

شیوه‌های اطلاع‌رسانی به کارآفرینان در کشورهای پیشرفته

ناهید شیخان^۱

حجت‌اله رضازاده^۲

چکیده

توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایران - که در حال حاضر با مشکلات عدیده‌ای مانند بیکاری به‌ویژه بیکاری افراد تحصیل کرده، نرخ پایین بازدهی اقتصادی شرکت‌ها، عدم موقعیت مناسب در بازار جهانی، و مانند آن روبه‌روست - اثر مهم و بسزایی دارد. در شرایط کنونی که جهان در حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی است، اطلاع‌رسانی به کارآفرینان نقش مهمی در رشد و تداوم این فرایند دارد. در این مقاله شیوه‌های اطلاع‌رسانی به کارآفرینان در کشورهای پیشرفته اروپایی بررسی شده است.

کلیدواژه‌ها

کارآفرینان، اطلاع‌رسانی، کشورهای پیشرفته

مقدمه

اشتغال، و رفاه اجتماعی می‌شود و می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها نقش مهمی ایفا کند. از اجزای کارآفرینی می‌توان از نوآوری، خطرپذیری معتدل، جست‌وجوی فرصت‌ها، و تجهیز منابع برای بهره‌برداری از فرصت‌ها از طریق ایجاد کسب و کارهای جدید یا تغییر در سازمان‌های موجود نام برد. در واقع فرایند کارآفرینی توسط افرادی

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان بین‌المللی همراه است و مشخصه آن گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی است، از کارآفرینی به عنوان «موتور توسعه اقتصادی» یاد می‌شود. کارآفرینی موجب افزایش بهره‌وری، ایجاد

۱. عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه صنعتی امیرکبیر sheikhann@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مرکز تحقیقات مهندسی صنایع و بهره‌وری دانشگاه صنعتی امیرکبیر

محقق می‌شود که تمایل زیادی به کامیابی دارند و سخت‌کوشی، پافشاری، خطرپذیری، و دورنماسازی خارق‌العاده از ویژگی‌ها و ممیزه‌های روحی و روانی آنهاست. در واقع کارآفرین فردی است که با نظر و فکر جدید و از طریق ایجاد یک کسب و کار به معرفی محصول جدیدی در جامعه مبادرت می‌کند. اصولاً این‌گونه افراد در کلیه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب این حضور را پررنگ‌تر می‌سازد (۱).

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی کشورهای در حال توسعه از دهه‌های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این توانایی را جهت مواجهه با مشکلاتی نظیر رکود، تورم، و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در حد تدوین راهبردها، سیاست‌ها، و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضایی مناسب‌تر 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 (۶: ۱۲۵-۱۴۰).

از ۱۹۹۷، با همکاری مراکز معتبر دانشگاهی در کشورهای مختلف، مدل «نمایشگر جهانی کارآفرینی»^۳ برای سنجش ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی طراحی شد. این کار بر اساس سه سؤال محوری زیر انجام گرفت (۹: ۴-۵):

● آیا سطح فعالیت‌های کارآفرینی بر میزان

رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه تأثیر 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 و چه عواملی می‌توانند فعالیت‌های شروع یک کسب و کار را محدود کرده یا ارتقا بخشند؟

در ۱۹۹۹ این مدل در کشورهای امریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک، و اسرائیل بررسی شد و در سال ۲۰۰۰، یازده کشور دیگر شامل آرژانتین، استرالیا، بلژیک، برزیل، هند، ایرلند، کره جنوبی، نروژ، سنگاپور، اسپانیا، و سوئیس به آن اضافه شدند. نتایج کلی این مطالعه بدین شرح است:

- سطح فعالیت کارآفرینانه بین کشورها بسیار متفاوت است؛

- سیاست‌های اتخاذ شده برای تقویت ظرفیت کارآفرینی یک جامعه (از قبیل مهارت‌ها و انگیزه‌ها) بیشترین تأثیر را در سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهد داشت؛
- شرکت زنان در کارآفرینی جهت توسعه اقتصادی دراز مدت ضروری است و تأثیر بسزایی در رشد اقتصادی دارد؛

- برای داشتن آثار درازمدت باید سیاست‌هایی جهت تشویق ورود جوانان زیر ۲۵ سال و افراد بالای ۴۴ سال در فرایند کارآفرینی اتخاذ شود؛ و

- هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است، باید حمایت‌های لازم را برای

کلیه جنبه‌های سیستم اقتصادی که هادی و حمایت‌گر افزایش سطوح فعالیت‌های کارآفرینی است، فراهم کند. این فرایند شامل کاهش مالیات‌ها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیرحقوق‌بگیر، کاهش مقررات، و آسان‌سازی انجام کسب و کار توسط دولت است. همچنین سیاست‌ها نیز باید تعیین‌کننده وسعت سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و برانگیزاننده تمایل افراد برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل ابتدایی هر کسب و کار باشد (۹).

