



راهبری توسعه کارآفرینی دانش‌بنیان در مناطق روستایی و عشایری



مراکز جهاد اقتصادی روستایی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۲/۱۰/۱۶

شماره مسلسل: ۱۹۵۲۲

کد موضوعی: ۲۵۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

راهبری توسعه کارآفرینی دانش بنیان در مناطق روستایی و عشایری

نام دفتر:

مطالعات زیربنایی (گروه کشاورزی و توسعه روستایی)

مدیر مطالعه:

حجت ورمزیاری

تهیه و تدوین کنندگان:

حجت ورمزیاری، بهزاد دوستی سبزی، محسن بابایی

ناظر علمی:

محمدحسن معادی رودسری

اظهار نظر کنندگان:

ایمان تهرانی (دفتر مطالعات اقتصادی)، فهیمه غفرانی (دفتر مطالعات مدیریت)

محمدتقی فیاضی (دفتر مطالعات زیربنایی)

تاریخ شروع:

۱۴۰۱/۵/۱

تاریخ خاتمه:

۱۴۰۲/۸/۲۹

ویراستار ادبی:

شیوا امین اسکندری

گرافیک و صفحه آرایی:

آذر مهمان نواز

واژه‌های کلیدی:

۱. کارآفرینی
۲. کارآفرینی دانش بنیان روستایی
۳. مراکز رشد کسب و کارهای روستایی
۴. شتاب دهنده‌ها
۵. مراکز جهاد اقتصادی روستایی



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۹
۲. پیشینه پژوهش.....	۱۱
۳. مفاهیم، رویکردها و اصول توسعه اقتصاد محلی با محوریت کارآفرینی و نوآوری.....	۱۲
۴. ساختارهای راهبری کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی.....	۱۸
۵. شرایط حاکم بر کارآفرینی روستایی و عشایری در ایران.....	۳۸
۶. ضرورت اتخاذ رویکرد مدیریت جهادی در توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری.....	۴۰
۷. اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی نظام پیرامون توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری.....	۴۱
۸. جمع‌بندی و پیشنهادها.....	۴۴
منابع و مأخذ.....	۴۹

فهرست جداول، نمودارها و شکل‌ها

جدول ۱. سوابق پژوهشی مرتبط با توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی.....	۱۱
جدول ۲. محل استقرار مراکز رشد کسب‌وکار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا.....	۲۱
جدول ۳. مهم‌ترین خدمات و دامنه‌های فعالیتی برخی از مراکز رشد کسب‌وکارهای روستایی در جهان.....	۲۳
جدول ۴. فلسفه، اهداف و حمایت‌های مراکز رشد کسب‌وکارهای روستایی در هندوستان.....	۲۴
جدول ۵. مازول‌های طرح رشد کسب‌وکارهای روستایی نوپا در ایالت اوتراخاند هندوستان.....	۲۵
جدول ۶. توصیه‌های سیاستی پیرامون ایجاد مرکز رشد کسب‌وکارهای روستایی براساس تجربه صورت گرفته در اندونزی.....	۲۷
جدول ۷. ویژگی‌های مراکز رشد منتخب هند.....	۳۳
جدول ۸. مقایسه نحوه هدایت کسب‌وکارهای کارآفرینانه توسط سرمایه‌گذاران فرشته با مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار.....	۳۶
جدول ۹. تفاوت‌ها و شباهت‌های مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار.....	۳۷
شکل ۱. ترکیب چهار سرمایه در نوآوری مردمی.....	۱۳
شکل ۲. عناصر کلیدی رویکرد توسعه اقتصاد محلی براساس تفکر رقابت‌پذیری سیستمی.....	۱۶
شکل ۳. مناطق روستایی مستعد سرمایه‌گذاری (ROZ).....	۳۱
شکل ۴. سیاست‌های بالادستی کشور مرتبط با توسعه کارآفرینی و نوآوری.....	۴۱
شکل ۵. ضرورت توسعه اشتغال دانش‌بنیان در نواحی روستایی و عشایری کشور.....	۴۶



راهبری توسعه کارآفرینی دانش بنیان در مناطق روستایی و عشایری

چکیده



محلی است که از مزایای مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کار بهره‌مند باشند و همانند رویکرد نهاد جهاد سازندگی، از ظرفیت عظیم انگیزه‌های الهی در شکل دادن به جهش تولید و اشتغال در مناطق مذکور بهره‌گیرند. بر این اساس و بر مبنای بررسی‌های صورت گرفته، پیشنهاد گزارش حاضر، تشکیل مراکزی به منظور هدایت و حمایت از کارآفرینی روستایی و عشایری، با عنوان «مراکز جهاد اقتصادی» در سطوح محلی است. این مراکز باید با تأمین امکانات، زیرساخت‌ها، فضای اداری و بخشی از منابع مالی کارآفرینی از سوی دولت و با اتکا بر مدیریت نیروهای داوطلب متخصص و برخوردار از روحیه جهادی (با محوریت جوانان) فعالیت کنند و خدمات توسعه کسب و کار را به صورت یکپارچه، در سطح محلی به بنگاه‌های اقتصادی، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ارائه دهند و در ازای احیا و توسعه بنگاه‌های اقتصادی، با رویکرد غیرانتفاعی درآمد اخذ کنند.

امروزه توسعه کارآفرینی و نوآوری به عنوان راهبردی در جهت رقابت پذیرتر کردن مزیت‌های محلی برای پیشرفت اقتصادی شناخته می‌شود. با وجود اینکه طی سال‌های مختلف طرح‌های اشتغال‌زایی گوناگونی همچون بنگاه‌های زودبازده و قانون اشتغال پایدار روستایی و عشایری در کشور اجرا شده‌اند، ولی این طرح‌ها و اقدام‌ها، به اندازه کافی از رویکرد مبتنی بر کارآفرینی دانش بنیان و پویا بهره‌مند نبوده و لذا اثر شگرف و فراگیری در ایجاد اشتغال و معیشت پایدار در مناطق هدف نداشته‌اند. لذا گزارش حاضر در پی یافتن راهکاری برای این امر با تأکید بر درس‌آموخته‌های جهانی و ضعف‌های اقدام‌های فعلی در توسعه اشتغال و کارآفرینی روستایی و عشایری بوده است. یافته‌های گزارش حاضر حاکی از آن است که عملیاتی‌سازی سیاست‌ها و دستیابی به اهداف توسعه اشتغال و کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری کشور، همانند کشورهای موفق در این زمینه، نیازمند بازوهای اجرایی

خلاصه مدیریتی

بیان مسئله

امروزه نقش دانش، فناوری و نوآوری در خلق ثروت، افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی و رقابت پذیر کردن اقتصادها به ویژه در مقیاس های محلی بسیار مورد تأکید است. در همین راستا، در کشور اسناد بالادستی و سیاست های کلی مربوطه بر اصولی همچون تقویت فرهنگ کسب و کار دانش بنیان، افزایش سهم علم و فناوری در اقتصاد، پشتیبانی چندجانبه از شرکت های نوپا و نوآور، اولویت دادن به توانمندسازی و پرورش استعداد های فقرا و مستضعفین و نقش آفرینی آنها در اقتصاد، توسعه نقش نهادهای غیردولتی برای تولید و اشتغال زایی و تقویت روحیه تعاون و مشارکت و فرهنگ جهادی در توسعه کارآفرینی و اشتغال مولد تأکید داشته اند. با وجود جهت گیری مناسب اسناد بالادستی، بوم نظام کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی و عشایری به درستی سامان دهی نشده است. در نتیجه اغلب سیاست ها و اقدام های دولت ها برای توسعه اشتغال و کارآفرینی روستایی و عشایری حالت جزیره ای به خود گرفته و طرح های اشتغال زایی همچون «قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی» اثربخشی نامناسبی داشته و چه بسا بعضاً به توزیع نابرابر منابع مالی به نفع گروه های خاص ختم شده است.

این در حالی است که در بسیاری از کشورهای موفق، ساز و کار های نوین و اثربخشی در زمینه توسعه نوآورانه و کارآفرینانه اقتصاد های محلی وجود دارد که قابل بومی سازی با شرایط، اقتضائات و فرهنگ کشور است. این تجارب بر دانش بنیان کردن اقتصاد های محلی با مشارکت های مردمی و انتشار نوآوری از پایین تأکید دارند. در این راستا در پژوهش حاضر، تجارب برخی از کشورهای موفق پیرامون ساز و کار های نوآورانه توسعه اقتصاد محلی مورد واکاوی قرار گرفته است. شناسایی و تحلیل ساختار های توسعه کارآفرینی و نوآوری در محیط های روستایی به لحاظ ساختار حقوقی، نوع خدمات ارائه شده، استقرار جغرافیایی، محور این تجربه نگاری بوده و در این مسیر سعی شده به امکان پذیری استفاده از این ساختارها با توجه به اقتضائات و شرایط خاص کشور پرداخته شود. بررسی اجمالی چالش های توسعه کارآفرینی و نوآوری روستایی و عشایری و دلایل عدم اثربخشی مناسب ساز و کار های فعلی در این زمینه از دیگر اهداف این پژوهش است تا در نهایت، بر اساس مجموع بررسی ها بتوان به مدل پیشنهادی بوم سازگار در زمینه راهبری توسعه کارآفرینی دانش بنیان در مناطق روستایی و عشایری رسید.

یافته های کلیدی

- تجارب جهانی نشان می دهد که با توجه به ضعف بوم نظام کارآفرینی در محیط های روستایی، ساختار های نوآورانه ای در جهت توسعه کارآفرینی در این مناطق ایجاد شده است. این ساختارها عموماً ماهیت غیرانتفاعی داشته و به کسب و کار های نوپا و نوآور روستایی خدماتی نظیر آموزش های کارآفرینی، مشاوره های کسب و کار، پشتیبانی های فناوری و نوآوری و دسترسی به منابع مالی را ارائه می دهند و دولت ها نیز زیرساخت ها و امکاناتی را برای فعالیت آنها ارائه می دهند. جذب و اشتغال جوانان تحصیل کرده در محیط های روستایی (اندونزی)، توسعه کسب و کار های اجتماعی (هند)، کاهش هزینه های بنگاه های کوچک و متوسط با انتقال آنها از شهر های بزرگ به روستاها (فرانسه) و ایجاد بنگاه های اخلاق مدار و توسعه نوآورانه کسب و کار های سنتی (آمریکا) از اهداف تشکیل مراکز مذکور در کنار توسعه هدفمند کارآفرینی در محیط های روستایی بوده است.
- در ایران نیز چالش های خاص توسعه کارآفرینی روستایی همچون، ناهماهنگی، موازی کاری و پراکنده کاری در تصمیم گیری برای توسعه اشتغال و کارآفرینی، حاکمیت نظام برنامهریزی بخشی و تمرکز گرا به جای برنامهریزی منطقه ای و مشارکتی، تمرکز پارک های علم و فناوری، مراکز رشد و شتاب دهی و مراکز نوآوری موجود بر کسب و کار های با سطح فناوری



بالا و شهری و محوریت داشتن موضوع ایجاد اشتغال صرف و نه توسعه کسب و کار پایدار و کار آفرینانه، در کنار تأکیدها و جهت گیری‌های سیاست‌ها و اسناد بالادستی کشور مبنی بر توسعه کار آفرینانه و نوآورانه اقتصادی روستایی، ضرورت ایجاد ساختارهایی شبیه به مراکز رشد کسب و کار روستایی که مقتضیات بومی و فرهنگی کشور در طراحی آنها لحاظ شده باشد را کاملاً آشکار می‌سازد. این مراکز می‌توانند با عنوان **مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری در کشور فعالیت داشته باشند.**

● ایجاد مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری زمانی کار آمد و مثمر ثمر خواهد بود که اهداف، ساختار، اصول و چارچوب توسعه این مراکز به درستی فهم شده و متناسب با مزیت‌های منطقه‌ای و مبانی اقتصاد مقاومتی، نسبت به توسعه و ایجاد این مراکز اقدام شود. **این مراکز تلفیقی برای رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کار روستایی است که با انجام متناسب‌سازی‌های مربوطه و تجمیع نقاط قوت هر یک از آنها، مبتنی بر رویکرد متعالی مدیریت جهادی در زمینه توسعه کسب و کارهای نوپا و نوآورانه به صورت غیرانتفاعی فعالیت خواهند کرد.** مراکز مذکور دارای شخصیت حقوقی غیردولتی بوده و منبع درآمدی آنها غالباً از طریق درآمدهای حاصل از ارائه خدمات توسعه کسب و کار از جمله خدمات آموزشی و مشاوره‌ای و در اختیار قرار دادن فضای فیزیکی به صاحبان کسب و کار تأمین می‌شود.

■ پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری در پیوند مستمر با مراکز تولید علم و فناوری به خصوص دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش بنیان و متخصصان، اقدام‌ها و خدمات تسهیل‌گر و توان‌افزایی را همچون: ۱. طراحی مدل‌های کسب و کار برای توسعه و ایجاد بنگاه‌ها، ۲. آموزش مهارت‌های کار آفرینی و ارائه مشاوره‌های کسب و کار، ۳. تسهیل فرایند تأمین مالی، ۴. مطالعه قابلیت‌های اقتصادی مناطق و تهیه طرح‌های توجیهی پربازده و به‌روز و ۵. تسهیل شکل‌گیری شبکه‌های تأمین، تولید، بازاریابی و فروش به انجام می‌رسانند.

راهکارهایی که زمینه‌های شکل‌گیری و فعالیت مراکز جهاد اقتصادی را در کشور تسهیل می‌کند شامل موارد زیر می‌شود:

❶ شناسایی، سازمان‌دهی و به‌کارگیری نیروهای برخوردار از روحیه کار جهادی و تجربه و دانش مناسب در زمینه مدیریت کسب و کار و برنامه‌ریزی مشارکتی روستایی (سازمان بسیج مستضعفان با همکاری وزارت جهاد کشاورزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)،

❷ تأمین زیرساخت‌ها، فضای اداری و آزمایشگاهی مورد نیاز مراکز جهاد اقتصادی (وزارت جهاد کشاورزی)،

❸ تدوین بسته تحول در نظام تأمین مالی کار آفرینی روستایی و عشایری کشور با محوریت تقویت ایده‌های نوآورانه و حمایت از اشخاص نوآور، کارآفرین و صاحبان ایده (بانک مرکزی با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، معاونت علمی و فناوری اقتصاد دانش بنیان، وزارت جهاد کشاورزی و سازمان بورس و اوراق بهادار)،

❹ تحول در نظامات برنامه‌ریزی آموزشی رشته‌های دانشگاهی مرتبط (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با همکاری وزارت جهاد کشاورزی)،

❺ ترسیم نظام نوآوری منطقه‌ای در سطح استان‌ها و برقراری پیوند بین نهاد دانشگاه و پارک‌های علم و فناوری و مراکز جهاد اقتصادی (معاونت علمی و فناوری اقتصاد دانش بنیان با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت جهاد کشاورزی و سازمان بسیج مستضعفان).

