

برنامه‌های ترویج کارآفرینی در میان جوانان در کشورهای منتخب اروپایی

ناهید شیخان*

چکیده

تأثیر کارآفرینی در رشد اقتصادی و افزایش اشتغال و رفاه اجتماعی شناخته شده است. در شرایط فعلی جامعه ایران که نسبت قابل توجهی از جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه بیکار هستند، رویکرد توسعه کارآفرینی در کشور ضروری می‌باشد. در این مقاله سعی شده که کارآفرینی بصورت خلاصه شرح داده شود، سپس شاخص‌های کارآفرینی که مرتبط با توسعه اقتصادی هستند، در ۶ کشور اروپایی مطالعه و پیشنهاداتی برای بکارگیری آن در ایران ارائه می‌شود.

* - عضو هیئت‌علمی مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه صنعتی امپریکیر

مقدمه

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصادی جهانی همراه است از کارآفرینی به عنوان «موتور توسعه اقتصادی» یاد می‌شود که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که منجر به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌شود نقش مهمی را ایفا نماید. از اجزای کارآفرینی می‌توان از نوآوری، خطرپذیری معتدل، جستجوی فرصت‌ها و تجهیز منابع برای بهره‌برداری از فرصت‌ها از طریق ایجاد کسب و کارهای جدید یا تغییر در سازمان‌های موجود نام برد. در واقع تحقق فرآیند کارآفرینی به دست افرادی صورت می‌گیرد که تمایل زیادی به کامیابی داشته و سخت‌کوشی، پافشاری، ریسک‌پذیری، دورنماسازی خارق‌العاده از جمله ویژگی‌ها و ممیزه‌های روحی - روانی آنهاست. در واقع کارآفرین فردی است که با ایده و فکر جدید و از طریق ایجاد یک کسب و کار مبادرت به معرفی محصول جدیدی در جامعه می‌کند. اصولاً این‌گونه افراد در کلیه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب این حضور را پررنگتر می‌سازد (احمدپورداریانی، ۱۳۷۹، ص ۲۶-۱).

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه‌های اخیر با توجه به نقش موثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این پتانسیل را جهت مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در حد تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسبتری برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی، رفع موانع و ایجاد ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی نیز در پی داشته است (گیناوالی، ۱۹۹۴، ص ۱۲۵).

از سال ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در کشورهای مختلف، مدل نمایشگر جهانی کارآفرینی برای ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شد که براساس سه سوال محوری زیر مطالعات انجام گرفت (ری نولدز و دیگران، ۲۰۰۵، ص ۷-۸):

- آیا سطح فعالیت‌های کارآفرینی بر روی میزان رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه تاثیر می‌گذارد؟
- فعالیت‌های شروع کسب و کار بین کشورهای مختلف تا چه سطحی با هم تفاوت دارند؟
- چه چیزی می‌تواند یک کشور را کارآفرین معرفی کند چه عواملی می‌توانند فعالیت‌های شروع یک کسب و کار را محدود کرده یا ارتقا بخشد؟
- در حال حاضر نتایج کلی این مطالعه در کشورهای مختلف جهان بدین شرح است: (ری نولدز و دیگران، ۲۰۰۵، ص ۴۲-۴۰)
- سطح فعالیت کارآفرینانه بین کشورها بسیار متفاوت است.
- سیاست‌های متخذه، تقویت ظرفیت کارآفرینی یک جامعه (از قبیل مهارت‌ها و انگیزه‌ها) بیشترین تاثیر را در سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهد داشت.
- شرکت زنان در کارآفرینی جهت توسعه اقتصادی درازمدت ضروری است و تاثیر بسزایی دارد.
- برای داشتن آثار درازمدت، سیاست‌ها باید تشویق‌کننده باشند و ورود جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال در دستور کار فرآیند کارآفرینی قرار گیرد.
- هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است باید حمایت‌های لازم برای کلیه جنبه‌های سیستم اقتصادی که هادی و حمایت‌گر افزایش سطوح فعالیت‌های کارآفرینی است را فراهم نمایند که شامل حداقل کردن مالیات‌ها و دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیر حقوق بگیر، کاهش مقررات و آسان‌سازی انجام کسب و کار توسط دولت است.
- سیاست‌ها باید تعیین‌کننده وسعت سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و برانگیختن انگیزه‌های افراد برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل ابتدایی هر کسب و کار باشد.

در کشور ایران که در حال حاضر با داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و منابع طبیعی فراوان تولید ناخالص داخلی در سطح نازلی قرار دارد و نسبت قابل توجهی از نیروهای جوان و جتی تحصیلکرده از نعمت اشتغال محرومند. بر اولویت ایجاد کار بر سایر فعالیت‌های دولتی در سطوح مختلف تاکید شده است. از آنجا که بسیاری از شرکت‌ها به علت نرخ بهره‌وری اندک، فقدان تقاضا و... در آستانه تعطیلی قرار گرفته و یا تعطیل شده‌اند و موقعیت رقابتی کشور در بازارهای جهانی نیز بسیار ضعیف

می‌باشد، رویکرد «توسعه کارآفرینی» بویژه برای جوانان ضروری است (شیخان، ۱۳۸۱، ص ۵).

