

## شیوه‌های اطلاع‌رسانی به کارآفرینان در کشورهای پیشرفت

ناهد شیخان<sup>۱</sup>

حجه‌الله رضازاده<sup>۲</sup>

### چکیده

توسعة کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایران - که در حال حاضر با مشکلات عدیدهای مانند بیکاری بدویژه بیکاری افراد تحصیل‌کرده، نرخ پایین بازدهی اقتصادی شرکت‌ها، عدم موقعیت مناسب در بازار جهانی، و مانند آن رو به روز است - 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 پیشرفت اروپایی بررسی شده است.

### مرکز تحقیقات کاپویر علوم اسلامی

کلیدوازه‌ها  
کارآفرینان، اطلاع‌رسانی، کشورهای پیشرفت

### مقدمه

اشغال، 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 دنیاگی 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 بهره وری دانشگاه صنعتی امیرکبیر sheikhann@yahoo.com

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

- 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 بخشنده؟
- 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

محقق می‌شود که تمایل زیادی به کامیابی دارند و سخت‌کوشی، پاشاری، 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 قرارداده‌اند. این توجه در حد تدوین راهبردها، سیاست‌ها، و برنامه‌های عملی جهت بسط روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای 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 مرکز معتبر دانشگاهی در کشورهای مختلف، مدل «نمایشگر جهانی کارآفرینی»<sup>۳</sup> 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

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 خدمات وی حتماً باید به محصول و خدمات جدیدی منجر شود.

جفری تیمونز «کارآفرین» را «ایجادکننده یک چیز ارزشمند از هیچ می‌داند» (۱۰).

واژه *Entreprenur* 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 پیداکردن خلاً و فرصت‌هاست و از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول و خدمت جدید، در جامعه اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ می‌کند، «کارآفرین» نامیده می‌شود.

## مقایسه و ضعیت اقتصادی کشورهای منتخب

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

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

## تعريف کارآفرینی

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

بالایی را در سال ایجاد می‌کند.

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

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

به دلیل اینکه کارآفرینی و شرکت‌های کوچک و متوسط سبب اشتغال زایی می‌شود، درصد ایجاد اشتغال آنها در کشورهای منتخب بررسی شده و نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است. ملاحظه می‌شود که به جز 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

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

ام.ای.)<sup>۱</sup> شده و سبب افزایش رفاه اجتماعی و ایجاد اشتغال می‌شود. لذا در این قسمت به طور 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)

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

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

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 به طور اجمالی بعضی از شاخص‌های اقتصادی مرتبط با کارآفرینی را در ۶ کشور پیشرفتۀ اروپایی بررسی کردیم. لذا در این قسمت به بررسی شیوه‌های جدید اطلاع‌رسانی به کارآفرینان به تفکیک هر کشور می‌پردازیم.

### اتریش

برنامۀ «شبکۀ 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 مستول را نشان می‌دهد. دسترسی آزاد به آن در اتاق‌های بازرگانی و در نقاط عمومی شهر وین امکان‌پذیر است (۱۱).

«برنامۀ EU-Info-Broker»<sup>۵</sup> یک برنامۀ کمکی آزاد از سوی اتحادیۀ اروپاست که به صورت پایگاه داده‌ها در دسامبر ۱۹۹۷ ایجاد شده است و توسط مرکز اطلاعات اروپا

همان‌طور که اشاره شد کارآفرینی فرایندی است که منجر به ایجاد کسب و کار جهت معرفی محصول جدیدی در جامعه می‌شود. در مرحلۀ 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 می‌گردد و در نهایت در رشد و توسعۀ اقتصادی هر کشور تأثیر می‌گذارند. در مطالعۀ فوق تأثیر کارآفرینی در وضعیت اقتصادی کشورهای پیشرفتۀ اروپایی با شاخص‌های سرانۀ تولید ناخالص داخلی، سرانۀ 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 اطلاعاتی اند، اطلاع‌رسانی یکی از عوامل مهم بسیار اثرگذار در توسعۀ

(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، اهداء، 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 کل ۶۸,۸۰۰ تماس ثبت شده است (۸).