شایان ذکر است که تشکیل این مراکز، نیاز بسیار فوری و ضروری کشور در مسیر جهش تولید دانش بنیان در مناطق روستایی و عشایری به‌شمار می‌رود و حلقه مفقوده نظام کار آفرینی روستایی و عشایری است و بی‌توجهی به این امر تاکنون سبب عدم اثربخشی مناسب طرح‌های اشتغال‌زایی و هدررفت بخش زیادی از منابع شده است.

۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، نقش دانش، فناوری و نوآوری در ثروت‌آفرینی، افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی و رقابت‌پذیر کردن اقتصادها به‌ویژه در مقیاس‌های محلی پررنگ‌تر شده و دلیل آن، ظهور و توجه بیش‌ازپیش به اهمیت مقوله «اقتصاد دانش‌بنیان»^۱ است. در یک مفهوم کلی، اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصادی است که براساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات مبتنی شده باشد [۱]. حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان قطعاً رشد اقتصادی مستمر را در پی دارد که خود به افزایش اشتغال، درآمد و بالارفتن سطح رفاه عمومی منجر می‌گردد و از این جهت سطح دانش‌بنیان شدن اقتصاد یکی از شاخص‌های مهم توسعه در سطح ملی و منطقه‌ای محسوب می‌شود. در مقیاس محلی نیز تزریق دانش، فناوری و نوآوری به کسب‌وکارها و بنگاه‌های اقتصادی، علاوه بر افزایش بهره‌وری و سوددهی آنها موجبات کاهش فقر و بیکاری را فراهم می‌آورد. قابل توجه است که در مسیر تزریق فناوری و نوآوری به اقتصادهای محلی، نهادهای توسعه‌ای و سازمان‌های مردم‌نهاد در سطح بین‌الملل، نقش حامی و پشتیبان برای دانش‌بنیان شدن اقتصاد نواحی روستایی داشته‌اند [۲]. بنابراین توجه به تأثیر بالقوه اقتصاد دانش‌بنیان بر بحث اشتغال و فقرزدایی، موضوع مهمی است که بسیاری از کشورها و سازمان‌ها در صدد دستیابی به آن هستند.

علاوه بر مفهوم «اقتصاد دانش‌بنیان»، در سال‌های اخیر اصطلاحی با عنوان «اقتصاد مقاومتی»، در ادبیات اقتصادی کشور مطرح شده است. این اصطلاح اولین بار از سوی مقام معظم رهبری در شهریور سال ۱۳۸۹ مطرح شد.^۲ ایشان با تکیه بر دو دلیل فشار اقتصادی دشمنان و آمادگی کشور برای جهش، اقتصاد مقاومتی را به عنوان الگوی کارآمدی ارائه کردند که می‌تواند در شرایط سخت و دشوار نیز سبب رشد اقتصادی و بهبود عدالت شود. ایشان اقتصاد مقاومتی را داشتن اقتصادی روبه‌رشد با آسیب‌پذیری کمتر در مقابل ترندهای دشمن معنا و معرفی کرده‌اند. از دید معظم‌له، اقتصاد دانش‌بنیان یکی از سرفصل‌ها و ارکان اقتصاد مقاومتی قلمداد می‌شود. معظم‌له همچنین مواردی نظیر حمایت از بخش خصوصی، حمایت از تولید ملی و بخش درون‌زای اقتصاد، فعال کردن واحدهای کوچک و متوسط اقتصادی و نهایتاً استفاده از همه ظرفیت‌های دولتی و مردمی را از ارکان اقتصاد مقاومتی معرفی کردند [۳]. ارکان مورد اشاره از جمله حمایت از تولید و توجه به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط و همچنین درون‌زایی اقتصاد به‌طور ویژه با موضوع توسعه روستایی، عشایری و کشاورزی ارتباط مستقیم پیدا می‌کند. بنابراین نوآرانه شدن اقتصاد محلی در کنار تضمین حرکت در مسیر اقتصاد دانش‌بنیان، تحقق بخشی به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی خواهد بود.

اقتصاد روستایی و عشایری و کسب‌وکارهای مربوطه، نقش مهمی در امنیت غذایی و حفظ تعادل فضایی (تناسب جمعیت و فعالیت‌ها در فضا) و البته غیر کربنی کردن اقتصاد کشور (اتکای کمتر به اقتصاد نفتی) دارند؛ ولی به دلایلی همچون پراکنده بودن جمعیت، فراهم نبودن زیرساخت‌های مناسب، پایین بودن سطح مهارت‌ها و آموزش‌های شغلی (در خصوص کسب‌وکارهای نوآور) و عدم حمایت‌های کافی و هوشمندانه، سهم روستا و اشتغال روستایی، متناسب با توان‌ها و مزیت‌های موجود در این مقیاس نیست. براساس داده‌های مرکز آمار ایران در سال ۱۴۰۱، حدود نیمی از اقتصاد روستایی کشور به کشاورزی وابسته بوده و حدود ۱۶/۳ درصد کل اشتغال کشور نیز به بخش کشاورزی اختصاص دارد. با وجود چنین شرایطی، این بخش تنها میزبان ۶/۴۴ درصد از شرکت‌های دانش‌بنیان کشور بوده است [۴] و این مسئله موجب شده تا بخش کشاورزی هم‌پای بخش‌های صنعت و خدمات در مسیر اقتصاد دانش‌بنیان حرکت نکند. وضعیتی که یکی از دلایل اصلی آن می‌تواند وجود نظام متمرکز برنامه‌ریزی و عدم توجه کافی به ساختارها و فرایندهای اقتصاد مردمی و دانش‌بنیان (در بعد حکمرانی و طرح‌ریزی) در سطوح محلی و منطقه‌ای باشد.

یکی از مهم‌ترین دلایل محدود بودن رشد اقتصادی در مقیاس روستایی و عشایری، نداشتن نگاه همه‌جانبه و یکپارچه و متوازن به مقوله توسعه روستایی و عشایری به‌ویژه از منظر توزیع بودجه عمومی است. در بیشتر بودجه‌های سنواتی، توزیع اعتبارات روستایی و عشایری برای امور مختلف به‌گونه‌ای است که بیش از ۷۰ درصد بودجه قابل احصا به امور کالبدی - فیزیکی - خدماتی و کمتر از ۳ درصد به موضوع اشتغال اختصاص دارد [۵]. این موضوع نمایانگر آن است که توسعه اقتصاد روستایی و عشایری به‌شکل علمی، در اولویت نظام برنامه‌ریزی و مدیریت کشور نبوده و برنامه‌هدفمندی نیز برای آن وجود نداشته است.

۱. Knowledge-based Economy

۲. <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=10077>



یکی دیگر از دلایل عدم پویایی اقتصاد در سطح نواحی روستایی و عشایری کشور، عدم پیش‌بینی سازوکار مناسب توسعه اشتغال کارآفرینانه و پویاست. تخصیص ۱/۵ میلیارد دلار منابع ارزی در قالب قانون «حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی» یکی از جدیدترین و مهم‌ترین برنامه‌های توسعه اشتغال در مناطق مذکور بوده است که بنا به دلایلی به‌ویژه نبود سازوکار فوق‌الذکر به موفقیت شایسته دست نیافت. عدم تحقق اقتصاد دانش‌بنیان و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا با توجه به سهم نازل (حدود ۲۱ درصد) فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از ارزش تسهیلات و پرداخت ۷۹ درصد ارزش تسهیلات به اشخاص با تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم، نشان از عدم توفیقات مناسب این قانون تا مرحله ششم دارد [۶]. این نوع حمایت‌ها هر چند لازم است، ولی به‌نظر می‌رسد که تزریق منابع مالی در جهت نوآورانه کردن اقتصاد نواحی روستایی و عشایری باید بر اساس فلسفه مشخص و الگوهای متناسب با شرایط اقتصادی، فرهنگی و جغرافیایی کشور به انجام برسد. مسئله اصلی، پرورش و پایدارسازی کسب و کارهای نوآور و متناسب با نیاز بازار است. در این خصوص و در سال‌های اخیر به دلیل نداشتن راهبرد و انجام حمایت‌های متناسب، بسیاری از کسب و کارهای ایجاد شده نتوانسته‌اند به بلوغ و پایداری لازم برسند.

مراکز رشد کسب و کارهای روستایی^۱ (RBI) و شتاب‌دهنده‌ها^۲ از جمله ابزارهایی هستند که می‌توانند نوآوری و فناوری را به‌صورت هدفمند و پایدار به اقتصادهای محلی تزریق کنند. فقدان چنین مراکزی در کشور سبب شده تا برنامه‌های مرتبط با توسعه اشتغال و کارآفرینی روستایی و عشایری به‌صورت مقطعی و بدون طراحی سازوکار اجرایی مشخص در جهت عملی کردن این سیاست‌ها تعریف شوند. اگر چه در کشور ساختارهایی همچون پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، مراکز نوآوری، شتاب‌دهنده‌های کسب و کار و خانه‌های خلاق در جهت توسعه کارآفرینی و نوآوری فعال هستند، اما به دلایلی همچون استقرار در نواحی شهری، محدود بودن دامنه مأموریت‌ها، انتفاعی بودن، حمایت از کسب و کارهای با سطح فناوری بالاتر و البته محدودیت‌های خاص توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی که در این گزارش به آنها اشاره می‌شود، نتوانسته‌اند به‌عنوان مراکزی در جهت ارتقای نوآورانه کسب و کارهای روستایی عمل کنند.

با توجه به طرح مسئله صورت گرفته، این گزارش به دنبال آن است که پس از بررسی جهت‌گیری‌های سیاست‌های اسناد بالادستی و شرایط حاکم بر کارآفرینی روستایی و عشایری کشور، به چگونگی راهبری کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی و عشایری بپردازد. در این راستا و در کنار بررسی رویکردها و اصول علمی و مبانی نظری موجود، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های روستایی و همچنین مباحثی همچون کارآفرینی و نوآوری اجتماعی، به‌عنوان سازوکارهایی که می‌توانند کسب و کارهای نوآورانه و فناورانه را در سطح روستاها و مناطق عشایری توسعه دهند، مورد بررسی قرار گرفته است. در جهت تحقق اهداف ذکر شده، علاوه بر بررسی مطالعات داخلی، اسناد و محتواهای مرتبط با راهبری کارآفرینی و نوآوری در اقتصادهای محلی که در سایت سازمان‌های بین‌المللی نظیر برنامه عمران ملل متحد (UNDP)، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) و مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در کشورهای پیشرو (فرانسه، هند، اندونزی، آمریکا و کانادا)، منتشر شده بود، مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین گفتنی است در این گزارش مقصود از کارآفرینی روستایی و عشایری فرایندی است که خلق ارزش جدید از منابع موجود و توسعه یک کسب و کار در محیط‌های روستایی و عشایری از مرحله ایده تا استقرار و پایدار شدن را طی می‌کند. این گزارش نگاه کیفی به اشتغال دارد و پایداری و رقابت‌پذیری کسب و کارهای محلی را در اولویت بررسی‌های خود قرار داده است.

۲. پیشینه پژوهش



ایران چه به لحاظ نظری و چه اجرایی مشخصاً به این موضوع اشاره‌ای نشده است. در خصوص توسعه کارآفرینی در محیط‌های روستایی نیز پژوهش‌ها غالباً به شناسایی موانع توسعه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر توسعه آن محدود شده است و به ندرت در این اثنا به ضرورت شکل‌گیری نهادی برای ارتقا و خدمات‌رسانی به کسب و کارها اشاره شده است. بر این اساس، تعدادی از مهم‌ترین پژوهش‌های مرتبط انجام شده به شرح جدول ۱ است.

با توجه به اینکه بخش اصلی گزارش پیش‌رو، بررسی ماهیت ساختارهای توسعه کارآفرینی و نوآوری در مقیاس محلی با تمرکز بر مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در برخی کشورهای منتخب و همچنین نمونه‌های مشابه در کشور و چالش‌های توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری است، در ادامه به سوابق پژوهشی و تقنین موجود در این زمینه اشاره می‌شود.

۱-۲. سوابق پژوهشی

مراکز رشد کسب و کارهای روستایی پدیده‌ای نسبتاً جدید است و در

جدول ۱. سوابق پژوهشی مرتبط با توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی

نتایج	موضوع تحقیق	محقق / سال
تأمین مالی مناسب و در کنار آن برگزاری دوره‌های مهارتی، مؤثرترین عوامل در توسعه کارآفرینی روستایی است.	ارزیابی عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان کلات)	جوادی چهارراه و همکاران / ۱۴۰۱ [۷]
ظرفیت‌های اقتصادی مهم‌ترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی دارند و در کنار آن لازم است که ظرفیت‌های فردی متقاضیان به صورت هدفمند بهبود پیدا کند.	بررسی و ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی در جهت توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان پنجه علی شمالی، شهرستان قروه)	صادقی و ستایش‌منش / ۱۴۰۱ [۸]
کارآفرینی مانند دیگر حرفه‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی، پرورش می‌یابد و این مهم نیاز به تأمین زیرساخت‌های مربوطه دارد.	تحلیل اثرگذاری عوامل ساختاری نوآوری بر فرایند کارآفرینی روستایی (نمونه مورد مطالعه: شهرستان فاروج)	دربان آستانه و همکاران / ۱۴۰۰ [۹]
مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی بهتر تیب شامل ضعف در شبکه بازاریابی، عدم امنیت سرمایه‌گذاری، دور بودن از مرکز توجهات، هزینه‌های سربار مربوط به تأمین مواد اولیه، عدم زیرساخت‌های تولید و ضعف مراکز آموزشی در توسعه علم و فناوری است.	تحلیل موانع توسعه کارآفرینی روستایی در شهرستان زابل	دهمرده و داورپناه / ۱۳۹۹ [۱۰]
نتایج این پژوهش نشان می‌دهد در مجموع، چهار عامل موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات، ضعف‌های بازاریابی، فروش و موانع فنی و عملی، موانع اجتماعی و فرهنگی، و محدودیت‌های آموزشی و ضعف منابع مالی، مهم‌ترین موانع پیش‌روی گرایش روستاییان محدوده مورد مطالعه به فعالیت در کسب و کارهای خرد کارآفرینانه هستند.	تحلیل موانع محیطی مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب و کارهای خرد کارآفرینانه مطالعه موردی: شهرستان‌های مریوان و سر و آباد کردستان	محمدی و همکاران / ۱۳۹۹ [۱۱]
عواملی همچون فرهنگ‌سازی و آموزش افراد بومی، تأسیس نهادها و شبکه‌های حمایت، مدیریت نوین روستایی، تأمین تسهیلات لازم، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی روستایی ایفا می‌کنند.	ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی و نقش دولت در ارتقای آن (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان بهبهان)	فردوسی و همکاران / ۱۳۹۹ [۱۲]
موانع توسعه کسب و کارهای روستایی بیشتر از جنس اقتصادی هستند و در این باره عواملی همچون پایین بودن سطح دسترسی به عوامل تولید، آشنایی کم با نیازها و سلیقه جدید بازار، دشواری کسب سرمایه اولیه و ضعف امکانات برای عرضه و فروش محصولات، نقش تعیین‌کننده‌ای داشته‌اند.	غربالگری فازی و ارزیابی موانع و مشکلات کارآفرینی روستایی ایران	محمدی تهری و همکاران / ۱۳۹۸ [۱۳]
توسعه کارآفرینی در محیط‌های روستایی نیازمند پیش‌زمینه‌هایی همچون تأمین زیرساخت‌های عمومی، تأمین مالی مناسب، تسهیل دسترسی به بازار و ترویج فعالیت‌های کارآفرینانه است.	توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط‌های کسب و کار کوچک (مورد: دهستان آیسین - شهرستان بندر عباس)	شجاعی فرد / ۱۳۹۸ [۱۴]



