

عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی مطرح کرد

نقشه راه ، حلقه مفقوده کارآفرینان

گزارش

آسیب‌شناسی در هر حوزه‌ای در پیچه‌های جدیدی به روی تصمیم‌سازان برای اصلاح مسیرهای گذشته می‌گشاید. به مناسب روز ملی کارآفرینی به سراغ راهداری عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی رفتیم تا بدانیم آیا توانسته‌ایم تا امروز به اهدافی که در حوزه کارآفرینی داشتیم دست یابیم؟ چه آسیب‌هایی پیش روی کارآفرینان و فعالان این حوزه قرار دارد و چه کارهایی باید انجام شود؟ او بر این باور است به دلیل عدم ثبت تجربیات کارآفرینان در سال‌های گذشته، نقشه راه مناسبی برای حوزه کارآفرینی نداریم. راهداری با تشریح نواقص موجود در دانشگاه، آموزش و پرورش و حتی ادبیات کودک، بر لزوم توجه بیشتر به اصلاحات در این حوزه‌ها تأکید می‌کند.



پلدار راهداری عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی در گفت‌وگو با آتی‌نو به آسیب‌شناسی حوزه کارآفرینی می‌پردازد. او بر این باور است که در ایران تعریف درستی از کارآفرینی نداریم و از روزهای نخستینی که بحث کارآفرینی در کشور مطرح شده، این کلمه به درستی معنا نشده و با ایجاد اشتغال، مترادف و یکسان در نظر گرفته شده است. راهداری می‌گوید: «بحث کارآفرینی بحث ایجاد ارزش افزوده و تبدیل تهدیدهای فضای کسب‌وکار به فرصت است. هر کسی در هر وسعتی که (چه یک بقالی و چه یک کارخانه) شغل ایجاد کند قابل احترام است، اما اگر شرایط ایجاد ارزش افزوده، خلاقیت، نوآوری و تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها را نداشته باشد، فعالیتش به مفهوم کارآفرینی نیست.» او ادامه می‌دهد: «همین امر باعث شده ما نتوانیم در ایجاد تحول در فضای کسب‌وکار موفق باشیم. امسال با وجود اینکه از سوی مقام معظم رهبری سال تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین نامیده شده است باز هم مشابه این خطر، بحث دانش‌بنیان را تهدید می‌کند.»

نبود معیار برای انتخاب کارآفرین

عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی می‌گوید: «ما در بحث کارآفرینی فقط دنبال این بودیم که به افراد وام

استاد

دانشگاهی که

همواره پشت

میز بوده، تجربه

کارآفرینی

نداشته و هیچ

کسب‌وکاری

راه‌اندازی

نکرده،

نمی‌تواند مروج

کارآفرینی

باشد

فقدان آینده‌پژوهی

دروند کارآفرینی

تا هفت سال قبل شرایط اقتصادی کشور اینگونه ایجاد می‌کرد به زمان حال فکر و از تجربیات گذشته نیز استفاده کنیم. اما وقتی آینده‌پژوهی مخصوص در حوزه تجارت مطرح شد، کل دنیا به سمت وسویی رفت که فعالیت‌های خود را در آینده به ارزشی تبدیل کند که این ارزش‌ها از جنس ثروت و توسعه پایدار باشد. اما در کشور ما به این قضیه توجهی نشده؛ زیرا ما موانع و مشکلات پیش روی کارآفرینان پیشرو را حل نکردیم تا یکسری افراد بتوانند نیم‌نگاهی به آینده داشته باشند. همچنین در نظام قانونگذاری ما چندان توجهی به بحث کارآفرینی آینده‌گرانه و کسب‌وکارهای آینده نشده است.