در حال حاضر تولید ناخالص داخلی در ایران، علی‌رغم داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و منابع طبیعی فراوان، در سطح نازلی قرار دارد و نسبت قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیل‌کرده از نعمت اشتغال محروم‌اند؛ اگرچه بر اولویت ایجاد کار در فعالیت‌های دولتی در سطوح مختلف تأکید شده است، اما بسیاری از شرکت‌ها به علت نرخ بهره‌وری اندک، و فقدان تقاضا در آستانه تعطیلی قرار گرفته و یا تعطیل شده‌اند و موقعیت رقابتی کشور در بازارهای جهانی نیز بسیار ضعیف است (۲: ۴).

در این مقاله ابتدا به‌طور اجمال کارآفرینی و نقش آن در وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفته اروپایی را بررسی می‌کنیم سپس به روش‌های جدید اطلاع‌رسانی به کارآفرینان در این کشورها می‌پردازیم.

تعریف کارآفرینی

کارآفرین فردی است که دارای ایده نو و جدید است و از طریق فرایند تأسیس و ایجاد

یک کسب و کار (شرکت) و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه معرفی می‌کند (۴).

در این تعریف چند نکته وجود دارد:

۱. کارآفرین دارای فکر جدید است؛
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 بر عهده می‌گیرد و همه مخاطرات را قبول می‌کند؛ و
۳. نتیجه فعالیت و زحمات وی حتماً باید به محصول و خدمات جدیدی منجر شود.

جفری تیمونز «کار آفرین» را «ایجادکننده یک چیز ارزشمند از هیچ می‌داند» (۱۰). واژه Entrepreneur در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شده که ترجمه خوبی نیست. به نظر می‌رسد بهتر بود این واژه «ارزش‌آفرین» ترجمه می‌شد، اگرچه در ادبیات اقتصادی غرب، «ارزش» معنایی متفاوت با آنچه که در ادبیات دینی و اخلاقی ایرانیان آمده است، دارد.

انسانی که دارای قدرت درک و پیدا کردن خلأ و فرصت‌هاست و از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول و خدمت جدید، در جامعه اقدام به ارزش آفرینی از هیچ می‌کند، «کارآفرین» نامیده می‌شود.

مقایسه وضعیت اقتصادی کشورهای

منتخب

توسعه فرایند کارآفرینی منجر به تشکیل و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط (اس).

ام.ای).^۴ شده و سبب افزایش رفاه اجتماعی و ایجاد اشتغال می‌شود. لذا در این قسمت به‌طور اجمال ابتدا برخی شاخص‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی را در کشورهای پیشرفته اروپایی مانند اتریش، هلند، آلمان، ایتالیا، فنلاند، و سوئد بررسی می‌کنیم. 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 در سطح بالایی قرار دارد (۲). شایان ذکر است هر چه میزان سرانه تولید ناخالص بالاتر باشد نشان‌دهنده قدرت اقتصادی بالای آن کشور است.

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

کشور	سرانه
هلند	۲۶,۰۰۰
آلمان	۲۴,۰۰۰
ایتالیا	۲۳,۰۰۰
سوئد	۲۳,۰۰۰
اتریش	۲۳,۰۰۰
فنلاند	۲۲,۷۰۰

به دلیل تأثیر کارآفرینی در اشتغال، شاخص سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل کشورهای منتخب بررسی شد که جدول ۲ نتایج را نشان می‌دهد. مشاهده می‌شود که تفاوت کشورهای بررسی شده در این شاخص محسوس‌تر بوده و در کل هر فرد شاغل در این کشورها، تولید ناخالص

بالایی را در سال ایجاد می‌کند.