۲-۲. سوابق تقنینی

در حوزه تقنین نیز به موضوع مراکز رشد کسب و کارهای روستایی و عشایری به طور مستقیم اشاره‌ای نشده است. ولی در خصوص نهادهایی نظیر مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و پارک‌های علم و فناوری که خدمات نوآورانه و مهارت‌های مورد نیاز را به متقاضیان کسب و کار ارائه می‌دهند، احکامی در برخی قوانین درج شده است. «قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات» یکی از قوانین در این زمینه است که در مورخ ۱۳۸۹/۰۸/۰۵ به تصویب رسید که بعدها با اصلاحاتی نیز همراه شد [۱۵]. البته نقطه شروع ضابطه‌گذاری در خصوص نحوه تشکیل و فعالیت مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، به ۱۷ اسفندماه ۱۳۸۱ با تصویب «آیین‌نامه تأسیس و راه‌اندازی مراکز رشد واحدهای فناوری (انکوباتورها)» توسط شورای عالی گسترش آموزش عالی برمی‌گردد [۱۶]. آیین‌نامه مذکور طی این سال‌ها در دو نوبت در مورخ ۱۳۹۳/۰۸/۰۴ و دیگری ۱۳۹۷/۰۹/۱۱ مورد بازنگری قرار گرفته است. براساس آخرین اصلاحیه این آیین‌نامه، حدود ۱۰ شرط برای راه‌اندازی و استقرار مراکز رشد پیش‌بینی شده است که دارا بودن شهر یا شهرستان محل تأسیس مرکز رشد از حداقل جمعیت ۲۰ هزار نفر و وجود حداقل ۱۰ واحد صنعتی و تولیدی مرتبط با زمینه فعالیت مراکز رشد از جمله این شروط است. پارک‌های علم و فناوری واحدهای بزرگ‌تری نسبت به مراکز رشد هستند که براساس شرایط کلی تأسیس این پارک‌ها مندرج در «آیین‌نامه تأسیس و راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری» ابلاغی ۱۳۹۵/۰۶/۰۶ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وجود حداقل پنج دانشگاه دولتی و غیردولتی، وجود حداقل ۱۵۰ شرکت تولیدی و صنعتی و اعلام آمادگی حداقل ۲۰ واحد فناوری برای مشارکت در تأسیس پارک یا حضور در آن، از جمله شروط لازم برای تشکیل پارک علم و فناوری در یک منطقه جغرافیایی است [۱۷]. همچنین در ادامه باید به «قانون جهش تولید دانش‌بنیان» (مصوب ۱۴۰۱/۰۲/۱۱) نیز اشاره داشت. در این قانون سعی بر این بوده است تا از طریق روش‌های مختلف به توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان و دست‌اندرکاران حوزه اقتصاد دانش‌بنیان و تأمین نیازهای آنها توجه شود. تأمین مالی، بازاریابی برای محصولات،

تسهیلات مالیاتی و تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز از جمله ابزار مورد استفاده برای تحقق هدف مذکور بوده است. شرایط مذکور به روشنی نشانگر این مطلب است که این مراکز رشد و پارک‌ها به تنهایی به هدایت و شتاب‌دهی کسب و کارهای نوپا و نوآور روستایی و عشایری قادر نیستند و خدمات قابل ارائه به نحوی است که فقط استارت‌آپ‌ها و طرح‌های کسب و کار با سطح فناوری بالاتر (نسبت به کسب و کارهای روستایی) می‌توانند از آنها بهره‌مند شوند.

علاوه بر قوانین و مقررات ناظر بر راه‌اندازی مراکز رشد، در قوانینی که توسعه اشتغال و کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری یکی از اهداف اصلی بوده است، به بهره‌مندی از ظرفیت مراکز رشد فعلی یا ایجاد مراکز جدید هدایت و حمایت مختص کسب و کارهای روستایی و عشایری اشاره‌ای نشده است. «قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی» از جمله این قوانین است که در تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ به تصویب رسید. براساس ماده (۵) قانون یادشده و ماده (۲) آیین‌نامه اجرایی آن، فهرست رسته‌ها و فعالیت‌های اقتصادی اولویت‌دار برای دریافت تسهیلات در حوزه‌های کشاورزی، صنعت، معدن و خدمات معرفی شده است. بخشی از مفاد قانون و آیین‌نامه اجرایی فوق‌الاشاره نیز به نحوه و میزان اعطای تسهیلات به متقاضیان و بازپرداخت آن پرداخته است. ولی حکمی در راستای نهادسازی محلی برای ارائه انواع خدمات توسعه کسب و کار به متقاضیان سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب و کار پیش‌بینی نشده است. لذا از این نظر شاهد خلأ قانونی هستیم.

علاوه بر قوانین مورد اشاره، سیاست‌های و اسناد بالادستی کشور از جمله سیاست‌های کلی اشتغال، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، سیاست‌های کلی علم و فناوری، نقشه جامع علمی کشور، اصول ۲۸ و ۴۳ قانون اساسی و سند چشم‌انداز بیست ساله کشور هر یک به نوعی بر دانش‌بنیان کردن اشتغال نواحی روستایی تأکید داشته‌اند. لازم به ذکر است که محورهای مورد تأکید سیاست‌ها و اسناد مذکور در بخش هفتم این گزارش مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۳. مفاهیم، رویکردها و اصول توسعه اقتصاد محلی با محوریت کارآفرینی و نوآوری

همچون کارآفرینی اجتماعی^۱، نوآوری مردمی^۲ - که بعضاً نوآوری از پایین و نوآوری فراگیر^۳ هم خوانده می‌شود - تفسیر کرده‌اند. در بُعد رویکردی نیز راهبردهایی همچون مزیت‌گرایی هوشمند (S3)^۴، توسعه اقتصاد محلی

در خصوص توسعه اقتصاد محلی با محور قرار دادن کارآفرینی و نوآوری، مفاهیم و رویکردهای نظری مختلفی مطرح شده است. در بُعد مفهومی برخی از صاحب‌نظران، تزریق نوآوری در جوامع روستایی را با مفاهیمی

1. Social Entrepreneurship
2. Grassroots Innivation
3. Inclusive Innovation
4. Smart Specialisation Strategy

خلاقیت یا نوآوری قرار ندارند. محققان نوآوری مردمی معتقدند تا زمانی که منابع نوآوری برای جامعه فقیرنشین را توسعه ندهیم، روند توسعه آبرومندانانه نخواهد بود و فرهنگ یادگیری متقابل و یادگیری در جامعه تقویت نمی شود [۲۰]. از نگاه نوآوری مردمی، به جای تلقی فقر به عنوان نیازمندان کمک‌های مردمی، باید آنها را به عنوان منبع ایده‌ها و نوآوری هادر نظر گرفت. به عبارتی توانمندسازی جوامع محلی برای تبدیل ایده‌های بالقوه خود به محصولات و خدمات بالفعل از راه ترکیب دانش بومی با علم و فناوری نوین و پشتیبانی مالی مناسب در قالب‌های مختلف به ویژه سرمایه‌گذاری خطرپذیر، قلب نوآوری مردمی را تشکیل می‌دهد. در نوآوری مردمی به ترکیبی از چهار سرمایه طبیعی (منابع در دسترس)، سرمایه اخلاقی (نرم‌های اخلاقی درونی)، سرمایه فکری (دانش اداره کارها) و سرمایه اجتماعی (هنجارهای گروهی) نیاز است (شکل ۱). نتایج کارآفرینی ممکن است با دسترسی فردی یا جمعی به منابع یا توانایی برای تبدیل منابع به سرمایه با یا بدون در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی و اخلاقی هدایت شود. اما نوآوران مردمی معمولاً میزان زیادی سرمایه اجتماعی و اخلاقی را به کار می‌گیرند.

(LED) و معیشت پایدار (SLA) مطرح شده‌اند. در ادامه در سه بخش مجزا به ترتیب به تشریح اجمالی مفاهیم، راهبردها و اصول مرتبط با توسعه کارآفرینانه و نوآورانه اقتصاد محلی پرداخته می‌شود.

۳-۱-۱. مفاهیم مرتبط با توسعه کارآفرینانه و نوآورانه اقتصاد محلی

در تئوری و عمل دو دسته از نوآوری‌ها با عنوان «نوآوری مردمی» و «نوآوری اجتماعی» به طور گسترده‌ای با توسعه نوآورانه اقتصادی در مناطق محروم جهان مطرح شده است.

۳-۱-۱-۱. نوآوری مردمی

«نوآوری مردمی»، راه‌حلی‌هایی غیررسمی، بومی و محلی برای مردم عادی است که هیچ تجربه‌ای در بخش‌های رسمی و سازمان‌دهی شده ندارند [۱۸]. هم‌راستا با نوآوری مردمی مفهومی تحت عنوان «نوآوری فراگیر» نیز مطرح شده که به دنبال مشارکت دادن مؤثر افراد دارای محدودیت در زنجیره ارزش محصولات بنگاه‌های اقتصادی است [۱۹].

این یک واقعیت است که افراد فقیر اگر چه در انتهای هرم اقتصادی یک کشور قرار می‌گیرند ولی عموماً در انتهای هرم‌های دانش،

شکل ۱. ترکیب چهار سرمایه در نوآوری مردمی [۲۰]



1. Local Economic Development
2. Sustainable Livelihoods Approach



۲-۱-۳. نوآوری اجتماعی

نوع دیگر نوآوری، «نوآوری اجتماعی» است که به لحاظ مفهومی با نوآوری مردمی ارتباط نزدیکی برقرار می‌کند. تاکنون تعاریف متعددی از سوی افراد و مجامع علمی و تحقیقاتی مختلف برای مفهوم نوآوری اجتماعی ارائه شده است که هر کدام به جنبه‌هایی از این مفهوم اشاره کرده‌اند. به طور کلی شاید بتوان تعریف ذیل از نوآوری اجتماعی را تعریفی جامع برشمرد:

«نوآوری اجتماعی مجموعه فعالیت‌ها و اقدام‌های جدیدی هستند که پاسخ‌های بهتر و اثربخش‌تر برای مشکلات اجتماعی فراهم می‌کنند. این امر از طریق فرایندهای اجتماعی، یعنی ایجاد روابط اجتماعی بین گروه‌های مختلف که در حل مشکل مورد نظر مؤثر هستند و جلب مشارکت آنها صورت می‌گیرد» [۲۱].

طبق تعاریف موجود از نوآوری اجتماعی، مهم‌ترین اصول و ارزش‌های این مفهوم به شرح زیر است:

- خلق ارزش برای جامعه نسبت به منافع شخصی اولویت بالاتری دارد،
- از راهکارهای جدیدی استفاده می‌کند که در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و یا محیط زیستی نسبت به وضعیت قبلی مزیت دارند،
- بر بازیگران، کارآفرینان و منابع محلی مبتنی است،
- راه‌حل‌های کل‌نگر و چند رشته‌ای به جای رویکردهای یک‌جانبه ارائه می‌دهد،
- مشکلات را مردمی‌سازی می‌کند و آنها را به مطالبه عمومی تبدیل می‌کند،
- از فناوری‌های نو، به خصوص فناوری اطلاعات بهره می‌برد،
- روش‌های تخصصی تأمین مالی را در این حوزه توسعه می‌دهد،
- راه‌حل‌های مبتنی بر انرژی پاک و پایداری محیط زیستی ارائه می‌دهد،
- مشارکت بنگاه‌های بزرگ مقیاس را در قالب مسئولیت اجتماعی جلب می‌کند،
- توانمندی بنگاه‌های اقتصادی را با سازمان‌های غیرانتفاعی و داوطلبانه تلفیق می‌کند،
- از فرایندهای اجتماعی در برطرف کردن مشکلات اجتماعی استفاده می‌کند. به این معنا که نوآوری اجتماعی باید به ایجاد روابط اجتماعی جدید یا تغییر شکل روابط اجتماعی موجود میان گروه‌های مختلف منجر شود که در برطرف کردن مشکلات اجتماعی مؤثرند. جلب مشارکت اجتماعی یکی دیگر از ملزومات نوآوری اجتماعی محسوب می‌شود [۲۱].

نوآوران اجتماعی به راحتی از کنار وضعیت فقر در جامعه گذر نمی‌کنند، به بهانه بنگاه‌داری محیط زیست را تخریب نمی‌کنند، ارزش‌های اجتماعی خود را رها نمی‌کنند و پول‌دار شدن به اندازه کافی برای آنها

برانگیزاننده نیست. آنها برای فعالیت‌های کارآفرینی خود منتظر کمک خیریه‌ها و دولت نمی‌مانند و با خلاقیت دست به ارائه و اجرای الگوهای بدیعی می‌زنند که سازمان‌های اجتماعی نام دارند. این سازمان‌ها ممکن است یک بانک، یک فروشگاه، یک شرکت خدماتی یا شبیه هر سازمانی باشد که به صورت روزمره با آنها سروکار داریم [۲۱].

۲-۳. رویکردها و راهبردهای نوین مرتبط با توسعه اقتصاد محلی

همان‌طور که اشاره شد در خصوص توسعه کارآفرینانه و نوآورانه اقتصاد محلی رویکردها و راهبردهای متفاوتی مطرح شده است که از جمله آنها می‌توان به مزیت‌گرایی هوشمند، توسعه اقتصاد محلی و معیشت پایدار اشاره کرد. در ادامه به بررسی و توضیح این راهبردها پرداخته شده است.

