



دانشگاه گورگان
فصلنامه علمی کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد اول، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳
<http://jead.gau.ac.ir>

حمایت‌های ضروری در جهت توسعه کارآفرینی

* رضوان قمبرعلی^۱، حسین آگهی^۲، امیرحسین علی‌بیگی^۳ و کیومرث زرافشانی^۴

^۱ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، آدانشیار، گروه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، آدانشیار، گروه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، آدانشیار، گروه ترویج کشاورزی و توسعه روستایی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی
تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۳/۲۰

چکیده

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین‌المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را ایجاد کرده، کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه، می‌تواند در رشد اقتصادی کشورها نقش مهمی را عهده‌دار باشد. زیرا بر اساس پژوهش‌های مؤسسات تحقیقاتی دنیا، سطح کارآفرینی با سطح توسعه یافتگی برابر و به رابطه مستقیمی بین رشد ناخالص داخلی و بسترسازی‌ها و حمایت‌های دولت‌ها از کارآفرینان پی برده‌اند. در کشور ما مراکز حمایت از کارآفرینان بسیار محدود و کارآفرین با تمام مشکلات، ضمن تلاش جهت تبدیل ایده به محصول باید تمام خطر سرمایه‌گذاری را خود عهده‌دار 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 کسب و کارهای کوچک با سرمایه محدود خود و گاهی با دریافت وام اندکی وارد یک حرکت اقتصادی و صنعتی می‌شوند و در بسیاری از مواقع زندگی و امکانات خود را در راه توسعه صنعتی از دست می‌دهند. توسعه کارآفرینی بدون حمایت دولت امکان‌ناپذیر نیست زیرا تجربه کشورهای دیگر که مسیر توسعه را طی کرده‌اند، نشان می‌دهد بدون حمایت دولت، توسعه

*مسئول مکاتبه: rezvangh20007@yahoo.com

کارآفرینی غیرممکن است. در صورتی که اگر دولت کارآفرینان را حمایت مالی کند، روند پیشرفت فعالیت‌ها با سرعت بیشتری انجام می‌شود و بسیاری از گره‌های موجود در راه کارآفرینان باز خواهد شد. دولت‌ها کارآفرین تولید نمی‌کنند بلکه وظیفه دارند محیط را برای پرورش کارآفرینان آماده کنند، راهبردهای دولت می‌تواند منجر به ایجاد محیط مناسب کسب و کار شود. بنابراین در این مقاله به بحث در مورد انواع خدمات حمایتی و زیرساخت‌های مورد نیاز جهت توسعه کارآفرینی و تجربه کشورهای مختلف در این زمینه، پرداخته می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، حمایت، زیرساخت‌ها

مقدمه

تعداد بسیار زیادی از سازمان‌های حمایت‌کننده کسب و کارهای کارآفرینی در هر کدام از کشورها وجود دارند. متأسفانه، علی‌رغم از یاد خدمات و عواملان حمایتی، کشورها به‌طور کلی سطح پایینی از دستیابی و جذب برنامه‌ها و خدماتشان را توسط جمعیت کارآفرین گزارش می‌کنند. بعضی از مسائل و چالش‌های کلیدی مدیریت زیرساخت‌های حمایتی کارآفرینی توسط گیب (۱۹۹۳) طرح شده است و توسط چندین محقق دیگر نیز در طول زمان مورد تأیید قرار گرفته است. منطقی بودن، ساده و مؤثر کردن، هماهنگی و بهبود کیفیت خدمات این نظام حمایتی یکی از چالش‌های اصلی دولت‌ها است. بسیاری از کشورها با این مسأله در گذشته کشمکش داشته‌اند و احتمالاً در آینده نیز ادامه خواهد داشت. نه تنها کشورها در حال چالش با سوال "زیرساخت‌های مناسب"، می‌باشند بلکه با سؤالاتی در مورد این‌که چطور نیازهای چندگانه کسب و کارهای تازه راه‌اندازی شده، کسب و کارهای در حال رشد، گروه‌های هدف مخصوص و غیره به بهترین شکل برآورده گردد، و چطور بهترین آموزش مؤثر، مداخله‌ها، مشاوره و توصیه ارائه گردد، نیز روبرو می‌باشند. به‌همین دلیل، ضروری است به سمت درک عمیق‌تری از فرآیند کارآفرینی حرکت کنند (لانداسترام و استونسون، ۲۰۰۱).

علاوه بر فراهم‌سازی فضای فرهنگی حامی کارآفرینی در جامعه، طراحی و تدوین، ساز و کارهای حمایت از کارآفرینی و تأمین زیرساخت‌های حمایتی مورد نیاز برای فعالیت کارآفرینان از عناصر اصلی برنامه‌های توسعه کارآفرینی می‌باشد (لرد کیپانیدز، ۲۰۰۲). هدف دولت تنها افزایش تعداد کسب و کارهای جدید نیست بلکه همین‌طور ماندگاری و رشد کسب و کارهای موجود نیز است. توانمندی

محیط کسب و کارها نیاز به محیط حمایتی دارد که کارآفرینانی را به وجد آورد که بتوانند کار کنند (نیمن و همکاران، ۲۰۰۳). تحلیل خدمات حمایتی گوناگون نشان می‌دهد که همه خدمات حمایتی مالی نیستند و خدمات همچون مشاوره، آموزش، اطلاعات عمومی و حرفه‌ای را هم شامل می‌گردد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱).

