل با ۲۰۰۰ نفر کارآفرین در هر کشور تماس گرفته، به بررسی وضعیت آن‌ها پرداخته و با بیش از ۹۵۰ متخصص ملی در امور کارآفرینی گفتگو داشته و حجم وسیعی از اطلاعات استاندارد شده ملی هر کشور مورد بهره برداری قرار داده است. پس از بررسی‌های عمیق، جمعیت کارآفرین را در کشورها از نظر سطح فناوری و نوع فعالیت به دو گروه اساسی دسته بندی نموده است.

۱- فعالیت‌های کارآفرینی بر اساس ضرورت‌ها

۲- فعالیت‌های کارآفرینی بر اساس فرصت‌ها

این مطالعات نشان می‌دهد که حدوداً ۱/۴ میلیارد نفر نیروی کار در محدوده سنی ۲۰ تا ۶۴ سال در این کشورها زندگی می‌کنند که از این جمعیت ۱۵۰ میلیون نفر (بیش از ۱۰٪ نیروی کار) درگیر فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی هستند.

- در این گزارش اشاره شده است که ۵۴٪ از کارآفرینان (حدود ۸۰ میلیون نفر کسانی هستند که بر اساس «فرصت‌ها» فعالیت‌های صنعتی و کسب کار مورد علاقه خود را ایجاد نموده اند. اغلب این افراد در کشورهای توسعه یافته یا در بخش‌های توسعه یافته کشورهای در حال توسعه فعالیت خود را دنبال می‌نمایند. برای مثال در یک کشور توسعه یافته، کارآفرین تلاش می‌کند با افزایش توانمندی مثلاً دستگاه تلفن همراه تمام نیازمندی‌های ارتباطی و اطلاعاتی مشتری را تأمین نماید، لذا با توسعه فناوری توانمندی محصول را بالا برده و در نتیجه بازار و فرصت‌های جدید برای فروش محصول خود به وجود می‌آورد.

بر اساس همین گزارش ۴۳٪ از کارآفرینان (حدود ۶۳ میلیون نفر) کسانی هستند که بر اساس «ضرورت‌ها» فعالیت‌های کارآفرینی خود را دنبال می‌کنند. اغلب این افراد در کشورهای در حال توسعه یا توسعه نیافته مشغول به فعالیت‌اند. در این کشورها نیازهای اولیه و ضرورت‌ها، مبنای فعالیت‌های کارآفرینی قرار می‌گیرد. لذا سطح فناوری و نوع خدمات کارآفرینی بر اساس فرصت‌ها و ضرورت‌ها بسیار متفاوت است. کارآفرینان مرد ۷۰٪ جمعیت کارآفرینان را تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر مردان کارآفرین دو برابر زنان هستند. در دو کشور ایتالیا و نیوزلند تعداد کارآفرینان مرد و زن تقریباً برابرند. افراد ۲۵ تا ۴۴ سال بیشترین جمعیت کارآفرین (۵۵٪) و افراد ۱۸ تا ۲۴ سال (۲۳٪) و افراد ۴۵ سال به بالا (۲۲٪) کارآفرینان را تشکیل می‌دهند. سرمایه گذاری خطرپذیر یکی از عوامل مهم در توسعه کارآفرینی و منابع تأمین آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در کشورهای مورد مطالعه سرمایه مورد نیاز کارآفرین از دو منبع اصلی زیر تأمین می‌گردد.

۱- سرمایه خطر پذیر رسمی

این سرمایه‌ها از طریق منابع رسمی کشور تامین و در اختیار کارآفرین قرار می‌گیرد. مانند سازمان‌های حمایت کننده از کارآفرینان و بانک‌های مرتبط با توسعه صنایع.

۲- منابع مالی غیررسمی

این بخش از سرمایه توسط خود کارآفرین، بستگان، دوستان و سایر افرادی که می‌خواهند در پروژه مشارکت داشته باشند تامین می‌گردد. این بخش از منابع مالی در سراسر جهان از اهمیت بیشتری برخوردار است.

به طور متوسط به ازای هر یک دلار سرمایه گذاری از نوع سرمایه خطر پذیری رسمی مقدار ۱/۶ دلار سرمایه گذاری از نوع منابع مالی غیررسمی وجود دارد میانگین سرمایه گذاری غیررسمی در کشورهای مورد مطالعه ۱/۱٪ تولید ناخالص داخلی (*GDP*) کشورهاست حداکثر آن ۳/۷٪ در کره و حداقل آن ۰/۱۴٪ در برزیل است.

در گزارش مذکور عوامل موثر در کارآفرینی کشورهای مورد مطالعه با یکدیگر مقایسه شده اند. در پایان گزارش وضعیت هر یک از کشورها به طور مستقل ارزیابی شده و نکات کلیدی که باعث رونق کارآفرینی یا کاهش سطح کارآفرینی در کشور شده است را بیان می‌کند. این گزارش می‌تواند برای علاقمندان به موضوع کارآفرینی بسیار با ارزش باشد.

در مطالعه *GEM* شاخصهای توسعه کارآفرینی در کشورهای برگزیده بررسی و مقایسه شده است. این کشورها با شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کارآفرینی، مقایسه و رتبه‌بندی شده‌اند. در ارتباط با شاخصها می‌توان گفت که صرفاً پرداختن به زیرساخت‌ها و فراهم نمودن محیط تجاری به کارآفرینی بالاتر منجر نمی‌شود، بلکه علاوه بر آن معیارهایی نظیر: اندازه بازار، مردم‌نگاری، دامنه تغییرات درآمدی، فرهنگ، دسترسی به اینترنت در منزل نیز در محاسبه کارآفرینی مدنظر قرار می‌گیرند.

جدول ۱. شاخص چارچوب کارآفرینی سال ۲۰۰۲-۲۰۰۶

کشور	رتبه	امتیاز
هلند	۱	۸/۴۴
دانمارک	۲	۸/۳۹

۸/۳۴	۵	سوئیس
۷/۵۶	۱۷	تایوان
۷/۲۶	۲۰	هنگ کنگ
۷/۰۴	۲۱	ژاپن
۵/۶۸	۳۲	مالزی
۵/۳۸	۳۵	عربستان سعودی
۵/۳۶	۳۷	فیلیپین
۵/۱۰	۴۱	آفریقای جنوبی
۵/۱۰	۴۲	ترکیه
۵/۰۹	۴۳	تایلند
۵/۰۷	۴۴	مصر
۵/۰۵	۴۶	هند

ادامه جدول ۱. شاخص چارچوب کارآفرینی سال ۲۰۰۲-۲۰۰۶

کشور	رتبه	امتیاز
روسیه	۴۷	۵/۰۴
ونزوئلا	۴۹	۴/۶۲
چین	۵۰	۴/۴۱
پاکستان	۵۲	۴/۳۸
اندونزی	۵۴	۴/۳۵
آذربایجان	۵۵	۴/۳۵
ایران	۵۶	۴/۲۸
اکراین	۵۸	۴/۱۵

این شاخص به واسطه ۷۰ مشخصه کمی و کیفی در ۱۰ بخش جداگانه ارائه شده است که مهم‌ترین بخش‌های آن به شرح زیر می‌باشد:

۱. اثر بخشی سیاست‌های عمومی:^۱

مواردی که جهت این بخش در نظر گرفته شده‌اند عبارتند از: کارایی دولت، میزان مقررات دست‌وپاگیر، بوروکراسی، راهبرد حقوقی، جرم و فساد و ارتشاء

۲. سیاست‌های مرتبط با موسسات خصوصی:

(برخورداری از حقوق مالکیت فردی و خصوصی، انضباط بخش عمومی، آزادی رقابت، سیاست رقابتی، حفاظت از مالکیت معنوی، کنترل و نظارت بر قیمت‌ها، اعمال نفوذ و کنترل دولت بر بخش خصوصی

۳. نظام مالیاتی:^۲

اندازه مالیات شرکت‌ها، مالیات نهایی، مالیات بر ارزش افزوده، سهم‌الشرکه الزامی تأمین اجتماعی، سیاست رقابتی، مشوق‌های مالی و سرمایه‌گذاری

۴. مالی: تخمین و ارزیابی درجه بازبودن بخش بانکی^۳، کیفیت راهبرد و قوانین مالی و دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری

۵. بازار کار و مهارت‌ها:^۴

¹ Effectiveness Public Policy

² Tax Regime

³ Degree Of Openness in Banking Sector

⁴ Labour Market and Skill

شامل سال‌های تحصیلی، انعطاف‌پذیری نیروی کار، محدودیت‌های قوانین کار، میزان مقررات و دستمزد و هزینه زندگی

۶. زیر ساخت:^۱

تراکم خط تلفن، خرابی تلفن، توزیع زیر ساخت، تعداد کامپیوتر، سهم مخارج تحقیق و توسعه از GDP و اجاره دفتر کار

همچنین شاخص‌های زیر در بررسی‌ها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد:

- **سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل**

شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی، به ازای هر نفر شاغل، نشان‌دهنده اهمیت رشد و توسعه کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور است. در کشورهای پیشرفته، از جمله آلمان، هلند، فرانسه و ایتالیا، حدود ۶۰ درصد و در دیگر کشورها حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد اشتغال دستاورد «کارآفرینی» و شرکت‌های کوچک و متوسط است که بیش از نیمی از تولید ناخالص داخلی این کشورها را تولید می‌کنند.

- **توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه کسب و کار**

این شاخص از شاخص‌های مهم برای ارزیابی کارآفرینی است. در واقع، هرچه توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در کشوری بیشتر باشد، توسعه کسب و کار و در نتیجه کارآفرینی در آن کشور بیشتر خواهد بود.

- **چگونگی درک مدیران کشور از کارآفرینی**

با توجه به اهمیت عملکرد مدیران در تدوین خط مشی‌ها و اجرای برنامه‌ها که در گسترش و ترویج کارآفرینی مهم و کارساز است، شاخص چگونگی درک مدیران کشور از کارآفرینی می‌تواند اثر بسزایی در تحقق این هدف داشته باشد.

- **هزینه کل تحقیقات**

تحقیق و توسعه می‌تواند پدیدآورنده فرصت‌های تجاری جدید باشد و سبب رشد کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط شود بر این اساس، کشورهای اروپایی پیشرفته که در شمار ۷ کشور صنعتی جهان هستند (آلمان، فرانسه، انگلستان و ایتالیا) اهمیت ویژه‌ای به تحقیق و توسعه می‌دهند و هزینه‌های هنگفتی را صرف آن می‌کنند.

¹ Infrastructure

□ سابقه کارآفرینی در ایران

علی‌رغم اینکه در کشورهای پیشرفته دنیا از اواخر دهه ۱۹۷۰ به بعد به موضوع کارآفرینی توجه جدی شده و حتی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هم از اواخر دهه ۱۹۸۰ این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند، در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مشکل بیکاری و پیش‌بینی حادث‌تر شدن آن در دهه ۱۳۸۰ موجب شد که در زمان تدوین برنامه سوم توسعه، موضوع توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد. در برنامه اخیر، توسعه کارآفرینی در سطح وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری (کاراد)، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی، صنایع و معادن و همچنین سایر مؤسسه‌ها همچون جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط با فعالیت‌های آنها، مطرح شده است.

متأسفانه واژه کارآفرینی که ترجمه‌ای از کلمه **Entrepreneurship** است، موجب گردیده است که معنی ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی از این واژه برداشت شود. در حالیکه کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است. این برداشت ناصحیح از مفهوم کارآفرینی و همچنین وجود نیروی انسانی بیکار در جامعه بویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی، موجب شده بسیاری از سیاست‌هایی که برای توسعه آن اتخاذ شده و نیز در بخشنامه‌ها و سخنرانی‌های مسئولان در این خصوص، صرفاً جنبه اشتغال‌زایی برای آن در نظر گرفته شود. در حالیکه کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند:

بارور شدن خلاقیت‌ها،

ترغیب به نوآوری و توسعه آن،

افزایش اعتماد به نفس،

ایجاد و توسعه تکنولوژی،

تولید ثروت در جامعه

و افزایش رفاه عمومی است و در صورتیکه فقط به جنبه اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند.

در کشور ایران اکنون، به رغم داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و نیز برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی (**GDP**) در سطح پائین است، شمار قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیلکرده از امکان اشتغال بی‌بهره‌اند و بر اولویت ایجاد کار در دیگر فعالیتهای دولتی در سطوح گوناگون تأکید می‌شود. افزون بر این بسیاری از شرکت‌ها، به سبب بهره‌وری اندک، فقدان

تقاضا و غیره در آستانه تعطیلی هستند و رقابت کشور هم در بازارهای جهانی اندک است، از این رو، امروزه «توسعه کارآفرینی» رویکردی بسیار ضروری برای جامعه است.

□ نقش دولت در توسعه کارآفرینی

با توجه به نقش محوری دولت در تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه در کشور اسلامی ایران و ضرورت رشد شتابان کشور و هم‌نو شدن با تغییر و تحولات روز افزون فناوری برای دستیابی به سهم بیشتری از این انقلاب نرم افزاری، توسعه کارآفرینی را به امری اجتناب ناپذیری برای کشورها بدل ساخته است. زیرا بر اساس پژوهش‌های مؤسسات تحقیقاتی دنیا سطح کارآفرینی را با سطح توسعه یافتگی برابر می‌دانند و به رابطه مستقیمی بین رشد ناخالص داخلی و بسترسازی‌ها و حمایت‌های دولتها از کارآفرینان دست یافته‌اند.

صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران بخش عمومی بر این باورند که با عنایت به انتظارات رو به تزاید و متنوع ارباب رجوع، تحولات سریع محیطی و رقابت فشرده جهانی، عصر مدیریت سنتی در اداره امور سازمان‌های بخش عمومی به سرآمده است. از این رو صاحب‌نظران برای اثربخش نمودن سازمان‌های دولتی، رویکرد نوینی را تحت عنوان «دولت کارآفرین» مطرح می‌کنند که براساس آن باید تغییرات بنیادینی را در مدیریت دولتی شاهد باشیم. کارآفرینی پدیده‌ای راهبردی است؛ رفتار نیست بلکه فعالیت به حساب می‌آید. علی‌رغم اینکه این پدیده به عنوان نیروی هدایت‌کننده تحول مدیریت محسوب می‌شود.

دولت لزوماً باید ساختار کاری، راهبرد و فرهنگی را ایجاد کند که بر نوآوری تأکید کند. ابتکار در مدیریت امور عمومی و پیگیری برای ایجاد فرهنگی خلاق، به ارتقای عملکرد و ابتکار منجر می‌شود. پیتر دراگر اظهار می‌دارد که ابتکارهای اجتماعی بزرگ مستلزم هم‌زمان شدن با اقتصاد مدرن است که بتوان سیاست‌های اجتماعی و مؤسسات قدیمی ارائه‌دهنده خدمات عمومی را به طور منظم جهت واگذاری سازماندهی کرد. به نظر او کارآفرینی بیشتر در بخش عمومی بوده است تا در بخش خصوصی.

مؤسسات دولتی وقتی کارآفرین هستند که نسبت به تغییر هوشیار باشند، فرصت‌ها را کشف و با اقدام خلاقانه از آنها بهره‌برداری کنند. بخش دولتی لزوماً به دلایل ظاهری به خلاقیت، مدرنیزاسیون و مشتری‌مداری روی نمی‌آورد، بلکه دلیل اصلی پاسخگویی به تغییرات محیطی است. همچنین، کارآفرینی پاسخی است به این موارد:

- دولت ناتوان (صرف نظر از بزرگی و کوچکی)
- منافع ناکافی و تخصیص ناصحیح.
- اولویت‌بندی نامناسب.
- پیش‌بینی رفتار شهروندان.

علیرغم موانع بسیار جدی که دولت برای کارآفرینی در پیش روی دارد ولی ضرورت پرداختن به موضوع کارآفرینی و احیای کارآفرینی در مؤسسات دولتی نتایج مطلوبی به همراه خواهند داشت

تعیین سیاست‌ها، اهداف، روشها و الگوهای مناسب و اجرای برنامه‌های حمایتی و تشویقی می‌تواند مهمترین وظایف محوری دولت در زمینه توسعه کارآفرینی باشد. سیاست‌های دولت‌ها در یک تحول سه مرحله‌ای از حمایت از کسب و کارهای کوچک به حمایت از توسعه نوآوری و سپس به توسعه کارآفرینی تغییر می‌یابد. به طور کلی این اقدامات می‌باید با دو جهت گیری کلی انجام شود:

۱- حذف و کاهش محدودیت‌ها و موانع کارآفرینی ۲- ترغیب و تشویق کارآفرینی

به طور کلی مواردی را که دولت‌ها برای توسعه کارآفرینی در آن دخالت می‌کنند عبارتند از: توسعه قابلیت‌های کارآفرینی، ایجاد ساختارهای حمایتی و ایجاد زمینه‌ها

به طور کلی دلایل توجه دولت به کارآفرینی شامل موارد زیر می‌گردد:

- ۱- بهبود کیفیت زندگی فردی و اجتماعی: اعتقاد بر آن است که انسان با دانش، مهارت و نگرش کارآفرینی زندگی بهتری خواهد داشت.
- ۲- عدالت اجتماعی: در طول تاریخ، تبعیض باعث فقر بخشهایی از جوامع شده است. برای جبران این عقب ماندگی راهبرد توسعه کارآفرینی ابزار خوبی است. توسعه کارآفرینی به توزیع درآمدها در جوامع کمک می‌کند و نابرابریها را کاهش می‌دهد.
- ۳- مسئولیت اجتماعی: اعضای جامعه برای ایفای درست مسئولیت‌های اجتماعی خود به قابلیت کارآفرینی نیاز دارند.
- ۴- توسعه ظرفیت تولید جامعه: کارآفرینان با ایجاد کسب و کارهای جدید با نوآوری در توسعه کسب و کارهای موجود و نوآوری به توسعه ظرفیت تولید جامعه کمک می‌کنند و رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی را به ارمغان می‌آورند.
- ۵- حل مشکلات جامعه: کارآفرینان با نوآوری و تلاش موثر، مسایل و مشکلات اجتماعی را حل می‌کنند.

راهکارهای توسعه کارآفرینی توسط دولت شامل موارد زیر می‌باشد:

۱- کوتاه مدت:

➤ شناسایی ظرفیتهای موجود بر اساس آمارها و کمک به کسب و کارهایی که ظرفیت خالی دارند و مشکل بازار ندارند.

➤ اتمام پروژههای نیمه تمام و رفع موانع و مشکلات آنها

➤ شناسایی افرادی که مهارت، تمایل و آمادگی ایجاد کسب و کار را دارند.

➤ شناسایی مراکز توانمند آموزش کارآفرینی

➤ تشکیل ستاد برنامه ریزی آموزش کارآفرینی

➤ تهیه بودجه و منابع لازم برای آموزش

➤ شناسایی اساتید توانمند برای آموزش

➤ تعیین محتوای درسی

➤ تعیین مجری، ناظر و مشاور طرح

➤ برقراری مکانیزم تشویقهای مالیاتی و معافیتهای تامین اجتماعی جهت کسب و کارهای

کوچک

➤ حمایتهای مالی و بازار از کسب و کارهای موجود

۲- میان مدت:

➤ تهیه برنامه (زمانبندی- هزینه - مکان) شهرکهای خوشه پذیر اقتصادی با توجه به

راهبردهای توسعه

➤ توسعه مراکز آموزش کارآفرینی در سطح کشور

➤ تهیه قوانین و مقررات مورد نیاز

➤ تبیین و تعیین فرصت‌های کسب و کار

➤ ایجاد مراکز مشاوره و توسعه کارآفرینی

۳- بلند مدت:

➤ تداوم ایجاد و تکثیر شهرکهای خوشه پذیر

➤ تداوم آموزش‌ها

+ تداوم تاسیس کسب و کارهای جدید

دولتها برای توسعه کارآفرینی اقداماتی انجام می‌دهند. این اقدامات بر اساس شرایط خاص هر جامعه و کشور انتخاب می‌شوند. برخی از اقدامات مهم توسعه کارآفرینی عبارتند از:

+ ایجاد تسهیلات لازم برای توسعه قابلیت‌های حرفه‌ای و کارآفرینی

+ معرفی الگوهای موفق کارآفرینی به جامعه

+ افزایش دسترسی کارآفرینان به منابع، بخصوص منابع مالی

+ شناسایی فرصت‌های پایدار کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی و انجام

خدمات حمایتی در این مورد

+ ایجاد شبکه عرضه خدمات مشاوره‌ای، فنی و مدیریتی

فصل دوم

**مطالعه تطبیقی کار آفرینی
در دیگر کشورها**

□ آلمان

اهم تجربیات عملی دولت آلمان در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می باشد:

• حمایت های آموزشی

- تحت پروژه *Junior* انستیتو *Instituter Deutschen Wintschuft* برای دانش آموزان سال چهارم دبیرستان یک کسب و کار کوچک ایجاد می کنند که مدت آن کمتر از یک سال است. این سازمان به بهترین کسب و کار کوچکی که توسط این دانش آموزان ایجاد شده جایزه ای اهداء می کند. - به منظور بهبود تسهیلات مربوط به یادگیری کارآفرینی در دانشگاه ها، دولت آلمان با همکاری بانک توازن آلمان اقدام به ایجاد کرسی های دانشگاهی برای کسب و کارها نموده است. تحت مدل آزمایشی «*Exist*» شروع به ایجاد کسب و کارهای فناوری از طریق دانشگاهی نموده و به بهترین کسب و کارهای فناوری جوایزی اهداء نمودند. در دو شبکه «*Push*» در اشتوتگارت و «*Kiem*» در کارسروهه بیش از ۱۰۰ کسب و کار جدید ایجاد شده و مورد حمایت قرار گرفته اند و آخرین طرح حمایتی اعطای بورس تحصیلی جزئی برای کمک به تدارکات ایجاد کسب و کار می باشد.

- فدراسیون انجمن های کسب و کار

این فدراسیون یک گروه کاری صنعتی مدرسه ای در سال ۱۹۹۲ تشکیل دادند و هدف آنها انتشار دانش اقتصاد در مدارس و گنجاندن نیازهای صنعت در راهبرد مدرسه و معرفی کارآفرینی به عنوان یک انتخاب با ارزش در مراحل اولیه آموزش می باشد که به شکل زیر مطرح گردید:

- تبادل اطلاعات و تجارب بین مدارس و صنعت

- آموزش معلمان

- بازدید و آموزش عملی در زمینه کسب و کارها برای دانش آموزان و معلمان

- ایجاد و حمایت از تاسیس شرکتها توسط دانش آموزان

- ایجاد یک رقابت به عنوان مدرسه و صنعت موفق با یکدیگر

- در مدرسه عالی *Gelesenkirchen* دانشگاه *Wappental* دو پروفیسور در رشته

کارآفرینی و نوآوری وجود دارد.

در اغلب کرسی های استادی مواد درسی به شکل زیر قابل ارایه می باشد:

- کارآفرینی، تاسیس عمومی، مدیریت تاسیس، تاسیس شرکت، واقعیت‌های تاسیس، تاسیس شرکت‌های فامیلی، تجارب فامیلی، کسب و کار فامیلی، دوران عمر شرکت، توسعه شرکت، توسعه علم اقتصادی کار اشتراکی شرکت، شکل سرمایه‌گذاری در نوآوری، مدیریت نوآوری کسب و اطلاعات فناوری تاسیس، تاسیس شغلی، سرمایه‌گذاری تاسیس، اساس بازار، سرمایه‌گذاری
- ایجاد بانک اطلاعاتی برنامه‌های حمایتی، که توسط وزارت فدرال امور اقتصادی و فناوری اداره می‌شود و پایگاه آن بر روی اینترنت موجود می‌باشد.
- فهرست کردن به برنامه‌های حمایتی اتحادیه اروپا و دولت فدرال و روش‌های درخواست و برقراری تماس با افراد می‌باشد.
- یک خط مستقل در سطح کشور برای افرادی که یک کسب و کار جدید ایجاد می‌کنند و نیاز به مشاوره دارند.
- در سپتامبر ۱۹۹۹ وزارت امور اقتصادی اقدام به تشکیل گروهی به نام گروه پروژه حذف بوروکراسی کرد و مسئول این گروه ابتدا فهرستی از تقاضاهای موجود برای کاهش موانع اداری را از کسب و کارها جمع‌آوری کرد. سپس تمام طرح‌های پیشنهادی و اظهار نظرات خود را برای کم کردن و موثر کردن قوانین و بهتر شدن فرآیندهای سازمانی ارائه داد.

• حمایت‌های مالی

- شبکه فرشتگان کسب و کار آلمان، در سال ۱۹۹۸ اولین شبکه فرشتگان کسب و کار در نوع خود ایجاد شد این شبکه از وزارت فدرال امور اقتصادی، وزارت فناوری و تحقیق و بانک توازن تشکیل شده است.

• خدمات حمایتی

- حمایت دولت از بازارچه‌های کسب و کار و کسب و کارهای جدید
- برداشتن موانع موجود از سر راه ایجاد کنندگان کسب و کارهای جدید و شرکت‌های کوچک از طریق مشارکت دادن تمام ساختارها در فرآیند ایجاد کسب و کار
- ایجاد بانک اطلاعاتی برنامه‌های حمایتی، که توسط وزارت فدرال امور اقتصادی و فناوری اداره می‌شود و پایگاه آن بر روی اینترنت موجود می‌باشد.

- فهرست کردن برنامه‌های حمایتی اتحادیه اروپا و دولت فدرال و روش‌های درخواست و برقرار تماس با افراد
- یک خط مستقل در سطح کشور برای افرادی که یک کسب و کار جدید ایجاد می‌کنند و نیاز به مشاوره دارند.
- در سپتامبر ۱۹۹۹ وزارت امور اقتصادی اقدام به تشکیل گروهی به نام گره پروژه حذف بوروکراسی کرد و مسئول این گروه ابتدا فهرستی از تقاضاهای موجود برای کاهش موانع اداری را از کسب و کارها جمع‌آوری کرد. سپس تمام طرح‌های پیشنهادی و اظهار نظرات خود را برای کاهش و موثر کردن قوانین و بهتر شدن فرآیندهای سازمانی ارائه داد.

□ ایتالیا

اهم تجربیات عملی دولت ایتالیا در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- طرح آشنایی دانش‌آموزان در سال آخر دبیرستان با شرکت‌ها (با همکاری سازمان‌های کسب و کار *SME*ها)
- ارائه راهبرد آموزش حرفه‌ای - فنی بالاتر (*FIS*) برای برآورده سازی نیازهای *SME*ها جهت آموزش کارگران سطح متوسط (کارگران فنی، حرفه‌ای، ماهر و...)
- ایجاد پروژه نمونه آموزش فنی بالاتر (*IFTS*) برای آموزش محققین سطح بالا، تکنسین‌ها، مدیران و اپراتورهای تولید (بیش از ۵۰ درصد کارکنان آموزشی از شرکت‌ها تامین می‌شوند) (۶۰۰ دوره آموزشی با هزینه ۷۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۰)
- ایجاد طرح آموزشی ویژه «آموزش شرکت» توسط اتاق‌های بازرگانی (۸۱۱ طرح آموزشی برای ۱۳۰۰ دانش‌آموز اجرا شده است).
- ارائه دوره‌هایی در مورد مهندسی صنایع یا مدیریت در بیش از ۲۰ دانشگاه ایتالیایی مثلاً دانشکده مدیریت کسب و کار باکونی (*SDA*)، ۸۵۵ دوره را برای ۱۰۰۰۰ نفر شرکت کننده به صورت آزاد اجرا نموده است.
- ایجاد یک دوره فوق لیسانس در مدیریت شرکت‌های کوچک به مدت ۱۲ ماه برای افراد زیر ۲۸ سال که قصد دارند در آینده یک کسب و کار خانوادگی را ارائه کنند.

• حمایت‌های مالی

- عدم وجود شبکه‌های فرشتگان کسب و کار در ایتالیا
- دادن وام بدون وثیقه برای افراد جوان و بیکار توسط سازمان کارآفرینی جوانان (تا فوریه ۲۰۰۰، ۲۱۲ پروژه سرمایه‌گذاری شده و ۱۰۰۰ شرکت تاسیس شده است)
- ایجاد راهبرد *condifi* که عبارت از سازمان‌هایی است که تضمین‌های گروهی و همچنین تسهیل دسترسی به اعتبارات یا وام‌های بانکی را به ویژه برای *SME* ها ارائه می‌دهند و شامل شرکت‌ها، اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های کارآفرینی می‌باشد.
- در سال ۱۹۹۸، حدود ۶/۳ میلیارد دلار را برای ۸۵۰۰۰۰ شرکت تضمین نمودند.
- ایجاد صندوق تضمین مرکزی برای *SME* ها
- اولویت سرمایه‌گذاری، برای طرح نوآور می‌باشد. تاکنون ۱۳ میلیارد دلار برای ۸۶۰۰۰۰ شرکت سرمایه‌گذاری شده است.
- قانون ۴۸۸ سال ۱۹۹۲، امتیازاتی را به شرکت‌های واقع در نواحی ضعیف اقتصادی اعطا می‌کند. ۶۴ درصد از این سرمایه‌ها به منطقه جنوب و ۸۲ درصد به *SME* ها اختصاص یافته است.
- ایجاد «مالیات درآمد دوگانه» در سال ۱۹۹۷، به منظور تحریک سرمایه‌گذاری شرکت‌ها از طریق تسهیل امور مالیاتی روی سرمایه‌هایی که مجدداً سرمایه‌گذاری می‌شود.
- اعطای امتیازاتی به فعالیتهای کارآفرینانه بدیع و نوآوری که توسط افراد جوان بین ۱۸ تا ۳۵ سال (شامل کمک‌های بلاعوض و وام‌های با نرخ‌های کم) انجام می‌شود.
- تشویق افراد و زنان برای ایجاد شرکت توسط اعتبارات مالی و مالیاتی

• حمایت‌های نوآوری

- افزایش اختصاص هزینه‌های تحقیق توسط شرکت‌ها
- قانون ۳۱۷ سال ۱۹۹۱ در رابطه با مزیت‌های مالیاتی برای شرکت‌هایی که روی نوآوری سرمایه‌گذاری می‌کنند تصویب گردید.
- کمک‌های مالی (به مبلغ ۱۴۰۰۰ دلار در هر سال برای هر کارمند جدید) به *SME* هایی که برای امور تحقیقاتی، دانش‌آموختگان متخصصین را استخدام می‌کنند.
- برنامه انتشار نوآوری فناوری (*DIT*) از طریق شبکه اتاق‌های بازرگانی در سراسر ایتالیا آموزش و همکاری‌هایی را ارائه می‌دهد. (از سال ۱۹۹۰ بیش از ۲۰۰۰ *SME* برای توسعه قابلیت‌های خود در زمینه فناوری و نوآوری بازار، توسط این برنامه حمایت شده‌اند.

- قانون ۱۴۰ وزارت صنایع، امتیازاتی را برای *SME* ها ارائه می‌دهد که شامل سر فصل‌هایی برای تحقیق، توسعه و نوآوری در بودجه آنها می‌باشد.
- ایجاد ۲۰ مرکز اطلاعاتی در سطح ناحیه‌ای برای افزایش آگاهی کاربران بالقوه از ثبت اختراعات
- پروژه رایانه‌ای کردن راهبرد ثبت اختراع در حال اجرا می‌باشد.
- اعطای جایزه بازرگانی (*ECommerce*) برای *SME* هایی که روی اینترنت فعالیت می‌کنند.

• بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- تاسیس آژانس جدید *Sviluppo Italia* برای توسعه کارآفرینانه و ناحیه‌ای (از سطوح فعالیت این آژانس می‌توان به ارتقای تولید و طرح‌های تامین اشتغال، کارآفرینان جوان، توسعه سرمایه‌گذاری‌ها، تقاضا برای نوآوری و... اشاره کرد).
- تالیف کتابچه خود راهنمای که تهیه کنندگان خدماتی نظیر شرکت‌ها، سازمان‌ها، کنسرسیوم‌ها و صادر کنندگان را فهرست می‌کنند و به *SME* ها کمک می‌نماید تا به بازار متصل شوند. ۷۰۰ شرکت مشاوره‌ای و کارشناسی ثبت شده و بیش از ۱۰۰۰ درخواست به صورت ماهانه از طریق اینترنت دریافت می‌شود.
- راه‌اندازی راهبرد ملی ارتباط از راه دور ثبت شرکت‌ها از طریق راهبرد اطلاعاتی

Infocamere

• بهبود امور اداری

- تصویب قوانین *Bassanini* مربوط به فرآیند ساده سازی امور اداری در سال ۱۹۹۸
- ایجاد مدل ایتالیایی بازارچه کسب و کار برای شرکت‌ها (ساده سازی روش‌های اداری) در سال ۱۹۹۹ این مدل تمام روش‌های لازم برای کسب مجوز برای تعیین محل، تاسیس، تجدید ساختار، گسترش، اتمام کار، شروع مجدد، انتقال، اجرای کارهای داخلی و تغییر محل واحدهای تولیدی را در کنار هم ارائه می‌دهد و شهرداری از طریق این مدل، یک سند کسب مجوز را منتشر می‌کند.
- تاسیس واحد *Simplification task Force* برای تسهیل روش‌ها و قوانین در دفتر نخست

وزیر

• بهبود اشتغال و شرایط کاری

- ارتقای کارهای پاره وقت با سرمایه‌گذاری ۲۸۰ میلیون دلار در طی یک دوره سه ساله در سال ۲۰۰۰ که ۱۰۰۰۰۰ فرصت شغلی جدید را ایجاد کند.
- طرح ارتقای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاری در جنوب در تابستان سال ۲۰۰۰ توسط دولت ارایه شد که معافیت از مالیات برای کارکنان تازه استخدام شده را در پی داشت.

□ فنلاند

اهم تجربیات عملی دولت فنلاند در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:
دولت فنلاند سال ۲۰۰۵-۱۹۹۵ را دهه کارآفرینی معرفی نموده و برنامه‌هایی را برای افزایش کسب و کار در این کشور اجرا نموده است.

• حمایت‌های آموزشی

- فعالیت ۵۸ درصد از *SME*ها در ارتباط با آموزش حرفه‌ای کارمندانشان در سال ۱۹۹۸ خوب بوده است.
- آموزش کارآفرینی راهبرد مدرسه‌ای دبستان تا دانشگاه را شامل می‌شود.
- داشتن دو درجه مخصوص کارآفرینی در سطح دبیرستان (الف - درجه تخصصی صلاحیت کارآفرینی، ب - درجه پایین‌تر صلاحیت کارآفرینی)
- دایر شدن آموزش‌های کارآموزی برای کارآفرینی از سال ۱۹۹۹ به بعد.
- دپارتمان‌های آموزشی مختلفی را به مدیران شرکت‌ها، افراد کلیدی و کسانی که می‌خواهند کارآفرین شوند ارائه می‌کنند.
- تشویق کارآفرینی از طریق اهدای جوایز:
- ۱- جایزه بین‌المللی ریاست جمهوری به کارآفرینی
- ۲- اعطای جایزه سالانه کارآفرینی به ۴ کارآفرین موفق توسط اتحادیه شرکت‌های فنلاندی
- انجام پروژه‌های جدید «چشم اندازهای جدید کارآفرینی در سال ۲۰۲۰ میلادی» توسط مرکز توسعه دانشگاه تورکو و مرکز تحقیقات آتی فنلاند.

• حمایت‌های مالی

- دسترسی به منابع مالی برای شرکت‌ها مشکل بزرگی نیست و به طور کلی دسترسی به منابع مالی در مرحله راه‌اندازی در کشور فنلاند نسبت به اغلب کشورها مشکلات کمتری وجود دارد.
- فعالیت شبکه‌های «فرشتگان کسب و کار» کم است، اما بعضی از شبکه‌های اروپایی فرشته‌های کسب و کار در فنلاند فعال می‌باشند.
- *Finnvera* یک شرکت تخصصی تامین مالی صد در صد دولتی است که اقدامات زیر را انجام می‌دهد:

- ۱- افزایش صادرات فنلاند از طریق تضمین نمودن اعتبارات صادرات
- ۲- حمایت از عملیات داخلی *SME* ها توسط تامین مالی خطر پذیر مثلاً
 - الف) اختصاص وام‌های راه‌اندازی به موسس یک شرکت جدید
 - ب) اعطای وام‌های خرد (برای شرکت‌هایی که در مرحله راه‌اندازی کمتر از ۵ کارمند دارند)
 - ج) دادن وام به زنان کارآفرین
- دفاتر استخدام، هزینه‌های راه‌اندازی را به افراد بیکاری که در جستجوی ایجاد کسب و کار برای خودشان هستند اهداء می‌کند. حداکثر زمان پرداخت ۱۰ ماه می‌باشد و مقدار پرداخت از ۳۶۰ دلار تا ۶۵۰ دلار متغیر است. تجربیات قبلی خود اشتغالی و یا شرکت در آموزش‌های کارآفرینی مبنایی برای دریافت می‌باشد.
- تاسیس موسسه سرمایه‌گذاری صنایع فنلاند جهت سرمایه‌گذاری در کارهای مخاطره‌آمیز و ارتقای تجارتي کردن نوآوری‌ها
- فعالیت *Sitra* و صندوق ملی تحقیق و توسعه فنلاند در تامین مالی سرمایه‌های مخاطره‌آمیز برای سرمایه اولیه و راه‌اندازی شرکت‌های فنی
- Sitra* تا به حال بیش از ۸۵ میلیون دلار در اولین مرحله شرکت‌های فناوری و بیش از ۷۲ میلیون دلار در صندوق‌های سرمایه‌های بسیار مخاطره‌آمیز در داخل و خارج کشور و شرکت‌های انتقال فناوری سرمایه‌گذاری کرده است.
- علاوه بر فعالیت فوق توسط *Sitra*، بیش از ۱۲ صندوق ناحیه‌ای تحت پوشش مدیریت ۶ شرکت مدیریتی که توسط *Sitra* به وجود آمده‌اند، وجود دارد. این صندوق‌ها در اولین مرحله شرکت‌ها و صنایع تولیدی سنتی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

• حمایت‌های نوآوری

- افزایش هزینه‌های *R&D* دولتی
- افزایش سهم نوآوری *SME* ها
- ۷ درصد از کل *SME* های فنلاند، حداقل کاربرد یک ثبت اختراع را طی سال‌های ۱۹۹۴ - ۹۶ داشته‌اند.
- آژانس ملی فناوری فنلاند (*TEKES*) اصلی‌ترین سازمان تامین کننده مالی *R&D* به کار گرفته شده و صنعتی است. از ۲۰۰ میلیون اعتبارات *TEKES* در سال ۱۹۹۹، حدود ۱۱۳ میلیون دلار (۵۳ درصد) اختصاص به *SME* ها داشته است.

- اتحادیه اختراعات فنلاندی به طور خصوصی به افراد و کارآفرینان برای توسعه و بهره‌برداری از پیشنهادات جهت اختراعات هم در داخل کشور فنلاند و هم به طور بین‌المللی، با فراهم کردن توصیه‌های مجانی و پذیرفتن خطر پذیری سرمایه و... کمک می‌نماید. این سازمان دارای شبکه‌ای از مدیران مخترع در مراکز توسعه اقتصادی و استخدام ناحیه‌ای در بیشتر دانشگاه‌های فنلاند می‌باشد و توسط هیات ملی ثبت اختراعها تامین اعتبار مالی می‌شود.

- طرح *INNOSUMI* در سال ۱۹۹۴ به منظور ارتقا دادن فعالیت‌های اختراع ایجاد شد. این طرح بر ایجاد خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی و... تاکید دارد و هر ساله جوایزی به شرکتها و افراد می‌دهد، برندگان ملی، جوایز خود را از رییس جمهور دریافت می‌کنند.

- ایجاد ۱۷ مرکز فناوری و پارک‌های علمی در دانشگاه‌ها که در آنها مراکز رشد فناوری قرار داده شده و تقریباً هر سال ۳۵۰ شرکت در این مراکز رشد متولد می‌شوند. بزرگترین مرکز رشد در پارک علمی در شهر اسپواست که تماماً خصوصی می‌باشد.

- پروژه ملی «مرکز رشد فناوری ۲۰۰۱» برای حمایت از راه‌اندازی و رشد شرکتها می‌باشد. این مدل شرکتها را قادر به دریافت مشاوره و آموزش بدون توجه به محل جغرافیایشان می‌کند.

- مرکز «برنامه‌های تخصصی» برای افزایش همکاری‌های مشترک بین مراکز تحقیقاتی و شرکت‌های محلی است. ۱۴ مرکز تخصصی ناحیه‌ای و دو شبکه در سطح ملی وجود دارد که یکی از اهداف آنها انتقال آخرین اطلاعات و دانش فنی به *SME*ها می‌باشد.

- برنامه *SPINNO* در سال ۱۹۹۰ ایجاد شد، که هدف آن محققان، دانشجویان، دانش-آموختگان و دانش‌آموختگان مدارس حرفه‌ای می‌باشد که در محدوده علم و فناوری کار می‌کنند و به آنان در توسعه ایده، ثبت شرکت، تشخیص منابع مالی و... کمک می‌کند.

• بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- جهت توسعه ادارات ناحیه‌ای/ محلی و حذف تداخلات، مراکز توسعه اقتصادی و استخدامی تشکیل گردید که خدمات مختلفی را به کارآفرینان در زمینه‌های مشاوره کسب و کار، توسعه کسب و کار و... ارائه می‌دهد. اغلب مشاوران مدیران اجرایی بازنشسته هستند که تجربیات حرفه‌ای خود را به طور مجانی ارائه می‌دهند و حق‌الزحمه خود را از شهرداری می‌گیرند.

- تاسیس مراکز خدمات ناحیه‌ای توسط وزارتخانه‌های تجارت و صنعت، کشاورزی و جنگلداری و وزارت کار که خدمات مختلف را در ۱۵ بازارچه کسب و کار فراهم می‌کند. این مراکز، خدماتی را برای *SME*ها فراهم می‌نمایند.

- سازمان *Finpro* (سازمان ارتقای تجارب کسب و کارهای فنلاندی) یک سازمان مشاوره‌ای و خدماتی می‌باشد که هدف آن تسریع فرآیند بین‌المللی شرکت‌های فنلاندی و ویژه *SME* هاست که درگیر حداقل مخاطرات شوند. به شرکت‌هایی که بتوانند صادرات را شروع کنند با ارایه تجربیات و هزینه‌های سایر شرکت‌هایی که در همان موقعیت هستند کمک می‌کند.

- ۳۰ «آژانس شرکتی برای کارآفرینان و کسب و کارهای جدید» در فنلاند وجود دارد که تحت چتر حمایتی انجمن اجتماعی و مشاغل هستند و به کارآفرینان مشاوره می‌دهند.

- تاسیس «آژانس شرکتی زنان» در سال ۱۹۹۶، جهت تشویق کارآفرینی و خود اشتغالی به زنان.

• بهبود امور دولتی

- از سال ۱۹۹۸، تمام واحدهای دولتی روی شبکه اینترنت برنامه‌ها، کاربرگ‌ها، مشاوره‌ها و... را ارایه می‌دهند.

- در سال ۱۹۹۶، ثبت شرکت ۶ ماه طول می‌کشید. در سال ۲۰۰۰ این مدت بسیار کاهش یافته است.

- انجام پروژه *TYVI* برای کاهش هزینه‌های اداری برای شرکت‌ها افزایش کیفیت داده‌ها توسط استفاده از اینترنت جهت پرکردن گزارشات و تکمیل کاربرگ و... پیشرفت خوبی داشته است.

- ایجاد کاربرگ درخواست مشترک توسط هیات ملی ثبت اختراع‌ها و هیات ملی مالیات‌ها برای ثبت مشترک کسب و کارها با یک شماره مشترک از سال ۲۰۰۱

- استاندارد سازی روش ابلاغ الکترونیکی اظهارنامه‌های مالیاتی از ۲۰۰۲

• بهبود استخدام و شرایط کاری

- «برنامه ملی توسعه محل کار و برنامه بهره‌وری» در آنها مدل‌هایی از سازمان کار ابداع شده تا استخدام و شرایط کاری بهبود حاصل شود.

- برنامه ترفیع حرفه‌ای برای تسهیل و سرعت بخشیدن به تقاضای فعلی بخش‌ها برای کارکنان متخصص آموزش دیده به ویژه در صنایع الکتریکی، الکترونیکی، ارتباطات و بخش‌های فرآیند داده‌ها طراحی شده، که از سال ۱۹۹۸ شروع شده است.

• معرفی نشریه‌ای در زمینه کارآفرینی

مدرسه عالی اقتصاد و امور بازرگانی تورکو با همکاری دانشگاه لینک اوپینگ سوئد^۱ و دانشگاه والس بانکر انگلستان^۲ نشریه مطالعات مدیریت نوآوری و شرکت‌ها را منتشر می‌کند. در این مجله مقالات مرتبط با نوآوری کسب و کارهای کوچک و متوسط و سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز... چاپ می‌شود.

^۱ . *Linkoping University, Sweden*

^۲ . *University of Wales, Bangor, UK*

□ هلند

اهم تجربیات عملی دولت هلند در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- آموزش‌های حرفه‌ای برای کارکنان *SME* ها. (در سال ۱۹۹۸، ۳۲ درصد از *SME* ها درگیر آموزش حرفه‌ای بوده‌اند)
- برنامه ابتکاری آموزش «*Scholing simpuls*» در پاییز سال ۲۰۰۰، فرآیندهای آموزشی و نوآوری می‌باشد که به موجب آنها شرکت کنندگان و ارایه دهندگان خدمات آموزشی بتوانند با یکدیگر کار کنند. در هر فرآیند آموزشی، حداقل ۵۰ نفر به سوی حرفه‌ای که در آن خطر پذیری بروز نقص ساختاری وجود دارد سوق داده می‌شود. موانع قانونی از سر راه هر کدام از این فرآیندهای آموزشی برداشته می‌شود و قالب‌های آموزشی جدید (آموزش از طریق تلفن، آموزش در محل کار) به عنوان یک بخش ترکیبی از این فرآیندها معرفی خواهند شد.
- تاسیس «موسسه محور» در سال ۱۹۹۸، این موسسه کسب و کارهای هلندی، دولت و بخش آموزش را گرد هم می‌آورد. دوره‌های آموزشی علوم و فناوری را ارایه می‌نماید و از پروژه‌های علوم و فناوری دانش‌آموزان و دانش پژوهان حمایت مالی می‌نماید.
- اختصاص ۹۵ میلیون دلار از سال ۱۹۹۸ به طور سالیانه در اختیار تسهیلات آموزشی
- ایجاد یک کارگروه مشورتی از مدیران کسب و کار و آموزش، که روی تمام انواع آموزش کار نموده موانع موجود بر سر راه ارتقای کارآفرینی در راهبرد آموزشی را حذف خواهد نمود.

• حمایت مالی

- مهمترین منابع تامین مالی برای *SME* ها وام‌ها می‌باشند.
- تاسیست سه «شرکت مشارکتی بخش خصوصی» در سال ۱۹۹۶، برای تامین سرمایه شرکت‌های فناورانه با عمر کمتر از ۳/۵ سال.
- ایجاد صندوق‌های دوقلو سرمایه‌های بسیار مخاطره‌آمیز (یک صندوق برای راه‌اندازی، یک صندوق برای رشد)

- وجود یک «شبکه فرشتگان کسب و کار» که عضو شبکه فرشته‌های کسب و کار اروپایی می‌باشد علاوه بر تامین مالی، در تامین مهارت‌های مدیریتی نیز فعالیت می‌نماید. این شبکه ۷۵ معامله در سال ۱۹۹۷ و ۶۵ معامله در سال ۱۹۹۸ انجام داده است.

- کمبود وثیقه غالباً مانعی را بر سر راه کسب منابع مالی کافی به وجود می‌آورد. برای غلبه بر این مشکلات بانک‌ها می‌توانند در هنگام گسترش ارایه وام به *SME* ها از طرح «تضمین اعتبار برای *SME* ها (*BBMKB*)» بهره‌مند سازند. بودجه این طرح از سال ۱۹۹۹ از ۶۰ میلیون دلار به ۴۰۰ میلیون دلار ظرف سه سال خواهد رسید.

• حمایت‌های نوآوری

- ۴۴ درصد از *SME* ها در سال ۱۹۹۶ به عنوان نوآور شناخته شده‌اند.

- ۲۵ درصد از کل *SME* های نوآور با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی همکاری داشته‌اند.

- طرح «توسعه و تحقیق (*WBSO*)» شناخته شده‌ترین طرح دولت برای ارتقای *R&D* می‌باشد. تحت این طرح شرکت‌ها می‌توانند مادامی که هزینه‌های دستمزد آنها کمتر از ۶۱۰۰۰ دلار آمریکا است از ۴۰ درصد مالیات دستمزد مربوط به هزینه‌های *R&D* معاف شوند. این رقم وقتی هزینه‌های دستمزد بیش از ۶۱۰۰۰ دلار آمریکا است به ۱۳ درصد کاهش می‌یابد. حداکثر میزان فعالیت در سال ۶ میلیون دلار آمریکاست.

- در سال ۱۹۹۸، ۳۷ درصد از کاربرد ثبت اختراع‌ها توسط *SME* ها بکار گرفته شده است.

- دفتر دارایی صنعتی (مسئول اعطا ثبت اختراع‌های اهداء شده در هلند) *SME* ها را به عنوان یکی از گروه‌های هدف برای انتشار اطلاعات در مورد راهبرد ثبت اختراع در نظر گرفته است.

• بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- انجام اقدامات ریشه‌ای برای بهبود دسترسی به سازمان‌ها در زمینه مشاوره و اطلاعات توسط دولت.

- فراهم کردن اطلاعات کلی توسط اطاق‌های بازرگانی برای کارآفرینان

- تشویق به تبلیغ خدمات و محصولات از طریق شبکه اینترنت

• بهبود امور دولتی

- رفورم و ساده سازی «قانون ایجاد کسب و کار» در سال ۱۹۹۹ جهت تشویق کیفیت کارآفرینی (لغو بخشی از آن در سال ۲۰۰۱ و تمام آن در سال ۲۰۰۶)

- کاهش دادن زمان ثبت شرکت

- اجرای پروژه «کیفیت قانونی و قانون زدایی رقابت» در سال ۱۹۹۴ توسط دولت (این برنامه بین وزارتی به منظور بهبود رقابت بازار و حذف موانع قانونی اجرا شد. تاکنون ۵۲ پروژه تکمیل و اجرا شده است. به منظور کسب بهترین نتایج، نمایندگان کسب و کارها و جوامع علمی به طور نزدیکی در این پروژه‌ها درگیر بوده‌اند. مثلاً قانون ساعات باز بودن مغازه‌ها با در نظر به کاستن از محدودیت‌های مغازه داران در سال ۱۹۹۶ اصلاح شد)

- انجام چندین اقدام «برای کاهش مسئولیت اداری کارآفرینان» توسط دولت (ایجاد یک اطاق مشورتی خارجی که وظیفه آن ارزیابی و توجیه در زمینه قوانین طرح شده می‌باشد و وزارتخانه‌های دولتی به طور سالانه، کاهش محدودیت‌ها را به این اطاق گزارش می‌کنند).

- اجرای سه پروژه نمونه بازارچه اطلاعاتی کسب و کار در پاییز سال ۱۹۹۹ که هدف آنها این است که تا آخر سال ۲۰۰۱ یک روش یکپارچه برای تامین اطلاعات و خدمات برای تمام انواع شرکت‌ها و ایجاد یک مرکز بازارچه کسب و کار برای ایجاد کسب و کارهای جدید بود.

• بهبود استخدام و شرایط کاری

- با اجرای «طرح رفاه برای خود اشتغالی» در آوریل سال ۲۰۰۰ (تحت این طرح برای راه‌اندازی کسب و کارها، می‌توان کمک‌های منابع مالی را برای مدت زمان طولانی‌تری درخواست کرد.

• آموزش حرفه‌ای با رویکرد کارآفرینی در هلند

ایجاد رشته تحصیلی «کارآفرینی اجباری» که هر مبتدی و هر کارآفرین نوظهور باید صلاحیت کارآفرینی را از طریق گذراندن یک رشته کارآفرینی و امتحان مربوط به آن کسب کند. این رشته شامل ۶ واحد و مدت زمان ۸ ماه می‌باشد. واحدهای درسی عبارتند از:

- مدیریت عملیاتی

- نیروی انسانی و سازمان

- امور و مدیریت مالی

- بازاریابی

- طرح‌های کسب و کار

علاوه بر دروس فوق برای ۴ رشته صنعتی صنایع غذایی، ساختمان، تعمیر ماشین و تاسیسات نیز هست. مبتدی باید یک دیپلم اضافی در رابطه با جنبه‌های فنی مشخص از آن رشته کسب کند.

□ اتریش

اهم تجربیات عملی دولت اتریش در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- در سال ۱۹۹۸، ۴۷ درصد از *SME*ها در آموزش حرفه‌ای برای کارشناسان شرکت داشته‌اند.
- ارایه یک طرح «کسب و کار کوچک» توسط دانش‌آموزان ۱۹-۱۵ سال در مدرسه خودشان برای یک سال درسی (محصولاتی را تولید کنند و خدماتی را در بازار محلی ارایه دهند و تمام تصمیم‌گیری‌های مربوطه به کسب و کار خودشان را انجام دهند).
- ایجاد یک «شرکت مجازی» از مدل یک شرکت واقعی، این مدل در تمام کالج‌های بازرگانی و مدارس کسب و کار در اتریش اجباری می‌باشد و برای اهداف آموزش بازرگانی در تمام مدارس حرفه‌ای توجیه می‌شود.
- ایجاد اولین کرسی مدیریت/ کارآفرینی به نام «کرسی مدیریت نوآوری و ایجاد کسب و کار (*IUG*)» در دانشگاه کلاگن فورت در سال ۱۹۹۹.
- ایجاد یک مرکز عالی کسب و کار در سال ۱۹۹۸، (محدودیت کارآفرینی و محروم بودن دانش‌آموزان مدارس از آن، آموزش در مدارس و دانشکده‌ها بیشتر جنبه نظری و نه عملی دارد). از جمله برنامه‌های این مرکز می‌توان از تدارک تسهیلات آموزشی (مانند مطالعات موردی برای شروع کسب و کار)، آموزش بیشتر به معلمان (مانند توسعه مطالعات موردی، مدیریت پروژه، سمینارهای کارآفرینی)، همکاری مشترک در توسعه دوره‌های آموزشی معلمان در کل کشور (برای معلمان مدارس حرفه‌ای) نام برد.
- اعطای جایزه ملی نوآوری توسط وزارت فدرال کار و امور اقتصادی.
- اجرای پروژه *Technokontakte* برای انتشار دانش فنی «از عمل تا عمل».
- حمایت مالی وزارت فدرال کار و امور اقتصادی از دوره آموزشی جدید «ملاقات شرکت به شرکت» که به کسب و کارهای علاقمند، این فرصت را می‌دهد که از سایر کسب و کارهای موفق مواردی را یاد بگیرند. (کارآفرینان اتریشی، کارآفرینان آلمانی را ملاقات می‌کنند).
- اصلاح قانون مالیات ۲۰۰۰ که هزینه‌های آموزش کارکنان را کاهش می‌دهد.

• حمایت‌های مالی

- «اصلاح قانون ارتقای *SME*» در دسامبر ۱۹۹۸، سقف مسئولیت بانک تضمین کسب و کار کوچک *Burges* از ۴۵۰ میلیون دلار به ۷۰۰ میلیون دلار افزایش یافت. برای بانک *OHT*؛ ۲۳۰ میلیون دلار نیز تصویب نمود.
- سقف اعتبار برای یک وام از ۶۵۰ هزار دلار به ۱۶۰۰ هزار دلار رسیده است.
- ایجاد «سود سهام اوراق بهادار» برای افزایش سرمایه‌گذاری در *SME*ها توسط بانک *Burges*
- اصلاح قانون «مالیات ارث و هدیه» در سال ۲۰۰۰ برای کسب و کارها
- اجرای برنامه بورس برای فرشتگان کسب و کار در سال ۱۹۹۶
- اجرای برنامه تامین مالی اولیه به منظور کمک به اجرای کسب و کارهای جدید و گسترش کسب و کارهای موجود. این برنامه هر سال ۱۵-۱۰ کسب و کار با فناوری بالا را از بیش از ۲۰۰ درخواست انتخاب کرده آنها را تامین مالی می‌نماید.
- اکثر پروژه‌ها از زمینه‌های فناورانه بالا، نظیر میکرو الکترونیک، فناوری اطلاعات، زیست‌فناوری و علم مواد انتخاب شده‌اند.