تعاریف کارآفرینی

کارآفرین، فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرایند تاسیس و ایجاد یک کسب و کار (شرکت) و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه معرفی می‌کند (کوچران، ۱۹۸۶).
در این تعریف چند نکته وجود دارد:

۱- کارآفرین اهل فکر جدید و نوآور است (ایده جدید).

۲- کارآفرین در فرایند ایجاد یک کسب و کار یعنی از مرحله مطالعه بازار، تهیه، طرح کسب و کار، توجیه اقتصادی، بسیج منابع، احداث کارخانه و بهره‌برداری از آن شخصاً درگیر بوده و اقدامات عملی را برعهده می‌گیرد و همه مخاطرات را قبول می‌کند.

۳- نتیجه فعالیت و زحمات وی حتماً باید به محصول و خدمات جدیدی منجر گردد.
جفری تیمونز^۱ «کارآفرین» را ایجادکننده یک چیز ارزشمند از هیچ می‌داند (شومپتر^۲، ۱۹۳۴).

واژه آنتروپرونور^۳ در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شده که ترجمه خوبی از این واژه نیست. به نظر می‌رسد بهتر بود این واژه به معنای «ارزش آفرین» ترجمه می‌شد گرچه ارزش در ادبیات اقتصادی و توسعه غرب، معنایی متفاوت از آنچه که ما در ادبیات دینی و اخلاقی داریم را به ذهن انسان متبادر می‌کند.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

اقتصاددانان بیشتر بر جنبه‌های اقتصادی کارآفرینی توجه داشتند و در نتیجه از ویژگی‌ها و عوامل فردی و اجتماعی که به طور مثبت و منفی بر کارآفرینی تاثیر

1 - Jeffrey Timmons

2 - Schumpeter

3 - Entrepreneur

می‌گذارد غافل بودند و آنها را خارج از حیطه مطالعات خود می‌دانستند، لیکن در سال‌های اخیر محققان از جنبه‌های جامعه‌شناسی و روانشناسی به مطالعه کارآفرینی پرداخته‌اند. روانشناسان ویژگی‌های فردی کارآفرینان را بررسی می‌کنند. دیوید مک کله لند^۱ از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد آمریکا که اولین بار «نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی» را مطرح نمود، معتقد است که عامل عمده عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است. او معتقد است که با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود. به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید (تفضلی، ۱۳۷۲، ص ۹۸). همچنین مطالعات صورت گرفته تاکنون نشان می‌دهد که کارآفرینی یک فرآیند تکاملی انسانی است و بسیاری از افراد در صورت خواستن می‌توانند کارآفرینی کنند.

انواع ویژگی‌هایی که از بدو امر تاکنون در باره کارآفرینان بررسی شده، عبارتند از: (فرای، ۱۹۹۳، ص ۱۹۷-۱۹۳).

۱- نیاز به توفیق: نیاز به توفیق عبارت از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است. امروزه این حقیقت ثابت شده است که با آموزش دادن می‌توان نیاز به توفیق در افراد را تقویت نمود به ویژه والدین در تقویت این نیاز در دوران کودکی تاثیر به سزایی دارند.

۲- مرکز کنترل درونی: افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی غیرقابل کنترل، سرنوشت آنها را تعیین می‌کنند، در حالی که کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، شانس یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند و خود را عامل اصلی شکست‌ها و پیشرفت‌های خود می‌دانند.

۳- تمایل به مخاطره‌پذیری: هر چند عموماً کارآفرینان را عاشق مخاطره می‌دانند که ویژگی مشترک آنها مخاطره‌پذیری است لیکن تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرین نوعاً چنین نیست، بلکه او در اقدام به مخاطره بسیار حساب شده و با دقت عمل می‌کند و تمام تلاش خود را انجام می‌دهد تا احتمالات را به نفع خود تغییر دهد.

۴- نیاز به استقلال: فرای^۱ معتقد است که ویژگی بارز کارآفرین، سلطه جویی درونی و استقلال عمل اوست. سلطه جویی درونی بدین معنی است که فرد احساس کند بر سرنوشت خویش حاکم است (کارلند^۲، ۱۹۸۴، ص ۳۵۹-۳۴۵).