۱-۲-۳. راهبرد مزیت‌گرایی هوشمند (S3)

مفهوم یا به تعبیری راهبرد مزیت‌گرایی هوشمند (S3) برای اولین بار در سال ۲۰۰۹ دومینیک فورای^۱ و همکارانش در ادبیات علمی به کار برد [۲۲]. بر مبنای این راهبرد، مناطق مختلف برای رقابت در سطح جهانی باید بتوانند اقتصاد خود را به نحوی از دیگران «تمایز» کرده و در واقع «ویژه» گردانند؛ لذا یک منطقه برای نیل به چنین هدفی باید فعالیت‌های اکتشافی و پژوهشی جدیدی آغاز کرده تا بتواند ساختارهای نهادی موجود در هر حوزه را به منظور دستیابی به ساختارهای کارآمدتر، دستخوش تغییر قرار دهد. تأکید بر ظرفیت‌سازی برای شکوفا کردن قابلیت‌ها و مزیت‌های اقتصاد محلی با دید منطقه‌ای، جان‌مایه مفهوم مزیت‌گرایی هوشمند است. در واقع مزیت‌گرایی هوشمند، نوعی «سیاست‌گذاری نوآوری منطقه‌ای»^۲ است که مناطق مختلف را تشویق می‌کند تا در حوزه‌های اقتصادی اولویت‌دار و زنجیره‌های ارزش مزیت‌دار خود، از طریق ایجاد تغییرات ساختاری نوآورانه و فناورانه، به مزیت رقابتی قابل اتکا دست یابند. در نظام نوآوری محلی و منطقه‌ای تأکید بر این است که شرکت‌های خصوصی دانشگاه‌ها (مراکز آموزشی و تحقیقاتی) و مؤسسه‌های حامی در زمینه یک موضوع در مجاورت و نزدیکی یکدیگر استقرار پیدا کنند تا عمل یادگیری و هم‌افزایی منطقه‌ای به بهترین شکل ممکن به سرانجام برسد. نوآوری‌های فناورانه، اجتماعی، سازمانی، بازاریابی و خدماتی از جمله انواع نوآوری‌هایی هستند که در قالب مزیت‌گرایی هوشمند به انجام می‌رسند و می‌توانند نقش کلیدی در فرایند پیاده‌سازی این راهبرد ایفا کنند. به عبارت دیگر مزیت‌گرایی هوشمند فرایند ارزش‌شمند متنوعی را از طریق متمرکزسازی منابع و قابلیت‌های محلی در تعدادی از حوزه‌های مشخص تعریف می‌کند. فرایند مزیت‌گرایی هوشمند، درون ساختارهای مولد و ظرفیت‌های محلی قرار دارد اما تبدیل آنها نیازمند منابع، فناوری‌ها و مهارت‌های جدیدی است که احتمالاً در همان منطقه محلی ایجاد شود،

1. Dominique Foray

2. Regional Innovation Policy

به عنوان روش های مزیت گرایی هوشمند نیز شناخته می شوند که عبارتند از:

- متنوع سازی،
- انتقال دادن،
- مدرن سازی،
- نوآوری بنیادین.

اهمیت راهبرد مزیت گرایی هوشمند

موارد زیر مهم ترین استدلال هایی هستند که سیاستگذاران برای بهره گرفتن از اصول راهبرد مزیت گرایی هوشمند ذکر کرده اند [۲۳]:

■ نخست اینکه مزیت گرایی هوشمند سبب می شود تا سیاستگذاران و ذی نفعان برای ترسیم وضعیت آینده منطقه خود در اقتصاد دانش بنیان تشویق شوند و به دنبال پاسخ این سؤال باشند که چه فعالیت هایی باید توسعه یابد و چه تغییرات ساختاری باید در اقتصاد روی دهد تا منطقه به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یابد؟ این فرایند مانند یک کاتالیزور سبب می شود تا بازیگران بومی در ارتباط با نوآوری بسیج شده و برای همکاری و مشارکت تشویق شوند.

■ مبانی کشف فرصت های کارآفرینی و راهبرد مزیت گرایی هوشمند نشان می دهد که این راهبرد را نه می توان کاملاً یک شیوه تکنوکراتیک دانست و نه می توان آن را صرفاً یک سیاست متمرکز بر نوآوری در زمینه های پیشرفته قلمداد کرد؛ بلکه راهبرد مزیت گرایی هوشمند را باید یک راهبرد کامل و باز (نه بسته) در نظر گرفت که متناسب با سطوح توسعه یافتگی و شرایط محیطی، اقتصادی و اجتماعی کشورهای مختلف طراحی می شود.

■ چارچوب مزیت گرایی هوشمند به صورتی است که آن را بیشتر به مناطقی مرتبط می کند که کمتر توسعه یافته هستند. در واقع مزیت گرایی هوشمند تنها مختص به مناطق پیشرفته نیست بلکه برعکس، این راهبرد برای مناطق کمتر توسعه یافته روشی ارائه می کند تا از طریق آن، این مناطق به صورت چشمگیری قابلیت های خود را در حوزه های مشخص بهبود بخشند.

■ نهایتاً عملیاتی کردن مزیت گرایی هوشمند نه تنها سبب بهبود وضعیت یک منطقه می شود، بلکه موجب به دست آوردن کارایی بیشتر در تخصیص منابع و هماهنگی فعالیت های مناطق می شود.

اکنون ۱۷۹ منطقه در اتحادیه اروپا و ۱۶ منطقه در سایر نقاط جهان برای توسعه اکوسیستم نوآوری در مناطق خود از این راهبرد استفاده می کنند و از طریق یک پلتفرم، حاصل تجربیات خود را در اختیار هم تان نشان قرار می دهند. علاوه بر نوآوری که هسته مرکزی راهبرد مزیت گرایی هوشمند را شکل می دهد، این چارچوب سیاستگذاری منطقه ای، بر مبانی و اصول دیگری هم مانند پایداری، دانش بنیان بودن، فراگیری در توسعه و تاب آوری استوار است [۲۳].

هر چند ممکن است که از خارج نیز وارد شوند. آنچه می تواند به عنوان یک مزیت گرایی هوشمند ظاهر شود، فعالیت جدیدی است که در قالب یک پروژه نوآورانه دارایی های مولد موجود را تکمیل می کند [۲۳].

راهبرد مزیت گرایی هوشمند به طور خاص برای توسعه نوآورانه مناطق داخلی کشورهای عضو اتحادیه اروپا طراحی شده است. طبق این راهبرد که مبتنی بر یک رویکرد مکان محوری و اصالت دادن به قابلیت های محلی است، نقاط قوت و فرصت های اقتصادی یک منطقه از طریق فرایند کشف فرصت های کارآفرینی (EDP) ^۱ و با حضور ذی مدخلان حوزه های مختلف شناسایی می شود. شناسایی فرصت ها به صورت مشارکتی و از پایین به بالا بوده و افراد و نهادهای مختلفی همچون نمایندگان دولت منطقه ای، افراد نخبه دانشگاهی، رهبران اجتماعی، فعالان و کارآفرینان بخش های مختلف اقتصادی را در بر می گیرد. مزیت گرایی هوشمند در این چارچوب، فرصت ها و چالش های اجرای سیاست های نوآوری منطقه ای را توصیف می کند، تحلیلی دقیق از اصول طراحی سیاست ها ارائه می کند و در مورد مناسب بودن این رویکرد با توجه به سطوح توسعه منطقه ای بحث می کند. در نهایت، راهبرد مزیت گرایی هوشمند به دلیل ارزیابی که مراکز نوآوری از کیفیت اجرای این راهبرد ارائه می دهند، سیاست های خود را اصلاح و متناسب سازی می کند. بنابراین، راهبرد مزیت گرایی هوشمند، یک دکترین برنامه ریزی با هدف سرآمد کردن منطقه در تمام صنایع نیست؛ بلکه به جای تمرکز بر همه فعالیت های ممکن، بر «شکل گیری قابلیت ها» در حوزه های موجود و «طراحی نهادهایی» به منظور پشتیبانی از «فرایند کشف کارآفرینی» متمرکز است. برای نمونه در ایالت گالیسیا ^۲ اسپانیا، یکی از مهم ترین بخش های مزیت دار، ماهیگیری است. بر اساس راهبرد مزیت گرایی هوشمند، به منظور توسعه چنین مناطقی پیشنهاد می شود که به جای حذف بخش ماهیگیری از اولویت های منطقه و اضافه کردن بخش های جدید، این مناطق باید در این بخش مزیت خود را تقویت کنند. مزیت گرایی هوشمند برای کمک به ایجاد چنین مزیت، به دنبال افزایش بهره مندی ماهیگیران از تحقیق و توسعه و نوآوری و کمک به یافتن راه حل های جدید نوآورانه برای این حوزه است. همچنین مزیت گرایی هوشمند حلقه وصل بین فعالیت های تحقیق و توسعه از یک طرف و ساختاربخشی اقتصاد از طرف دیگر است [۲۳].

به طور خلاصه می توان گفت مزیت گرایی هوشمند به بررسی ظرفیت یک سیستم اقتصادی (برای مثال یک منطقه) برای ایجاد تخصص های (مزیت های) جدید به دلیل کشف حوزه های جدیدی از فرصت ها و نیز تمرکز و انباشتگی محلی منابع و قابلیت ها در این حوزه می پردازد. از سوی دیگر تحرک بخشیدن به اقتصاد منطقه و ایجاد تغییرات ساختاری، در گرو پیاده سازی سازو کارهای چهارگانه ای است که

1. Entrepreneurial Discovery Process (EDP)
2. Galicia

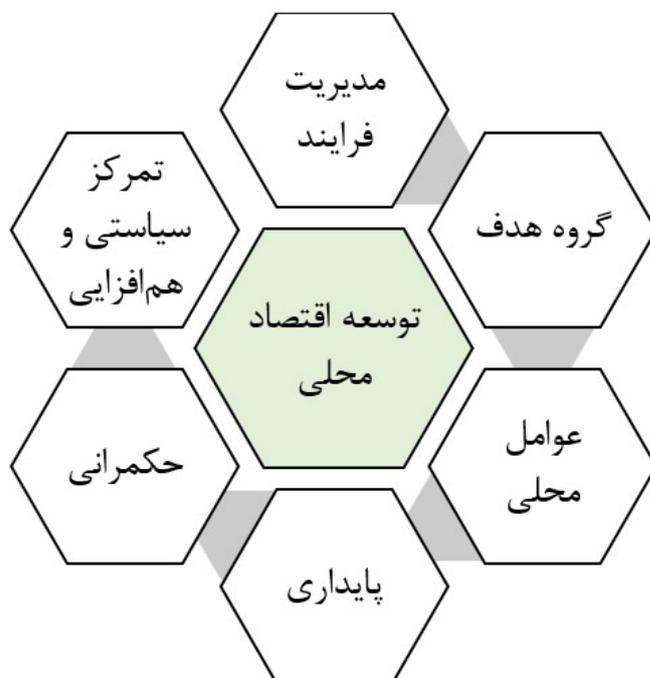
۲-۲-۳. راهبرد توسعه اقتصاد محلی (LED)

از اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی تاکنون دولت‌ها و خیرین کشورهای در حال توسعه و در حال گذار، توجه ویژه‌ای را به بهبود محیط کسب و کار به‌عنوان ابزاری برای ارتقای بنگاه‌های اقتصادی و متعاقب آن افزایش اشتغال، رشد اقتصادی، بهبود رفاه و کاهش فقر داشته‌اند. در ابتدا تلاش‌ها در جهت بهبود محیط کسب و کار در سطح ملی (سیاست‌های ملی، قوانین و مقررات و مدیریت آنها) متمرکز شده بود. ولی امروزه نوآوری‌های زیادی در سطح محلی درباره بهبود فضای کسب و کار در حال انجام است. انجام اصلاحات در سطح ملی به این معنی نیست که تأثیر آن به‌طور مستقیم و در زمان کوتاه به سطح محلی می‌رسد؛ چراکه نهادهای محلی و بازیگران این مقیاس ممکن است در انجام این اصلاحات کند عمل کنند. این‌کندی به‌طور مشخص تری در کسب و کارهای کوچک و نوپا قابل ردیابی و مشاهده است. در این راستا یکی از رویکردهایی که بر پیگیری سیاست‌های بهبود فضای کسب و کار در مقیاس‌های محلی تأکید دارد رویکرد توسعه اقتصاد محلی است.

این رویکرد به دنبال بهبود فضای کسب و کار با بهبود عملکرد بنگاه‌های اقتصادی، تقویت نقش بازیگران محلی و حکمرانی خوب محلی است. توسعه اقتصاد محلی یک فرایند مداوم است که از طریق آن، تمامی ذی‌مدخلان و بازیگران کلیدی از تمام بخش‌های جامعه (عمومی، خصوصی و همچنین بخش سوم) به دنبال ایجاد مزیت ویژه برای ناحیه خود و شرکت‌های فعال در این ناحیه و همچنین انجام فعالیت‌هایی همچون مقابله با شکست بازار، رفع موانع بوروکراتیک در مسیر کسب و کارها و تقویت رقابت‌پذیری شرکت‌ها از طریق اقدام‌های جمعی هستند [۲۴].

جورج مه‌یر استمر^۲ برای تبیین مدل توسعه اقتصاد محلی و تبیین عناصر آن براساس اصل رقابت‌پذیری سیستمی از یک فرایند شش مرحله‌ای کمک گرفته است. این مراحل شامل عناصری از قبیل گروه هدف^۳، عوامل محلی^۴، پایداری^۵، تمرکز سیاستی و هم‌افزایی^۶، حکمرانی^۷ و مدیریت فرایند^۸ می‌شود که به شرح شکل ۲ آمده است.

شکل ۲. عناصر کلیدی رویکرد توسعه اقتصاد محلی براساس تفکر رقابت‌پذیری سیستمی [۲۴]



1. Local Economic Development (LED)
2. Jorg Meyer-Stamer
3. Target Group
4. Locational Factors
5. Sustainability
6. Policy Focus and Synergy
7. Governance
8. Process Management

روستایی را در محوریت خود قرار داده و از طریق رویکردی غیربخشی (منطقه‌ای) و مردم‌محور و با توانمندسازی روستاییان، سعی در ارتقای ظرفیت‌های معیشتی در دسترس مردم دارد [۲۸]. راهبرد مذکور معیشت را زمانی پایدار می‌داند که در برابر تنش‌ها، فشارها و تکان‌ها مقابله و خود را ارزیابی کند و همچنین با حفظ یا افزایش توانایی‌ها یا دارایی‌ها، در حال و آینده، از تضعیف منابع طبیعی پایه پیشگیری کند. در نگاه اول ممکن است چنین به نظر رسد که اصول مزیت‌گرایی هوشمند با موازین راهبرد معیشت پایدار از این نظر که معیشت پایدار بر متنوع‌سازی منابع معیشتی تأکید دارد، همسو نباشد؛ اما در واقع و در این مورد مشخص نه تنها تقابلی وجود ندارد بلکه این دو راهبرد دارای اصول مشترکی نیز هستند. برای نمونه مزیت‌گرایی هوشمند اشاره می‌کند که از طریق فرایند مشارکتی و از پایین به بالا لازم است تا تمامی مزیت‌ها شناسایی و این مزیت‌ها با توجه به سرمایه‌های انسانی و زیرساختی و سایر توان‌های منطقه، اولویت‌بندی و مورد توجه قرار گیرند و در نتیجه صرفاً بر یک مزیت در توسعه یک منطقه تأکید ندارد. از طرفی تأکید هر دو راهبرد معیشت پایدار و مزیت‌گرایی هوشمند بر مکمل بودن مزیت‌های اولویت‌دار در یک منطقه است و به این اصل نیز تأکید دارند که یک منطقه نمی‌تواند در تمام حوزه‌ها و موضوع‌ها سرآمد شود.