• حمایت‌های نوآوری

- افزایش فعالیت *SME*ها در نوآوری
- اجرای برنامه «ارتقای نوآوری و استفاده از فناوری *FINT*» در سال ۱۹۹۷، این برنامه فعالیت‌هایی را پوشش می‌دهد که شامل کمک به *SME*هایی است که نیاز به تغییر و نوآوری دارند و برای آنها روش‌های جدید را برای نوآوری فرآیندها توسعه می‌دهد.
- اختصاص یک «تخفیف تحقیقاتی» برای هزینه‌های توسعه یا بهبود ابداعاتی که از نظر اقتصادی ملی با ارزش هستند. (برای این تخفیف باید یک گواهی‌نامه از طرف وزارت فدرال کار و امور اقتصادی مورد تایید قرار گیرد).
- اجرای «برنامه *KPLUS*» به منظور بهبود همکاری‌های مشترک میان دنیای علم و دنیای کسب و کار و کاربرد تحقیق در مقیاس رقابت بین‌المللی، مراکز مهارتی (تاکنون ده مرکز) ایجاد شده‌اند و برای یک دوره محدود، تحت یک روش انتخاب رقابتی براساس معیارهای کیفی، شرکت را حمایت می‌کنند.
- اجرای برنامه «شروع بهره‌برداری از ثبت اختراع در *Tesma*» (بازاریابی فناوری اتریش) در سال ۱۹۹۷، *Tesma* نتایج *R&D* انجام شده توسط دانشگاه‌های اتریشی را از طریق مجوز یا فروش ثبت اختراع‌ها یا دانش فنی به کسب و کارها و افراد خصوصی ارائه می‌دهد.

• بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- برنامه «*YEN*» (شبکه شرکت‌های جوان) با هدف ارتقای کسب و کار از طریق اتاق بازرگانی و صنعت وین برای ارائه خدمات مجازی به ایجاد کنندگان شرکت‌ها و کارآفرینان جوان ایجاد شد. این شبکه در حال حاضر اطلاعات زیادی را روی اینترنت ارائه می‌دهد.

- برنامه پایگاه داده «*EU-Info-Broker*» در دسامبر ۱۹۹۷ توسط مرکز اطلاعات اروپا با حمایت مالی قابل ملاحظه از طرف وزارت فدرال امور اقتصادی اتریش توسعه یافت.

- این برنامه به «راه‌اندازی بطور شریکی» به تحقیقاتی برای شرکاء در محدوده خدمات یا تامین مالی کمک می‌نماید.

• بهبود امور دولتی

- قانون «یاری راه‌اندازی کسب و کارها» (*NEUFOG*) تحت قانون رفورم مالیات ۲۰۰۰ تصویب شد. این قانون معافیت از انواع مالیات، حق‌الزحمه، باطل کردن تمبر، مالیات انتقال مستقیم، مالیات‌های سرمایه‌گذاری سرمایه برای راه‌اندازی کسب و کارها را فراهم می‌کند.

- قانون «آمار ترتیبی فدرال» که از اول ژانویه ۱۹۹۸ به اجرا درآمده است، بسیاری از تعهدات گزارش‌دهی برای کسب و کارها را که کمتر از ۲۰ کارمند را دارند را معاف کرده است.

- پروژه «روش‌هایی برای ایجاد یک کسب و کار در مرجعیت محلی» راه‌های بهبود روش‌های اداری مورد نیازی را که باید در هنگام تاسیس یک کسب و کار در دفاتر مرجعیت محلی انجام شود توسعه داده است. (مدت زمان ثبت و ایجاد شرکت کاهش پیدا کرده است).

- مرکز «*WIFI Benchmarking Center*» اساساً مستندسازی، اطلاعات و سمینارهایی در مورد *Benchmarking* و کمک‌هایی برای طراحی و اجرای این نوع پروژه‌ها ارائه می‌دهد.

• بهبود استخدام و شرایط کاری

- اصلاح «قانون زمان کاری» که بیشتر از قبل زمان کاری را انعطاف‌پذیر کرده است.

- از ژانویه ۱۹۹۹، کارفرمایان با بیش از ۵۰ کارمند، می‌توانند تعهدات و مسئولیت‌های خود را در زمینه ایمنی و بهداشت شغلی در محل کار به طور مجانی با استفاده از «مراکز پیشگیری که توسط شرکت‌های بیمه حوادث» احداث شده را اجرا کنند.

• حمایت از کارآفرینان جوان از طریق آموزش و مشاوره

حمایت از کارآفرینان جوان تحت برنامه ملی استخدام در اتریش (در فصل «توسعه روحیه کارآفرینی» مجموعه‌ای از اقدامات تشریح شده است. مانند اصلاح قانون اجرای فعالیت‌های کسب و کار صنعتی و تجاری، تسهیل دسترسی به بازار بورس و برای *SME*ها، ایجاد یک صندوق فرشتگان کسب و کار، تقویت ایده کارآفرینی در تمامی سطوح و..)

- برای کارآفرینان جوان موارد زیادی از طرح‌ها و برنامه‌ها وجود دارد که توسط ایالت‌ها و بخش‌ها، اتاق‌های بازرگانی، یا سایر موسسات ایجاد شده است که بعضی از آنها عبارتند از:

- شروع به کارهای خاص

- مشاوره و راهنمایی

- چک لیست‌ها، کتابچه‌های راهنما و سمینارهای اطلاعاتی

• در سطح ایالتی سه دسته از اقدامات برای کارآفرینان جوان انجام می‌شود:

۱- برنامه‌های حمایتی برای کارآفرینان جوان که به صورت کمک‌های مالی تسهیلات را در اختیار آنها قرار می‌دهد این تسهیلات برای راه‌اندازی شرکت می‌باشد.

۲- برنامه‌های تامین مالی برای حمایت از راه‌اندازی کسب و کارها در زمینه فناوری‌های جدید با مهارت‌های فنی برجسته که هزینه‌هایی برای متخصصین خارجی و... را به صورت کمک‌های مالی پرداخت می‌کنند.

۳- طرح پس‌انداز برای موسسان که به موجب آن می‌توان حق بیمه برای راه‌اندازی کسب و کار را به صورت مالی و اعتبارات سرمایه‌گذاری طلب نمود. برای مثال اتاق بازرگانی وین «واحد مشاوره کارآفرینان جوان» را ایجاد نموده که خدمات زیر را ارائه می‌دهد:

- «شانس خود را امتحان کنید» برای افرادی که قصد دارند یک کسب و کار را شروع کنند.

شانس موفقیت ایده کسب و کار توسط مشاورین واجد صلاحیت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این واحد یک مشاور مناسب را انتخاب می‌کند و هزینه‌های یک مشاوره ۴ ساعته را پرداخت می‌نماید.

- اطلاعات مکتوب مانند «کتاب راهنما برای موسسین» را ارائه می‌دهد.

- در «مشاوره معطوف به مشکلات کارآفرینان جوان» کارآفرینان جوان از مشاوره در زمینه‌های

اقتصاد کسب و کار، سوالات سازمانی یا مربوط به بازار در سال‌های اول و دوم فعالیت‌های کسب و کار خود برخوردار می‌شوند. این واحد مشاور را انتخاب می‌کند. ۷۵ درصد حق‌الزحمه مشاور توسط اتاق بازرگانی پرداخت می‌شود.

- در «مربیگری کارآفرین جوان» راه حل‌هایی برای مشکلات مربوط به برنامه‌ریزی، کنترل، تامین مالی، حسابداری هزینه، رهبری و بازاریابی توسط یک مربی با تجربه ارائه می‌شود. ۷۵ درصد از حق‌الزحمه مشاوره توسط اتاق بازرگانی پرداخت می‌شود (برای حداکثر ۴۸ ساعت مشاوره در طی دو سال).

در مطالعه سال ۱۹۹۷، انواع دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای مورد نیاز کارآفرینان جوان مشخص گردید.

- دوره‌های آموزشی به ترتیب اولویت عبارتند از:

- دانش کاربرد محصول، آموزش فروش، قوانین و مالیات، حسابداری هزینه
- دانش فنی، نیروی انسانی، محیط زیست
- توسعه سازمانی، *ISO 900*

- زمینه‌های مورد نیاز کارآفرینان جوان جهت مشاوره عبارتند از:

- قوانین، مالیات، تامین مالی، کنترل، حسابداری هزینه
- سازمان، ساختار، فناوری
- *ISO 900* تجزیه و تحلیل علمی و...

• برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های اتریش

سه برنامه کلی وجود دارد:

۱- برنامه «دانشمندان کسب و کار تاسیس می‌کنند. دانشمندان کسب و کار راه‌اندازی می‌کنند» هدف این برنامه فعال نمودن اقتصاد دانان دانشگاهی در مسیر نوآوری و کاربرد آن می‌باشند. این برنامه در سال ۱۹۸۶ شروع شده و تاسیس و راه‌اندازی مراکز را تا سقف حدود ۲۳۰۰۰ دلار حمایت می‌نماید.

۲- برنامه رقابتی «آی‌ده تا کسب و کار»

هدف این برنامه انتقال فناوری نو و حمایت از ایده‌های نو و انتقال آن به بازار می‌باشد این برنامه از سال ۲۰۰۰ شروع شده است، میزان حمایت مالی این برنامه حدود ۴ میلیون دلار می‌باشد.

۳- تاسیس «مرکز *A+B*»

هدف از این مرکز، افزودن دائمی تعداد دانشگاه‌ها به بحث کسب و کار، بالا بردن کیفیت و امکان موفقیت در ایجاد کسب و کار، توسعه توان ایجاد موسسات از طرف دانشگاه‌ها و مدارس عالی خارج از دانشگاه، بهبود مسیر تحقیقات برای ایجاد شرکت، حمایت از انتقال فناوری، استفاده از روش‌های مختلف آموزشی، تدریس بیشتر رشته کارآفرینی در دانشکده‌های مهندسی و بازرگانی است. این مرکز

دارای دو شریک همکار می‌باشد. یکی از دانشگاهیانی که در امر کارآفرینی و نوآوری فعال می‌باشند و دیگری محقق خارج از دانشگاه که از صنعت حمایت می‌کند. در این مرکز ده مورد نوآوری در حال انجام باشد و این مرکز از سال ۲۰۰۱ شروع به کار نموده و تحت نظر یکی از وزرای فدرال اتریش می‌باشد.

فرد کارآفرینی (کسی که ایده فکر نو دارد) جهت تشویق به کارآفرینی حداکثر می‌تواند دو سال در این مرکز بماند و هزینه‌های مشخصی برای یک و نیم سال متوسط وام بدون بهره تامین خواهد شد.

□ سوئد

اهم تجربیات عملی دولت سوئد در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- در برنامه ملی آموزش، تعدادی از آرمان‌ها وجود دارند که برای ترویج فعالیت‌های فردی کارآفرینانه در نظر گرفته شده است.
- وظیفه سوم دانشگاه‌ها در مقابل دو وظیفه اول آنها (آموزش و تحقیقات) را همکاری‌های مشترک بین محققین دانشگاهی و سایر فعالان در جامعه مانند مدارس، صنعت، بازرگانی را تعیین نموده است.
- افزایش قابل توجه ایجاد رشته‌های کارآفرینی در دانشگاه‌های سوئد در دهه ۹۰، به طور عملی تمام دانشگاه‌ها و کالج‌ها دوره‌های تحصیلی کارآفرینی را در رشته‌های فنی، اقتصاد یا بازرگانی ارائه می‌دهند.
- برنامه ملی ارتقای کارآفرینی در میان جوانان برای توسعه کارآفرینی توسط *NUTEIK* اجرا می‌شود.
- در چندین شهر دانشگاهی در دهه ۱۹۹۰ «خانه سبز» توسط دانشجویان ایجاد شده است. هدف از این مراکز که درون دانشگاه‌ها قرار دارند ایجاد انگیزه و حمایت‌های عملی از کارآفرینی در میان و به وسیله دانشجویان از طریق فعالیت مراکز رشد، سخنرانی‌ها، تجربیات خلاق و... می‌باشد. همچنین به منظور افزایش تبادل اطلاعات پروژه‌های مشترک و کارورزی بین کسب و کارهای محلی و دانشجویان انجام می‌شود. این خانه‌ها توسط دانشگاه‌ها، شهرداری‌ها، کسب و کارهای محلی و کمی هم توسط مسئولان سازمان‌های دولتی حمایت مالی می‌شوند.
- ایجاد صندوق‌های ویژه‌ای که به ایجاد انگیزش بیشتر جهت توسعه مهارت‌ها در زندگی کاری کمک می‌نماید. این طرح به افراد برای پس‌انداز توسعه مهارت‌های آتی «حساب یادگیری فردی» اختصاص یافته است. جهت ایجاد انگیزه افراد به کارآفرینان به پس‌انداز این طرح کمک می‌نماید. هدف این طرح ایجاد انگیزه مداوم برای توسعه مهارت‌ها، بالابردن توان فردی برای انتخاب و تغییر شغل و در نهایت افزایش قابلیت استخدامی و امنیت شغلی است.
- اهدای جایزه *Finnupp* به مخترعین جوان ۱۳ تا ۱۶ ساله توسط وزارت صنایع، استخدام و ارتباطات، وزارت آموزش و مرکز نوآوری

- تبلیغات به منظور اطلاع‌رسانی و ارتقای رقابت در تلویزیون سوئد
- آموزش حرفه‌ای برای بزرگسالان - در سال ۱۹۹۸، ۴۳ درصد از *SME*ها در این آموزش شرکت داشته‌اند.
- اجرای طرح ابتکاری «ابتکار آموزش بزرگسالان» که بزرگترین طرح اجرا شده برای بزرگسالان می‌باشد. هدف آن افزایش سطوح آموزشی و کاهش دادن بیکاری است.
- تحت این برنامه بالغ بر ۱۰۰۰۰۰ نفر هر ساله بخصوص بیکاران کم سواد فرصتی را به دست می‌آورند تا آموزش دبیرستان را به عنوان پایه‌ای برای یادگیری طولانی در زندگی طی کنند.

• حمایت مالی

- رشد تعدادی شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در سال‌های اخیر (۱۲۰ شرکت که با محدودیت سرمایه ۵/۸ میلیارد دلار که فقط ۳۰ درصد آن سرمایه‌گذاری می‌شود)
- تعداد کم شبکه‌های فرشتگان کسب و کار
- فعالیت سه شبکه فرشتگان کسب و کار در سوئد (در سال ۱۹۹۸ یک شبکه ۳۰ مورد اقدام داشته است)
- افزایش علاقه به بازار بورس در میان مردم
- تغییر در قوانین مالیاتی مالکیت سهام‌های بی‌نام جهت افزایش به سرمایه‌گذاری
- *ALMI* وام‌هایی را به *SME*ها می‌دهد که اعتبار آن کمکی برای تامین مالی بازرگانی است
- هر واحد کرون سوئد که *ALMI* قرض می‌دهد، به طور متوسط چهار کرون اضافی از بانک‌های بازرگانی را به وجود می‌آورد.
- سالی یک‌بار، *NUTEK* یک میدان سرمایه‌گذاری را که «*Captec*» نامیده می‌شود ترتیب می‌دهد، که شرکت‌های جوان که در مراحل اولیه توسعه فناورانه هستند، توان خود را برای سرمایه‌گذاران بالقوه تشریح می‌کنند. این میدان به سمت شرکت‌های سرمایه‌گذار مخاطره‌آمیز، فرشتگان کسب و کار و سرمایه‌گذاران سهامی سوق داده می‌شود.
- *NUTEK* برنامه‌هایی را که سرمایه اولیه به شرکت‌های جوان با فناوری بالا تدارک می‌بینند اداره می‌کند. وام‌ها، خدمات اطلاعاتی و مشاوره‌ای که پروژه‌ها داده می‌شود.
- ایجاد کارگروه خاصی برای بررسی و ساده‌سازی «انتقال کسب و کارها بین نسل‌ها» (این کارگروه قوانین مالیات بر ارث و مالیات بر هدایا را برای انتقال کسب و کارها و نیز بازخرید کردن

سهام مالکیتشان برای شرکت‌های ثبت نشده و شرکت‌هایی که ثبت آنها در مراحل پایانی است بررسی خواهد کرد).

• حمایت‌های نوآوری

- داشتن بالاترین نرخ هزینه‌های *R&D* به عنوان درصدی از *GDP* در بین کشورهای

OECD

- ارتقای فعالیت‌های مبتکرانه در شرکت‌ها با منابع مالی کم و ویژه *SME*ها
- در سال ۱۹۹۶، ۳۹ درصد از *SME*های سوئد براساس نوآوری تاسیس شدند که ۵۰ درصد آنها به طور فعال در پروژه‌های مشترک با شرکت‌ها، دانشگاه‌ها یا انستیتوهای تحقیقاتی مشارکت داشته‌اند.

- در دوره زمانی ۹۶-۱۹۹۴، *SME*های سوئدی حداقل یک کاربرد ثبت اختراع را داشته‌اند.
- ایجاد هفت «موسسه پل فناوری» در سال ۱۹۹۴ که از وظایف آنها می‌توان از افزایش تغییرات دانشی و همکاری‌های مشترک بین دانشگاه‌ها و صنعت در سطح ناحیه‌ای را نام برد. تشویق دانشجویان و محققان به راه‌اندازی شرکت و کمک به شرکت‌ها در دستیابی به نتایج تحقیقات از دیگر وظایف آنان می‌باشد.

- ایجاد «مراکز شایستگی» که تحقیقات را براساس همکاری مشترک دانشگاه‌ها و بخش کسب و کار تشویق می‌کنند. هر مرکز توسط هیاتی از دانشگاه‌ها، شرکت‌ها و *NUTEK* اداره می‌شود. تقریباً ۲۲۰ شرکت با گروه‌های تحقیقاتی شان در ۱۳۰ انستیتو یا دپارتمان در ۸ دانشگاه و کالج و ۱۹ انستیتو تحقیقاتی همکاری می‌کنند.

بودجه این برنامه ۴۸ میلیون دلار (۱ درصد از هزینه *R&D*) می‌باشد.

- «مراکز توسعه صنایع (*IUC*)» ایجاد و رشد *SME*ها را از طریق همکاری‌های مشترک قوی‌تر بین خود *SME*ها و نیز بین *SME*ها و شرکت‌های بزرگتر ارتقا می‌دهد و ایده‌ها و مهارت‌های کسب و کار و... را افزایش می‌دهد. در سال ۱۹۹۹، ۱۱ تا از این مراکز فعال بودند و ۷ مرکز دیگر نیز برای دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۰۲ فعال می‌شوند.

- برنامه‌های گوناگونی توسط *ALMI*، موسسات پل فناوری، *NUTEK*، مشاوران را برای

*SME*ها و زنان کارآفرین فراهم می‌نماید.

- دفتر ثبت اختراع و ثبت سوئد (*PRV*) دارای تعدادی نماینده می‌باشد که در هر سال ۳۰۰-*SME* ۲۰۰ را بازدید می‌کنند و اطلاعات مربوط به ثبت اختراع‌ها، الگوها و علائم تجاری را به آنها ارائه می‌کنند.
- تاسیس مراکز اختراع در کل کشور که به ارزیابی ایده‌های کسب و کار، توسعه برنامه‌های کسب و کار و شرایط کمک‌های مالی می‌پردازد.

• بهبود دیدگاه خدمات حمایتی

- ایجاد وب گاهایی با اطلاعات و خدمات مناسب برای کسب و کارها توسط آژانس‌های دولتی
- دولت سوئد *NUTEK* را مأمور کرده است که یک وب گاه بازارچه کسب و کار را ایجاد کند.
- ۲۲ شرکت *ALMI* که در نواحی مختلف قرار دارند، توصیه‌های راهبردی به کسب و کارها، آموزش و تامین منابع مالی را ارائه می‌کنند و تقریباً هر ساله ۱۰۰۰۰۰ *SME* از این خدمات استفاده می‌کنند.
- ۱۶ مرکز صادرات ناحیه‌ای که توسط *ALMI* هیات تجاری سوئد و اطاق‌های بازرگانی تامین اعتبار مالی می‌شوند و اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای راجع به صادرات و همکاران بین‌المللی به شرکت‌ها می‌دهند.

• بهبود امور دولتی

- دولت سوئد در ۲۱ مارس سال ۲۰۰۰، سازماندهی و تمرکز مجدد روی فعالیت‌های حمایت از نوآوری و فعالیت‌هایی در جهت تشویق به کارآفرینی و بهبود دادن شفافیت راهبرد را ارائه نمود.
- تاسیس سه مرکز تصمیم‌گیری در ژانویه سال ۲۰۰۱
- الف) مرکز ملی تصمیم‌گیری برای توسعه کسب و کار
- ب) موسسه جدیدی برای تجزیه و تحلیل و تحت پوشش قراردادادن توسعه در دنیا و انجام ارزیابی‌های کلی
- ج) مرکز جدیدی برای *R&D*
- تاسیس «هیات ملی کیفیت و توسعه» به منظور کمک به دولت در تاثیر و توسعه امور دولتی در حوزه‌های مهم راهبردی
- ایجاد واحد قانون بهتر (*Simplex*) در سال ۱۹۹۹، وظیفه این واحد ایجاد قوانین کمتر، بهتر و قابل درک‌تر و ساده‌سازی راهبرد قوانین فعلی کار می‌باشد.

- تقلیل دادن بیشتر زمان ثبت شرکت
- ماموریت به دفتر ثبت ثبت اختراع و هیات مالی مالیات برای معرفی کاربرگ مشترک برای ثبت کسب و کارهای جدید
- ایجاد یک راهبرد اطلاعاتی اینترنتی *Dired Savr* برای کارآفرینان تا اطلاعات مورد نیاز را در هر ساعت از شبانه روز به دست آورند.
- ایجاد «خط شروع» که یک خدمات اطلاعاتی برای راهاندازی کسب و کارها می‌باشد که به وسیله *NUTEK* اجرا می‌شود و اخیراً به روی اینترنت برده شده است.
- اطلاع‌رسانی و مشاوره در مراحل اولیه راهاندازی یک شرکت (نوع شرکت، قوانین، مالیات‌ها، دسترسی به منابع مالی و...) به طور مجانی می‌باشد.

• بهبود استخدام و شرایط کاری

- در «برنامه ملی اشتغال»، اقداماتی برای استخدام قابل انعطاف و شرایط کاری انجام شده برای مثال می‌توان از کاهش مالیات برای استخدام فردی را که به مدت طولانی بیکار بوده است نام برد.

□ مجارستان

اهم تجربیات عملی دولت مجارستان در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

- تقسیم‌بندی صنایع کوچک و متوسط به طریق زیر و سپس ارایه راهکارهای مرتبط با هر نوع دسته
 - ۱- صنایع کوچک در شهرهای نسبتاً کوچک و پراکنده که حجم تولیداتشان محدود است.
 - ۲- صنایع کوچک و متوسط که فعالیت‌های آنها در راستای صنایع بزرگ می‌باشد و پیمانکار این واحدها هستند.
 - ۳- صنایع کوچک و متوسط که نوآور هستند و تکنیک فنی بالایی دارند.

• حمایت‌های آموزشی

- طرح ملی تربیت کارآفرینان تا سال پایان ۱۹۸۹ با حمایت مالی دولت مجارستان
- تاسیس بنیاد توسعه فناوری برای ارتقای سطح کیفی صنایع کوچک و متوسط در سال ۱۹۹۱

• حمایت‌های مالی

- تعیین میزان مالیات برای صنایع کوچک و متوسط بر حسب میزان تولید انجام گرفته (حجم نقدی تولید) پس از کسر میزان ضایعات و همچنین همراه با محاسبه بحران‌های مالی از قبیل عدم فروش کالا، عدم پرداخت و میزان ارزش پولی که باید کارآفرینان بابت اقساط وام‌ها پرداخت نمایند.
- کلیه بانک‌ها و نهادهای سرمایه‌گذاری در مجارستان باید تا سقف ۳۵ درصد از کل نقدینگی قابل وام خود را به تسهیلات پولی - اعتباری خاص صنایع کوچک اختصاص دهند.
- تاسیس شرکت اعتباری تضمینی صنایع کوچک در سال ۱۹۹۱، که وظیفه آن تامین بیش از ۸۰ درصد از نیازهای مالی و سرمایه‌گذاری صنایع کوچک می‌باشد.
- اختصاص تخفیف‌های مالیاتی به صنایع کوچک و متوسط پیمانکار
- معافیت مالیاتی ۱۰۰ درصد کالاهای صادراتی و اخذ حداقل قابل میزان ممکن سود بازرگانی از واردات برای صنایع کوچک و متوسط

• خدمات حمایتی

- بازنگری وضعیت فناورانه صنایع کوچک و متوسط و ارائه خدمات مهندسی - فناوری تحت نظارت سازمان ملی توسعه صنایع کوچک مجارستان.
- ایجاد ۱۰۰ پایگاه شناسایی و اطلاع‌رسانی در امور بازاریابی
- ایجاد «شورای توسعه شرکت‌ها» که ریاست آن با وزارت صنایع، تجارت و گردشگری است. کلیه لایحه‌های قانونی اثرگذار بر کسب و کارها توسط وزارتخانه‌های مربوطه برای رایزنی‌های اولیه به این شورا ارسال می‌شود.
- چاپ سالانه کتاب «وضعیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در مجارستان» توسط موسسه توسعه کسب و کار کوچک (*ISBD*)

□ لهستان

اهم تجربیات عملی دولت لهستان در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- تاسیس «آژانس فنآوری و تکنیک‌ها» در سال ۱۹۹۷، به منظور ارتقاء و حمایت از فنآوری‌ها و فنون مدرن و نوآور جهت *SME*‌ها.
- داشتن دو نوع راهبرد آموزشی برای مدیران و کارآفرینان در دانشگاه‌ها (الف) راهبرد فوق دیپلم یکساله برای کارآفرینان کنونی.
- (ب) برنامه آموزشی سه ترمه (یک سال و نیم) برای دانشجویان رشته اقتصاد از سال سوم به بعد
- آموزش گسترده معلمان در زمینه دروس کارآفرینی و سپس انتشار آن در یک مقیاس ملی برای ۱۰۰ مدرسه ابتدایی و دبیرستان

• حمایت‌های مالی

- تاسیس صندوق ملی تضمین اعتبار در سال ۱۹۹۷ (برای تضمین اعتبارات بانکی برای شرکت‌های *SME*)
- تاسیس صندوق تضمین محلی برای توسعه *SME*‌ها.
- ایجاد وام‌های ترجیحی برای ایجاد محل‌های کاری جدید (این وام‌ها به بیکاران جهت خود اشتغالی و افزایش فرصت‌های شغلی در دفاتر کار (در شهرها) داده می‌شود).

• خدمات حمایتی

- تصویب «قانون فعالیت اقتصادی» در سال ۱۹۸۸ که طبق آن تاسیس شرکت در لهستان آسان گردید.
- تاسیس موسسه لهستانی توسعه و ارتقای *SME*‌ها در سال ۱۹۹۵ که این موسسه با ۲۴۰ موسسه لهستانی مختلف که کار حمایت از فعالیت‌های *SME*‌ها را بر عهده دارند، همکاری می‌کند.
- ایجاد راهبرد ملی خدمات برای *SME*‌ها (*KSU*)
- به عنوان یک شبکه با ۱۳۶ مرکز مستقل برای تنظیم فعالیت *SME*‌ها ایجاد شد که چهار نوع خدمات مشاوره‌ای، آموزشی، اطلاع‌رسانی و مالی را در اختیار *SME*‌ها قرار می‌دهد.

- ایجاد شبکه اطلاعات کسب و کار (*BIN*). این شبکه با تاسیس مراکز انتشار ناحیه‌ای، گزارشات اطلاعاتی، سازمان‌های حامی *SME*، مشاوره و... را در اختیار *SME* ها قرار می‌دهد.

□ مالزی

اهم تجربیات عملی دولت مالزی در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

- در مالزی وزارت توسعه کارآفرینی تشکیل شده که این وزارتخانه متولی کارآفرینی می‌باشد.
 - در این وزارتخانه در قسمت توسعه کسب و کار برنامه مشاوره طراحی شده است که تحت این برنامه برای کارآفرینان بالقوه برنامه‌های آموزشی و راهنمایی فراهم می‌کند و به آنها پیشنهاداتی می‌دهد که آنها بتوانند به طور مستقل در بازار به رقابت بپردازند. مدت زمان این مشاوره معمولاً بین ۳ تا ۵ سال می‌باشد.
- اهداف این برنامه عبارتند از:
- به وجود آوردن تعدادی زیادی از کارآفرینان جدید از طریق ارائه خدمات راهنمایی و مشاوره‌ای توسط کارآفرینان موفق و برجسته.
 - ایجاد یک سازگاری و تفاهم بین کارآفرینان جدید و کارآفرینان موفق کنونی.
 - تشویق کارآفرینان برجسته برای قبول مسئولیت در زمینه هدایت سایر کارآفرینان به سوی موفقیت در کسب و کار

• وظایف وزارت توسعه کارآفرینی

- القای یک فرهنگ کارآفرینی در میان جامعه
- چگونه یک کسب و کار کوچک را آغاز کنیم.
- برنامه‌هایی برای بهبود دادن کیفیت و کارایی مدیریت فعلی کسب و کارها.
- تشویق فعالیت‌های کارآفرینی و تدارک یک محیط سودمند برای کارآفرینان از طریق باشگاه‌ها و انجمن‌ها
- کمک نمودن به کارآفرینان موجود و بالقوه

• حمایت مالی - اعتباری و جذب سرمایه‌گذاری

- پروژه‌ها و طرح‌های نو که در راستای تقویت بنیه فنی صنعتی کوچک و متوسط می‌باشند به بانک‌ها جهت اخذ وام معرفی می‌شوند و از طریق معرفی شرکت‌ها و تبلیغ برای آنها در بازار بورس

صنعتی مالزی به نوعی جذب نقدینگی از طریق مشارکت سرمایه‌گذاری توسط موسسات مالی خصوصی انجام می‌دهد.

- پرداخت وام از طریق بانک به مبلغ ۴۰۰ هزار دلار آمریکا با مدت بازپرداخت ۵ الی ۱۰ سال با سود ۴ درصد خواهد بود.

- جهت حمایت از کارآفرینان صندوق‌های کمک‌های فناوری صنعتی در ماه ژوئن سال ۱۹۹۰ توسط دولت تاسیس گردید که هدف از تاسیس صندوق کمک و تسریع در امر توسعه و بهبود وضعیت فناورانه واحدهای صنعتی کوچک و متوسط و یا به عبارتی توانا سازی صنایع کوچک برای تسریع در مدرنیزه کردن آنها می‌باشد.

- موسسه توسعه کارآفرینی که در سال ۱۹۹۰ شروع به کارکرد و هدف این موسسه توسعه کارآفرینی از طریق آموزش، تحقیق، مشاوره، انتشار اطلاعات و انجام پروژه‌های خاص می‌باشد. برنامه‌های آموزشی این موسسه از طریق دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها، سمینارها، مشاوره و سایر برنامه‌های کسب و کار برای کارآفرینان می‌باشد. برنامه‌های تحقیقاتی این موسسه عبارتند از:

- بررسی ارزیابی برنامه توسعه کارآفرینی در تمام ایالت‌ها.
- نقش موسسه‌های حامی برای صنایع کوچک و متوسط
- بررسی نیازهای توسعه منابع انسانی در بخش‌های تولید انتخابی
- راهبرد اطلاعاتی
- موسسه توسعه کارآفرینی یک مرکز اطلاعات کارآفرینی تشکیل داده است.
- گروه مشاوره‌ای تشکیل داده است تا بتوانند به دانشجویان سال آخر کارشناسی نیز در پروژه‌های مشاوره‌ای و تحت برنامه مشاورین ارشد کمک نماید.
- در برنامه‌ریزی، هماهنگی و ارایه برنامه‌های توسعه کارآفرینی در سطوح مدرسه و دانشگاه نیز فعالیت می‌نماید و برنامه‌ها به شکل زیر می‌باشد:
 - آفرینش کارآفرینان از میان دانشجویان
 - مواجه کردن دانشجویان با تجارب بین‌المللی
 - انتشار اطلاعات در مورد فعالیت‌های کسب و کار
 - تامین آموزش مشاوره‌ای برای دانشجویان
 - ارتقای توسعه کارآفرینان جوان در سطح دبیرستان

در سال ۱۹۹۶ روسای ۶ انجمن اصلی زنان کارآفرین گردهم آمدند و اتحادیه زنان کارآفرین مالزی را تشکیل دادند.

اهداف این اتحادیه

ایجاد یک شبکه و تشریک مساعی با یکدیگر
ترتیب دادن طرح‌های مشارکت و همکاری در تمام برنامه‌های کارآفرینی، تجاری و صنعتی
ایجاد یک ساختار مشورتی و مشاوره‌ای برای اعضاء در زمینه‌های مربوطه
مشارکت با دولت جهت دستیابی و اجرای سیاست‌های آن در رابطه با توسعه زنان در دنیای
صنعت، تجارت و کارآفرینی
نماینده کشور و ایجاد ارتباط با انجمن‌های زنان در زمینه‌های تجاری، بازرگانی و صنعتی در
سطوح بین‌المللی

آموزش کارآفرینی

در بسیاری از دانشگاه‌ها دوره‌های تحصیلی در مورد کارآفرینی یا کسب و کارهای کوچک در
دانشکده‌ها و یا دپارتمان‌ها ارائه می‌شود.
دانشگاه اوتارا به دانشجویی که چند طرح کسب و کار را برای شروع کسب و کار تهیه نموده و
برای شروع کارشان سرمایه نیاز دارند، وام‌هایی از ۲۶۰ تا ۱۳۰۰۰ دلار آمریکا می‌دهد که به صورت
اقساط ماهانه طی سال پرداخت می‌شود. تا به حال این دانشگاه از طریق این برنامه حدود ۱۰۰۰
دانشجو را آموزش داده که تعداد زیادی از آنها پس از فارغ‌التحصیلی مشغول به کسب و کارهای
خودشان می‌باشند.

در دانشگاه فناوری مالزی، دفتر مشاوره و نوآوری در سال ۱۹۹۳ تاسیس گردید که اهداف آن
عبارت از:

- ایجاد همکاری و مشارکت بین صنعت و دانشگاه
- تدارک خدمات سنجش فنی و مشاوره براساس منابع دانشگاه
- ارتقاء و اراده فعالیت‌های مربوط به نوآوری‌های فناوری و انتقال فناوری
- تدارک برنامه‌هایی برای توسعه کارآفرینان فنی از طریق آموزش مهارت‌های فناورانه

کتاب اسلام و نوگرایی و کارآفرینی در میان مالزیایی‌ها

این کتاب نتیجه تحقیقات ۴ ساله‌ای می‌باشد که در ژانویه ۱۹۹۸ در مورد کارآفرینی و ادغام فرهنگ در میان طبقه متوسط و بالای مردم در کوالالامپور مالزی انجام گرفته است بخش اول این کتاب در مورد این نکته بحث می‌کند که در میان کارآفرینان مالزیایی طبقه متوسط، کارآفرینی به یک مسیر اصلی قوی دینی و ارزش معنوی و یک آزمون از پاکدامنی و نوگرایی در میان افراد ذینفع تبدیل شده است.

بخش دوم می‌کوشد تا شرح دهد که چگونه افراد درک را از نوگرایی اقتصاد مالزیایی و کارآفرینی قانونمند می‌کنند. که در واقع بیان کننده این امر است که آنها چگونه تصورات نوع دوستانه خود را به درون اقدامات اجتماعی و اقتصادی القا می‌کنند.

□ تایوان

اهم تجربیات عملی دولت تایوان در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

• حمایت‌های آموزشی

- تامین نقدینگی واحدهای صنعتی کوچک و متوسط (تا سقف ۸۰ درصد بودجه مورد نیاز) به منظور تکمیل آموزشی (فنی - تخصصی) نیروهای شاغل در واحدها.
- ۵۰ درصد از کل مبلغ پس از تایید موفقیت دوره آموزشی توسط سازمان‌های مسئول توسط دولت به صورت یارانه آموزشی پرداخت می‌شود.
- آموزش فراگیر همه نیروهای کارگری، مهندسی، امور اداری و...
- تربیت مدیریت کارآفرینی در سطح دبیرستان‌ها و کالج‌های فنی (تکنسین) توسط وزارت آموزش متوسطه
- تربیت مدیران کارآفرینی در سطح دانشگاه‌ها و موسسات مالی توسط وزارت علوم و فناوری‌های پیشرفته با همکاری وزارت صنایع و تجارت بین‌المللی
- اجباری بودن دروس نظری مربوط به مدیریت کارآفرینی در دوره تحصیلی متوسطه و دانشگاه‌ها

• حمایت‌های مالی - مالیاتی

- تامین سرمایه نقدینگی به منظور راه‌اندازی پروژه‌های تولیدی در شرکت‌های کوچک و متوسط که پس از ارزیابی توسط کارشناسان بانک، تا سقف ۷۵-۶۰ درصد از کل سرمایه مورد نیاز به صورت وام با نرخ بهره ۶-۴ درصد داده می‌شود و بازپرداخت وام‌ها از سومین تا پنجمین سال تولید می‌باشد.
- ارایه وام‌های ویژه به پیمانکاران صنعتی کوچک و متوسط با شرایط آسان همراه با تخفیف‌های مالیاتی ویژه (۱۰ تا ۲۰ درصد کمتر از واحدهای صنایع کوچک و متوسط مستقل مالیات می‌پردازند)
- معافیت کامل عوارض گمرکی و سود بازرگانی برای واردات ماشین‌آلات مدرن، فناوری جدید، تجهیزات تحقیق و توسعه، مواد اولیه منحصر به فرد برای تولید و ساخت کالاهایی که ۱۰۰ درصد قابل صادرات هستند.

• حمایت‌های فنی و مشاوره‌ای

- ارائه تسهیلات در امکانات مشاوره‌ای از طریق پنج سازمان عمده و تخصصی دولتی به واحدهای صنایع کوچک در زمینه‌های «تولیدی، فناورانه، طراحی، مونتاژ، کاربرد روش‌های تولیدی، بازاریابی و مسائل اقتصادی نظیر سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه خارجی»
- تامین نیروهای متخصص و زبده مورد نیاز واحدهای صنعتی کوچک و متوسط
- ایجاد تسهیلات لازم برای واحدهای صنعتی کوچک و متوسط و تشویق آنها به استفاده از فناوری اطلاعات رسانی در زمینه‌های گوناگون

• توسعه هسته‌ای خود اشتغالی

- ایجاد دو صندوق ویژه برای حمایت مالی از خود اشتغالان برای تکمیل سرمایه مورد نیاز این افراد (تا ۸۰ درصد از کل سرمایه مورد نیاز)
- ارائه تخفیف‌های مالیاتی ویژه برای خود اشتغالان و دادن وام‌های بانکی با نرخ بهره ۳-۶ درصد
- معرفی خود اشتغالان کارآفرین به کلیه واحدهای صنعتی
- استفاده از سازمان‌های تخصصی، مراکز تحقیقاتی و موسسات پژوهشی - آزمایشگاهی در بخش دولتی از افراد خود اشتغال
- ایجاد دو شهرک صنعتی همراه با کلیه امکانات فیزیکی، تسهیلاتی، ارتباطی و تحقیقاتی برای استقرار خود اشتغالان فعال

□ اندونزی

- اهمیت تجربیات عملی دولت اندونزی در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:
- تاسیس صندوق اعتبارات خاص برای صنایع کوچک پیمانکار در سال ۱۹۹۱ (بانک‌های تجاری طبق دستور دولت موظف هستند تا ۴۵ درصد از کل سقف صندوق را پر کنند)

• ایجاد مدل‌های همکاری صنایع کوچک با صنایع بزرگ

۱- پیمانکاری مستقیم

هیچ تعهدی مبنی بر ادامه همکاری پس از پایان مدت قرارداد برای طرفین وجود ندارد.

۲- پیمانکاری شبکه‌ای

همکاری بین صنایع کوچک و متوسط و بزرگ وجود دارد. دولت با امکانات مناسبی از جمله راه‌اندازی صندوق ویژه اعتبارات تضمینی و قانونمند کردن وظایف هر یک از طرفین قرارداد نسبت به یکدیگر را در نظر گرفته است.

۳- همکاری تولیدی - صنعتی مشترک

از سال ۱۹۹۳ این مدل معرفی و گسترش یافته است. طبق این مدل کارخانه بزرگ به همراه تعداد مشخصی از واحدهای صنعتی کوچک یا شرکت مستقل تولیدی تاسیس خواهند کرد که با استفاده از امکانات فنی - فناورانه، نیروی انسانی و نوآوری‌های صنعتی هر دو طرف نسبت به تولید یک کالا یا محصول خاصی تحت یک نام جدید اقدام خواهند کرد. سرمایه‌گذاری در شرکت جدید به صورت ۴۰ درصد از طرف صنایع کوچک و ۶۰ درصد از طرف کارخانه بزرگ تامین را دریافت می‌نمایند. دولت اندونزی تخفیف‌های ویژه مالیاتی، آموزش نیروی انسانی، حمایت از بازاریابی،... را به عنوان مشوق‌های لازم در این زمینه انجام می‌دهد. تا به حال ۲۴ شرکت صنعتی مشترک تاسیس شده است.

۴- شرکت‌های سهامی متشکل از صنایع کوچک

از سال ۱۹۹۵ این مدل طراحی و اجرا شده است. براساس این مدل واحدهای کوچک صنعتی به ایجاد شرکت تولیدی با مالکیت سهامی اقدام می‌کنند که ۴۰ درصد از سرمایه لازم توسط عرضه سهام و فروش به افراد حقیقی تامین خواهد شد و ۶۰ درصد مابقی توسط واحدهای کوچک صنعتی تامین خواهد شد.

- توسعه صنایع کوچک خرد (خود اشتغال) برای مقابله با بیکاری و ایجاد اشتغال در سال ۱۹۹۳، بیش از ۴۱/۴۰ درصد از کل شغل ایجاد شده در کلیه بخش‌های اقتصادی در اندونزی مربوط به این بخش بوده است.

عمده برنامه حمایتی دولتی از این بخش عبارتند از:

- تامین سرمایه اولیه برای راهاندازی پروژه تولیدی و نیمه تولیدی تا ۷۵ درصد کل هزینه پروژه از سال ۱۹۸۶ به بعد
- آموزش نیروی انسانی در مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای برای مناطق محروم بدون دریافت شهریه و در سایر مناطق دریافت شهریه با شرایط پرداخت آسان توسط وام آموزشی صورت می‌گیرد.
- آموزش مدیریتی برای کارآفرینان واحدهای صنعتی کوچک خود اشتغال
- تامین ماشین‌آلات از طریق اجاره بلندمدت یا فروش ماشین‌آلات دولتی دست دوم به این واحدها

- ایجاد بانک اطلاعاتی و انجام مشاوره‌های مختلف

- برنامه «توسعه خود اشتغالی و کارآفرینی (SEED) در دانشگاه *Merdeka Malang* اندونزی.

- ایجاد رشته کارآفرینی و خود اتکایی در این دانشگاه

- فعالیت‌های اجباری درون رشته‌ای (کارآموزی اجباری) در تمام رشته‌های دانشگاه برنامه آموزشی فوق برنامه برای آماده‌سازی دانش‌آموختگان دانشگاهی برای تاسیس کسب و کارهای خود و تبدیل آنها به افراد کارآفرین که شامل سه مرحله زیر می‌باشد اجرا می‌گردد:

الف) پیش آموزش: (به کار آموزان اطلاع داده می‌شود و از میان داوطلبان آنهایی که بیشترین انگیزه را داشته‌اند و نمره خوبی کسب کرده‌اند. انتخاب می‌شوند).

ب) آموزش (به ۱۴۴ ساعت وقت نیاز دارد. تمام وقت ۱۲ روز طول می‌کشد و نیمه وقت حدود یک ماه).

ج) بعد از آموزش (مشکلات عمومی که در حین اجرای طرح‌ها بروز می‌کنند مانند مجوز، گواهی‌نامه، تامین مالی، بازاریابی و... مشاوره داده می‌شود).

نتیجه برنامه: ۴۰ درصد از شرکت‌کنندگان در برنامه آموزشی *SEED* در شروع کسب و کار موفق بوده‌اند و هر کارآفرین ۵۰ نفر را استخدام کرده است.

- چاپ کتاب «توسعه گردشگری و کارآفرینان کوچک، سیاست ملی و فرهنگ کارآفرینی در مورد اندونزی» در سال ۱۹۹۹.

□ تایلد

- اهم تجربیات عملی دولت تایلد در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:
- توسعه راهبرد بازاریابی برای صنایع کوچک و روستایی از طریق ارتقای استانداردهای کیفیت محصول، طراحی محصول و ارتقاء تنوع بازار.
 - تشویق انستیتوهای تامین مالی خصوصی و دولتی جهت توسعه اعتبارات برای صنایع روستایی و به ویژه برای پوشش دادن تعداد بیشتری از صنایع کوچک و روستایی
 - انتشار اطلاعات صنعتی و بازاریابی برای کارآفرینان روستایی از طریق ارتقای نقش سازمان‌های کسب و کار خصوصی در هر دو ناحیه روستایی و شهری
 - تمرکززدایی اختیارات اداری و تصمیم‌گیری برای موسسات دولتی در سطوح روستایی و ناحیه‌ای
 - توسعه قابلیت‌های مدیریتی و اداری کارآفرینان روستایی از طریق تدارک سمینارهای آموزشی در مورد بازاریابی، دارایی و اداری
 - تاسیس شرکت تامین مالی صنایع کوچک در سال ۱۹۹۱.
 - تاسیس شرکت تضمین اعتبار صنایع کوچک در سال ۱۹۹۱.
 - ایجاد مرکز مشورتی کسب و کار (با مشارکت آمریکایی‌ها)
- این مرکز خدمات مشاوره‌ای را به *SME* ارائه می‌دهد. دارای ۲۰ مشاور در کسب و کار می‌باشد که ۱۰ نفر تایلندی و ۱۰ نفر آمریکایی بوده دارای تجربه کاری چند ساله در موسسات آموزشی معتبر می‌باشند.
- تاسیس موسسه توسعه *SME*ها در سال ۱۹۹۹ که فعالیت‌های عمده آن آموزش کارآفرینی، تحقیق و توسعه کارآفرینی در خدمات اطلاعاتی کسب و کار می‌باشد.
 - ترویج رشته کارآفرینی در تمامی رشته‌های تحصیلی دانشگاه‌های تایلد
 - اجرای دوره آموزشی ۱۶ روزه مربیان برای توسعه کارآفرینی کوچک (جهت آموزش افراد روستایی)

□ بنگلادش

- اهم تجربیات عملی دولت بنگلادش در توسعه و ترویج کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:
- تسریع کارآفرینی در ۱۹ برنامه اقتصادی دولت در سال ۱۹۹۱ که بعضی راهبردهای آن عبارتند از:
 - صنعتی شدن سریع از طریق وارد شدن به اقتصاد بازار آزاد و رقابتی و تدارک دیدن تسهیلات برای سرمایه‌گذاری از طریق کارآفرینان داخلی و خارجی امکان‌پذیر است.
 - ایجاد زیرساخت‌های قوی اقتصادی پیش فرضی برای صنعتی شدن و رفاه کلی اقتصادی است.
 - ایجاد فرصت‌های بیشتر اشتغال از طریق صنعتی شدن سریع امکان‌پذیر است.
 - دولت بنگلادش عضو سازمان تجارت جهانی، سیاست‌ها و اصلاحات اساسی خود را به سمت اقتصاد آزاد در راستای حضور در بازار جهانی دنبال می‌کند. که اهم آنها عبارتند از:
 - واردات آزاد و آسان کردن مراحل گرفتن مجوز واردات
 - تنظیم و تعدیل تعرفه‌ها و حق‌العمل کاری‌ها
 - یکسان‌سازی سیاست‌های دولت در مورد بازار، تجارت و کسب و کار
 - بعضی از آرمان‌های اصلی سیاست‌های صنعتی دولت در رابطه با کارآفرینی عبارتند از:
 - تعیین نقش دولت به عنوان تسهیل‌کننده در خلق یک محیط فعال برای توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
 - تضمین رشد سریع اشتغال صنعتی توسط تشویق سرمایه‌گذاری در صنایع اشتغال‌زا شامل سرمایه‌گذاری در صنایع پوشاکی *SME*‌ها.
 - ایجاد اشتغال زنان در شغل‌های با مهارت‌های بالاتر از طریق اهمیت دادن به توسعه مهارت‌ها
 - افزایش بهره‌وری صنعتی و حرکت تدریجی به سوی محصولات با ارزش افزوده بالاتر از طریق ارتقای فناوری و مهارت‌ها
 - محدودیت‌های توسعه صنایع کوچک در بنگلادش
 - محدودیت هزینه‌های توسعه دولتی
 - محدودیت سیاست‌های تجاری
 - محدودیت‌های اداری و قوانین
 - محدودیت‌های منابع مالی

- اقدامات دولت در زمینه آموزش کارآفرینی عبارتند از:
 - تاکید سازمان توسعه صنایع کوچک و متوسط بنگلادش در زمینه آموزش کارآفرینی در بخش دولتی و خصوصی برای توسعه *SME*ها.
 - اجرای برنامه توسعه کارآفرینی *CEFE* در بنگلادش که شامل موارد زیر می‌باشد:
 - خلق کسب و کار: (برای کارآفرینان بالقوه)
 - در این دوره کارآفرینان بالقوه قادر خواهند بود ایده‌های کسب و کار خود را ارزیابی کنند و شایستگی‌های خود را توسعه دهند. مدت زمان این دوره تمام وقت ۴ تا ۶ هفته می‌باشد که به صورت فشرده و کوتاه مدت ارائه خواهد شد.
 - مدیریت کسب و کارهای کوچک (برای کارآفرینان موجود).
 - این رشته به توسعه و ارتقای دانش، مهارت و تکنیک‌های مدیریت کارآفرینان موجود تمرکز خواهد داشت. دوره‌های پیشنهاد شده عبارتند از:
 - رشته‌های مدیریت کسب و کارهای کوچک
 - کارگاه آموزشی شناسایی محصول راهبردی
 - کارگاه آموزش بازاریابی محصول و تامین مالی
 - آموزش مربیان
 - آموزش مربیان توسط یک گروه بین‌المللی از مربیان صلاحیتدار صورت خواهد گرفت و در یک دوره آموزشی تمام وقت ۴ هفته‌ای ارائه خواهد شد.
 - اجرای برنامه آموزشی توسعه زنان (*WOP*) در مرکز کارآفرینی دانشگاه داکا از سال ۱۹۹۰
 - انتشار کتاب «توسعه اقتصادی و کارآفرینان» یک شرح قابل ملاحظه از صادرات پوشاک از بنگلادش

□ استرالیا

بطور کلی، دولت یکی از ارکان مهم تعیین کننده سرنوشت اقتصاد و سیاست استرالیا است. ولی با توجه به تعدد اقوام و فرهنگ‌های مختلف، استرالیایی‌ها به دلایل متعددی دارای روحیه کارآفرینی بوده‌اند که بخشی از آن مرهون مهاجر بودن مردم استرالیاست. اهم دلایل ارتقاء روحیه کارآفرینی بشرح زیر می‌باشند:

(۱) به دلیل خط‌مشی و سیاست مهاجرپذیری، جمعیت استرالیا در طول زمان در مسیر گرایش‌های کارآفرینانه حرکت کرده است. روحیه فردگرایی و تمایل به پایداری قومیت و هویت گروه‌های مهاجر روحیه کارآفرینی را نیز ارتقاء داده است.

(۲) با توجه به محیط باثبات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی استرالیا تمایل مهاجرین به ایجاد شرکت بیشتر می‌شود که به نوبه خود می‌تواند به رشد اقتصاد ملی کمک کند.

(۳) سیاست حمایتی دولت اکثراً بدنبال حفظ و حمایت از بخش صنایع کوچک بوده است. مواردی مانند تشویق، ساده کردن قوانین و مقررات، خدمات رایانه‌ای دولت در زمینه مشاوره آموزش استرالیا را به سمت گسترش صنایع کوچک سوق داده است.

(۴) مهاجرینی که وارد استرالیا می‌شوند می‌توانند در آسیا، منطقه اقیانوس هند و اروپا نیز فعال باشند و خدمات خود را گسترده‌تر ساخته و اتحادیه‌های بیشتری تشکیل دهند.

(۵) در جامعه استرالیا، فردگرایی (استقلال طلبی) و کارآفرینی بعنوان یک هنجار پذیرفته شده است. بعلاوه، در فلسفه مدیریت استرالیا سطح تحمل خطر پذیری هم بالاست و مدارا با ابهام و عدم اطمینان قابل توجه است. به همین دلیل زمینه برای کارآفرینی نسبت به سایر کشورهای مشابه بسیار بالاست.

بر این مبنا، سیاست دولت و رقابتی بودن در سطح بین‌المللی، روحیه تاسیس شرکت را ترغیب نمود و اقدامات متعددی در این کشور صورت پذیرفت. از اینروست که استرالیایی‌ها افراد نوآور و کارآفرینی هستند. البته آنچه که در اینجا قابل ذکر است آنکه اغلب تلاش‌های کارآفرینانه بر مبنای موسسات کوچک استوار بوده است، همانطور که در سایر کشورها نیز ما چنین پدیده‌ای رو به رو هستیم.

نقش موسسات کوچک

اصولاً یکی از بخش‌های مورد توجه در مباحث کارآفرینی، بحث مدیریت صنایع کوچک است. مدیریت صنایع کوچک با مالکیت آنها تفاوت‌هایی دارد که در مباحث دیگری به آنها اشاره می‌شود. آنچه که در اینجا مهم است آن است که برداشتها از موسسه کوچک متفاوت است. در استرالیا صاحب‌نظران نسبت به اندازه موسسه کوچک نظراتی متفاوتی دارند. برای مثال موارد زیر قابل توجه است.

۱) تعریف «ویلتشایر رپرت»^۱ از موسسه کوچک: موسسه کوچک، موسسه‌ای است که در آن یک یا دو نفر تصمیمات مهم مدیریتی را اتخاذ می‌کنند و از هیچگونه کمک تخصصی هم استفاده نخواهند کرد و خود هم معلومات خاصی در زمینه این تصمیمات ندارند.

۲) تعریف اداره آمار استرالیا: موسسه دارای کارکنان کمتر از ۲۰ نفر بدون توجه به نوع موسسه (اعم از صنعتی، خدماتی و...) موسسه کوچک به شمار می‌رود.

۳) «بدال رپرت»^۲ در تعریف خود معتقد است که سازمانی که در بخش غیر تولیدی در حدود ۲۰ نفر و در بخش تولید در حدود ۱۰۰ نفر کارمند داشته باشد، موسسه کوچک تلقی می‌شود.

۴) آنگ^۳ معتقد است که ویژگی یک موسسه کوچک این است که دارای اوراق بهادار عمومی (مانند سهام) نیست و مالکین به ادغام پرتفولوی مشخص خود نمی‌پردازند. مالکان نسل اول کارآفرین و خطر پذیر هستند؛ تیم مدیریت کامل نیست و موسسه با هزینه بالای بازار مواجه است. تعاریف فوق باعث شده است که دولت نیز در تعریف کارآفرینی دچار مشکل شده و بعضاً قوانین متضاد و ناهماهنگی را از تصویب بگذارند. به همین دلیل یکی از موارد مهم در تعریف صنایع کوچک ارایه تعریف صحیحی از آنهاست که همگان بر آن توافق داشته باشند. برای استرالیا توجه به صنایع کوچک و صنعت از اهمیت حیاتی برخوردار است.