انواع خدمات حمایتی: در دیدگاه‌های مختلف از خدمات حمایتی کسب و کارها تعاریف گوناگونی شده است. برخی از متخصصان معتقدند که اهداف برنامه‌های خدماتی حمایتی آگاهی کارآفرینان از دانش اقتصادی، منابع مالی برای کسب و کارهای کوچک در حال ظهور، افزایش دسترسی کسب و کارهای کوچک به تکنولوژی مدرن، تسریع ساخت محل کار برای کسب و کار و توسعه روش‌هایی برای ارتباط با کسب و کارها می‌باشد (والنتینو، ۲۰۰۷). مارکبلی و دابسون (۲۰۰۸) معتقدند نظام حمایتی توسعه کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی نظامی است که بتواند رهیافت سیستمی مؤثری را اتخاذ کند به طوری که بر ارتباط بین ارائه دهندگان مختلف زیرساخت‌های حمایتی موجود تأکید کند تا اندازه‌ای که به کارآفرینان کمک کند که مسیرشان را جهت دریافت خدمات صحیح و در زمان درست پیدا کنند. چنین رهیافت سیستمی همین‌طور به تشخیص نقص‌های موجود در زیرساخت‌ها و رفع مؤثر آن‌ها کمک می‌کند. و پل ارتباطی را بین کارآفرینان و مالکین کسب و کارها در یک انتها و جوامع حمایت کننده کارآفرینی در طرف دیگر برقرار می‌کند. این نظام باید بتواند خدمات زیر را به کارآفرینان ارائه دهد:

- **آموزش کارآفرینی:** مؤلفه مهمی برای ایجاد کارآفرینان بیشتر به واسطه الهام بخشیدن به جوانان و بزرگسالان در مرحله نیت است به طوری که توسعه کارآفرینی را به عنوان گزینه‌ای در نظر بگیرند.
- **مشاوره فنی و زیرساخت حمایتی:** عامل عمده برای بهبود مهارت کارآفرینان و مالکین کسب و کار است که به آن‌ها کمک می‌کند چالش‌ها را مخاطب قرار دهند و راه‌هایی را جهت دستیابی به اهداف شخصی و کسب و کارشان پیدا کنند.
- **شبکه‌ها:** روشی جهت تشویق یادگیری از همتایان است که می‌تواند به تشویق کارآفرینان بالقوه کمک کند و از مهارت‌های کارآفرینان موجود بهره گیرند.
- **دسترسی به سرمایه:** ارائه منابع برای کمک به کارآفرینان است که کسب و کار رقابتی، مولدتر و قدرتمندتری را بنا کنند.

- محیط قانونی: مؤلفه‌ای که می‌تواند راه‌اندازی و رشد کسب و کار را تسهیل سازد. مونتز (۲۰۰۵) معتقد است دولت به‌واسطه ابزاری از قانون و سیاست‌ها باید بتواند محیط توانمندی را برای کارآفرینان ایجاد کند و فضای مساعد ورود کارآفرینان به‌واسطه ابزار زیر ایجاد می‌شود:
 - تأمین مالی به‌واسطه مؤسسات مالی معمول همچون بانک‌ها
 - دسترسی به سرمایه مخاطره‌آمیز
 - برنامه‌های توسعه و آموزش جهت تشویق کارآفرینی
 - توسعه زیرساخت‌ها- پیش شرطی برای هر فعالیت اقتصادی در سطح پیشرفته
 - تنظیم مجدد قوانین با توجه به فعالیت‌های اقتصادی
- در گزارش مؤسسه باتل (۲۰۰۶) از ارائه حمایت عمیق و جامع به کارآفرینان نام برده می‌شود و بیان می‌کند که جهت به‌دست آوردن بزرگ‌ترین شانس موفقیت، کارآفرینان باید به طیف جامعی از برنامه‌های حمایتی دسترسی داشته باشند. البته باید توجه داشت که ضروری نیست خدمات به‌واسطه یک نهاد ارائه شوند، بلکه نیاز است به سهولت در دسترس کارآفرین باشند. این حمایت‌های جامع شامل موارد زیر می‌باشند:
- هدایت کسب و کار به‌واسطه مدیران کارآفرینی موفق که در کسب و کارهای مشابه و مدل‌های کسب و کار درگیر هستند.
 - مشاوره و توصیه عمیق برای آماده کردن کارآفرین جهت ارائه طرح‌های سرمایه‌گذاری به مالکین و سرمایه‌گذاران غیررسمی
 - دسترسی به منابع سرمایه در مراحل قبل و بعد از راه‌اندازی
 - کمک کردن با تشکیل تیم کسب و کاری از مدیران با دید تجاری
 - تشخیص منابع و فرصت‌های تجاری
 - ارزیابی فرصت‌های ارباب رجوع و نیازها
 - توسعه طرح‌های کسب و کار
 - مشاوره در رنج کاملی از مسایل مدیریت
 - توصیه به برنامه‌ریزی منابع انسانی
 - هدایت تحقیق بازار