۵- خلاقیت: خلاقیت، توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به خدمات یا محصولات جدیدی منجر شود برای تعریفی دقیق از خلاقیت باید ابتدا جایگاه نوآوری مشخص شود. نوآوری در واقع ارائه محصول، فرآیند و خدمات جدید به بازار است و خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. نوآوری و خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی به شمار می‌روند. وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا نمود: کارآفرینی بدون آن وجود ندارد، همچنان که خلاقیت بدون نوآوری، بی‌نتیجه است (گیب، ۱۹۸۷).

۳- مقایسه شاخص‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی کشورهای منتخب

توسعه فرآیند کارآفرینی منجر به تشکیل و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط^۳ شده و سبب افزایش رفاه اجتماعی و ایجاد اشتغال می‌شود. لذا در این قسمت بطور اجمال بعضی از شاخص‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی را در کشورهای پیشرفته اروپایی اتریش، هلند، آلمان، ایتالیا، فنلاند و سوئد بررسی می‌نماییم (شیخان، ۱۳۸۱). سرانه تولید ناخالص داخلی کشورهای مورد بررسی در جدول (۱) مقایسه شده است. همانطور که مشاهده می‌شود، میزان سرانه تولید ناخالص این کشورها تفاوت اندکی با هم داشته و در کل سطح بالایی قرار دارد. شایان ذکر است هر چه میزان سرانه تولید ناخالص در کشوری بالاتر باشد نشان‌دهنده قدرت اقتصادی بالای آن کشور است. سرانه تولید ناخالص داخلی در ایران حدود ۲۰۰۰ دلار آمریکا می‌باشد (شیخان، ۱۳۷۹، ص ۳۲۷).

1 - Fry

2 - Carland

3 - Small and Medium Enterprise(SME)

جدول ۱- سرانه تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب (دلار آمریکا)

ردیف	کشور	سرانه
۱	هلند	۲۶۰۰۰
۲	آلمان	۲۴۰۰۰
۳	ایتالیا	۲۳۰۰۰
۴	سوئد	۲۳۰۰۰
۵	اتریش	۲۳۰۰۰
۶	فنلاند	۲۲۷۰۰

منبع: (سازمان توسعه همکاریهای اقتصادی، سال ۲۰۰۵)

بدلیل تأثیر کار آفرینی در اشتغال، جدول (۲) شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل را در کشورهای منتخب نشان می‌دهد. مشاهده می‌گردد که تفاوت کشورهای بررسی شده در این شاخص محسوس‌تر بوده و در کل هر نفر شاغل در این کشورها، تولید ناخالص بالایی را در سال ایجاد می‌نماید.

جدول ۲- مقایسه سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل در کشورهای منتخب (دلار آمریکا)

ردیف	کشور	سرانه
۱	ایتالیا	۵۸۰۰۰
۲	آلمان	۵۲۰۰۰
۳	اتریش	۵۲۰۰۰
۴	هلند	۵۰۰۰۰
۵	فنلاند	۴۹۰۰۰
۶	سوئد	۴۸۰۰۰

منبع: (سازمان توسعه همکاریهای اقتصادی، سال ۲۰۰۵)

بدلیل اینکه کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط سبب اشتغال‌زایی می‌گردد، درصد ایجاد اشتغال آنان در کشورهای منتخب در جدول (۳) نشان داده شده است. ملاحظه می‌شود که بجز کشور ایتالیا (با میزان اشتغال ۴۷٪)، در سایر کشورها

بیش از ۶۰٪ اشتغال توسط پدیده کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط انجام می‌پذیرد.

جدول ۳- مقایسه درصد ایجاد اشتغال کارآفرینی در کشورهای منتخب

ردیف	کشور	جمعیت (میلیون نفر)	در صد ایجاد اشتغال
۱	اتریش	۸	۶۶/۱
۲	هلند	۱۵/۵	۶۲/۷
۳	سوئد	۸/۸۵	۶۱
۴	آلمان	۸۲	۶۰
۵	فنلاند	۵	۶۰
۶	ایتالیا	۵۷/۵	۴۷

منبع: (شیخان، ۱۳۸۱)

با توجه به اهمیت عملکرد مدیران در سیاست‌گذاری خط‌مشی‌ها، اجرای برنامه‌ها و... که در توسعه و ترویج کارآفرینی مهم است، شاخص میزان درک مدیران کشور از کارآفرینی می‌تواند اثر بسزایی در توسعه این مفهوم داشته باشد (گینز برگ^۱، ۲۰۰۴، ص ۳۸۹-۳۸۲). جدول (۴) درک این مفهوم را براساس امتیازبندی مقیاس ۱۰-۱ بین کشورهای منتخب نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که درک این مفهوم در کشورهای مطالعه شده در حد بالا و بسیار نزدیک هم می‌باشد.