اکنون کسب‌وکارها در حال تبدیل شدن از تولیدمحور به دیجیتال‌محور و خدمات‌محور است. با چند پلتفرم نمی‌توان گفت کارآفرینی ما پیشرو است. کل زیرساخت باید همراه با فرایند توسعه کسب‌وکارها در آینده تغییر یابد. هنگامی که ایده کارآفرینانه آینده‌نگرانانه دارد، اگر زیرساخت‌های لازم را نداشته باشید، موفق نخواهید شد. در حال حاضر اکثر افرادی که وارد تجارت‌های آینده می‌شوند، چون زیرساخت کافی وجود ندارد، راحت جذب کشورهای اطراف می‌شوند و فرار مغزها رخ می‌دهد. کشورهای حاشیه خلیج فارس بهترین ایده‌های ما را تبدیل به محصول یا خدمت می‌کنند و کشورهای غربی کسب‌وکارهای ما را جذب کرده و روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما در ایران ما هنوز زیرساخت قانونی برای این کسب‌وکارها نداریم.

باید عوامل صدام‌گیزشی و موانع قانونی برای کارآفرینی برطرف شود. محیط کسب‌وکار نیز باید ایستار و به رشد و پویا باشد. در حال حاضر محیط کسب‌وکار مانا پایدار بوده و پویا نیست، باید فضای تجارت را به حدی آزاد کنیم که کارآفرینان، درآمد مناسب کسب کنند و منابع مالی خود را به فعالیت‌های غیرمولد اختصاص ندهند.

تجربه ۱۵ ساله کارآفرینی نشان می‌دهد در کشور ما ایده‌خلاقانه بسیار محدودی وجود دارد؛ زیرا مطالعات کم بوده و سیستم‌های انتقال دهنده مهارت‌ها در کشور محدود است. وقتی می‌خواهیم نمونه‌های کشورهای دیگر را به ایران آورده و آن را با شرایط ایران همخوان کنیم، این فرایند هزینه‌بر است. آموزش‌های ما هم از جنس تولید ثروت نیست و این موضوع باعث شده مقداری موانع انگیزشی در جوان‌ها ایجاد شود. متأسفانه قشر جوان به دنبال فعالیت‌های غیرمولد رفته؛ زیرا در آنجا بهتر می‌تواند منابع مالی به دست آورد.

در کارآفرینی و اشتغال نیز به دنبال جریان درآمدی بودیم و به فکر ثروت‌سازی نبوده‌ایم. توزیع بی‌هدف تسهیلات نیز یکی از عواملی است که حتی می‌تواند اثر عکس بر فرایند کارآفرینی داشته باشد.

وحید فرهودی
مدیرعامل شرکت کارآفرینی زاگرس



بعدی بحث ضعف دانشگاه‌ها در تربیت فارغ‌التحصیلان کارآفرین است. الزامات آموزش کارآفرینی باید توسط فرد کارآفرین رخ دهد. اساتید دانشگاه در تخصص‌های خود ممکن است بسیار خوب باشند، اما در مباحث کارآفرینی نیاز به انتقال تجربه داریم و باید در دانشگاه کسانی آموزش بدهند که خودشان تجربه زیسته‌شان را انتقال دهند.» او اضافه می‌کند: «استاد دانشگاهی که همواره پشت میز بوده، تجربه کارآفرینی نداشته و هیچ کسب‌وکاری را راه‌اندازی نکرده، نمی‌تواند مروج کارآفرینی باشد.» راهداری با اشاره به راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری و اتصال آن به دانشگاه در سال‌های گذشته ادامه می‌دهد: «اساتید دانشگاه را تشویق به تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان برای نزدیک شدن صنعت و دانشگاه کردند. این در نوع خود تفکر خوبی بود؛ زیرا اساتید دانشگاه با تشکیل شرکت‌های دانش‌بنیان به کمک صنعت می‌آمدند و بخشی از مشکلات صنعت را حل می‌کردند.» او می‌گوید: «اتفاق بسیاری از اساتید دانشگاه هم تجربیات بسیار خوبی دارند، اما اینجا حلقه مفقوده تربیت دانشجویان کارآفرین است. این اساتید شرکت‌هایی را تشکیل می‌دهند و برای تشکیل این شرکت‌ها امتیازاتی دریافت می‌کنند اما تشکیل شرکت دانش‌بنیان توسط اساتید دانشگاه منجر به خروج چند دانشجوی کارآفرین از این شرکت‌ها شده است؟» به گفته عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی، عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان در تربیت نیروی کارآفرین به خوبی ارزیابی نمی‌شود، بنابراین بعد از یک مدتی می‌بینید اساتید دارای شرکت دانش‌بنیان، در یک کارهایی برای خود انحصار ایجاد می‌کنند؛ حتی به دانشجویان‌شان اجازه نمی‌دهند که در آن مسیرها حرکت کنند و به این ترتیب دوباره از هدف اصلی خود دور می‌شویم و دوباره کار در انحصار یک عده خاصی باقی می‌ماند.