- هدایت ارزشیابی های فنی
 - ارائه اطلاعات در بازار، صنعت و مسیرهای اقتصادی
 - کمک با مباحث قانونی
 - ارتباط شرکت ها با منابع مالی
 - ارائه منابع مالی پیش از راه اندازی
 - ارزشیابی پتانسیل تجاری تکنولوژی های انحصاری برای شرکت ها، افراد، هیأت علمی و دانشگاه
 - قرار دادن کارآفرینی در آموزش در همه سطوح
 - آموزش در رسانه
 - به کار بردن کارآفرینان رهبر به عنوان مدل نقش یا قهرمانان
 - تشخیص و تشویق کارآفرینی
 - تسهیل شبکه ها
- شورای توسعه روستایی آمریکا (۲۰۰۱) نیز در تبیین سیاست های توسعه توسعه کارآفرینی روستایی، برای حمایت از کارآفرینی در مناطق روستایی ساختار حمایتی خاصی را تعریف نموده است که در آن حمایت های مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی را شامل دو بخش زیر می داند:
- الف) حمایت های بخش دولتی
- حمایت های بخش دولتی که توسط ادارات دولتی در سطوح محلی، منطقه ای و مرکزی انجام می شود، نقش مهمی در تداوم برنامه های توسعه کارآفرینی داشته و عمدتاً فراهم ساز محیطی مناسب برای فعالیت کارآفرینان می باشد. این حمایت ها در پنج بخش طبقه بندی می شوند:
- سیاست های کلان: شامل سیاست های کلان مالی، مالیاتی و مقررات اداری مناسب برای رفع موانع راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه
 - زیرساخت های فیزیکی: شامل شبکه راه ها، سیستم های آبرسانی، حمل و نقل و
 - پژوهش و توسعه: شامل پژوهش های بنیادی و کاربردی
 - سیاست های تجارت و بازرگانی: به منظور تسهیل برخورداری کارآفرینان از منابع بانکی و سرمایه
 - سیاست های امنیتی: برای تأمین امنیت سرمایه و فعالیت کارآفرینان

ب) حمایت‌های بخش خصوصی

در این تقسیم‌بندی، خدمات حمایتی بخش خصوصی به کارآفرینان در ورود به بازار کار و توانایی رقابت با رقبای خود کمک می‌کنند. همچنین بخش خصوصی با ارائه آموزش‌های حرفه‌ای موردنیاز و مشاوره کارآفرینان، انگیزه و توانمندی لازم را در افراد برای تداوم کسب و کار ایجاد می‌نمایند. این حمایت‌ها به چهار دسته تقسیم می‌شوند:

- تأمین سرمایه
- ارائه خدمات حرفه‌ای
- حمایت‌های تجاری
- بازار نیروی کار

در این ساختار حمایتی، همکاری بخش دولتی و خصوصی در حمایت از فعالیت‌های کارآفرینان نیز مورد توجه قرار گرفته و سه وظیفه عمده شامل ((فراهم‌سازی فضای فرهنگی مناسب برای کارآفرینی))، ((آموزش کارآفرینی))، و ((بهبود کیفیت زندگی)) به‌عنوان مهم‌ترین وظایف مشترک دولت و بخش خصوصی در تأمین حمایت‌های موردنیاز برای توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی معرفی شده است (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱).

در کل تقویت تسهیلات و اعتبارات برای آموزش، ایجاد شبکه ارتباطی غیررسمی، ایجاد فرصت‌های کسب و کار بر اساس دانش برای کارآفرینان و تقویت سازمان‌های غیردولتی، سیاست‌ها و اقداماتی هستند که دولت می‌تواند برای حمایت از کارآفرینی انجام دهد (مقیمی و پورداریانی، ۲۰۰۸). **دامنه خدمات حمایتی:** در این میان ارائه حمایت‌ها به کارآفرینان با مشکلاتی همراه بوده است. نتایج مطالعه نیو (۲۰۰۴) نشان داد که ۴۰ درصد از کارآفرینان از خدمات ارائه شده به‌واسطه عاملان دولتی آگاه نیستند. آن‌هایی نیز که شناخته شده‌اند در کاربردشان موفق نیستند. گزارش سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۳) نیز نشان می‌دهد که این برنامه‌ها برای مردم شناخته شده نیستند و دسترسی به آن‌ها پیچیده است. کارآفرینان گزارش کرده‌اند که آموزش برای توسعه و بهبود مهارت تنها نظام حمایتی دسترسی‌پذیر است. شواهدی وجود دارد که این برنامه‌ها به‌طور مستقیم به توسعه تمایل کارآفرینانه کمک نمی‌کنند (پرتوریس و ون ورن، ۲۰۰۳). به‌علاوه نتایج بررسی برنامه‌های حمایتی مورد استفاده در آفریقای جنوبی در جهت توسعه کارآفرینی نشان داد که تمرکز اصلی این برنامه‌ها بر سرمایه، رشد، توسعه و رقابت‌پذیری (از طریق متخصصی) کسب و کارهای کارآفرینانه موجود نسبت

به مرحله راه‌اندازی کسب و کار است. اگرچه بعضی برنامه‌ها بر راه‌اندازی کسب و کارها تمرکز دارد، اما آن‌ها نیز بیشتر مربوط به کسب و کارهای بزرگ‌تر هستند. متأسفانه تمرکز کلی در برنامه‌های حمایتی بر کسب و کارهای موجود و بزرگ‌تر می‌باشد و برنامه‌های خیلی کمی در سطح کارآفرینان کوچک وجود دارد (پرتوریس و ون ورن، ۲۰۰۳).