جدول ۴- مقایسه درک مدیران از کارآفرینی در کشورهای منتخب (مقیاس ۱۰-۱)

ردیف	کشور	امتیاز
۱	فنلاند	۸/۱
۲	هلند	۷/۹
۳	سوئد	۷/۵
۴	اتریش	۷/۴
۵	ایتالیا	۷/۳
۶	آلمان	۷/۱

منبع: (گینز برگ، ۲۰۰۴)

توانایی سرمایه‌گذاری برای توسعه کسب و کار از شاخص‌های مهم مرتبط با کارآفرینی است. هر چه توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز در کشوری بیشتر باشد، توسعه کسب و کار در آن بیشتر است. (ادی^۱، ۱۹۸۵، ص ۱۷-۱۲، گرینبرگ^۲، ۱۹۸۸، ص ۷-۸). جدول (۵) این شاخص را در کشورهای منتخب نشان می‌دهد. مشاهده می‌گردد این شاخص در سه کشور هلند، فنلاند، سوئد در حد بالا و بسیار نزدیک هم قرار دارد.

جدول ۵- مقایسه توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه کسب و کار در

کشورهای منتخب (مقیاس ۱-۱۰)

امتیاز	کشور	ردیف
۷/۹	هلند	۱
۷/۷	فنلاند	۲
۷/۳	سوئد	۳
۶/۱	آلمان	۴
۴/۵	ایتالیا	۵
۴/۱	اتریش	۶

منبع: (گینز برگ، ۲۰۰۴)

تحقیق و توسعه منجر به ایجاد فرصت‌های تجاری جدید می‌شود که می‌تواند سبب رشد کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط شود. جدول (۶) هزینه کل تحقیقات در کشورهای منتخب را نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که کشورهای پیشرفته اروپایی، هر سال مبالغ هنگفتی را صرف کارهای تحقیقاتی می‌نمایند. با توجه به سرانه هزینه، تحقیقات سرمایه‌گذاری کشورهای کوچک سوئد، فنلاند در این مورد چشمگیر می‌باشد.

1 - Eddy

2 - Greenberg

جدول ۶- مقایسه هزینه تحقیقات در کشورهای منتخب

ردیف	کشور	هزینه تحقیقات (میلیارد دلار آمریکا)	سرانه هزینه تحقیقات (دلار آمریکا)
۱	آلمان	۵۰	۶۱۰
۲	ایتالیا	۱۲	۲۰۹
۳	سوئد	۸	۹۰۴
۴	هلند	۷/۸	۵۰۳
۵	فنلاند	۳/۵	۷۰۰
۶	اتریش	۳	۳۷۵

منبع: (سازمان توسعه همکاریهای اقتصادی، سال ۲۰۰۵)

برنامه‌های ترویج کارآفرینی در میان جوانان

همانطور که در قسمتهای قبل مطالعه کردیم، کارآفرینی در رشد اقتصادی و افزایش اشتغال و رفاه اجتماعی تاثیر بسزایی دارد. لذا در این قسمت به اهم برنامه‌های ترویج کارآفرینی در میان جوانان در کشورهای مطالعه شده می‌پردازیم. (کمیسون اقتصادی اروپا، ۲۰۰۰، ص ۱۷۸-۵۰)

آلمان

- تحت پروژه جونیور^۱، دانش‌آموزان کلاس نهم (یا دانش‌آموزان سال چهارم دبیرستان) یک کسب و کار کوچک را ایجاد می‌کنند که مدت آن کمتر از یک سال می‌باشد و از این نظر با موضوعات کارآفرینانه آشنا می‌شوند. به بهترین کسب و کار کوچکی که توسط این دانش‌آموزان ایجاد شود، جایزه‌ای اهدا می‌گردد.
- مدل آزمایشی اگزیزت^۲ به ایجاد کسب و کارهای تکنولوژیکی از طریق دانشگاهها، کمک می‌کند و به موجب آن، دانشگاهها با شرکای خارجی در زمینه‌های علمی، اقتصادی و سیاسی- به منظور ارتقای ایده‌های کسب و کارهای نوآور و

خدمات انگیزشی، آموزشی و مشورتی برای افراد جوانی که قصد شروع کسب و کار را دارند - کار می‌کنند.

• علاوه بر دفتر پتہ آلمان^۱ یک شبکه جهانی مرکب از ۲۵ دفتر و مرکز اطلاع‌رسانی^۲، جوانان و شرکت‌های کوچک و متوسط را در زمینه اطلاع‌رسانی علمی و فنی راجع به مشخصات پتہ‌ها یاری می‌کند. مراکز مذکور همچنین مشورت‌های اولیه رایگان در مورد موارد قانونی پتہ‌ها ارائه می‌دهند.

• بانک اطلاعاتی برنامه‌های حمایتی^۳ جوانانی را که قصد دارند یک کسب و کار ایجاد کنند و به دنبال برنامه‌های حمایتی برای کسب و کار خود می‌باشند قادر می‌سازد تا این اطلاعات را به دست آورند. این برنامه طرح‌های حمایتی اتحادیه اروپا و دولت فدرال را فهرست می‌کند. این برنامه همچنین حاوی اطلاعاتی در مورد روش‌های درخواست و برقراری تماس با افراد مورد نیاز می‌باشد.