از طرفی به این موضوع نیز باید اشاره کرد که نوآوری‌های بنیادین و برهم‌زننده که یکی از ابزارهای سیاستی چهارگانه راهبرد مزیت‌گرایی هوشمند است، نمی‌تواند مناسب مناطق روستایی باشد، چرا که زیرساخت‌های مناطق روستایی آماده انجام این نوع نوآوری نبوده و پذیرش تحولات رادیکالی در مناطق روستایی با مقاومت‌هایی همراه است. البته نوآوری بنیادین آخرین ابزار سیاستی مزیت‌گرایی هوشمند است و زمانی اتخاذ می‌شود که یک منطقه مزیت‌های تعیین‌کننده‌ای نداشته باشد و برنامه‌ریزی‌ها بر این منوال باشد که در این منطقه ظرفیت‌سازی صورت گیرد [۲۳].

به‌طور کلی چند اصل محوری، شالوده رویکردهای مورد بررسی در خصوص توسعه اقتصاد محلی را تشکیل داده است؛ نخست اینکه در نوآورانه کردن اقتصاد هر منطقه‌ای باید مزیت‌های همان منطقه در دستور کار باشد و تحولات کارآفرینانه و نوآورانه نیز می‌بایست حول این مزیت‌ها به سرانجام برسد؛ دوم اینکه نوآوری‌ها باید از طریق مردم محلی و مشارکت دادن آنها نمود پیدا کنند تا پایدار به‌مانند و در نهایت این موضوع که افراد محلی می‌توانند به سطوح بالاتری از ارائه کارآفرینی و نوآوری (در صورت فراهم بودن زیرساخت‌های اولیه) منتقل شوند.

۳-۳. اصول توسعه کارآفرینی

توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری زمانی می‌تواند پایدار باشد و آثار مثبتی بر اشتغال‌زایی و درآمدزایی داشته باشد که تابع اصول بر خاسته از بوم‌نظام کارآفرینی باشد. هر بوم‌نظام کارآفرینی عناصر و

در این شکل، **گروه هدف** و بنگاه‌های اقتصادی در سطوح بزرگ، متوسط و کوچک مطرح هستند. این بنگاه‌ها در برگیرنده شرکت‌های محلی، کسب‌وکارهای نوپا و سرمایه‌گذاران خارجی است. توسعه بنگاه‌های اقتصادی به‌عنوان گروه هدف، شامل بهبود کارایی و رقابت‌پذیری شرکت‌های موجود، ارتقای کسب‌وکارهای نوپا و جذب سرمایه‌گذاران خارجی است؛ **عوامل محلی**، به بهبود فضای کسب‌وکار در محل و موقعیت قرارگیری آنها اشاره دارد و شامل مواردی همچون زیرساخت‌ها، محیط طبیعی، صنایع خدماتی و پشتیبان و کارآمدی دولت می‌شود؛ **بعد پایداری**، واحدهای اقتصادی (کسب‌وکارها)، مکان قرارگیری آنها و ارتباطات شکل گرفته را از منظر پایداری اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی مورد بررسی قرار می‌دهد. در این بعد تأکید بر این است که عدم توجه به هر یک از حوزه‌های سه‌گانه مذکور سبب ناپایداری در حوزه‌های دیگر می‌شود؛ **هم‌افزایی** به روابط بین بنگاه‌های اقتصادی، محل استقرار آنها و توسعه اجتماعی در مکان مدنظر اشاره دارد. در داخل مثلث هم‌افزایی (شکل ۲)، ابتدا تعارض‌هایی که ممکن است در سه رأس این مثلث (بنگاه‌های اقتصادی، محل استقرار آنها و توسعه اجتماعی در محل قرارگیری بنگاه) وجود داشته باشد بررسی و تحلیل می‌شود و سپس فرصت‌هایی تبیین خواهد شد که از هم‌افزایی این سه رأس برای هر یک از آنها ممکن است حاصل شود. در توسعه اقتصاد محلی حکمرانی از بالا در مقابل حکمرانی از پایین قرار دارد و هدف این است که از دولت مداخله‌گر در تمام امور که اقدام به مداخله مستقیم در بازار و حمایت از مشاغل با نگاه از بالا به پایین و به‌صورت خنثی و بدون در نظر گرفتن تفاوت‌های مکانی و اجتماعی می‌کند، به سمت دولت تنظیم‌گر تغییر جهت صورت گیرد.

مدیریت فرایند به‌عنوان بخش مهمی از راهبرد توسعه اقتصاد محلی، به بررسی تحقق اهداف مدیریتی طراحی شده در چرخه توسعه اقتصاد محلی می‌پردازد. در این راستا ارزیابی عملکرد بخش‌های مختلف (از مشارکت گروه‌های هدف تا ساختار حکمرانی) و اعمال اصلاحات در جهت بهبود عملکرد هر یک از آنها، هدفی است که برای این بخش در نظر گرفته شده است [۲۵].

۳-۲-۳. راهبرد معیشت پایدار

در کنار راهبردهای «مزیت‌گرایی هوشمند» و «توسعه اقتصاد محلی»، اصول و رویکردهای «راهبرد معیشت پایدار (SLA)»^۱ نیز بر نوآوری‌های مردمی و توسعه منابع درآمدی در نواحی روستایی تأکید دارد. این راهبرد در اواخر دهه ۱۹۸۰ در کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه با هدف پیشرفت و در راستای فقرزدایی از اجتماعات روستایی و با داشتن نگاهی از پایین به بالا، ارائه شد [۲۶]. راهبرد معیشت پایدار به دنبال آن است که ارزش‌های حفظ منابع طبیعی را نشان دهد و از طرف دیگر خود مردم را در این حفاظت با ارائه راهکارهای نوآورانه درگیر کند [۲۷]. این راهبرد با تأکید بر تفکری جامع و یکپارچه، کاهش فقر در نواحی

1. Sustainable Livelihoods Approach (SLA)



کمک می‌کند. علاوه بر این و بر اساس مطالعات انجام گرفته از سوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه می‌توان گفت که احترام به رأی اکثریت، داشتن جهت‌گیری منطقه‌ای، تمرکز بر کارآفرین و یادگیری مستمر از مهم‌ترین اصول توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی هستند. کارآفرینان چه در دوره آموزشی و چه در دوران فارغ‌التحصیلی نیازمند دریافت آموزش مستمر برای به‌روز ماندن و حفظ رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای خود هستند. در این چارچوب، سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD)، رهنمودهای زیر را برای حمایت از کارآفرینی در عرصه‌های روستایی ارائه کرده است [۳۱]:

شناسایی، تعامل و حمایت از افراد با انگیزه محلی در راستای ایجاد بنگاه‌های موفق اقتصادی، تسهیل شبکه‌های پشتیبانی که شامل دسترسی به مربیان و الگوها می‌شود، کمک به کارآفرینان برای دسترسی به بازارهای خارج از منطقه (برای مثال از طریق شرکت در نمایشگاه‌های تجاری)، در دسترس قرار دادن انواع کمک‌ها و خدمات فنی، توسعه مشارکت‌های بلندمدت با کارآفرینان.

ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد که این متمایز بودن از طریق شش حوزه «محیط و فرهنگ مناسب»، «سیاست و رهبری»، «در دسترس بودن امور مالی مناسب»، «سرمایه انسانی باکیفیت»، «بازارهای مناسب برای سرمایه‌گذاری» و «حمایت‌های نهادی و زیرساختی»، قابل بررسی و توصیف است [۲۹]. با توجه به این ابعاد باید اشاره کرد که موفقیت یک پروژه کارآفرینی در گرو پشتیبانی از کارآفرینان در ابعاد مالی، فنی، فرهنگی - اجتماعی و نهادی است. این‌نبرگ،^۱ در شکل‌گیری یک بوم‌نظام کارآفرینی موفق، اصول زیر را دخیل می‌داند [۳۰]:

- ۱ کارآفرینی پایدار به یک بوم‌نظام جامع و چندطرفه نیاز دارد؛
- ۲ بوم‌نظام کارآفرینی تا حد خیلی زیاد منطبق بر منطقه جغرافیایی است؛
- ۳ بوم‌نظام کارآفرینی نه با دولت‌ها، بلکه با ذی‌نفعان متعدد گسترش می‌یابد؛
- ۴ بوم‌نظام‌های کارآفرینی نسبتاً متکی به خود هستند؛ بنابراین دولت‌ها شرایط را تسهیل می‌کنند و سپس به کارآفرینان و متقاضیان اجازه می‌دهند تا خود آنها کسب‌وکارها را اداره کنند؛
- ۵ ترفیع و توسعه بوم‌نظام‌های کارآفرینی، در گرو گفتگو و یادگیری بین ذی‌نفعان متعدد است؛
- ۶ تعریف اهداف قابل اندازه‌گیری به توسعه بوم‌نظام‌های کارآفرینی

۴. ساختارهای راهبری کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی

و در جهت تحقق یک هدف خاص اجتماعی ایجاد شده‌اند، مورد بررسی قرار گرفته است.

۴-۱. مراکز رشد کسب‌وکارهای روستایی

در موضوع توسعه روستایی، بیشتر بر نوآوری در کسب‌وکار و محصول تمرکز می‌شود و لزوماً توسعه فناوری جدید با سطح فناوری بالا یا متوسط مورد نظر نیست. از این رو، در چنین محیط‌هایی به مراکزی نیاز است که بتوانند نوآوری را در کسب‌وکارها و فرایند تهیه محصولات تزییق کنند. این مراکز بیشتر به دنبال ایجاد کسب‌وکارهای جدید و یا تغییرات نوآورانه در کسب‌وکارهای موجود هستند. چنین مراکزی در جهان با عنوان «مراکز رشد کسب‌وکار روستایی» Rural Business Incubator (RBI) شناخته می‌شوند.

اگرچه در کشورهای مختلف بعضاً اهداف متفاوتی از ایجاد مراکز رشد کسب‌وکار دنبال می‌کنند، ولی عموماً مراکز رشد کسب‌وکار روستایی، مراکزی هستند که برای ایجاد کسب‌وکار با کیفیت بالا، کمک به توسعه اقتصادی روستاها و مناطق کمتر توسعه یافته و کارآفرینان نوپا ایجاد می‌شوند. در این مراکز امور مذکور، بیشتر از طریق آموزش و ترویج

به‌طور کلی کشورهای مختلف در جهت حمایت از بنگاه‌های اقتصادی نوپا، نوآور و توسعه کارآفرینی و نوآوری، از ساختارهای مختلفی همچون دانشگاه‌ها و مراکز زیرمجموعه آنها، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار، مراکز کارآفرینی اجتماعی و مراکز نوآوری اجتماعی بهره می‌برند. هر یک از این نهادها، پشتیبانی‌ها و خدمات خاصی را در بوم‌نظام کارآفرینی محلی به‌ویژه در مناطق روستایی به انجام می‌رسانند. غالباً دانشگاه‌ها خالق و پردازنده ایده‌ها هستند؛ مراکز رشد، ایده‌های اولیه کسب‌وکار را بهبود بخشیده و در مسیر بالغ شدن کسب‌وکار آن را همراهی می‌کنند؛ شتاب‌دهنده‌ها با توسعه مهارت‌های مربوطه، کسب‌وکارهای موجود را ارتقا و به‌روزرسانی می‌کنند و در نهایت مراکز کارآفرینی و نوآوری اجتماعی از طریق اقدامی همگانی، مسائل اجتماعی و اقتصادی را به‌صورت خلاقانه‌ای مورد کنکاش و بررسی قرار می‌دهند. در این پژوهش با توجه به محوریت مراکز رشد کسب‌وکارهای روستایی، در ادامه به نحوه فعالیت، ساختار حقوقی، خدمات و حمایت‌ها، مقیاس جغرافیایی محل استقرار و دامنه خدمات‌رسانی این مراکز، اشاره شده است. همچنین با بررسی تجارب جهانی پیرامون ایجاد مراکز مذکور، مدل‌های مختلفی از این مراکز که در دانشگاه‌ها یا در محیط‌های مستقل

1. Isenberg

کارآفرینی چه مسیری را رفته‌اند و چگونه با شرایط سازگار شده‌اند. از نظر این سازمان مهم‌ترین اصولی که تجارب موفق در زمینه رشد اقتصاد روستایی (مبتنی بر مراکز رشد) به آنها توجه کرده‌اند شامل مواردی از قبیل مدیریت باتجربه، توجه به امور مالی، تمرکز بر بازار، جذب مشتری و توجه به زنجیره تأمین گسترده محصولات بوده است. در برنامه‌های مراکز رشد روستایی، در زنجیره‌های ارزش به شبکه مخاطبان منطقه شامل ارائه‌دهندگان خدمت، سازمان‌های آموزشی، منابع نوآوری، شبکه‌ها سرمایه و سایر نهادهای پشتیبان توجه ویژه می‌شود. طبق بررسی‌های انجمن بین‌المللی نوآوری در کسب و کار (RBI)، ویژگی‌های مشترک مراکز رشد موفق روستایی به شرح موارد زیر است [۳۳].