با توجه به مشکلات ذکر شده، اخیراً، دولت‌های مختلف روش‌هایی را به‌کار برده‌اند که دسترسی کارآفرینان را به اطلاعات و خدمات حمایتی کسب و کار تسهیل کنند و کیفیت تحویل خدمات را به‌واسطه عاملان دولت بهبود دهند. برای مثال، تایوان برای چند سال فعالیت‌های کشورهای دیگر را بررسی کرد، و بعد از بررسی تجارب در اروپا، سنگاپور، ژاپن، هنگ کنگ، امریکا و چین، استراتژی مراکز رشد را توسعه داد. استرالیا همین‌طور بهترین اقدامات کشورهای دیگر را در پروژه پژوهشی به نام "ملت‌های کارآفرین" مطالعه کرد. اتحادیه اروپا پس از بررسی خدمات و ساختارهای تحویل حمایت کسب و کارها، کشورها را به پذیرش مدل "مغازه‌های یک توقف" برای ارائه اطلاعات به کارآفرینان دعوت می‌کند تا از این طریق دسترسی به اطلاعات و منابع مشاوره را برای آن‌ها ساده‌تر کند. بررسی دیگری در رابطه با گزینه‌های مختلف جهت حمایت کسب و کارهای کوچک در ایرلند به نتیجه مشابهی دست یافت، که دولت باید به سمت مغازه‌های یک توقف پیش رود و آن‌ها را با کارشناسان متخصص و ابزارهایی جهت رفع نیازهای ارباب رجوعان پشتیبانی کند. در هلند، جلسات ویژه‌ای در سال ۱۹۸۸ برگزار شد که نشان داد بیشتر اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای کسب و کار برای کارآفرینان جدیدی که در مورد از یاد تسهیلات دستپاچه شده‌اند، خیلی روشن نیست. در همین راستا، دولت هلند اخیراً اقداماتی را در جهت بهبود کیفیت و دسترسی‌پذیری خدمات عمومی به کسب و کارها را از طریق معرفی باجه‌های یک توقف^۱ انجام داده است.

طیف جامعی از انواع خدمات حمایتی کسب و کارها توسط لانداستروم و استیونسون (۲۰۰۱) با توجه به نتایج مطالعات آن‌ها در چندین کشور مختلف ارائه شده است که در ادامه شرح داده می‌شوند. **مغازه‌های یک توقف:** یکی از مهم‌ترین انواع خدمات، حرکت به سمت مغازه‌های وان استاپ (یک توقف) است. مکان‌هایی که کارآفرینان می‌توانند همه معامله‌هایشان را با دولت جهت ثبت کسب و کارشان در آن‌جا منعقد کنند (اسپانیا)، و یا همه معامله‌ها با تنظیم‌کننده‌های دولت و مهیا‌کنندگان

1- One-stop

کسب و کار را آنجا انجام دهند (هلند و فنلاند) یا به همه اطلاعات موردنیاز در رابطه با کسب و کارهای کوچک دسترسی پیدا کنند بی توجه به این که آن‌ها کسب و کار در حال رشدی دارند و یا قصد دارند کسب و کاری را راه‌اندازی کنند (کانادا و آمریکا). آمریکا اکنون نسل بعدی از مغازه‌های وان استاپ را ایجاد کرده است که با توجه به گروه‌های هدف، اختصاصی شده‌اند مانند مغازه‌های وان استاپ سرمایه یا گروه ارباب رجوع آن‌ها و یا مغازه‌های وان استاپ قبیله‌ای. از سوی دیگر ایرلند، آمریکا و استرالیا مغازه‌های "اولین توقف"^۱ را باز کرده‌اند که همچون مدخل اصلی و نقاط رجوعی عمل می‌کنند. دولت‌های مختلف اهدافشان را برای مغازه‌های وان استاپ این گونه ذکر می‌کنند: بهبود دسترسی‌پذیری و کیفیت خدمات عمومی، کاهش زمان صرف شده کارآفرینان در معامله با دولت، کاهش بار قانونی، تشویق سرمایه‌گذاری، گسترش و توسعه دوام رقابتی کسب و کارهای کوچک، مخاطب قرار دادن نیازهای فنی و مالی کارآفرینان.

پورتال‌های آنلاین: با ظهور اینترنت، دولت‌ها گستره‌ای از وب‌سایت‌ها و پورتال‌های دانش را توسعه داده‌اند که می‌تواند اطلاعات و خدماتی را به کسب و کارهای جدید و موجود ارائه دهد. انگلستان خدمات مشاوره‌ای اطلاعات آنلاین (دریچه‌ای برای کارآفرینان جدید) و خدمات راه‌اندازی کسب و کار (پورتالی با اطلاعات در مورد قوانین دولتی) را دارد، ایرلند پورتال خاصی برای کارآفرینان اینترنتی دارد، آمریکا کیت راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک را دارد و چندین ایالت به‌طور واقعی نظارت و مشاوره آنلاین را ارائه می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت، منابع آنلاین روش مؤثری برای وسیع کردن گستره خدمات دولت در جهت حمایت از کسب و کارهای کارآفرینانه می‌باشد. البته بسیاری از این سایت‌ها بازارهای جوان را مورد هدف قرار داده‌اند و بیشتر افراد جوان و فارغ‌التحصیلان جدید را به کشف گزینه کارآفرینی تشویق می‌کنند. به‌طور کلی دولت‌های مختلف اهداف خود را از راه‌اندازی پورتال این‌گونه بیان می‌کنند: کمک به کارآفرینان اینترنتی که بیشتر از تصمیمات آگاه شوند و ارائه هر چیزی که کارآفرین نیاز دارد در مورد شروع کسب و کار بداند.

مشاوره: بر اساس پژوهش‌هایی که نشان دهنده ترجیح کارآفرینان برای یادگیری از هم‌تاهایشان می‌باشد، دولت‌های آمریکا، استرالیا، ایرلند، هلند و تایوان برنامه‌های مشاوره‌ای رسمی را شروع کرده‌اند که کارآفرینان با تجربه و رهبران کسب و کارها را با کارآفرینان تازه کار می‌چسباند.