ایتالیا

• از دهه ۹۰ اتاقهای بازرگانی سیستمی از طرح‌های آموزشی ویژه را با عنوان آموزش شرکت^۴ ایجاد کرده‌اند. آنها با شرکت‌های کوچک و متوسط مشاوره می‌کنند و نیازهای آنها را شناسایی کرده راه‌حلهایی را در زمینه‌های اطلاعات اقتصادی، موضوعات مدیریتی و تکنولوژی ارائه می‌دهند. ۸۱۱ طرح آموزشی در دهه ۹۰ اجرا شد که جمعاً ۴۶۵۰۰۰ ساعت کلاس آموزشی برای ۱۳۰۰۰ دانش‌آموز ارائه شد و اغلب این دانش‌آموزان جوانانی بودند که برای اولین بار خود اشتغالی را جستجو می‌کردند. بیش از نیمی از این طرحها بر روی نوآوری و توسعه متمرکز شده‌اند.

• از سال ۲۰۰۱ یک درجه استادکاری^۵ در مدیریت شرکت‌های کوچک در دانشگاه‌های ایتالیا ارائه شد. این دوره ۱۲ ماه به طول می‌انجامد و برای افراد زیر ۲۸ سال که قصد دارند در آینده یک کسب و کار خانوادگی را اداره کنند ارائه می‌شود.

1 - German patent office

2 - Patent information centers and offices

3 - Data bank on support programmes

4 - Formazione Impresa

5 - Master's degree

• از سال ۲۰۰۰ برای شرکت‌های کوچک و متوسطی که برای امور تحقیقاتی، فارغ‌التحصیلان متخصص را استخدام می‌کردند، کمک‌های مالی به مبلغ ۱۴۰۰۰ دلار در هر سال برای هر کارمند جدید، برای مدت دو سال در نظر گرفته شد. این اقدام همچنین شرط می‌کند که شرکت‌ها باید کارکنان تحقیقاتی خود را از دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی استخدام کنند.

• برنامه انتشار نوآوری تکنولوژیکی، از طریق شبکه اتاق‌های بازرگانی در سراسر ایتالیا به ویژه ناحیه جنوب ایتالیا، آموزش و همکاری‌هایی را ارائه می‌دهد. هدف از این اقدام افزایش روحیه نوآوری در میان جوانان و شرکت‌های کوچک و متوسط و بهبود مراکز حمایتی می‌باشد. از دهه قبل بیش از ۲۰۰۰ شرکت‌های کوچک و متوسط برای توسعه قابلیت‌های خود در زمینه تکنولوژی و نوآوری بازار، توسط این برنامه حمایت شده‌اند.

• اتحادیه ملی اتاق‌های بازرگانی، کتابچه خود راهنمای گردآوری شده^۱ را ایجاد کرده است که تهیه‌کنندگان خدماتی برای شرکت‌ها را فهرست می‌کند. این کتابچه برای آن دسته از جوانانی که درخواست خدمات از ارائه‌دهندگان خدماتی دارند، به عنوان یک کانون عمل می‌کند و به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کند تا به بازار متصل شوند و جنبه‌های مشاوره‌ای و انگیزشی را بین ارائه‌دهندگان خدمات افزایش می‌دهد.

فنلاند

• آموزش کارآفرینی به صورت سیستمی از دبستان تا دانشگاه را شامل می‌شود. دو درجه مخصوص کارآفرینی در سطح دبیرستان (در ادامه آن آموزش فنی و حرفه‌ای) وجود دارد، یکی درجه پایین‌تر صلاحیت کارآفرین^۲ و دیگری درجه تخصصی صلاحیت کارآفرین^۳ می‌باشد. از آغاز سال ۱۹۹۹ آموزشهای کارآموزی برای کارآفرینی نیز دایر شده است.