- بیشتر آنها نهادهای غیرانتفاعی هستند که برای ارائه خدمات متناسب با نهادهای غیرانتفاعی و انتفاعی دیگر به تعامل و همکاری می‌پردازند.
- به صورت شبکه‌ای سازمان‌دهی شده‌اند و از شبکه‌های حمایتی در سطح منطقه بهره می‌برند.
- از مدیران باتجربه‌ای برخوردارند که بیشتر وقت خود را صرف تعامل مستقیم با مشتریان می‌کنند.
- دارای کارکنانی هستند که در تعامل حداکثری با دیگر نهادهای توسعه اقتصادی، به دنبال افزایش دسترسی منابع کارآفرینی و حذف هزینه‌ها و امور تکراری هستند.
- با الگوهای موفق ارتقای صنایع همسو هستند.
- اهداف و مأموریت‌های آنان به روشنی بیان شده است.
- بازار محور بوده و بر مأموریت خود متمرکز هستند.
- داده‌های حاصل از کار خود را در جهت ارزیابی میزان کارایی جمع‌آوری کرده و سپس این داده‌ها را در جهت ارتقای ارزش مرکز رشد منتشر می‌کنند.
- بر محورهایی نظیر پایداری، حداقل کردن اتکا به بودجه‌های عمومی و افزایش درآمد از طریق اجاره (فضاهای فیزیکی و زیرساخت‌های در اختیار) و ارائه خدمات تأکید دارند.
- دسترسی مشتریان به سرمایه را از طریق صندوق‌های وام داخلی، صندوق‌های سهام و پیوند دادن آنها با شبکه‌های تأمین سرمایه فراهم می‌سازند.
- در جهت کسب اعتماد و حمایت جامعه سرمایه‌گذاری می‌کنند و نیاز دارند تا جوامع محلی در برنامه‌های آنها سرمایه‌گذاری کنند.
- متعهد به ارزشیابی برنامه‌ها و خدمات موجود و اطمینان از بهبود مستمر فعالیت‌های خود هستند.

● ساختار حقوقی و نحوه تأمین مالی

حمایت سهام‌داران و کیفیت تیم مدیریتی عوامل مهمی در ایجاد و راه‌اندازی موفق مراکز رشد کسب و کار هستند. این مراکز اگر با حمایت

فرهنگ کارآفرینی، آموزش علوم مدیریت کسب و کار در زمینه‌های حسابداری و مالی، حقوقی، بازاریابی و فروش و تخصیص فضای کاری، حمایت‌های مالی و معنوی و مواردی از این دست انجام می‌گیرد. انجمن بین‌المللی نوآوری کسب و کار^۱ اهداف اصلی تأسیس مراکز رشد کسب و کار را این‌گونه بیان می‌کند [۳۲]:

- کمک کردن به رقابتی شدن اقتصاد بومی در یک محدوده جغرافیایی مشخص،
- ایجاد اشتغال،
- حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط با پتانسیل بالا برای رشد،
- ایجاد روحیه کارآفرینی و ارتقای فن‌آفرینی،
- کمک به توسعه و حمایت از بخش‌ها یا صنایع خاص.

در مناطق روستایی و عشایری وجود مسائلی نظیر پراکندگی جمعیت روستانشینان، بازارهای محلی محدود و تراکم کمتر مراکز مشاوره تخصصی، داشتن دید منطقه‌ای در جهت موفقیت مراکز رشد را ضروری می‌سازد. وجود یک شبکه کارا در سطح منطقه‌ای که بتواند خدمات مورد نیاز توسعه کسب و کارهای محلی را ارائه کند، سبب افزایش دانش و خدمات تخصصی صاحبان کسب و کار و افراد دارای ایده کارآفرینی می‌شود. به این معنا که افراد و منابع مالی بیشتری برای کمک به کسب و کارها در سطح محلی وجود خواهد داشت. مراکز رشد اغلب وابسته به دولت بوده و معمولاً از شرکت‌های نوپا و نوآور در ازای حمایت‌هایی که انجام می‌دهند، سهامی مطالبه نمی‌کنند و بیشتر تمرکز این مراکز بر پذیرش و ارائه کمک به استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهایی است که در راستای اولویت‌های سیاست تحقیقاتی یا اجرایی دولت‌ها فعالیت می‌کنند. تناسب بین شرکت‌های پذیرش شده و مربیان و مشاوران کارآموده، وجود راهکارها و مشوق‌های جذب سرمایه، پرهیز از روندهای اداری، کاغذبازی و وابسته نشدن به منابع مالی دولتی از جمله عواملی هستند که در راستای پایداری مراکز رشد لازم است به آنها توجه شود.

فرایندها و رویه‌های کاری مراکز رشد را می‌توان از طریق فعالیت سازمان‌های بین‌المللی در این حوزه توضیح داد. InBIA^۲ یک سازمان جهانی غیرانتفاعی با بیش از ۱۲۰۰ عضو است که سازمان‌های حمایت از کارآفرینی را در ۳۰ کشور هدایت می‌کند. InBIA بهترین روش حمایت از صنایع را در آموزش می‌بیند و از این طریق از آنها حمایت می‌کند. ارتقای همکاری‌ها، راهنمایی و مشاوره، به اشتراک گذاشتن ایده‌های نوآورانه و یادگیری مبتنی بر همتا از جمله خدماتی است که این نهاد به کارآفرینان مختلف در سراسر جهان ارائه می‌کند. InBIA از سال ۲۰۱۳ به موضوع مراکز رشد در مناطق روستایی ورود کرده است و برنامه‌های موفق را در این راستا برای مخاطبان خود به اشتراک می‌گذارد. در به اشتراک گذاشتن این تجارب تأکید InBIA بر این بوده است که سازمان‌های

1. International Business Innovation Association

2. International Business Innovation Association (InBIA)



گسترده حامیان و ذی‌مدخلان بخش خصوصی و دولتی همراه شود، احتمال موفقیت بیشتری دارند. به‌طور خاص می‌توان گفت استفاده از توان و ظرفیت بخش خصوصی چه در قالب تأمین مالی و چه در قالب انواع حمایت‌های دیگر (استفاده از تجارب متخصصین، دسترسی به امکانات، شبکه ارتباطی آنها و غیره) بسیار حیاتی است. از طرفی اهمیت وجود نهادهای عمومی و تأمین بودجه از بخش عمومی (دولتی) در جهت راه‌اندازی و پایدارسازی مراکز رشد کسب‌وکار انکارناپذیر است. در این خصوص باید گفت سال‌ها طول خواهد کشید که مراکز رشد بتوانند اعتماد و مشارکت بخش خصوصی را جلب کرده و خود نیز به درآمدزایی لازم برای تأمین هزینه‌های جاری مرکز برسند [۳۴].

تأمین مالی مراکز رشد، به‌ویژه در مراحل اولیه شکل‌گیری غالباً از جانب دولت‌ها صورت می‌گیرد. برخلاف شتاب‌دهنده‌ها، مراکز رشد بیشتر از سوی سازمان‌های دولتی تأسیس و مدیریت می‌شوند و در ازای خدمات خود سهام‌بنگاه تحت حمایت خود را دریافت نمی‌کنند. مراکز رشد در نحوه عملکرد کسب‌وکارها دخالت نمی‌کنند و صرفاً با فراهم آوردن امکانات مختلف مانند تأمین فضا و ارائه خدمات تعریف شده، سعی در رشد کسب‌وکارها و استارت‌آپ‌ها دارند. نکته قابل توجه این است که در سال‌های اخیر مراکز رشد تلاش کرده‌اند به سمت استقلال مالی حرکت کنند. در این جریان آنها در ازای خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به صاحبان کسب‌وکار و در اختیار قرار دادن فضای فیزیکی به آنها به کسب درآمد پرداخته‌اند و البته به‌ندرت به سمت سهام‌داری در کسب‌وکارهای نوپا حرکت کرده‌اند. تأمین مالی از جانب خیریه‌ها و سرمایه‌گذاران فرشته نیز بخشی از هزینه‌های مراکز رشد را پوشش داده است.

● خدمات و حمایت‌ها

مراکز رشد کسب‌وکارهای روستایی در واقع فضاهای اشتراکی با حضور بازیگران مختلف هستند که هدف آنها کمک به افراد دارای ایده با محوریت جوانان در نواحی روستایی است. این مراکز در تلاش هستند تا افراد مستعد، ایده‌های نوآورانه کسب‌وکار، استارت‌آپ‌های جدید، شرکت‌های فناورانه و نوآورانه خود را در نواحی روستایی راه‌اندازی و پایدار سازند. لذا خدمات ارائه شده از سوی این مراکز بیشتر از جنس پشتیبانی، راهنمایی و مشاوره و ارائه آموزش‌های موردنیاز کسب‌وکارهای نوآورانه و فناورانه است. به‌طور کلی پشتیبانی‌های اصلی یک مرکز رشد روستایی که هدف آن ارتقای کسب‌وکارهای نوآورانه در این نواحی است شامل موارد زیر می‌شود [۳۵]:

- آموزش‌های کارآفرینی،
- مشاوره‌های کسب‌وکار،
- پشتیبانی‌های فناوری و نوآوری،

■ ارائه حمایت‌های مالی.

به‌طور کلی ایجاد مراکز رشد در نواحی روستایی در پی محقق کردن دو هدف بوده است: ۱. توسعه اشتغال (با هدف محرومیت‌زدایی) و ۲. ترویج و گسترش نوآوری و فناوری به مناطق روستایی و شهرهای کوچک. در راستای تحقق این دو هدف معمولاً مراکز رشد به انجام فعالیت‌های زیر اهتمام می‌ورزند [۳۶].

■ حمایت و توانمندسازی کارآفرینان علاقه‌مند و افراد صاحب ایده و کمک به موجودیت یافتن و پایدار شدن کسب‌وکارها در مراحل اولیه راه‌اندازی؛

■ ایجاد بستری برای پرورش ایده‌های تازه و تبدیل آنها به کسب‌وکارهای پایدار و استارت‌آپ‌ها؛

■ انجام ارزیابی‌های نوآورانه در جهت ارائه خدماتی از جنس راهنمایی، مربی‌گری و بازاریابی به کسب‌وکارهای نوپا؛

■ ایجاد فرصت شغلی برای جوانان (با شرط نوآورانه و فناورانه بودن) و اولویت دادن به گروه‌های ویژه اجتماعی (زنان و اقلیت‌ها)؛

■ ارائه برنامه‌ها و استراتژی‌های ویژه (سفرارشی شده) برای ایده‌بالقوه؛ ایده‌های مختلف طرح‌های متفاوتی را می‌طلبند.

● مقیاس جغرافیایی و دامنه پوشش فضایی

عوامل زیادی در تعیین مکان استقرار یا محدوده خدمات‌رسانی مراکز رشد کسب‌وکار دخیل هستند. به‌طور کلی، موقعیت قرارگیری یک مرکز رشد بسته به اهدافی که دارد برای آن مرکز در نظر گرفته شده است. به‌طور نمونه برای یک مرکز رشد تخصصی که در حوزه فناوری مشغول است نزدیکی به پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد و نوآوری مربوطه، از مؤلفه‌های مهم در تعیین محل استقرار است. غالب مراکز رشد کسب‌وکار بیشتر تمایل داشته‌اند که در مناطق صنعتی و در مجاورت خوشه‌های صنعتی مکان‌گزینی داشته باشند و این تمایل به دلیل تجمع امکانات و زیرساخت‌ها و تجمع جمعیت و مخاطبان بیشتر است [۳۷]. در غالب موارد، وجود دانشگاه‌های مادر حمایت‌کننده، سطح نوآوری مکان‌ها، تمرکز و پراکندگی جمعیت و پویایی اقتصادی از جمله عوامل مؤثر در مکان‌گزینی مراکز رشد کسب‌وکار بوده‌اند [۳۸]. به همین دلیل، برخی از پژوهش‌ها نشانگر آن هستند که مراکز رشد کسب‌وکار به‌خوبی مناطق شهری، در مناطق روستایی کارایی نداشته‌اند. این مراکز در محیط‌های روستایی با چالش‌های اساسی همچون تأمین مالی نامناسب، پراکندگی امکانات، زیرساخت‌ها، تعداد کمتر مخاطبان و شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی مراجعه‌کننده برای استفاده از خدمات خود روبه‌رو بوده‌اند. البته گفتنی است این چالش‌ها در مکان‌گزینی مراکز رشد خصوصی بیشترین تأثیرگذاری را داشته‌اند و در خصوص مراکز رشدی که فعالیت‌های آنها غیرانتفاعی بوده، محدودیت‌های

۱. یکی از اصطلاحات رایج در حوزه سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذار فرشته (Angel investor) است. آشنایی با این مفاهیم به ما کمک می‌کند تا آگاهانه وارد مسیر پیشرفت شویم. سرمایه‌گذار فرشته به شخص یا گروهی گفته می‌شود که سرمایه مورد نیاز برای استارت‌آپ‌های در حال رشد و یا کسب‌وکارهای نوپا را فراهم می‌کند. سرمایه‌گذار فرشته در ازای کمک خود به کسب‌وکارها، بخشی از سهام آن شرکت در حال توسعه را می‌گیرد، به این منظور که در سوددهی آن کسب‌وکار سهیم باشد. سرمایه‌گذاران فرشته معمولاً شبکه‌های ارتباطی گسترده‌ای دارند. همچنین آنها تجربه‌های زیادی در حوزه‌های مربوطه کسب کرده‌اند و از چنین تجربیاتی برای کمک به کارآفرینان برای ایجاد کسب‌وکار پررونق خود، استفاده می‌کنند.

که به «شهرستان های روستایی» بیشتر شهرت دارند، شهرستان هایی که به علت محیط تولیدی و تأمین نیاز مصرفی کلان شهرها، در بعضی از موارد تراکم بیشتری از مراکز رشد را نسبت به منطقه کلان شهری در خود ایجاد کرده اند [۳۹]. در کشور پر تعال همبستگی مکانی قوی وجود دارد بین موقعیت جغرافیایی مراکز رشد کسب و کار، محل استقرار دانشگاه ها و همچنین مناطقی که ثبت اختراعات بیشتری دارند [۳۶].

محیط روستایی به عامل تعیین کننده در توزیع جغرافیایی این مراکز، مطرح نبوده است.

در کشور آمریکا تراکم جمعیت، سطح توسعه یافتگی ایالت ها و وضعیت جغرافیایی آنها از جمله ملاک های اصلی در پراکندگی مراکز رشد روستایی بوده اند. در این کشور مراکز رشد روستایی بیشترین تراکم را در شهرستان های پیرامون کلان شهرها داشته اند. شهرستان هایی

جدول ۲. محل استقرار مراکز رشد کسب و کار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا [۳۶]

محل استقرار	تعداد	درصد
نواحی شهری	۶۸	۵۴,۴
زمین های خالی و بی استفاده	۳۰	۲۴
نواحی روستایی	۸	۶,۴
سایر	۱۳	۱۰,۴
نامشخص	۶	۴,۸
جمع	۱۲۵	۱۰۰

دلیل نیز به طور خاص در محیط های روستایی استقرار پیدا می کنند؛ ولی در شتاب دهنده ها گستره وسیعی از استارت آپ ها مدنظر است و تأکید خاصی بر مقیاس جغرافیایی و دامنه عمل استارت آپ ها به لحاظ فضایی وجود ندارد. در نتیجه استارت آپ ها به صورت رقابتی از سراسر کشور انتخاب می شوند.