ارزشیابی‌های اولیه در استرالیا، انگلستان و ایرلند نتایج امید بخشی را در این زمینه حاصل کرده است. در ایرلند شبکه مشاوره‌ای راه‌اندازی شده است که شامل پانل مخصوصی از مشاوران^۱ راه‌اندازی کسب و کار است که در مراحل نخستین راه‌اندازی کسب و کار می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند. به‌طور کلی هدف از برنامه‌های مشاوره‌ای دولت‌ها کمک به کارآفرینان در جهت توسعه مهارت‌های مدیریتی و دستیابی به رشد کسب و کار و بهبود ماندگاری و رشد کسب و کارهای کوچک است.

مراکز رشد^۲: دولت‌های مرکزی در تایوان، استرالیا و انگلستان در سرتاسر کشورشان استراتژی‌های مراکز رشد کسب و کارهای کوچک را به‌عنوان مؤلفه مهمی از سیاست‌های کارآفرینی پذیرفته‌اند و بودجه‌ای را برای به‌وجود آمدن کسب و کارهای جدید اختصاص داده‌اند. در حالی که مفهوم مراکز رشد جدید نیست (مراکز رشد در آمریکا برای دهه‌ها وجود داشته‌اند)، حتی ممکن است بتوان گفت که مراکز رشدی که اکنون وجود دارند نسل سوم از مراکز رشد می‌باشند. این مراکز رشد جهت راه‌اندازی کسب و کارهای دانش محور ساخته شده‌اند و اغلب در محوطه دانشگاه قرار گرفته‌اند و به‌طور کلی با دسترسی سرعت بالا به اینترنت سیم‌کشی شده‌اند و با حوزه عمیق و غنی از متخصصین - پژوهش‌گران، تخصص‌های تکنولوژی، سرمایه‌گذاران، کارآفرینان با تجربه و بنگاه‌های بزرگ ارتباط دارند. ارباب رجوعان این مراکز می‌توانند به اطلاعات، مشاوره، کمک فنی، سرمایه، امکانات پژوهش و توسعه و حمایت هم‌تایان دسترسی یابند. درس‌های آموخته شده از ارزشیابی‌های رسمی از تجارب مراکز رشد در تایوان، استرالیا و آمریکا گردآوری شده است و عوامل کلیدی موفقیت برای برنامه‌های مرکز رشد مشخص شده‌اند. انگلستان همین‌طور مرکز رشد مجازی را راه‌اندازی کرده است (IdeaHouse.com) و راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را در جوامع دانشجویی و فارغ‌التحصیلان تشویق می‌کند. اهداف اصلی بیان شده برای استراتژی‌های مراکز رشد کسب و کارهای کوچک عبارتند از: کاهش نرخ شکست کسب و کارهای کوچک، ایجاد مشاغل جدید، ارتقاء کسب و کارهای کوچک و تشویق کارآفرینی (استرالیا)، پرورش کارآفرینان بالقوه و تسریع بهبود امکانات صنعتی (تایوان)، تنوع‌سازی اقتصاد، ایجاد مشاغل و ایجاد ثروت (آمریکا).

مراکز کارآفرینی ویژه: نوآوری سازمانی دیگر، ظهور مراکز کارآفرینی خاص است که به گروه‌های هدف مشخصی کمک می‌کنند. مراکز کارآفرینی زنان در ایالات متحده (به‌مراتب رهبر در این ناحیه)،

1- Mentors
2- Incubators

کانادای غربی، ایرلند شمالی و اسکاتلند؛ مراکز کارآفرینی اقلیت موجود در ایالات متحده؛ مراکز کارآفرینی بومی موجود در کانادا، امریکا، استرالیا و مراکز کارآفرینی جوانان موجود در کانادا، سوئد، ایالات متحده، ایرلند، هلند و استرالیا. هدف از این مراکز افزایش تعداد کسب و کارهای راه اندازی شده در بین گروه‌های هدف جهت برطرف کردن نیازهای خاص آن‌ها به شکلی مؤثرتر می‌باشد و موارد فوق تنها مثال‌هایی از این روش می‌باشند.

توسعه حرفه‌ای مشاوران کسب و کار: کیفیت خدمات حمایتی کسب و کار، حوزه در حال رشدی از توجه سیاسی است. با توجه به افزایش نقش مشاوران و راهنمایان کسب و کار، بسیاری از آن‌ها به واسطه دولت یا سازمان‌های نیمه‌دولتی استخدام می‌شوند، و افزایش تقاضا برای راه‌حل‌های ویژه با توجه به نیازهای کارآفرینان، ضرورت افزایش کیفیت خدمات را به وجود می‌آورد. انگلستان به طور قطعی بیشتر در مخاطب قرار دادن این مسأله پیشرفت کرده است، اگرچه ابتکار توسعه حرفه‌ای در استرالیا، کانادا و امریکا وجود دارد و در لیست نیازهای ظهور یافته در هلند است. به طور کلی اهداف این برنامه‌ها بهبود کیفیت خدمات و ارائه بیشتر خدمات قابل درک و استاندارد به کسب و کارهای کوچک؛ تقویت صلاحیت‌های افرادی که مشاوره کسب و کار را انجام می‌دهند تا بتوانند خدمات با کیفیت بهتر و سازگاری بیشتر را به ارباب رجوعان ارائه دهند، مخصوصاً پیش از شروع کسب و کار و مراحل اولیه (کانادا).