1 - Self-compiled Directory

2 - Further Qualification of Entrepreneur degree

3 - Specialist Qualification of Entrepreneur degree

- دپارتمانهای کسب و کار در ۱۵ مرکز توسعه اقتصادی و استخدامی ناحیه‌ای^۱، برنامه‌های آموزشی مختلفی را به مدیران شرکت‌ها، افراد کلیدی و جوانانی که می‌خواهند کارآفرین شوند ارائه می‌دهد. برنامه‌ها شامل آموزش برای ایجاد شرکت، وظایف و مشکلات مربوط به آموزش، تجزیه و تحلیل شرکت، آموزش توسعه‌ای و مدیریت آموزشی می‌شود.
- ۱۷ مرکز تکنولوژی و پارکهای علمی^۲ در دانشگاههای شهرها ایجاد شده و افزایش سریعی نیز دارد. آنها فعالیت‌های کسب و کار را براساس بالاترین تخصص‌ها و به کارگیری تکنولوژی بالا برای جوانان پیش می‌برند. آنها اولویت‌ها، تسهیلات، خدمات کسب و کار را برای شرکتهای جدیدی که جهت‌گیری تکنولوژی بالا را دارد، ارائه می‌دهند. همچنین ایجاد مراکز رشد تکنولوژی^۳ در اولویت‌های این مراکز تکنولوژی و پارکهای ملی قرار داده شده است. تقریباً در هر سال راه‌اندازی ۲۵۰ شرکت در این مراکز رشد صورت می‌گیرد.

سوئد

- در چندین شهر دانشگاهی در دهه ۹۰ خانه سبز توسط دانشجویان ایجاد شده است. هدف از این مراکز که در دانشگاهها قرار دارد ایجاد انگیزه و حمایت‌های عملی از کارآفرینی در بین دانشجویان و توسط خود آنان از طریق فعالیت‌های مراکز رشد، سخنرانیها، تجربیات خلاق، رقابت ایده‌های کسب و کار و پروژه‌ها می‌باشد. دانشجویان به وسیله سایر دانشجویان تشویق به راه‌اندازی کسب و کارشان می‌شوند و از پیشنهادات و حمایت‌های آنان برخوردار می‌گردند. خانه‌های سبز همچنین به افزایش تبادل اطلاعات به صورت پروژه‌های مشترک و کارورزی بین کسب و کارهای محلی و دانشجویان کمک می‌نماید. خانه‌های سبز هم در توسعه ایده‌های جدید کسب و کار و هم در توسعه کارآفرینی در ناحیه خود نقش دارد. خانه‌های سبز بعنوان مؤسسه مدیریت می‌شوند و توسط دانشگاهها، شهرداریها، کسب و کارهای محلی و کمی هم توسط مسئولان سازمانهای دولتی حمایت مالی می‌گردند.

1 - Regional Employment and Economic Development Centers

2 - Science parks and technology centers

3 - Technology incubator

• وزارت صنایع، استخدام و ارتباطات و وزارت آموزش و مرکز نوآوری جایزه‌ای^۱ را که به مخترعین جوان ۱۳ تا ۱۶ ساله اهدا می‌کند. این پروژه زمینه‌ای برای فعالیت کارآفرینان فراهم می‌کند.

• در سال ۱۹۹۴ هفت مؤسسه پل تکنولوژی^۲ تأسیس گردید که وظیفه کاری آنها تا سال ۲۰۰۷، افزایش تغییرات دانشی و همکاری‌های مشترک بین دانشگاهها و صنعت در سطح ناحیه‌ای می‌باشد. از وظایف آنان اطمینان یافتن از مزایای نتایج تحقیقاتی در کل جامعه به صورت‌های پت‌ها، پروانه‌ها و ... می‌باشد، همچنین دانشجویان و محققین را به راه‌اندازی شرکت‌های خودشان تشویق می‌نماید. آنها به افراد و محققین در دانشگاهها برای توسعه ایده‌ها و یافته‌های تحقیقاتی کمک می‌نمایند و از طرف دیگر شرکت‌هایی را که می‌خواهند به تحقیقات انجام شده توسط دانشگاهها دست یابند، کمک می‌کنند.

• دفتر پت و ثبت سوئد دارای تعدادی نماینده می‌باشد که در هر سال ۳۰۰- ۲۰۰ شرکت کوچک و متوسط را بازدید می‌کند و اطلاعات مربوط به پت‌ها، علائم تجاری و الگوها را به آنها ارائه می‌دهد. این دفتر همچنین اطلاعات و خدمات خود را از طریق اینترنت و انتشار روزنامه‌ها و مجلات به مشتریان می‌دهد. بعلاوه مراکز مخترع در کل کشور تأسیس شده است. این مراکز به ارزیابی ایده‌های کسب و کار، توسعه برنامه‌های کسب و کار و شرایط کمک‌های مالی به جوانان می‌پردازد.

• DirecSvar هم یک سیستم اطلاعاتی اینترنتی است که کارآفرینان جوان می‌توانند اطلاعات مورد نیاز خود را از مراکز دولتی در هر ساعت از شبانه روز تحت قوانین خاصی (مجوزها، ثبت‌ها، ابلاغ‌ها و ...) به دست آورند و برای کسب و کارشان استفاده کنند.

هلند

• بسیاری از افراد جوان به دنبال دوره‌های آموزشی علوم و تکنولوژی می‌باشند. وزارت امور اقتصادی و وزارت آموزش، فرهنگ و علوم یک مؤسسه

1 - Finnupp

2 - Technology Bridge foundations

محور^۱ را در سال ۱۹۹۸ تأسیس کرد. این مؤسسه کسب و کارهای هلندی، دولت و بخش آموزش را گردهم می‌آورد و پروژه‌های مربوط به علوم و تکنولوژی را برای دانش‌آموزان و دانش‌پژوهان تأمین مالی می‌کند.