نوآوری و کارایی در صنایع استرالیا بطور کلی مرهون دو امر حیاتی است: استفاده بیشتر و بهتر از تحقیق و توسعه و اطمینان از اینکه محصول جدید و ابتکاری و فناوری فرآیند تولید جزء لاینفک توسعه و تجدید ساختار است. فعالیت موفقیت آمیز به بهره‌گیری صحیح و خردمندانانه از ابداع و نوآوری، طراحی، تحقیق و توسعه و بهبود محصول بستگی دارد. رشد اقتصادی استرالیا مرهون تغییر ساختاری در این رابطه بود که بر اثر آن توانست شرایط اولیه لازم را برای ایجاد و توسعه و گسترش صنایع نیرومند و نوآور فراهم نماید.

¹. *Wiltshire Report*

². *Beddal Report*

³. *Ang*

هدف سیاست صنعتی دولت استرالیا بالابردن و ارتقاء صنعت از طریق فراهم کردن یک محیط باثبات و دارای کارایی و با کفایت می‌باشد. در آینده، صنعت استرالیا از طریق فعالیت‌های شدید و موثر در تحقیق و توسعه، مرغوبیت و بازاریابی شناخته خواهد شد. رشد صنعت نیازمند وجود ویژگی‌های زیر است:

- توانایی رقابت در صحنه بین‌المللی
- صادرات گرایی
- توانایی ابتکار و نوآوری و خلاقیت (که در بالا اشاره شد)
- توانایی تطبیق با شرایط متغیر جهان
- آماده و مجهز بودن برای بهره‌جویی از فرصت‌های بدست آمده در نتیجه توسعه فناوری برای نیل به اهداف فوق

دولت توجه شایانی به صنایع نموده و در چارچوب سیاست‌های حمایتی از آنها پشتیبانی نموده است. در هر کارگاه صنعتی در استرالیا بطور متوسط ۳۷ شاغل وجود دارد و ارزش افزوده سالانه هر شاغل رقمی حدود ۳۷۵۰۰ دلار است و در بعضی صنایع بیشتر دارد.

بطور کلی، با توجه به افزایش تقاضا برای سطح زندگی بالاتر و نیاز به پیشرفت در فعالیت‌های صادراتی، دولت در خصوص صنعت دو راه در پیش دارد: از یک سو در جستجوی سهمیه‌بندی و افزایش تولید و کارایی در صنایع حمایت شده قدیمی باشد و از سوی دیگر در جهت افزایش ارزش افزوده و فعالیت صنعتی، فناوری را توسعه دهد. بازسازی صنایع در استرالیا همیشه با کمک و یارانه دولت همراه بوده است و بعضی از صنایع هم آثار مثبتی از کمک دریافت نموده‌اند. علاوه بر آن، استرالیا طرحی وجود دارد بنام اعطای کمک برای تحقیق و توسعه صنعتی^۱ که براساس آن به آن دسته از شرکت‌ها که در زمینه تحقیق و توسعه کار کنند ۱۵ درصد تخفیف مالیاتی داده می‌شود.

با توجه به مسائل فوق موسسات کوچک از اهمیت زیادی برخوردارند. اهم مواردی که در اداره امور موسسات کوچک باید در نظر گرفته شوند و در محیط اقتصادی - سیاسی استرالیا از اهمیت بیشتری برخوردارند عبارتند از:

(۱) رویه‌های مدیریت و فرهنگ‌های محیط کاری:

^۱ . Grants for Industrial R&D

نوسان و آشفتگی فزاینده محیطی، مدیران موسسات کوچک استرالیا را تحت فشار قرار داده است به طوری که آنها مجبور به تعیین مسیر آینده خود در راستای رسیدن به اهداف سازمانی می‌باشند. بسیاری از موسسات کوچک بر نرخ پیشرفت یکسانی متکی هستند که براساس برآورد رشد آینده در فروش آن را مشخص می‌کنند. در حالیکه در محیط فعلی موسسات زیادی بوده‌اند که برآوردهایشان اشتباه از آب درآمد است. بهر حال، در استرالیا امروزه این روند وجود دارد که با توجه به رشد موسسات کوچک و افزایش تعداد آنها بیش از پیش باید بر شاخص‌ها و روش‌های آماری معتبر تاکید شود تا اینکه پیش‌بینی‌ها صحیح‌تر باشد.

مزیت اصلی استفاده از شاخص‌های عملی‌تر آن است که موسسات مزبور از روندها و نوسانات پیش‌بینی شده آگاهی یافته و روند آینده بر حسب یک دانش و تجربه منسجم از آینده به دست می‌آید. اطلاعات حاصله از این نحوه پیش‌بینی به کاهش خطر پذیری و افزایش شناخت صحیح از محیط کمک می‌کند.

۲) آموزش مهارت‌ها:

رشد شرکت مستلزم آموزش مهارت‌های لازم برای مدیران و مالکان موسسات کوچک است. این آموزش‌ها به اجرای رویه‌های برنامه‌ریزی پیچیده‌تر کمک می‌کند. آموزش کارآفرینی که در کشورها به گونه‌های مختلفی صورت می‌گیرد، در بخش بعدی در مورد استرالیا مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۳) توجه به محیط قانونی، رسمی و مجاز:

عامل دیگری که مدیران را در اداره سازمان یاری می‌دهد و یا اینکه امکان دارد آنها را محدود نماید محیط رسمی و قانونی است. در این محیط سازمان‌ها باید تابع قوانین بوده و خود را با آن وفق دهند.

۴) فرصت‌های رودرروی موسسات کوچک:

از آنجا که استرالیا یک کشور حاصلخیز و ثروتمند می‌باشد فرصت‌های فعالیت خرد و کوچک هم در آن بیشتر است. در حال حاضر، منابع فرصت کلیدی از موارد زیر می‌تواند بدست آید:

الف) اصلاح محیط کاری و شغل: محیط‌های کاری استرالیا در معرض اصلاحات عمده‌ای قرار گرفته است. موسسات و شرکت‌های دولتی عملیات خود را جهت داده و بر فعالیت غیرهسته‌ای و فرعی کمتر تاکید دارند. دولت از این فرآیند برای نیل به اهداف راهبردی استفاده کرده است و

خدمات را از طریق شبکه‌ای از راهبردهای متفاوت ارزیابی می‌کند. از اینرو فرصت جدیدی برای موسسات بوجود آمده و موسسات باید بدنبال خلاءهایی می‌باشند که در محیط ایجاد شده است. برای مثال، در حال حاضر بخاطر خدماتی شدن بسیاری از فعالیت‌ها با اصلاح‌های لازم در محیط شغلی، فرصت‌های گرانبهایی می‌تواند در اختیار شرکت‌ها قرار گیرد.

(ب) سبک زندگی: چهره استرالیا در حال تغییر است. جمعیت استرالیای امروزه دارای طول عمر بیشتر بوده و افراد در سنین بالاتری بچه‌دار می‌شوند. آنها ساعات زیادی کار می‌کنند و در رفتار و عادات خرید خود احتیاط بیشتری به خرج می‌دهند. برای مثال، در طی ۲۵ سال آینده نسبت افراد ۶۵ ساله در جامعه دو برابر خواهد شد و مردم در ساعات بیشتری کار کرده و درآمد بیشتری کسب خواهند نمود.

(ج) رفتار مصرف کننده: یک مشخصه بارز مصرف کنندگان استرالیایی مصرف سریع کالا و خدمات جدید است، بویژه که مربوط به فناوری‌های اطلاعاتی و رایانه‌ای باشد. بر حسب آمار اداره آمار استرالیا ۹۹ درصد استرالیایی‌ها یک دستگاه تلویزیون دارند. ۸۰ درصد آنها از VCR استفاده می‌کنند و ۳۰ درصد دارای رایانه شخصی هستند.

(د) گردشگری و تفریحات: یکی از فرصت‌های موجود در استرالیا، گردشگری و صنعت گردشگری است. شورای پیش‌بینی گردشگری برآورد کرده بود که در سال ۲۰۰۰ بیش از شش میلیون نفر از استرالیا دیدار نمایند. همچنین با توجه به برگزاری المپیک ۲۰۰۰ در سیدنی استرالیا، نیاز به تسهیلات و خدمات جدید بسیار زیاد بود. امروزه گردشگری یکی از زمینه‌های فعالیت اقتصادی است که در بخش خدمات می‌تواند مورد توجه زیادی قرار گیرد و درآمدهای زیادی را عاید کشور نماید.

(۵) کمک و حمایت مالی:

دولت‌های ایالتی و مشترک‌المنافع طرح‌ها و کمک‌های مالی متعددی مانند یارانه، کمک‌های اعطایی بلاعوض و ضمانت‌های وام را به صنایع کوچک ارزیابی می‌دهند. این کمک‌های مالی برای موسسات استرالیا از ارزش خاصی برخوردار بوده و انگیزه اقدام به ایجاد موسسه کوچک را بیش از پیش می‌کند.

برای مثال، دولت استرالیا برای تجدید نظر در مقررات قانونی مربوط به سرمایه‌گذاری و تامین منابع مالی برنامه اصلاحات اقتصادی قوانین شرکت‌ها^۱ را مطرح کرد که موجب تسهیل سرمایه‌گذاری،

^۱ . Government's Corporate Law Economic Reform Program (CLERP)

ایجاد اشتغال و ایجاد اعتماد متقابل در محیط تجاری می‌گردد. در این برنامه به تامین مالی بعنوان یکی از زمینه‌های اصلی و حیاتی برای شرکت‌های کوچک و متوسط متوجه شده است. براساس مقررات تامین منابع مالی، یک چارچوب مناسب‌تر به شرکت‌ها داده می‌شود و اطلاعات جامع، مربوط و با صرفه‌ای را در اختیار آنان قرار می‌دهد و فرصت‌های تامین منابع مالی را برای آنان مشخص می‌کند.

سیاست‌های دولت و کارآفرینی

بطور کلی منطقه اقیانوسیه و کشور استرالیا از نظر جغرافیایی به ۶ ایالت و دو قلمرو تقسیم شده است. سپس با توجه به تسلطی که مهاجرین بویژه مهاجرین انگلیسی بر استرالیا پیدا نمودند به فرمان ملکه ویکتوریا، مشترک‌المنافع استرالیا^۱ تاسیس شد و در واقع سیاست‌های دولتی در استرالیا در سه سطح ایالتی، قلمرو و مشترک‌المنافع ظاهر شد. در استرالیا دو سطح ایالتی و مشترک‌المنافع در حال حاضر بیشتر مطرح می‌باشند.

الف) برنامه‌های دولت در سطح مشترک‌المنافع

۱) اداره صنایع استرالیا^۲:

اداره صنایع استرالیا کانون پیوند و اتحاد بین سه دولت قلمرو، ایالت و مشترک‌المنافع است. این اداره تنها پل ارتباطی بین کمک‌های دولت و موسسات می‌باشد. اداره صنایع استرالیا با هدف تشویق موسسات به فعالیت رقابتی و پویاتر در صحنه اقتصاد در وزارت صنعت، علم و گردشگری استرالیا ایجاد شده و در حال حاضر دارای ۵۰۰ برنامه حمایتی بوده و به ارایه حمایت مالی و غیر مالی می‌پردازد. سه سطح اصلی خدمات این اداره عبارتند از: ارایه اطلاعات، مشاوره، هدایت ارباب رجوع در مسیر مناسب.

برنامه‌های اداره صنایع استرالیا گستره‌ای از برنامه‌های روستایی تا خدمات مربوط به بهبود وضعیت شرکت‌ها را در بر می‌گیرد و در واقع هدف اصلی آن بالا بردن سطح رقابت میان صنایع و موسسات کوچک و ترغیب آنها به نوآوری و صادرات می‌باشد. اداره صنایع استرالیا که توسط دولت ایجاد شد برنامه‌هایی را اجرا می‌نماید که از نظر کارآفرینان فعال استرالیا مشکل و دیوانسالارانه به نظر

^۱ . Commonwealth Australia

^۲ . Ausindustry

می‌رسد و حتی در بعضی از موارد به علت ایجاد موانع اداری^۱ حتی باعث وقفه در کار کارآفرینان نیز شده است.

۲) سیاست‌های مشترک‌المنافع:

دولت در سطح مشترک‌المنافع هم برنامه‌ها و ایده‌های مهمی را برای کارآفرینی دنبال می‌کند که اهم آنها عبارتند از:

۱-۲) نوآوری و تحقیق و توسعه^۲: منظور از نوآوری، کاربرد و بکارگیری یک ایده جدید در فعالیت‌ها یا محصولات شرکت است. نوآوری مرهون وجود افراد خلاق، مبتکر و خطر پذیر است و تا حد زیادی به ظرفیت جامعه هم بستگی دارد. از سوی دیگر تحقیق و توسعه (*R&D*) نیز یکی از عواملی است که نقش مهمی را در فرآیند نوآوری و ارتقاء سطح کمی و کیفی موسسات ایفاء می‌کند و خود یک شاخص و معیار برای فعالیت نوآورانه به شمار می‌رود.

شرکت‌های استرالیایی با توجه به اینکه توسط مهاجرین ایجاد شده‌اند از ابتدا بر تحقیق و توسعه و نوآوری تاکید داشته‌اند و توجه به این دو مسئله خیلی مرهون فعالیت‌های دولت استرالیا نمی‌باشد. ولی از سوی دیگر نقش ترغیبی و تشویقی دولت در ارتقاء سطح نوآوری و تحقیق و توسعه قابل بوده است. در سال ۱۹۸۶ هیئت *IR&D* توسط دولت ایجاد شد که نقش آن عبارتست از افزایش سطح موفقیت تجاری و بازرگانی *R&D* صنعت در استرالیا و اعضاء این هیئت شامل مدیران دولتی و بخش خصوصی می‌باشند. یکی از وظایف اصلی هیئت *IR&D* تصمیم‌گیری راجع به تخصیص منابع مالی برای تاسیس یا راه‌اندازی پروژه‌های موسسات کوچک می‌باشد.

طرح‌های دولت در رابطه با افزایش نوآوری معطوف به پذیرش فناوری جدید، بهبود طراحی و تحقیق و افزایش سطح نوآوری بهینه در سازمان می‌باشد. براین اساس و با همکاری اداره صنایع استرالیا معیارها و پاداش‌های خاصی را هم ارائه می‌دهند که اهم آنها عبارتند از: برنامه *R&D Start* همراه با تامین مالی نوآوری موسسات کوچک (*SBIF*)، کمک اعطای رقابتی به *R&D* وام خرید فناوری و معافیت مالیاتی برای *R&D* (تا ۱۲۵٪) برنامه *R&D Start* سال ۱۹۹۶ برای شرکت‌های کوچک با هدف افزایش تحقیق و توسعه اجرا شد و عنصر اصلی در آن *SBHF* است. این برنامه شامل تمام پروژه‌های با نرخ بازگشت کمتر از ۵۰ میلیون دلار است و موسسات را به فعالیت‌های نوآوری و ارائه خدمات، محصولات و فرآیندهای نوآورانه تشویق می‌نماید. در این برنامه ۲۵۰ میلیون

^۱. red tape

^۲. Innovation – R&D

دلار استرالیا بودجه تخصیص یافته است که ۱۵ میلیون دلار آن به کمک‌های اعطایی و وام اختصاص می‌یابد. چهار جزء اصلی این برنامه عبارتند از: پروژه‌های *R&D* صنعتی، پروژه‌های *R&D* دانشگاهی، پروژه‌های مشارکتی *R&D* و ام‌های تجاری

۲-۲) صادرات در ارتباط با خط‌مشی‌ها و برنامه‌های صادرات استرالیا، کمیسیون بازرگانی استرالیا (*Austrade*) به عنوان بازوی دولت در بازارهای بین‌الملل عمل می‌کند و می‌خواهد به موسسات استرالیایی جهت بهره‌برداری از فرصت‌های بازرگانی و صادرات کمک کند. کمیسیون بازرگانی استرالیا به صادرکنندگان بالقوه استرالیا کمک می‌کند که موسسات خود را برای صادرات آماده کنند و وارد صحنه اقتصادی شوند و فرصت‌های فروش در بازار را به دست آورند. این کمیسیون طیفی از خدمات را از ارایه اطلاعات کلی گرفته تا اعطای کمک‌های بلاعوض ارایه می‌دهد. این خدمات غالباً همراه با یارانه می‌باشد و در مقابل نیز صادرکنندگان استرالیا دقیقاً از موازین و قواعد این موسسه تبعیت می‌کنند. در حال حاضر کمیسیون مزبور بیش از ۱۰۰ شعبه در ۶۷ کشور دارد که نه تنها به صادرکنندگان استرالیا بلکه به صادرکنندگان کشورهای دیگر نیز کمک می‌کند. بهر حال اجرای این برنامه در سطح مشترک‌المنافع نشان دهنده میزان توجه و اهمیت دولت به صادرات است. این کمیسیون در مجموع برنامه‌ها و ابزارهای متفاوتی دارد که مهمترین آنها عبارتند از:

طرح اعطای کمک جهت توسعه بازار صادرات^۱ و شرکت بیمه مالیه صادرات^۲

دولت استرالیا همچنین در سطح ایالتی و قلمرو نیز برنامه‌هایی را ارایه می‌دهد که مشوق فعالیت‌های شرکت‌های کوچک است. خلاصه‌ای از برنامه‌های آنها عبارت است از:

۱) ایالت نیوساوت ویلز^۳:

در ایالت نیوساوت ویلز، سازمان توسعه منطقه‌ای و ایالتی^۴ یک سازمان دولتی است که به حفظ یا بهبود محیط تجاری و بازرگانی مناطقی چون «سیدنی» و «نیوساوت ویلز» کمک می‌کند تا بتوانند جو تجاری و بازرگانی «نیوساوت ویلز» از طریق تغییر درون ساختاری و تغییر خط مشی است. این موسسه مدیران را به «جهانی‌اندیشیدن» تشویق می‌کند و در این راستا برنامه بهبود صنایع استرالیا را اجرا می‌کند. اجزاء و واحدهای اصلی و فرعی این سازمان شامل موارد زیر است:

^۱. *Export Market Development Grant Scheme*

^۲. *Export Finance Insurance Corporation*

^۳. *New South Wales*

^۴. *State & Regional Development*

۱- ده بخش صنعتی مانند بخش اول شامل گروه‌های پزشکی، بهداشت، صنایع علمی، بیوفناوری، دارویی و....

۲- شش بازار بین‌المللی شامل:

- صادرات به ژاپن، کره، هنگ‌کنگ، تایوان و چین
- صادرات به آفریقای جنوبی، خاورمیانه و هند
- صادرات به آسیای جنوب شرقی
- سرمایه‌گذاری در آسیا
- سرمایه‌گذاری در اروپا
- سرمایه‌گذاری در آمریکا
- اداره و ارایه برنامه‌های بهبود وضعیت شرکت

سازمان توسعه منطقه‌ای و ایالتی کل ایالت «نیوساوت ویلز» را تحت پوشش قرار داده و در سطح منطقه‌ای عمل می‌کند. اعطای یارانه، آموزش مهارت‌های اصلی، جبران هزینه‌های دولت محلی از طریق اعطای کمک‌های بلاعوض می‌باشد.

۲) ایالت «ویکتوریا»:

همانند ایالت «نیوساوت ویلز» که سازمان توسعه منطقه‌ای و ایالتی در آن فعال است، در ایالت «ویکتوریا» سازمان ویکتوریا بیزنس (VB) به رشد موسسات کوچک کمک می‌کند. این موسسه در جهت جذب سرمایه‌های خارجی، تشویق جابجایی سرمایه و افزایش صادرات ایالت «ویکتوریا» کمک می‌کند.

این سازمان دسترسی آسان و مداوم خدمات بهبود وضعیت صادرات شرکت‌ها و بهبود خدمات سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند. اهم این خدمات و فعالیت‌ها عبارتند از:

- خدمات بهبود وضعیت شرکت
- خدمات پیگیری سریع پروژه‌های سرمایه‌گذاری
- جذب سرمایه‌گذاری جدید
- کمک به موسسات واقع در ایالت «ویکتوریا»
- برقراری روابط با کارکنان
- ارایه اطلاعات صنعتی و بازرگانی

سازمان «ویکتوریا بیزنس» در هر دو بخش خصوصی و دولتی و در همه سطوح از جانب موسسات کوچک تحت پوشش خود فعالیت می‌کند. البته سازمان دیگری هم در این ایالت وجود دارد که به ادارات بازرگانی دولتی ویکتوریا (*VBGO*)^۱ معروف است و خدمات حرفه‌ای و خاصی به مناطقی چون هنگ‌کنگ، توکیو، جاکارتا، لندن، فرانکفورت و سئول ارائه می‌دهد.

ارتباط با موسسات کوچک

یکی از موانع مورد اشاره و مهم برای کارآفرینان استرالیا، مقررات پیچیده و موانع دست و پا گیر اداری است و بطور کلی، طبق نظر صاحب‌نظران و کارآفرینان و مدیران، بوروکراسی و دیوانسالاری یکی از موانع مهم بروز خلاقیت و ترویج روحیه کارآفرینی است. در این بخش به بررسی رابطه دولت و مقررات اداری با موسسات کوچک و اینکه آیا آنها باعث پیشرفت هستند یا مانع پیشرفت را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

از سال ۱۹۹۰ تاکنون دولت استرالیا و موسسات بازرگانی کوچک روابط متقابل خود را تقویت نموده‌اند و سالانه یک نشست ویژه بنام «*National Small Business Forums*» تشکیل می‌شود که در آن دولت به بررسی معضلات و مشکلات شرکت‌های کوچک و در صورت امکان به رفع آنها می‌پردازد. اخیراً گروه مشاوره موسسات کوچک نیز تشکیل شده است که رابطه دولت با موسسات را تسهیل می‌کند.

در سال ۱۹۹۶ دولت ائتلافی ناسیونال / لیبرال در برنامه ۳ ساله خود نخستین گام را برداشت و گزارشی تحت عنوان «*A New Deal For Small Business*» ارائه داد که خط‌مشی و سیاستگذاری موسسات کوچک را مشخص می‌کند. علاوه بر مورد بالا، نشست ملی موسسات کوچک توسط دولت در جهت هماهنگ کردن تصمیمات دولت و موسسات کوچک تشکیل می‌شود که نقش بسزایی در رشد موسسات دارد.

بهر حال، آنچه که از مباحث بالا بدست می‌آید این است که در استرالیا دولت نقش مهمی را در ترغیب کارآفرینی و ارتقاء روحیه کارآفرینی ایفاء می‌کند. دولت با تشویق روحیه کارآفرینی و توجه به موسسات کوچک زمینه‌های خلاقیت، اشتغال و رفاه جامعه را فراهم می‌کند.

برنامه فرهنگ شرکت‌های کوچک

^۱ . *Victorian Government Business Offices*

در ماه مه ۱۹۹۹ دولت استرالیا در بودجه کشور، «برنامه فرهنگ شرکت‌های کوچک»^۱ را مطرح کرد. هدف از این برنامه انتظار بهبود مهارت مدیران و ارزیابی خدمات برای رفع نیازهای مدیران و توسعه مهارت‌های مدیران زن در موسسات کوچک بود.

براساس این برنامه پروژیهایی که دارای شرایط خاص بوده و یا در زمینه خاصی فعالیت کنند می‌توانند از تامین مالی برنامه فرهنگ شرکت‌های کوچک برخوردار شوند.

بطور کلی، پروژیهایی که در سطح منطقه‌ای اجرا شوند و یا بتوانند علاوه بر تامین مالی از ناحیه برنامه مزبور از جاهای دیگر هم تامین مالی شوند از تامین مالی این برنامه برخوردار خواهند بود.

پروژه‌هایی که خدمات توسعه مهارت‌های مورد نیاز موسسات کوچک را فراهم کنند و بتوانند خدمات عملی و تجربی و بهبودگرا در جهت توسعه مهارت‌های مدیریتی شرکت‌های کوچک ارائه دهند، از تامین مالی این برنامه بهره‌مند می‌شوند.

بعلاوه، این برنامه طرح‌های مربوط به نظارت بر پروژه‌های صنعتی را هم تحت پوشش خود می‌گیرد. در عین حال، چنانچه فعالیتهای یک شرکت در زمینه‌هایی مانند آموزش کارکنان، امور زیربنایی، فعالیتهای تحقیقاتی، برگزاری سمینار، اعزام افراد به خارج از کشور و تهیه گزارش باشد از تامین مالی برنامه محروم می‌ماند.

آموزش کارآفرینی

در استرالیا بطور کلی آموزش و پرورش و نیروی انسانی بر عهده دولت فدرال بوده و برای افراد ۶ تا ۱۵ ساله اجباری و رایگان است. آموزش ابتدایی معمولاً از سن ۶ سالگی آغاز می‌شود و شش ساله هم ادامه دارد. آموزش متوسطه از سن دوازده سالگی شروع شده و ۵ ساله به طول می‌انجامد میزان ثبت نام در سطح دبیرستان ۸۲ درصد است.

مدارس در این کشور به دو شکل دولتی و غیردولتی وجود دارند.

بطور کلی نیروی کار استرالیا با پنج چالش عمده مواجه است:

- (۱) توسعه یک فرهنگ شرکتی مثبت از طریق آموزش و پرورش
- (۲) ارتقاء آموزش‌های حرفه‌ای
- (۳) بهره‌برداری از استعدادهای درخشان
- (۴) دستیابی به بهترین رویه‌های توسعه مدیریت

^۱ . Small Business Enterprise Culture Program (SBECP)

(۵) اصلاح آموزش مدیریت

بطور کلی، در استرالیا وزارت آموزش و پرورش فنی و حرفه‌ای^۱ بزرگترین آموزش دهنده مدیریت و کارآفرینی در استرالیاست و براساس توصیه‌های زیر عمل می‌کند:

- (۱) ارتقاء ظرفیت *TAFE* برای ارائه دروس مدیریت و ایجاد مشوق‌هایی برای بهبود کیفیت
 - (۲) اعطای گواهینامه صلاحیت به کارآموزان و مشاورین شرکت‌های کوچک
 - (۳) ایجاد نشست‌های حضوری و ارائه کمک‌های مالی
 - (۴) استفاده از وسایل کمک آموزشی پیشرفته جهت آموزش و استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی برای مبادله اطلاعات در سطح سازمانی و فراسازمانی
- بطور کلی حیطه فعالیت *TAFE* مربوط به بهبود موارد زیر برای مدیران است:

- (۱) مهارت‌های انسانی
- (۲) مهارت‌های رهبری
- (۳) مهارت‌های راهبردی
- (۴) گرایش بین‌المللی
- (۵) کارآفرینی
- (۶) گسترش تخصص‌های حرفه‌ای
- (۷) مرتبط کردن مهارت‌ها با سازمان
- (۸) استفاده از منابع متفاوت

علاوه بر آموزش‌های رسمی که به مدیران صنایع ارائه می‌شود، برگزاری سمینارها هم در این رابطه قابل ذکر است. برای مثال، دولت استرالیا در سال ۱۹۹۸ نشستی متشکل از ۱۱۰ هیئت‌اعزامی از موسسات کوچک تشکیل داد که مسائل زیر بطور مفصل در آنها بررسی شد: اصلاح ساختار مالیات، مسائل مربوط به کاغذ بازی و موانع اداری، گردشگری، توسعه مهارت‌های مدیران موسسات کوچک، مقررات صادرات برای موسسات کوچک، خط‌مشی‌ها و سیاست‌های دولت و مسائل منطقه‌ای.

علاوه بر این، دولت استرالیا علاوه بر آموزش زمینه لازم را برای تحقیق هم فراهم می‌کند. دولت منافع‌المشترک «برنامه تحقیقات موسسات کوچک»^۲ را برای ایجاد یک پایگاه آماری جامع قابل اعتماد و دراز مدت راجع به موسسات کوچک ایجاد نمود. این اطلاعات به موسسات کمک می‌کند که در فعالیتهای الگو برداری خود موفق این اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها منجر به شناخت بهتر

^۱. *The Department of Technical and Further Education*

^۲. *Small Business Research Program (SBRP)*

مسائل سیاستگذاری شرکت‌ها خواهد شد. یکی از اهداف اصلی این برنامه انجام تحقیقات مقطعی یا طولی راجع به عملکرد موسسات می‌باشد.

□ آمریکا

اصولاً توسعه کارآفرینی بخشی از فرآیند تواناسازی بخش خصوصی و افزایش مشارکت آحاد جامعه در فرآیند توسعه اقتصادی است و آنچه بخش خصوصی در ایالات متحده آمریکا و در زمینه کارآفرینی بر عهده دارد مجال و مطالعه مستقلی را می‌طلبد که امید می‌رود در سایه تلاش‌های آتی عملی گردد. قانون‌گذاری ایالات متحده آمریکا برای حمایت از کارآفرینان اقتصادی با تصویب قانون کسب و کارهای کوچک^۱ در سال مذکور و در پی آن تشکیل دپارتمان امور کسب و کارهای کوچک^۲ بعنوان قدیمی‌ترین سابقه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دولتی برای توسعه کارآفرینی محسوب می‌گردد و اغلب برنامه‌ها در سایر کشورها متأثر از الگوی ایالات متحده آمریکا شکل گرفته و به اجرا گذاشته شده‌اند. بنابراین تجربه این کشور و بررسی آن اهمیت دارد.

دپارتمان مذکور که خلاصه **SBA** نامیده می‌شود بعنوان مدافع و حافظ منافع کسب و کارهای کوچک و کارآفرینان اقتصادی در نظام حکومتی ایالات متحده آمریکا برنامه‌های متعددی را در سطوح ملی (فدرال) و محلی (ایالتی) و در جهت بهبود موقعیت این گروه از کسب و کارها و کارآفرینان به اجرا گذاشته است.

SBA دارای یک وبگاه اختصاصی با نشانی [Http://www.sba.gov](http://www.sba.gov) بر روی اینترنت است که علاوه بر تامین اطلاعات کامل و تفصیلی در مورد **SBA**، ادارات و بخش‌های مختلف آن، سیاست‌ها، برنامه‌ها و نتایج اجرای این برنامه‌ها توسط **SBA** و مراکز وابسته، منبع منحصر به فردی نیز برای کارآفرینان اقتصادی داخل این کشور و سایر کارآفرینان در کشورهای دیگر محسوب می‌گردد و همانند کتابخانه‌ای الکترونیکی منابع نوشتاری متعدد را در خصوص سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی در ایالات متحده آمریکا در دسترس قرار می‌دهد.

این گزارش با استفاده از اطلاعات موجود بر روی وبگاه مذکور تهیه شده است و طی مراجعه به آن اسناد متعددی جهت استفاده در این گزارش به داخل کشور منتقل شد که فهرست کتاب شناختی آنها در انتهای گزارش مربوط به این کشور ارائه شده است.

اطلاعات اضافی در خصوص فعالیت‌ها، خدمات و برنامه‌های **SBA** را علاوه بر وبگاه این تشکیلات بر روی اینترنت، می‌توان از نشانی زیر نیز درخواست نمود:

^۱. *Small Business Act*

^۲. *Small Business Administration Department*

U.S. Small Business Administration
Office of Marketing & Customer Service
409 Third Street. S.W., Suite 4600
Washington, Dc 20416
Tel: 202-205-6744
Fax: 202-205-64913

اهداف SBA

دولت آمریکا برای **SBA** و در آستانه ورود به هزاره سوم اهداف زیر را مشارکت **SBA** و سایر عوامل ذی ربط در سیاستگذاری این مرکز، تعیین نموده است:

- تسهیل موفقیت برای کسب و کارهای کوچک
 - تحول در **SBA** و تبدیل آن به تشکیلاتی مناسب با مقتضیات قرن آینده
 - مساعدت به افراد و کسب و کارها در بحرانها و مخاطرات طبیعی و اقتصادی
 - هدایت کسب و کار در مشارکت برای کارگیری بیکاران
 - حفاظت از منابع کسب و کارهای کوچک آمریکا در نظام حکومتی این کشور
- دپارتمان امور کسب و کارهای کوچک آمریکا در جهت دستیابی به این اهداف برنامه‌های متعددی را که عموماً ناظر بر بندی از قانون کسب و کارهای کوچک آمریکاست، تدوین و به اجرا گذاشته است. این برنامه‌ها را می‌توان در محورهای کلی زیر تقسیم‌بندی نمود:

- تامین مالی
- سرمایه‌گذاری
- تضمین
- قراردادهای دولتی
- تحقیق و توسعه
- مشاوره و آموزش‌های کاربردی
- اطلاع‌رسانی
- حمایت و نمایندگی
- کمک‌های در زمان بحران
- کمک به بازنشستگان
- کمک به صادرات

- کمک به بومیان
- کمک به کارآفرینان محروم
- کمک به زنان
- فعالیت در مناطق محروم

تشکیلات *SBA*

تشکیلات مرکزی *SBA* در واشنگتن قرار دارد. ادارات مختلف *SBA* عبارتند از:

- اداره حمایت و نمایندگی
- اداره طرح‌های جدید
- اداره کمک‌های زمان بحران
- اداره توسعه کارآفرینی
- اداره قانون آزادی اطلاعات
- اداره روابط عمومی
- اداره قراردادهای دولتی
- اداره حسابرسی
- اداره تجارت بین‌الملل
- بخش سرمایه‌گذاری
- اداره توسعه کسب و کارهای اقلیت‌ها
- اداره چاپ و نشر
- اداره مراکز توسعه کسب و کار
- اداره مدیران بازنشسته
- اداره کارآفرینان محروم
- اداره حمایت‌های فناورانه
- اداره حمایت از بازنشستگان
- اداره زنان

علاوه بر ادارات مرکزی *SBA* در واشنگتن، برنامه‌های این دپارتمان از طریق دفاتر منطقه‌ای و ایالتی و مراکز ارایه خدمات مختلف این وزارت به اجرا گذاشته می‌شوند.

SBA در حال حاضر دارای ۱۰ دفتر منطقه‌ای^۱ و ۶۹ دفتر در ایالت‌های مختلف^۲ است. در عین حال ۱۳۰ مرکز توسعه کسب و کارهای کوچک^۳ با شبکه‌ای مرکب از ۱۰۰ دفتر وابسته به آن در سراسر ایالت‌ها همراه ۳۷ مرکز اطلاعات کسب و کارها و هفت مرکز اطلاعات کسب و کارهای قومی^۴ و ۱۳ دفتر در مناطق محروم^۵ و ۱۸ مرکز خدمات صادرات^۶ خدمات **SBA** به کارآفرینان را بر عهده دارند.

برنامه‌های **SBA**

نکته حائز اهمیت در بررسی برنامه‌های توسعه کارآفرینی در ایالات متحده آمریکا توجه به این مطلب است که اصولاً بین توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط تفاوت‌هایی وجود دارد که در محافل آکادمیک کاملاً شناخته شده است. توسعه کارآفرینی به معنی توسعه نوآوری، فرصت‌جویی و رشد از طریق رویکردها و تلاش‌های نوین در عرصه فعالیت اقتصادی است. کارآفرینی فرآیندی منحصر در سازمان‌های کوچک و متوسط نبوده و در واقع بسیاری از شرکت‌های بزرگ نیز در پی کارآفرینی سازمانی (*Intrapreneurship*) می‌باشند. بنابراین کارآفرینی فرآیندی است که در تمام سازمان‌های کوچک، متوسط و بزرگ می‌تواند توسعه داده شود.

اما در سیاست‌ها و برنامه‌های دولتی تفاوت مذکور به دلایلی نادیده گرفته می‌شوند و معمولاً بخش عمده‌ای از تلاش‌های معطوف به توسعه کارآفرینی با توسعه کسب و کار و کارهای کوچک و متوسط در هم آمیخته می‌شود. دلایل این امر به قرار زیر می‌باشند:

- درصد قابل توجهی از کسب و کارها در گروه واحدهای کوچک و متوسط قرار دارند.
- واحدهای کوچک و متوسط معمولاً از نظر دستیابی به منابع مورد نیاز جهت استفاده در فرآیند کارآفرینی دچار مشکل می‌باشند. بطور مثال این واحدها با توجه به وضعیت مالی آنها در رقابت بر سر اعتبارات و منابع مالی در مقایسه با واحدهای بزرگ موقعیت مناسب ندارند.
- فضای کلی و چارچوب قانونی و دارای معمولاً به واسطه قدرت چانه‌زنی صنایع بزرگ در جهت منافع این گروه از واحدها تدوین و تعیین می‌گردد.

¹. Regional Offices

². District & Branch Office

³. SBA Centers

⁴. Tribal Business Information Center

⁵. One – Stop Capital Shops

⁶. Export Assistance Center

- واحدهای کوچک و متوسط به خاطر انعطاف ساختاری و عملکردی و نیز وجود فشارهای رقابتی در بیرون واحد فضای مناسبتری برای بروز ظهور کارآفرینی و جلوه‌های مختلف آن نظیر نوآوری برخوردارند.

بنابراین تعجیبی ندارد که بسیاری از برنامه‌های توسعه کارآفرینی مخاطب اصلی خود را در بین واحدهای کوچک و متوسط ارایه می‌شوند. بر این مبنا، انواع برنامه‌های دپارتمان کسب و کارهای کوچک در ایالات متحده آمریکا بصورت زیر قابل تفکیک و مطالعه می‌باشند:

۱- برنامه‌های تامین مالی^۱

۱-۱- برنامه تضمین وام

در این برنامه کسب و کارهایی که با استفاده از مجاری معمول موفق به دریافت وام و اعتبار مورد نیاز خود نشده باشند، مورد حمایت **SBA** قرار می‌گیرند. توجه به اینکه نکته ضروری است که معمولاً **SBA** وام یا اعتباری در این برنامه اعطا نمی‌کند بلکه متقاضی را در مقابل بانک‌های تجاری یا سایر نهادهای مالی اعطا کننده وام از طریق تغییر بازپرداخت مورد حمایت قرار می‌دهد. معیارهای **SBA** برای حمایت کسب و کارها از طریق این برنامه عبارتند از:

نوع

اکثریت قابل توجهی از کسب و کارها می‌توانند برای استفاده از این تسهیلات متقاضی گردند. تنها کسب و کارهای غیرقانونی، موسسات اعطا کننده وام و اعتبار، مراکز قمار، مجاز به استفاده از این تسهیلات نمی‌باشند.

اندازه

مطابق قانون کسب و کارهای کوچک در ایالات متحده آمریکا، کسب و کاری کوچک محسوب می‌گردد که بطور مستقل اداره شود و در حوزه کاری خود انحصار ایجاد نکرده باشد. این قانون همچنین مقرر می‌سازد که برای تعیین کسب و کارهای کوچک باید به تفاوت حوزه‌های کاری توجه گردد و بنابراین تعریف کسب و کارهای کوچک در ایالات متحده آمریکا از صنعتی به صنعت دیگر متفاوت است. به هر حال تعریف گسترده‌ای که در این کشور در کسب و کارهای کوچک می‌گردد در غالب موارد واحدهایی را هم شامل می‌گردد که در عمل سازمان‌ها و واحدهای کاملاً بزرگی هستند. بطور مثال عمده فروشی‌هایی با ۹۹ نفر کارمند هنوز در تعریف **SBA** یک کسب و کار کوچک محسوب می‌گردند. در هر صورت **SBA** واحد طبقه‌بندی مفصلی از کسب و کارها به تفکیک هر یک از طبقات واقع در نظام طبقه‌بندی **SIC** و برای تعیین اندازه می‌باشد که در برنامه تسهیلات و تامین مالی مورد استفاده می‌باشد.

موارد استفاده از وام

^۱. *SBA Financing Programs*

استثنائات اندکی از نظر موارد استفاده از وام در برنامه تغییر وام *SBA* وجود دارد. این استثنائات بطور مثال شامل بازپرداخت بدهی‌ها، مالیات و نظایر آن می‌باشد. علاوه بر معیارهای مذکور که به عنوان معیارهای عمومی در تشخیص شایستگی متقاضیان تضمین وام از سوی *SBA* مورد استفاده قرار می‌گیرند، بر حسب نوع فعالیت کسب و کار نیز برخی معیارهای اختصاصی مورد نظر و بررسی قرار می‌گیرند. بطور مثال مزارع و کسب کارهایی کشاورزی تنها در صورتی شایسته استفاده از این تسهیلات می‌باشند که قبلاً عدم برخورداری آنها از سایر تسهیلات اختصاصی بخش کشاورزی احراز گردد.

دوره بازپرداخت

یکی از موضوعات که در برنامه تضمین وام *SBA* دقیقاً مورد توجه است مسئله بازپرداخت و دوره آن می‌باشد. غالب وام‌هایی که جهت تامین سرمایه در گردش مورد تضمین قرار می‌گیرند حداکثر دوره بازپرداختی برابر هفت سال دارند. اگر چه در موارد استثنایی این دوره تا ۱۰ سال نیز می‌تواند افزایش یابد. تضمین وام‌های خرید زمین و سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات تا حداکثر ۲۵ سال نیز می‌توانند دوره بازپرداخت داشته باشند. در هر صورت دوره بازپرداخت وام‌های سرمایه‌گذاری بر حسب عمر مفید سرمایه‌گذاری مورد نظر تعیین می‌گردند. و این دوره نباید از ۲۵ سال تجاوز نماید. این نکته حائز اهمیت است که دوره بازپرداخت همواره پس از خاتمه ساخت و بهره‌برداری از تاسیسات شروع می‌گردد.

نرخ بهره وام‌ها

اگر چه نرخ بهره وام بین متقاضی و موسسه وام دهنده مورد مذاکره قرار می‌گیرد و بر آن توافق می‌رسند اما تنها در صورتی از تسهیلات تضمین وام توسط *SBA* برخوردار شود که نرخ بهره مورد توافق بیش از مقدار مورد قبول *SBA* نباشد که این مقدار معمولاً بر حسب نرخ بهره اسمی تعیین می‌گردد. برای وام‌هایی با دوره بازپرداخت کمتر از هفت سال این مقدار برابر نرخ بهره اسمی به اضافه ۲/۲۵ درصد و برای وام‌های کمتر از ۲۵ هزار دلار این مقدار نرخ بهره اسمی به اضافه ۴/۲۵ درصد است.

در هر صورت تعیین نرخ بهره‌های مذکور بصورت ثابت و متغیر در برنامه تضمین وام *SBA* مورد عمل است.

دستمزد

جهت تامین هزینه‌های برنامه تضمین وام مبلغی تحت عنوان دستمزد از وام دهنده، *SBA* پرداخت می‌گردد که ممکن است وام دهنده پرداخت آن را به متقاضی وام منتقل نماید. مقدار این دستمزد بسته به حجم وام مورد تقاضا متغیر است و اگر وامی که تضمین می‌گردد کمتر از ۸۰ هزار دلار باشد این دستمزد حدود ۱۶۰۰ دلار خواهد بود و برای وام‌های بین ۸۰ تا ۲۵۰ هزار دلار این مبلغ ۳ درصد کل وام و برای وام‌های بیشتر تا سقف ۵۰۰ هزار دلار این مبلغ ۳/۵ درصد از کل وام و برای وام‌های تا ۷۵۰ هزار دلار این دستمزد به میزان ۳/۷۵ درصد از کل وام خواهد بود.

مکانیسم تغییر

برای وام‌های تا سقف ۱۰۰ هزار دلار بازپرداخت حداکثر ۸۰ درصد از کل وام توسط *SBA* تضمین می‌گردد و برای مقادیر بیشتر از آن تا حداکثر ۷۵ درصد از بازپرداخت کل وام تضمین می‌گردد. سقف تضمین حداکثر ۷۵۰ هزار دلار است.

۲-۱- وام‌های کوچک

در این برنامه وام‌های بسیار کوچک اعطا می‌گردد. مکانیسم عمل بدین صورت است که *SBA* وام‌ها را از طریق موسسات غیرانتفاعی توزیع می‌کند و مبلغ این وام‌ها بین ۱۰۰ تا ۲۵ هزار دلار است. متوسط وام‌های پرداختی در این برنامه حدود ۱۰ هزار دلار است و بر حسب درآمد کسب و کار متقاضی استفاده از این وام نرخ بهره و دستمزد دریافتی متفاوت خواهد بود. دوره بازپرداخت معمولاً تا ۶ سال و حداکثر نرخ بهره ۴ درصد بیش از نرخ بهره اسمی و دستمزد دریافتی حداکثر تا ۲ درصد از کل وام خواهد بود.

۳-۱- برنامه وام دهندگان مجاز و ترجیحی

نوآوری موجود در این برنامه انتقال بسیاری از فعالیت‌های لازم جهت پردازش و رسیدگی به تقاضاهای رسیده از متقاضیان تضمین یا وام از *SBA* به موسسات و نهادهای مالی است. بطور کلی *SBA* در انواع برنامه‌های حمایت مالی خود از کارآفرینان با موسسات مالی و اعتباری متعدد واجد روابط کاری است که بتدریج و با حصول به شناخت کافی از توانمندی‌های این مرکز و موسسات این امکان فراهم شده است تا *SBA* بتواند بخشی از مسئولیت‌ها و فعالیت‌های کاری خود را به موسسات مالی و اعتباری مذکور منتقل نماید. در این برنامه وام‌دهندگان که تجارب کافی در کار با *SBA* داشته‌اند به ۲ گروه وام‌دهندگان مجاز و وام‌دهندگان ترجیحی تقسیم‌بندی می‌گردند و قادر هستند به نمایندگی از طرف *SBA* تمام با بخشی از امور مربوط به تضمین یا اعطای وام را بر عهده گیرند.

بطور مثال وام‌دهندگان مجاز می‌توانند تحت شرایطی به نمایندگی از طرف *SBA* اقدام به تضمین متقاضیان وام و اعتبار در مقابل سایر موسسات مالی و اعتباری نمایند. وام‌دهندگان ترجیحی

در این خصوص کاملاً مورد وثوق *SBA* بوده و می‌توانند به نمایندگی از طرف *SBA* و بدون نیاز به اخذ مجوز قبلی اقدامات مربوط را انجام دهند.

۱-۴- برنامه بازار ضمانت‌نامه‌ها^۱

در این برنامه به موسسات مالی که ضمانت‌های *SBA* در خصوص وام‌های پرداختی را در اختیار دارند این فرصت داده می‌شود تا آن‌ها را در بازار عرضه و وضعیت مالی خود را این طریق بهبود دهند.

۱-۵- برنامه وام حداقل کاغذ بازی^۲

در این برنامه کاغذ بازی برای دریافت وام‌های تا سقف ۱۵۰۰۰۰ دلار به حداقل رسانده می‌شود. متقاضیان براساس سابقه بازپرداخت وام‌های دریافتی قبلی یک ضمانت‌نامه یک صفحه‌ای از *SBA* دریافت و به موسسات مالی جهت دریافت وام ارائه می‌کنند.

۱-۶- وام‌های کوتاه مدت^۳

وام‌های کوتاه‌مدت برای تامین سرمایه در گردش کسب و کارهای کوچک در این برنامه ارائه می‌گردند. حداکثر مبلغ وام که توسط موسسات مالی اعطا می‌گردد ۷۵۰۰۰۰ دلار است.

۱-۷- برنامه تشخیص صلاحیت اولیه متقاضیان وام^۴

متقاضیان وام تا سقف ۲۵۰۰۰۰ دلار (مالکین زن، سالخورده، اقلیت یا روستایی و صادر کننده کسب و کارهای کوچک) همراه با مساعدت طرف ثالثی که از طرف *SBA* تعیین می‌گردد براساس شاخص‌های مالی متقاضی و قبل از ارائه تقاضا به بانک آن را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهند. طرف‌های ثالثی در این برنامه عموماً مراکز توسعه کسب و کارهای کوچک یا شرکت‌های توسعه مجاز^۵ فعال در یک منطقه معین، می‌باشد.

۱-۸- برنامه تغییر در کسب و کارهای دفاعی^۶

¹ . Secondary Market

² . Low Documentation Loan

³ . Caplines

⁴ . SBA Loan Prequalification

⁵ . Certified Development Company

⁶ . Defense Loan & Technical Assistance

در این برنامه برای کسب و کارهای کوچکی که طرف قرارداد وزارت دفاع بوده و ادامه کار آنها غیرضروری است این امکان فراهم می‌گردد تا از طریق مساعدت‌های مالی و فنی فعالیت دیگری را شروع کنند.

تضمین این وام‌ها که حداکثر تا سقف ۱/۲۵ میلیون دلار داده می‌شود بصورت ۸۰ درصد از طرف **SBA** است.

۹-۱- برنامه کمک به کسب و کارهای فردی^۱

کسب و کارهایی که در نواحی متأثر از تجارت آزاد با مکزیک و کانادا قرار داشته و با خطر حذف مشاغل روبرو هستند و نیز کسب و کارهای جدیدی که در این مناطق بتوانند در ازای هر ۷۰۰۰۰ دلار وام یک شغل را حفظ یا ایجاد کنند، می‌توانند از این برنامه استفاده کنند. این برنامه از طریق مشارکت وزارت کشاورزی و بانک توسعه آمریکای شمالی با **SBA** اجرا می‌گردد.

۱۰-۱- برنامه تامین سرمایه در گردش صادراتی^۲

SBA در این برنامه تا سقف ۹۰ درصد از وام به مبلغ ۷۵۰۰۰۰ دلار یا کمتر را برای مقاصد صادراتی تضمین می‌کند. دوره استهلاك وام‌ها حداکثر سه سال است.

۱۱-۱- برنامه وام تجارت بین‌المللی^۳

وام بلندمدت برای شرکت‌هایی که در تجارت خارجی بوده و یا قصد ورود آن را دارند از طریق بانک‌ها و موسسات مالی و با تضمین **SBA** پرداخت می‌گردد. سقف وام‌ها ۱/۲۵ میلیون دلار است که برای ترکیبی از سرمایه‌گذاری ثابت و سرمایه در گردش پرداخت می‌گردد. سهم سرمایه در گردش نباید از ۷۵۰۰۰۰ دلار بیشتر باشد.

۱۲-۱- علاوه بر وام‌های مذکور **SBA** بصورت ارایه تضمین در وام‌های زیر نیز کارآفرینان را مورد حمایت قرار می‌دهد:

- وام‌های صرفه‌جویی در انرژی
- وام‌های کنترل آلودگی

^۱ . *Community Adjustment & Investment*

^۲ . *Export Working Capital*

^۳ . *International Trade Loan*

- وام‌های کمتر از ۲۵۰۰۰ دلار برای کسب و کارهای بسیار کوچک توسط موسسات غیرانتفاعی

۲- برنامه حمایت از سرمایه‌گذاری^۱

۱-۲- برنامه شرکت‌های سرمایه‌گذاری

در این برنامه هدف تامین و تجهیز منابع مالی در مناطق مختلف به نفع تاسیس و راه‌اندازی کسب و کارهای جدید است. طی این برنامه وام‌هایی جهت سرمایه‌گذاری و تاسیس کسب و کارهای جدید با استفاده از مکانیسم زیر اعطا می‌گردند:

۱- شرکت‌هایی به نام شرکت‌های سرمایه‌گذاری با حمایت و تضمین *SBA* تشکیل شده و از طریق این شرکت‌ها امکان تامین ۴۰ درصد از هزینه‌های سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید فراهم می‌گردد.

۲- با توجه به آمادگی شرکت‌های سرمایه‌گذاری، خطر پذیری سرمایه‌گذاری و اعطای وام توسط موسسات مالی و اعتباری کاهش یافته و این موسسات نیز تا ۵۰ درصد از هزینه‌های سرمایه‌گذاری را تامین می‌کنند.

۳- کارآفرینان با داشتن مبلغ کمی از کل سرمایه‌گذاری لازم (حداکثر تا ۱۰ درصد) قادر به عملی کردن ایده‌های خود و ایجاد کسب و کارهای جدید می‌گردند.

۲-۲- شبکه الکترونیکی سرمایه‌گذاری خیر^۲

در این برنامه افراد سرمایه‌گذار مورد وثوق *SBA* از طریق اینترنت این امکان را پیدا می‌کنند تا با کارآفرینان مشارکت کنند و افراد این امکان را دارند که با شرکت‌های مشاور نیز بطور مستقیم در مورد سرمایه‌گذاری پیشنهاد شده مشاوره کنند.

۳- تضمین بیمه نامه‌ها و سپرده‌ها^۳

در این برنامه *SBA* سپرده‌ها و بیمه نامه‌هایی تا سقف ۱/۲۵ میلیون دلار و مورد نیاز کسب و کارهای کوچک جهت شرکت در مناقصات و مزایده‌ها را که در غیاب این برنامه قادر به ارایه آن نیستند، تضمین می‌کند. بنابراین پیمانکاران کوچک این امکان را پیدا می‌کنند که در مناقصات

^۱. *Investment Programs*

^۲. *ACE - Net*

^۳. *Surety Bonds*

دولتی، ایالتی و شهرداری‌ها شرکت کنند. مبلغ ضمانت نامه‌ها حداقل ۱۰۰۰۰۰ دلار جهت شرکت در مناقصات دولتی است.

۴- برنامه قراردادهای دولتی^۱

در این برنامه که خود شامل برنامه‌های جزئی‌تر است تلاش می‌شود تا از طریق مراکز ایجاد شده توسط **SBA** نظیر نمایندگی‌های خرید و تدارکات دولتی، موقعیت کسب و کارهای کوچک در مناقصات و قراردادهای دولتی بهتر شود. بطور مثال **SBA** با مشارکت سایر ادارات فدرال تلاش می‌کند تا راهبردها، تجهیزات و خریدهای دولتی به خریدهای جزئی‌تری تقسیم و از کسب و کارهای کوچک تامین گردند. همچنین تلاش می‌گردد موقعیت کسب و کارهای کوچک به عنوان پیمانکار اصلی یا دست دوم در مناقصات بهبود یابد. همچنین در صورتی که کسب و کارهای کوچک در مناقصات اول شده و به دلیل تردید کارفرما در قابلیت و توانمندی، پیشنهاد وی رد گردد، **SBA** با صدور گواهی توانمندی موقعیت کسب و کار کوچک را برای ادامه کار و در مقابل کارفرما مستحکم می‌سازد. همچنین **SBA** تلاش می‌کند از طریق برنامه‌ای اختصاصی مشارکت زنان در قراردادهای دولتی را افزایش دهد و نیز وبگاه اطلاع‌رسانی بر روی اینترنت در خصوص مناقصات و قراردادهای دولتی از دیگر فعالیت‌ها و برنامه‌های **SBA** در این زمینه است که با عنوان **Pro - Net** شناخته می‌شود.

SBA در مناطق کمتر توسعه یافته نیز تلاش می‌کند فرصت‌های بیشتری برای پیمانکاران محلی برای عقد قرارداد کارهای محلی با دولت فدرال فراهم آورد.

^۱ . *Federal Procurement*

۵- برنامه‌های تحقیق و توسعه

۵-۱- تحقیقات نوآوری در کسب و کارهای کوچک^۱

در این برنامه *SBA* با مشارکت ۱۰ سازمان فدرال دیگر و با بودجه‌ای برابر ۱۰۰ میلیون دلار بستر لازم برای ارایه ایده‌های نوآورانه از سوی کسب و کارهای کوچک در مناقصات مرحله ۱ و ۲ پروژه‌های تحقیق و توسعه دولتی را فراهم آورد.

۵-۲- انتقال فناوری به کسب و کارهای کوچک

در این برنامه که علاوه بر *SBA* سازمان‌های فدرال دیگر نظیر *NASA* و بنیاد ملی علوم و وزارت‌های دفاع، انرژی و بهداشت حضور دارند کسب و کارهای کوچکی که در پروژه‌های تحقیق و توسعه دولتی حضور دارند تشویق می‌شوند تا با یک سازمان تحقیقاتی غیرانتفاعی همکاری کنند.

۶- مشاوره و آموزش‌های کاربردی^۲

۶-۱- مراکز توسعه کسب و کارهای کوچک^۳

در این مراکز مشاوره و آموزش‌های کاربردی در زمینه‌های فنی و مدیریتی به کارآفرینان بالقوه و بالفعل ارایه می‌گردد. این برنامه که توسط *SBA* مدیریت می‌گردد، تلاش مشترکی است بین *SBA* و سایر مراکز آموزشی و دولت فدرال و دولت‌های ایالتی.