## آلمان

شبکه‌ای از ساختارهای خدماتی و مشورتی صلاحیت‌دار برای جست‌وجوی پروانه ثبت اختراعات (پنت‌ها) 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 پنت شرکت‌های کوچک و متوسط»، به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط که برای اولین بار پنت درخواست کرده‌اند، کمک‌هایی اعطا می‌شود. علاوه بر این «دفتر پنت آلمان»<sup>۷</sup> شبکه‌ای جهانی مرکب از ۲۵ دفتر و مرکز اطلاع رسانی پنت‌ها، شرکت‌های کوچک و متوسط را در زمینه اطلاع‌رسانی علمی و فنی

## هلند

در سال ۱۹۹۶ دولت اقداماتی ریشه‌ای برای بهبود دسترسی به سازمان‌های واسطه در زمینه مشاوره و اطلاع‌رسانی اتخاذ کرد. برای مثال اتاق‌های بازارگانی از طرف قانون این اختیار را کسب کردند که اطلاعات کلی را فراهم کنند. اکنون توصیه‌های شفاهی و قانونی از طرف مقامات این اتاق‌های بازارگانی برای کارآفرینان جدید ارائه می‌شود. یک سازمان جدید نیز نقش مشورتی فعال را به عنوان بخشی از تلاش‌های افزایش آگاهی از نوآوری بر عهده 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 نظری شبکه جهانی اینترنت) و مرکز بر خدمات مشاوره‌ای برای اطمینان از تطبیق

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 اجراه 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»<sup>۱۰</sup> در ۱۹۹۷، مشاوره کرده‌اند. مشاوران اغلب مدیران اجرایی بازنیسته هستند و تجربیات حرفه‌ای خود و دانش فنی مزایای شرکت‌های کوچک محلی را ارائه می‌دهند. همکاری‌های مشترک بین مشاوران و شرکت‌ها کاملاً محترمانه و بدون هزینه است. شهرداری‌ها سالانه حدود ۷۰۰-۲۵۰ دلار به مشاوران حق‌الزحمه پرداخت می‌کنند<sup>(۱۲)</sup>.

سازمان ارتقای تجارت کسب و کارهای فنلاندی (فینپرو)<sup>۱۱</sup> 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 خطوط درگیر باشند. «گروه‌های شریک صادراتی فینپرو»<sup>۱۲</sup> وقتی که شرکت‌ها بخواهند صادرات را شروع کنند، با ارائه تجربیات و هزینه‌های سایر شرکت‌هایی که در همان موقعیت هستند به کارآفرینان کمک می‌کنند<sup>(۸)</sup>. تقریباً ۳۰ «شرکت پیمانکاری برای

درباره مشخصات اختراعات یاری می‌کند. مراکز مذکور همچنین مشورت‌های اولیه رایگان در مورد موارد قانونی بهره‌برداری اختراقات 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<sup>(۸)</sup>.

«بانک اطلاعاتی برنامه‌های حمایتی»<sup>۹</sup>، 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<sup>(۵)</sup>.

## فنلاند

هدف دولت توسعه ادارات ناحیه‌ای / محلی و شرافتسازی 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 تجربیه طولانی دارند، تکمیل می‌شود. خدمات

9. Data Bank on Support Programmes

(Finpro)

10. Business Mentor Project

12. Finpro's Export Partner Group

11. Finnish Business Trade Promotion Organisation

کارآفرینان و کسب و کارهای جدید»<sup>۱۳</sup> در فنلاند وجود دارد که زیر نظر حمایتی انجمن اجتماعی و مشاغل<sup>۱۴</sup> 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»<sup>۱۵</sup> نیز کار خود را در سال ۱۹۹۶ شروع کرد. شرکت پیمانکاری زنان، کارآفرینی و خوداستغالی را در میان زنان در شهرها و مناطق روستایی با ایجاد فعالیت‌های کسب و کارهای جدید، ترویج و تشویق می‌کند<sup>(۸)</sup>.