● اصول طراحی و راه اندازی

بر اساس ارزیابی های انجام گرفته از سوی دست اندر کاران «برنامه راه حل هایی برای اشتغال جوانان»^۱ (S4YE) و «مجمع همکاری بین المللی آلمان»^۲ (GIZ) از چهار پروژه رشد و هدایت مشاغل روستایی در کنیا، موزامبیک، سیرالئون و ازبکستان، یکسری اصول برای طراحی مراکز رشد کسب و کارهای روستایی با محوریت بخشی به جوانان، معرفی شده که به شرح زیر است [۴۰].

➤ **ایجاد یک شبکه بر اساس بوم نظام رشد و هدایت کسب و کارهای روستایی:** شبکه سازی کمک خواهد کرد که شکاف های زیرساختی و چالش های نهادی در زمینه رشد کسب و کارهای روستایی، تأثیر گذاری کمتری داشته باشند. برای مثال یک زیرمجموعه (شریک) مستقر در یک منطقه شهری یا حومه شهر می تواند به عنوان شبکه ای از مراکز رشد باشد که به صورت محلی تر عمل

آنچه از مطالعات انجام گرفته در خصوص استقرار فضایی مراکز رشد روستایی حاصل می شود این است که محل قرارگیری این مراکز به وجود عوامل و شرایطی بستگی دارد که امکان موفقیت آنها را بالا می برد. همچنان که در جدول ۲ نیز مشخص است مراکز شهر به دلیل وجود زیرساخت های بهتر نسبت به نواحی روستایی پذیرای تعداد زیادی از مراکز رشد کسب و کار بوده اند. نوآور بودن و وجود فرهنگ کارآفرینی در منطقه (میزان ثبت اختراع)، وجود حداقلی از تمرکز جمعیتی، وجود خوشه های صنعتی، حضور دانشگاه های حمایت کننده در منطقه و سیاست های پشتیبان دولت های محلی در خصوص مراکز رشد، از عوامل اثرگذار بر استقرار مراکز رشد کسب و کار روستایی در مناطق مختلف (شهرستان - استان) هستند.

■ علاوه بر عوامل ذکر شده که در استقرار فضایی مراکز رشد و شتاب دهنده ها نقش داشتند، عوامل مؤثر بر نحوه گزینش کسب و کارها و استارت آپ ها در مراکز رشد و شتاب دهنده ها نیز در این موضوع حائز اهمیت هستند. انتخاب کسب و کارها از سوی مراکز رشد و شتاب دهنده ها عموماً به صورت رقابتی است با این تفاوت که در مراکز رشد تأکید بر استارت آپ های محلی است و هدف رشد و توسعه اقتصاد محلی با تأکید بر رقابت پذیری در مزیت های منطقه ای است و به همین

1. the Solutions for Youth Employment (S4YE)

2. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)



۴ **غربالگری کار آفرینان:** از آنجا که فرصت‌های اشتغال در نواحی روستایی محدود بوده و غالب کسب و کارهای سنتی در این نواحی آستانه درآمدی به نسبت پایین‌تری دارند، جوانان برای زندگی در این عرصه‌ها به نوعی مجبور به انجام فعالیت‌های کار آفرینانه و نوآورانه هستند. این موضوع باعث شده است که اغلب آنها انگیزه‌های برای رشد کسب و کار خود نداشته باشند. توسعه مدل‌های متنوع کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای گروه‌های ناهمگون جوانان با پیشینه‌های آموزشی، قابلیت‌ها و انگیزه‌های متفاوت، بسیار مهم است. برای مثال در کنیا، GIZ با دو هدف متفاوت فعالیت کرده است. نخست، آنها با مشارکت مؤسسه توسعه تحقیقات صنعتی کنیا، توسعه ایده‌های کسب و کاری جوانان را هدف قرار دادند و در این راستا بر ارائه مهارت‌های فنی و دسترسی به خدمات زیرساختی تمرکز کرده‌اند و در مشارکت دیگر با بنیاد «لیک هاب» که جوانان را با مشاغل موجود هدف قرار می‌دهد، تمرکز بیشتری بر توسعه مهارت‌های کسب و کار و مربیگری دارند.

برای مدل‌های تجاری پیچیده‌تر و نوآورانه‌تر، لازم است کار آفرینان درک خود را از مدل‌های کسب و کار به اشتراک گذارند و یک برنامه کاری برای رشد کسب و کار خود ارائه دهند. از آنجا که مراکز رشد روستایی اهداف کوچک‌تری دارند، اگر نرخ شکست طرح‌های کسب و کار بالا باشد، ممکن است کل اهداف این گونه مراکز با شکست مواجه شود. تأمین نقدینگی مهم‌ترین مسئله کسب و کارهای روستایی بوده است و طبق تجارب حاصله لازم است تأمین نقدینگی برای ایده‌های کسب و کار به صورت مرحله‌ای و به میزان پیشرفت ایده و بالغ شدن آن، فراهم شود.

۵ **ترکیب انواع مختلف مدل‌های پایداری مالی بر اساس شرایط محلی:** پایداری مالی عنصری اساسی اما چالش برانگیز در مراکز رشد کسب و کار به‌ویژه کسب و کارهای کشاورزی است. به عبارتی در مواقع هدایت و شتاب‌دهی کسب و کارهای کشاورزی، در نظر گرفتن منابع مالی مورد نیاز بسیار مهم است؛ چراکه بدون تأمین منابع مالی لازم و کافی، ارائه مهارت‌ها و تأمین ابزار و امکانات مناسب به‌سختی میسر است.

مراکز رشد کسب و کارهای روستایی از انواع مختلفی از مدل‌های تأمین مالی استفاده می‌کنند. مراکز رشد کسب و کارهای روستایی به «تأمین مالی هسته‌ای»^۲ نیاز دارند، زیرا در مناطق دورافتاده‌تر جوانان با علاقه کمتر و تحصیلات پایین‌تر را هدف قرار می‌دهند. دولت، سازمان‌های توسعه‌ای و شرکت‌ها، سه منبع کلیدی برای تأمین مالی هسته‌ای به‌شمار می‌روند.

۶ **در نظر گرفتن چالش‌های پیش‌روی زنان روستایی در مسیر کار آفرینی:** زنان به‌طور متوسط ۴۳ درصد از نیروی کار کشاورزی را در کشورهای در حال توسعه به خود اختصاص داده‌اند.

کرده و به ارائه خدماتی نظیر آموزش مهارت‌ها و پشتیبانی‌های مربوط به مربی‌گری بپردازد. نمونه‌ای از این رویکرد، مدل کنیایی مراکز رشد است که در بخش کشاورزی فعالیت کرده و توسط GIZ مورد حمایت قرار گرفته است. این مرکز از طریق هاب Lake اجرا شده است. از پتانسیل شبکه‌های ایجاد شده پیرامون مراکز رشد می‌توان در ترکیب روش‌های هدایت و رشددهی کسب و کارها در نواحی روستایی بهره برد.

۲ **رشد و هدایت کسب و کارها در محل به جای فضای کار اشتراکی (مراکز رشد بدون دیوار):** کسب و کارهای کشاورزی، بسیار متفاوت از مشاغل فناورانه هستند. کسب و کارهای کشاورزی برای توسعه ایده خود به زمین‌های آزمایشی و امکاناتی مانند گلخانه‌ها، کارخانه‌های فراوری و ماشین‌آلات نیاز دارند. بنابراین مراکز رشد روستایی غالباً به رویکردهای عملی‌تری نیاز دارند و تنها فراهم کردن فضای کار گروهی در این زمینه کافی نیست.

۳ **تضمین دسترسی به بازار با درگیر کردن بخش خصوصی:** عدم دسترسی مطمئن به بازارها یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده برای توسعه کار آفرینی روستایی است. وجود مراکز واسطی که بتواند دسترسی کشاورزان جوان را به بازارها تسهیل کند، در این زمینه بسیار کمک‌کننده است. رویکردهای نوآورانه‌ای مانند مدل «در فرایند رشد»^۱ AgriDev، که طی آن کشاورزان جوان از طریق دریافت نهاده‌ها و تضمین بازار برای محصولاتشان، مهارت‌های مدیریت کسب و کارها را یاد می‌گیرند، می‌تواند موانع دسترسی به بازار را از بین ببرد. AgriDev یک شرکت خصوصی در زمینه کسب و کارهای کشاورزی است که در Nghanatanda موزامبیک مستقر بوده و در زنجیره ارزش جهانی حبوبات و سایر کالاهای کشاورزی فعالیت می‌کند. یکی از ابتکارات این شرکت است که از طریق مؤسسه‌های فنی کشاورزی در سطوح محلی، جوانان دانش‌آموخته علاقه‌مند در زمینه ایجاد کسب و کارهای کشاورزی را شناسایی و از طریق بستن تفاهم‌نامه‌هایی با آنها به توسعه و ایجاد کسب و کارهای کشاورزی می‌پردازد. AgriDev به این جوانان آموزش‌های مقدماتی، مدیریت مالی و مهارت‌های توسعه کسب و کار را می‌آموزد و زمین و سایر نهاده‌ها و خدمات مورد نیاز را برای مدت ۱۲ ماه در اختیار این جوانان تحصیل کرده قرار می‌دهد. در این طرح جوانان هیچ سرمایه‌گذاری انجام نمی‌دهند و در پایان چرخه تولید بر سر تقسیم درصد مشخصی از سود با شرکت AgriDev به توافق می‌رسند. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های طرح مذکور این موضوع است که دسترسی به بازار برای جوانان تضمین شده است. بعد از دوره ۱۲ ماهه جوانان تصمیم می‌گیرند که خود به‌طور مستقل کسب و کار ایجاد شده را ادامه دهند یا همچنان در این زمینه با شرکت AgriDev شریک باقی‌مانند.

1. in-grower

۲. تأمین مالی هسته‌ای (core funding): نوعی از تأمین مالی است که هزینه‌های اصلی سازمانی و اداری یک سازمان غیردولتی را پوشش می‌دهد. از جمله این هزینه‌ها می‌توان به حقوق کارکنان، اجاره تجهیزات، آب، برق و ارتباطات اشاره کرد.

کرده و به تبع آن خدمات متفاوتی را نیز ارائه می کنند. در جدول ۳ اطلاعات برخی از مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در جهان همراه با سابقه، مدل و محور فعالیت و همچنین مهم ترین خدماتی که ارائه می دهند، آورده شده است (جدول ۳). برخی از این مراکز رشد به دنبال ایجاد «کسب و کارهای اجتماعی» هستند و از این طریق سعی در ایجاد مشاغلی دارند که با خروجی و محصول خود به بهبود محیط زیست و سلامت اجتماعی کمک کنند. در طیف دیگر، مراکز رشد مستقر در دانشگاه ها حضور دارند که هدف آنها بیشتر توسعه ایده ها و خلاقیت های کسب و کار است. در این مراکز دانشجویان برای داشتن مشاغلی نوآورانه آماده می شوند. جزئیات مرتبط با نوع فعالیت و دامنه خدمات برخی از مراکز رشد کسب و کارهای روستایی به شرح جدول ۳ است.

این درصد در برخی کشورهای آفریقایی حتی به بیش از ۵۰ درصد می رسد. بنابراین لازم است مراکز رشد موضوع های مرتبط با زنان را در طراحی و حمایت از بنگاه های اقتصادی در نظر بگیرند. انجمن های حامی فعالیت زنان می توانند نقش مهمی در برآورده شدن انتظارات زنان کارآفرین روستایی از مراکز رشد داشته باشند. شتاب دهی کسب و کارهای ویژه زنان و در نظر گرفتن تسهیلات بیشتر برای آنها با توجه به محدودیت هایی که دارند از جمله اقدام هایی است که مراکز رشد می توانند در این راستا به انجام رسانند.

۱-۴. نمونه هایی از مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در

جهان

مراکز رشد براساس فلسفه شکل گیری خود اهداف متفاوتی را دنبال

جدول ۳. مهم ترین خدمات و دامنه فعالیتی برخی از مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در جهان [۴۱] [۴۲] [۴۴]

ردیف	نام مرکز رشد	کشور	سابقه فعالیتی (سال)	مدل و محور فعالیت	مهم ترین خدمات
۱	Agribusiness Incubation Trust Limited ((AgBIT	زامبیا	۵	ترکیبی از مشارکت عمومی و خصوصی، تأکید بر کسب و کارهای خاص حوزه کشاورزی، تأکید بر زنجیره ارزش (زنجیره های خاص)	<ul style="list-style-type: none"> ارائه مشاوره به بنگاه های کوچک و متوسط پیوند کسب و کارهای خرد به بازارها تقویت زنجیره تأمین ارائه آموزش ها، تقویت مهارت ها و پشتیبانی از کارآفرینان در تمامی مراحل رشد و استقرار
۲	Asia Network for Sustainable Agriculture and Bioresources ((ANSAB	نپال	۲۵	سازمان مردم نهاد غیر انتفاعی، کسب و کارهای کشاورزی با تأکید بر تولیدات جنگلی، تأکید بر کلیت زنجیره ارزش	<ul style="list-style-type: none"> ارائه خدمات و تزریق نوآوری به بنگاه های اقتصادی حافظ تنوع زیستی ترویج روش های کشاورزی تجاری مبتنی بر بوم نظام
۳	مراکز رشد کسب و کارهای روستایی مستقر در ایالت اوتر اخاند	هند	-	کارآفرینی برای دانش آموزان در دانشگاهی فاقد شغل در اقتصاد روستایی و کشاورزی، بهبود معیشت پایدار در نواحی روستایی، توسعه کارآفرینی از طریق تزریق فناوری	<ul style="list-style-type: none"> ارائه آموزش ها و مشاوره های کسب و کار در اختیار قرار دادن فضای فیزیکی هم راه با خدمات مورد نیاز به شرکت ها و کسب و کارهای نوپا ارائه مشاوره در زمینه بازاریابی و تبلیغات تأمین مالی کسب و کارهای بالغ از طریق معرفی به شبکه های سرمایه گذاری خود
۴	UNIQORN ¹	در جنوب غربی فرانسه Sar-Cané-la-lat (da	۴	انتقال سرمایه گذاران فرشته به مناطق روستایی از طریق ارائه مزیت هایی همچون کاهش قابل ملاحظه نرخ اجاره و نزدیک کردن محل کار کارآفرینان روستایی با مراکز رشد و ارائه مشوق هایی برای انتقال کسب و کارها به مناطق روستایی	<ul style="list-style-type: none"> دسترسی به منابع مالی پایدار (تأمین مالی از طریق سرمایه گذاران فرشته) ارائه خدمات حسابداری بازاریابی اختصاصی در اختیار قرار دادن فضای کار اختصاصی

۱. بزرگ ترین مرکز رشد کسب و کارهای روستایی در جهان.