۶-۲- مراکز اطلاعاتی کسب و کارهای کوچک^۴

بعنوان جعبه ابزارهای فناورانه *SBA* شناخته می‌شوند و در آنها آخرین اطلاعات مربوط به فناوری در زمینه‌های سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، و ارتباطات به کسب و کارهای کوچک ارایه می‌گردد. مشاوره و آموزش‌های کاربردی این مراکز توسط هیئت خدماتی مدیران بازنشسته (*SCORE*) و سایر سازمان‌ها ارایه می‌گردد.

۶-۳- هیئت خدماتی مدیران بازنشسته^۱

^۱ . *Small Business Innovation Research (SBIR)*

^۲ . *Business Counseling & Training*

^۳ . *Small Business Development Centers*

^۴ . *Business Information Centers*

خدمات این هیئت رایگان بوده و هزینه‌های آن توسط *SBA* تامین می‌گردد، خدمات مشاوره‌ای و آموزش‌های کاربردی به کارآفرینان بالقوه و بالفعل ارائه می‌کند. بیش از ۱۲۰۰ مدیر داوطلب در ۷۰۰ مرکز اعضای این هیئت را تشکیل می‌دهند.

۷- خدمات اطلاعات کسب و کارها

۷-۱- اتاق مشاوره^۲

راهبرد رایانه ای پیام‌گیر تلفنی که در تمام ۲۴ ساعت و در تمام هفته در مورد سئوالات و مشکلات کارآفرینان جوابگوست.

۷-۲- انتشارات

بیش از ۳۰۰۰۰۰ نسخه انتشارات چاپی، فیلم‌های ویدیویی و برنامه‌های رایانه ای در سال *SBA* منتشر و به صورت رایگان و یا با هزینه اندک در دسترس جامعه قرار می‌گیرد.

۷-۳- اطلاع‌رسانی رایانه ای^۳

بانک اطلاعات رایانه ای *SBA* بر روی اینترنت است که در تمام طول شبانه روز در دسترس عموم افراد قرار دارد.

۸- حمایت‌های زمان بحران

در این بخش از فعالیت‌های *SBA* سه برنامه اعطای وام‌های اضطراری در زمان بروز بحران‌های طبیعی و اقتصادی به اجرا گذاشته شده‌اند. این وام‌ها به ترتیب به افراد آسیب‌دیده و کسب و کارهای کوچک در بحران‌های طبیعی و اقتصادی اعطا می‌گردد و بودجه آن توسط دولت فدرال تامین می‌گردد. حداکثر نرخ بهره این وام‌ها چهار درصد است و سقف آن برای وام‌های افراد ۴۰۰۰۰ دلار و برای کسب و کارها تا ۱/۵ میلیون دلار است.

همچنین *SBA* وام دیگری به مبلغ ۱/۵ میلیون دلار در اختیار کسب و کارهایی که در نواحی و مناطق آسیب‌دیده از ۲۵۰ نفر را در استخدام خود داشته باشند، اعطا می‌کند.

¹. Service Corup OF Retired Executives

². Answer Desk

³. SBA On-Line

۹- برنامه کمک به گروه‌های ویژه

این برنامه که خود مرکب از برنامه‌های متعددی است گروه‌های خاصی از افراد را مورد انواع حمایت‌های فنی، مشاوره‌ای، مالی، آموزشی قرار داده است. گروه‌هایی نظیر کارآفرینان زن، بازنشستگان، صادرکنندگان، کارآفرینان با قدرت اقتصاد اندک و کارآفرینان ساکن در مناطق کمتر توسعه یافته و محروم گروه‌های هدف این برنامه‌ها را تشکیل می‌دهند.

۹-۱- برنامه کمک به بازنشستگان

الف) برنامه آموزش بازنشستگان نیروهای مسلح

در این برنامه آموزش‌های کاربردی ۱۸ ماهه‌ای شامل کارگاه‌های آموزش حسابداری، بازاریابی، استفاده از رایانه، تهیه طرح توجیهی و اخذ وام از طریق پیمانکاران *SBA* ارائه می‌شود.

ب) برنامه حمایت و اطلاع‌رسانی به بازرخریدی‌ها

در این برنامه کمک و خلاصه اطلاع‌رسانی به بازرخریدی‌های ارتش در خصوص ایجاد و راه‌اندازی یک کسب و کار ارائه می‌شود. وزارت کار و امور دفاع به همراه دفاتر عملیاتی *SBA* در این برنامه حضور دارند.

ج) کنفرانس‌های توسعه و خرید از کسب و کارهای متعلق به بازنشستگان

در این کنفرانس‌ها اطلاعات مربوط به بازاریابی در کسب و کارهای متعلق به بازنشستگان منتقل می‌گردد و امکان ایجاد روابط بین این کسب و کارها با نمایندگان خرید دولت فراهم می‌گردد.

د) کنفرانس‌های انتقال فناوری

کسب و کارهایی که به خاطر توقف یا کاهش خریدهای دفاعی با مشکل روبرو شده باشند در این کنفرانس‌ها امکان خرید یا فروش فناوری جایگزین را پیدا می‌کنند.

۹-۲- برنامه حمایت از صادرکنندگان

الف) مراکز خدمات صادرات

در این مراکز خدمات صادرات، امکانات و منابع *SBA* و وزارت بازرگانی و بانک صادرات - واردات و در مناطقی آژانس بین‌المللی یکجا فراهم شده و خدمات صادرات برای کسب و کارهای کوچک بهبود می‌یابد. تعداد ۱۹ مرکز خدمات صادرات در ایالات متحده تاسیس شده است.

ب) شبکه خدمات حقوقی صادرات^۱

مشاوره رایگان حقوقی به علاقمندان و کسب و کارهای فعال در صادرات که توسط مشاورین ارایه می‌گردد. هزینه‌های این برنامه مشترکاً توسط *SBA* و وزارت بازرگانی تامین می‌گردد.

ت) مشارکت راهبردی

در این برنامه همکاری و مشارکت کسب و کارهای کوچک برای حضور در بازارهای جهانی مورد حمایت قرار می‌گیرد و در آن *SBA* از طریق عقد موافقت‌نامه‌هایی با سازمان‌های مشابه در سایر کشورها بستر لازم برای همکاری کسب و کارهای کوچک در عرصه بین‌المللی را فراهم می‌آورد.

۹-۳- حمایت از بومیان**الف) حمایت از بومیان**

برنامه حمایت از بومیان برای دستیابی به منابع لازم، آموزش‌های کاربردی و سایر خدمات بوده و در آن علاوه بر *SBA* افراد و سازمان‌های متعلق به بومیان، سازمان‌های غیر انتفاعی و آژانس‌های فدرال، ایالتی و محلی مشارکت دارند.

ب) مراکز اطلاع‌رسانی به بومیان

اجرای کارگاه‌های مدیریت کسب و کار، ارایه مشاوره فردی و ایجاد دسترسی به فناوری رایانه‌ای برای بومیان در این مراکز در حال حاضر ۱۷ مرکز در ایالت‌های مونتانا، داکوتای شمالی و جنوبی، کالیفرنیا، مینسوتا و کارولینای شمالی هستند، اجرا برنامه مذکور را تشکیل می‌دهند.

۹-۴- حمایت از کارآفرینان با قدرت اقتصادی کم

نظیر برنامه‌های قبلی برای این قشر نیز برنامه‌های مناسبی نظیر صدور گواهی تضمین توانایی حمایت‌های توسعه‌ای از طریق دسترسی به قراردادهای دولتی و کمک‌های فنی و مدیریتی، به اجرا گذاشته شده است.

۹-۵- حمایت از زنان کارآفرینان

^۱. *Export Legal Assistance Network*

این حمایت‌ها از طریق مراکز کسب و کار زنان^۱ ارایه می‌گردد و شامل آموزش‌های بلندمدت و مشاوره در تمام زمینه‌های کاری است. این خدمات و حمایت‌ها از طریق وبگاه اختصاصی زنان کارآفرین بر روی اینترنت نیز ارایه می‌گردد. همچنین از طریق شبکه آموزش‌های کاربردی کارآفرینی زنان،^۲ زنان کارآفرینی که کسب و کاری ایجاد کرده و صاحب تجربه هستند کارآفرینان تازه کار را مورد حمایت و آموزش قرار می‌دهند.

۹-۶- حمایت از کارآفرینان ساکن در مناطق کم توسعه

الف) مراکز جامع خدمات^۳

اگر چه در عنوان این مراکز تامین سرمایه وجود دارد ولی علاوه بر تامین سرمایه طیف وسیعی از خدمات مشابه مراکز توسعه کسب و کار را نیز در مناطق محروم به کارآفرینان بالقوه و بالفعل ارایه می‌کنند.

ب) برنامه استخدام بیکاران مستمری‌بگیر

در این برنامه ارتباط بین بیکاران و کسب و کارهای کوچک ایجاد می‌گردد. همچنین به کارآفرینان بیکار با ارایه آموزش و مشاوره این امکان فراهم می‌گردد تا خود اقدام به تاسیس یک کسب و کار کنند.

تجارت ایالات متحده آمریکا در توسعه کارآفرینی

تعداد واقعی کسب و کارها در آمریکا برای *SBA* نیز نامشخص است. با وجود این گمان می‌رود که بین ۱۳ تا ۱۶ میلیون کسب و کار در آمریکا وجود داشته باشد. در بین کسب و کارهای ایالات متحده آمریکا، کسب و کارهای کوچک حدود ۹۹ درصد از کل شرکت‌ها را تشکیل داده و ۵۲ درصد از کارکنان شاغل در بخش خصوصی را در استخدام خود دارند. این کسب و کارها کل اشتغال جدید در اقتصاد این کشور را باعث شده و ۹۶ درصد از کل صادرات متعلق به این کسب و کارهاست و در حدود ۳۵ درصد از قراردادهای دولتی فدرال توسط کسب و کارهای مذکور اجرا می‌گردند. ارقام مذکور حاکی از اهمیت قابل توجه کسب و کارهای کوچک و متوسط در اقتصاد این کشور است که بعنوان مبنای مقایسه درجه رقابتی بودن اقتصاد سایر کشورهای دارای اقتصاد باز محسوب می‌گردد.

^۱. *Women Business Centers*

^۲. *Women Network For Enterprise Training*

^۳. *One – Stop Capital Shop*

تجربه سال‌ها قانون‌گذاری، ایجاد سازمان‌های پشتیبانی در سطوح فدرال و ایالتی و اتخاذ راهبرد توسعه مبنی بر حمایت در بخش خصوصی و بازار آزاد در این کشور، بستر و جایگاهی را ایجاد کرده است که عموماً بعنوان الگویی در سایر کشورها نیز مورد توجه است.

به دلیل قدمت سیاستگذاری جهت توسعه کارآفرینی در این کشور، استانداردهای متعددی برای تعیین حدود و مشخصات شرکت‌های کوچک و متوسط از یکدیگر و از شرکت‌های بزرگ تدوین شده است. مطالعه این استانداردها نشان می‌دهد که:

- این استانداردها و تعاریف در طول زمان ثابت نبوده و مرتباً مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفته است.
 - این استانداردها در حوزه‌های مختلف تعاریف یکسانی ندارد و بسته به زمینه کاری این کسب و کارها، تعریف استاندارد آنها نیز متغیر است.
- بنابراین نکته‌ای که می‌توان ذکر نمود توجه به زمینه و ایجاد امکان بازنگری در تعاریف و استانداردهای تعیین شده برای تفکیک کسب و کارهای کوچک و متوسط از دیگر کسب و کارها می‌باشد.

دومین تجربه قابل ذکر این کشور تقسیم‌بندی کسب و کارهای کوچک بر حسب اوضاع و ویژگی‌های مالکان و کارآفرینان است. بدین معنی که توجه سیاستگذاری توسعه کارآفرینی در این کشور بر ارابه انواع حمایت‌ها به کارآفرینانی است که به دلایل تاریخی یا جنسی و نژادی یا جغرافیایی نسبت به سایر کارآفرینان از موقعیت مشابهی برخوردار نمی‌باشند. طراحی برنامه‌های حمایتی اختصاصی برای این گروه‌ها هدف تجربه‌ای که توسط سایر کشورها نیز مورد توجه و تاکید قرار گرفته است.

در یک جمع‌بندی از تجارب این کشور در زمینه توسعه کارآفرینی می‌توان اظهار داشت که اصولاً سیاست‌های توسعه کارآفرینی در ایالات متحده برای بسترسازی و متناسب کردن محیط اقتصادی برای فعالیت کارآفرینان و رفع موانع فعالیتی آنها طراحی و به اجرا گذاشته می‌شود. این بسترسازی به گونه‌ای است که بخش خصوصی بتدریج قادر به سازماندهی داخلی خود برای بسط روحیه کارآفرینی گردد.

انواع مشخصی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در این کشور به اجرا گذاشته می‌شوند که اصولاً با توجه به گروه هدف برنامه و راهبرد کلی توسعه اقتصادی کشور با انعطاف در تعریف برنامه‌های اجرایی همراهند. این بدان معنی است که بطور مثال سیاست‌های حمایت و پشتیبانی مالی در قالب

برنامه‌هایی اجرا می‌گردد که تفاوت برنامه‌ها ریشه در راهبرد کلی توسعه و نقش هر یک از گروه‌های هدف در این راهبرد دارد.

بطور کلی سیاست‌های این کشور در زمینه توسعه کارآفرینی را می‌توان در محورهای زیر تفکیک نمود:

سیاست‌های حمایت و پشتیبانی مالی

این سیاست‌ها از طریق برنامه‌های متعددی همچون وام مستقیم: تضمین، ایجاد موسسات سرمایه‌گذاری خطرپذیر و ایجاد مشوقهای خاصی برای مشارکت هرچه بیشتر بازارهای پولی و مالی بخش خصوصی به اجرا گذاشته می‌شوند.

سیاست‌های حمایت و پشتیبانی اطلاعات

در این سیاست‌ها اطلاعات فنی، مالی، مدیریت و علمی به کارآفرینان یا گروه‌های خاصی از آنها نظیر صادرکنندگان، گروه‌های اقلیت، زنان و کارآفرینان بالقوه ارایه و تامین می‌گردند.

سیاست‌های آموزشی

اگر چه آموزش کارآفرینان در این کشور بیشتر به بخش خصوصی اختصاص دارد، اما دولت ایالات متحده با ایجاد مشوق‌های متعدد و ارایه یارانه به بخش آموزش مشارکت آنها در این فرآیند را تسهیل کرده و بر کیفیت آموزش‌ها موثر است.

شبکه سازی

ایجاد ارتباط بین کارآفرینان با یکدیگر و با تمام گروه‌های، نهادی، سازمان‌ها و موسسات غیرانتفاعی و غیرانتفاعی داخل و خارج از ایالات متحده آمریکا به گردش اطلاعات در بین کارآفرینان و نیز افزایش توان رقابتی آنها موثر است. سیاست‌های ایالات متحده آمریکا در این زمینه در قالب برنامه‌های منسجمی دنبال می‌گردند.

تحول اداری

سیاست‌های مربوط به تحول اداری در دولت و کارآفرینی دولتی جزء ضروریات یک راهبردی منسجم توسعه کارآفرینی در ایالات متحده آمریکا نضج گرفته و توسط بسیاری از کشورها مورد اقتباس واقع شده است.

ایالات متحده آمریکا علیرغم بسیاری از انتقادات که بر نقش و کارکرد آن در سیاست و اقتصاد جهانی صورت می‌گیرد، از نظر توسعه کارآفرینی یک نمونه کاملاً موفق محسوب می‌گردد. این کشور با تعقیب مداوم یک راهبردی توسعه کارآفرینی قادر به حفظ موقعیت ممتاز خود در بین سایر کشورها و برای دهه‌های متمادی بوده است و سیاست‌های مرتبط با آن، نرخ بیکاری جمعیت فعال در این کشور را به حدی پایین‌تر از نرخ آن در کشورهای هم‌ردیف نظیر آلمان، فرانسه و انگلستان کاهش داده است. در طی سال‌های ۱۹۹۶-۱۹۹۲ میلادی این کشور در حدود ۱۱/۲ میلیون شغل جدید (خالص) ایجاد کرده است که ۵/۸ میلیون شغل تنها در کسب و کارهای با ۱ الی ۴ نفر کارمند بوده است. این رقم هنگامی تامل برانگیز است که به نقش کاملاً مسلط کسب و کارهای کوچک این کشور در صادرات به سایر کشورها توجه گردد. در واقع سیاست‌ها و برنامه‌های موفق این کشور نشان می‌دهد که کسب و کارهای کوچک نیز در صورت حمایت‌های کافی و مناسب از توان رقابتی در بازارهای جهانی و در مقابل شرکت‌های چند ملیتی بزرگ برخوردارند.

دوره ۱۹۹۷-۱۹۹۰ میلادی دوره عدم ثبات و تغییرات چشمگیر در عرصه تجارت بین‌الملل و متعاقب آن تغییرات عمیق در اقتصاد ملی کشورهای هم‌چون ایالات متحده آمریکا که از درجه باز بودن اقتصادی بیشتری برخوردارند، محسوب می‌گردد.

علیرغم این سیاست‌های توسعه کارآفرینی و حمایت از کسب و کارهای کوچک این کشور به گونه‌ای بوده است که تاسیس و بقای شرکت‌ها و کسب و کارها در این کشور بر توقف و خروج آنها مداوماً پیشی گرفته است. این موضوع با مراجعه به جدول شماره ۲ کاملاً آشکار می‌گردد. جدول نشان می‌دهد که:

در نتیجه سیاست‌های حمایتی و پشتیبانی و علیرغم افزایش مخاطرات تاسیس کسب و کارهای جدید، در عمل تاسیس و راه‌اندازی این کسب و کارها با رشد مواجه بوده است.

توقف شرکت‌ها نیز در نتیجه این سیاست‌های حمایتی و پشتیبانی تغییر حالت محسوسی یافته و از ورشکستگی به زیان منتقل شده است.

مراجعه به جدول نشان می‌دهد که یک کاهش ۳۸/۵ درصد بین شرکت‌های بدون نیروی انسانی و از نظر توقف کار وجود داشته است که اگر چه نسبت به شرکت‌های دارای نیروی انسانی هنوز هم نرخ بقای شرکت‌های دسته قبل کمتر است، اما حاکی از موفقیت سیاست‌ها در کاهش این فاصله می‌باشد.

جدول شماره (۲) - تاسیس و خروج کسب و کارهای جدید در ایالات متحده
 طی سال‌های ۹۷-۹۰ میلادی

۱۹۹۷	۱۹۹۰	
۸۸۵۴۱۶	۷۶۹۱۲۴	تاسیس کسب و کارهای جدید کارفرمایی
۷۹۸۹۱۷	۶۴۷۶۷۵	تاسیس شرکت‌های جدید
(۸۵۷۰۷۳)	(۸۳۷۵۱۱)	توقف ناشی از تمایل کارآفرینان
(۵۳۸۲۶)	(۶۳۹۱۲)	توقف ناشی از ورشکستگی
(۸۳۳۸۴)	(۶۰۴۴۳۲)	توقف ناشی از زیان
۶۹۰۰۵۰	۴۵۴۹۴۴	تفاوت

ماخذ: دپارتمان *SBA*، اداره *Advocacy*

علاوه بر نرخ تاسیس و راه‌اندازی کسب و کارهای جدید که از معیارهای اندازه‌گیر درجه توسعه کارآفرینی در یک اقتصاد محسوب می‌گردند، دوام و بقای این کسب و کارها نیز معیار دیگری است که می‌تواند برای اندازه‌گیری درجه موفقیت سیاستگذاری مورد استفاده قرار گیرد. این معیار در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول شماره (۳) - نرخ بقای شرکت‌ها در فاصله سال‌های ۹۶-۹۲ میلادی

نرخ بقا تا سال					درصد شرکت‌هایی که هر سال تعطیل شده‌اند
۱۹۹۶	۱۹۹۵	۱۹۹۴	۱۹۹۳	۱۹۹۲	
۷۵/۵	۴/۷	۵/۸	۶/۷	۷/۳	تمام شرکت‌ها
۷۲/۴	۵/۰۱	۶/۵	۷/۷	۸/۳	شرکت‌های بدون نیروی انسانی
۹۰/۵	۲/۷	۱/۵	۲/۳	۳	شرکت‌های دارای نیروی انسانی

ماخذ: دپارتمان *SBA*، اداره *Advocacy*

□ بریتانیا

بریتانیا از لحاظ بررسی سیاست‌ها و تجارب در زمینه توسعه کارآفرینی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. ضمن اینکه از دهه ۱۹۷۰ میلادی در زمینه سیاستگذاری حمایت از کارآفرینی فعال بوده‌است و در حال حاضر پس از ایالات متحده آمریکا رتبه دوم را از نظر تأسیس و راه اندازی کسب و کارهای جدید در بین کشورهای توسعه یافته دارا می‌باشد.

۱- سیاست‌های توسعه کارآفرینی در بریتانیا

توجه به نقش و جایگاه کارآفرینان در اقتصاد بریتانیا از دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی وجود داشته است سیاست‌گذاری حمایتی از کارآفرینی در بریتانیا در دهه‌های مذکور عموماً در جهت حمایت اطلاعاتی از طریق خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و اطلاع‌رسانی بوده است و در طول زمان با تکامل تدریجی خود به راهبرد اصلی توسعه اقتصادی در این کشور تبدیل شده است. پیگیری روند تکاملی این سیاست‌ها در گزارشات رسمی دولت بریتانیا در طی سال‌های اخیر امکان‌پذیر است. جدول شماره ۴ حاوی فهرستی از گزارشات تأثیرگذار دولت بریتانیا در زمینه حذف موانع فرآوری کسب و کارها طی سال‌های گذشته است.

جدول شماره ۴: گزارشات رسمی دولت بریتانیا در زمینه توسعه کارآفرینی

سال	عنوان
۱۹۸۴	تدارکات دولتی: بازبینی قراردادها و رویه‌های خرید دولتی
۱۹۸۵	کتاب سفید: حذف موانع (تشریح نیاز به مقررات زدایی)
۱۹۸۶	کتاب سفید: ایجاد کسب و کارها... حذف موانع
۱۹۸۸	کتاب سفید: آزادسازی کسب و کارها
۱۹۹۱	کتاب سفید: رقابت در کیفیت
۱۹۹۱	کتابچه: حذف موانع فرآوری کسب و کارها
۱۹۹۴	کتاب سفید: رقابت‌پذیری
۱۹۹۵	موانع بوروکراسی
۱۹۹۶	بررسی سیاست رقابت در کیفیت

کتاب سفید: فردای رقابتی، ایجاد اقتصاد مبتنی بر علم	۱۹۹۸
----------------------------------------------------	------

در طول دهه گذشته بستر فکری لازم برای تدوین و اجرای یک راهبرد توسعه کارآفرینی در بریتانیا براساس دستاوردهای دهه‌های قبل فراهم شده و در حال حاضر دولت بریتانیا تعهد اصلی خود را توسعه کارآفرینی در این کشور می‌داند. این تعهد ناشی از تحلیلی است که بریتانیایی‌ها از تحولات محیطی در عرصه اقتصادی - تجاری دارند:

تحلیل بریتانیایی‌ها از تحولات محیط تجارت و اقتصاد جهانی تفاوت ماهوی با تحلیل سایر کشورهای پیشرفته از این تحولات ندارد. این موضوع طبیعی است، چرا که کشورهای پیشرفته صنعتی بیش از سایر کشورها در شکل‌گیری این تحولات نقش داشته‌اند و بیش از دیگران نیز تحت تأثیر فشارهای ناشی از این تحولات قرار گرفته‌اند. در تحلیل دولت بریتانیا فشارهای زیر برای دهه آینده پر قدرت و اثرگذار محسوب می‌گردند:

- سرمایه از تحرک زیادی برخوردار شده و براحتی از درون نظام‌های اقتصادی فرار می‌کند.
- مواد و نیروی انسانی ارزانتر از انگلیس در بسیاری از کشورهای در حال توسعه قابل تأمین است.

تحلیل دولت بریتانیا با توجه به این واقعیت، تأکید بر ضرورت حمایت و حفاظت از یگانه عامل تولیدی است که نقطه قوت بریتانیا محسوب می‌گردد و امکان تکثیر کردن آن برای سایر کشورها فراهم نیست. بریتانیا بعد از ایالت متحده آمریکا بیشترین جوایز جهانی در زمینه علم و فناوری را دریافت کرده و بر این مبنا اطلاعات و دانش به عنوان عامل اصلی و بلکه یگانه عامل توسعه در این کشور محسوب می‌گردد.

دولت بریتانیا در تلاش برای حفظ مزیت رقابتی این کشور به واسطه دانش انباشته در داخل و بیرون از بریتانیا ۳ سیاست اصلی را مورد توجه خود قرار داده است:

- ظرفیت (*Building UK Capabilities*)
 - همکاری (*Collaborate to Compete*)
 - ترویج رقابت (*Promoting Competition*)
- در درون هر یک از این سیاستهای اصلی مجموعه ای از سیاستها و برنامه‌های قابل ذکر است.

منظور از ظرفیت سازی در جهت تأمین مالی، تجهیز منابع مالی جامعه برای رفع نیازهای مالی و اعتباری سرمایه‌گذاری در فعالیت‌ها و کسب و کارهایی است که توسط کارآفرینان تعریف شده و معمولاً از درجه خطر پذیری بالاتری برخوردارند.

علم و فناوری و افزایش ظرفیت‌های علمی و فنی کسب و کارهای کوچک به‌طور اعم و کارآفرینانی که این کسب و کارها را ایجاد می‌کنند محور و مؤلفه دوم از سیاستهای کلان بریتانیا در زمینه توسعه کارآفرینی است. در این مؤلفه افزایش و بهبود توان و دانش علمی و فناوری این کسب و کارها و بهبود توان رقابتی آنها در بازارهای بین‌المللی است.

علاوه بر تأمین مالی و افزایش توان علمی و فنی، بهبود و افزایش دانش و مهارت‌های مدیریتی کارآفرینان مؤلفه دیگری است که در سیاست کلان توسعه کارآفرینی بریتانیا مشاهده می‌شود.

مؤلفه دیگر اصلاحات ساختاری و ایجاد بسترهای قانونی و حقوقی مناسب برای فعالیت‌های سالم اقتصادی توسط کارآفرینان است. اصولاً نیاز به اصلاحات ساختاری و ایجاد بسترهای قانونی و اداری و تغییر در قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های اقتصادی ناشی از حذف رانتهای اقتصادی و ایجاد فضای است که شایستگان اقتصادی در چارچوبی سالم و اخلاقی به رقابت با یکدیگر بپردازند. این نکته حائز اهمیت و قابل تأکید است که کارآفرینی با رانت خودی اقتصادی شدیداً در تعارض قرار داشته و بهره‌گیری تمام عیار از توان و توان کارآفرینان در جهت توسعه اقتصادی هنگامی میسر است که با حذف رانتهای اقتصادی، فضا برای سبقت و پیشی گرفتن افراد در خصوص خلاقیت‌ها، نوآوری‌ها، پشتکار و خطرپذیری فراهم گردد.

آنچه در مجموعه سیاست‌های کلان توسعه کارآفرینی در بریتانیا و همچنین بسیاری دیگر از کشورها قابل تأمل است تأکید و توجه ویژه‌ای است که به جوانان ابراز می‌شود. جوانان (نیروی کار آتی این جوامع) تحت مراقبت و توجه ویژه‌ای قرار می‌گیرند تا ظرفیت بهره‌برداری حداکثر از فرصت‌های فراهم آمده در زمینه‌های مالی، فنی، مدیریتی و حقوقی - قانونی را پیدا کنند و با توجه به این که بسیاری از سیاست‌ها در دوره‌های طولانی مدتی جواب مناسب خواهند داشت ضروری است برای تربیت انسانی در مقاطع ۱۰ ساله و بیشتر از ابتدای برنامه‌های توسعه کارآفرینی توجه ویژه‌ای به جوانان مبذول گردد تا بذر مناسب در بستر مناسب قرار گیرد. بنابراین در بریتانیا این توجه به جوانان جزو مؤلفه‌های اساسی سیاست توسعه کارآفرینی است.

در ظرفیت‌سازی برخی سیاست‌ها ادامه سیاست‌های تجربه شده در سال‌های قبل و برخی دیگر حاصل آگاهی از نیاز به سیاست‌های جدید برای افزایش توانمندی‌ها و ظرفیت‌های فنی، مالی، مدیریتی در اقتصاد بریتانیا به‌طور اعم و کسب و کارهای کوچک بخش خصوصی به‌طور اخص می‌باشند. در بریتانیا ظرفیت‌سازی در محورهای زیر دنبال شده و می‌شود:

الف) تأمین مالی

(ب) علم و فن آوری

(ج) مدیریت

(د) بستر قانونی و حقوقی انجام فعالیتهای اقتصادی

(ه) جوانان به عنوان راهبران آتی جامعه

برنامه‌های مختلفی جهت ظرفیت‌سازی در هر یک از محورهای مذکور در حال اجرا بوده و یا برای دهه آتی طراحی شده است. این برنامه‌ها در ادامه گزارش مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۳- همکاری

در تحلیل دولت بریتانیا استفاده تمام عیار از فرصت‌ها، بهره‌برداری از ظرفیت‌های علمی، فنی، مالی و مدیریتی افراد و شرکت‌ها و حضور موفق تر در عرصه رقابت مستلزم همکاری در سطوح مختلف زیر است:

● همکاری بین دولت مرکزی بریتانیا با دولت‌های محلی و شوراهای ایالتی، شهری و بخش‌ها و روستاها

● همکاری بین دولت و بخش خصوصی

● همکاری بین مراکز مختلف با ماهیت فعالیتی متفاوت نظیر دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و

کسب و کارها

● همکاری بین کسب و کارهای مختلف با زمینه‌های فعالیتی متفاوت

● همکاری با خارج کشور

با این تحلیل دولت بریتانیا از تفکر غالب دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی مبنی بر برنامه‌ریزی و برنامه‌نویس بودن فاصله گرفته و در حال حاضر در پی برآوردن الزامات کارکرد آزاد بازار است که در توان سایر بازیگران این عرصه نمی‌باشد.

در زمینه بهبود همکاری میان اجزا و عناصر مختلف در نظام اقتصادی دولت بریتانیا سیاست‌ها و برنامه‌های متعددی را به اجرا گذاشته یا طراحی کرده است که در ادامه مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۴- تشدید رقابت

بریتانیا یکی از کشورهایی محسوب می‌گردد که اقتصاد آن بازتر از کشورهای هم‌ردیف است. با این حال باز نمودن هرچه بیشتر اقتصاد، ایجاد شفافیت در آن و رقابتی‌تر کردن فضای اقتصادی هنوز هم به عنوان یک سیاست اصلی توسعه در این کشور مورد توجه است.

۵- ساز و کار اجرای برنامه‌ها و سیاست‌ها

بی‌تردید اتخاذ رویکردی نو به نظام اقتصادی و قبول سیاست‌های جدید نیاز به تحولی ساختاری در نظام دولتی - اداری بریتانیا برای تضمین درجه موفقیت اجرای برنامه‌ها دارد. با این تحلیل دولت بریتانیا نوآوری و کارآفرینی در درون دولت را نیز وجهه همت خود قرار داده است. این وجهه از راهبرد توسعه بریتانیا در قالب برنامه‌های اصلاحات ساختاری و تحولات اداری دنبال می‌گردد که در ادامه به برنامه‌های مذکور اشاره خواهد شد.

در هر صورت توجه به این نکته ضروری است که ساز و کار اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی در بریتانیا ثابت نبوده و به موازات تحول در محتوای سیاست‌ها و برنامه‌ها در تشکیلات و ساز و کارهای اجرای برنامه‌ها نیز می‌توان تحولاتی را پیگیری نمود.

۶- برنامه‌های توسعه کار آفرینی در بریتانیا

بررسی برنامه‌های توسعه کارآفرینی در بریتانیا که توسط وزارت صنایع و بازرگانی به اجرا گذاشته شده‌اند از ۳ زاویه قابل انجام است:

الف) برنامه‌هایی که بر اساس فرایند تأسیس و بالندگی کسب و کارها هر یک از مراحل آن را هدف قرار داده‌اند.

ب) برنامه‌هایی که اختصاصاً برای برخی جنبه‌های حائز اهمیت در فرایند کارآفرینی نظیر نوآوری طراحی و به اجرا گذاشته شده‌اند و اصولاً تمام کسب و کارها بدون توجه به اندازه آن را مورد توجه قرار داده‌اند.

ت) برنامه‌هایی که اختصاصاً برای بخش‌های معینی از صنایع طراحی شده‌اند. نظیر برنامه‌های اختصاصی صنایع با فناوری بالا (*Tech - Hi*)

۶-۱ - برنامه‌های کسب و کارهای تازه تأسیس و کوچک

اگرچه بسیاری از برنامه‌ها متناسب با کسب و کارها با هر اندازه‌ای طراحی و اجرا می‌شوند، اما برخی برنامه‌ها اختصاصاً برای مرحله تأسیس و راه اندازی طراحی شده‌اند.

مراکز کسب و کار

برنامه مراکز کسب و کار نوعاً در خدمت کسب و کارهای جدید و تازه تأسیس می‌باشند. فلسفه راه‌اندازی این مراکز که در سال ۱۹۹۹ میلادی قریب به ۲۴۰ مرکز فعال در بریتانیا تأسیس شده‌اند، تأمین خدمات زیر برای صاحبان و مدیران کسب و کارهای کوچک و کارآفرینانی است که اقدام به تأسیس و راه‌اندازی یک کسب و کار نموده باشند:

- اطلاع رسانی و مشاوره بر اساس نیازهای مدیران
- مطالعه و بررسی جهت تعیین مشکلات و مسائل
- آموزش مدیران و کارکنان واحدها
- سایر خدمات مشاوره‌ای از قبیل:

- فروش و بازاریابی

- تهیه و تدوین طرح‌های توجیهی و راهبرد رقابت

- بهبود کیفیت

● مدیریت مالی

● قوانین و مقررات

● تأسیس و راه‌اندازی واحدهای جدید

● صدور کالا و خدمات

● کاربرد فناوری اطلاعات و رایانه

● طراحی محصولات و خدمات جدید

اطلاعات موجود نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد از خدمات نقاط تجاری از طریق پیمانکارانی تأمین می‌گردد که شامل مشاوران خصوصی، اساتید آموزش‌های بازرگانی، مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها و سایر نهادهای محلی می‌باشند. معمولاً هر نقطه تجاری فهرستی از ۱۰ الی ۳۰ پیمانکار را دارد که پس از مراجعه متقاضیان و انجام بررسی‌های اولیه در خصوص مشکلات و مسائل متقاضیان توسط مشاوران بازرگانی نقطه تجاری ۳ پیمانکار به متقاضی معرفی می‌شوند و وی از میان آنها اقدام به گزینش یک نفر می‌کند.

در فاصله سال‌های ۹۵ - ۱۹۸۸ میلادی نقاط تجاری بیش از ۶۷۰۰۰ پروژه مشاوره‌ای عموماً برای صنایع کوچک و متوسط اما در حال رشد ارائه کرده بودند. این پروژه‌ها در ۶ محور اصلی زیر بوده‌اند:

- کیفیت
- طراحی
- بازاریابی
- راهبردهای تولید و خدمات
- راهبردهای مدیریت مالی - اداری
- برنامه‌ریزی

در سال‌های اول حدود ۵۰ درصد از هزینه‌های انجام کار توسط وزارت صنایع و بازرگانی و مابقی توسط متقاضیان پرداخت شده و در طی سال‌های بعدی سهم وزارت صنایع و بازرگانی مالی این مراکز از طریق ارائه خدمات، با کیفیت مطلوب برای متقاضیان بوده است. اگرچه مشاوران نقاط تجاری عموماً از کیفیت خدمات‌دهی بالایی برخوردار بوده و دارای تجارب عملی در زمینه صنایع کوچک و متوسط بوده‌اند، اما در حال حاضر سیاست دولت متوجه استانداردسازی قابلیت‌ها و توانائی‌های شغلی افراد شاغل در نقاط تجاری است تا در تمام کشور خدمات یکسانی از نظر کیفیت ارائه دهند. متوسط ترکیب کارکنان هر مرکز تجاری به قرار زیر است:

- حدود ۸ نفر مشاور بازرگانی
- یک یا دو نفر مشاور اطلاعات
- یک نفر مشاور فنی
- یک نفر مشاور طراحی
- یک نفر مشاور صادراتی
- مدیر ارشد مرکز به همراه کادر پشتیبانی

علاوه بر راه‌اندازی مراکز خدمات کسب و کار که نوعاً بدان اشاره شد نشریات متعددی در زمینه‌های مختلفی همچون تأسیس یک کسب و کار، استخدام نیروی کار، تأمین مالی توسط وزارت صنایع و بازرگانی تهیه و با توجه به شیوع استفاده از اینترنت در بریتانیا اسناد و نشریات مذکور بطور برخط در دسترس همگان قرار داده شده است.

لازم به ذکر است که علاوه بر برنامه‌های دولتی حمایتی از ایجاد کسب و کارهای جدید، بنیادهای خیریه‌ای نیز وجود دارند که از گروه‌های محروم‌تر جامعه جهت ایجاد کسب و کارهای جدید حمایت می‌کنند. به‌طور مثال می‌توان به بنیاد *Princes Trust* اشاره نمود که جوانان متعلق به مهاجرین

آسیایی در بریتانیا را تحت پوشش خود قرار داده و صفحه الکترونیکی آن بر روی اینترنت به زبان‌های بومی این مهاجرین قابل دسترسی است.

● برنامه حمایت از اشتغال

علاوه بر برنامه مذکور طرح دیگری در بریتانیا وجود دارد که *New Deal* نام داشته و فلسفه آن حمایت از اشتغال است. در این طرح وزارت صنایع و بازرگانی از واحدهایی که بیکاران و جوانان را به کار می‌گیرند حمایت مادی نموده و بخش قابل توجهی از هزینه‌ها را برعهده می‌گیرد. این طرح برای جوانان ۱۸ تا ۲۴ ساله، برای زنان بی‌سرپرست و معلولین جداگانه اجرا می‌شود و روال کلی آن بدین صورت است که متقاضی ابتدا با یک مشاور آشنا و تحت حمایت وی قرار می‌گیرد. متقاضی به مدت ۴ ماه تحت آموزش قرار داشته و سپس مخیر است که یا به استخدام کارفرماهای داوطلب درآید و یا کسب و کار تازه‌ای را شروع کند. همچنین برای او این امکان وجود دارد که به گروه‌های خیریه و داوطلب معرفی شود و در کنار آنها کار کند و تجربه بیاندوزد.

در صورتی که کارفرمایی داوطلب استخدام متقاضیان باشد در ازای کمکی که به کاهش سطح اشتغال می‌کند، یارانه‌ای به وی پرداخت می‌گردد تا امکان تعلیم و تجربه‌اندوزی برای متقاضیان کار را فراهم آورد.

● مرکز رشد کسب و کارها

مرکز رشد کسب و کارها معمولاً فضائی با بخش‌های کوچکتر است که این بخش‌های کوچکتر فضای لازم برای پرورش کسب و کاری جدید را فراهم می‌کنند.

هدف از تأسیس مرکز رشد‌های کسب و کار افزایش نرخ تأسیس کسب و کارهای جدید و کاهش نرخ مرگ‌ومیر کسب و کارها و تسهیل فرآیند رشد این کسب و کارهاست. در مورد مرکز رشد توجه به این نکته ضروری است که تنها کسب و کارها از آن استفاده نمی‌کنند، بلکه شرکت‌های بزرگ نیز می‌توانند محصولات جدید خود را در قالب کسب و کارهای جدید در درون مرکز رشد‌ها توسعه دهند. مرکز رشد‌های متعددی در بریتانیا برای کسب و کارهای جدید وجود دارند. این مرکز رشد‌ها در ارتباط نزدیکی با اتحادیه پارک‌های علمی بریتانیا، مراکز نوآوری کسب و کارهای بریتانیا شبکه کسب و کارهای اروپایی و نیز مراکز خدمات کسب و کار قرار دارند. خدماتی که مرکز رشد‌ها ارائه می‌دهند عبارتند از:

- کمک به تشکیل کسب و کارهای جدید و حمایت از حیات کسب و کارهای تازه تشکیل از طریق مشاوره یا همکاری و اجرای مشترک
 - تأمین اطلاعات بهترین شیوه‌های عمل در ارتباط با تأمین مالی، مدیریت و بازاریابی و انتقال فناوری
 - تشویق و حمایت از مشارکت دانشگاه‌ها، مدارس و مراکز آموزش کسب و کار شرکت‌های سرمایه‌گذار و شرکت‌های تجاری با کارآفرینان
 - معرفی شرکت‌های تازه تشکیل به جامعه از طریق شبکه اینترنتی مرکز رشد با دیگر مراکز
 - تعیین استانداردهای آموزش و مساعدت در کشف منابع جدید مالی
 - جستجوی فرصت‌های جدید کسب و کار و اشکال جدید کسب و کار
- هر مرکز رشد هیئت امنایی دارد که از اқشار مختلف اجتماعی نظیر کارآفرینان، صاحبان صنعت و تجارت و نیز مراکز دولتی و مالی - اعتباری تشکیل می‌گردد و هدف از آن ورود تجارب مختلف به فضای کاری مرکز رشد است.
- هر مرکز رشد مدیریتی دارد که ۵۰ درصد یا بیشتر از وقت وی اختصاص به کار با کارآفرینان ساکن در مرکز رشد دارد. وظایف وی عبارتند از ارائه مشاوره به کارآفرینان، راهنمایی آنها برای بهره‌برداری حداکثر از منابع محیطی، ارتباط دادن کسب و کارهای جدید در درون مرکز رشد با کسب و کارهای بیرون. علاوه بر مدیر مرکز رشد، حداقل یک نفر دیگر مدیر اداری در مرکز رشد‌های کسب و کار بریتانیا مشغول به کار می‌باشند.
- روال کاری مرکز رشد بدین صورت است که بر اساس معیارهایی نظیر توان اشتغال‌زایی، توان رشد سریع، میزان استفاده از فناوری‌های نوین، وجود یا عدم وجود یک طرح توجیهی، ساختار مناسب، نوآورانه بودن طرح و نیاز به شروع آن، مرکز رشد اقدام به پذیرش کارآفرینان می‌کند.
- بنابراین مرکز رشد‌ها علاوه بر فضای فیزیکی که برای شروع فعالیت کارآفرین تأمین می‌کنند در نقش مشاوره‌ای و ارتباط‌دهنده کارآفرین با شبکه روابط اجتماعی - اقتصادی بین کسب و کارها عمل می‌کنند.
- مسئله حائز اهمیت در تأسیس مرکز رشد‌ها توجه به این نکته است که اصولاً فعالیت این مراکز مبتنی بر پرداخت یارانه به کارآفرینان نمی‌باشد. بلکه گاهاً تجاری و مطابق عرف نسبت به اخذ هزینه‌ها از کارآفرینان اقدام می‌کنند. آنچه در این مراکز اصل شمرده می‌شود فضائی سرشار از موفقیت برای کارآفرینان است.

● برنامه حمایت اطلاعاتی از کسب و کارها

این برنامه تنها به کسب و کارهای کوچک اختصاص نداشته و بدون توجه به اندازه کسب و کارها خدمات خود را ارائه می‌دهد. خدمات این برنامه که از طریق ۱۰۰ مرکز به کسب و کارها ارائه می‌گردد، ارائه مشاوره در زمینه کاربرد بهینه فناوری‌ها به کارآفرینان و صاحبان کسب و کارها می‌باشند.

در این برنامه نشریات آموزشی متعددی با هدف کمک به کارآفرینان در انتخاب فناوری بهینه تکثیر و بصورت رایگان در اختیار آنها قرار می‌گیرد.

● برنامه SMART

این برنامه از آوریل ۱۹۹۷ میلادی به اجرا گذاشته شده است. در این برنامه کمک‌های بلاعوض در اختیار کسب و کارهای کوچک و متوسط قرار داده می‌شود تا مطالعات امکان‌سنجی استفاده از فناوری‌های نوآورانه را انجام دهند. این کمک‌ها شامل هزینه‌های لازم برای ساخت نمونه‌های اولیه نیز می‌باشد.

در این برنامه کسب و کارهایی می‌توانند متقاضی استفاده از تسهیلات باشند که کمتر از ۵۰ نفر کارمند داشته و گردش نقدینگی آنها در سال از ۷۰ میلیون واحد پول مشترک اروپایی تجاوز نکند. در این برنامه تا ۷۵ درصد هزینه‌های مربوط به امکان‌سنجی و حداکثر تا سقف ۴۵ هزار پوند بصورت بلاعوض پرداخت می‌گردد. این برنامه از طریق مراکز کسب و کار به اجرا گذاشته می‌شود.

● برنامه تشویقی صادرکنندگان کسب و کارهای کوچک

این برنامه از سال ۱۹۶۹ تاکنون و بصورت سالانه برگزار شده است تا بهترین شیوه عمل در صادرات توسط کسب و کارهای کوچک مورد تشویق و ترویج قرار گیرد. این جایزه برای کسب و کارهایی با کمتر از ۲۵۰ نفر کارمند طراحی و به اجرا گذاشته شده است. این کسب و کارها برای دریافت جایزه که از ۱۰۰۰ پوند تا ۵۰۰۰ پوند متغیر است باید نشان دهند که چگونه در طی یک سال موفق به افزایش صادرات خود شده‌اند. در کنار آن، جوایز کوچکتری در حدود ۲۰۰۰ دلار نیز به کسب و کارهایی پرداخت می‌گردد که اخیراً اقدام به صادرات نموده و در این کار موفق عمل کرده باشند.

۶ - ۲ - برنامه‌های معطوف به بهبود کسب و کارها

● برنامه الگو برداری

شاید بتوان گفت که هسته اصلی برنامه‌های بهبود کسب و کار در بریتانیا برنامه الگو برداری است که طی آن کسب و کارها امکان یادگیری از یکدیگر را پیدا می‌کنند. این برنامه در زمینه‌های مختلفی همچون بهترین شیوه‌های عمل در مدیریت، بازاریابی، مشارکت و کاربرد فناوری اجرا می‌گردد.

● برنامه حمایت از مناطق محروم

این برنامه جهت جذب سرمایه به منطق محروم‌تر طراحی و اجرا شده‌است. در این برنامه تا سقف ۱۰ درصد از هزینه‌های قابل قبول پروژه‌ها به سرمایه‌گذار داده می‌شود تا اقدام به سرمایه‌گذاری در منطقه مورد نظر و تحت حمایت نماید. هزینه‌های قابل قبول عبارتند از:

- هزینه ماشین‌آلات و تجهیزات
- هزینه‌های حق امتیاز و اختراع
- هزینه‌های مشاوره‌ای
- هزینه‌های زمین و آماده‌سازی آن و ساخت

● صندوق مشارکت

هدف از تأسیس این صندوق ترویج مشارکت در محیط‌های کاری است. این صندوق با سرمایه ۵ میلیون پوند در طی دوره‌ای ۴ ساله اجرا می‌شود و طی آن برای انجام پروژه‌های استقرار نظام مشارکت در کسب و کارها تا ۵۰ درصد از هزینه‌های قابل قبول پروژه‌های حداکثر تا سقف ۵۰ هزار پوند از طرف دولت پرداخت می‌گردد.

تقاضاهای رسیده به این برنامه با یکدیگر مقایسه و مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و ۵۰ درصد هزینه طرح‌های برگزیده از طرف دولت تأمین می‌گردد.

● برنامه تضمین وام‌ها و اعتبارات کسب و کارهای کوچک

در برنامه ضمانت وام کسب و کارهای کوچک که یک طرح توجیهی است وزارت صنایع و بازرگانی در نقش حامی کسب و کارهای کوچک و متوسط، بازپرداخت وام توسط این واحدها را ضمانت می‌کند. وام‌ها توسط نهادهای مالی و بانک‌های تجاری پرداخت می‌شوند و نقش دولت فقط

حمایتی است. تقاضا برای این وام‌ها که به استثنای موارد جزئی محدودیتی در نوع استفاده از آنها وجود ندارد، توسط متقاضیان در نقاط تجاری طرح و مورد بررسی قرار می‌گیرند. در این طرح شکایت‌های کوچکی که تا ۲ سال سابقه فعالیت داشته باشند مجاز به تقاضا برای ۲۵۰ هزار پوند وام می‌باشند که در صورت تأیید تقاضای آنها، وزارت صنایع و بازرگانی ۸۰ درصد از کل وام را تضمین می‌کند. در مورد سایر شرکت‌ها سقف تضمین ۷۰ درصد است.

متقاضیان این وام‌ها نیز در صورت دریافت وام و تضمین بازپرداخت آن توسط وزارت صنایع و بازرگانی سالانه ۱,۵ درصد از کل مبلغ وام را به وزارت مذکور پرداخت می‌کنند. این وام‌ها توسط ۱۹ نهاد مالی - اعتباری در سراسر بریتانیا اعطا شده و دوره بازپرداخت آنها بین ۲ تا ۱۰ سال است. در جدول شماره (۵) اطلاعات مربوط به پرداخت این وام‌ها طی سال‌های ۹۹ - ۹۶ میلادی ارائه شده است.

۳-۶ - برنامه‌های معطوف به رشد

این برنامه‌ها اصولاً همان برنامه‌های تعریف شده در بندهای قبلی است. توجه به این نکته ضروری است که یک ویژگی خمیره طرح‌های توسعه کارآفرینی از برنامه‌های حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط رشد جزئی در طرح‌های توسعه کارآفرینی است. بنابراین نوع برنامه‌های طراحی شده که قبلاً به آنها اشاره شد برای مرحله رشد شرکت‌ها نیز صادق می‌باشند.

جدول شماره ۵ - طرح تضمین وام‌ها

	۱۹۹۶-۷	۱۹۹۷-۸	۱۹۹۸-۹
میزان وام تضمین شده	۶۹۴۲	۵۰۸۱	۴۸۷۵
ارزش (میلیون پوند)	۲۵۶	۲۰۱	۱۹۷
متوسط میزان وام	۳۶۸۴۴	۳۹۵۵۹	۴۰۴۱۰
	۱۹۶۶	۲۲۱۵	۱۹۹۲
ارزش	۴۳/۴	۵۰/۱	۴۷/۱
متوسط کسری (پوند)	۲۲۰۹۰	۲۲۶۱۹	۲۶۶۳۸
دریافت‌ها (میلیون پوند)	۹/۷	۸/۷	۹
هزینه خالص (میلیون پوند)	۳۳/۷	۴۱/۳	۳۸/۱

۶-۴ - برنامه‌های معطوف به نوآوری و فناوری / رشته‌های معین صنعتی

علاوه بر راه‌اندازی مراکز کسب و کار و برنامه *SMART* که قبلاً مورد بررسی قرار گرفتند و کانالی برای افزایش نوآوری و بهبود توان فناوریانه کسب و کارها محسوب می‌گردند، برنامه‌هایی در بریتانیا طراحی و اجرا می‌گردند که یا معطوف به جنبه‌های شناخته شده و مهمی از کارآفرینی نظیر نوآوری و استفاده از فناوری‌های نوین می‌باشند. این برنامه‌ها عبارتند از:

- برنامه *Access to Knowledge*

در این برنامه هدف ایجاد ارتباط بین کسب و کارها و مراکز تحقیقاتی است. از جمله فعالیت‌های این طرح اشتغال به کار متخصصان به مدت ۲ سال در کسب و کارهای کوچک و رشد یابنده با هدف تحقیق و آموزش، انجام پروژه‌هایی توسط دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی برای کسب و کارها و به عنوان پروژه‌های پایان‌نامه تحصیلی و کارآموزی تابستانی دانشجویان دوره لیسانس در کسب و کارها می‌باشند.

- برنامه *Link*

مکانیسم اصلی دولت بریتانیا برای ایجاد همکاری بین صنعت و دانشگاه در انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه است و طی آن از طرح‌های مذکور حمایت مالی می‌گردد. دولت بریتانیا تا ۵۰ درصد هزینه‌های قابل قبول این طرح‌ها را می‌پردازد و تمام کسب و کارها بدون توجه به اندازه می‌توانند متقاضی استفاده از این تسهیلات باشند.

- برنامه *Foresight*

در این طرح مراکز خدمات کسب و کار فعال بوده و از سال ۱۹۹۴ تاکنون در حال اجرا بوده است. پانل‌ها هسته مرکزی برنامه محسوب می‌گردند. هر پانل ترکیبی است از صاحبان صنایع، اساتید دانشگاهی، نمایندگان دولت که در کنار خود گروه‌های کاری دارند، این پانل‌ها بر روی آینده تمرکز داشته و در صورت نیاز پروژه‌هایی را برای انجام در بیرون پانل تعریف می‌کنند. مدیریت کلی پانل‌ها توسط اداره علوم و فناوری وزارت صنایع و بازرگانی انجام می‌گردد و از طریق نتایج کار این پانل‌ها و گروه‌های کاری وابسته به آنها تلاش می‌گردد آینده و دورنمای کلی حرکت بخش‌های مختلف کسب و کارها ترسیم گردد.

□ بلوک شرق

آنچه تحت عنوان مجموعه کشورهای عضو بلوک شرق سابق شناخته می‌شوند بیش از ۲۰ کشور را در بر می‌گیرد که بین آنها می‌توان به آلبانی، ارمنستان، آذربایجان، بیلوروس، بلغارستان، گرجستان، قزاقستان، قرقیزستان، مولداوی، مغولستان، رومانی، فدراسیون روسیه، اسلواکی، اسلوانی، اوکراین، ازبکستان، مجارستان، جمهوری چک و لهستان اشاره نمود.

وجه ممیز کشورهای عضو بلوک شرق سابق محصور بودن آنها در نظام اقتصادی بسته و برنامه‌ریزی متمرکز به مدت بیش از ۶ دهه است که بنا به ماهیت ایدئولوژیکی این نظام مالکیت خصوصی بر عوامل تولید و طریق اولی کارآفرینی مذموم شناخته می‌شد. بنابراین کشورهای گروه مورد بررسی از پیشینه تاریخی قابل توجهی در توسعه کارآفرینی برخوردار نمی‌باشند و حداکثر در اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی توسعه کارآفرینی در این کشورها مورد توجه قرار گرفته‌است.

کشورهای مورد مطالعه را به ۲ دسته می‌توان تقسیم بندی نمود:

الف) گروه کشورهایی که در طی سال‌های گذشته امکان عضویت در سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (*OECD*) را کسب نموده‌اند. در این گروه کشورهای جمهوری چک، مجارستان و لهستان قرار دارند.

ب) کشورهایی که هنوز به عضویت سازمان مذکور پذیرفته نشده‌اند. از جمله این کشورها می‌توان به جمهوری آذربایجان، اوکراین و قرقیزستان اشاره نمود.

پس از سقوط دیوار برلین در ۱۹۸۹ و تجزیه اتحاد جماهیر شوروی در ۱۹۹۱ کشورهای بلوک شرق که به اقتصادهای در حال گذر^۱ نیز مشهور شده‌اند از همکاری سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (*OECD*) و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (*UNIDO*) در جهت تغییر نظام اقتصادی بطور اعم و توسعه کارآفرینی به‌طور اخص بهره‌مند شده‌اند. بنابراین بررسی سیاست‌ها، برنامه‌ها و تجارب این کشورها در یک مقیاس مرحله‌ای و با توجه به دخالت سازمان‌های مذکور منطقی‌تر است. نتیجه مساعدت و همکاری سازمان‌های بین‌المللی در توسعه کارآفرینی در کشورهای تازه استقلال یافته و یا عضو بلوک شرق سابق تشکیل سازمانی به نام مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار^۲ است که نمایندگان دولتی و نیز سایر اعضاء از بخش غیردولتی و خصوصی کشورهای عضو

^۱- *Transition Economies*

^۲- *Ferum on Entrepreneurship and Enterprise Development (FEED)*

سازمان‌های مذکور و نیز کشورهای با اقتصاد در حال گذر در آن حضور دارند. مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار (*FEED*) یک گردهمایی سالانه و دو مجمع گروه‌های کاری در طی سال برگزار می‌کند و عموماً به عنوان سازمانی جهت تبادل تجارب و دستاوردهای کشورهای عضو محسوب می‌گردد.