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

کشور	سرانه
ایتالیا	۵۸,۰۰۰
آلمان	۵۳,۰۰۰
اتریش	۵۲,۰۰۰
هلند	۵۰,۰۰۰
فنلاند	۴۹,۰۰۰
سوئد	۴۸,۰۰۰

به دلیل اینکه کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط سبب اشتغال‌زایی می‌شود، درصد ایجاد اشتغال آنها در کشورهای منتخب بررسی شده و نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است. ملاحظه می‌شود که به‌جز کشور ایتالیا (با میزان اشتغال ۴۷ درصد)، در سایر کشورها بیش از ۶۰ درصد اشتغال توسط پدیده کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط انجام می‌پذیرد.

جدول ۳. مقایسه درصد ایجاد اشتغال کارآفرینی در کشورهای منتخب

کشور	جمعیت (میلیون نفر)	درصد ایجاد اشتغال
اتریش	۸	۶۶/۱
هلند	۵/۵۱	۶۲/۷
سوئد	۸/۸۵	۶۱
آلمان	۸۲	۶۰
فنلاند	۵	۶۰
ایتالیا	۵۷/۵	۴۷

همان‌طور که اشاره شد کارآفرینی فرایندی است که منجر به ایجاد کسب و کار جهت معرفی محصول جدیدی در جامعه می‌شود. در مرحله بعد افراد دیگر جامعه نیز به ایجاد این کسب و کار و تولید محصول جدید ترغیب می‌شوند. لذا شرکت‌های کوچک و متوسط به سرعت رشد می‌کنند و با ایجاد ارزش افزوده، تولید ناخالص داخلی را افزایش داده، سبب اشتغال نیز می‌گردند و در نهایت در رشد و توسعه اقتصادی هر کشور تأثیر می‌گذارند. در مطالعه فوق تأثیر کارآفرینی در وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفته اروپایی با شاخص‌های سرانه تولید ناخالص داخلی، سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل و درصد ایجاد اشتغال توسط فرایند کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط بررسی شد و نشان داده شده که حدود ۶۰ درصد اشتغال در این کشورها که در وضعیت بسیار خوب اقتصادی به سر می‌برند، توسط کارآفرینان ایجاد می‌شود که در نهایت با ایجاد ارزش افزوده بالا، تولید ناخالص داخلی کشورشان را افزایش داد و سبب ایجاد رفاه اجتماعی بیشتر می‌شوند.

شیوه‌های اطلاع‌رسانی به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای منتخب

با توجه به اینکه در حال حاضر اقتصاد کشورها در حال گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی‌اند، اطلاع‌رسانی یکی از عوامل مهم بسیار اثرگذار در توسعه

کارآفرینی خواهد بود؛ زیرا با اطلاع‌رسانی به موقع، کارآفرینان از فرصت‌ها بهره‌برداری می‌کنند و کسب و کار خود را توسعه می‌دهند (۸). در قسمت قبلی به‌طور اجمال بعضی از شاخص‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی را در ۶ کشور پیشرفته اروپایی بررسی کردیم. لذا در این قسمت به بررسی شیوه‌های جدید اطلاع‌رسانی به کارآفرینان به تفکیک هر کشور می‌پردازیم.

اتریش

برنامه «شبکه شرکت‌های جوان» برای ارتقای کسب و کار از اتاق 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 است و اطلاعاتی را در زمینه اقدامات حمایتی، مراکز مشاوره، انتشارات، و مانند آن ارائه می‌دهد. شبکه از پاییز ۱۹۹۷ بر روی اینترنت بوده است و اطلاعاتی را در زمینه مدیریت کسب و کار و موضوعات قانونی و اداری ارائه می‌دهد و اسم و نشانی، و همچنین پست الکترونیکی افراد مسئول را نشان می‌دهد. دسترسی آزاد به آن در اتاق‌های بازرگانی و در نقاط عمومی شهر وین امکان‌پذیر است (۱۱).

«برنامه EU-Info-Broker»^۵ یک برنامه کمکی آزاد از سوی اتحادیه اروپاست که به صورت پایگاه داده‌ها در دسامبر ۱۹۹۷ ایجاد شده است و توسط مرکز اطلاعات اروپا

(اتحادیه صنعتی اتریش) با حمایت مالی قابل ملاحظه از طرف وزارت امور اقتصادی توسعه یافته است. این برنامه به سؤالاتی از قبیل انرژی، تحقیق، جوانان، شرکت‌های کوچک و متوسط، و انواع حمایت‌ها (برای مثال سهامداران، اهدا، یا وام‌ها) پاسخ می‌دهد. در ۳۰ آوریل ۲۰۰۰، تعداد کاربرانی که نام آنها در بانک اطلاعات ثبت شده بود به بیش از ۴۲۰۰ مورد رسید و بیش از ۱۰۰ نفر هر روز به آن دسترسی دارند. در اوایل ۱۹۹۸ تماس‌های مستقیم بین تهیه‌کنندگان و محققان ایجاد شد، تا دسامبر ۱۹۹۹ کلاً ۶۸,۸۰۰ تماس ثبت شده است (۸).