ضعف مدارس در تربیت نیروی کارآفرین

راهداری دوره پیش از دبستان را مهمترین دوره زندگی هر فرد دانسته و می‌گوید: «سأسا ما برای شکل‌گیری شخصیت فرزندان مان مدارس خلاق نداریم که بچه‌های خلاق تربیت کنند. یعنی آنقدر در مقاطع تحصیلی ما بچه‌ها درگیر هستند که انگار کارگر مدرسه می‌شوند.» او اضافه می‌کند: «بچه‌ها به طور مدام در حال انجام تکالیفی هستند که لزوماً در زندگی آینده آنها از دانش آموز فرد

خلاق، نوآور و کارآفرین در نمی‌آورد. این نقطه ضعف به نظام آموزش ما بازمی‌گردد؛ زیرا این مجموعه به این موضوع توجهی نمی‌کند.» عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی یادآور می‌شود: «لزوماً کسی که معلم مدرسه می‌شود، حتماً خلاقیت و نوآوری در او سنجیده نمی‌شود و در نهایت بچه‌هایی از مدارس خارج می‌شوند که با این مقوله‌ها آشنا نیستند. خانواده‌های ما هم عموماً با این مباحث آشنا نیستند و فقط برخی مسائل را شنیده‌اند.» او می‌گوید: «چون عامه مردم بحث کارآفرینی و اشتغال را با هم اشتباه می‌گیرند و به مفهوم کارآفرینی مسلط نیستند، بنابراین خانواده هیچ تلاشی برای تربیت خلاق فرزندش انجام نمی‌دهد یا نهایت کاری که برای می‌کند، او را به کلاس‌های مداوم و مستمر می‌فرستد، بدون اینکه بداند اگر بخواهد یک فرزند کارآفرین داشته باشد، از لحظه‌ای که می‌خواهد داستان تعریف کند، باید به سمتی برود که خلاقیت بچه را پرورش دهد.» به گفته راهداری، اگر از نگاه یک کارآفرین به ادبیات کودک‌مان در کشور نگاه کنیم، به عنوان مادری که می‌خواهم فرزند کارآفرین تربیت کنم، خوراک مناسب در اختیار ندارم. ادبیات کودک ما در حد فاجعه است یعنی نه تنها هیچ تأثیری بر رشد و خلاقیت و نوآوری بچه‌ها ندارد بلکه خیلی از داستان‌ها یادآموزی دارد. او ادامه می‌دهد: «هرچقدر داستان را سانسور و تغییر می‌دهید با کمبود منابع روبه‌رو می‌شوید. ادبیات کودک ما اگر چه سابقه طولانی دارد اما با مفاهیم کارآفرینی بسیار ناآشنا است. امروز ممکن است شکل و شمایل آن کتاب‌ها و بسته‌بندی تغییر کند اما تأثیری در تربیت فرزند کارآفرین ندارد.»

ضعف در مستندسازی زندگی کارآفرینان

عضو هیأت‌رئیسه سازمان ملی کارآفرینی عنوان می‌کند: «مستندسازی زندگی کارآفرینان در کشور ما سابقه کوتاهی دارد. چهار تا پنج سال است که این نوع کتاب رادر کشور تهیه می‌کنیم و از تجربه زیسته کارآفرینان محصول تولید می‌شود.» او یادآور می‌شود: «ما سابقه‌ای از کارآفرینان بزرگ کشور نداریم. در کتاب‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها اطلاعاتی موجود نیست و این باعث می‌شود که خیلی نقشه راه نداشته باشیم. بنابراین باید کارآفرینان مطرح و با تجربه با ارائه نقشه راه برای موفقیت در این مسیر قدم بردارند.»