● مسائل اساسی کشورهای بلوک شرق در دوران گذر اقتصادی

فرایند گذر اقتصادی کشورهای مورد مطالعه فرایندی پیچیده و چند بعدی ارزیابی شده است که در طی آن خصوصی‌سازی گسترده و تشکیل یک بخش خصوصی پویا دنبال شده است. در اغلب این کشورها این فرایند مستلزم تعریف مجدد روابط دولت و بخش خصوصی بوده و سیاست‌های اقتصادی بر مبنای مفاهیم گفت‌وگو این دو بخش تدوین شده است. چالش اساسی کشورهای مورد مطالعه در سال‌های اخیر اطمینان از برخورداری تمام افراد جامعه از دستاوردهای خصوصی‌سازی و اصلاحات اقتصادی بوده است. اگر چه در حال حاضر بسیاری از دارایی‌های دولتی در این کشورها خصوصی‌سازی شده‌اند اما بهره‌مندی یکسان افراد از نتایج مثبت آن مورد شک و تردید است. در عین حال وضعیت بخش خصوصی در حال تشکیل توسط کارآفرینان در مقابل شرکت‌های بزرگ خصوصی شده نیز مثبت ارزیابی نشده است که ناشی از مشکلات نظام مالیاتی، فقدان قوانین مناسب، محدودیت‌های شدید اداری، رشوه‌گیری راهبردی، بازارهای مالی غیر کارآمد و فقدان دانش فنی دانسته شده است. با توجه به اوضاع مشابه این کشورها از یکسو و تجارب کشورهای عضو سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه در زمینه توسعه کارآفرینی تشکیل مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار بستری برای انتقال تجارب و تبادل نتایج بین کشورهای عضو آن بوده است.

● ساختار مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار

مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار دارای ۲ کارگروه کاری^۱ است. کارگروه اول با عنوان چارچوب نهادی برای کارآفرینی سیاست و راهبردهای اصلاح فضای عمومی کسب و کار را در برمی‌گیرد. کارگروه دوم بر روی خدمات حمایتی و ابزارهای مالی برای کارآفرینان متمرکز است و هر کارگروه گردهمایی سالانه‌ای دارد. در این گردهمایی‌های سالانه براساس بحث و تبادل نظر اعضا مجموعه راهنمایی‌هایی برای سیاستگذاران^۲ تدوین و پس از بازبینی این مجموعه‌ها توسط کارگروه

^۱ - Working Parties

^۲ - Policy Guidelines

توسعه اقتصاد محلی و اشتغال (*LEED*) که از زیرمجموعه‌های سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه می‌باشد برای دولت‌های عضو ارسال می‌گردد. در سال بعد پیشرفت‌های حاصل از اجرای این توصیه‌ها مورد ارزیابی کارگروه‌ها قرار می‌گیرند. تقسیم‌بندی درونی کارگروه‌ها عبارتند از:

مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار کشورهای تازه استقلال یافته^۱

توسط دولت‌های کشورهای تازه استقلال یافته و حاشیه دریای سیاه تشکیل شده است تا سیاست‌های توسعه کارآفرینی در این کشورها را تدوین کند. این تشکیلات از سال ۱۹۹۸ عملیاتی شده است.

مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار بالتیک^۲

این تشکیلات کشورهای لتونی، استونی، لیتوانی و منطقه سن پترزبورگ از فدراسیون روسیه را در بر گرفته و گردهمایی آن کشورهای بالتیک تشکیل می‌گردد.

مجمع توسعه کارآفرینی و کسب و کار روسیه^۳

این تشکیلات مخصوص فدراسیون روسیه است. براساس اطلاعات موجود نظام مالیاتی پیچیده، ساز و کارهای نامناسب و غیر کارآمد تاخیر مالی، برنامه‌ریزی نامناسب کسب و کار، فقدان مهارت‌های مدیریتی نوین، فقدان نوآوری و دانش و آگاهی از کارآفرینی، بازارهای توسعه نیافته برای خدمات کسب و کار و شیوع رشوه و جنایت سازمان یافته از موانع عمده کارآفرینی در روسیه می‌باشند. در ادامه گزارش به سیاست‌ها، برنامه و تجارب برخی از کشورهای عضو بلوک شرق سابق در زمینه توسعه کارآفرینی اشاره می‌گردد. ذکر این نکته ضروری است که اصولاً توسعه کارآفرینی در این کشورها در ۶ محور متعامل زیر و در قالب سیاست‌های جداگانه‌ای پیگیری می‌گردد:

- اصلاحات نظام مالیاتی
- اصلاح قوانین و مقررات ناظر بر تأسیس و فعالیت شرکت‌ها
- اصلاحات اداری و تشکیلاتی
- ایجاد ساز و کارهای تأمین، اعتباری کسب و کارهای کوچک و متوسط
- خدمات و حمایت‌های علمی، فنی، مدیریتی
- ایجاد قطب‌ها و مراکز استقرار گروه شرکت‌های کارآفرین

متأسفانه تلاش این گروه برای دستیابی به گزارشات و مستندات مربوط به سیاست‌ها و تجارب هر یک از کشورهای مورد مطالعه در زمینه اصلاحات نظام مالیاتی، قوانین و مقررات، اصلاحات اداری

^۱ - TE FEED

^۲ - Baltic FEED

^۳ - Russian FEED

تشکیلاتی با موفقیت همراه نبود و تنها مستندات و گزارشات مربوط به حمایت‌های مالی، فنی، مشاوره‌ای و ایجاد قطب‌های کارآفرینی در گزارش فعلی مورد استفاده قرار گرفت. بنابراین در هر کشور تنها به بررسی سیاست‌ها، برنامه‌ها و تجارب حاصل در سه محور اخیر اقدام شده است:

● قزاقستان

الف) تأمین مالی و اعتباری

در قزاقستان صندوقی برای حمایت از کسب و کارهای کوچک توسط دولت ایجاد شده است. منابع این صندوق از طریق کمک‌های بانک توسعه آسیایی و بانک بازسازی و توسعه اروپایی تأمین شده‌اند.

برنامه حمایت مالی از کسب و کارهای کوچک و متوسط در قزاقستان در دو لایه تشکیلاتی سازمان داده شده است. به عبارت دیگر صندوق مذکور منابع مالی و اعتباری را در اختیار سایر بانک‌های این کشور قرار می‌دهد که به نوبه خود آنها را بین کسب و کارهای کوچک و متوسط تخصیص می‌دهند.

تجربه مذکور در کشور قزاقستان جدید محسوب می‌گردد و از سال ۱۹۹۸ میلادی شروع شده است. بنابراین ارزیابی دقیقی از نتایج آن تاکنون صورت نگرفته است.

ب) خدمات مشاوره‌ای

مرکز حمایت توسعه کارآفرینی قزاقستان در ۱۹۹۵ شروع به کار نموده است. ۷۰ درصد از سهام این مرکز متعلق به دولت قزاقستان است و شعباتی در مناطق مختلف قزاقستان دارد. سازمان‌های این مرکز عبارت است از اداره خدمات کسب و کارهای، اداره اطلاعات و آمار، مرکز اطلاعات تجاری کسب و کارهای کوچک و متوسط و مرکز آموزش. مرکز مذکور در سبد خدمات خود چهار دسته از خدمات را به کسب و کارهای کوچک و متوسط ارائه می‌کند: - اطلاع‌رسانی - مشاوره

- تأمین مالی

- آموزش

ج) ایجاد قطب‌های کارآفرینی

ایجاد قطب‌های کارآفرینی اخیراً در قزاقستان مورد توجه قرار گرفته است و فعالیت منسجمی در این مورد گزارش شده است.

● مولداوی

سیاست‌های دولتی در مولداوی برای توسعه کارآفرینی در مراحل اولیه قرار داشته و این کشور تنها دارای مرکزی برای حمایت و توسعه کسب و کارهای کوچک است که عمده فعالیت‌های آن ناظر بر جذب سرمایه‌های خارجی و هدایت آن به سوی کارآفرینان است. مولداوی در تأمین هزینه‌های فعالیت این مرکز عمدتاً متکی بر کمک‌های خارجی و انسان‌دوستانه است و بنابراین مرکز چندان فعالی و گسترده‌ای در حمایت از توسعه کارآفرینی محسوب نمی‌گردد.

● جمهوری آذربایجان

در این کشور حدود ۴۰ درصد از تولید ناخالص داخلی متعلق به بخش خصوصی است. در ابتدای سال ۱۹۹۸ میلادی در اثر اجرای سیاست‌های خصوصی سازی این کشور حدود ۱۳ هزار شرکت به بخش خصوصی فروخته شده بود. حمایت اصلی دولت از کسب و کارهای کوچک و متوسط در قالب حمایت‌های مالی و اعتباری است و صندوق ملی حمایت از کارآفرینی در آذربایجان از سال ۱۹۹۲ میلادی فعال بوده است. بنابراین صندوق از طریق اعتباری بودجه‌ای این کشور تأمین می‌گردد. در طی سال‌های ۹۷-۱۹۹۲ میلادی این صندوق در ۷۰۰ پروژه سرمایه‌گذاری مشارکت داشته است و این در حالی است که بیش از ۷۰۰۰ درخواست وام و اعتبار طی دوره به این صندوق ارایه شده است. ارزیابی صورت گرفته نشان می‌دهد که فعالیت‌های صندوق در غیاب یک سیاست جامع حمایت و توسعه کارآفرینی از عملکرد مورد انتظار برخوردار نبوده است. موانع عمده توسعه کارآفرینی در جمهوری آذربایجان عدم وجود سیاست جامع حمایت از کارآفرینی، نظام پیچیده و سخت‌گیر مالیاتی فقدان سرمایه‌های خطرپذیر برای تأمین کسب و کارهای جدید، عدم وجود کارشناسان مجرب و کار آزموده در زمینه‌های مدیریتی و مشاوره‌ای و خلاءهای اطلاعات فنی و تجاری ارزیابی شده است.

● مجارستان

کشور مجارستان با مساحتی حدود ۹۳۰۳۰ کیلومتر مربع از کشورهای شرقی اروپای مرکزی محسوب می‌گردد که با کشورهای اتریش، اسلواکی، اوکراین، رمانی، صربستان، کرواسی و اسلووانی مرز مشترک دارد.

این کشور جمعیتی برابر ۱۰۳۰۰۰۰۰ نفر دارد که ۲۱ درصد از آنها کمتر از ۱۴ سال سن داشته و ۶۰ درصد بین ۵۹-۱۵ سال قرار دارند.

پایتخت این کشور شهر بوداپست است که حدود دو میلیون نفر را در خود جای داده است. نرخ شهرنشینی در این کشور ۶۰ درصد بوده و نرخ کاهش جمعیت آن ۰/۱ درصد در سال است. جمعیت شاغل این کشور در حدود ۳۷۳۳۸۰۰ نفر و نرخ بیکاری در این کشور حدود ۸ درصد است.

مجارستان تا قبل از فروپاشی بلوک شرق از اعضای این بلوک بوده و از سال ۱۹۸۸ تاکنون دوره گذر تاریخی خود از نظام تک حزبی با اقتصاد متمرکز را به نظام پارلمانی چند حزبی بر مبنای اقتصاد بازار تجربه می‌کند. بنابراین محور سیاست‌های اقتصادی این کشور در طی ۱۰ سال گذشته بر محور خصوصی‌سازی متمرکز بوده است و تنها در این چارچوب است که می‌توان سیاست‌های توسعه کارآفرینی در مجارستان را بررسی نمود.

خصوصی‌سازی در مجارستان

در اواخر دهه ۸۰ میلادی مجارستان نیز همانند سایر کشورهای بلوک شرق سابق با یک انتخاب راهبردی در زمینه خصوصی‌سازی مواجه بود. راهبردهای اصلی خصوصی‌سازی در این کشورها عبارت بودند از:

- خصوصی‌سازی جمعی^۱
- خصوصی‌سازی از طریق بازار^۲

در راهبرد اول هر یک از افراد جامعه سهم مساوی از دارایی‌های دولتی را دریافت کرده و در راهبرد دوم سهام دارایی‌های دولتی در بازار فروخته می‌شود. راهبرد اخیر به مدت بیش از یک دهه در مجارستان به اجرا گذاشته شده است.

^۱ - *Distributive (Coupon) Privatization*

^۲ - *Market – based Privatization*

کشور مجارستان برای مشروعیت بخشیدن به فرآیند خصوصی سازی قبل از هر چیز نیاز به تعیین اهداف خصوصی سازی، تدوین و تصویب قوانین و مقررات لازم و ایجاد نظام کارآمدی برای انجام این فرایند بوده است.

اهداف خصوصی سازی در مجارستان در قانون خصوصی سازی^۱ به قرار زیر تعیین شده است:

- ایجاد یک اقتصاد بازار بر مبنای مالکیت خصوصی
- کاهش نقش دولت در اقتصاد و در عین حال افزایش درآمدهای دولت
- بهبود کارآیی عملیات و افزایش رقابت
- مقابله با کمبود سرمایه در اقتصاد
- کاهش هزینه‌های دولتی
- به کارگیری فنون و روش‌های مدیریتی پیشرفته در شرکت‌های مجاری
- تسریع در بازسازی اقتصادی
- افزایش مشارکت در بازار داخلی
- توسعه بازار سرمایه داخلی، جذب سرمایه داخلی و بین‌المللی و شرکت‌های چند ملیتی
- جذب سرمایه‌گذاران خارجی در خصوص سازی
- مشارکت هرچه بیشتر در تقسیم کار بین‌المللی
- ایجاد طبقه مالک در داخل کشور و هدایت توسعه شرکت‌های داخلی
- حفظ توان رقابت سازمان‌های اقتصادی
- حفظ و ایجاد مشاغل
- تسهیل در خرید و تملیک توسط کارگران و مدیران

از نظر حقوقی شروع خصوصی سازی در مجارستان با اصلاحیه قانون اساسی این کشور در سال ۱۹۸۹ همراه بوده است که حق مالکیت، آزادی تشکیل شرکت و حقوق برابر برای حفظ انواع دارایی‌ها در آن به رسمیت شناخته شد.

در سال‌های بعد و بر مبنای اصلاحات به عمل آمده در قانون اساسی، قوانینی در مجارستان تصویب و به اجرا گذاشته شده که عنوان و سال تصویب آنها در جدول شماره (۶) ارائه شده است. مراجعه به جدول نشان می‌دهد. اغلب موانع قانونی موجود بر سر راه مالکیت خصوصی قبل از ۱۹۹۰ برداشته شده است و موج دوم قانون گذاری از سال ۱۹۹۵ با تصویب قانون شماره XXXLX

^۱ - Act on Privtization

بوده است که تاکنون با الحاق آن به عنوان مبنای قانونی خصوصی سازی و مدیریت اموال دولتی مورد استفاده قرار گرفته است.

در طی دوره مورد مطالعه عمده‌تاً سه سازمان مسئول خصوصی سازی و مدیریت دارایی‌های دولتی بوده‌اند. این سازمان‌ها عبارتند از:

- آژانس اموال دولتی^۱ در فاصله سال‌های ۹۵-۱۹۹۰
- مجموعه شرکت‌های دولتی^۲ در فاصله سال‌های ۹۵-۱۹۹۲
- مجموعه شرکت‌های دولتی و خصوصی سازی^۳ از سال ۱۹۹۵ به بعد

جدول شماره (۶) قوانین مصوب در مجارستان در فرایند خصوصی سازی

قانون شرکت‌های بازرگانی	۱۹۸۸	قانون شماره VI
قانون انتقال	۱۹۸۹	قانون شماره XIII
قانون حمایت از سرمایه‌گذاری‌های خارجی	۱۹۸۹	قانون شماره XXIV
قانون آژانس اموال دولتی	۱۹۹۰	قانون شماره VII
قانون حفاظت از اموال دولتی	۱۹۹۰	قانون شماره VIII
اعطای امتیازات	۱۹۹۰	قانون شماره XVI
خصوصی سازی شرکت‌های دولتی، فعالیت‌های خرده‌فروشی، تجارت، تدارکات و مصرف (قانون قبل از خصوصی سازی)	۱۹۹۰	قانون شماره LXXIV
فروش اموال دولتی	۱۹۹۵	قانون شماره XXXXIX

¹ - State Property Agency

² - State holding

³ - State holding & Privatization

توسعه کارآفرینی و برنامه‌های خصوصی‌سازی مجارستان

همانگونه که اشاره شد یکی از اهداف قانون خصوصی‌سازی در مجارستان ایجاد یک طبقه مالک در داخل کشور و هدایت توسعه در شرکت‌های داخلی بوده است. نزدیک به ۴۲ درصد از واگذاری شرکت‌های دولتی در طی دوره مورد مطالعه از طریق مزایده^۱ بوده است و فقدان سرمایه در نزد کارآفرینان مجاری بزرگترین مانع آنها در مقایسه با سرمایه‌گذاران خارجی برای شرکت در مزایده بوده است. بنابراین در برنامه‌های خصوصی‌سازی حمایت از سرمایه‌گذاری محلی ویژگی کلی فرآیند خصوصی‌سازی محسوب شده است. به همین منظور برنامه‌های متعددی توسط دولت برای حمایت از کارآفرینان و رفع محدودیت‌های مالی آنها به اجرا گذاشته شده است که عبارتند از:

- ایجاد خط اعتباری با عنوان *Credit E*^۲ - توسط بانک ملی مجارستان
- تأسیس صندوق ضمانت کسب و کارهای کوچک^۳
- تأسیس شرکت تضمین اعتبارات^۴
- اجرای برنامه سهام کارگری^۵
- اجرای برنامه خرید سهام توسط سرمایه‌گذاران کوچک^۶

شرح تفصیلی این برنامه‌های حمایتی به قرار زیر است:

۱- خط اعتباری

این خط اعتباری که با عنوان *E-Credit* هم مشهور است برای کارآفرینان بخش خصوصی و تنها به منظور خرید دارایی‌ها، زمین‌های زراعی و سهام متعلق به دولت ارائه می‌گردد و دوره بازپرداخت آن حداکثر ۱۵ سال و نرخ بهره آن ۷ درصد است. برای دریافت این اعتبار تا سقف ۵ میلیون فرانک مجار، آورده نقدی متقاضی ۲٪ مبلغ اعتبار و بیش از مبلغ مذکور ۱۵ درصد از کل مبلغ اعتبار است. این اعتبار را می‌توان بیش از یک بار نیز دریافت نمود و شرایط دریافت آن بعد از ۱۹۹۳ میلادی سهل‌تر شده است.

¹ - *Tendering*

² - *Existence - Credit*

³ - *Small Venture Guarantee fund*

⁴ - *Credit Guarantee RT.*

⁵ - *Employees Share Program*

⁶ - *Small Investors Share Purchase Program*

۲- اعتبار خصوصی سازی^۱

این اعتبار نیز از ۱۹۹۰ میلادی توسط بانک ملی مجارستان و جهت خرید از آژانس دارایی‌های دولتی اعطاء می‌شود. سقف این اعتبار تا ۷۵ درصد قیمت فروش دارایی‌ها یا ۵۰ درصد قیمت فروش سهام بود. دوره بازپرداخت ۱۰ ساله و یک دوره ۲ ساله نیز برای شروع پرداخت اقساط مهلت داده می‌شد.

۳- برنامه سهام کارگری^۲

این برنامه از ۱۹۹۲ میلادی به اجرا گذاشته شده است و برگرفته از الگوی مشهور به *ESP* در ایالات متحده آمریکا است که در دهه‌های ۷۹ و ۸۰ میلادی رواج داشته است. در این برنامه سهام واحد صنعتی به کارگران تمام‌وقت و نیمه‌وقتی که حداقل سابقه کاری برابر شش ماه داشته باشند، واگذار می‌گردد.

۴- اجاره به شرکت تملیک^۳

این روش برای دارایی‌هایی که فروش آنها سخت بود به اجرا درآمد و در عمل موفق نبود. در فاصله سال‌های ۹۷ - ۹۶ میلادی تنها در شرکت با این روش فروخته شدند.

۵- نتایج حاصله

در فاصله سال‌های ۹۹-۱۹۸۸ و با اجرای برنامه خصوصی‌سازی در مجارستان بیش از ۷۷۰ هزار کسب و کار متعلق به بخش خصوصی در این کشور شکل گرفته است که ۵۰ درصد از تولید ناخالص ملی (*GDP*) و دو سوم شاغلان را در خود جای می‌دهد. ۹۶ درصد از کسب و کارها در رده بسیار کوچک^۴ و با تعداد کارکنان کمتر از ۱۰ نفر قرار داشته و ۲/۷ درصد از آنها بین ۱۰ تا ۴۹ نفر و ۰/۶۹ درصد کمتر از ۲۵۰ نفر کارگر و ۰/۲ درصد از آنها بیشتر از ۲۵۰ نفر کارگر دارند. آمارهای دولت مجارستان حاکی از شکل‌گیری جمعیتی بالغ بر یکصد هزار کارآفرین در کشور است که در طی برنامه خصوصی‌سازی سیاست عمده دولت در جهت رفع موانع و محدودیت‌های سرمایه‌ای آنها بوده است.

^۱ - Privatization Credit

^۲ - Emptyess shard Program

^۳ - Privatization Leasing

^۴ - Microenterprise

در سال‌های پس از ۱۹۹۸ دولت مجارستان توجه ویژه‌ای به توسعه کارآفرینی در این کشور مبذول داشته است. اهم از توجهات به قرار زیر است:

در سال ۱۹۹۸ دولت طی بیانیه‌ای برنامه میان مدت خود برای حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط را اعلام نمود. در این برنامه محورهای زیر جهت حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط اتخاذ شده‌اند:

- برنامه توسعه منطقه‌ای
- برنامه حمایت از تحقیق و توسعه
- برنامه پارکهای صنعتی

در برنامه توسعه منطقه‌ای، ایجاد مناطق ویژه ای مورد توجه قرار گرفته است. مهمترین مناطق تحت حمایت ایجاد شده طی سالهای ۱۹۹۶ به بعد در مجارستان عبارتند از:

- *Zihomy*
- *Zemplin*
- *Barcs*
- *Lenti*
- *Mohics*
- *Bikiscaba – Gyala*
- *Szeged – Mak*
- *Berettyjfalú*
- *Kunmadaras*

اهداف دولت در تأسیس این مراکز عبارتند از:

- تشویق سرمایه گذاری و توسعه در مناطق
- استفاده حداکثر از زیربنای ارتباطی
- تضمین مشارکت محلی در تقسیم کار بین‌المللی
- استفاده از فرصتهای ناشی از همکاری با کشورهای همسایه

در طی این برنامه پارکهای صنعتی در درون مناطق ایجاد می‌گردند که شرکت‌های واقع در آنها تا ۱۰ سال معافیت مالیاتی دارند.

در برنامه حمایت از تحقیق و توسعه از ژانویه ۱۹۹۸ بیش از ۸۰۰ میلیون فرانک مجاری برای حمایت از تحقیق و توسعه در صنایع اختصاص یافته است. تسهیلات این برنامه برای صنایعی اعطا

می‌گردد که طرحی با حداقل ۵۰۰ میلیون فرانک مجاری و با استفاده از ۳۰ محقق مجار در یک دوره ۲ ساله به اجرا درآوردند. دوره برگشت تسهیلات مالی اعطا شده در این طرح ۱۰ سال است. وزارتخانه‌های صنایع، تجارت و گردشگری، محیط زیست و توسعه منطقه‌ای، کار و اقتصادی و کارگروه توسعه فناوری ملی در تامین سرمایه این برنامه و بررسی تقاضای موسسات مشارکت دارند. دولت مجارستان در سال ۱۹۹۹ میلادی سیاست‌های زیر با برای حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط انتخاب کرد و در حال اجرای آنهاست:

● بهبود شرایط فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق:

- ساده سازی قوانین و مقررات اداری

- اصلاح ساختار مالیاتی

● توسعه حمایت‌های مالی از کسب و کارهای کوچک و متوسط از طریق:

- افزایش فرصت‌های تامین مالی

- تسهیل شرایط دستیابی

● بهبود توان نوآوری در این شرکتها

● توسعه نظام‌های اطلاع‌رسانی تجاری

● توسعه فرهنگ کارآفرینی از طریق نظام آموزشی

● تهیه قانون شرکت‌های کوچک و متوسط

● نوسازی نهادهای مسئول برای حمایت از این شرکتها

● تسهیل در دستیابی این شرکتها به بازارهای خارجی

□ رومانی

از سال ۱۹۸۹ در حدود ۳۶۰۰۰۰ شرکت جدید در رومانی تاسیس شده است. و تعداد کارآفرینان بخش خصوصی به ۲۲۰۰۰۰ نفر افزایش یافته است. از آنجا که سازمان‌های دولتی ملی و محلی حمایت اندکی از این کسب و کارهای کوچک ارائه می‌دهند، سازمان‌های غیردولتی، اتاق‌های بازرگانی و نهادهای غربی این خلاء را پر کرده‌اند. صنایع غربی شامل سازمان‌های دولتی و بین‌المللی نظیر بانک جهانی، صندوق دانش فنی^۱ و مرکز بین‌المللی کسب و کارهای خصوصی^۲ است.

CIPE یک برنامه توسعه کارآفرینی در رومانی دارد که به برنامه توسعه کارآفرینی موسوم است. این مرکز در مطالعات خود در رومانی دریافته است که کارآفرینان رومانی با چهار مشکل اصلی روبرو هستند:

- فقدان اطلاعات تجاری
- مهارت
- زیربنا
- تامین مالی

مشکل تامین مالی، به خاطر نرخ بهره اسمی بالا در نتیجه سیاست‌های اصلاح مالی بانک ملی رومانی است. دولت برای این مشکل برنامه‌هایی را اجرا کرده است:

- وام کم بهره به کشاورزان و صادرکنندگان
- تاسیس صندوق‌های تضمین **SME** با مشارکت بانک‌های تجاری
- کاهش ۵۰ درصد در مالیات بر سود

سازمان‌های خارجی فعال در تأمین مالی

- بانک جهانی

- صندوق آمریکایی رومانی

تا قبل از سال ۱۹۹۵ رومانی یک نظام مالیات بر ارزش افزوده را به اجرا گذاشته و مالیات بر سود را از ۳۴٪ به ۴۲٪ افزایش داد که محدودیت زیادی برای شرکت‌های کوچک ایجاد کرد چون تورم در محاسبه آن به کار گرفته نمی‌شد. بعد از سال ۱۹۹۵ تصمیم گرفته شد این مالیات ۳۸ درصد باشد و

^۱- *Kniw – How Fund*

^۲- *Center for International Private Enterprise (CIPE)*

تورم محاسبه شود. به دلیل این که مالیات بخش غیررسمی در این کشور شکل گرفته و تا ۳۰ درصد *GDP* را تولید می کند.

ICES مرکز بین المللی مطالعات کارآفرینی در رومانی توسط *CIPE* حمایت می شود و در سال ۱۹۸۹ تاسیس شده است و بیش از ۳۰۰۰ کارآفرین را آموزش داده است.

بررسی سیاست ها و تجارب رومانی در زمینه توسعه کارآفرینی

کشور مورد بررسی از اواخر دهه ۸۰ میلادی و با فروپاشی بلوک شرق نظام اقتصادی خود را در جهت یک نظام مبتنی بر بازار تغییر داده است. نتایج مطالعات این گروه نشان می دهد که دولت رومانی در طی ۱۰ سال گذشته علی رغم دنبال کردن راهبرد خصوصی سازی فاقد سیاست های اعلام شده و مدونی برای توسعه کارآفرینی در این کشور بوده است.

از سال ۱۹۸۹ میلادی تاکنون بالغ بر ۳۶۰۰۰۰ شرکت جدید در رومانی ایجاد شده و بیش از ۲۲۰۰۰۰ نفر به کارآفرینان این کشور اضافه شده است. در غیاب سیاست های دولت برای توسعه کارآفرینی در این کشور، برخی سازمان های غیردولتی، اتاق های بازرگانی و نهادها و موسسات خارجی با توجه به نیاز موجود و خلاء ناشی از عدم سیاست گذاری دولت، اقدام به شروع برخی اقدامات در زمینه توسعه کارآفرینی در رومانی نموده اند. مهمترین نهادها و سازمان های خارجی که در توسعه کارآفرینی در رومانی فعال هستند عبارتند از:

- بانک جهانی
- صندوق دانش فنی
- مرکز بین المللی کسب و کارهای خصوصی

جستجوی این گروه برای دستیابی به کم و کیف فعالیت های بانک جهانی و صندوق دانش فنی در رومانی قرین موفقیت نبود در ادامه به فعالیت های مرکز بین المللی کسب و کارهای خصوصی در رومانی اشاره می گردد.

مرکز بین المللی کسب و کارهای خصوصی (*CIPE*) نقش حمایتی از یک سازمان رومانیایی به نام مرکز بین المللی مطالعات کارآفرینی^۱ را بر عهده دارد که توسط کارآفرینان رومانیایی و در سال ۱۹۸۹ میلادی تأسیس شده است. مطالعات این مراکز در رومانی نشان داده است که کارآفرینان این کشور با چهار مشکل اصلی روبرو هستند:

- فقدان اطلاعات تجاری

^۱- *International Center for Entrepreneurial Studies*

- کمبود مهارت‌ها
- نبود زیربنای حمایتی (حقوقی، اداری)
- عدم دسترسی به منابع مالی

در طی سال‌های اول فعالیت عمده توجه مرکز مذکور بر آموزش کارآفرینان بوده و بیش از ۳۰۰۰ کارآفرینان را تحت پوشش برنامه‌های آموزشی خود قرار داده بود. اگر چه عملکرد کارآفرینان آموزش دیده در این مرکز بالاتر از متوسط عملکرد سایر کارآفرینان ارزیابی شده است ولی پژوهش‌های انجام شده در این مرکز نشان داده است که حدود ۸۰ درصد از کارآفرینان شرایط اداری، حقوقی و اقتصادی حاکم بر کشور را مانعی برای موفقیت خود می‌دانسته‌اند.

براساس جمع‌بندی نظرات کارآفرینان در زمینه موانع توسعه کارآفرینی در رومانی مرکز مذکور طی سال‌های اخیر توجه خود را معطوف به چانه‌زنی در سطوح مختلف دولت‌های محلی و ملی و نیز تشکل‌های صنفی حمایت از کارآفرینان رسمی نموده است. و تخمین زده می‌شود بخش عمده‌ای از کارآفرینان برای فرار از مالیات در بخش غیر رسمی فعالیت می‌کنند. سهم بخش غیررسمی از کل تولید ناخالص داخلی این کشور حدود ۳۰ درصد برآورده شده است.

□ سنگاپور

کارآفرینی طی دوره‌های مختلف توسعه اقتصادی سنگاپور، خود را به اشکال مختلف نشان داده است و به معنای سنتی خود که همان "راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و مخاطره‌آمیز" است مورد استفاده قرار گرفته است. البته آنچه مسلم است این است که تعاریف جامع‌تری نیز از واژه کارآفرینی در فرهنگ سنگاپور ارائه شده است که بعنوان مثال می‌توان به تعریف ارائه شده از سوی "کائو" (۱۹۹۴) اشاره کرد که جامعه سنگاپور را بخوبی توصیف می‌کند. "کائو"^۱ معتقد است که کارآفرینی عبارت است از "فرآیند انجام کاری جدید یا متفاوت و ایجاد ثروت برای خود و ایجاد ارزش افزوده برای جامعه". علت اینکه این تعریف، کارآفرینی را در سنگاپور توصیف می‌کند این است که در سطح ملی، کارآفرینی سهم قابل ملاحظه‌ای در توسعه اقتصادی سنگاپور داشته است، زیرا صرف نظر از جمعیت و موقعیت جغرافیایی، سنگاپور دارای وسعت کم و منابع محدودی است. لذا در اینجا وضعیت کارآفرینی در دوره قبل از استقلال سنگاپور در سال ۱۹۶۵ و از ۱۹۶۵ تاکنون تشریح می‌گردد.

کارآفرینی قبل از استقلال سنگاپور در سال ۱۹۶۵

سنگاپور کشوری است که در سال ۱۸۱۹، "سر استامفورد رافلز" از کمپانی هند شرقی انگلیس آن را کشف کرد و به بندر تجاری بریتانیا تبدیل شد. ساکنین بومی این سرزمین مالاکائی‌ها بودند. در واقع آنها نخستین مهاجرینی بودند که از سرزمین اصلی چین، هند و مناطق عربی به سنگاپور مهاجرت کردند و اکثر آنها را چینی‌ها تشکیل می‌دادند. هدف آنها از مهاجرت این بود که به‌طور موقت در این سرزمین کار کنند و درآمد خود را به موطن خود ارسال نمایند. از اینرو، این مهاجرین کارآفرینانی بودند که می‌توان آنها را فرصت‌گرا توصیف کرد، درست مثل کسانی که "کرزنر"^۲ (۱۹۷۹) آنها را "واسطه"^۳ می‌پنداشت و در صدد یافتن فرصت‌هایی بودند که حضورشان در سنگاپور این فرصت‌ها را فراهم کرده بود.

کارآفرینی و فعالیتهای فرصت‌گرایانه و مخاطره‌آمیز این مهاجرین اولیه، معرف اقتصاد کشورهای آسیایی مستعمره بود. مثلاً، کارآفرینان فرصت‌گرا بیش از کارآفرینان شومپیتری در رشد و توسعه اقتصادی هنگ کنگ سهم داشتند. کاری که کارآفرینان شومپیتری انجام دادند ایجاد ترکیبات و

^۱ - Kao

^۲ - Kirzner

^۳ - Arbitrager

اختراعات جدید بود. اما کارآفرینان فرصت‌گرا در محیط‌های ایجاد شده توسط دولت‌های مستعمراتی که ظاهراً دستورالعملی برای توسعه اقتصادی نداشتند ظهور یافتند. آنها در صدد بودند که محصولاتی مثل فلز را که مورد تقاضا بودند برداشت کنند و بدین طریق در سراسر مستعمره‌ها ثروتی حاصل کنند. برای این کار نیز سعی می‌کردند کارگران ارزان را اجیر نمایند. در مناطقی که قدرت‌های استعماری دخالتی نداشتند، کارآفرینان اولیه فرصت‌هایی برای کار داشتند. بیشتر آنها عمدتاً به کار تجارت در زمینه واردات و صادرات از بندر تجاری سنگاپور اشتغال داشتند و فرصت‌هایی فراهم می‌شد تا کالاها را مجدداً به کشورهای همسایه صادر کنند و کالاهای مورد نیاز مناطق دیگر را از شبه جزیره مالاکا^۱ صادر کنند. کسانی هم که به کار تجارت و داد و ستد کالا مشغول بودند نیازهای بازارهای داخلی را تأمین می‌کردند. البته مهاجرینی که به مستعمره‌ها مهاجرت می‌کردند با هم تفاوت داشتند. برای مثال، مهاجرینی که به هنگ کنگ مهاجرت کردند کارآفرینانی بودند که پس از برقراری نظام کمونیستی از شانگ‌های به این کشور می‌آمدند و هیچ تجربه یا تخصصی در زمینه کسب و کار نداشتند. مهاجرین چینی طی سال‌ها به سنگاپور مهاجرت کردند، زیرا کمبود شغل در مناطق ساحلی چین امری مشهود بود و قبل از سال ۱۹۲۰، مردم شاهد جنگ و بی‌ثباتی اقتصادی بودند. و قبل از جنگ جهانی دوم نیز جنگ چین و ژاپن به وقوع پیوست. تمام این عوامل دست به دست هم دادند تا زمینه مهاجرت چینی‌ها به سنگاپور فراهم شود. مهاجرین چینی بین سنین ۱۶ تا ۲۶ سالگی بودند و بدنبال سرنوشت، خانه و کاشانه خود را ترک گفتند. آنها علیرغم سرمایه اندک خود و مهارت‌های کمی که در خصوص راه‌اندازی کسب و کار داشتند برای آغاز یک زندگی خوب و راحت رهسپار سنگاپور شدند. اما شرایطی که آنها داشتند به گونه‌ای نبود که بتوانند کسب و کار خود را به راحتی راه‌اندازی کنند. هندی‌ها هم ابتدا توسط انگلیسی‌ها به عنوان برده و سپس به عنوان کارگر مزارع و کارخانه‌ها و کارگر ساختمانی به سنگاپور کشانده شدند. پس از ورود هندی‌ها به سنگاپور، آنها در نقش عمده فروش و خرده فروش منسوجات و پارچه، وام‌دهنده، کارمند دولت و کارگر، سهم ارزنده‌ای در توسعه اقتصادی سنگاپور داشتند.

کارآفرینان اولیه در سنگاپور هنگام انجام تلاش در زمینه کارآفرینی، از منابع قومی و نژادی خودشان استفاده می‌کردند. برای مثال، کارآفرینان چینی در میان مهاجرین چینی بدنبال بازار و مشتری می‌گشتند و به جامعه چینی و سنگاپور متکی بودند. هر گروه از مهاجرین مثل چینی‌ها، اعراب، هندی‌ها و مهاجرین سایر نقاط جهان گروه‌هایی را برای کمک‌های متقابل تشکیل می‌دادند.

^۱- Malay Peninsula

عاملی که ماهیت فعالیت‌های مهاجرین را در بدو ورود آنها به سنگاپور تعیین می‌کرد پیشینه اجتماعی آنها بود. یعنی این احتمال وجود داشت که کسانی که دارای سوابق خانوادگی در زمینه کسب و کار هستند به همین کار اشتغال ورزند و در بخش‌های صنعتی مرتبط با مهارت و تخصص خود مشغول کار شوند. آن دسته از مهاجرین چینی که هنگام زندگی در چین کارمند دفتری، مدیر یا شاغل بودند بهتر می‌توانستند به کسب و کار بپردازند. بعضی از آنها ابتدا برای دیگران کار می‌کردند، کسب و کار خودشان را راه‌اندازی کردند. یکی از آنها شخصی به نام "چیوچوکنگ"^۱ بود که بعداً شرکتی را تأسیس کرد که هم اکنون به شرکت موفق به نام شرکت بیسکویت سازی "کونگ گوان"^۲ تبدیل شده است.

یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان اولیه در سنگاپور، تمایل آنها به تأسیس شرکت‌های خانوادگی بود. حتی در چند مورد، مهاجرین، شرکت‌های اولیه خود را از کشور مبدأ در کشور مقصد که به آن مهاجرت کرده بودند توسعه دادند. البته در این راه موانعی وجود داشت و یکی از آنها جنگ بود که به کمبود ثروت و سرمایه منجر شد و در نتیجه عده زیادی از مهاجرین مجبور شدند شرکت‌های خود را بازسازی کنند. علی‌رغم وجود این موانع، شرکت‌های خانوادگی خوب رشد کردند و تعدادی از آنها به شرکت‌های بزرگ و پویا تبدیل شدند. از آنجا که سنگاپور یک بندر و مرکز تجاری بود، لذا کارآفرینان اولیه به تجارت و غالباً واردات و صادرات ادویه‌جات، لاستیک و محصولات دیگر اشتغال ورزیدند. تعداد کمی از آنها طلایه دار تولید محصول شدند، مثل "تان کاکي"^۳ که اولین اتوماسیون را در کارخانه‌های خود که تولید کننده کفش بودند، آزمایش کرد. تعداد دیگری از آنها که در زمینه تولید فعالیت می‌کردند به کار فرآوری محصول اشتغال داشتند. کارآفرینان در عرصه‌های دیگر نیز، مانند بخش‌های خرده فروشی، سرمایه‌گذاری، مسکن و ساختمان سازی و صنعت توسعه املاک اقدام به فعالیت می‌کردند. یکی از موارد موفق کارآفرینی که پیشینه‌ای طولانی دارد و هم اکنون هم فعال می‌باشد فروشگاه بزرگ "تانگز" است که خرده فروشی به نام "سی. کی. تانگ"^۴ آن را تأسیس کرده و دیگری شرکت سرمایه‌گذاری با مسئولیت محدود "هونگ لئونگ"^۵ می‌باشد که در بخش‌های سرمایه‌گذاری و توسعه هتل و املاک فعالیت می‌کند.

¹- Chew Choo Keng

²- Khong Guan

³- Tan Kah Kee

⁴- C.K. Tang

⁵- Hong Leong

کارآفرینی در سنگاپور از سال ۱۹۶۵ تاکنون و نقش دولت

پس از استقلال سنگاپور در سال ۱۹۶۵، این کشور دو دهه سرشار از رشد اقتصادی را پشت سر گذاشت. رشد اقتصادی سنگاپور برخلاف حوادثی بود که در بقیه نقاط جهان رخ داد، زیرا این کشور پس از کسب استقلال در سال ۱۹۶۵، از بحران اقتصادی جهان و بحران نفت که بقیه کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار داده بودند در امان ماند. رشد تولید ناخالص داخلی سنگاپور در بدترین سال ۵ درصد و در بهترین سال آن که سال ترقی و شکوفایی اقتصادی بود ۱۵ درصد برآورد شد (وزارت بازرگانی و صنعت سنگاپور ۱۹۸۶). بحران اقتصادی سال ۱۹۸۵ موجب شد که دولت به منظور بررسی پیشرفت اقتصادی سنگاپور و تعیین خط‌مشی‌های جدید برای رشد اقتصادی در آینده، یک کارگروه اقتصادی را تشکیل دهد. لذا در پیشنهادهایی که ارائه شد، کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفت. پس از آن بود که کارآفرینان در اقتصاد اهمیت پیدا کردند و تأسیس شرکت‌های داخلی مورد توجه قرار گرفت.

قبل از آن با توجه به اینکه شرکت‌های چند ملیتی و توسعه شرکت‌های دولتی در عرصه‌های تولیدی، کشتی‌سازی، حمل و نقل هوایی، تجارت بین‌الملل، سرمایه‌گذاری بلندمدت خدمات و فناوری دریایی و صنایع دفاع در اولویت قرار داشتند و مورد توجه قرار می‌گرفتند. لذا نگاه‌ها کمتر متوجه شرکت‌های داخلی بود. پس از آن بود که ضرورت تأسیس شرکت‌های داخلی احساس شد و وجود عاملی که بتواند تأثیر حضور شرکت‌های چند ملیتی را به ویژه در زمان بحران اقتصادی کاهش دهد ضروری بود، زیرا این شرکت‌ها به خاطر شرایط مساعد سنگاپور در زمان بحران اقتصادی بسوی این کشور هجوم آورده بودند.

لذا تأکید بر شرکت‌های داخلی نشان دهنده تمایل به یافتن فرصت‌های نوآورانه و مبادرت به تأسیس شرکت‌های نوپا بود. و پس از آن بود که تصمیم گرفته شد تا شرکت‌های داخلی با سهیم شدن در تولید ناخالص داخلی، اجباراً جزئی از اقتصاد باشند، آن هم یک جزء سالم و متکی به خود. به همین منظور، کارگروه اقتصادی به دولت توصیه کرده‌است که اقداماتی را در جهت رفع موانع و تشویق رشد شرکت‌های کوچک و متوسط انجام دهد.

عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر کارآفرینی در سنگاپور

– اشتغال:

در سنگاپور برخلاف بیشتر کشورهای دیگر، ایجاد شغل امری مهم و اساسی پنداشته نمی‌شود، بلکه توسعه شرکت‌های قدرتمند و رو به رشد امری ضروری برای تشویق کارآفرینی می‌باشد؛ زیرا در این کشور بیکاری و کمبود کارگر وجود ندارد. این وضعیت هنگامی در سنگاپور حاکم شد که پس از بحران اقتصادی سال ۱۹۸۴، اقتصاد این کشور بهبود پیدا کرد. در واقع بخش عمده‌ای از نیاز سنگاپور به کارگر، از طریق وارد کردن کارگر از کشورهای دیگر و استفاده از زنان و افراد کهنسال در میان جمعیت این کشور تأمین می‌شود. همچنین سنگاپور تلاش می‌کند تا متخصصین خارجی را برای اقامت و کار در این سرزمین جذب کند.

علاوه بر این، در سنگاپور هیچ‌گونه عامل "فشار" وجود نداشته‌است که دانش‌آموختگان و متخصصین را وادار به راه‌اندازی کسب و کار خودشان بکند؛ و همین‌طور مؤسسه‌های آموزشی جوابگوی تقاضای فزاینده برای دانش‌آموختگان به ویژه در رشته‌های فنی نبوده‌اند.

- صندوق پس انداز

در سنگاپور یک طرح پس‌انداز اجباری برای بازنشستگی بنام "صندوق مرکزی پس انداز احتیاطی"^۱ وجود دارد که بموجب آن، کارکنان مقدار معینی از حقوق ماهانه خود را به حساب خود در یک صندوق پس انداز واریز می‌کنند. یک شورای قانونی که از سوی دولت تعیین شده‌است این صندوق‌ها را اداره می‌کند. کارکنان می‌توانند بر طبق آئین‌نامه‌های مربوط به املاک و دارایی‌های تقسیم شده، از بیشتر پس‌اندازهای صندوق استفاده کنند. بنا به اعتراف کارگروه اقتصادی سنگاپور، این پس‌انداز می‌تواند مانع کارآفرینی شود، اما استدلالی که عکس این قضیه را به اثبات می‌رساند این است که این پس‌انداز می‌تواند به کسانی که مبادرت به کارآفرینی می‌ورزند کمک کند تا آنها با علم به اینکه در ایام پیری از حاشیه امنیت برخوردارند شرکت نوپایی را تأسیس کنند.

- بازار داخلی رقابتی

بازارهای رقابتی، هم می‌توانند کارآفرینی را ارتقاء دهند و هم می‌توانند مانع آن شوند. شرکت‌های داخلی و شرکت‌های نوپا در سنگاپور با یک بازار داخلی رقابتی مواجه هستند. در این بازار، فرصت‌ها باید از حیث تطبیق راهبردی و ماهیت بعضی از بخش‌های صنعتی دقیقاً مورد توجه و بررسی قرار گیرند. در این بازار، کسانی که بتوانند فرصت‌های پنهان را شناسایی کنند قادر خواهند بود به موفقیت

^۱- Central Provident Fund

دست یابند. با این وجود، کسانی هم هستند که تمایلی به خطر پذیری کردن در چنین محیطی را ندارند.

– منابع برای ایجاد شرکت‌های نوپا

دسترسی به منابع مالی برای ایجاد شرکت‌های نوپا از یک طرف ضروری و از طرف دیگر دشوار است. لذا ممکن است کسانی فرصت کارآفرینانه ارزشمندی را شناسایی کرده باشند، اما به آسانی نتوانند به منابع مالی دسترسی پیدا کنند. بانک‌هایی که به کارآفرینان وام می‌دهند تأکید زیادی بر سوابق و توانایی آنها در تضمین باز پرداخت وام‌ها دارند.

صرف نظر از سرمایه‌گذاران که سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی شرکت را تأمین می‌کنند، منابع دیگری برای تأمین سرمایه مورد نیاز برای کارآفرینان وجود دارد. یکی از این منابع، طرح تضمینی تأمین مالی دولت است که به وسیله مؤسسه‌های مالی اجرا می‌شود و وجوه مالی مورد نیاز برای تأسیس شرکت‌های داخلی را تأمین می‌کند.

عوامل اجتماعی – فرهنگی تأثیرگذار بر کارآفرینی

– فرصت‌گرایی

فرصت‌گرایی به عنوان یکی از ویژگی‌های نخستین کارآفرینان در سنگاپور، هنوز هم در این کشور وجود دارد. این ویژگی در کسانی ظاهر می‌شود که بیشتر بدنبال کسب سود در کوتاه مدت هستند تا بلند مدت. بطور خاص، بیشتر شرکت‌های نوپا از فناوری به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده نمی‌کنند؛ و تجارت و خدمات متداول‌ترین بخش‌هایی هستند که شرکت‌های نوپا حول محور آنها فعالیت می‌کنند. نکته حائز اهمیت این است که کارآفرینی فناوری برای کارآفرینانی لازم است که شرکت‌های دارای فناوری سطح بالا را تأسیس می‌کنند و قادرند با کالاها و خدمات حاصل از نوآوری خود بازار جهانی را تسخیر کنند.

– آموزش

یکی از عواملی که بنظر می‌رسد موجب مشکلات متعددی نظیر ترس از شکست و فقدان خلاقیت و نوآوری می‌شود نظام آموزشی است؛ و وجود چنین مشکلاتی نیز مانع کارآفرینی می‌شود. نظام آموزشی سنگاپور به گونه‌ای است که بر تخصصی شدن افراد تحت آموزش براساس آزمونی که از آنها

بعمل می‌آید و بررسی عملکرد آنها در آن آزمون تأکید دارد. به همین دلیل است که امروزه جوانان سنگاپور فاقد جوهره کارآفرینی هستند، و با ارجح دانستن امنیت شغلی و مشاغلی که از حقوق نسبتاً بالایی برخوردارند، هیچ علاقه و تمایلی به خود اشتغالی و راه‌اندازی کسب و کارهای خود نشان نمی‌دهند. در واقع، گرایش نظام آموزشی به آزمون موجب چنین وضعیتی شده‌است؛ و این وضعیت نیز به تغییرات پی در پی در برنامه درسی در مدارس منجر می‌شود. برای مثال، معرفی تفکر خلاق در مدارس آخرین اقدامی بوده که از سوی وزارت آموزش و پرورش سنگاپور انجام شده‌است.

با وجود فقدان جوهره کارآفرینی در میان قشرهای جوان، نمی‌توان گفت که در سنگاپور اثری از کارآفرینی نیست. در بررسی بعمل آمده بر روی دانشجویان دو دانشگاه و سه پلی تکنیک، مشخص شد که ۴۷ درصد از آنها دارای جوهره کارآفرینی هستند. نتایج این بررسی با استفاده از ۶ ویژگی اصلی کارآفرینان در ادبیات کارآفرینی (یعنی خطر پذیری، مرکز کنترل، نوآوری، شرایط رهبری، عزم و اراده قوی و گرایش به موفقیت) بدست آمده‌است. ۵/۱۳ درصد از کسانی که جوهره کارآفرینی داشتند دارای تجربه کاری بودند و ۲۴/۴ درصد آنها فاقد تجربه کاری بودند. جوهره کارآفرینی نشان دهنده این است که دانشگاه‌ها تلاش می‌کنند تا علاقه به کسب و کار و صنعت را در دانشجویان ایجاد کنند و این سیاست آنها با موفقیت توأم بوده‌است و سهمی در توسعه کارآفرینی داشته‌است.

- تحمل کم برای شکست

جامعه سنگاپور، شکست در شغل یا کسب و کار را به منزله ناپودی و پایان همه چیز می‌داند و تحمل کمی برای شکست دارد. تحمل کم با خطر پذیری مغایرت دارد و نتیجه آن ترس از شکست است. در بررسی انجام شده توسط "وونگ" و همکاران^۱ (۱۹۹۴)، ۴۴ کارآفرینی در پاسخ‌های خود، ترس از شکست را به عنوان عامل بازدارنده کارآفرینی مورد اشاره قرار دادند.

شرکت‌های کوچک و متوسط در سنگاپور

در سال ۱۹۸۹، برنامه جامعی در زمینه توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در سطح ملی ارائه شد. این برنامه نشان دهنده تلاش و ابتکار سنگاپور برای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط بود. راهبرد اعلام شده در این خصوص این بود که با ایجاد یک محیط موافق برای تأسیس شرکت‌ها، حمایت از خودیاری و شتاب بخشیدن به سرعت رشد اقتصادی همراه با ایجاد انگیزه، شرایط برای

^۱- Wong et al

تأسیس شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی فراهم گردد. در این میان نقش دولت، هدایت شرکت‌ها و حمایت از آن‌ها از طریق تعیین خط‌مشی، بهبود محیط کسب و کار و ایجاد یک زیربنای حمایتی بود. در واقع اتخاذ سیاست تأسیس شرکت‌های کوچک و متوسط به این دلیل بود که این شرکت‌ها باید در اقتصاد آینده سنگاپور نقشی مهم را ایفاء کنند.

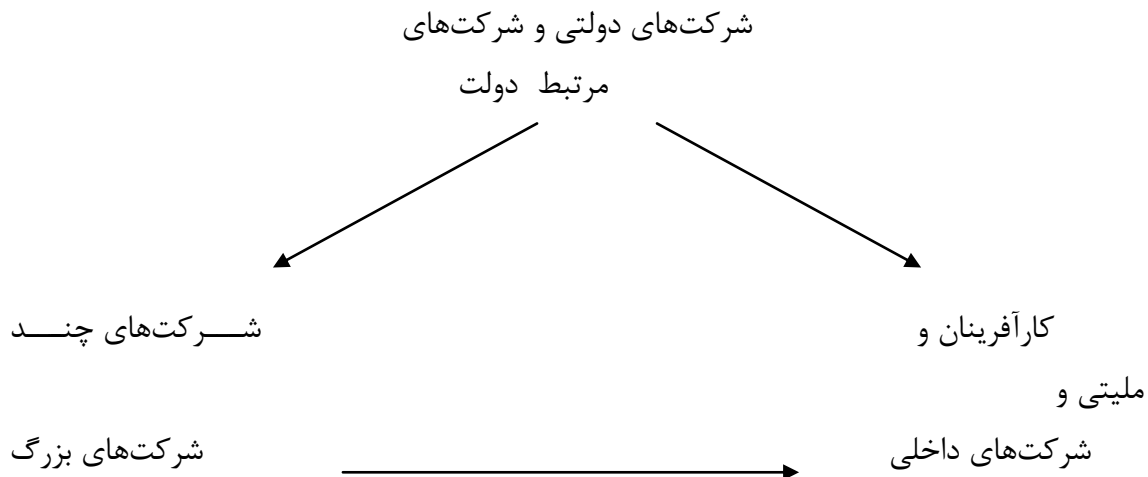
تعریف شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی

شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی در سنگاپور معمولاً باید دارای ویژگی‌های زیر باشند:

- ۱- سهام داخلی آن‌ها حداقل ۳۰ درصد باشد.
 - ۲- دارایی‌های مولد ثابت آن‌ها (یا آنچه که ارزش دفتری خالص کارخانه، ماشین‌آلات و تجهیزات تعریف شده است) از ۱۵ میلیون دلار تجاوز نکند.
 - ۳- تعداد کارکنان آن‌ها برای شرکت‌های غیر تولیدی، متجاوز از ۲۰۰ نفر نباشد.
- یک شرکت کوچک و متوسط (*SME*) باید دارای چنین شرایطی باشد تا مشمول برنامه‌های حمایتی دولت برای توسعه شود.