### ایتالیا

از دهه ۱۹۹۰ اتاق‌های بازرگانی عمده‌ترین ارائه‌دهندگان خدمات برای شرکت‌ها بودند، زیرا موقعیت اتاق‌های بازرگانی در این کشور به گونه‌ای است که آنها قادر می‌سازند 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<sup>(۷)</sup>.

«اتحادیه ملی اتاق‌های بازرگانی»<sup>۱۶</sup>، کتابچه خود راهنمای گردآوری شده‌ای<sup>۱۷</sup> را ایجاد کرده

است که خدمت‌رسانان به شرکت‌ها و سازمان‌ها، کنسرسیوم‌ها، و صادرکنندگان را فهرست می‌کند. این راهنمای 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<sup>(۸)</sup>.

از ۱۹۹۶ اتحادیه ملی اتاق‌های بازرگانی، سیستم ملی ارتباط از راه دور «ثبت شرکت‌ها» Infocamere را از طریق سیستم اطلاعاتی ارائه داده است. هدف از این اقدام، ساده‌سازی روش‌های اداری از طریق معرفی استاندار الکترونیک و سیستم‌های امضای الکترونیکی است. در نتیجه این پروژه، بین این اتحادیه و انجمن خدمات بانکی (بی. اس. ای.)<sup>۱۸</sup>، مشارکت ایجاد شده است و محصولات و استانداردهای رایج از طریق یک کارت هوشمند<sup>۱۹</sup> 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 ۳۳۰ نفر در ابتدای سال ۲۰۰۰ آموزش داده شده‌اند. هزینه برآورد شده برای این پروژه ۲۵ میلیون دلار است<sup>(۷)</sup>.

13. Enterprise Agencies for Entrepreneurs and New Businesses

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

«رهنماهای دولت برای استفاده از ICT در ارتباطات بین دولت مرکزی و شهر وندان و کسب وکارها ترسیم شده است. بسیاری از شرکت‌های دولتی وب‌سایتها بی‌ای 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 به طور ساده‌تری به اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند، دولت مؤسسه‌ای را مأمور کرده است تا از طریق یک وب سایت 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<sup>۲۰</sup> 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

## 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 بمویژه از طریق شبکه اینترنت اقدامات خوبی را انجام داده‌اند. این اقدامات در توسعه و تداوم این فرایند در کشورهای ایشان اثر بسزایی داشته است. اتخاذ این شیوه‌ها در ایران نیز که در حال حاضر با مشکلات عدیدهای رویه‌روست، و پیوستن به سازمان تجارت جهانی نیز این مشکلات را تشید می‌کند، می‌تواند متمرث مر 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 اختراقات و نوآوری‌ها»ی دانشگاهی و مؤسسات پژوهشی برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط؛

## منابع

٣. ایجاد بانک های اطلاعاتی مورد نیاز کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط توسط اتاق بازرگانی در زمینه آگاهی از خدمات و تولیدات شرکت‌های داخلی، شرایط بازارهای بین‌المللی، نحوه دریافت وام از مؤسسات مختلف، تمدیدات دولت در صادرات کالاهای، و مانند آن؛
  ٤. ایجاد مراکزی که به صورت رایگان یا با هزینه کم به کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط در زمینه‌های آموزشی و مشاوره‌ای یاری رسانند؛
  ٥. برگزاری جلسات و مجامعتی که در آنها کارآفرینان بالقوه با کارآفرینان قدیمی و موفق آشنا شده و تبادل اطلاعات و تجربیات کنند؛ و
  ٦. ایجاد انجمن‌های مختلف کارآفرینی از جمله انجمن «زنان کارآفرین» که زنان را در زمینه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط از جنبه‌های مختلف آموزشی، مالی، و مشاوره‌ای یاری دهند.
- 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