• تخفیف توسعه و تحقیق^۲ شناخته شده‌ترین طرح دولت برای ارتقای تحقیقات می‌باشد. سادگی روش اداری این طرح باعث می‌شود تا به سادگی در دسترس قرار گیرد و این امر به ویژه برای جوانان و شرکت‌های کوچک و متوسط دارای اهمیت می‌باشد. تحت این طرح شرکت‌ها از ۴۰-۱۳ درصد مالیات دستمزد مربوط به هزینه‌های تحقیقات معاف شوند.

اتریش

• دانش‌آموزانی که سن آنها بین ۱۵ تا ۱۹ سال می‌باشد، باید یک طرح کسب و کار را ارائه دهند و یک کسب و کار کوچک^۳ را در مدرسه خود برای یک سال درسی ایجاد کنند. آنها محصولاتی را تولید می‌کند و خدماتی را در بازار محلی ارائه می‌دهند و تمام تصمیم‌گیریهایی مربوط به کسب و کار را خودشان انجام می‌دهند. از سال تحصیلی ۲۰۰۱ تعداد این کسب و کارهای کوچک در اتریش دو برابر شده است.

• یک شرکت مجازی^۴ مدلی از یک شرکت واقعی می‌باشد که چگونگی رویداد وقایع را برای یک کسب و کار شرح می‌دهد و همچنین چگونگی ارتباط یک شرکت با شرکت دیگر و تنوع فرهنگ‌های کسب و کار را نیز بیان می‌کند. این مدل در تمام کالج‌های بازرگانی و مدارس کسب و کار در اتریش اجباری می‌باشد و برای اهداف آموزش بازرگانی در تمام مدارس حرفه‌ای توصیه می‌شود.

• دوره آموزشی جدیدی که به «ملاقات شرکت به شرکت»^۵ معروف است که به جوانان علاقمند این فرصت را می‌دهد که از سایر کسب و کارهای موفق مواردی را یاد بگیرند. براساس توافق همکاریهای مشترک، کارآفرینان اتریشی می‌توانند در رشته‌های مشابه در کشور آلمان شرکت کنند.

1 - Axis Foundation
2 - The Research and Development Allowance
3 - JUNIOR business
4 - Virtual firm
5 - firm-to-firm visits

- از سال ۱۹۹۷ به درخواست وزارت فدرال کار و امور اقتصادی برنامه شروع بهره‌برداری از پت‌ها در بازاریابی تکنولوژی اتریش^۱ تدوین شد. بازاریابی تکنولوژی اتریش نتایج تحقیقات انجام شده توسط دانشگاه‌های اتریشی، کسب و کارها و افراد خصوصی را از طریق مجوز یا فروش پت‌ها یا دانش فنی ارائه می‌دهد.
- برنامه شبکه شرکت‌های جوان برای ارتقای کسب و کار از اطاق بازرگانی و صنعت وین برای ارائه خدمات مجازی به ایجادکنندگان شرکت‌ها و کارآفرینان جوان ایجاد شد. این شبکه در حال حاضر با اطلاعات زیادی بر روی اینترنت موجود می‌باشد و اطلاعاتی را در زمینه اقدامات حمایتی، مراکز مشاوره، انتشارات و ... ارائه می‌دهد. این برنامه از پاییز سال ۱۹۹۷ بر روی اینترنت بوده است. اطلاعاتی را در زمینه مدیریت کسب و کار و موضوعات قانونی و اداری ارائه می‌دهد و اسم و آدرس تماس و همچنین E-mail افراد مسئول را نشان می‌دهد. علاوه بر تهیه اطلاعات مورد نیاز اداری در هنگام تأسیس یک کسب و کار، این برنامه می‌تواند برای اجرای روشهای اداری نیز مورد استفاده قرار گیرد. دسترسی آزاد به آن در اتاقهای بازرگانی و در نقاط عمومی شهر وین امکان‌پذیر است. این برنامه را می‌توان به صورت یک برنامه یادگیری نیز به کار برد. «@sk yen» به دانش‌آموزان یاد می‌دهد که چگونه اطلاعات پایه را در مورد کارآفرینی از طریق اینترنت به دست آورند.