اهمیت نقش شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصاد سنگاپور هنگامی آشکارتر می‌شود که بدانیم اولاً این شرکت‌ها آن قدر توان بالقوه دارند که خود را بعنوان منبع کارآفرینی و نوآوری معرفی کنند و در آینده شرکت‌های موفق‌تری شوند و حتی طوری رشد کنند که به شرکت‌های جهانی تبدیل شوند. ثانیاً، شرکت‌های چند ملیتی در عملیات خود با گام‌هایی لرزان پیش می‌روند و عادت دارند که به کشورهای دارای منابع ارزانتر نقل مکان کنند. ثالثاً، وجود یک بخش مؤثر و کارآمد شرکت‌های کوچک و متوسط در داخل سنگاپور می‌تواند تأثیر منفی نقل مکان شرکت‌های چند ملیتی را خنثی کند و شرکت‌های چند ملیتی به یک پایگاه نیرومند شرکت‌های کوچک و متوسط نیاز دارند تا بتوانند نیازمندی‌های خود را تأمین نمایند. رابعاً، در عرصه‌های فناوری و خدمات، شرکت‌های کوچک و متوسط فرصت دارند تا جایگاه خود را در اقتصاد توسعه دهند و از فرصت‌های پنهان استفاده نمایند. از این‌رو، کارآفرینان و شرکت‌های داخلی همراه با شرکت‌های چند ملیتی و شرکت‌های دولتی در توسعه اقتصادی سنگاپور مشارکت دارند. اضلاع سه گانه مثلث مشارکت‌کنندگان در توسعه اقتصادی سنگاپور در تصویر ۱-۱ ترسیم شده است:

تصویر ۱-۱- عوامل مشارکت کننده در توسعه اقتصادی سنگاپور



راهبردهای سنگاپور برای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط

در اوایل سال ۱۹۸۷، دولت سنگاپور با تشکیل کارگروه شرکت‌های کوچک و متوسط، تلاش خود را برای تدوین راهبرد توسعه این شرکت‌ها آغاز کرد. این کارگروه که متشکل از نمایندگان ۶ مؤسسه دولتی بود وظیفه داشت تا راه‌های توسعه بخش شرکت‌های داخلی را بررسی کند و گروه‌هایی را مأمور کرد تا برای بررسی آخرین پیشرفت‌ها در این زمینه به ژاپن، کره و اروپا اعزام شوند. در این ارتباط، به منظور کاهش خطر پذیری راه‌اندازی شرکت و هدایت شرکت‌های کوچک و متوسط به سمت دگرگونی و رشد، ۵ راهبرد برای کارآفرینان داخلی طراحی شد که عبارتند از:

- اتخاذ، کاربرد و نوآوری فناوری
- برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری برای کسب و کار
- مدیریت منابع انسانی
- بهبود و آموزش بهره‌وری
- بازاریابی بین‌المللی و همکاری تجاری

با در نظر گرفتن آنچه که تشریح شد می‌توان چنین استنباط کرد که دولت نقش بسیار مهمی را در ارتقاء شرکت‌های کوچک و متوسط ایفاء می‌کند. برای مثال، مرکز ارتقاء شرکت‌های داخلی^۱ که در

^۱- The Local Enterprise Upgrading Center

سال ۱۹۹۶ تأسیس شد، نمونه بارزی از تلاش‌های دولت سنگاپور برای کمک به رشد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط و تبدیل آن‌ها به شرکت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است. راهبرد سنگاپور مستلزم این است که شرکت‌های کوچک و متوسط چشم‌اندازی به جهان داشته باشند و آن‌ها را به مشارکت در تجارت منطقه‌ای و جهانی تشویق می‌کند و دولت نیز خواستار این است که شرکت‌های سنگاپور فعالیت خود را به خارج از مرزهای این کشور توسعه دهند.

عناصر مهم این راهبرد در ارتباط با یاری‌رسانی به شرکت‌های کوچک و متوسط عبارتند از:

- **فراهم کردن امکان استفاده از حضور شرکت‌های چند ملیتی:** یکی از راهبردهای دولت سنگاپور در ارتباط با شرکت‌های داخلی کوچک و متوسط این است که این شرکت‌ها از حضور شرکت‌های چند ملیتی در سنگاپور منفعت ببرند. لذا از طریق "برنامه ارتقاء شرکت‌های داخلی"^۱ شرکت‌های چند ملیتی می‌توانند نقش مشاور و رایزن را برای شرکت‌های داخلی ایفاء کنند. به همین منظور، "شورای توسعه اقتصادی"^۲ شرکت‌های داخلی و شرکت‌های چند ملیتی را بمنظور بهبود کارایی عملیاتی شرکت‌های داخلی کوچک و متوسط گرد هم می‌آورد.

- **بهبود رقابت در سطح بین‌المللی:** تخصص و مهارت‌های فنی لازم از طریق برنامه کمک فنی به شرکت‌های داخلی به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌شود. این برنامه، شرکت‌های کوچک و متوسط را ملزم می‌سازد که کارکنان خود را برای آموزش دیدن به مراکز آموزشی مربوطه اعزام کنند. همچنین "شورای توسعه تجاری"^۳ شرکت‌های کوچک و متوسط را در زمینه بازاریابی بین‌المللی یاری می‌دهد.

- **رایانه‌ای سازی:** شورای ملی رایانه وظیفه دارد با برنامه *LT 2000* خود سنگاپور را به راهبرد اطلاعاتی رایانه‌ای مجهز سازد. برنامه رایانه‌ای کردن راهبرد اطلاعاتی با بهبود رقابت در سطح بین‌المللی ارتباط دارد.

یکی از ویژگی‌های فعالیت‌های متعدد دولت سنگاپور در جهت حمایت از توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط این است که علی‌رغم حمایت از تمامی شرکت‌های کوچک و متوسط واجدالشرایط، شرکت‌های موفق و پیروز مورد تأکید واقع می‌شوند. لذا آژانس‌های دولتی مختلف در جستجوی شرکت‌هایی هستند که صلاحیت، توانایی و تعهد در قبال نوآوری و رشد داشته باشند. به همین

^۱- *The Local Enterprise Upgrading Programme*

^۲- *Economic Development Board*

^۳- *Trade Development Board*

منظور، سازمان جدیدی بنام "شورای بهره‌وری و استاندارد"^۴ تشکیل شده‌است تا مسئولیت توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط را بعهده گیرد. در این اثنا، شرکت‌های آتیه داری که توانایی بالقوه خوبی از حیث تولید کالا و ارائه خدمات داشتند بیشتر مورد تأکید واقع می‌شدند. هم‌اکنون نیز آنچه اولویت دارد ارتقاء شرکت‌های کوچک و متوسط است به گونه‌ای که بتوانند از منابع به‌طور مؤثری استفاده کنند. از اینرو، دولت حداکثر تلاش را بعمل آورده‌است تا کارآفرینی را در قالب شرکت‌های داخلی در حال رشد ارتقاء دهد.

کشف مجدد کارآفرینی در سال‌های اخیر و نقش دولت موجب شده است که جامعه سنگاپور کارآفرینی را بهتر بشناسد و در نظام آموزشی، الگوهای نقش هنوز هم به عموم مردم و به نسل جوان نشان داده می‌شوند. همچنین جوایز متعددی به کارآفرینان اعطاء می‌شود و آن‌ها از طریق رسانه‌های گروهی به عموم شناسانده می‌شوند. چند نمونه از برنامه‌های اعطاء جوایز و معرفی کارآفرینان عبارتند از:

- اعطاء جایزه سال به کارآفرین نمونه توسط مرکز توسعه کارآفرینی دانشگاه فناوری "نانیانگ"^۵
- جایزه ویژه "بیزنس تایمز" و "DHL" برای شرکت کارآفرین نمونه سال
- پخش یک برنامه تلویزیونی در سال ۱۹۹۶ برای تشریح زندگی کارآفرینان برجسته
- چاپ نشریات متعددی که در آن‌ها ماجرای موفقیت کارآفرینان به تفصیل شرح داده شده‌است.

برنامه‌های دولت برای حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط و ارتقاء کارآفرینی

نیروی محرک توسعه کارآفرینی در سنگاپور توسعه اقتصادی است و توسعه کارآفرینی حاصل نمی‌شود مگر با تلاش دولت در جهت ایجاد شرکت‌های رقابتی. لذا دولت باید محیط مناسبی را برای ارتقاء کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های کارآمد کوچک و متوسط ایجاد کند. از دیگر اقداماتی که دولت می‌تواند انجام دهد ایجاد اقتصاد باز و جامعه باز است که خود می‌تواند به پیدایش یک محیط رقابتی منجر شود و تبادل نظرات و معلومات را به شیوه‌ای خلاقانه میسر سازد و نهایتاً به کارآفرینی و تأسیس شرکت منجر شود.

دولت سنگاپور با آگاهی از نقش مهمی که شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصاد این کشور ایفاء می‌کنند، طیف وسیعی از خدمات و طرح‌های مالی را برای کمک به ارتقاء این شرکت‌ها، حفظ

^۴- Productivity and Standards Board

^۵- Nanyang

پویایی آن‌ها و مواجهه موفقیت‌آمیز آن‌ها با چالش‌های جدید به اجرا در آورده‌است. این خدمات و طرح‌های مالی مجموعاً برنامه‌های حمایتی دولت برای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط و ارتقاء کارآفرینی نامیده می‌شوند.

در همین راستا، نخستین اقدامی که دولت سنگاپور انجام داد، ایجاد محیط مناسب برای توسعه کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های کوچک و متوسط و شرکت‌های رقابتی بود. در واقع توسعه سنگاپور بشکل یک مرکز تجاری و سپس حرکت به سمت صنعتی شدن و تبدیل شدن به یک جامعه اطلاعات ماوراء صنعتی نتیجه تلاش دولت در جهت ایجاد یک محیط مناسب برای کارآفرینی بوده‌است. در این راه، دولت سنگاپور ضمن تلاش برای جذب کارآفرینان شایسته و تشویق شرکت‌های کارآمد و موفق به تأسیس شعبه در سنگاپور در دوره‌های زمانی مختلف تاریخچه اقتصادی کوتاه مدت سنگاپور، به استقبال نوآوری رفت و خطر پذیری‌های اقتصادی را برای نیل به اهداف توسعه اجتماعی - اقتصادی خود پذیرفت. همین دو عامل نوآوری و خطر پذیری از ویژگی‌های بارز دولت سنگاپور بود.

از جمله اقدامات دیگری که دولت سنگاپور در راستای دستیابی به اهداف خود برای توسعه کارآفرینی انجام داده می‌توان به مواردی مثل راه‌اندازی برنامه جامع صنعتی شدن برای جذب صنایع تولیدی بمنظور تأسیس شعبات تولید در سنگاپور و ایجاد اشتغال و ایجاد محیطی مساعد برای سرمایه‌گذاری در سنگاپور، اشاره کرد. همچنین برای سرمایه‌گذاران خارجی نیز شرایط مساعدی چون معافیت از مالیات و ارائه انگیزه‌ها و کمک‌های متعدد فراهم شده‌است.

دولت سنگاپور برای ارتقاء کارآفرینی و حمایت از آن، اجرای برنامه‌های متعددی را در این زمینه در اولویت کار خود قرار داده‌است. این برنامه‌ها که برای تقویت کارآفرینان و اعطاء اختیارات به آن‌ها در نظر گرفته شده در قالب انواع کمک‌ها و پاداش‌های مالی، انواع برنامه‌های آموزشی برای توسعه کارآفرینی، کمک به کارآفرینان در انجام وظایف خاص یا اداره کردن عملیات و وظایف خاص و همچنین طرح‌های مشاوره‌ای مثل مدرنیزه کردن عملیات، بهبود عملکرد یا عملیات و تعیین امکان‌سنجی ارائه می‌شود.

از میان طرح‌های متعددی که دولت برای کمک به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط در نظر گرفته است، می‌توان به دو طرح کاملاً جامع اشاره کرد که شرکت‌های بزرگ و از جمله شرکت‌های چندملیتی را در بر می‌گیرند. هدف از این طرح‌ها ارتقاء شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق شناسایی نقاط ضعف و مشکلات آن‌ها مثل فقدان رقابت در نتیجه فقدان تخصص، مدیریت ضعیف، فقدان دانش فنی، فقدان استاندارد کیفیت در میان صنایع حمایتی داخلی می‌باشد. از جدیدترین این طرح‌ها می‌توان به طرح فرانسیز مربوط به مرکز توسعه فرانسیز اشاره کرد. این مرکز

درصد است تا شرکت‌های کوچک و متوسط در بخش خرده‌فروشی را ارتقاء داده و مدرنیزه کند. طرح دیگر، طرح توسعه صنایع حمایتی داخلی برای ارتقاء صنعت در سنگاپور می‌باشد. در واقع، هریک از این دو طرح کمک‌های جامعی را به شرکت‌های کوچک و متوسط در سنگاپور ارائه می‌دهند. علاوه بر این، دولت طرح‌های حمایتی متعددی دیگری را برای شرکت‌های کوچک و متوسط و شرکت‌های داخلی در سنگاپور مدنظر دارد. تعدادی از این طرح‌ها بشرح زیر می‌باشند:

- طرح حمایت از توسعه محصول که طبق آن کمک بلاعوض تا سقف ۵۰ درصد هزینه‌های مستقیم توسعه به شرکت‌های داخلی اعطاء می‌شود تا محصولات جدید یا بهبود یافته خود را توسعه دهند.
- طرح توسعه کسب و کار که طبق آن کمک‌های بلاعوض به شرکت‌های کوچک و متوسط اعطا می‌شود تا بتوانند فرصت‌های زیادتری را برای کسب و کار ایجاد کنند و فرصت‌های پنهان جدید را به ویژه در بازار بین‌المللی شناسایی کنند.
- طرح کاهش مالیات بندی مضاعف که به صادرکنندگان اجازه می‌دهد تا بخاطر هزینه‌هایی که در فعالیت‌های ارتقایی مثل شرکت در نمایشگاه‌های بازرگانی و مأموریت‌های بازرگانی، تأسیس دفاتر بازرگانی در خارج از کشور و توسعه بازارها در خارج از کشور متحمل می‌شوند از مزایای کاهش مالیات مضاعف استفاده کنند.
- طرح حمایت از توسعه بازار برای اعطاء کمک‌های نقدی بلاعوض تا سقف ۵۰ درصد و حداکثر ۲۵۰۰۰ دلار سنگاپور به منظور جبران هزینه‌های اولیه فعالیت‌های مربوط به توسعه صادرات مثل تهیه بروشور، شرکت در نمایشگاه‌های بازرگانی، ورود به بازارهای جدید برای بازاریابی و بازاریابی کالاها و خدمات جدید.
- طرح حمایت از طراحی محصول برای اعطاء کمک‌های نقدی بلاعوض تا سقف ۵۰ درصد و حداکثر ۵۰۰۰۰ دلار سنگاپور به منظور تشویق صادرکنندگان به سرمایه‌گذاری در طراحی و بسته‌بندی محصولات بهبود یافته.

از جمله طرح‌ها و برنامه‌های مهم دیگری که دولت سنگاپور برای ارتقاء کارآفرینی اجرا می‌کند و مشترکاً توسط شرکت‌های کوچک و متوسط مورد استفاده قرار می‌گیرند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- طرح تشویق سرمایه‌گذاری پر مخاطره^۱

^۱- Venture Capital Incentive Scheme

هدف از این طرح، تشویق شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی و شهروندان به سرمایه‌گذاری در فعالیتهای جدید فناورانه مربوط به کالاها، فرآیندها یا خدمات جدید است. این فعالیتها ممکن است در سنگاپور یا در خارج از آن انجام گردد.

۲- طرح برنامه‌ریزی جامع کسب و کار^۱

منظور از این طرح، تشویق شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی به تعیین یک راهبرد جامع برای کسب و کار است تا بتوانند در مراحل بعدی رشد و توسعه خود پیش روند. شرکت‌های داخلی به واسطه طرح برنامه‌ریزی جامع کسب و کار می‌توانند از مشاوره خارجی به منظور تهیه طرحی برای توسعه کسب و کار، انتقال فناوری، تنوع در کسب و کار و همکاری در کسب و کار استفاده کنند.

۳- طرح آموزش برای شرکت‌های نوپا^۲

این طرح به شرکت‌های نوپا کمک می‌کند تا کارایی و اثربخشی مدیریت خود را بهبود بخشند. این طرح شامل دو بخش مشاوره در خصوص مدیریت بازرگانی و مالی و فناوری اطلاعات و آموزش در زمینه آگاهی از کارآفرینی، مدیریت شرکت و برنامه‌های منطبق بر نیازهای شرکت می‌باشد.

^۲- *Total Business Planning Scheme*

^۳- *Training for Start – up Enterprises*

۴- طرح پیشگامی در فناوری جدید^۱

این طرح برای ایجاد توانایی‌های تازه در شرکت‌ها و صنایع مورد استفاده قرار می‌گیرد و هدف از آن تشویق شرکت‌ها به پرورش نیروی انسانی برای استفاده از فناوری‌ها، تحقیق و توسعه صنعتی و دانش فنی حرفه‌ای جدید و طراحی و توسعه کالاها، فرآیندها و خدمات جدید است.

۵- طرح اجازه سرمایه‌گذاری^۲

این طرح شرکت‌های داخلی را به سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات و تجهیزات جدیدی که برای ارتقاء عملیات تولید سودمند هستند یا به فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بالاتری منجر می‌شوند تشویق می‌کند.

به موجب این طرح، آن مقدار از درآمد که برابر با مقدار (نسبت) معینی از سرمایه‌گذاری جدید در تجهیزات تولیدی است از مالیات معاف می‌باشد.

شایان توجه است که توسعه یک شرکت در سنگاپور به چهار مرحله تقسیم می‌شود که عبارتند از: راه‌اندازی، رشد، توسعه و سرمایه‌گذاری در خارج از کشور. در هر مرحله، دولت کمک‌های خود را در قالب اعطاء کمک‌های بلاعوض، وام‌ها یا محرک‌های مالیاتی ارائه می‌دهد. خدمات ارائه شده شامل مشاوره، آموزش، و خدمات فنی توسط مراکز متعدد می‌باشد و علاوه بر آن، آژانس‌های اقتصادی دولتی نیز ارائه این خدمات را تسهیل می‌کنند.

در جدول شماره ۷ طرح‌ها و برنامه‌های حمایتی دولت سنگاپور برای هر مرحله از رشد و توسعه یک شرکت آمده است.

دوره‌های آموزشی کارآفرینی

در سنگاپور دوره‌های آموزشی متعددی در خصوص کارآفرینی توسط دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های پلی‌تکنیک برگزار می‌شود. مؤسسه‌های آموزشی دانشگاهی و آژانس‌های دولتی نیز تعدادی از برنامه‌های کوتاه مدت را در ارتباط با این رشته ارائه می‌دهند. یکی از مراکز آموزشی که در زمینه آموزش کارآفرینی نیز فعالیت می‌کند دانشگاه "نانیانگ" می‌باشد. یکی از برنامه‌های درسی مهم این دانشگاه، برنامه توسعه مهارت‌های شخصی است. در این برنامه درسی، شرکت‌کنندگان بمنظور تکمیل

^۴- *Initiatives in New Technology*

^۵- *Investment Allowance Scheme*

دانش فنی مورد نیاز خود، مهارت‌های شخصی مهم را فرا می‌گیرند؛ و توسعه مهارت‌های مهمی نظیر کارآفرینی، و خلاقیت مورد تأکید واقع می‌شوند.

جدول شماره ۷- طرح‌ها و برنامه‌های حمایتی دولت برای شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی در هر مرحله از رشد

فعالیت در خارج از کشور	توسعه	رشد	راه اندازی
طرح توسعه کسب و کار	طرح تأمین مالی شرکت‌های داخلی	طرح تأمین مالی شرکت‌های داخلی	طرح تأمین مالی شرکت‌های داخلی
تخفیف مضاعف برای هزینه‌های توسعه سرمایه‌گذاری در خارج از کشور	طرح رایانه سازی شرکت‌های داخلی	طرح رایانه سازی شرکت‌های داخلی	طرح رایانه سازی شرکت‌های داخلی
طرح کمک به توسعه فرانسیز	طرح حسابداری شرکت‌های داخلی	طرح حسابداری شرکت‌های داخلی	طرح حسابداری شرکت‌های داخلی
طرح سرمایه‌گذاری بر روی منطقه‌ای شدن	طرح توسعه نوآوری	طرح توسعه نوآوری	طرح توسعه نوآوری
طرح ارتقاء صنعت داخلی	صندوق توسعه مهارت‌ها	صندوق توسعه مهارت‌ها	طرح مرکز رشد تحقیق و توسعه
تشویق شرکت‌های خارج از کشور تشویق سرمایه‌گذاری در خارج از کشور	سرمایه پرمخاطره	سرمایه پرمخاطره	صندوق توسعه مهارت‌ها
	گواهینامه ایزو ۹۰۰۰	گواهینامه ایزو ۹۰۰۰	سرمایه پرمخاطره
	گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰	گواهینامه ایزو ۱۴۰۰۰	
	طرح کمک فنی به شرکت‌های داخلی	طرح کمک فنی به شرکت‌های داخلی	
	طرح ارتقاء صنعت داخلی	طرح ارتقاء صنعت داخلی	
	وضعیت پیشگام/ اجازه	وضعیت پیشگام/ اجازه	

	سرمایه گذاری	سرمایه گذاری	
	طرح استفاده از اتوماسیون		
	طرح توسعه نشان تجاری		
	طرح توسعه کسب و کار		
	طرح کمک به توسعه فرانشیز		
	برنامه ریزی جامع کسب و کار		

منبع: *PSB Homepage (www. Psb. gov. sg / ieucframe. Html)*

یکی از تکالیف محوله به شرکت کنندگان، پروژه توسعه یک کسب و کار است که از طریق آن، آن‌ها مهارت‌های کارآفرینانه را فرا می‌گیرند. در جدول شماره ۸- تعدادی از دروس مربوط به مدیریت کسب و کار و کارآفرینی که در دانشگاه "نانیانگ" تدریس می‌شود آمده‌است.

جدول ۸- دروس مدیریت کسب و کار و کارآفرینی در دانشگاه "نانیانگ"

واحد	مدت	عنوان درس
ساعت	۳۰	مقدمه‌ای بر مدیریت خطر پذیری
ساعت	۱۸	چگونگی تهیه یک برنامه کسب و کار
ساعت	۲۱	تأمین مالی کسب و کار
ساعت	۳۰	مدیریت برای موفقیت کسب و کار



□ فیلیپین

در فیلیپین سازمان‌های زیادی به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کنند. ضمن آن که برخی شرکت‌های غیردولتی و غیرانتفاعی نیز از جنبه‌هایی به این شرکت‌ها کمک می‌نمایند. مهمترین خدماتی که به این شرکت‌ها ارائه می‌شود شامل خدمات اطلاعاتی، برنامه‌های آموزش مدیریت و فناوری و خدمات مالی می‌باشد. از تعداد ۷۹ مؤسسه کمک کننده، ۲۱ بنگاه دولتی بوده و به اجرای برنامه‌های آموزشی و خدمات اطلاعاتی می‌پردازند و ۱۹ بنگاه دولتی نیز در مجموع ۱۱۱ برنامه اعتباری و خدمات مالی را ارائه می‌کنند.

وزارت تجارت و صنعت فیلیپین جهت ترویج کارآفرینی و رشد صنایع کوچک امور مربوطه را به اداره توسعه شرکت‌های کوچک و توسط (BSMBD)^۱ واگذار کرده است. هدف BSMBD کمک به رشد و توسعه شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در فیلیپین است. این اداره از برنامه‌ها و پروژه‌هایی که نیازهای خاص شرکت‌های کوچک را در زمینه توسعه کارآفرینی، توسعه شرکت و بهبود بهره‌وری و تأمین مالی برآورده می‌کنند حمایت به عمل می‌آورد.

مأموریت و رسالت BSMBD عبارتست از:

- ایجاد محیطی که به رشد و توسعه پایدار شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور کمک می‌کند.

- تدوین، اجرا و هماهنگ نمودن خط مشی‌ها، برنامه‌ها و خدمات لازم برای توسعه کارآفرینان و پشتیبانی از شرکت‌های ولتی.

- ایجاد پیوند قوی بین مؤسسات داخلی و خارجی در راستای تقویت شرکت‌های کوچک.

- BSMBD که بخش‌های متعدد دارد، سه وظیفه اصلی را انجام می‌دهد:

(۱) نمایندگی سیاست‌گذاری (در دفاع از حقوق کارآفرینان در مجامع قانونی و حقوقی)

(۲) توسعه کارآفرینی

(۳) توسعه شرکت‌ها

در این رابطه توجه دولت فیلیپین به توسعه کارآفرینی از اهمیت زیادی برخوردار بوده و شامل

موارد زیر است:

¹ - Bureau of Small and Medium Business Development (BSMBD)

- (الف) پروژه حمایت از کارآفرینان^۱: ارائه خدمات مستقیم و غیرمستقیم، تقویت موقعیت کارآفرینی، جلب مشارکت سازمان‌های مربوطه از اهم موارد توجه در این پروژه است.
- (ب) خدمات مشاوره توسعه^۲: این برنامه مشوق گسترش رویه‌های مدیریتی و فنی مورد استفاده در سطح جهانی مؤسسات کوچک را نیز افزایش می‌دهد.
- (ج) برنامه توسعه کارآفرینی منطقه‌ای و برنامه اقتصاد مبتنی بر شایستگی از طریق تشکیل کارآفرینان^۳: هدف این پروژه کمک به رشد کارآفرینان در مناطق شهری و نیمه شهری فیلیپین است.
- (د) برنامه اعتباری "تالونگ ساتائو" برای فقیرترین افراد^۴: هدف این برنامه تأمین مالی کارآفرینانی است که به فقیرترین خانواده‌ها تعلق دارند.
- (ه) برنامه تأمین معیشت بخشی^۵: این برنامه در جهت افزایش درآمد و بهبود شرایط معیشتی بخش‌های محروم مانند کارگران، جوانان، افراد فقیر روستایی، زنان، دهقانان تلاش می‌کند و کمک‌های بلاعوضی را در جهت ایجاد کار و منبع درآمد به آنها اعطاء می‌کند.
- (و) مشاوره به برنامه توسعه شرکت‌های خرد^۶: این برنامه که توسط مجلس سنا و مجلس نمایندگان به تصویب رسیده است معطوف نیازهای گروه‌های محروم و یا سازمان‌های تازه تأسیس است که نمی‌توانند از نظر مالی به اندازه کافی سرمایه‌گذاری نمایند.
- (ز) قانون صنعتی کردن منطقه‌ای^۷: کمک به ایجاد صنایع تولید یا پردازش کالا در مناطق شهری.
- (ح) برنامه توسعه انتقال فناوری صنعتی به مؤسسات کوچک و متوسط^۸: قانون حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط در اوایل سال ۱۹۹۱ تصویب شد. طبق این قانون شورای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط^۹ و شرکت تضمین وجوه برای ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط^{۱۰}

¹ - Entrepreneur Support Project (ESP)

² - In-Plant Consultancy Services (IPICS)

³ - Countryside Entrepreneurship Development Program – Competency-based Economies Throug formation (CEDP-CEFE)

⁴ - Tulong sa Tao credit program for poorest of the poor

⁵ - Sectoral Livelihood Program (SLP)

⁶ - Assistance to Micro-Enterprise Development Program (AMEDP)

⁷ - countrywide Industrialization Act

⁸ - Small and Medium Industrial Technology Transfer Development Program (SMITTD)

⁹ - Small and Medium Enterprise Development (SMED)

¹⁰ - Small Business Guaranteed and Finance Corporation (SBGFC)

تشکیل گردید و بانک‌ها موظف شدند تا سالانه وجوهی را برای ایجاد شرکت‌های کوچک به صورت وام در اختیار متقاضیان قرار دهند.

شورای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط بالاترین سیاستگذاری برای توسعه شرکت‌های کوچک می‌باشد و مسئولیت گسترش، رشد و توسعه آنها در سطح فیلیپین را عهده‌دار می‌باشد. این شورا دارای چندین بخش است که عبارتند از: علوم و فناوری، کشاورزی، محیط و منابع طبیعی، نیروی کار و اشتغال، تضمین و تأمین مالی شرکت‌های کوچک و بخش تجارت و صنعت که ریاست شورا را نیز بر عهده دارد. دو کارگروه تحقیقات و سیاستگذاری و همچنین کارگروه طرح و برنامه نیز با ریاست بخش خصوصی اهداف این شورا را در جهت توسعه شرکت‌های کوچک پیش می‌برند.

فعالیت‌های SBGFC در توسعه کارآفرینی

به طور کلی فعالیت‌های این شورا برای توسعه کارآفرینی در کنار انجام فعالیت‌های آموزشی در بعد ایجاد منابع مالی لازم و برقراری تضمین‌های کافی برای برخورداری افراد کارآفرین و شرکت‌های کوچک از وام‌های بانکی جهت توسعه می‌باشند. به طور کلی اهداف آن را در بخش مالی می‌توان در سه اصل جستجو نمود:

۱- تأمین حمایت مالی از ایجاد شرکت‌های کوچک و تأمین سرمایه در گردش برای آنها

۲- افزایش سطح حمایت‌ها کمک‌های دولت در زمینه تأمین منابع و اعتبارات مالی

۳- ایجاد روش‌های دیگر تأمین مالی برای ایجاد شرکت‌های کوچک

شرکت SBGFC برای تحقق اهداف خود اقدام به تأسیس واحد تسهیل تأمین مالی شرکت‌های کوچک^۱ نموده است. این واحد با ایجاد ارتباط با مراکز و مؤسسات مالی خصوصی زمینه‌های لازم برای سوق دادن منابع آنها به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک را فراهم می‌آورد. به طور کلی استفاده‌کنندگان از این گونه تسهیلات باید در چهار بخش زیر فعالیت داشته باشند.

- تجارت محصولات کشاورزی

- تولید کارخانه‌ای

- فرآوری محصولات کشاورزی

- خدمات

ضمن این که درخواست برخورداری از این تسهیلات باید در یکی از چهار زمینه زیر صورت گیرد:

- خرید اموال ثابت

¹ - Small Enterprise Financing Facility (SEFF)

- توسعه و ساخت کارخانه
- سرمایه در گردش ثابت
- سرمایه در گردش جاری

موانع و محدودیت‌های رشد شرکت‌های کوچک و متوسط

باید توجه داشت که در قوانین، کلیات تصویب می‌گردد و در مرحله اجرا، بسیاری از واحدها در یک طیف با مشکل مواجه می‌شوند. برای مثال واحدهای صنایع روستایی نمی‌توانند از برنامه‌های تأمین مالی استفاده نمایند، چرا که دارای تشکیلات اداری و بررسی‌های کارشناسی مانند واحدهای بزرگتر نیستند و به همین دلیل نیز این قانون با ایجاد اصلاحاتی، شرکت *SBGFC* را ملزم به حمایت از این شرکت‌ها نیز نمود. شرکت‌های کوچک به سبب ماهیت وجودی‌شان دارای انعطاف‌پذیری و توانایی لازم نمی‌باشند تا بتوانند بر روند کلی بازار و قوانین تأثیر داشته باشند؛ چون سهم زیادی از بازار را در زمینه فعالیت خود در دست ندارند و حتی نمی‌توانند در سیاست‌های قیمت‌گذاری محصول در بازار تعیین‌کننده باشند.

همچنین این شرکت‌ها از مزایای تولید انبوه نیز برخوردار نیستند، گرچه این نوع امتیازات در تولید، خرید، حمل و نقل و بازاریابی در سطح انبوه امروزه رو به کاهش است و با نفوذ موفقیت‌آمیز شرکت‌های کوچک و متوسط در بازار، دیگر این ابعاد در قیمت تمام شده محصول تعیین‌کننده اصلی نمی‌باشند.

بعد دیگری که سبب محدودیت این شرکت‌ها می‌شود نیازهای اطلاعاتی آنها می‌باشد. این اطلاعات بسیار گسترده و متنوع می‌باشد و مهمترین مسائل در خصوص سیاست‌ها، خط‌مشی‌های قانونی، فرصت‌ها و خدمات و تغییرات محیطی می‌باشد. از مهمترین اقدامات اصلاحی دولت‌ها برای استفاده از این‌گونه مزایا می‌توان به آزادسازی و حذف قوانین دست و پاگیر شرکت‌ها اشاره کرد. تغییرات سیاست‌های دولت نیز تأثیرات معکوسی بر فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط دارد. به همین دلیل لازم است تا بنگاه‌های متعددی متولی شرکت‌ها باشند و بتوانند امکانات برخورداری از منابع مالی را برای آنها فراهم نمایند.

نقش شرکت‌های کوچک و متوسط در توسعه خود

مشارکت بخش خصوصی در رشد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، نیروی محرک اتاق صنایع و بازرگانی فیلیپین بوده است و این مهم با همکاری شورای سیاستگذاری *SMED* صورت

می‌گیرد. در سال ۱۹۹۶ رئیس جمهور در جهت اجرای اقدامات راهبردی برای رقابتی نمودن شرکت‌ها در سطح جهانی برنامه‌های زیر را در صدر فعالیت‌های مراکز ذیربط قرار داد:

- یکپارچگی آموزش‌های کارآفرینی
- ارتقاء منابع انسانی و آموزش
- تسهیل دستیابی به فناوری
- عقلایی نمودن شرایط تأمین مالی
- توسعه فعالیت‌های بازاریابی تهاجمی
- افزایش سرمایه‌گذاری در بخش‌های زیربنای مناطق غیر شهری
- ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی منسجم
- تقویت بنگاه‌های مسئول توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط

نقش مؤسسات دانشگاهی

در راستای بهبود نیروی انسانی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند. بخش زیادی از توسعه صنایع کوچک در فیلیپین بیشتر توسط خود مؤسسات کوچک به عمل آمده است تا دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها. در اواخر دهه ۷۰، دانشگاه فیلیپین مؤسسه صنایع کوچک را تحت پوشش دانشکده مدیریت بازرگانی تأسیس نمود که مسئولیت اصلی آن انجام تحقیقات، آموزش و خدمات توسعه صنعتی بود. در سال‌های بعد سایر دانشگاه‌ها هم با پیروی از الگوی دانشگاه فیلیپین، در جهت آموزش کارآفرینی گام‌هایی را برداشتند.

تلاش دانشگاه‌ها به این نتیجه ختم شد که مؤسسات در تهیه و برگزاری برنامه‌های خود نه تنها منابع دانشکده‌های بازرگانی بلکه از منابع دانشکده‌های مهندسی، حقوق و سایر دانشکده‌های حرفه‌ای استفاده نمودند. البته در این رابطه علیرغم تلاش‌های فوق، دانشکده‌ها و دانشگاه‌های فیلیپین تلاش فعال در این زمینه نداشتند و از مداخله مستقیم در پروژه‌های مربوطه دوری می‌جستند.

علاوه بر تلاش‌های انجام شده در سطح دانشگاه برای ترویج کارآفرینی و صنایع کوچک، در سطح دبیرستان هم فعالیت‌های به عمل می‌آمد که برای مثال معرفی و شناساندن مدیریت خطر پذیر و کارآفرین در سطح دبیرستان در شهر «لیست» در سال ۱۹۷۷ نمونه‌ای از این مورد است.

راهبرد رسمی آموزشی فیلیپین بیشتر معطوف به تربیت دانش‌آموختگانی بود که بیشتر به دنبال پیدا کردن کار باشند، تا این که خودشان کار و شغل ایجاد نمایند. این رویکرد از سوئی باعث رشد صنایع بزرگ می‌شد که بیشتر سرمایه‌بر بودند تا کاربر و از سوی دیگر نسبت مهاجرت را افزایش می‌داد. بنابراین، تلاش دانشگاه‌ها برای ترویج کارآفرینی و رشد صنایع کوچک می‌تواند باعث شود که اولاً زمینه اشتغال در سطح کشور فراهم شود و ثانیاً میزان مهاجرت به شهرهای بزرگ کاهش یابد.

در راستای تلاش مزبور، مدیران و مسئولان دولتی با کمک اساتید دانشگاه یک برنامه آموزشی برای یک درس سه واحدی تحت عنوان مدیریت خطر پذیر طراحی کردند که اهم عناوین مطروحه در این برنامه عبارتند از: عوامل رفتاری در پرورش و بهبود مدیریت خطر پذیر، عوامل محیطی و شرایط مؤثر بر اجرای مدیریت خطر پذیر در فیلیپین، نقش مدیران خطر پذیر در توسعه اقتصادی، مسئولیت‌ها و تعهدات اجتماعی یک مدیر خطر پذیر، تعیین اهداف خطر پذیری و خطر در امور بازرگانی.

دانشکده‌های بازرگانی نیز در رشته مدیریت بازرگانی در سطح کارشناسی ۲۴ واحد درسی ارائه می‌دهند که با مدیریت خطر پذیر و کارآفرین و مدیریت واحدهای بازرگانی و صنعتی کوچک ارتباط مستقیم دارد. در این کشور یک کتابشناسی در مورد مدیریت خطر پذیر و مدیریت واحدهای کوچک

تهیه شد که بین دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی توزیع گردید. در ضمن برای رشته‌های مربوطه یک کتاب درسی مدیریت خطر پذیر تحت عنوان "آنترتکست"^۱ تهیه شد.

همچنین برای پرورش، بهبود و توسعه منابع انسانی، از روش "برانگیختن نیل به هدف" استفاده می‌شد و این روش زمینه مناسب را برای ایجاد واحدهای کوچک و یا داشتن سبک مدیریت خطر پذیر و کارآفرین آماده می‌کند و یا این که در نهایت آنها را برای استخدام شدن در سایر واحدها آماده می‌کند.

اتاق بازرگانی و صنایع به همراه شورای توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط به طور مشترک مراکزی را جهت حمایت از توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد نمودند و مدیریت این واحدها نیز به بخش خصوصی واگذار گردید. تعدادی از این مراکز عبارتند از: اتاق بازرگانی صنایع کوچک^۲ مرکز صنایع کوچک^۳ پایگاه اطلاعات صنایع کوچک^۴

مراکزی نیز با هدف تقویت بازاریابی و بخش خصوصی و نهایتاً بالا بردن توان شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد می‌شوند. این مراکز مطالعات امکان‌سنجی را از ابعاد انتقال فناوری و آموزش، بازاریابی و تأمین مالی و... انجام می‌دهند.

به طور کلی شرکت‌های بزرگ و متوسط تداوم بقاء و حفظ توان رقابتی خود در بلند مدت را مرهون ارزش افزوده حاصل از شرکت‌های کوچک می‌دانند. چرا که محصولات این شرکت‌ها به عنوان مواد اولیه شرکت‌های بزرگ محسوب می‌شوند. رقابت شدید شرکت‌های بزرگ با توجه به سرعت بالای تغییرات فناوری، ساختاری منعطف و نوآور را در شرکت‌های کوچک و متوسط طلب می‌نماید. ضمن این که این شرکت‌ها مکان مناسبی برای رشد استعدادهای بوده و افراد بسیاری که در آینده به طور مستقل شروع به کار می‌نمایند از دل این شرکت‌ها بیرون می‌آیند به عبارتی این شرکت‌ها سبب پویایی و بالا رفتن سطح رقابت در اقتصاد می‌شوند. و از سوی دیگر همین شرکت‌ها ضمن ایجاد اشتغال و ثبات در جامعه سبب بالارفتن سطح پس‌انداز در جامعه، ارتباط واحدهای کشاورزی و صنعتی، بهبود رفاه شهری و نهایتاً بالا رفتن مشارکت مردم در اقتصاد می‌گردند.

مشارکت شرکت‌های کوچک و متوسط در مناطق ویژه اقتصادی

^۱ - Entretext

^۲ - SME Trade House

^۳ - SME Center

^۴ - SME Date Base

همکاری و مشارکت نزدیک دولت و بخش خصوصی سبب ایجاد پیشرفت‌های محسوسی در توسعه مناطق ویژه اقتصادی شده است. این مناطق سه نقش اساسی را در اقتصاد ایفاء می‌نمایند. که عبارتند از: اشتغال، توسعه مناطق غیر شهری، و افزایش درآمدهای صادراتی. این قضیه سبب شده تا سرمایه فناوری به آسانی از خارج به فیلیپین وارد شود. برنامه ساخت، عملیات، انتقال (*BOT*)^۱ که از سوی دولت اجرا شده سبب جذب سرمایه‌گذاری‌های بالا و توسعه بخش زیربنایی شده است. سطح جذب سرمایه‌گذاری در سال ۹۵ نسبت به سال قبل در حدود ۴۴۶ درصد رشد داشته است. ضمن این که ایجاد ۳۳ درصد رشد اشتغال و ۵ درصد رشد صادرات در این سال از دیگر محاسن این حمایت‌ها بوده است.

موفقیت مناطق ویژه اقتصادی سبب رشد و گسترش آنها گردید به طوری که هم اکنون ۶۴ واحد ویژه اقتصادی ایجاد شده است که تنها ۴ منطقه دولتی است و واحدها بیشتر در زمینه خدمات مسکن، غذا، خشکشویی، تفریحات، مخابرات، حمل و نقل و تأمین نیازهای کارگران در این مناطق مشغول به کار می‌باشند.

^۱ - Build-Operate-Transfer (BOT)

□ کانادا

کانادا از کشورهای عضو پیمان اقتصادی *NAFTA* بوده و بزرگترین شریک تجاری آن ایالات متحده آمریکا می‌باشد. مجاورت با یکی از قدرتمندترین نظام‌های اقتصادی و وجود روابط دیرینه و گسترده اقتصادی با آن عملاً و به طور تاریخی رقابتی‌تر شدن اقتصاد کانادا جهت عدم استحاله در نظام اقتصادی ایالات متحده آمریکا را به دنبال داشته است. رقابتی‌تر شدن هسته مرکز راهبرد کلی توسعه اقتصادی در کانادا است که در تمامی سطوح اداری بر ضرورت آن اتفاق نظر وجود داشته و در عین حال مبنایی برای توجه و بسط کارآفرینی در تمام ایالت‌ها و فارغ از تفاوت‌های منطقه‌ای بوده است. بنابراین در کلیه برنامه‌های توسعه اقتصادی ایالت‌ها و مناطق مختلف این کشور عناصر و اجزای زیر به عنوان مؤلفه‌های مشترک قابل پیگیری می‌باشند:

- ۱- سالم‌سازی، شفاف‌سازی و افزایش کارآمدی بازار و عناصر آن.
- ۲- توسعه علمی - فنی در زمینه صنایع با ارزش افزوده بالا نظیر فناوری اطلاعات و زیست-فناوری

- ۳- ترویج و توسعه کارآفرینی به عنوان راهکار اصلی استفاده تجاری از دستاوردهای علمی و فنی در افزایش رقابت‌پذیری بازار و نظام اقتصادی

برای تعقیب این راهبرد تشکیلات مختلف دولتی در سطوح فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی به همراه بخش خصوصی این کشور چتری حمایتی تحت عنوان مجمع صنعت ایجاد نموده‌اند، کلیه سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه و از آن جمله سیاست‌های توسعه کارآفرینی توسط این مجمع هماهنگ شده و توسط هر یک از اعضاء مسئول به اجرا گذاشته می‌شود.

کارآفرینی، جستجو فرصت‌های بالقوه اقتصادی، تعیین آنها، تدوین راهبرد خلاق و نوآورانه برای بهره‌برداری از آنها، سازماندهی و مدیریت منابع برای رسیدن به اهداف راهبرد است. جستجوی فرصت‌های بیش از هر چیز به انگیزش و اطلاعات نیاز دارد و بنابراین ایجاد انگیزه و تأمین اطلاعات برای آحاد جامعه جهت جستجوی فرصت‌ها و تعیین آنها جزئی از راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا می‌باشد.

تدوین یک راهبرد خلاق و نوآورانه برای بهره‌برداری از فرصت‌ها مستلزم خطرپذیری و استفاده از دستاوردهای علمی در زمینه منابع و مواد تولید، روش‌ها، سازمان و محصولات (کالا و خدمات) است و بنابراین در این مؤلفه از کارآفرینی نیز نقش دولت‌های ایالتی و فدرال کانادا به همراه سازمان‌های

توسعه منطقه‌ای علاوه بر حمایت از پیشرفت‌های علمی، انتقال هرچه بیشتر اطلاعات مربوط به این پیشرفت‌ها به کارآفرینان و تأمین بستری است که مخاطرات ناشی از کاربرد منابع، روش‌ها، سازمان و محصولات جدید به حداقل کاهش یابد.

مؤلفه آخر از کارآفرینی تجهیز، سازماندهی و مدیریت منابع در جهت علمی ساختن راهبرد است و در این جهت نیز یک راهبرد توسعه کارآفرینی نیازمند شفافیت و صراحت است. در راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا بخش عمده‌ای از سیاست‌ها و برنامه‌ها معطوف به این جنبه از فرآیند کارآفرینی است.

۱- راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا

کانادا از کشورهای معدودی است که دارای یک راهبرد توسعه کارآفرینی در سطوح فدرال، منطقه‌ای و ایالتی است. هدف از اتخاذ این راهبرد سالم‌سازی، افزایش کارآمدی و رقابتی‌تر کردن اقتصاد این کشور، توسعه فنی - فناوری و تجاری کردن دستاوردهای علمی - فنی از طریق ترویج نوآوری و توجه ویژه به کسب و کارهای کوچک به عنوان عاملین اصلی و پر تعداد در عرصه فعالیت‌های اقتصادی است.

راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا که از سوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی نیز به عنوان یک الگوی موفق برای سایر کشورها توصیه شده است، مبتنی است بر:

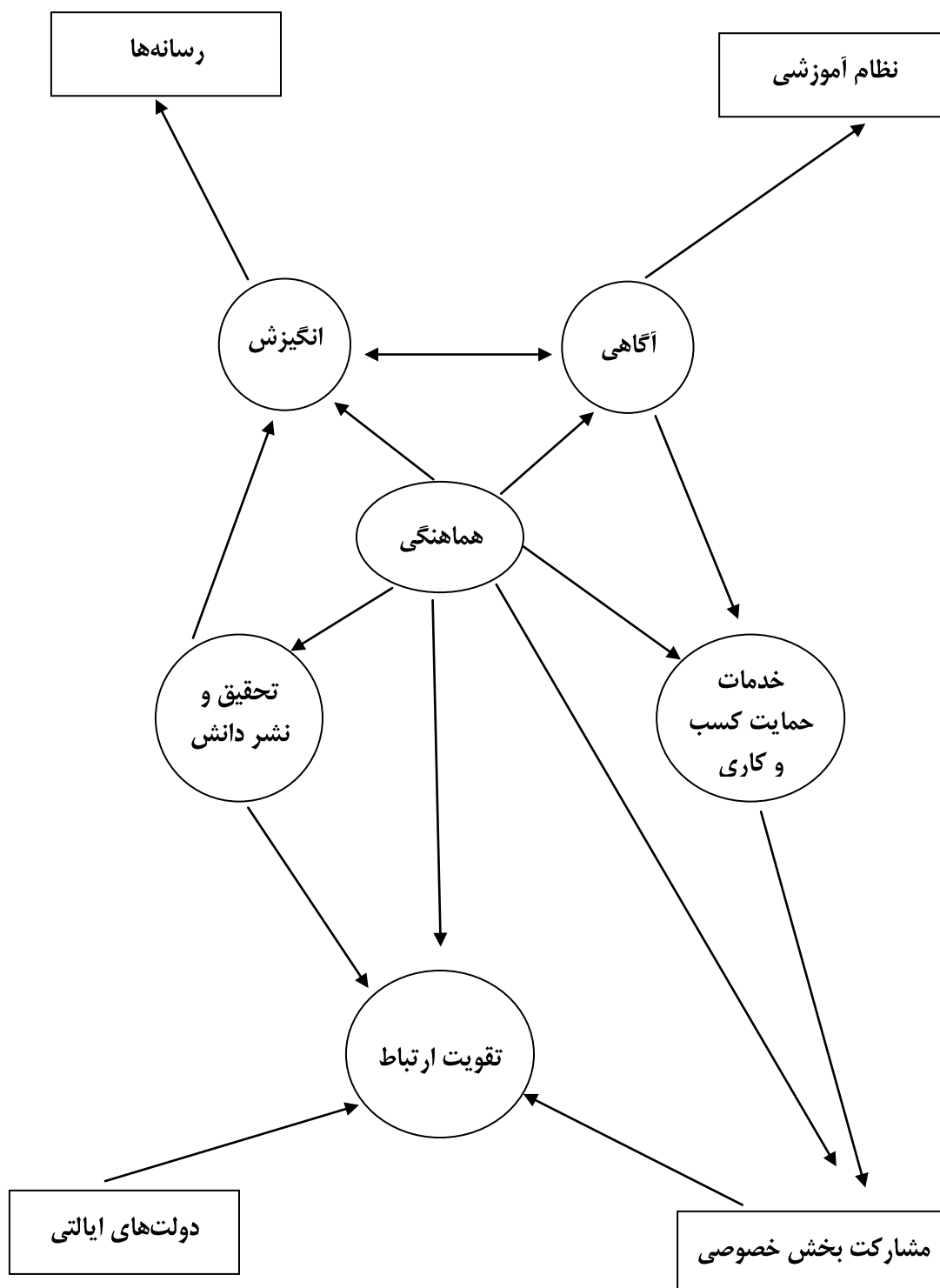
- اصلاحات فرهنگی برای افزایش ارزش‌گذاری اجتماعی کارآفرینی
- اصلاحات ساختاری و تغییر در قوانین برای تسهیل فرآیند کارآفرینی
- حمایت مالی - فنی - اطلاعاتی و مدیریتی جهت تجهیز منابع برای کارآفرینان

مؤلفه‌های اصلی راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا در تصویر (۱) ارائه شده است. در این الگو، انگیزش افراد عمدتاً از طریق رسانه‌های عمومی، نظام آموزشی و برنامه‌های ویژه‌ای نظیر اهدای جوایز ویژه به کارآفرینان دنبال می‌شود.

علاوه بر نقش نظام آموزشی در تربیت انسان‌های آگاه به کارآفرینی، برنامه‌های متعددی نیز در بیرون از نظام آموزشی برای آگاه‌سازی به اجرا گذاشته می‌شوند. در مؤلفه آگاه‌سازی علاوه بر نظام آموزشی و رسانه‌ها، ساز و کارهای اختصاصی نیز ایجاد می‌گردند که در ادامه گزارش مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

در این الگو تحقیق و نشر دانش به عنوان مؤلفه‌ای از راهبرد است که افزایش فرصت‌های اقتصادی برای بهره‌برداری توسط کارآفرینان را به دنبال دارد و بنابراین علاوه بر این که در انگیزش افراد برای کارآفرینی مؤثر است، به تقویت ارتباطات بین عناصر مختلف و مؤثر در فرآیند توسعه می‌انجامد. خدمات حمایت از کسب و کارها نیز دقیقاً با هدف توانمندسازی کارآفرینان و تجهیز منابع موجود جامعه برای استفاده از آنها توسط کارآفرینان ارائه شده و مجموعه آنچه تحت عنوان مثلث انگیزشی - مهارت - فرصت نامیده می‌شود به واسطه ایجاد نهادهای متناسب و تقویت ارتباطات بین نهادها هماهنگ می‌گردد. در این نهادسازی و تقویت ارتباطات مشارکت بخش خصوصی الزامی است.

تصویر ۱- راهبرد توسعه کارآفرینی در کانادا



۲- سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

مطالعات این گروه نشان می‌دهد که سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا با دو ویژگی شناخته می‌شود:

الف) گروه‌بندی مفصلی از جمعیت و کسب و کارها به عنوان گروه‌های هدف بر سیاست معین انجام شده است. به این معنی که سیاست‌ها برای گروه‌های مختلف اجتماعی جداگانه تعریف شده‌اند. ب) سیاست‌ها در سطوح مختلف فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی خرد شده‌اند، به نحوی که تمامی منابع در دسترس این کشور جهت توسعه کارآفرین به طریق هم‌افزا^۱ مورد استفاده قرار گیرند. در کشور مورد مطالعه گروه‌بندی نسبتاً مفصلی برای تعیین گروه‌های هدف سیاست‌های توسعه کارآفرینی صورت گرفته است. این گروه‌ها عبارتند از:

- کارآفرینان بالقوه شامل:

- زنان

- جوانان

- کارکنان شرکت‌ها

- سایر گروه‌ها بر حسب مورد

- کارآفرینان بالفعل شامل شرکت‌های کوچک و متوسط و بزرگ

- سازمان‌ها و تشکیلات صنفی

- مراکز آموزشی و اساتید

- رسانه‌های عمومی

- کل جامعه

- کسب و کارهای خارج از کانادا

سیاست‌های توسعه کارآفرینی در بین گروه‌های هدف مذکور اصولاً برگرفته از ۳ موضوع است:

۱- راهبرد کلی این کشور برای توسعه نوآوری در تمام سطوح، اصلاح ساختاری بازار برای سالم‌سازی و رقابتی کردن آن و حمایت از صنایع کوچک و متوسط به دلیل نقش ۵۰ درصدی آنها در ایجاد اشتغال جدید و سهم ۴۳ درصدی آنها از کل تولید اقتصادی در بخش خصوصی و انعطاف ذاتی آنها در مواجهه با تحولات محیطی

^۱- Synergic

- ۲- ضرورت مشارکت کلیه اجزاء و عناصر جامعه در سطوح مختلف فدرال، منطقه‌ای، ایالتی و محلی اعم از بخش دولتی یا خصوصی
- ۳- توجه به نیازها و وضعیت متفاوت هر یک از گروه‌های هدف در سیاست‌های توسعه کارآفرینی و تدوین سیاست‌ها با توجه به وضعیت هر یک
- محورهای اصلی سیاستگذاری در این کشور جهت توسعه کارآفرینی به قرار زیر است:
- افزایش آگاهی‌ها و انگیزه در تام جمعیت برای کارآفرینی با تأکید ویژه بر جوانان
 - آموزش بیشتر در تمام زمینه‌هایی که به رقابتی شدن اقتصاد این کشور منجر می‌گردند.
 - حمایت افزونتر در زمینه‌های فنی - مدیریتی - مالی از کسب و کارهای کوچک و متوسط با تأکید بر کسب و کارهای نوآور و در حال رشد
 - بهبود ارتباطات بین کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک و متوسط
 - اصلاح و بهبود کیفیت خدمات حمایتی ارائه شده به کارآفرینان
 - حمایت از تحقیقات و بسط دانش کارآفرینی

۳- برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

۳-۱- حمایت مالی

وظیفه اصلی حمایت مالی از کارکنان بالقوه و بالفعل در کانادا بر عهده بانک ویژه‌ای تحت عنوان بانک توسعه کسب و کارهای کانادا^۱ می‌باشد که در یک سطح ملی عمل می‌کند. این بانک حدود ۸۰ شعبه در سراسر کانادا دارد و برنامه‌های متعددی برای حمایت مالی از کارآفرینان بالقوه و بالفعل با مشارکت سایر سازمان‌ها و نهادهای مسئول به اجرا گذاشته است. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

● وام‌های بدون بهره به کارآفرینان جوان

به دانش‌آموزان و دانشجویان کانادایی تا سقف ۳۰۰۰ دلار وام بدون بهره اعطاء می‌گردد تا در فصل تعطیلات کسب و کاری را تأسیس و راه‌اندازی کنند. این کسب و کارها می‌توانند پس از تعطیلات نیز ادامه داشته باشند.

¹ - Business Development Bank of Canada

● وام به کسب و کارهای کوچک و متوسط

بخشی از وام‌های بانک توسعه کسب و کارهای کانادا جهت تأمین سرمایه شرکت‌های تازه تأسیس و بخش دیگر برای کسب و کارهای در حال رشد اعطاء می‌گردد. بانک مورد مطالعه در عین حال دارای برنامه‌های مشترکی با سازمان‌های فدرال و دولت‌های ایالتی و تشکیلات توسعه منطقه‌ای است که هر یک برآوردن نیازهای معینی طراحی و به اجرا گذاشته می‌شوند. این بانک علاوه بر مشارکت در تأمین مالی کارآفرینان در مشاوره با کارآفرینان در خصوص مدیریت مالی نیز مشارکت دارد. در واقع این بانک کارآفرینان متقاضی را در همان ابتدا تحلیل شخصیت نموده و مشخص می‌سازد که تا چه حد از خصوصیات کارآفرینی دارند تا دو سال پس از اعطاء وام نیز اقدام به ارائه مشاوره مالی به کارآفرین می‌کند. همچنین بانک مورد مطالعه در برنامه‌های انگیزشی همچون تشویق کارآفرینان برجسته در جامعه نیز مشارکت دارد و بخشی از جوایز این مسابقات را تأمین می‌کند.

۳-۲- حمایت اطلاعاتی

وظیفه اصلی اطلاع‌رسانی به کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک و متوسط در کانادا بر عهده سازمان‌های زیر است:

● مرکز خدمات کسب و کارهای کانادا^۱

۱۲ مرکز خدمات کسب و کارهای کانادا به عنوان نقاط خدمات جامع، انواع خدمات و حمایت‌های اطلاعاتی را به کارآفرینان ارائه می‌کنند. این مراکز دفاتر متعددی در ایالت‌های مختلف دارند که محل مراجعه مستقیم کارآفرینان محسوب می‌گردد. هزینه این مراکز توسط دولت فدرال و دولت‌های ایالتی تأمین می‌گردد.