تمایل یا راهنمایی برای همه عاملان حرفه‌ای: اگرچه نیاز برای توسعه حرفه‌ای در حمایت کسب و کارهای کوچک، بیشتر به سوی جامعه مشاوره‌ای کسب و کار پیش می‌رود. اداره دفاع در امریکا پیشنهاد می‌کند که همه نظیم کنندگان بی‌توجه به دپارتمان، باید تمایل بهتری در مورد بخش کسب و کارهای کوچک داشته باشند؛ در فنلاند و هلند متخصصین نیاز برای گرایش و آموزش توسعه اقتصاد محلی و عاملان شهری را بیان می‌کنند (مخصوصاً در مورد طبیعت فرایند توسعه کارآفرینی). و متخصصین در استرالیا و فنلاند برای آموزش و گرایش از معلمین، مدیران مدارس و رهبران جامعه در زمینه آموزش کارآفرینی دعوت می‌کنند. ابتکار اخیری از خدمات کسب و کار انگلستان، مطالعه امکان‌پذیری ایجاد دانشگاه شرکتی/مدارس کسب و کار مجازی است که باعث بهبود مداوم و یادگیری تخصص‌های مورد بحث در حمایت کسب و کار می‌گردد و فرهنگ مشتری مدارانه و کارآفرینانه را پرورش می‌دهد.

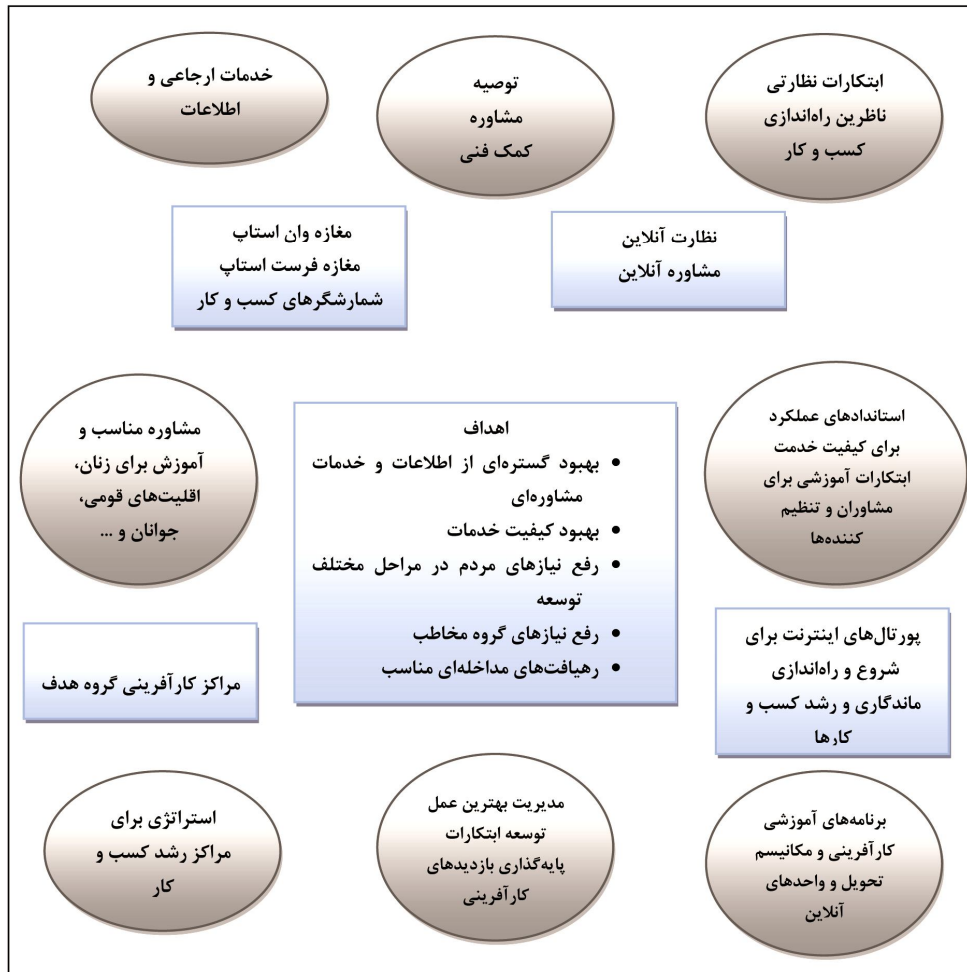
هرشی و همکاران (۲۰۱۱) در خصوص خدمات حمایتی کسب و کارهای کارآفرینی بر گزینه‌های ارتباط کارآفرینان با هم‌تایان و جامعه و ایجاد شبکه‌ها تأکید دارند. آن‌ها معتقدند یکی از مهم‌ترین چیزهایی که به ظهور کارآفرینان کمک می‌کند ایجاد شبکه و ملاقات صاحبان دیگر کسب و کارها در ناحیه آن‌ها، مأموران دولتی و دیگر حامیان کسب و کارهای کوچک می‌باشد. هر دو مدیران کسب و کارهای در حال رشد و جدید می‌توانند در عقاید و استراتژی‌هایی جهت حمایت کسب و کارهای ناحیه کمک کنند. زیرا بسیاری از کارآفرینان تنها کار می‌کنند و فرصت دسترسی و صحبت با شبکه بزرگ‌تر را ندارند که می‌تواند مفید باشد. در همین رابطه بعضی کشورها برنامه‌های مشاوره‌ای را توسعه داده‌اند، جایی که کارآفرینان تازه ظهور یافته با انواع موفق روبرو می‌شوند. زیرا این عقیده وجود دارد که کارآفرینان بیشتر از آنچه که در کتاب‌ها، کلاس‌ها یا از متخصصان توسعه اقتصادی بیاموزند از هم‌تایان یا تجربه‌های خودشان یاد می‌گیرند. مکان‌های رسمی و غیررسمی می‌تواند برای ارتباط کارآفرینان استفاده شود. کتابخانه، کافی‌شاپ‌ها، رستوران‌ها و کتابفروشی‌ها مکان‌های مناسب و کم هزینه‌ای می‌باشند. این مکان‌ها فرصتی را به کارآفرینان می‌دهد که در مورد کسب و کارشان با مردمی که هم‌فکر هستند، بحث کنند. این مکان‌ها فرصتی را برای نوآوری، بحث محرمانه و حمایت ارائه می‌دهند. مشارکت کنندگان در این کلوب‌ها به‌طور کلی سه مزیت را گزارش کرده‌اند: ارتباط، آموزش و دسترسی به اطلاعات (هرشی و همکاران، ۲۰۱۱).