کارشناسان اقتصادی در گفت‌وگو با آتی‌نو تأکید کردند

نقش تحقیق و توسعه در کارآفرینی شرکت‌های بزرگ

گزارش

نهادهای دولت در کشور ما برنامه‌های مختلفی برای تقویت و تشویق کارآفرینی در کشور دارد و برنامه‌های متنوعی را در این حوزه اجرا می‌کند اما آیا شرکت‌های بزرگ هم می‌توانند به کارآفرینی در کشور کمک کنند؟ بهزاد بانکی‌پور دانش‌آموخته کارآفرینی در این رابطه می‌گوید: «شرکت‌های بزرگ به واسطه تحقیق و توسعه، کسب‌وکارهای جدیدی را توسعه می‌دهند و این در حوزه کارآفرینی مهم است که فرصت جدید فراهم شود.» از نگاه او؛ به رسمیت شناختن سسر سرمایه‌گذاری توسط دولت می‌تواند به شرکت‌های بزرگ در حوزه کارآفرینی کمک کند. هادی حق‌شناس کارشناس اقتصادی نیز بر این باور است شرکت‌های بزرگ از طریق واحدهای تحقیق و توسعه خود می‌توانند به حوزه کارآفرینی کمک کرده و بازارهای جدید ایجاد کنند.»

تحقیق و توسعه به کار گرفته شود.»

اهمیت تحقیق و توسعه در کارآفرینی

حق‌شناس نیز همچون بانکی‌پور به اهمیت واحدهای تحقیق و توسعه در مقوله تولید و کارآفرینی اشاره کرده و می‌گوید: «واحدهای تحقیق و توسعه منجر به کارآمدتر شدن شرکت‌های بزرگ و به کارگیری فناوری جدید در تولید می‌شوند. هر قدر فناوری جدید در شرکت‌های بزرگ بیشتر به کار گرفته شود، منجر به ماندگاری شرکت در بازار می‌شود و این مسأله زمینه‌ثبات‌شغلی را فراهم می‌آورد.» لوبیان می‌کند: «بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت یکی از مهمترین ویژگی‌های شرکت‌های بزرگ، بخش‌های تحقیق و توسعه آنهاست که مرتباً این شرکت‌ها را از منظر فناوری و حفظ بازار به روز می‌کند.»

این کارشناس اقتصادی می‌گوید: «از آنجا که شرکت‌های بزرگ نقش مهمی در توسعه کشورها دارند، در دنیا هر سال اسامی ۱۰۰ یا ۲۰۰ شرکت برتر در سه حوزه فناوری، صنعتی و بانک و بیمه منتشر می‌شود. علت انتشار این اسامی هم نقش این بنگاه‌ها در توسعه میدان کاری و ارزیابی آنها از منظر تولید ناخالص ملی است، به طوری که ارزش تولیدات برخی از این شرکت‌ها، امروز معادل ارزش تولید ناخالص ملی چند کشور است.»

کوچک و متوسط معمولاً در طول هم قرار می‌گیرند. این شرکت‌های کوچک و متوسط هستند که نیازمندی‌های دست دوم و سوم شرکت‌های بزرگ را تأمین و به فعالیت شرکت‌های بزرگ کمک می‌کنند.» او اضافه می‌کند: «شرکت‌های بزرگ حضورشان و بازاری که به واسطه فعالیت خود فراهم می‌کنند، باعث ایجاد فرصت‌های زیادی برای شرکت‌های کوچک و متوسط می‌شود.»