● مراکز تجارت بین‌المللی^۲

این مراکز که با مشارکت وزارت امور خارجه در مراکز استان‌ها راه‌اندازی شده‌اند وظیفه ایجاد کانال ارتباطی بین وابستگان بازرگانی کانادا در سایر کشورها با کارآفرینان داخلی را بر عهده دارند.

^۱ - Canada Business Services Center

^۲ - International Trade Centers

• وزارت صنایع^۱

وزارت صنایع علاوه بر عضویت در مجمع صنعت و مشارکت در بخش عمده‌ای از برنامه‌های توسعه کارآفرینی، بانک اطلاعاتی کسب و کارها بر روی اینترنت را راه‌اندازی کرده است که *strategis* نام دارد و طیف وسیعی از اطلاعات تجاری، فنی و مدیریتی بر روی آن در دسترس کارآفرینان قرار دارد.

علاوه بر مراکز فوق‌الذکر که در ارتباط مستقیم با کارآفرینان قرار دارند، سایر سازمان‌های عضو در مجمع صنعت نیز به طور مستقیم یا غیرمستقیم و از طریق انتقال اطلاعات به مراکز قبلی در اجرای برنامه‌های حمایت اطلاعاتی سهمیم هستند. به طور مثال مؤسسه آمار کانادا وظیفه تأمین داده‌های آماری مربوط به داخل کانادا یا خارج از آن را بر عهده دارد. غالب این سازمان‌ها به تناسب وظیفه اطلاع‌رسانی خود دارای وبگاه اینترنت بوده و این وبگاه‌ها در دسترس همگان قرار دارد.

۳-۳- مشاوره فنی - مدیریتی

با توجه به ماهیت متنوع این خدمات، اکثر سازمان‌ها و نهادهای حاضر در مجمع صنعت در امر مشاوره فنی - مدیریتی فعال می‌باشند. از جمله می‌توان به شبکه موسوم به شبکه مشاوران فناوری صنعتی اشاره نمود که به طور مشترک توسط مجمع صنعت و بخش خصوصی راهبری شده و با بیش از ۱۵۰ شعبه در سراسر کانادا در امر مشاوره فنی مستقیم فعال است. همچنین می‌توان به برنامه موسوم به طرح کمک‌های تحقیقات صنعتی اشاره نمود که توسط شورای ملی تحقیقات کانادا اجرا می‌گردد و طی آن ۲۵۰ مشاور فنی برجسته در ۱۴۰ مؤسسه و سازمان دولتی و خصوصی کمک و مشاوره فناورانه در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهند.

۳-۴- تسهیل دسترسی شرکت‌های کوچک و متوسط به قراردادهای دولتی

در این زمینه سازمان موسوم به اداره امور عمومی و دولتی کانادا که مسئول انجام ۷۰۰۰ قرارداد دولتی به ارزش ۸ میلیارد دلار در سال است از طریق ۲ برنامه در حمایت از کسب و کارهای کوچک فعال است. این دو برنامه عبارتند از:

• مراکز اطلاع‌رسانی قراردادهای دولت کانادا^۱

^۱ - Industry Canada

طی این برنامه از طریق مراکز توسعه کسب و کارها، اطلاعات مربوط به قراردادهای دولتی در اختیار کسب و کارهای کوچک و متوسط قرار می‌گیرد.

● راهبرد مناقصات الکترونیکی دولت^۲

در این برنامه وبگاه اطلاع‌رسانی ویژه‌ای برای مناقصات دولتی بر روی اینترنت راه‌اندازی شده است.

۳-۵- سالم‌سازی بازار و رقابتی کردن آن

در این زمینه سازمان‌های متعددی برحسب شرح وظیفه اصلی خود مشارکت دارند. مهمترین سازمان‌های حاضر در این سیاست عبارتند از:

- ۱- اداره حقوق مالکیت معنوی کانادا
- ۲- هیئت رقابت
- ۳- اداره کالاهای مصرفی
- ۴- اداره شرکت‌ها
- ۵- اداره اوزان و مقادیر
- ۶- اداره امور مصرف‌کنندگان
- ۷- اداره نظارت بر ورشکستگی
- ۸- شورای استانداردهای کانادا

۳-۶- انگیزش و آگاه‌سازی کارآفرینان بالقوه

در این زمینه برنامه‌ها بر محورهای زیر استوار است:

- الگوسازی از طریق مسابقات و کارگاه‌ها
- آموزش‌های فنی - مدیریتی
- حمایت اطلاعاتی و مشاوره

¹ - Contracts Canada Information Centers

² - Governments Electronic Tendering System

- تأمین مالی

در این زمینه نیز سازمان‌های متعددی مشارکت دارند که از آن جمله می‌توان به سازمان‌های زیر اشاره نمود:

- ۱- بانک اطلاعات ملی دانش آموختگان
- بانک اطلاعاتی از دانش‌آموختگان دوره‌های مختلف جهت آگاه کردن کسب و کارها
- ۲- شورای ملی تحقیقات کانادا
- حمایت از پروژه‌های تحقیقاتی جوانان به صورت مالی و مشاوره‌ای
- ۳- مرکز تحقیقات ارتباطات
- برگزاری دوره‌های کارآموزی برای کارآفرینان جوان در عرصه فناوری اطلاعاتی
- ۴- بانک کسب و کارهای کانادا
- ارائه وام بدون بهره و مشاوره در زمینه مدیریت مالی
- ۵- شورای تحقیقات علوم اجتماعی و انسانی
- مشاوره و بازشناسی جوانان کارآفرین

۴- تجارب حاصل از برنامه‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

بررسی‌های این گروه نشان می‌دهد که جمع‌بندی نتایج و دستاوردهای اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه کارآفرینی در کانادا اساساً در سطوح منطقه‌ای صورت گرفته است و اگر یک جمع‌بندی نهایی از آن در سطح ملی صورت گرفته باشد منابع و گزارش‌های مربوط به آن علیرغم تلاش مستمر این گروه به دست نیامده است.

در بین گزارش‌هایی که توسط کارشناسان این گروه از طریق جستجو در اینترنت و مراجعه به وبگاه‌های دولت کانادا جمع‌آوری شد، گزارش جامع نتایج اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی در منطقه موسوم به "اتلانتیک کانادا" موجود بود که از جذابیت ویژه‌ای برخوردار است. منطقه مذکور که شامل چهار ایالت از ایالت ۱۰ گانه کانادا می‌باشد، از نظر مساحت برابر با ۵ درصد از کل مساحت کانادا بوده و با جمعیتی بالغ بر ۲/۴ میلیون نفر سهمی برابر با ۸/۱ درصد از کل جمعیت این کشور را در سال ۱۹۹۶ میلادی به خود اختصاص داده است. طی دوره ۳۰ ساله ۱۹۶۱ - ۱۹۹۱ اگر چه جمعیت کانادا بیش از ۴۹/۷ درصد رشد داشته، اما جمعیت این منطقه تنها ۲۲/۴ درصد افزایش یافته است. جمعیت اندک و در نتیجه، کوچکی بازار در این منطقه عامل مهاجرت ساکنین به نواحی دیگر بوده است. ویژگی دیگر این منطقه درصد قابل توجه روستانشینی در آن است. در حالی که نرخ روستانشینی در کانادا ۲۵ درصد است، این رقم برای منطقه مورد مطالعه ۴۵ درصد است. اقتصاد این منطقه همانند اقتصاد توسعه نیافته بسیاری از کشورها متکی به مواد خام و اولیه بوده و درآمد عمده ساکنین این ایالت‌ها از ماهیگیری، معدن کاوی، جنگلداری و کشاورزی حاصل می‌شود. از نظر جغرافیایی استان‌های مورد مطالعه متشکل از ۸۹۲ نقطه مسکونی بوده است که ۹۶ درصد از این نقاط کمتر از ۱۰ هزار نفر جمعیت داشته و در سال ۱۹۹۱ در بیش از ۳۴۹ نقطه حداقل ۲۵ درصد از نیروی کار محلی فقط در یک واحد صنعتی شاغل بوده‌اند که حاکی از عدم تأسیس واحدهای صنعتی در منطقه است.

در سال ۱۹۹۵ میلادی اگر چه این ایالت‌ها سهمی برابر با ۸/۱ درصد از کل جمعیت کانادا را دارا بوده‌اند، اما تنها ۶ درصد از کل تولید ناخالص داخلی کانادا متعلق به این ایالت‌ها بوده است. در طی یک دوره ۲۰ ساله منتهی به سال ۱۹۹۵ نرخ متوسط رشد سالانه اقتصاد ملی کانادا ۲/۷ درصد و برای منطقه مورد مطالعه ۲/۱ درصد بوده است. و در حالی که نرخ بیکاری در کانادا حدود ۹/۵ درصد است این رقم در منطقه مورد مطالعه ۱۳/۴ درصد می‌باشد. وضعیت نامناسب اقتصادی این منطقه در مقایسه با بسیاری از شاخص‌های اقتصادی در سطح ملی از یک طرف و اتخاذ یک راهبرد توسعه کارآفرینی کاملاً مطرح در گزارش‌های رسمی مؤسسه مسئول توسعه منطقه آتلانتیک (ACOA) به

همراه مشابهت ساختار اقتصادی ایالت‌های واقع در این منطقه آن را به مورد مناسبی برای مطالعه تجارب حاصل از اجرای سیاست‌های توسعه کارآفرینی تبدیل کرده است که در این گزارش مورد توجه قرار گرفته است.

بررسی تجارب حاصل از توسعه کارآفرینی در این منطقه عقب مانده علاوه بر مزایای فوق‌الذکر، از نظر دیگری نیز حائز اهمیت است و آن این‌که به دلیل مطالعه عمیق تجارب حاصل و آرایه آنها در گزارش‌های حجیم مؤسسه *ACOA* این نکته که شاخص‌های موفقیت سیاست‌های توسعه کارآفرینی همگن نبوده و قابل تعریف در سطوح مختلف می‌باشند را عیان می‌سازد.

۴-۱- تأسیس و انحلال شرکت‌ها

در منطقه تحت پوشش مؤسسه توسعه منطقه آتلانتیک *ACOA* از سال ۱۹۸۹ راهبرد منسجم و جامعی در زمینه توسعه کارآفرینی تدوین و به اجرا گذاشته شده است. از شاخص‌های مهمی که می‌تواند برای ارزیابی میزان موفقیت کوتاه مدت این راهبرد به کار گرفته شود تغییرات خالص تأسیس و انحلال شرکت‌هاست. در فاصله سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۳ میلادی تعداد کل شرکت‌ها در کانادا از ۹۲۶۶۵۳ شرکت به ۹۲۶۹۳۵ شرکت افزایش داشته است که نرخ رشد ۰/۰۳ درصدی را نشان می‌دهد. در مقایسه، تعداد شرکت‌های منطقه مورد مطالعه در دوره مذکور از ۸۶۳۰۸ شرکت به ۸۹۰۳۶ شرکت افزایش داشته است که حاکی از ۳/۱۶ درصد افزایش است. این رقم بسیار فراتر از شاخص ملی کانادا می‌باشد.

۴-۲- بقاء شرکت‌ها

از ابعاد قابل توجه کارآفرینی مدت بقاء شرکت‌ها پس از تأسیس است. متوسط مدت زمان بقاء شرکت‌ها در کل کانادا برای دوره ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۳ در حدود ۵/۶ سال بوده است که رقم مورد انتظار در منطقه مورد مطالعه ۵/۲ سال بوده است. به نظر می‌رسد در مقایسه ارقام مربوط به این شاخص باید به ۲ مسئله توجه نمود.

اولاً منطقه از زیر ساخت اقتصادی نامطلوب‌تری نسبت به کل کشور برخوردار بوده و ثانیاً به نظر می‌رسد مدت زمان بقاء شرکت‌ها در فاصله زمانی طولانی‌تری نسبت به اجرای سیاست‌های توسعه کارآفرینی حساسیت نشان دهد.

۴-۳- رشد شرکت‌ها

در منطقه مورد مطالعه کسب و کارها بر ۳ دسته تقسیم می‌گردند:

- کسب و کارهای کوچک با حداکثر ۹۹ نفر نیروی انسانی
- کسب و کارهای متوسط با کارکنانی بین ۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر
- کسب و کارهای بزرگ با بیش از ۵۰۰ نفر نیروی انسانی

بر مبنای این تقسیم‌بندی میزان رشد شرکت‌ها بر حسب تعداد شرکت‌هایی که در سال بعد به دسته بالاتر صعود کرده باشند اندازه‌گیری می‌گردد. گزارش‌های مؤسسه *ACOA* نشان می‌دهد که به باور این سازمان اوضاع بد اقتصادی و رکود عمومی حاکم بر کانادا در سال‌های اول دهه ۱۹۹۰ دلیل نزول عملکرد بوده است و رشدی مشاهده نشده است.

۴-۴- سطح اشتغال

کاهش یا افزایش نرخ بیکاری جمعیت فعال نیز شاخص دیگری در اندازه‌گیری موفقیت سیاست‌های توسعه کارآفرینی است. گزارش‌های موجود حاکی از افزایش خالص تعداد بیکاران منطقه در فاصله سال‌های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ میلادی به میزان ۴۶۵۰۰ نفر است که عموماً ناشی از کاهش اندازه کسب و کارها و عدم رشد آنها بوده است. نکته مهمی که در گزارش‌های رسمی *ACOA* مشاهده می‌شود وضعیت کاملاً متمایز کسب و کارهای دارای کمتر از ۵ نفر نیروی انسانی در مقایسه با سایر طبقات است. خالص اشتغال (اشتغال بدست آمده منهای بیکاران) در گروه‌های مختلف کسب و کارهای منطقه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۹- خالص اشتغال ایجاد شده طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۳ در طبقات

مختلف کسب و کارها در منطقه آتلانتیک کانادا

(ارقام به هزار نفر)

طبقه	کمتر از ۵ نفر	۵ تا ۱۹ نفر	۲۰ تا ۴۹ نفر	۵۰ تا ۹۹ نفر	۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر	بیش از ۵۰۰ نفر	کل
خالص اشتغال ایجاد شده	۲۲/۶	-۹/۸	-۱/۹	-۵/۷	-۱۴/۱۳	-۳۷/۴	-۴۶/۵

مأخذ: *ACOA*

۴-۵- خود اشتغالی

پدیده خود اشتغالی از جهات متعددی حائز اهمیت است. در متون ادبیات پژوهشی کارآفرینی از علل محیطی گرایش و همت افراد به کارآفرینی به مواردی همچون بیکار شدن و یا عدم تکافوی درآمد نیز اشاره شده است. در دوره‌های رکود و بحران اقتصادی که بسیاری از کسب و کارهای بزرگ ناگزیر از کاهش نیروی کار می‌باشند، خود اشتغالی می‌تواند در تأمین بخشی از نیازهای معیشتی نیروی کار مؤثر باشد و از عوارض اجتماعی دوره رکود بکاهد.

خود اشتغالی در دوره‌های رونق اقتصادی نیز به دلیل محسنات ذاتی آن نظیر انعطاف در زمان کار می‌تواند برای بخشی از جمعیت جذابیت داشته و به عنوان شیوه کار آنها شناخته شود. تخمین زده می‌شود حدود ۱۹۰۰۰۰۰ نفر در کانادا خود اشتغال باشند و ارقام موجود نشان می‌دهد که میزان خوداشتغالی در کانادا طی دوره ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۵ میلادی بیش از ۱۹/۴ درصد و در منطقه *ACOA* حدود ۱۵/۸ درصد افزایش یافته است. گزارش‌های موجود اساساً افزایش خود اشتغالی را به عنوان پدیده‌ای طبیعی در دوره‌های رکود و بحران اقتصادی محسوب می‌کنند. اما باید توجه داشت که سیاست‌های حمایت از خود اشتغالان همچون تغییر بیمه‌های بیکاری به کمک‌های نقدی برای شروع کسب و کاری جدید^۱ و یا صندوق‌های تغییر وام و اعتبار، این تجربه جدید را برای بسیاری از نیروهای کار قبلی کسب و کارها جذابتر نموده و میل به کارآفرینی را در کل جمعیت افزایش می‌دهد. به نظر می‌رسد نیروی کار اخراج شده از کسب و کارهای بزرگ در دوران رکود و بحران اقتصادی که بتوان با سعی و تلاش دوره مذکور را گذرانده و در دوره رونق کسب و کار خود را رشد دهید به الگوهای موفق‌تری از کارآفرینی در جامعه تبدیل گردد.

۴-۶- مشاغل خانگی

نکته قابل توجه در بررسی مشاغل خانگی منطقه مورد مطالعه این است که بیش از ۴۶ درصد از آنها بیش از ۳ نفر را در استخدام خود دارند. مؤسساتی نظیر مهدهای کودک، مراقبت از سالمندان، خدمات مهندسی و بیمه و نظایر آن در مشاغل خانگی منطقه مورد مطالعه حائز اهمیت می‌باشند. جذابیت‌های اصلی این شیوه اشتغال علاوه بر ابعاد فردی همچون نزدیکی شخص به محیط خانه و امکان حضور همزمان در کار و مسئولیت‌های خانوادگی در ابعاد کلان نیز قابل تصور است. این

^۱ - Welfare - To - Work

مشاغل به دلیل تسهیم هزینه‌های سرمایه‌گذاری لازم برای تأسیس و راه‌اندازی با سرمایه مورد نیاز برای خرید یا اجاره محل سکونت، نوعی مزیت رقابتی در مؤلفه هزینه‌ها ایجاد می‌کند. همچنین ظهور فناوری‌های جدید ارتباطی این امکان را فراهم می‌کند تا افراد از داخل منازل بتوانند تخصص و مهارت خود را عرضه کنند و در مراکز پرتراکم جمعیتی کاهش بار ترافیکی از مزایای مشاغل خانگی است. مشاغل خانگی در حکم ایجاد مرکز رشد^۱ کسب و کارهای کارآفرینانه و موفق بعدی نیز می‌توانند باشند. شرکت آپل از گاراژ یک خانه مسکونی قد برافراشته و استفاده از اصطلاح فضای تعمیرگاهی^۲ برای تشویق کارآفرینان جهت استفاده از فضاهای مرده و بلااستفاده متداول است این شیوه کار می‌تواند یک شیوه مستمر کار برای کارآفرینان با ویژگی‌های معین نظیر ناتوانی جسمی نیز باشد. در مطالعات مؤسسه *ACOA* مشخص شده است که ۳۵ درصد از مشاغل خانگی واقع در نمونه بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیتی داشته و بخش قابل توجهی از آنها دارای ناتوانی جسمی بوده‌اند. مطالعات این مؤسسه نشان می‌دهد که این مشاغل با محدودیت‌های اصلی زیر مواجه می‌باشند:

- قوانین ناسازگار شهری

- عدم حمایت دولتی

این در حالی است که ۸۰ درصد از کارآفرینان مشاغل خانگی اظهار داشته بودند که در جستجوی بازارهای جدید و محصولات جدید می‌باشند.

۴-۷ - مقایسه عملکرد برنامه‌ها و سیاست‌ها با توجه به گروه‌های هدف

زنان، جوانان، بازنشستگان، اقلیت‌های قومی و مذهبی و معلولین به دلایل متعددی به عنوان گروه‌های هدف در سیاست‌های کارآفرینی تفکیک و به طور اختصاصی مورد حمایت قرار می‌گیرند. در راهبرد توسعه کارآفرینی کانادا به دلیل تنوع گسترده جمعیتی تقسیم‌بندی تفصیلی از گروه‌های هدف وجود داشته و ابعادی از ارزیابی سیاست‌ها معطوف به تغییرات در وضعیت کاری و معیشتی این گروه‌هاست.

۴-۸ - ارزیابی عملکرد ساز و کارها

^۱ - Incubation

^۲ - garage - space

ساز و کارهایی همچون مراکز توسعه کسب و کار^۱ و مراکز اطلاعات کسب و کار^۲ که در جهت اجرای برنامه‌های مختلف در قالب سیاست‌های توسعه کارآفرینی ایجاد می‌گردند موضوع مستقلی در ارزیابی برنامه‌ها و سیاست‌ها می‌باشند.

۵- موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی در کانادا

همان‌گونه که در بند ۵ اشاره شد، کشور کانادا وسیع و دارای مناطقی با سطح توسعه یافتگی قابل ملاحظه است که جمع‌بندی جامعی از موانع و محدودیت یا نتایج اجرای راهبرد در سطح ملی انجام نشده و یا در دسترس این گروه قرار نگرفته است.

بررسی گزارش‌های مؤسسه *ACOA* نشان می‌دهد که موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی در این کشور به ۳ دسته زیر تقسیم می‌شود:

● نگرش‌های کارآفرینانه

- عدم تمایل به رشد

- خطرگریزی

- تمایل به حفظ مالکیت

● بازارهای سرمایه

- فقدان سرمایه محلی

- فقدان سرمایه خطر پذیر

- فقدان طرح‌های موجد سرمایه‌گذاری

- فقدان صندوق‌های ویژه کسب و کارهای کوچک

- فقدان مکانیسم‌های مؤثر سرمایه‌گذاری

- اتکای بیش از حد به حمایت‌های دولت

● ساز و کارهای حمایتی

- فقدان الگوهای کارآفرینی^۳

- عدم مطلوبیت اجتماعی کارآفرینی

- استفاده محدود از شبکه حمایتی

¹ - *Business Development Centers*

² - *Business Information Centers*

³ - *Role Models*

□ کره جنوبی

کره جنوبی در حمایت و پشتیبانی از کسب و کارهای کوچک و متوسط در سال‌های اول دهه ۱۹۷۰ میلادی اقدام به بازنگری قانون اساسی و ایجاد تعهدات مستقیم برای نخست وزیر این کشور جهت تدوین و اجرای سیاست‌های توسعه‌ای برای این کسب و کارها نموده و به تدریج در روندی تکاملی نظام مناسبی برای تدوین و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های مورد نیاز ایجاد نموده است.

۱- کسب و کارهای کوچک و متوسط در کره جنوبی

در کشور مورد بررسی کسب و کارهای کوچک و متوسط به شرکت‌ها و واحدهایی اطلاق می‌گردد که کمتر از ۳۰۰ نفر کارمند را در استخدام خود داشته و دارایی آنها کمتر از ۸۰ میلیارد ون^۱ باشد. براساس آمارهای رسمی این کشور حدود ۲/۶۴ میلیون کسب و کار کوچک و متوسط در کره جنوبی وجود دارد که سهمی برابر ۹۹/۵ درصد از کل کسب و کارهای کره جنوبی است. حدود ۹/۱ میلیون نفر در این واحدها شاغل می‌باشند که برابر ۷۸/۵ درصد از کل شاغلان این کشور است. بیش از ۹۶ هزار واحد تولیدی صنعتی^۲ در کره جنوبی وجود دارد که هر یک بین ۵ تا ۳۰۰ نفر را در استخدام خود دارند. این واحدها سهمی برابر با ۹۹/۱ درصد از کل واحدهای تولیدی این کشور را ایجاد نموده و با حدود ۲ میلیون نفر کارمند سهمی برابر با ۶۹/۲ درصد از کل شاغلان بخش تولید صنعتی را به خود اختصاص می‌دهند.

ارزش تولیدات این واحدها در سال حدود ۱۸۷/۹۲ تریلیون ون و ارزش افزوده ناشی از فعالیت آنها ۸۲/۲۸ تریلیون ون است. این ارقام به ترتیب ۴۶/۸ و ۴۷/۲ درصد از کل ارزش تولید و ارزش افزوده بخش تولید صنعتی در کره جنوبی است.

در حدود ۹۱/۶ درصد از کل شرکت‌های تولید صنعتی در کره جنوبی واحدهایی هستند که بین ۵ تا ۴۹ نفر را در استخدام خود دارند و به ترتیب ۵۸/۶ و ۴۵ و ۴۶/۴ درصد از شاغلان، ارزش تولید و ارزش افزوده بخش تولید صنعتی را به خود اختصاص می‌دهند. کسب و کارهای کوچکی که در ۷ بخش ماشین‌آلات و تجهیزات، تولید محصولات فلزی، نساجی، چرم و محصولات چوبی، غذا و نوشیدنی و محصولات لاستیکی و پلاستیکی فعال هستند ۵۵/۲ درصد از کل شرکت‌های تولید

^۱ - Won

^۲ - Manufacturing

صنعتی در کره جنوبی را تشکیل می‌دهند. این شرکت‌ها ۴۱/۸ درصد از کل صادرات کره جنوبی را در اختیار دارند. سهم هر یک از گروه کسب و کارهای کوچک و متوسط در این میزان صادرات به قرار زیر است:

محصولات الکترونیکی	۲۹ درصد
نساجی	۲۳/۸ درصد
ماشین‌آلات و وسایل نقلیه	۱۵/۸ درصد
پلاستیک و چرم	۶/۹ درصد
آهن و فولاد	۶/۲ درصد
سایر	۱۸/۳ درصد

۲ - تشکیلات حمایت از کسب و کارهای کوچک

کره جنوبی با توجه به نقش و تأثیر کسب و کارهای کوچک در توسعه اقتصادی این کشور تشکیلات ویژه‌ای را در وزارت صنعت و تجارت ایجاد نموده است که سیاست‌های اجرایی آن را نظر و مشارکت کمیسیون ویژه ریاست جمهوری در امور کسب و کارهای کوچک و متوسط تدوین و به اجرا گذاشته می‌شوند.

اهداف اصلی این تشکیلات عبارتند از:

- بهبود ساختاری و رقابتی‌تر کردن شرکت‌های کوچک و متوسط کره جنوبی
- پشتیبانی از ایجاد ثبات اقتصادی
- کمک و مساعدت به تأسیس کسب و کارهای جدید
- مساعدت در نوآوری‌های فناورانه
- مساعدت در ورد کسب و کارها به بازارهای جهانی

این مرکز دارای یک وبگاه اختصاصی بر روی اینترنت^۱ است که گزارش فعلی هم با استفاده از اطلاعات ارائه شده بر روی آن تهیه شده است. با دفتر اصلی این مرکز به نشانی زیر می‌توان مکاتبه نمود:

Small & Medium Business Administration
920, Dunsan – dong, seo – gu, Taejeon,
No. 302 – 120

^۱ www.Smba.go.kr - به آدرس

Tel: (82-42) 482-5300

Fax: (82-42) 472-3252

E-mail: Smba @ digital.Smba. go. Kr

۳- بهبود ساختاری و رقابتی تر کردن کسب و کارهای کوچک و متوسط

در تعقیب اهداف تعیین شده رویکردهای سازمان "اس. ام. بی. آ" معطوف به موارد زیر است:

۳-۱- اصلاح ساختاری کسب و کارهای کوچک و متوسط

جهت تأمین هزینه‌های نوسازی و بازسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط برای دستیابی به فناوری‌های پیشرفته و عرضه آنها در بازارهای جهانی رویکرد "اس. ام. بی. آ" انتشار اوراق قرضه عمومی برای تأمین هزینه‌های سرمایه‌گذاری و سرمایه در گردش شرکت‌های با توان رشد بالا بوده است که این موضوع در حال حاضر با توجه به تجارب مثبت در بخش تولید به بخش خدمات نیز در حال گسترش است.

۳-۲- حمایت از کاربرد فناوری اطلاعات

سازمان "اس. ام. بی. آ" با اعتقاد به نقش مؤثر فناوری اطلاعات در جهانی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط سیاست حمایت از این کسب و کارها برای استفاده بیشتر از فناوری اطلاعات را در پیش گرفته و تلاش می‌کند با استفاده از آن شبکه‌های ارتباطی بین این کسب و کارها با یکدیگر و با سازمان‌های حامی و سایر عناصر حاضر در اقتصاد این کشور و سایر کشورها را بهبود و توسعه دهد. اعطاء جوایزی برای بهبود کیفیت در زمینه خدمات اطلاعات مدیریت، اعطاء وام‌های لازم برای خرید و نصب سخت‌افزارهای لازم و ایجاد شبکه ارتباطی بین شرکت‌های کوچک و متوسط با یکدیگر و با سازمان‌های حامی از طریق فناوری اطلاعات و رایانه از برنامه‌های سازمان مذکور است که تا سال ۲۰۰۰ تکمیل و به بهره‌برداری خواهد رسید.

۳-۳- همکاری بین کسب و کارهای کوچک و متوسط

هدف از تشویق همکاری بین کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد هم‌افزایی^۱ بین منابع تحت مالکیت و کنترل این کسب و کارها و افزایش توان چانه‌زنی آنها در مناسبات اداری - اقتصادی است. چارچوب قانونی این وبگاه در سال ۱۹۶۱ با تصویب "قانون همکاری کسب و کارهای کوچک"^۲ فراهم شده است. اعطاء مشوق‌های مالیاتی برای ارجاع کار از سوی شرکت‌های بزرگ به کسب و کارهای کوچک و متوسط و بسط فرهنگ پیمانکاری جزء^۳ در چارچوب این قانون دنبال شده است.

¹ - Synergy

² - *The Small Business Cooperative Act*

³ - *Sub Contracting*

۳-۴- نظارت بر روابط سالم بین شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های کوچک و متوسط

این نظارت با هدف سالم‌سازی قراردادهای مربوط به ارجاع کارهای پیمانکاری جزء بین ۳۰ شرکت بزرگ کره جنوبی با پیمانکاران جزء و نیز در قراردادهای بین پیمانکاران جزء اعمال می‌گردد.

۳-۵- پشتیبانی مالی از کسب و کارهای کوچک و متوسط

این سیاست با هدف تقویت قدرت رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط در مناقصات و مزایده‌ها و از طریق تشکیل صندوق مشترک "اس. ام. بی. آ" با آنها به اجرا درآمده است.

۳-۶- حمایت از زنان کارآفرین

در حال حاضر دولت کره جنوبی در حال تدوین پیش‌نویس قانونی برای اولویت‌دهی به زنان کارآفرین در برنامه‌های حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط است.

۳-۷- جمع‌آوری نظرات کسب و کارهای کوچک با هدف اصلاح قوانین

ایجاد این ساز و کار به دولت اجازه داده است تا با جمع‌آوری نظرات صاحبان صنایع کوچک و متوسط از آنها یادگرفته و این دانش را در تدوین قوانین مرتبط با این شرکت‌ها مورد استفاده قرار دهد.

۴- پشتیبانی از ایجاد ثبات اقتصادی

پشتیبانی "اس. ام. پی. آ" از استمرار ثبات اقتصادی در درون کسب و کارهای کوچک و متوسط در قالب برنامه‌های متعددی به شرح زیر پیگیری و به اجرا گذاشته شده است:

۴-۱- مساعدت‌های مالی

مرکز گزارشات موانع مالی^۱ مسئولیت بهبود شرایط دستیابی کسب و کارهای کوچک به وام و اعتبار از طریق ارائه خدمات مشاوره‌ای و تشکیل گردهمایی‌هایی با نهادهای مالی و سایر سازمان‌های ذینفع است.

حمایت‌های مالی ویژه از کسب و کارهایی که از روند رو به رشدی برخوردار بوده و به واسطه ورشکستگی سایر کسب و کارهای طرف قرارداد در معرض مخاطرات مالی قرار دارند نیز در چارچوب سیاست مساعدت و کمک مالی صورت می‌گیرد.

۴-۲- تضامین وام و اعتبار

در چارچوب این سیاست ۲ صندوق اعتبارات^۲ و صندوق تضمین اعتبارات فناوری^۳ ایجاد شده است.

همچنین ایجاد نظام بیمه‌ای برای سفارشات که کسب و کارها در مقابل خطرات ناشی از ورشکستگی خریدار حفاظت می‌کند از دیگر برنامه‌های اجرایی در این سیاست است.

۴-۳- حمایت از توسعه منابع انسانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط

طی این سیاست ۲ نظام آموزشی تدوین شده است:

● نظام آموزش مربیان فنی صنایع کشورهای دیگر

در این نظام مربیان فنی از کشورهای در حال توسعه از سوی کارشناسان فناوری‌های پیشرفته در کره جنوبی تحت آموزش قرار می‌گیرند.

● نظام کارکنان ماهر

در این نظام جوانان فارغ از خدمت وظیفه عمومی که در ارتش این کشور مهارتهایی را یادگرفته‌اند به کسب و کارهای کوچک و متوسط معرفی می‌گردند.

۴-۴- حمایت‌های مربوط به بازاریابی

^۱ - Financial Impediment Report Center

^۲ - Credit Guarantee Fund

^۳ - Technology Credit Guarantee Fund

تشویق سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و محلی برای خرید از شرکت‌های کوچک و متوسط، تشکیل نمایشگاه‌های دائمی و سالانه از تولیدات و محصولات شرکت‌های کوچک و متوسط و نیز تأسیس مرکز عمومی توزیع ساخته‌ها و تولیدات شرکت‌های کوچک و متوسط در چارچوب سیاست حمایت از بازاریابی شرکت‌های مذکور به اجرا گذاشته شده‌اند.

۴-۵- بهبود ساختار توزیع

بازسازی مراکز تجاری و بازارها و ایجاد بازارهای جدید در مناطق مسکونی تازه و حمایت مالی از ایجاد ساختمان‌های تجاری و بازارهای جدید در چارچوب این سیاست مورد پیگیری قرار گرفته است. اعطاء معافیت‌های مالیاتی و وام و اعتبار به سازندگان مراکز توزیع کالاها و محصولات که این امکان را به فناوری ارتباطی تجهیز نمایند از دیگر برنامه‌های بهبود ساختاری نظام توزیع در کره جنوبی است.

۵- مساعدت به تأسیس کسب و کارهای جدید

۵-۱- حمایت‌های قانونی از سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید

یک بازار سرمایه‌گذاری^۱ که در آن کارآفرینان و سرمایه‌گذاران امکان تفاهم و مشارکت در خطرپذیری ایجاد کسب و کارهای جدید را پیدا کنند تأسیس شده است و نظام ارزیابی سرمایه‌گذاری^۲ برای تعمیق بازار مذکور راه‌اندازی شده است.

۵-۲- حمایت‌های مالی از تأسیس کسب و کارهای جدید

اعطاء معافیت‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران در کسب و کارهای جدید و اعطاء وام و معافیت‌های مالیات بر درآمد، ثبت، زمین برای کسب و کارهای جدید از جمله مساعدت‌هایی است که در سیاست حمایت از تأسیس کسب و کارهای جدید دنبال می‌گردد.

۵-۳- حمایت‌های فیزیکی از تأسیس کسب و کارهای جدید

^۱ - Angel Market

^۲ - Investment Evaluation System

تأسیس پارک‌های صنعتی و تأمین زمین به مساحت ۹ تا ۱۲ هزار متر مربع و با شرایط قیمتی مطلوب به صورت خرید یا اجاره به شرط تملیک برای شرکت‌های کوچک و متوسط در حال تأسیس از جمله این حمایت‌ها می‌باشد.

۶- مساعدت در نوآوری‌های فناورانه

نوآوری‌های فناورانه و استفاده از آنها در کسب و کارهای کوچک و متوسط در کره جنوبی یک ضرورت محسوب شده و مرکز "اس. ام. پی. آ" برنامه‌های مختلفی را در جهت توسعه استفاده از فناورهای نوین در کسب و کارهای کوچک و متوسط پیگیری می‌کند.

۶-۱- مساعدت در توسعه فناورهای جدید توسط شرکت‌های کوچک و متوسط

دولت در این برنامه سرمایه‌گذاری‌هایی را در شرکت‌های کوچک و متوسط انجام می‌دهد تا بتوانند فناورهای جدیدی را توسعه دهند. ایجاد صندوق‌های مالی - اعتباری جهت حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط در خرید فناورهای جدید نیز از جمله برنامه‌های این مؤلفه از سیاست‌هاست. ایجاد کنسرسیومی بین صنایع، دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی برای پیشبرد پروژه‌ای به نام توسعه فناوری^۱ نیز بخش دیگری از تلاش‌های کره جنوبی در این زمینه است.

۶-۲- همکاری فنی داخلی و بین‌المللی بین شرکت‌ها

تشکیل نمایشگاه‌های فناورهای جدید، دعوت از کارشناسان و خبرگان فنی برای تشکیل سمینارها و کارگاه‌های آموزشی باعث مراوده و مبادله اطلاعات فنی بین طرف‌های مختلف بوده و این سیاست نیز توسط "اس. ام. بی. آ" دنبال می‌گردد.

۶-۳- نظام تضمین کیفیت

اجرای برنامه‌ای تحت عنوان نوآوری کیفیت^۲ و مساعدت‌های مشاوره‌ای به شرکت‌های کوچک و متوسط جهت اخذ استانداردهای ایزو^۳ از جمله این تلاش‌ها می‌باشد.

^۱ - Technology development

^۲ - 100 PPM innovation Quality

^۳ - ISO

۶-۴- تحلیل توان رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط

انجام یک پیمایش^۱ منظم از نیازهای فناورانه شرکت‌ها جهت ترسیم سیمای دقیق نیازها و آگاهی از وضعیت رقابتی شرکت‌ها در زمینه فناوری از جمله برنامه‌هایی است که در تعقیب سیاست توسعه استفاده از نوآوری‌های فناورانه اعمال می‌گردد.

برنامه دیگری تحت عنوان راهبرد پزشک شرکت‌ها^۲ توسط "اس. ام. بی. آ" اجرا می‌گردد که طی آن محققین از شرکت‌های کوچک و متوسط بازدید کرده و راهنمایی‌های فنی به آنها ارائه می‌دهند.

۷- مساعدت در ورود کسب و کارها به بازارهای جهانی

۷-۱- مساعدت به صادرکنندگان کوچک و متوسط

آموزش صادرات، مطالعات بازارهای خارجی، مساعدت در طراحی محصولات مناسب بازار جهانی از جمله خدماتی است که "اس. ام. بی. آ" به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهد. پشتیبانی از حضور شرکت‌های کوچک و متوسط در نمایشگاه‌های بین‌المللی و راه‌اندازی یک وبگاه در اینترنت^۳ برای معرفی شرکت‌های کوچک و متوسط کره جنوبی از جمله فعالیت‌های دیگر "اس. ام. بی. آ" است.

۷-۲- مساعدت در جلب سرمایه‌های خارجی

اعطاء معافیت‌های مالیاتی، مساعدت مالی و تأمین محل برای شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار در کره جنوبی از جمله این فعالیت‌هاست. کره جنوبی در حال بازنگری کلی سیاست‌های بازدارنده سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور است.

تأسیس مرکزی به نام سازمان توسعه تجارت و سرمایه‌گذاریها^۴ جهت ملاقات و مذاکره صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط کره‌ای با سرمایه‌گذاران خارجی از اقدامات دیگر "اس. ام. بی. آ" است. تهیه فهرست از شرکت‌های موفق کره‌ای جهت معرفی به سرمایه‌گذاران خاری از اقدامات دیگر "اس. ام. بی. آ" است که در کنار ارسال گروه‌هایی به خارج از کشور برای معرفی این شرکت‌ها به سرمایه‌گذاران صورت می‌گیرد.

¹ - Survey

² - Home Doctor System

³ - www. Smpic Or.Kr

⁴ - Trade & Investment Promotion Agency

۷-۳- همکاری بین‌المللی

شرکت مستمر "اس. ام. بی. آ" در گردهمایی‌های جهانی نظیر جلسات نخست وزیران آپک^۱ در مورد شرکت‌های کوچک و متوسط و نیز جلسات گروه‌های کار "اوتی سی دی"^۲ در خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط با این دیدگاه صورت می‌گیرد که همکاری متقابل با سازمان‌های بین‌المللی می‌تواند عملکرد اس. ام. بی. آ و نهایتاً کل شرکت‌های کوچک و متوسط کره‌ای را بهبود بخشد.

^۱ - APEC

^۲ - OECD

□ هند

هند به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه و پرجمعیت جهان گام‌های مفیدی را در جهت ارتقاء سطح کارآفرینی برداشته است. به طور کلی، کارآفرینی و توسعه شرکت‌های کوچک برای کشورهای در حال توسعه جهت پیشرفت اقتصادی - اجتماعی از اهمیت بالایی برخوردار است. به همین جهت مؤسسات بین‌المللی متعددی چون *ILO*^۱، *UNIDO*^۲ و بانک جهانی در پی نهادینه کردن کارآفرینی و آموزش آن در کشورهای در حال توسعه منجمله هندوستان می‌باشند.

بهر حال، ظهور کارآفرینی گسترده برای تصحیح و تعدیل نابرابری‌های منطقه‌ای، انتشار ابزار تولید، افزایش اشتغال، و استفاده بهینه از منابع لازم و ضروری است، نیاز کشورهای در حال توسعه برای استفاده بهینه از منابع و کسب درآمد مناسب باعث شده است که کارآفرینان از موقعیت خوبی در سطوح مختلف شهری و روستایی برخوردار گردند. کارآفرینان عاملین تغییر^۳ بوده و افرادی هستند که به نوآوری، (ایجاد محصولات جدید، یافتن ابزارهای تازه، طراحی اشکال و قالب سازمانی و ساختاری متناسب‌تر می‌پردازند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به ویژه در کشوری مانند هندوستان محیط اجتماعی و اقتصادی به گونه‌ای است که به ظهور استعدادها و کارآفرینی کمک می‌کند. در این کشورها، کارآفرینان بالقوه بسیار زیاد هستند و به همین جهت در کشور هندوستان هم جهت شناسایی و کشف این کارآفرینان سرمایه‌گذاری‌های مناسب توسط نهادهای مختلف شده است.

حمایت از صنایع کوچک در هند

در هند دهه ۱۹۶۰ مباحثات زیادی بر این نکته متمرکز بود که آیا رشد و افزایش درآمد می‌تواند به رفع ناهمگونی‌ها و نابرابری‌های منطقه‌ای منجر شود و یا این که حاصل توسعه در یک یا چند ناحیه متمرکز خواهد شد. راهبرد توسعه هند در سال ۱۹۶۹ تغییر یافت و در نتیجه این مناظره و مباحثه، بر پیشرفت صنعتی نواحی و بخش‌های عقب مانده بیش از پیش تأکید شد. گرچه بزودی

^۱ - *International Labour Organization*

^۲ - *United nation industry development organization*

^۳ - *Change agent*

مشخص شد که انگیزه‌های مالی کافی نیست و جهت شکوفا کردن استعداد کارآفرینانه کمک‌های فنی نیز لازم است.

در این راستا، جهت تشویق کارآفرینی در صنعت هند، شرکت‌های صنعتی که ارزش آنها بیش از ۳۰ میلیون روپیه است توسط مؤسسات مالی هند تأمین مالی می‌شوند. منابع مالی مؤسسات کوچک و متوسط را بانک توسعه صنعتی هند (*IDBI*)^۱ تأمین می‌کند. این کمک‌ها تاکنون شامل موارد زیر بوده است: ۸۶۱ مورد وام به شرکت‌های صنعتی جهت تأمین مالی پروژه‌های جدید و گسترش مدرن‌سازی و تغییر پروژه‌های موجود به صورت تأمین مالی مجدد در جهت تسهیل کار و تسریع جریان کمک در بخش صنایع کوچک طرح‌های پرداختی تا سقف ۷۵۰ هزار ریال روپیه بدون هرگونه ارزیابی مجدد و تحت طرح خودکار تجدید تأمین مالی بانک توسعه صنعتی هند، تجدید گردد.

در رابطه با صنایع دستی و روستایی و صنایع بسیار کوچک کمک‌های مالی تا سقف ۵۰/۰۰۰ روپیه و با نرخ کمتر (۱۰ الی ۱۲٪) و بدون دریافت عوارض مربوطه و وثیقه ملکی و با دوره بازگشت بلند مدت‌تری به صنایع مزبور اعطاء می‌گردد. همچنین در این کشور به افراد ناتوان نیز تسهیلات مشابهی ارائه می‌گردد.

علاوه بر موارد فوق و کمک شرکت و مؤسسات مالی و بازرگانی متعدد برای اعطاء وام، شرکت‌های مالی ایالتی (*SFCs*)^۲ نیز وام‌هایی را تا سقف ۱۰۰ هزار روپیه و با نرخ بهره پایین به صورت مشترک و تلفیقی اعطاء می‌کنند. این وام‌ها سرمایه در گردش را به حد مناسب رسانده و باعث می‌شوند که هر شرکتی که بخواهد در دوره مالی جدیدی بعد از خاتمه هر پروژه دست به فعالیت بزند با مشکل مالی برخورد نکند.

از سوی دیگر، شرکت صنایع ملی کوچک (*NSIC*)^۳ برای بعضی از شرکت‌های توسعه صنایع کوچک که در ایالت‌های مختلف فعالیت می‌کنند، به صورت خرید استیجاری ماشین‌آلات لازم را تهیه نموده و بروات و اسناد تنزیلی توسط بانک‌های بازرگانی مربوط به خرید و فروش ماشین‌آلات شرکت‌های صنعتی مجدداً توسط بانک توسعه صنعتی هند تنزیل می‌گردد.

با ملاحظه نیاز به ایجاد تسهیلات زیربنایی اساسی به شکل زمین آماده و کارگاه‌های صنعتی برای واحدها، شرکت‌های توسعه صنعتی ایالتی (*SIDCs*)^۴ اقدام به تأسیس شرکت‌های توسعه تسهیلات

^۱ - Industrial Development Bank of India

^۲ - State Financial Corporations

^۳ - The National Small Industries Corporations

^۴ - State Industrial Development Corporations

زیربنایی نمودند و شرکت‌های کوچک ایالتی نیز اقدام به فراهم کردن تسهیلات بانکی برای تجهیزات کارگاهی با نرخ یارانه نمودند.

طرح‌های گوناگونی برای تأمین نیروی انسانی بیکار نیز ارائه شده است. در هند که از لحاظ منابع نیروی انسانی غنی و از لحاظ منابع مادی فقیر است، افراد زیادی وجود دارند که درای روحیه خطر پذیری و کارآفرینی هستند، ولی از لحاظ تأمین منابع مالی دچار مشکل می‌باشند. شکاف و فاصله‌ای که از لحاظ سهم شرکاء در این قبیل موارد وجود دارد و از طریق طرح‌های گوناگون که توسط بانک توسعه صنعتی هند *IFCI* و بانک ایالتی به اجرا در می‌آید مهم است.

علاوه بر تسهیلات پولی و زیربنایی، شرکت‌های کوچک و متوسط به اطلاعات و مشاوره نیاز دارند. این خدمات توسط مؤسسات خدمات صنایع کوچک (*SISIs*)^۱ مراکز منطقه‌ای صنایع (*DICs*)^۲ و همچنین از طریق شبکه ۱۶ سازمان مشاوره‌ای صنعتی و فنی که تحت نظارت مؤسسات مالی هند با همکاری بانک‌های بازرگانی و حکام ایالتی می‌باشد تأمین و ارایه می‌گردد. بعضی از این سازمان‌های مشاوره‌ای توانسته‌اند توانایی‌های کافی جهت فراهم کردن خدمات کلیدی برای پروژه‌های صنعتی را ایجاد نمایند. تعداد کمی از آنها نیز کار اجرای نقش فناوری را ایفاء می‌کنند.

یکی دیگر از موارد مهم در حمایت از صنایع کوچک در هند کمک به مدرن‌سازی، کنترل مرغوبیت و ارتقاء سطح فناوری است. به منظور تشویق واحدهای صنعتی به مدرنیزه شدن و کسب روش‌های تولید پیشرفته فناوری و پیشگیری از کهنه شدن و فرسودگی ماشین‌آلات و فناوری‌های موجود، بانک توسعه صنعتی هند برای مدرنیزه کردن واحدهای صنعتی با در نظر گرفتن امتیازاتی، وام مجدد اعطاء می‌کند. واحدهای روستایی و واحدهای خیلی کوچک نیز می‌توانند از این وام پردازی‌های واحدهای صنایع کوچک استفاده نمایند. با توجه به ضعف بیش از حد بخش‌های کوچک و ضرورت توجه به این بخش جهت بازسازی و نوسازی آن، بانک توسعه صنعتی هند منابع لازم مالی را برای احیای واحدهای بیمار به صورت وام مجدد در اختیار آنها می‌گذارد. همزمان با برنامه هفتم تأکید خاصی بر صنایع و توسعه و بهبود محصول و بهره‌وری توسط مؤسسات مالی به عمل آمده است. علاوه بر کمک‌های مالی، با شرایط آسان و مناسب برای ایجاد راهبرد کنترل مرغوبیت، تسهیلات در امور آزمایشی به صورت مستقل یا با عنوان بخشی از پروژه صنعت کوچک توسط بانک توسعه صنعتی هند،

^۱ - Small Industries Service Institutes

^۲ - District Industries Centers

تصمیم به ایجاد ۱۰ مرکز آزمایشی کیفیت گرفته شد و شروع آن در نقاطی است که صنایع خاص و معین در آن نقاط متمرکز شده باشد. اولین مرکز از این نوع قرار است در "کویمبارتور"^۱ ایجاد شود. یکی از تلاش‌های مهم در امر توسعه صنعتی، توجه به مدیران خطر پذیر و کارآفرین آینده می‌باشد. این کارآفرینان می‌توانند عوامل تولید را به نحو مؤثر و کارآ سازمان داده و بازده بیشتری از این بابت کسب کنند. براساس بررسی‌های انجام شده توسط بانک توسعه صنعتی هند و سایر مؤسسات توسعه‌ای مشخص شده است که دو عامل اصلی بازدارنده توسعه صنایع کوچک و توسعه مناطق عقب مانده عبارتند از: فقدان امکانات کامل زیربنایی و عدم اعتماد به نفس مدیریت. ایجاد تسهیلات و امکانات زیربنایی فرآیندی وقت‌گیری است و کوشش‌های هماهنگ و زیادی را می‌طلبد، در حالی که مدیریت خطر پذیر به خوبی در مناطق مختلف و در میان فرقه‌های مذهبی و گروه‌های اجتماعی شناخته شده است و با اجرای برنامه‌های آموزش و پرورش می‌توان کارکنان صنعتی و غیر صنعتی، دانش آموختگان فنی و غیر فنی، کسبه و بازرگانان کوچک و افراد بیکار، صاحبان صنایع دستی، زنان، مردان و پسران، کشاورزان و افراد فاقد زمین را با هزینه‌ای کم به افراد کارآفرین، مدیر و خطر پذیر تبدیل نمود.

در این راستا نخستین تلاش منظم برای شناسایی و پرورش و بهبود مدیریت کارآفرین و خطر پذیر از میان گروه‌های شغلی که از سال ۱۹۷۰ به صورت غیر قراردادی کار می‌کردند از ایالت "گجرات" آغاز شد و به دنبال آن، این برنامه و نتایج خوب حاصل از آن باعث گسترش طیف آموزش و بهبود مدیریت شد. برنامه‌های پرورش و توسعه مدیریت خطر پذیر و کارآفرین در نتیجه موفقیت مستمر و مداوم فعالیت‌های توسعه مدیریت خطر پذیر در "گجرات" و توجه فزاینده به این برنامه، به نیروی محرکی در این راستا تبدیل شد. مؤسسات مالی تحت رهبری بانک توسعه صنعتی هند شروع به تأمین مالی و نهادی نمودن فعالیت‌های مربوط به پرورش و بهبود خطر پذیر کردند. بانک توسعه صنعتی هند با همکاری مؤسساتی مانند *IFCI ICIC* و *SBI* و مؤسسه استاندارد ایالت "گجرات" به ایجاد موسسه پرورش و بهبود مدیریت خطر پذیر مبادرت ورزیدند. همزمان با آن مؤسسه ملی توسعه کارآفرینی و مدیریت خطر پذیر فعالیت‌های کوچک (*NIESBUD*)^۲ نیز توسط دولت هند تأسیس گردید. در حال حاضر در سطح ایالتی مراکزی بوسیله مؤسسات مالی با مشارکت و همفکری مقامات دولتی و ایالتی مربوطه و بانک‌های تجاری عمده در حال تأسیس می‌باشند. اولین مرکز ایالتی

^۱ - Coimbatore

^۲ - National Institute for Entrepreneurship and Small Business Development

هم اکنون در سطح "لاکنهو" کار خود را آغاز نموده است و مراکز مشابهی در جاهای دیگر تأسیس شده است.

آموزش کارآفرینی

هندوستان یکی از کشورهایی است که به آموزش کارآفرینی توجه بسیار زیادی نموده است. این آموزش کلیه سطوح مدیران و سطوح مختلف شهری و روستایی را دربرمی گیرد. به طور کلی، در کشورهای در حال توسعه‌ای همچون هند که دیگر کشاورزی نمی‌تواند اشتغال را برای جمعیت زیادی فراهم نماید و از سوی دیگر فراگیری کارهای سودآور هم فقط برای عده‌ای معدود امکان‌پذیر است، به نظر می‌رسد آموزش کارآفرینی راه حل ایده‌آلی برای مشکلات اشتغال و بهره‌وری در جامعه باشد. تعداد وسیعی از مردم که در نقاط جغرافیایی متعددی پراکنده هستند در این رابطه باید آموزش ببینند و هزینه آموزش آنها نیز بر حسب تعداد یا کلاس و روش آموزش محاسبه گردد. بنابراین، این مسائل علامت سؤال است برای این که واقعاً این وظیفه انجام‌پذیر خواهد بود یا نه؟

آموزش کارآفرینی در هند توسط نهادهایی که برای انجام این کار خاص شکل گرفته‌اند و بعضاً تحت نظارت دولت نیز می‌باشند انجام می‌شود. مؤسسه‌ای مانند *NIESBUC EDI* در سطح ایالتی، *SISI* در سطوح مرکزی، دانشکده‌های بازرگانی و اقتصاد دانشگاه‌ها که درس یا دوره‌های مربوط به کارآفرینی را ارائه می‌دهند و برنامه‌های مدیریتی گوناگون در این زمینه، تلاش‌های قابل ملاحظه‌ای توسط نهادهای فوق جهت اداره برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت با توجه به گروه‌های هدف مورد آموزش صورت می‌گیرد و در حال حاضر تحقیقات و آموزش در سطح خوبی در این زمینه انجام می‌شود. آموزش کارآموزان که می‌توانند در نقاط متعدد کشور کار کنند، اثربخشی این آموزش‌ها را دو چندان کرده است.

علی‌رغم همه موارد فوق، محدودیت‌های مربوط به ظرفیت این مؤسسات، هزینه‌های مربوط به تحقیق و آموزش، تعداد و قابلیت دسترسی به اساتید مجرب، مکان مناسب، زمان و پول کافی محدودیت‌هایی برای تعداد افرادی که می‌توانند آموزش ببینند به شمار می‌رود. بنابراین، مسئله اصلی در آموزش کارآفرینی آن است که گروه‌های هدف، پراکندگی جغرافیایی، تنوع زیاد در نوع آموزش و تعداد کارآموزان رعایت شود.

بهر حال، استاد یا کلاس آموزشی در زمینه کارآفرینی ممکن است از محدودیت‌های زیر برخوردار

باشد:

۱) دسترسی^۱: همان گونه که نهادهای آموزشی از لحاظ مکانی، محلی (یا ناحیه) تعیین می‌شوند، مشکل پراکندگی و دسترسی جغرافیایی به افراد مطلوب برای آموزش ممکن است بروز نماید. یک راه حل جایگزین برای این امر می‌تواند انتخاب اساتید مجرب برای بخش‌های لازم باشد که خود مشکل قابلیت دسترسی به اساتید مجرب را موجب خواهد شد. هزینه دستیابی به آموزش دهندگان ممکن است موجب محدودیت دستیابی به افراد مطلوب برای آموزش دادن باشد.

۲) کمیت و مقدار^۲: محدودیت ظرفیت نهادهای موجود بر حسب زیربنای فیزیکی، منابع علمی و مالی موجب محدودیت آموزش برای افراد قابل آموزش می‌شود.

۳) کیفیت^۳: منظور از کیفیت، حفظ استانداردهای کیفی در برنامه‌های درسی است. گرچه یک توافق کلی در زمینه برنامه‌های درسی وجود دارد، اما بر حسب تنوع قابل ملاحظه در برنامه‌های ارائه شده توسط مؤسسات مختلف و تفاوت‌های متعددی مانند طول دوره، روش آموزش، و رابطه با کارآفرینان آموزش کارآفرینی را در این کشور بسیار ناهمگون و نامتجانس کرده است. علی‌رغم این که استاندارد کردن بر حسب روش تدریس در آموزش هدف مطلوبی نیست، ولی استاندارد کردن بر حسب معیارهای خاصی ممکن است مفید باشد.