هلند

در سال ۱۹۹۶ دولت اقداماتی ریشه‌ای برای بهبود دسترسی به سازمان‌های واسطه^۶ در زمینه مشاوره و اطلاع‌رسانی اتخاذ کرد. برای مثال اتاق‌های بازرگانی از طرف قانون این اختیار را کسب کردند که اطلاعات کلی را فراهم کنند. اکنون توصیه‌های شفاهی و قانونی از طرف مقامات این اتاق‌های بازرگانی برای کارآفرینان جدید ارائه می‌شود. یک سازمان جدید نیز نقش مشورتی فعال را به عنوان بخشی از تلاش‌ها برای افزایش آگاهی از نوآوری برعهده داشته است. علاوه بر این تغییرات سازمانی، واسطه‌ها نیز برای بهبود قابلیت دسترسی خود تلاش می‌کنند. این امر شامل تبلیغ خدمات و محصولات موجود (با استفاده از روش‌های جدید نظیر شبکه جهانی اینترنت) و تمرکز بر خدمات مشاوره‌ای برای اطمینان از تطبیق

خدمات و محصولات با تقاضاهاست. هدف از «قانون ایجاد کسب و کار» تشویق کیفیت کارآفرینی است. این کار باعث کاهش چشمگیر زمان و هزینه‌های رسمی برای شروع یک کسب و کار جدید در بخش‌های مربوط خواهد شد. به‌طور کلی نیازهای رسمی برای شروع یک کسب و کار جدید بر حسب نوع شرکت و ماهیت قانونی آن و برحسب بخش متفاوت است. با وجود این یک شرکت خدمات شبکه اینترنت می‌تواند طی سه روز ایجاد شود و زمان متوسط برای تأسیس یک شرکت با مسئولیت محدود ۳-۴ هفته است (۱۳).

آلمان

شبکه‌ای از ساختارهای خدماتی و مشورتی صلاحیت‌دار برای جست‌وجوی پروانه ثبت اختراعات (پتنت‌ها) و درخواست پروانه ثبت اختراع برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط تحت پوشش پروژه ترکیب شده «انستیتو یک» وزارت فدرال آموزش و تحقیق ایجاد شد. این شبکه از ۳۰ بخش تشکیل شده است و مجموعاً ۸ میلیون دلار به صورت کمک دریافت می‌کند. در سرمایه‌گذاری با این شبکه با عنوان «پروژه پتنت شرکت‌های کوچک و متوسط»، به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط که برای اولین بار پتنت درخواست کرده‌اند، کمک‌هایی اعطا می‌شود. علاوه بر این «دفتر پتنت آلمان»^۷ شبکه‌ای جهانی مرکب از ۲۵ دفتر و مرکز اطلاع‌رسانی پتنت‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط را در زمینه اطلاع‌رسانی علمی و فنی

درباره مشخصات اختراعات یاری می‌کند. مراکز مذکور همچنین مشورت‌های اولیه رایگان در مورد موارد قانونی بهره‌برداری اختراعات را ارائه می‌دهند. این مراکز که در سطح کشور سرمایه‌گذاری شده‌اند، در سال ۱۹۹۹ خدمات مشاوره‌ای را به ارزش بیش از ۵ میلیون دلار برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه داده‌اند (۸).

«بانک اطلاعاتی برنامه‌های حمایتی»^۹، توسط وزارت امور اقتصادی و فناوری اداره می‌شود و پایگاه آن بر روی اینترنت موجود است. این بانک اطلاعاتی افرادی را که قصد دارند کسب و کاری ایجاد کنند و به دنبال برنامه‌های حمایتی برای کسب و کار خود هستند قادر می‌سازد تا اطلاعات مورد نیاز را به دست آورند. این بانک اطلاعاتی طرح‌های حمایتی اتحادیه اروپا و دولت فدرال را فهرست می‌کند، همچنین حاوی اطلاعاتی در مورد روش‌های درخواست و برقراری تماس با افراد است (۵).