پیشنهادات

همانطور که مشاهده گردید ۶ کشور پیشرفته صنعتی اروپایی که از درآمد و رفاه اجتماعی بالایی برخوردارند و بیش از ۶۰٪ اشتغال در جامعه آنان از طریق کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد، جهت ترویج و حمایت از کارآفرینی جوانان اقدامات خوبی را در زمینه‌های آموزش، حمایت مالی، اطلاع‌رسانی و ... انجام داده‌اند که این اقدامات در توسعه و تداوم این فرآیند در کشورهايشان اثر بسزایی دارد. اتخاذ این اقدامات در کشور ایران نیز که در حال حاضر با مشکلات عدیده‌ای منجمله بیکاری جوانان بویژه افراد تحصیلکرده روبرو می‌باشد و پیوستن به سازمان تجارت جهانی نیز این مشکلات را بیشتر تشدید می‌کند نیز می‌تواند مثرتر باشد.

اهم اقداماتی که کشورهای پیشرفته در این زمینه انجام داده و می‌تواند در ایران نیز بکار گرفته شود عبارتند از:

الف- آموزش و ترویج کارآفرینی

- طراحی و آموزش دروس مرتبط با کارآفرینی در دوره‌های آموزش متوسطه
- اجباری نمودن آموزش عملی کارآفرینی و ایجاد کسب و کار در دوره‌های آموزشی متوسطه (انجام یک پروژه واقعی)
- آموزش کارآفرینی و دروس مرتبط با آن در رشته‌های دانشگاهی
- طراحی آموزش «شرکت مجازی» و اجباری شدن آن برای رشته‌های مرتبط تحصیلی در دانشگاه‌ها
- طراحی دوره‌های آموزش ضمن خدمت برای کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط و انجام حمایت‌های مالی لازم برای شرکت آنان در این دوره‌ها نظیر تخفیف‌های مالیاتی، تخفیف دادن در هزینه‌های آموزشی و...

ب - دسترسی هر چه بیشتر و سریعتر به تحقیق و نوآوری و استفاده بهتر از پتہ‌ها

- اطلاع‌رسانی علمی و فنی مراکز ثبت پتہ‌ها برای جوانان
- ایجاد و توسعه مراکز تکنولوژی پارک‌های علمی برای بکارگیری تکنولوژی‌های بالا توسط جوانان
- ایجاد موسسات و تدارک بازارهایی برای همکاری‌های مشترک بین دانشگاه‌ها و صنعت

ج - خدمات حمایتی

- ایجاد بانک‌های مختلف اطلاعاتی اینترنتی جهت دادن اطلاعات ضروری به جوانان در موارد مورد نیاز مانند حمایت‌های مالی، موضوعات قانون و اداری، اطلاع‌رسانی پتہ و...
- ایجاد خدمات مشاوره رایگان در تمام مراحل ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار توسط مدیران بازنشسته با تجربه، کارآفرینان با تجربه، ...

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۷۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- تفضلی، فریدون. (۱۳۷۲)، «تاریخ عقاید اقتصادی» از افلاطون تا دوره معاصر، نشر نی، ص ۹۸.
- شیخان، ناهید. (۱۳۸۱)، گزارش طرح پژوهشی «تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب»، دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- شیخان، ناهید. (۱۳۷۹)، طرح پژوهشی «محاسبه شاخص های کلان تحقیقاتی (R&D) در مورد ایران و مقایسه آنها با سایر کشورها»، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ص ۳۳۷.

منابع لاتین

- Carland, J. w, Boulton, W. R. (1984). "Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A conceptualization," *Academy of Management Review* p 345-359
- Cochran, T. (1986). Entrepreneurship, In D.L. Sills (ed). *International Encyclopedia for the Social Sciences*, New York: Free Press.
- Commission of the European Communities. (2000). *Report on the Implementation of the Action Plan to Promote Entrepreneurship and Competitiveness*, p 50-178
- Eddy, G and Olm, K. (1985). "Entrepreneurship and venture Management: Text & Cases," Columbus Ohio: Charls E Merril Press.
- Fry, F. (1993). "Entrepreneurship: A Planning Approach." Englewood Cliffs NJ. Prentice-Hall.
- Gibb, A. (1987). "Enterprise Culture-Its Meaning and Implications for Education and Training." *Journal of European Industrial Training*, Vol 11. P 133-137
- Ginsberg, A. and Hay, M. (2004). "Confronting the challenges of Corporate Entrepreneurship: Guidelines for venture Management", *European Management journal*, vol 52, p 382-389.

- Gnyawali, D. and Fogel, D .(1994). “**Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications**“ ,Entrepreneurship Theory and Practice, Baylor University
- Greenberg. D and Sexton, O. (1988). “ An Intractive Model of New venture Creation, “**Journal of small Business Management**, vol. 26 , p 1-7.
- Organization for Economic Cooperation Development (DECD)
<http://www.oecd.org>
- Reynolds P.D.Hay, M.Bygrave, W.D.Michael Camp, S.M .(2005). “**Global Entrepreneurship Monitor, executive Report**”. Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London Business school, p 7-43
- Schumpeter, J. (1934). **The Theory of Economic Development**. Cambridge: Harvard University press.