۴) هزینه^۴: آموزش کارآفرینی در هند با هزینه بسیار بالایی همراه است. هزینه آموزش کارآفرینی با توجه به تعداد افراد تحت آموزش و با روش استاد - کلاس بالا خواهد بود.

۵) استقرار در مراکز شهری^۵: اغلب نهادهای آموزشی کارآفرینی در مناطق شهری مستقر هستند و بنابراین اغلب ثبت‌نام‌ها در این کلاس‌ها هم توسط افراد شهری به عمل می‌آید.

۶) آموزش کارآفرینی و گزینه یادگیری آزاد^۶: یادگیری از راه دور یا یادگیری آزاد ممکن است راه حل جایگزینی باشد که ظرفیت آموزش کارآفرینی را بالا ببرد. آموزش از راه دور معرف راهبردی است که طبق آن یادگیرنده از راه دور توسط نهادهای مسئول آموزش، آموزش می‌بیند. مواردی مانند یادگیری از راه دور، یادگیری فردی و یادگیری باز می‌تواند در این زمینه بکار رود که قابل توجه است. در این روش یادگیرنده (فراگیر) بیشتر به خود متکی بوده و در هنگام ضرورت درخواست کمک خواهد نمود.

¹ - Access

² - Quantity

³ - Quality

⁴ - Cost

⁵ - Urban base

⁶ - Entrepreneurship education and the open learning option

بهر حال، آموزش از راه دور مزایای خاص خود را دارد. از مهمترین آن مزایا، یکی این است که خارج از محیط مقررات خشک اداری صورت می‌پذیرد و امکان فراگیری دائمی را برای فرد فراهم می‌کند. به طور خلاصه اهداف آموزش از راه دور عبارتند از:

- ۱) فراهم کردن یک روش کارا و ارزان یادگیری برای فراگیران بزرگسال
- ۲) تسهیل مقررات و روش‌های پذیرش برای افرادی که نمی‌توانند طبق مقررات عادی و معمولی وارد دانشگاه شوند.
- ۳) ارائه فرصتی برای آموزش افرادی که قبلاً حرفه و شغلی داشته‌اند و ادامه تحصیل بدون ضربه خوردن به شغل آنها
- ۴) ارائه فرصت برای یادگیری آنهایی که در موقعیت نامناسبی قرار دارند (به علل مکان، دورافتادگی، عقب ماندگی اقتصادی)
- ۵) ارائه فرصت یادگیری برای افرادی که علاقمند به فراگیری دانش جدید هستند.
- ۶) ارائه تسهیلات برای فراگیران جهت مطالعه بر حسب محیط و سرعت خاص خودشان این مزایا باعث می‌شود که یکی از روش‌های آموزش کارآفرینی، آموزش از راه دور باشد که امروزه با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات (ویدیو، اینترنت، شبکه‌های سازمانی) انجام این نوع آموزش از پیشرفت قابل ملاحظه‌ای برخوردار شده است.
- ۷) آموزش کارآفرین و تجربه مؤسسه *IGNOU*: با وقوف به قابلیت بالقوه روش‌های یادگیری باز برای دستیابی به اهداف اقتصادی - اجتماعی، مؤسسه *IGNOU* در سال ۱۹۸۵ در هند تأسیس شد و مسئولیت معرفی، ترویج و هماهنگی راهبرد آموزش از راه دور در این کشور را به عهده گرفت. برنامه مدیریت یکی از نخستین برنامه‌هایی است که در اوایل سال ۱۹۸۷ راه‌اندازی شد. برنامه *M.B.A* به عنوان یک برنامه الگو در همان سال به اجرا گذاشته شد. آموزش دروس مربوط به کارآفرینی و مدیریت مؤسسات کوچک یا مدیریت شرکت‌های جدید و کوچک به نام *IGNOU* به عهده یک کارگروه تخصصی و در سطح طرح درس به عهده کارگروه طراحی درس می‌باشد.

آموزش کارآفرینی در سطح گروهی

بهبود و پیشرفت فناوری آموزش در سطح فردی جهت ارتقاء روحیه کارآفرینی، موجب شد که از آنها در سطح گروهی و تعداد وسیعتری از افراد استفاده شود. گروه‌های زیادی در محل وجود دارند که می‌توانند نقش کارآفرینی را به عهده گیرند و انجام این کار مستلزم آن خواهد بود که کل اعضاء گروه به عنوان کارآفرین در نظر گرفته شوند نه عده‌ای از آنها. در این رابطه برای آموزش گروهی کارآفرینی در هند، مؤسسه توسعه کارآفرینی هند (*EDI*) نقش رهبری را در این زمینه به عهده گرفته است و برای آموزش، رویکرد توسعه کارآفرینی گروهی^۱ را اتخاذ کرده است.

نزدیک به ۴۵ میلیون نفر در هندوستان بیکار هستند و تا اوایل قرن آینده این رقم به ۱۰۶ میلیون نفر خواهد رسید. بنابراین ایجاد اشتغال برای این تعداد افراد بیکار اگر غیرممکن نباشد بسیار طاقت فرسا است. بسیاری از بخش‌های عمده اقتصاد نخواهند توانست برای این حجم زیاد نیروی بیکار اشتغال ایجاد کنند، بنابراین نیاز و ضرورت فوری این کشور در این رابطه این است که حداقل این نیروی کار اضافی را به دارایی‌های بهره‌وری تبدیل کند و این امر خود نیازمند یک راهبرد مبتنی بر توسعه منابع انسانی به عنوان کارآفرینی می‌باشد تا این که بتوانند از فرصت‌های اقتصادی (به ویژه در مناطق روستایی) بهره‌برداری کنند.

تجارب *EDI* و بسیاری از سازمان‌های دیگر به طور موفقیت‌آمیزی نشان داده است که اولاً استعداد‌های بالقوه و نهفته کارآفرینی در میان طبقات مرفه و فقیر شهری و روستایی بسیار زیاد است و ثانیاً این استعداد‌های بالقوه را می‌توان حتی در میان طبقات ضعیف و روستایی هم با کمک یک برنامه مدرن آموزشی مناسب به فعلیت درآورد که این برنامه را می‌توان به نام توسعه کارآفرینی^۲ معرفی نمود.

بنابراین، دو عنصر عمده در این رویکرد وجود دارد: (۱) کارآفرینی فردی و (۲) کارآفرینی گروهی. در مورد کارآفرینی فردی فرض بر آن است که افراد دارای حداقل روحیه کارآفرینی را می‌وان تحت آموزش قرار داد. براین اساس و براساس برنامه توسعه کارآفرینی عمومی می‌توان گروهی بین ۲۵ تا ۳۰ نفر از افراد مستعد را به عنوان یک گروه انتخاب نمود و روحیه کارآفرینی را در آنها آموزش داد و زمینه مناسب را برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و موقعیت‌های سودآور اقتصادی برای آنها فراهم کرد.

^۱ - Group Entrepreneurship

^۲ - Entrepreneurship Development Program

چنین افرادی نه تنها مشاغل جدیدی را به وجود خواهند آورد، بلکه به افزایش بهره‌وری نیروی کار و تنوع بخشیدن به چهره اقتصادی کشور نیز کمک خواهند کرد.

البته، چنین طرز نگرشی محدودیت‌های خاص خود را هم دارد. اولاً این نگرش انتخاب است و همه افراد را در برمی‌گیرد و ثانیاً امکان دارد نقاط محروم و افراد فقیر را دربرگیرد که خود نیازمند توجه بیش از بیش کسانی است که برنامه‌ریزی می‌کنند.

در مورد کارآفرینی گروهی، نگرش حاکی از آن است که کارآفرینی گروهی در آن دسته از افراد وجود دارد که به واسطه یک وجه مشترک اساسی به یکدیگر پیوند خورده و براساس این که در یک منطقه و یا طبقه زندگی می‌کنند و در یک کار یا حرفه مشغول فعالیت هستند آمادگی بیشتری برای پذیرش آموزش گروهی دارند. البته لازم به توضیح است که چنین گروهی باید از بلوغ کامل برخوردار باشد که خود مشکل عمده‌ای به شمار می‌رود. در این زمینه، بعضی از سازمان‌های داوطلب^۱ به شناسایی، آموزش و پرورش چنین گروه‌هایی می‌پردازند.

کارآفرینی گروهی هم به نوبه خود با مشکلاتی همراه خواهد بود. یکی از مشکلات این است که آنها دچار سندرم وابستگی^۲ خواهند شد؛ به این معنی که افراد به طور دائمی به آن سازمان داوطلب و گروه مربوطه وابسته خواهند شد و با کنار کشیدن سازمان داوطلب، گروه نیز از بین خواهد رفت. مشکل دوم این است که شکل قانونی این گروه مشخص نیست. مشخص نیست که هر فرد در گروه چه سهمی دارد و تا چه حد از سود گروهی بهره می‌برد. مشکل سوم این که فرایند انتقال مهارت‌های سازمانی و مدیریتی از سازمان داوطلب به فرد مشخص نیست و در چارچوب خاصی قرار ندارد و بالاخره این که در این نگرش مفهوم کارآفرینی خدشه‌دار شده و مشخص نیست که اولاً چه کسی کارآفرین است (گروه یا سازمان داوطلب)، ثانیاً چه کسی خطر پذیر است و قدرت تصمیم‌گیری در کجا نهفته است.

با توجه به مشکلات و موارد فوق، باز هم کارآفرینی گروهی لازم و ضروری است و این مشکلات مانع از اجرا و بکارگیری آن نمی‌شود و *EDI* در صدد است که مفهوم کارآفرینی گروهی را حتی‌الامکان مشخص و عملیاتی سازد تا این که بتواند راهبردهای آن و آموزش فردی را باهم توأم سازد. در این رابطه توجه به محدودیت‌های کارآفرینان روستایی از اهمیت زیادی برخوردار است. این برنامه در چارچوب مفهومی خود باید بتواند هم فشار نیروهای بازار در روستا را در نظر بگیرد و هم الیگارش‌های حاکم بر روستائیان را.

^۱ - Voluntary Organization

^۲ - Depedency syndrome

بهر حال در اجرا، کارآفرینی گروهی بر این فرض استوار است که هر عضو گروه بر محصول خاصی تأکید داشته و هر فرد خود مالک واحد فعالیت خود است. این افراد برای تأمین مواد اولیه و سایر داده‌ها و فروش ستاده‌ها و محصولات خود دست به دست هم داده و گروه برای این کار یک روز خاص را در هر ماه در نظر می‌گیرد. سود حاصل از فعالیت گروه بین اعضاء تقسیم شده و بخشی از آن هم صرف رفاه جامعه می‌شود و از این رو در کارآفرینی گروهی نه تنها به افراد بلکه به مسئولیت اجتماعی هم توجه می‌شود.

تجربه **EDI** در عملیاتی کردن این رویکرد نیز جالب است. برای اولین بار از طریق مداخله، آموزش مفهوم کارآفرینی گروهی عملیاتی شد و یک روش آموزشی ارتقاء روحیه کارآفرینی گروه ترجمه شد. از این رو فرآیند آموزش کارآفرینی گروهی با شروع از سطح محلی به صورت زیر بوده است:

(۱) **در سطح محلی:** کارآفرینی گروهی هند در ایالت نگالند^۱ جهت ترویج روحیه کارآفرینی در میان قوم نجس‌ها^۲ استفاده شد. بخش اعظم این ایالت در واقع از سرزمین اصلی خود بریده بود. این قوم که از لحاظ قانونی در معرض تهدید بود اعتماد کمی به دستگاه دولت داشت و غالباً با نیروی نظامی و انتظامی هند درگیری داشت و نبود تسهیلات ارتباطی، آموزش و... بر دامنه این تنش‌ها می‌افزود. تنها منبع مورد استفاده این قوم جنگل بود و فرصت‌های شغلی آنها بسیار اندک و بیکاری در سطح گسترده‌ای وجود داشت. در چنین ناحیه‌ای از **EDI** دعوت شد که راهبرد ارتقاء کارآفرینی را اجرا نماید. این کار بسیار سخت، ولی قابل اجرا و همراه با پاداش بود و **EDI** نیز در این راستا با جلب نظر مردم و بزرگان روستا (گمبرا)^۳ گام‌های عملی را برداشت.

(۲) **مقدمات قبل از اجرا:** قبل از اجرای برنامه تعداد زیادی از مدیران دولتی، سازمان‌های داوطلبانه و مؤسسات تجاری در تماس با یکدیگر بوده و اقدام به جمع‌آوری اطلاعات راجع به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی، وضعیت اقتصادی منطقه، سیاست‌های دولت و استعدادهای مناطق مختلف نمودند. براساس تحلیل اطلاعات مزبور، **EDI** تصمیم به شروع کار در ناحیه "دیمپور" گرفت و سپس شروع به برقراری تماس‌های محلی و ایجاد شبکه نمود.

(۳) **مبارزه تبلیغاتی:** با توجه به این که تیم **EDI** از خارج از منطقه بود، با سازمان‌های داوطلبانه مانند **HEPROFED** ائتلاف کرد و برای توسعه کارآفرینی اقدام به آموزش نمود. در عین

¹ - Nagaland

² - Nagas

³ - GAMBORA

حال، سازمان‌های دیگری مانند فدراسیون دانش‌آموزان ناگا، انجمن‌های بافندگان و غیره نیز وارد صحنه شدند. به دنبال این تماس‌ها و ارتباط‌ها یک نشست عمومی شامل ۵۷۰ رئیس و منشی از انجمن در منطقه برگزار شد. در پایان این نشست، انجمن‌های مزبور از **EDI** و برنامه‌ها و اهداف آن تشکر نمودند و اطلاعات نشان داد که در آغاز کار می‌توان حمایت بعضی از انجمن‌ها را جلب کرد. تیم **EDI** به همراه کارگران **HEPROFED** از حدود ۴۰ روستا بازدید به عمل آوردند و اطلاعات لازم را از این روستا جمع‌آوری نمودند. پیام‌های اصلی بازدیدکنندگان این بود که:

- ۱) ما فقط آموزش می‌دهیم و هیچ کمک مالی ارائه نمی‌دهیم.
 - ۲) هیچ شهریه‌ای در طی مرحله آموزش دریافت نمی‌شود.
 - ۳) تنها از یک گروه متشکل از ۳۰ الی ۳۵ نفر ثبت نام به عمل می‌آید.
 - ۴) انجمن‌ها باید هزینه بازدیدها یا آموزش عملی را (در صورت لزوم) فراهم نمایند.
 - ۵) اعضاء انجمن‌ها باید بخشی از سهم خود را به این کار اختصاص دهند.
 - ۶) انجمن‌ها باید زمین و ساختمان مناسب را خودشان تهیه کنند.
 - ۷) برای دریافت گواهینامه موفقیت در دوره، شرکت در آن الزامی است.
- ۴) **داوطلبین:** مسئله اصلی، نحوه انتخاب انجمن‌ها و آموزش دادن آنها در برنامه کارآفرینی بود. تصمیم بر این شد که انجمن می‌تواند فقط یک نفر از اعضاء خود را معرفی کند. فرد معرفی شده باید مشخص باشد و به خواندن و نوشتن انگلیسی تسلط کافی داشته و نسبت به دنیای خارج از هند هم اطلاعاتی داشته باشد. فرض اصلی بر آن بود که فرد منتخب از طرف انجمن به گونه‌ای خواهد بود که بعد از آموزش خواهد توانست آموخته‌های خود را به گروه منتقل کند. همچنین تصمیم گرفته شد که در هنگام مصاحبه با فرد منتخب از طرف گروه، رئیس انجمن هم حضور داشته باشد. و برای همه افراد انتخاب شده داشتن یک گواهی از طرف گروه با امضاء رئیس گروه (گامبورا) لازم بود.
- ۵) **فرآیند انتخاب:** برای گزینش فرد جهت آموزش، آزمون‌های متفاوتی (مثل آزمون شناسایی طرح شماتیک) به عمل می‌آید. همچنین مصاحبه نیز در این رابطه به عمل خواهد آمد تا اولاً توانایی و قابلیت مصاحبه شونده به عنوان کارآفرین آینده مشخص شود و ثانیاً پویایی‌های روابط متقابل بین فرد منتخب و انجمن مشخص شود. به طوری کلی در بین ۱۱۲ انجمن (که به ۱۰۶ مورد نامه نوشته شده بود)، ۸۵ نفر در آزمون کتبی شرکت و ۶۵۵ نفر برای مصاحبه دعوت شدند و در نهایت ۳۵ نفر برای شرکت در برنامه انتخاب شدند.
- ۶) **توجیه:** بعد از انتخاب افراد، **EDI** جلسه‌ای را جهت توجیه شرکت‌کنندگان برگزار کرد و اهم مطالب مطرح شده حول سه محور زیر بود:

- ۱) از هر انجمن فقط یک نفر آموزش داده می‌شود. بنابراین انجمن باید در انتخاب فرد مورد نظر دقت کافی به عمل آورد تا این که آموزش موثر واقع شود.
- ۲) هزینه لازم می‌تواند از طریق گرفتن وام تأمین شود.
- ۳) باید برای هر انجمن زمین و ساختمان لازم فراهم شود.

معرفی مؤسسات و نهادهای کارآفرینی در هند

در این بخش به معرفی یک موسسه مهم در رابطه با کارآفرینی پرداخته می‌شود. همان طور که در ابتدا اشاره شد با توجه به طیف جمعیت زیاد هند، مؤسسات زیادی در ترویج و آموزش کارآفرینی در هند اشتغال دارند. بعضی از این نهادها به طور خاص برای ترویج و آموزش و تحقیقات کارآفرینی ایجاد شده‌اند که در اینجا به یک مورد مهم اشاره می‌شود:

مؤسسه توسعه کارآفرینی هند (EDII): این مؤسسه در سال ۱۹۸۳ تأسیس شد و از سوی مؤسسات مالی هند، بانک توسعه صنعتی هند (IDBI)، شرکت تأمین مالی صنعتی هند (IFCI)، شرکت سرمایه‌گذاری و اعتبار هند (ICIC) و بانک ایالتی هند (SBI) حمایت و پشتیبانی می‌شود. فرماندار گجرات نزدیک به ۲۳ هکتار زمین در اختیار این مؤسسه قرار داده است.

موسسه توسعه کارآفرینی هندی در حال حاضر به عنوان یک مؤسسه معتبر ملی شناخته می‌شود که به آموزش کارآفرینان می‌پردازد و علاوه بر آموزش، تحقیقاتی نیز در این زمینه انجام می‌دهد و از اساتید و امکانات خوبی بهره‌مند است. این مؤسسه پیشگام جنبش کارآفرینی در سراسر کشور هند به شمار می‌رود و این ایده را دنبال می‌کند که کارآفرینان لزوماً کارآفرین متولد نمی‌شوند، بلکه کارآفرینی را می‌توان از طریق فعالیت‌های مدون و مناسب آموزش داد.

این ایده به نوبه خود منجر به ارائه برنامه‌های متعددی برای آموزش کارآفرینی می‌شود که اعتماد کارآفرینان را ارتقاء داده و بنابراین از پیشگامان نظریه و عمل این رشته به خوبی استفاده می‌نماید. برنامه‌های مؤسسه توسعه کارآفرینی هند به حدی گسترده است که فقط با تلاش و همکاری اعضاء انجام می‌شود. این مؤسسه با طیف وسیعی از سازمان‌ها و مؤسسات متعهد به توسعه کارآفرینی رابطه نزدیک داشته و برنامه‌های آن از سوی مؤسسات و نهادهای متفاوتی تحت پشتیبانی و حمایت قرار می‌گیرد.

اعضاء هیئت علمی این مؤسسه از بهترین اساتید مجرب در سطح دنیا بوده و در رشته خود دارای مطالعات، تحقیقات و تجربیات وسیعی هستند. آنها در زمینه‌های متعددی مانند شخصیت کارآفرینی، پروژه‌ها و فناوری، مدیریت مالی، مدیریت بازاریابی، سیاست بازرگانی، سیاست‌های اقتصادی، جنسیت و بازرگانی و فناوری آموزشی دارای تجربه و مطالعه می‌باشند.

به هر حال، موسسه توسعه کارآفرینی هند از محیط فیزیکی مناسب، مرکز اطلاعات و کتابخانه، مرکز رایانه و انتشارات برخوردار است. این مؤسسه همچنین نوارهای ویدیویی ارزشمندی در رابطه با کارآفرینی تهیه کرده است. در پایان معرفی این مؤسسه به چند کتاب منتشر شده در زمینه کارآفرینی توسط این مؤسسه اشاره می‌شود.

- برنامه توسعه کارآفرینی در هند و ارتباط آن با کشورهای در حال توسعه (*V.G.Patel*)
- پرورش کارآفرینان جدید (هیأت علمی مؤسسه توسعه کارآفرینی هند)
- در جستجوی هویت - کارآفرینان زن در هند (*A.Kanitrar Li & N. Contractor*)
- هفت بحران در تجارت (*V.G.patel*)
- گزارش‌های مؤسسه توسعه کارآفرینی هند
- نشریه کارآفرینی

یکی از مراکز مهم وابسته به مؤسسه توسعه کارآفرینی هند مرکز بین منطقه‌ای (*IRC*)^۱ می‌باشد که برنامه‌های متعددی را در زمینه کارآفرینی ارائه می‌دهد. برای مثال یکی از برنامه‌های این مرکز، برنامه ظرفیت‌سازی^۲ می‌باشد که شامل مواردی مانند شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، ارزیابی و تهیه پروژه صنعتی، اجرا و برنامه‌ریزی پروژه، توسعه بازار سرمایه، ایجاد شرکت جدید و... می‌باشد.

یکی دیگر از نهادهای وابسته به این مؤسسه، واحد برنامه یادگیری آزاد در کارآفرینی یا یادگیری از راه دور است که در بخش‌های قبلی تا حدی به آن اشاره شده است. این مؤسسه که به *OLPE* معروف است توسط یک مؤسسه بین‌المللی واقع در آلمان به نام (*FNST*)^۳ و همچنین توسط *NSTEDB* و وزارت علوم و فناوری، و دولت هند مورد پشتیبانی قرار می‌گیرد. اخیراً کمک‌هایی از طرف فرمانداری گجرات و بانک ایالتی هند نیز به این مؤسسه شده است.

به هر حال *OLPE* ابتدا در "گجرات" و "کارناتاكا" شروع به کار کرد و سپس حیطة کارش را به ایالت‌های دیگر مانند مادیاپرادش، مهاراشتا، هلی، پنجاب، هاریانا، کرالا، آندراپرادش، تامیل نادو،

¹ - *Inter – Regional Center*

² - *Capacity – building programme*

³ - *Friedrich Nauman Stiftung*

تراپرادش و راجستان گسترش داده است. برنامه درسی این مؤسسه شامل مطالب درسی خود خوان، مشاوره شخصی و دو جلسه حضور در کلاس می‌باشد که توسط اساتید مجرب ارائه می‌گردد. برنامه‌های مزبور به گونه‌ای است که دانشجویان دانشگاه، کارمندان، مدیران، افراد متخصص، تکنوکرات‌ها، دانش‌آموختگان، جوانان بیکار و زنان می‌توانند از آن بهره‌مند شوند.

واحدهای درسی *OLPE* شامل موارد زیر است: کارآفرینی، راهبردهای پشتیبانی و اطلاعات، راهنمایی فرصت‌های بازرگانی، ارزیابی بازار، تهیه گزارش پروژه، مدیریت منابع انسانی و مقررات اداری، مدت تحصیل در *OLPE* یازده ماه می‌باشد که در طی دو مرحله (یک مرحله ۹ ماهه مطالعه عملی و دو ماه مطالعه پیگیری) انجام می‌شود و زبان قابل توجهی برای تحصیل انگلیسی، هندی و گجرات است. به هر حال *OLPE* یکی از مؤسساتی است که در جهت ارتقاء روحیه کارآفرینی از روش آموزش از راه دور استفاده می‌کند و تا حدی شبیه به دانشگاه پیام نور در ایران می‌باشد.

سیاست‌های دولت در هند

به طور کلی، در هند بخش خصوصی و دولتی در کنار هم قرار دارند و اقتصاد کشور یک «اقتصاد مختلط» است. در سال‌های اخیر، تلاش‌هایی در جهت ترویج مالکیت خصوصی دولت صورت گرفته و بخش خصوصی نیز با طرح‌های دولت همسو گشته است.

مداخله بخش دولتی در بخش خصوصی و مؤسسات کوچک از طریق استفاده از ابزار و راهبردهای پولی و مالی و حتی کنترل مستقیم بنگاه‌ها امکان‌پذیر است. این راهبرد در قانون اساسی هند نیز منعکس شده و دولت موظف به تأمین امنیت، حق کار، آموزش و تأمین معیشت زمان بیکار، پیری، بیماری و عقب‌افتادگی مردم می‌باشد و حق مالکیت خصوصی که در قانون اساسی به عنوان یک حق اساسی شناخته شده بود در سال ۱۹۸۷ به وسیله یک متهم لغو شد و به صورت یک حق قانونی درآمد.

سیاست آزادسازی اقتصادی دولت هند و برنامه‌های اصلاحات اقتصادی به رشد سریع اقتصادی منجر شده و از این رو دولت بستر مناسبی را برای حمایت کارآفرینی و کارآفرینان ایجاد نموده است. دولت در سطح کشور از طریق انجام اصلاحات در سیاست‌های صنعتی، شرایط ورود به یک صنعت (اخذ پروانه) محدودیت‌های سرمایه‌گذاری و شرایط دسترسی به منابع مالی را کاهش داده و مشوق تأسیس صنایع کوچک و متوسط بوده است.

در این رابطه در هند مؤسسات متعددی بوجود آمده که مشوق کارآفرینی بودند. یکی از این مؤسسات که نقش به‌سزایی در ترویج و اشاعه کارآفرینی و سیاست‌های مربوط به آن دارد فدراسیون

شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط هند (*FISME*)^۱ است. همچنان که اشاره شد با آزادسازی اقتصادی سه عامل دولت، صنعت و اتحادیه‌ها نقش مهمی در سیاستگذاری صنعتی ایفاء می‌کردند. در ابتدا، اولین نسل کارآفرینان جهت تدریس سیاست‌های مربوطه موسسه‌ای به نام اتحاد ملی کارآفرینان جوان (*NAYE*)^۲ را در سال ۱۹۶۷ تأسیس کردند و به دنبال تحولات بوجود آمده در دهه ۱۹۹۰ در سال ۱۹۹۰ این مؤسسه به نام *FISME* تغییر نام و هدف یافت.

مؤسسه *FISME* جهانی شدن را به عنوان نیروی اصلی می‌داند که محیط مؤسسات کوچک آینده را تغییر خواهد داد و به عبارت دیگر، یکپارچگی جهانی، علامت و نشانه اصلی برای *FISME* است که بر زمینه‌های فعالیت آن هم تأثیر داشت.

به طور کلی *FISME* به عنوان یک سازمان غیردولتی در دو زمینه اصلی فعالیت می‌کند که عبارتند از:

(۱) تسهیل مشارکت فعال شرکت‌های عضو در صادرات و واردات بین‌المللی

(۲) تشویق شرکت‌های عضو به پیمانکاری جزء و ...

مؤسسه *FISME* به عنان یک مؤسسه مهم کارآفرینی در اکثر نقاط هند دارای عضو است.

مهمترین اعضاء آن عبارتند از:

(۱) انجمن زنان کارآفرین کارناتاكا

(۲) انجمن صنایع نوئیدا

(۳) اتاق صنعت و بازرگانی گورگانون

(۴) فدراسیون صنایع ایالت گجرات

مؤسسه *FISME* خدمات زیر را به اعضاء خود ارائه می‌دهد:

(۱) تهیه اطلاعات لازم برای صادرات و واردات (از طریق اینترنت و مکاتبه با سفارتخانه‌ها)

(۲) مشاوره بازاریابی از طریق تجارت الکترونیکی

(۳) انتقال فناوری

(۴) مشارکت اعضاء در نمایشگاه‌های بازرگانی

(۵) فراهم کردن زمینه دیدار با هیئت‌های اعزامی از کشورهای دیگر

(۶) برنامه ترویج صادرات

(۷) سیاستگذاری صنعتی

^۱ - Federation of Indian Micro & Small & Medium Enterprises

^۲ - National Allaince of Young Entrepreneurs

(۸) مشاور

(۹) برنامه‌های آموزشی

به طور کلی، خدمات مؤسسه *FISME* با رویکرد مثبت به ایجاد فرصت‌های مناسب برای شرکت‌های عضو است و در صدد بوجود آوردن یک بینش جهانی برای اعضای خود است. مؤسسه *FISME* به عنوان یک مؤسسه نشر و تبلیغ مدیریت صنایع کوچک و کارآفرینی نشریات متعددی را در این راستا منتشر می‌کند که مهمترین آنها عبارتند از:

(۱) خبرنامه *FISME* (به طور ماهانه)

(۲) گزارش سالانه

(۳) نتایج بررسی‌های کارگروه صادرات و واردات برای دولت هند

(۴) گزارش در باره تأثیر سازمان تجارت جهانی (*WTO*)^۱ بر مؤسسات کوچک هند.

علاوه بر مؤسسه *FISME* مؤسسه دیگری که در این جهت فعالیت دارد و تحت پوشش وزارت صنایع هند قرار دارد، اداره مشاوره صنعتی (*SIA*)^۲ است. اداره مشاوره صنعتی توسط دولت هند در وزارت صنایع ایجاد شده است و فعالیت اصلی آن فراهم کردن زمینه و دیدگاه مناسب برای مشاوره کارآفرینی، تسهیل سرمایه‌گذاری، کمک به کارآفرینان در راه‌اندازی پروژه‌ها و کمک به تأمین مالی پروژه‌هاست.

اداره مشاوره صنعتی با تهیه راهنمای خط مشی و سیاست‌های صنعتی، رهنمودهای لازم را به کارآفرینان ارائه می‌دهد. یکی از این راهنماها، راهنمای کارآفرینان صنعتی (*IENA*) است. در این راهنما موارد و شرایط مربوط به اخذ پروانه فعالیت ذکر شده است.

همچنین در دفترچه راهنمایی که توسط این اداره تهیه شده است به تسهیلات و امکاناتی که دولت یا مؤسسات دیگر در اختیار کارآفرینان می‌دهند، اشاره شده است. در این رابطه نقش هیئت ترویج سرمایه‌گذاری صنعتی (*FIPB*) که کلیه قوانین و مقررات مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در هند را تدوین می‌کند، دارای اهمیت زیادی است. شورای ترویج سرمایه‌گذاری خارجی (*FIPC*) هم در این رابطه نقش مهمی ایفا نموده و هدایت سرمایه‌دهی خارجی را به عهده دارد.

به هر حال، در این راهنماها، اطلاعات مربوط به صادرات و واردات، کنترل آلودگی هوا، وام‌های خارجی، نحوه رسیدگی به شکایات در دسترس استفاده‌کنندگان قرار می‌گیرد. این اداره همچنین برای هر ایالت (مانند پنجاب، بیهار، هاریانا) نیز یک خط مشی صنعتی خاص را تدوین نموده است.

¹ - World Trade Organization

² - Secretariat for Industrial Assistance

به طور خلاصه، سیاست‌های دولت هند در اشاعه کارآفرینی و روحیه کارآفرینی در سطح گسترده‌ای قرار داشته و همان‌طور که اشاره شد دولت از طریق فراهم کردن زمینه مناسب برای مؤسسات فوق، بستر مناسب را برای رشد کارآفرینی فراهم نموده است.

اهم سیاست‌های صنعتی هند که مشوق کارآفرینی می‌باشند عبارتند از:

- (۱) معافیت در اخذ پروانه (مگر در موارد خاص)
- (۲) آزادی در انتخاب محل پروژه
- (۳) حمایت از صنایع کوچک (صنایعی که ارزش تجهیزات و ماشین‌آلات آنها بیش از ۳۰ میلیون روپیه نباشد)
- (۴) معافیت از مقررات مربوط به کنترل آلودگی هوا (چنانچه میزان سرمایه‌گذاری کمتر از ۵۰۰ میلیون روپیه نباشد و تولیدات مواد سمی یا شیمیایی مسمومیت‌زا نباشد)
- (۵) تشویق و فراهم کردن زمینه برای سرمایه‌گذاران خارجی
- (۶) اجرای طرح خودکار: طرح تصویب خودکار پروژه‌ها و مؤسسات تازه تأسیس و همچنین پروژه‌های مربوط به مؤسسات موجود
- (۷) تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری برای افراد مقیم هند
- (۸) ایجاد مناطق آزاد صادراتی

فصل سوم

**سازوکارهای مدیریت
توسعه کارآفرینی در کشور**

□ دستگاه‌های مرتبط با کارآفرینی

۱- وزارت کار و امور اجتماعی

در راهبردهای وزارت کار و امور اجتماعی به موارد زیر اشاره شده است که تحقق آن نیازمند ساز و کار لازم برای مدیریت توسعه کارآفرینی در کشور می باشد:

۱- توسعه اشتغال مولد و پایدار براساس شکوفایی اقتصادی و مزیت‌های کشوری و منطقه‌ای و راهبری مناسب بنگاه‌های کسب و کار و کارآفرینان با تنظیم بازارهای چهار گانه (کالا و خدمات، سرمایه، کار، پول)

۲- حمایت و توسعه شرکتهای مادر تخصصی و مراکز رشد کارآفرینی و خوشه‌های اقتصادی

۳- توسعه زمینه‌های اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید با حمایت و هدایت کارآفرینان و نیروهای

خلاق و مبتکر

۴- بهره‌گیری از امکانات و ظرفیت‌های تمامی دستگاه‌ها در امر اشتغال و کارآفرینی

برای تحقق راهبردهای فوق، در تشکیلات وزارت کار و امور اجتماعی یک معاونت، تحت عنوان معاونت برنامه‌ریزی منابع انسانی و توسعه کارآفرینی پیگیر تحقق راهبردهای فوق می‌باشد. همچنین در این رابطه و بمنظور تقویت موضوع و توجه بیشتر دستگاهها به موضوع کار آفرینی، با پیشنهاد وزارت کار و امور اجتماعی و تصویب هیات وزیران در سال ۱۳۸۴ کلیه وزارتخانه‌ها، موسسات دولتی که حیطة اختیارات و وظایف آنها مرتبط با موضوع کارآفرینی می‌باشند. بر حسب تشخیص وزارت کار و امور اجتماعی می‌توانند به ایجاد دفاتر کارآفرینی اقدام نمایند که شرح وظایف دفتر مذکور تدوین و ارایه گردیده است.

همچنین در سال ۱۳۸۵ نیز وزارت کار و امور اجتماعی در جهت توسعه کارآفرینی و حمایت از مراکز رشد پارکهای فناوری متن مصوبه ای را جهت تصویب به هیات وزیران ارایه نموده است.

تصویب‌نامه شماره ۵۰۸۷۶/ت ۳۳۹۱۳ هـ مورخ ۱۳۸۴/۸/۲۵ در مورد ایجاد دفاتر کارآفرینی
در وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی

بسمه تعالی

وزارت کار و امور اجتماعی - سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور

هیأت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۴/۷/۱۰ بنا به پیشنهاد شماره ۵۸۸۰۰ مورخ ۱۳۸۴/۷/۲ وزارت کار و امور اجتماعی و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصویب نمود:

کلیه وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی موظفند حسب ضرورت بنا به اعلام وزارت کار و امور اجتماعی، شرح وظایف پیوست را که تأیید شده به مهر دفتر هیأت دولت است، از طریق ایجاد دفاتر کارآفرینی با استفاده از پستهای سازمانی مصوب موجود زیر نظر مستقیم وزیر یا بالاترین مقام مسئول سازمان و یا با اضافه کردن شرح وظایف یاد شده به وظایف یکی از معاونت‌های موجود به انجام برسانند.

این تصویب‌نامه جایگزین تصویب‌نامه شماره ۳۷۹۲۹/ت ۲۵۵۰۴ مورخ ۱۳۸۰/۸/۱۶ می‌شود و نظارت بر اجرای آن بر عهده وزارت کار و امور اجتماعی است.

شرح وظایف دفاتر کارآفرینی

- ۱- بررسی و مطالعه در زمینه چگونگی ایجاد و توسعه اشتغال در بخشهای مرتبط با اهداف و مأموریت‌های دستگاه ذی‌ربط و ارائه راه‌کارهای مناسب در این زمینه به وزارت متبوع و وزارت کار و امور اجتماعی
- ۲- بررسی و مطالعه به منظور شناسایی وضعیت موجود اشتغال، ویژگی‌ها و نیازهای بازار کار در بخشهای مرتبط با دستگاه و ارائه نتایج حاصل به وزارت کار و امور اجتماعی از طریق دستگاه متبوع جهت بهره‌برداری در تهیه برنامه‌های تنظیم عرضه و تقاضای بازار کار کشور
- ۳- بررسی و مطالعه و ارائه راهکار در زمینه چگونگی فراهم آوردن زمینه‌های مناسب جلب مشارکت بخش خصوصی و تعاونی در فعالیت‌های اشتغال‌زا و ایجاد بنگاه‌های کسب و کار و ارائه نتایج حاصل به بالاترین مقام دستگاه جهت اعلام به وزارت کار و امور اجتماعی به منظور استفاده در تدوین سیاستهای اشتغال کشور
- ۴- شناسایی نیازهای مهارتی نیروی کار مورد نیاز بخشهای مرتبط با وظایف دستگاه جهت اعلام به وزارت کار و امور اجتماعی به منظور تهیه و اجرای برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای
- ۵- مطالعه و پیشنهاد ساز و کارهای لازم به منظور جلوگیری از کاهش فرصتهای شغلی ناشی از

اجرای سیاستهای مختلف دستگاه متبوع

- ۶- نظارت، پیگیری و حصول اطمینان از اجرای سیاستهای اشتغال در مورد "مجوزهایی که به منظور تأسیس بنگاه‌های کسب و کار جدید صادر می‌شود" و همچنین "قراردادهای داخلی و خارجی" توسط دستگاه ذی‌ربط و ارائه نتایج مربوط به میزان اشتغال‌زایی طرح‌ها در این زمینه
- ۷- نظارت عالی بر توزیع اعتبارات وجوه اداره شده و تسهیلات بانکی متناسب با سهم متقاضیان سرمایه‌گذاری در طرح‌های اشتغال‌زا در حیطه فعالیت دستگاه مذکور و در چارچوب سیاستهای اشتغال و حصول اطمینان از ایجاد فرصتهای شغلی مورد انتظار و ارائه نتایج آن به بالاترین مقام دستگاه جهت اعلام به وزارت کار و امور اجتماعی
- ۸- تهیه و ارائه گزارش نوبه‌ای از وضعیت اشتغال در دستگاه متبوع براساس دستورالعمل وزارت کار و امور اجتماعی
- ۹- مطالعه و بررسی در زمینه جایگزینی نیروی کار ایرانی با نیروی کار خارجی شاغل در دستگاه و پروژه‌های در دست اجرای آن و اعلام نتایج امر از طریق دستگاه متبوع به وزارت کار و امور اجتماعی به منظور تعیین سیاستها و برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای مورد نیاز
- ۱۰- مطالعه و بررسی در زمینه اشاعه فناوری‌های نوین در واحدهای مربوط به اثرات آن بر کمیت و کیفیت نیروی کار شاغل در آن واحد و اعلام نتایج به وزارت کار و امور اجتماعی
- ۱۱- انجام وظایف و مأموریت ارجاعی از طرف وزیر کار و امور اجتماعی یا شورای عالی اشتغال که توسط بالاترین مقام دستگاه متبوع ابلاغ می‌گردد.

- ۱۲- ظرفیت سنجی از دستگاه متبوع (اشتغال در بخش دولتی) در پنج سال آینده و اعلام آن از طریق دستگاه متبوع به وزارت کار و امور اجتماعی جهت برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و نظارت بر بخش آموزش عالی و سوق دهی دانش‌آموختگان دانشگاهی متناسب با نیاز بازار کار
- ۱۳- مطالعه و بررسی طرح‌ها و ایده‌های کارآفرینی در حوزه وظایف دستگاه متبوع و ارائه پیشنهاد به وزارت کار و امور اجتماعی از طریق دستگاه متبوع
- ۱۴- جمع‌آوری آمار و اطلاعات مربوط به شاغلین خارجی در هر دستگاه و پروژه‌ها و طرح‌های عمرانی وابسته به آن و ارائه گزارشهای دوره‌ای به وزارت کار و امور اجتماعی
- ۱۵- استعلام از وزارت کار و امور اجتماعی در خصوص امکان صدور پروانه کار برای اتباع خارجی مورد نیاز اجرای طرح‌های عمرانی و پروژه‌های وابسته به دستگاه ذی‌ربط قبل از نهایی شدن و انعقاد قرارداد استخدام اتباع خارجی
- ۱۶- مطالعه و بررسی در مورد چگونگی امکان انتقال تجربه، دانش و مهارت متخصصین خارجی شاغل در طرح‌های عمرانی و پروژه‌های دولتی و خصوصی وابسته به کارکنان ایرانی شاغل در این پروژه‌ها و اعلام نتایج به وزارت کار و امور اجتماعی جهت برنامه‌ریزی و پیگیری لازم در تحقق بند "ج" ماده (۱۲۱) قانون کار
- ۱۷- ارائه پیشنهاد و پیگیری برای توسعه فعالیت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی داخلی و خارجی در جهت توسعه اشتغال و ایجاد بنگاه‌های جدید کار و کسب و رفع موانع مربوط
- ۱۸- ارائه پیشنهاد و پیگیری و بررسی زمینه‌های صدور خدمات فنی و مهندسی و نرم‌افزاری به خارج از کشور در حیطه فعالیت‌های ذی‌ربط با دستگاه اجرایی متبوع
- ۱۹- نظارت و مشارکت در فرآیند سیاستگذاری دستگاه ذی‌ربط به منظور تعیین سیاست‌ها و راهبردهای اشتغال در چارچوب اهداف و مأموریت‌های دولتی دستگاه

۲- مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در ایران

افزایش روزافزون فاصله بخش‌های اقتصادی با دانشگاه‌ها و موسسات فناوری موجب پیدایش سازمان‌های جدیدی با عنوان مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری با هدف کاهش این فاصله و کاربرد کردن نتایج تحقیقات در جامعه گردیده است. این سازمان‌ها که در ابعاد مختلف و با طیف گسترده‌ای از شرح وظایف ایجاد شده‌اند، همگی یک هدف مشترک یعنی کمک به تکمیل حلقه‌های واسط مابین بخش‌های اقتصادی جامعه (صنایع، کشاورزی و خدمات) و بخش‌های علمی و آموزشی جامعه (دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی) را تعقیب می‌نمایند. علاوه بر این افزایش ضریب موفقیت واحدهای فناور از طریق اجتماع آن‌ها در یک محل و کاهش هزینه‌های آن‌ها به کمک ارائه خدمات پژوهشی متمرکز از دیگر اهداف اصلی این سازمان‌ها به شمار می‌روند. موفقیت این سازمان‌ها، که در

بسیاری از کشورها نقش اساسی در رشد، توسعه علمی و اقتصادی داشته، موجب تکثیر سریع این الگو در کشورهای مختلف شده است. بسته به ظرفیت علمی و اقتصادی، این سازمان‌ها به لحاظ حجم فعالیت در سه رده مختلف مراکز رشد واحدهای فناور، پارک‌های علم و فناوری و شهرک‌های علم و فناوری در جهان شکل گرفته‌اند.

در ارتباط با حمایت‌های قانونی صورت گرفته از پارک‌های علم و فناوری می‌توان به ماده (۴۷) قانون برنامه چهارم توسعه اشاره نمود، در این قانون عنوان شده است که به منظور ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش محور و تقویت همکاری‌های بین‌المللی، اجازه داده می‌شود واحدهای پژوهشی، فناوری و مهندسی مستقر در پارک‌های علم و فناوری در جهت انجام مأموریت محوله، از مزایای قانونی مناطق آزاد در خصوص روابط کار، معافیت‌های مالیاتی و عوارض، سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات مالی بین‌المللی برخوردار گردند. پارک‌های علم و فناوری از نظر مالی مشمول آیین‌نامه مالی و معاملاتی دانشگاه‌ها می‌باشند. از جمله منابع مالی پارک‌ها می‌توان موارد زیر را بر شمرد:

- بودجه سالانه که از محل اعتبارات عمومی کشور تامین می‌شود.
- درآمد حاصل از فعالیت‌ها و خدمات پارک‌ها
- کمک‌ها و هدایای اشخاص حقیقی و حقوقی
- عقد قراردادهای پژوهشی و اجرائی با سازمان‌های دولتی و غیردولتی

از جمله مصوباتی که برای ضابطه‌مند نمودن فعالیت‌های مراکز رشد و پارک‌های فناوری مورد تصویب قرار گرفته می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. آیین‌نامه تاسیس و راه‌اندازی مراکز رشد واحدهای فناوری (انکوباتورها)
۲. اساسنامه مراکز رشد واحدهای فناوری
۳. آیین‌نامه تاسیس و راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری
۴. اساسنامه پارک‌های علم و فناوری
۵. اساسنامه شهرک‌های علمی و تحقیقاتی
۶. ماده (۴۷) قانون چهارم توسعه
۷. آیین‌نامه اجرایی ماده ۴۷ قانون برنامه چهارم توسعه

مرکز رشد واحدهای فناوری (انکوباتور)^۱، مرکزی است تحت مدیریت متخصصین حرفه‌ای که با ارائه خدمات حمایتی از ایجاد و توسعه حرفه‌های جدید توسط کارآفرینانی که در قالب واحدهای نوپای فعال در زمینه‌های مختلف منتهی به فناوری متشکل شده‌اند و اهداف اقتصادی مبتنی بر دانش و فن دارند، پشتیبانی می‌کند. این خدمات، به عنوان مثال، شامل موارد زیر است:

- تامین محل کار (به صورت اجاره)
- خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی
- خدمات اطلاع رسانی
- خدمات مالی و اعتباری
- آموزش‌های تخصصی ویژه
- خدمات مدیریتی
- خدمات حقوقی
- پروژه یابی و بازاریابی

آنچه از مطالعه وضعیت ایران در مقایسه با دیگر کشورها در این خصوص نشان می‌دهد فقدان نهادی است که با جایگاه قانونی و برخوردار از اختیاراتی که قانون برای آن وضع نموده است بتواند سیاستگذار و حامی مراکز رشد و پارک‌های فناور باشد. اهداف مراکز رشد بشرح زیر می‌باشد:

- ۱- بستر سازی جهت تجاری کردن دستاوردهای تحقیقاتی
- ۲- ایجاد زمینه کارآفرینی و حمایت از نوآوری و خلاقیت نیروهای محقق جوان
- ۳- رونق اقتصاد محلی مبتنی بر فناوری
- ۴- ایجاد فضای لازم جهت گسترش واحد های کوچک و متوسط دانش مدار و فناور فعال در زمینه‌های فناوری
- ۵- بستر سازی برای ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب به منظور جذب کارآفرینان و دانش آموختگان دانشگاهی در زمینه های فناوری

۱. شرکت‌های کوچک و متوسط فناور^۱ در رونق اقتصادی، توسعه فناوری و به تبع آن، کارآفرینی نقش بسیار موثری دارند. توسعه این شرکتها در گرو ایجاد زیرساخت‌های لازم برای کاهش خطرپذیری آنها در دوران شروع فعالیت خود است. یکی از مهمترین این زیرساخت‌ها، مراکز رشد واحدهای فناوری است. مرکز رشد واحدهای فناوری برای کارآفرینان و واحدهای کوچک و متوسطی که با تکیه بر علم و فناوری دارای ایده‌های محوری قابل تجاری شدن هستند، برای مدت چند سال اطلاعات و مشاوره‌های ضروری و نیز خدمات و تجهیزات مناسب را ارائه داده و آنها را برای حضور مستقل و موثر در صحنه فناوری کشور آماده می‌کند.

۶- ایجاد شرایط مناسب برای تولید و توسعه محصولات و فرآیندهای فناوری قابل عرضه به بازار

پارک علم و فناوری، سازمانی است که بوسیله متخصصین حرفه‌ای مدیریت می‌شود و هدف اصلی آن افزایش ثروت در جامعه از طریق ارتقاء فرهنگ نوآوری و رقابت در میان شرکت‌های حاضر در پارک و موسسه‌های متکی بر علم و دانش است. برای دستیابی به این هدف یک پارک علمی، جریان دانش و فناوری را در میان دانشگاهها، موسسه‌های تحقیق و توسعه، شرکت‌های خصوصی و بازار، به حرکت انداخته و مدیریت می‌کند و رشد شرکت‌های متکی بر نوآوری را از طریق مراکز رشد (انکوباتورها) و فرایندهای زایشی تسهیل می‌کند. پارک‌های علمی و فناوری همچنین خدمات دیگری با ارزش افزوده بالا همراه با فضاهای کاری و تسهیلات با کیفیت بالا فراهم می‌نماید.

۳- معاونت علم و فناوری نهاد ریاست جمهوری

رئوس برنامه‌های معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری که وظیفه راهبری، هماهنگی، حمایت و پیشبرد امور راهبردی مربوط به علم و فناوری در کشور را عهده‌دار است بشرح زیر می‌باشد:

۱- تحول در سامانه علم و فناوری

از طریق:

- ۱-۱- باز تعریف هدفها و مأموریت‌های مراکز موجود در سامانه اعم از دانشگاه، مراکز پژوهش، مراکز تحقیق و توسعه صنعتی، پارک‌ها و شهرک علم و فناوری
- ۲-۱- مهندسی ساختار موجود (تعدیل، تصحیح، ادغام و ایجاد مراکز)
- ۳-۱- تحول در اصول ضوابط برآورد و توزیع بودجه‌های پژوهشی
- ۴-۱- نظارت و ارزیابی و اعمال بازخوردهای حاصل شده

۲- کمک به ایجاد و تقویت نهضت تولید علم و جنبش نرم‌افزاری

- تشکیل دفتر با ستاد نهضت تولید علم و جنبش نرم‌افزاری در معاونت که وظیفه آن:
 - ۱- هماهنگ سازی و ارتقای جشنواره‌ها و جایزه‌های علمی موجود در کشور
 - ۲- کمک به عرضه دانش‌های ایرانی به مجامع جهانی بویژه در حوزه معارف اسلامی و رشته‌های علوم انسانی
 - ۳- همکاری نزدیک با حوزه‌های علمیه

۳- تولید و توسعه بومی کلان فناوریهای نوین

تشکیل بنیاد ملی فناوریهای نوین در معاونت که وظیفه:

- ۱- راهبری و حمایت از تولید، کسب و بومی‌سازی فناوریهای نوین
- ۲- سیاستگذاری و راهبری عالی پروژه‌های ملی کسب و تولید فناوری
- ۳- همکاری‌های بین‌المللی در جهت تامین منافع کشور در سطح گسترده
- ۴- دفتر همکاریهای فناوری ریاست جمهوری و ستادهای مرتبط با آن نظیر ستاد ویژه فناوری نانو هسته اولیه بنیاد ملی فناوریهای نوین را شکل خواهند داد.

۴- پشتیبانی و بهره‌مندی از نخبگان

- ۴-۱- حفظ و بکارگیری نخبگان و پشتیبانی از آنان در راستای ارتقاء تولید علم، فناوری و توسعه علمی و متوازن کشور و احراز جایگاه برتر علمی، فناوری و اقتصادی در منطقه براساس سند چشم‌انداز عبارت از اساسنامه نخبگان آورده شده است.
- ۴-۲- تعیین جایگاه صندوق حمایت از پژوهشگران در بنیاد ملی نخبگان

۵- تحقق و تقویت همکاریهای دانشگاه و صنعت

- اثربخش ساختن علم در جامعه و بهره‌گیری از دستاوردهای علمی در بخش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی
- تشکیل ستاد همکاریهای دانشگاه و صنعت در معاونت
- برنامه‌های ستاد همکاریهای دانشگاه و صنعت
- برنامه‌ریزی و تامین حضور مدیران و کارشناسان ارشد صنعت در دانشگاه
 - کمک به مسأله‌یابی واقعی در پژوهش‌های دانشگاهی
 - تشکیل قطب‌های علم و صنعت
 - اعطای جایزه به فعالان همکاریهای دانشگاه و صنعت
 - ساماندهی فرصت مطالعاتی و تحقیقاتی استادان در صنعت و بازآموزی کارشناسان صنعتی در دانشگاه

سایر واحدهای مرتبط با معاونت علم و فناوری نهاد ریاست جمهوری شرح زیر می‌باشند:

۱- بنیاد نخبگان

وظیفه بنیاد مذکور برنامه‌ریزی و سیاستگذاری برای شناسایی، هدایت، حمایت مادی و معنوی نخبگان، جذب، حفظ و توسعه علمی و متوازن کشور و احراز جایگاه برتر علمی، فناوری و اقتصادی در منطقه بر اساس سند چشم‌انداز کشور در افق ۱۴۰۴ می‌باشد.

۲- صندوق حمایت از پژوهشگران کشور

وظیفه صندوق، ارائه کمک‌ها و خدمات حمایتی مادی و معنوی به پژوهشگران ایرانی اعم از حقیقی و حقوقی برای شکوفایی امور تحقیقاتی در راستای تولید علم و فناوری و بهره‌مند شدن مردم از نتایج آنها در کشور است.

۳- ستاد ویژه توسعه فناوری نانو

وظیفه ستاد بشرح زیر می‌باشد:

- ۱-۳- دستیابی به سهم مناسبی از تجارت جهانی با استفاده از فناوری نانو
- ۲-۳- ایجاد زمینه مناسب جهت بهره‌مندی از مزایای فناوری نانو در راستای ارتقاء کیفیت زنده به مردم
- ۳-۳- نهادینه شدن توسعه پایدار و پویای علوم، فناوری و صنعت نانو

۴- دفتر همکاریهای فناوری

دفتر همکاریهای فناوری ریاست جمهوری نیز در زمینه نیازسنجی، هماهنگی انتقال فناوری-های پیشرفته و حمایت از تولید آنها در داخل کشور فعالیت می‌نماید.

□ ساختار پیشنهادی مدیریت کارآفرینی

نتایج حاصل از مطالعات مبانی و تطبیقی انجام شده نمایانگر آنست که:

- ۱- در عصر حاضر نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی جمهوری اسلامی ایران حیاتی است.
 - ۲- توسعه کارآفرینی و کارآفرینان نیاز به حمایت دولت دارد.
 - ۳- فناوری زیر ساخت کارآفرینی می‌باشد.
 - ۴- فناوری موضوعی است فرابخشی که دستگاهها و نهادهای متعددی در سطوح راهبردی و اجرایی در آن ذیمدخل می‌باشند.
 - ۵- فقدان نهادی که با جایگاه قانونی و برخوردار از اختیاراتی که قانون برای آن وضع نموده است بتواند سیاستگذار و حامی مراکز فناوری کشور باشد کاملاً مشهود است.
 - ۶- علی‌رغم اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اشتغال در کشور، تاکنون ساختار و مدیریت منسجم برای سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، حمایت، هدایت و نظارت بر توسعه کارآفرینی در تشکیلات دولت استقرار نیافته و مجموعه اقدامات انجام شده به صورت پراکنده در حوزه‌های مختلف پیگیری می‌شود.
- با توجه به موارد فوق ایجاد سازمان یا نهادی فرابخشی در زیر مجموعه ریاست جمهوری برای تامین موارد فوق ضروری است. در ایجاد سازمان مذکور نیازی به گسترش تشکیلات دولت نمی‌باشد و می-

توان از ادغام تشکیلات واحدهای موجود در نهاد ریاست جمهوری (شامل: معاونت علم و فناوری، بنیاد امور نخبگان، صندوق حمایت از پژوهشگران و دفتر همکاریهای فناوری) و وزارت کار و امور اجتماعی (سازمان آموزشهای فنی و حرفه‌ای) استفاده نمود.

فهرست منابع

پیوست