فنلاند

هدف دولت توسعه ادارات ناحیه‌ای / محلی و شفاف‌سازی وظایف آنها با حذف تداخلات و کاهش تعداد سازمان‌های هم‌سطح است. رفورم ادارات ناحیه‌ای منجر به تأسیس «مراکز توسعه اقتصادی و استخدامی» شد. فعالیت‌های مراکز توسعه اقتصادی و استخدامی با [همکاری] مسئولان محلی که در توسعه کارآفرینی محلی تجربه طولانی دارند، تکمیل می‌شود. خدمات

اصلی ارائه شده به کارآفرینان عبارتند از: مشاوره در مراحل راه‌اندازی کسب و کارها، توسعه شرکت‌های موجود، اطلاعات در مورد امکانات ارائه شده در سطح ملی و ساخت تسهیلات صنعتی و اجاره آنها به شرکت‌ها. شیوه‌های تأمین مالی که توسط مسئولان محلی ارائه می‌شود عبارتند از: وام‌ها، تضمین‌های اعتبارات، و سرمایه اولیه. شهرداری‌ها نیز در چنین فعالیتی مشاوره می‌دهند. شهرداری‌ها بالغ بر ۳۰۰ کسب و کار را از زمان شروع پروژه «رایزنی کسب و کار»^{۱۰} در ۱۹۹۷، مشاوره کرده‌اند. مشاوران اغلب مدیران اجرایی بازنشسته هستند و تجربیات حرفه‌ای خود و دانش فنی مزایای شرکت‌های کوچک محلی را ارائه می‌دهند. همکاری‌های مشترک بین مشاوران و شرکت‌ها کاملاً محرمانه و بدون هزینه است. شهرداری‌ها سالانه حدود ۲۵۰-۷۰۰ دلار به مشاوران حق‌الزحمه پرداخت می‌کنند (۱۲).

سازمان ارتقای تجارت کسب و کارهای فنلاندی (فین‌پرو)^{۱۱} سازمانی مشاوره‌ای و خدماتی است که هدف آن سرعت دادن به فرایند بین‌المللی کردن شرکت‌های فنلاندی به‌ویژه به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط است تا با حداقل خطرات درگیر باشند. «گروه‌های شریک صادراتی فین‌پرو»^{۱۲} وقتی که شرکت‌ها بخواهند صادرات را شروع کنند، با ارائه تجربیات و هزینه‌های سایر شرکت‌هایی که در همان موقعیت هستند به کارآفرینان کمک می‌کنند (۸).

تقریباً ۳۰ «شرکت پیمانکاری برای

9. Data Bank on Support Programmes

10. Business Mentor Project

11. Finnish Business Trade Promotion Organisation

(Finpro)

12. Finpro's Export Partner Group

کارآفرینان و کسب و کارهای جدید»^{۱۳} در فنلاند وجود دارد که زیر نظر حمایتی انجمن اجتماعی و مشاغل^{۱۴} هستند. هدف آنها ارائه مشاوره به کارآفرینان در زمینه‌های کارآفرینی است، مانند ارزیابی ایده کسب و کار آنها، محاسبه قابلیت سودآوری آنها، تخمین هزینه‌ها. علاوه بر انجمن اجتماعی و مشاغل و شبکه شرکت‌های پیمانکاری، «شرکت پیمانکاری زنان»^{۱۵} نیز کار خود را در سال ۱۹۹۶ شروع کرد. شرکت پیمانکاری زنان، کارآفرینی و خوداشتغالی را در میان زنان در شهرها و مناطق روستایی با ایجاد فعالیت‌های کسب و کارهای جدید، ترویج و تشویق می‌کند (۸).

ایتالیا

از دهه ۱۹۹۰ اتاق‌های بازرگانی عمده‌ترین ارائه‌دهندگان خدمات برای شرکت‌ها بودند، زیرا موقعیت اتاق‌های بازرگانی در این کشور به گونه‌ای است که آنها را قادر می‌سازد نیازهای شرکت‌ها را در نواحی مختلف شناسایی کنند. از طریق ۱۳۱ شرکت که خدمات را برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط انجام می‌دهند، کارهای راهبردی مانند تحقیق اقتصادی، آموزش کارکنان، ارتباطات از راه دور، توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی، و بین‌المللی کردن روابط پوشش داده می‌شود (۷).