زیرساخت‌ها: بخش دیگری از حمایت‌های کسب و کارهای کارآفرینانه، ارائه زیرساخت‌های مناسب جهت فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. کریس گیبونز معتقد است که نه تنها حمایت از خود کارآفرینان مهم است بلکه باید فضای اطراف آن‌ها را نیز در بر می‌گیرد و این‌گونه بیان کند که: ((توسعه جامعه توسعه اقتصادی است و زیر ساخت خوب نقطه شروع است)). بنابراین ارزیابی زیرساخت‌های جاری در یک منطقه می‌تواند آشکار کند که آیا روش‌های آن منطقه می‌تواند با کارآفرینان همراهی می‌کند. زیرساخت می‌تواند شامل حوزه‌های زیر باشند:

- فضاهای تجاری موجود و مستعد و ساختمان‌های موجود؛
- تکنولوژی: شامل پوشش سلولی قوی و خدمات اینترنتی؛
- فضاهای عمومی جاذب، شبیه پارک‌ها، فضاهای تجمع و پیاده‌روها؛
- خیابان‌های پیاده‌روی با اطلاعات پیاده‌روی دوستانه؛
- حمل و نقل عمومی؛

- اطلاعاتی که به کارآفرینان آینده کمک می‌کند که ویژگی‌های ناحیه تجاری را درک کنند؛
 - سرمایه‌گذاری شامل سرمایه‌گذاری مالک^۱ و برنامه‌های پرداخت وام به کسب و کارهای کارآفرینی کوچک
 - برنامه‌های مرکز رشد، که مهارت‌های تکنولوژیکی و مربوط به کسب و کار و حمایت مالی را در طول سال‌های اولیه کسب و کار را ارائه می‌دهند؛
 - برنامه‌های آموزشی و مشاوره کسب و کارها همانند برنامه‌هایی که به‌واسطه مراکز توسعه کسب و کار یا خدمات مشاوره کسب و کار ارائه می‌شوند؛ (یانتا، ۲۰۰۱).
- نیونهوزین و کرون (۲۰۰۳) معتقدند موفقیت یا شکست کارآفرینان به واسطه کیفیت و سطح زیرساخت‌ها تعیین می‌شود. این زیرساخت‌ها شامل ارائه آب، بهداشت، الکتریسیته، جاده‌ها، ارتباطات و زمین است. فالکنا و همکاران (۲۰۰۱) زیرساخت‌های حمایتی را به دو طبقه تقسیم‌بندی می‌کند: زیرساخت‌های سخت که شامل حمل و نقل، ارتباطات و تسهیلات کسب و کارهای شهری می‌باشد. دومین، وجود زیرساخت‌های نرم‌افزاری در شکل انجمن‌های کسب و کار مناسب، وجود آمارهای مرتبط و معتبر، و بهره‌وری جمعی حمایتی می‌باشد. پژوهش‌های تجربی که در رابطه با کسب و کارهای کوچک انجام شده است نیاز حتمی را برای هر دو از زیرساخت‌ها جهت ایجاد محیطی تنومند و دوستانه جهت کسب و کارها نشان می‌دهد. در حقیقت، وجود زیرساخت‌های مناسب هزینه‌های معامله را کاهش می‌دهد و اعتبار تجارت را بهبود می‌بخشد و فرصت‌هایی را برای شبکه کسب و کار ایجاد می‌کند و اقتصادهایی از تراکم در اطلاعات و مدیریت تبادل را ایجاد می‌کند. همه این‌ها جنبه‌های حیاتی از عملیات کسب و کار هستند (فالکنا و همکاران، ۲۰۰۱). متأسفانه، بیشتر سیاست‌های زیرساختی شهری بازار مدار هستند و تأکید آن‌ها بیشتر بر ایت است که چطور مشتریان می‌توانند استطاعت داشته باشند نسبت به این‌که چه پتانسیل اقتصادی و اجتماعی می‌تواند از ارائه سطوح معینی از زیرساخت‌ها به‌دست آید (یانتا، ۲۰۰۱).
- در مجموع، شواهد نشان دهنده حرکت نیرومندی به سمت رهیافت‌های نوآورانه در حمایت از کسب و کارهای کوچک و در حال رشد است. بنابراین لانداسترام و استیونسون (۲۰۰۱) بعد از بررسی

تجارب چندگانه کشورهای مختلف در این زمینه، گزینه‌های حمایتی کسب و کارهای کوچک را در قالب چارچوب زیر معرفی کردند:



شکل ۱- گزینه‌های حمایت کارآفرینی (لانداستروم و استونسون، ۲۰۰۱).