شرکت‌های بزرگ عامل توسعه کشورها

هادی حق‌شناس کارشناس اقتصادی نیز در گفت‌وگو با آتی‌نو درباره نقش شرکت‌های بزرگ در توسعه کارآفرینی بیان می‌کند: «امروز این شرکت‌های بزرگ هستند که عامل پیش برنده توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته هستند. در یکی دو دهه گذشته بسیاری از شرکت‌های کوچک در ایران‌های هوایی و یاد صنعت خودرو و صنایع دیگر با یکدیگر ادغام به شرکت‌های بزرگ تبدیل شدند.» او ادامه می‌دهد: «علت این موضوع این است که هر قدر مقیاس تولید بزرگتر باشد، هزینه تمام شده تولید کالا و خدمات کاهش می‌یابد؛ لذا بنگاه‌های بزرگ می‌توانند خدمت باقیمت کمتر ارائه کرده و تولید کالای آنها ارزان‌تر باشد. به همین دلیل در این شرکت‌ها هزینه‌هایی که صرف‌جویی می‌شود، می‌تواند در بخش

فرصت جدید دارای اهمیت است. نکته بعد این است که بهره‌وری شرکت‌های بزرگ به واسطه تحقیق و توسعه افزایش یافته و به همین خاطر این شرکت‌ها می‌توانند در امر توسعه صادرات بسیار موفق‌تر عمل کنند. وقتی توسعه صادرات اتفاق می‌افتد، کسب‌وکارهای دست دوم، سوم و چهارم به شدت قدرت توسعه پیدا می‌کنند؛ چون تقاضای بیشتری برای آن حوزه فعالیت‌ی ایجاد می‌شود، در حالی که شرکت‌های کوچک و متوسط امکانی برای سرمایه‌گذاری در بازارهای جدید به‌ویژه در بخش صادرات را در اختیار ندارند.»

اهمیت تثبیت سرمایه‌گذاری

به گفته این دانش‌آموخته کارآفرینی، مهمترین حمایتی که دولت می‌تواند از کارآفرینی توسط شرکت‌های بزرگ داشته باشد این است که سرمایه‌گذار را به رسمیت بشناسد و به لحاظ فرهنگی و اجتماعی، جایگاه سرمایه‌گذار را تثبیت کند. او یادآور می‌شود: «باید دولت امنیت سرمایه‌گذاری را تثبیت کند. قاعداً شرکت‌های بزرگ خیلی نیاز به حمایت‌های رانتی و یارانه‌ای ندارند. البته این مربوط به شرکت‌های صد درصد خصوصی است؛ زیرا در این شرکت‌ها بهره‌وری به شدت بالاست و عمدتاً نیاز به این حمایت‌ها ندارند.» بانکی‌پور می‌گوید: «شرکت‌های بزرگ،

کارآفرینی به مفهوم خلاقیت، نوآوری، تبدیل فرصت به تهدید و ایجاد ارزش افزوده است. با مروری بر روی نام برگزیدگان جشنواره‌های کارآفرینی، این‌طور به نظر می‌آید تمامی کارآفرینان، حداقل در کشور ما صاحبان واحدهای کوچک و متوسط هستند. گویی شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند هیچ نقشی در کارآفرینی داشته باشند، اما آیا واقعاً این گزاره درست است؟ آیا شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند نقشی در کارآفرینی داشته باشند؟

اهمیت شرکت‌های بزرگ در حوزه کارآفرینی

بهزاد بانکی‌پور دانش‌آموخته کارآفرینی در گفت‌وگو با آتی‌نو تأکید می‌کند: «شرکت‌های بزرگ به واسطه توانایی مالی که دارند، می‌توانند بشدت در حوزه کارآفرینی مؤثر واقع شوند.» او ادامه می‌دهد: «این شرکت‌ها واحدهای تحقیق و توسعه دارند و (R&D) موتور محرکه هر اقتصادی است، در حالی که شرکت‌های کوچک و متوسط چنین امکانی را ندارند.» بانکی‌پور با اشاره به اینکه تحقیق و توسعه به واسطه سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ رخ می‌دهد، ایجاد کسب‌وکار جدید را حاصل فعالیت تحقیق و توسعه دانسته و این مسأله را در حوزه کارآفرینی مهم توصیف می‌کند. او اضافه می‌کند: «در حوزه کارآفرینی فراهم شدن