«اتحادیه ملی اتاق‌های بازرگانی»^{۱۶}، کتابچه خود رهنمای گردآوری شده‌ای^{۱۷} را ایجاد کرده

است که خدمت‌رسانان به شرکت‌ها و سازمان‌ها، کنسرسیوم‌ها، و صادرکنندگان را فهرست می‌کند. این راهنما برای کسانی که درخواست خدمات از ارائه‌دهندگان خدمات را دارند، به عنوان یک کانون عمل می‌کند و به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کند تا به بازار متصل شوند؛ همچنین جنبه‌های مشاوره‌ای و انگیزشی را بین ارائه‌دهندگان خدمات افزایش می‌دهد. تقریباً ۷۰۰ شرکت مشاوره‌ای و کارشناسی ثبت شده وجود دارد و بیش از ۱۰۰۰ درخواست به صورت ماهانه از طریق اینترنت دریافت می‌شود (۸).

از ۱۹۹۶ اتحادیه ملی اتاق‌های بازرگانی، سیستم ملی ارتباط از راه دور «ثبت شرکت‌ها» را از طریق سیستم اطلاعاتی Infocamere راه اندازی کرده است. هدف از این اقدام، ساده‌سازی روش‌های اداری از طریق معرفی اسناد الکترونیک و سیستم‌های امضای الکترونیکی است. در نتیجه این پروژه، بین این اتحادیه و انجمن خدمات بانکی (بی.اس.ای.)^{۱۸} مشارکت ایجاد شده است و محصولات و استانداردهای رایج از طریق یک کارت هوشمند^{۱۹} به شرکت‌ها ارسال می‌شود. برای راه‌اندازی این پروژه ۲/۱ میلیون کارت هوشمند از آوریل ۲۰۰۰ تا فوریه ۲۰۰۱ بین شرکت‌های ثبت شده توزیع شده است و ۳۳۰۰ نفر در ابتدای سال ۲۰۰۰ آموزش داده شده‌اند. هزینه برآورد شده برای این پروژه ۲۵ میلیون دلار است (۷).

13. Enterprise Agencies for Entrepreneurs and New Businessess

14. Jobs and Society Association

15. Women's Enterprise Agency

16. Unioncamere

17. Self-compiled Directory

18. Banking Services Association (BSA)

19. Smart card

سوئد

«رهنمودهای دولت برای استفاده از ICT» در ارتباطات بین دولت مرکزی و شهروندان و کسب و کارها ترسیم شده است. بسیاری از شرکت‌های دولتی وبسایت‌هایی با اطلاعات و خدمات مناسب برای کسب و کار دارند. دولت اخیراً برنامه‌ای را برای تقویت حمایت از اطلاعات و خدمات بهبود یافته برای شرکت‌ها با بودجه سالانه ۱/۵ میلیون دلار در یک دوره زمانی ۳ ساله آغاز کرده است. برای اینکه کارآفرینان به‌طور ساده‌تری به اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند، دولت مؤسسه‌ای را مأمور کرده است تا از طریق یک وبسایت بازارچه کسب و کار الکترونیکی ایجاد کند (۱۴).

۲۲ «شرکت توسعه ناحیه‌ای» نیز که در نواحی مختلف قرار دارند، توصیه‌های راهبردی به کسب و کارها، آموزش و تأمین منابع مالی را ارائه می‌نمایند و تقریباً هر ساله حدود ۱۰۰,۰۰۰ کارآفرین و شرکت‌های کوچک و متوسط از این خدمات استفاده می‌کنند. اطلاعات از روش‌های مختلف مانند نشریه، جلسات، کنفرانس‌ها، و یک سایت اینترنتی فراهم می‌شود. همچنین، ۱۶ مرکز صادرات ناحیه‌ای وجود دارد که توسط هیئت تجارت سوئد^{۲۰} و اتاق‌های بازرگانی تأمین اعتبار مالی می‌شوند و اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای راجع به صادرات و همکاران بین‌المللی را به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط می‌دهند.

«DirekSvar»، یک سیستم اطلاعاتی اینترنتی است که کارآفرینان می‌توانند اطلاعات

مورد نیاز خود را از مراکز دولتی در هر ساعت از شبانه روز تحت قوانین خاصی (مجوزها، ثبت‌ها، ابلاغ‌ها، و نظایر آن) به دست آورند و برای کسب و کارشان استفاده کنند (۸).