نتیجه‌گیری

کارآفرینی موضوعی است که امروزه توجه بیشتر سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان امور کشورهای مختلف را جلب کرده است. اغلب کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای کسب موفقیت

اقتصادی در عرصه ملی و بین‌المللی و عرضه خدمات و تولید محصولات در سازمان‌ها و شرکت‌ها نیاز مبرم به توسعه کارآفرین است تا به‌عنوان عامل اصلی تغییر و محرک اصلی توسعه، حرکت‌هایی را آغاز کند و منجر به خلاقیت و نوآوری مستمر شود. از این‌رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند. 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 به‌همراه خواهد 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. به‌طور کلی این اقدامات می‌باید با دو جهت‌گیری کلی حذف و کاهش محدودیت‌ها و موانع کارآفرینی و ترغیب و تشویق کارآفرینی انجام شود. دولت لزوماً باید ساختار کاری، راهبردی 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. ابتکارهای اجتماعی بزرگ مستلزم هم‌زمان شدن با اقتصاد مدرن است که بتوان سیاست‌های اجتماعی و مؤسسات قدیمی ارائه‌دهنده خدمات عمومی را به‌طور منظم جهت واگذاری سازماندهی کرد.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۱. کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). چاپ چهارم. تهران: انتشارات پردیس.

2. Battelle Memorial Institute. 2006. Growing Iowa's Entrepreneurial Economy: Strengthening the Entrepreneurial Support Infrastructure, Battelle's Technology Partnership Practice.
3. Falkena, H., Abedian, I., Blottnitz, M., Coovadia, C., Davel, G. 2001. Smes' access to finance in south africa, The Task Group of the Policy Board for Financial Services and Regulation.
4. GEM. 2003. GEM Global Report, Babson College: Babson Park.
5. Hershey, C., Pinkovitz, B., Wise, G. 2011. Supporting Entrepreneurship Community, Natural Resources, and Economic Development Impact Report, University of Wisconsin Extension.

6. Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. 2005. The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. *Journal of Cleaner Production*, 13: 787-798.
7. Lundström, A., Stevenson, L. 2001. Entrepreneurship policy for the future, This project was initiated and carried out by the Swedish Foundation for Small Business Research and supported by the Swedish Ministry of Industry, Employment and Communications, NUTEK, and the Örebro University.
8. Markley, D., Dabson, B. 2008. Creating a System of Support for Entrepreneurs and Small Businesses in Kentucky: Insights and Policy Recommendations, RUPRI Center for Rural Entrepreneurship, Mountain Association for Community Economic Development.
9. Moghimi M., Poordariani, M. 2008. Entrepreneurship principles. Tehran: Tehran University Press, Entrepreneurship Center.
10. Mutezo, A.T. 2005. Obstacles in the access to SMME finance: an empirical perspective on Tshwane. Master thesis, university of South Africa, Pretoria, South Africa.
11. Nieman, G., Hough, J., and Nieuwenhuizen, C. 2003. Entrepreneurship: A south African perspective. Pretoria: Van Schaik Publishers.
12. Pretorius, M., and Van Vuuren, J. 2003. Contribution of support and incentive programs to entrepreneurial orientation and start-up culture in South Africa, *South African Journal of Economics and Management Science*, 6(3): 514-528.
13. Valentinov, V. 2007. Why are cooperatives important in agriculture? An organizational economics perspective. *J. Inst. Econ.*, 3(1): 55-69.
14. Yanta, T. 2001. Local government supporting or stunting SMME growth? University of Natal. Centre for Applied and Social Sciences. *Indicator South Africa: a barometer of social trend*, 18(2): 44-48.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 1 (2), 2014
<http://jead.gau.ac.ir>

Supports required to entrepreneurship development

***R. Ghambarali¹, H. Agahi², A.R. Alibaygi² and K. Zarafshani²**

¹Ph.D. Candidate, Dept. of Agricultural Extension and Rural Development,
Agriculture and Natural Resource Campu, Razi University,

²Associate Prof., Dept. of Agricultural Extension and Rural Development,
Agriculture and Natural Resource Campu, Razi University

Received: 4/3/2014 ; Accepted: 10/5/2014

Abstract

In today's competitive market-based economy, which has been associated with the international rapid changes and has created a process transition from an industrial society to an information society, entrepreneurship as the engine of development, can play an important role in economic growth of countries. Because according the study by research institutions around the world, the Level of entrepreneurship equal to the level of development and have recognized the direct relationship between GDP growth and infrastructure and government support of entrepreneurs. In our country has very limited support entrepreneurship centers and entrepreneurs with all the problems, while trying to convert the idea into a product should be responsible for all investment risk. Support centers for entrepreneurs due to lack of financial support and lack of strong support from the authorities are unable to meet the financial needs of entrepreneurs. Entrepreneurs by creating small businesses with limited capital and sometimes enter into an economic and industrial move with low loan and in many cases lose their life and resources for industrial development. Entrepreneurship development is not possible without government support because the experience of other countries that have traveled the path of development, suggesting that without government support, entrepreneurship development is impossible. If the government provides financial support to entrepreneurs, the development activities are carried out more quickly and a lot of nodes on the entrepreneurial path will be opened. Governments do not produce entrepreneurs also has a duty to prepare the environment for fostering of entrepreneurs, government strategies can lead to the creation of a suitable environment for the business. Therefore, this article discusses the types of support services and infrastructure required for the development of entrepreneurship and would be considered the experience of different countries in this area.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship development, Support, Infrastructure

*Corresponding Author: rezvagh20007@yahoo.com