نتیجه‌گیری

همان‌طور که مشاهده شد شش کشور پیشرفته صنعتی اروپایی که از درآمد و رفاه اجتماعی برخوردارند و بیش از ۶۰ درصد اشتغال در جامعه آنان از طریق کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد می‌شود، جهت اطلاع‌رسانی به کارآفرینان به‌ویژه از طریق شبکه اینترنت اقدامات خوبی را انجام داده‌اند. این اقدامات در توسعه و تداوم این فرایند در کشورهاشان اثر بسزایی داشته است. اتخاذ این شیوه‌ها در ایران نیز که در حال حاضر با مشکلات عدیده‌ای روبه‌روست، و پیوستن به سازمان تجارت جهانی نیز این مشکلات را تشدید می‌کند، می‌تواند مثمرتر باشد. با مطالعه تجربیات کشورهای پیشرفته در زمینه اطلاع‌رسانی به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط پیشنهاد می‌شود در ایران نیز اقدامات مشابهی برای توسعه کارآفرینی انجام پذیرد. این اقدامات عبارتند از:

۱. ایجاد سیستم «ثبت الکترونیکی شرکت‌ها» جهت ساده‌سازی روش‌های اداری و کاهش زمان ثبت شرکت‌ها؛
۲. ایجاد شبکه اطلاعاتی «آگاهی از اختراعات و نوآوری‌ها»ی دانشگاهی و مؤسسات پژوهشی برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط؛

International Encyclopedia of the Social Sciences. New Yourk: Free press, 1968.

5. Federal Statistical office. [on-line]. Available: <http://www.Statistik-undode>.

6. Gnyawali, D.; Fogel, D. *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications, Entrepreneurship theory and practice*. U.S.A: Baylor University, 1994.

7. Instituto Nazionale de Statistica. [on-line]. Available: <http://www.istat.it>.

8. Report on the Implementation of the Action Plan to Promote Entrepreneurship and Competitiveness-COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2000. [on-line]. Available: <http://www.europa.eu.int/comm/entreprise>.

9. Reynolds, P.D. ... [et al]. "Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report". Babson College, Dauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London: London Business school, 2000, pp.4-5.

10. Schumpeter, J. *The Theory of Economic Development*. Harvard: University press, 1934.

11. Statistics Austria. [on-line]. Available: <http://www.Oestat.gv.at>.

12. Statistics Finland. [on-line]. Available: <http://www.Stat.fi>.

13. Statistics Netherlands. [on-line]. Available: <http://www.cbs.nl>.

14. Statistics Sweden. [on-line]. Available: <http://www.Scb.se>.

تاریخ دریافت: ۱۳۸۳/۱۱/۲۷

۳. ایجاد بانک های اطلاعاتی مورد نیاز کارآفرینان و شرکت های کوچک و متوسط توسط اتاق بازرگانی در زمینه آگاهی از خدمات و تولیدات شرکت های داخلی، شرایط بازارهای بین المللی، نحوه دریافت وام از مؤسسات مختلف، تمهیدات دولت در صادرات کالاها، و مانند آن؛

۴. ایجاد مراکزی که به صورت رایگان یا با هزینه کم به کارآفرینان و شرکت های کوچک و متوسط در زمینه های آموزشی و مشاوره ای یاری رسانند؛

۵. برگزاری جلسات و مجامعی که در آنها کارآفرینان بالقوه با کارآفرینان قدیمی و موفق آشنا شده و تبادل اطلاعات و تجربیات کنند؛ و

۶. ایجاد انجمن های مختلف کارآفرینی از جمله انجمن «زنان کارآفرین» که زنان را در زمینه کارآفرینی و ایجاد شرکت های کوچک و متوسط از جنبه های مختلف آموزشی، مالی، و مشاوره ای یاری دهند.

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود. *کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها*. تهران: انتشارات شرکت پردیس، ۱۳۷۹.

۲. احمد پورداریانی، محمود؛ شیخان، ناهید؛ رضازاده، حجت اله. *بررسی تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب*. تهران: امیرکبیر، ۱۳۸۳.

۳. شیخان، ناهید. *محاسبه شاخص های کلان تحقیقاتی (R&D) در مورد ایران و مقایسه آنها با سایر کشورها*. تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۷۹. [طرح تحقیقاتی].

4. Cochran, T. "Entrepreneurship".