■ **مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در ایالت اوتراخاند هند**
دپارتمان توسعه روستایی ایالت اوتراخاند^۱ هند طرح‌هایی را در جهت ارتقای معیشت نواحی روستایی در این ایالت به اجرا گذاشته است [۴۲]. در این چارچوب و به‌عنوان یک حرکت نوآورانه و در مسیر توسعه اقتصاد محلی، دولت این ایالت به‌عنوان پایلوت دو مرکز رشد کسب و کار روستایی را در محدوده‌های هاوالباگ،^۲ آلمورا^۳ و کوتدوار^۴ و پائوری^۵ ایجاد کرده است. در خصوص مراکز رشد ایالت اوتراخاند، اهداف، موارد حمایتی و نوع حمایت‌های انجام شده به شرح جدول ۴ است.

در ادامه به بررسی تجارب ایجاد مراکز رشد کسب و کار روستایی در برخی از مناطق جهان پرداخته شده است. در قسمت نخست این تجربه‌نگاری بیشتر به مراکزی پرداخته شده است که هدف آنها توسعه اقتصادی نواحی روستایی از طریق فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه بوده است. مراکز رشد مستقر در دانشگاه‌ها و مراکز رشد کارآفرینی اجتماعی از دیگر انواع مراکز رشد مورد بررسی در این بخش است.

جدول ۴. فلسفه، اهداف و حمایت‌های مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در هندوستان [۴۲]

	<ul style="list-style-type: none"> ■ آمادگی در جهت ارائه راهکار برای حل مسائل بنگاه‌های اقتصادی ■ پشتیبانی از بازار و پیوندهای آن ■ کمک در جهت رسمی کردن کسب و کارها ■ ترویج نوآوری، کارآفرینی و ایجاد کسب و کارها در بخش‌هایی که می‌تواند فرصت‌هایی برای جوامع روستایی ایجاد کند. ■ ایجاد فرصت‌های معیشتی برای جوانان روستایی در پیرامون نواحی روستایی در جهت کنترل مهاجرت ■ تسهیل در ارتقای اکوسیستم بنگاه‌های اقتصادی روستایی ■ حل مسائل محلی در جهت پیوند با بازارهای محلی و جهانی 	<p>اهداف و چرایی تأسیس</p>
<p>■ مراکز رشد کسب و کار با افراد محلی از ایجاد تا استقلال کسب و کارها همکاری و همراهی خواهند داشت. بر این پایه بنگاه‌های اقتصادی در پنج مرحله مورد بررسی قرار می‌گیرند:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ مرحله بذر: کسب و کارها فقط در حد ایده و یک فکر هستند. ■ مرحله اولیه: متقاضی کسب و کار خود را به صورت قانونی ثبت کرده و تولید و فعالیت خود را شروع کرده است. ■ مرحله رشد: در این مرحله متقاضیان مدتی است که مشغول انجام کسب و کار خود بوده‌اند و محصولی دارند که در بازار آزمایش شده است. هم‌اکنون آنها دنبال گسترش فعالیت خود و دسترسی به بازارهای وسیع‌تری هستند و آماده می‌شوند با رقبای جدید خود در بازار رقابت کنند. ■ مرحله ارتقا توسط مرکز رشد: در این مرحله کسب و کار شکل گرفته (رسمی و غیررسمی) مورد حمایت مرکز رشد قرار می‌گیرد. ■ مرحله شکوفایی: در صورت سپری کردن مراحل قبل کسب و کار در این مرحله به شکوفایی می‌رسد و ممکن است دامنه فعالیت آن به خارج از منطقه استقرار برود. در مرحله شکوفایی، کسب و کار می‌تواند تسهیل‌کننده و پیشنهاددهنده کارآفرینی‌های همسو با حوزه خود باشد. 		<p>موارد مورد حمایت</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ تقویت ذهنیت کارآفرینی: در این راستا مراکز رشد برنامه‌های توسعه کارآفرینی را مدنظر قرار می‌دهد که در مؤسسه‌های آموزش عالی پلی‌تکنیک‌ها و مراکز IT و سایر نهادهای مشابه ارائه می‌شود. ■ ایده پردازی: مراکز رشد به مخاطبان کمک می‌کند تا ایده خود را به روی زمین آورند. این کمک می‌تواند از طریق شناسایی محصول و یا خدماتی باشد که مرکز رشد پیشنهاد می‌دهد. تقاضا برای محصول، شناسایی خریداران محصول، اندازه‌گیری تمایل به پرداخت (خرید) از جمله این خدمات است. ■ برنامه‌ریزی کسب و کار: مراکز رشد به کسب و کارهای مورد حمایت، در بازنگری ایده‌های کسب و کار خود کمک کرده و برنامه عملیاتی را برای خروج آنها از مرحله کنونی و ورود به مرحله بالاتر فرایند کارآفرینی تدوین می‌کنند. حمایت‌های این مرحله می‌تواند از طریق بررسی سرمایه مورد نیاز، ارزیابی هزینه‌های عملیاتی، پیش‌بینی جریان‌های نقدی و نقطه سر به سر باشد. ■ پذیرش و قانونی شدن: مراکز رشد با دسترسی که به مربی‌ها دارند می‌توانند زمینه اخذ هویت قانونی و گواهی‌های مربوطه را برای کسب و کارها فراهم کنند. ■ دسترسی به بازار و پیوندها: مراکز رشد به کسب و کارهای نوپا این امکان را می‌دهند تا بازارهای احتمالی را ارزیابی کرده و زنجیره ارزش محصولات و خدمات خود را بشناسند. ■ دسترسی به منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاری: مراکز رشد با داشتن اطلاعاتی در زمینه انواع طرح‌های مختلف دولتی و ایالتی که وام‌های با شرایط مناسب ارائه می‌دهند، به مراکز رشد کسب و کار کمک می‌کنند. علاوه بر این مراکز رشد جلسات مختلفی را با سرمایه‌گذاران سازمان‌دهی می‌کنند و امکان حمایت از کسب و کارهای نوپا را از این طریق فراهم می‌سازند. 		<p>نوع حمایت‌ها</p>

1. Uttarakhand
2. Hawalbagh
3. Almora
4. Kotdwar
5. Pauri

۱۵ تا ۳۰ روز فاصله وجود دارد. این رویه به مخاطبان اجازه می‌دهد تا پیشنهادهای را اجرا کرده و با پرس و جو و تجربیات به دست آمده و سؤال‌های احتمالی جدید، مجدداً به متخصصان مراکز رشد مراجعه کنند. ماژول سوم مربوط به بوتکمپ‌هاست که در جهت تقویت مهارت خاصی از ذی‌نفعان از قبل طراحی می‌شود. تقویت مهارت‌های بازاریابی از جمله مهم‌ترین آموزش‌های ارائه شده در بوتکمپ‌هاست.

طرح رشد کسب و کارهای نوپا در ایالت اوتراخاند دارای رویکرد ماژول وار است (به شرح جدول ۵). در ابتدا مخاطبان طی یک دوره فشرده سه تا پنج روزه به صورت حضوری و چهره‌به‌چهره آموزش‌های لازمه را دریافت می‌کنند، سپس آنها به محیط کسب و کار خود برگشته و آموخته‌های خود از دوره را در محیط کسب و کار پیاده می‌کنند و بعد از آن آموزش‌های ماژول دوم آغاز خواهد شد. بین ماژول اول و دوم

جدول ۵. ماژول‌های طرح رشد کسب و کارهای روستایی نوپا در ایالت اوتراخاند هندوستان [۴۲]

ماژول‌ها			
آئی ^۲	بوتکمپ‌ها ^۱	حمایت‌های کوتاه‌مدت در طول دوره رشد	حمایت‌های بلندمدت در طول دوره رشد
	بوت کمپ‌ها ماژول‌هایی هستند که با یک هدف از پیش تعریف شده ارائه می‌شوند و برای ارائه مهارت خاصی به ذی‌نفعان در نظر گرفته می‌شوند. بوت کمپ‌ها را می‌توان در موضوع‌هایی مانند برنامه‌ریزی‌های تجاری، استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال، برنامه‌ریزی بازار، دسترسی به امور مالی با استفاده از طرح‌های دولتی و غیره سازمان‌دهی کرد.	دوره‌های کوتاه‌مدت برای مدت سه ماه طراحی شده‌اند. گروه‌ها یادگیری فشرده‌ای در طول دوره‌های ۳ تا ۵ روز خواهند داشت و بین دوره‌ها ۱۰ تا ۱۵ روز وقفه برای آزمایش آموزه‌ها پیش‌بینی می‌شود.	در دوره‌های بلندمدت گروه‌ها بین ۶ تا ۹ ماه حمایت می‌شوند. پس از گروه‌بندی، آنها ماژول‌های فشرده ۳ تا ۵ روزه را با فاصله ۲۰ تا ۳۰ روز می‌گذرانند. در فاصله بین ماژول‌ها گروه‌ها موارد یادگیری شده را در کسب و کار خود امتحان می‌کنند.

کارآفرینی در سه مؤسسه آموزش عالی دولتی شامل دانشگاه اندونزی،^۵ دانشگاه کشاورزی بوگور^۶ و پلی‌تکنیک الکترونیک دولتی سورابایا (PENS)^۷ و همچنین مدل آموزش کارآفرینی که شتاب‌دهنده استارت‌آپ سوئیسی - اندونزیایی به نام آموزش کارآفرینی آسیا (AETP)^۸ به انجام رسیده، پرداخته است. در اندونزی به‌طور کلی سه نوع مرکز رشد کارآفرینی به شرح زیر وجود دارد [۳۸]:
الف) مراکز رشد مورد حمایت دولت که از طریق وزارت آموزش، فرهنگ، تحقیقات و فناوری اداره می‌شوند؛
ب) مراکز رشدی که مورد حمایت حداقل دو نهاد خیریه‌ای قرار دارند مانند آژانس همکاری بین‌المللی ژاپن و دولت سوئیس،

■ مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در اندونزی

در کشور اندونزی به توسعه کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد در جهت بهره‌بردن از امتیاز جوانی جمعیت و فرار از نرخ بالای بیکاری نگاه شده است. در این کشور چندین وزارتخانه از جمله وزارت آموزش، فرهنگ، تحقیقات و فناوری^۲ (MOECRT)، مسئول ارائه آموزش‌های کارآفرینی به جوانان هستند. در سال ۲۰۲۰-۲۰۱۹، بانک توسعه آسیایی^۴ (ADB) در راستای حمایت از پروژه دانش و مهارت‌های پیچیده برای رشد پایدار، مطالعه‌ای را با عنوان «ارزیابی برنامه‌های توسعه کارآفرینی» به انجام رساند. این مطالعه به ارزیابی برنامه‌های

1. Bootcamps
2. Just-in-time
3. the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology (MOECRT)
4. the Asian Development Bank (ADB)
5. the University of Indonesia
6. Bogor Agriculture University (IPB University)
7. State Electronic Polytechnic of Surabaya (PENS)
8. Asia Entrepreneurship Training Program (AETP)



پذیرفته است. تعداد متقاضیان، تعداد افراد پذیرش شده، ایجاد بازارهای جدید، نحوه تأمین مالی، کیفیت آموزش و همچنین امکانات و خدمات تجاری از جمله موارد بررسی در این برنامه‌ها بوده است. چهار برنامه توسعه کارآفرینی به‌طور خلاصه به شرح زیر هستند.

■ IncuBie دانشگاه کشاورزی بوگور (IPB)

این مؤسسه در سال ۱۹۴۴ میلادی تأسیس شد و یکی از مراکز پیشگام توسعه کارآفرینی در اندونزی محسوب می‌شود. IncuBie در دانشگاه کشاورزی بوگور (IPB) شکل گرفت و هدف آن تجاری‌سازی نوآوری‌های توسعه یافته در بخش کشاورزی اعلام شد. کارآموزان پذیرش شده در این مؤسسه وارد یک دوره سه‌ساله توسعه کارآفرینی شده و از خدماتی همچون آموزش، مشاوره، شبکه‌سازی و تأمین مالی بهره‌مند می‌شوند. از سال ۱۹۹۵ تعداد ۲۶۵ نفر در دوره‌های کارآفرینی این مرکز شرکت کرده‌اند و ۸۳ درصد از این افراد توانسته‌اند با موفقیت برنامه را به پایان رسانده و فارغ‌التحصیل شوند. کارآموزان این شرکت توانسته‌اند محصولات نوآورانه‌ای همچون شکر (از پوست سخت پوستان)، کلاه‌های ایمنی سازگار با محیط زیست، لوازم آرایشی (تهیه شده از اسپرولینا)، عسل با طعم‌های مختلف و تقویت‌کننده‌های شیر مادر به بازار عرضه کنند.

■ مرکز هدایت و توسعه نوآوری در کسب و کارها، دانشگاه اندونزی

این مرکز در سال ۲۰۱۵ و در پاسخ به نیاز دانشجویانی که به دنبال مشاغل کارآفرینانه بودند در دانشگاه اندونزی راه‌اندازی شد. میزان موفقیت این مرکز در آموزش کارآموزان از دیدگاه خود افراد کارآموز ۱۰۰ درصد اعلام شده است. آموزش‌های کارآفرینی این مرکز به مدت یک سال تعریف شده است و بعد از این مدت در یک دوره شش‌ماهه افراد فارغ‌التحصیل همچنان از پشتیبانی‌های مرکز برخوردارند. پشتیبانی‌های این شرکت بعد از آموزش‌های یک‌ساله بیشتر شامل آماده‌سازی متقاضیان برای شرکت در نمایشگاه‌های ارائه محصولات می‌شود. از ۹۱ متقاضی که از سال ۲۰۱۵ تاکنون در این مرکز آموزش و خدمات دریافت کرده‌اند، حدود یک‌سوم آنها در حوزه نوآوری جوایز معتبر محلی و بین‌المللی را دریافت کرده‌اند.

■ PENS Sky Venture، پلی تکنیک الکترونیک دولتی سورابایا

این مرکز به دلیل ارائه نوآوری در حوزه رباتیک شناخته شده است. در ابتدا برای تجاری کردن نوآوری‌های حاصل از مطالعات دانشگاهی تأسیس شد، اما هم‌اکنون پذیرای تعداد زیادی از متقاضیان است که وزارت آموزش، فرهنگ، تحقیقات و فناوری، انتخاب و مورد حمایت قرار می‌دهد. در این مرکز کارآموزان در ابتدا و برای مدت یک سال آموزش و خدمات دریافت می‌کنند و در صورت داشتن پتانسیل مناسب، امکان تمدید دوره کارآموزی برای دو سال دیگر نیز وجود دارد. نرخ

(ج) مراکز رشدی که از سوی شرکت‌های خصوصی و در قالب مسئولیت اجتماعی این شرکت‌ها در حال فعالیت هستند. این مراکز رشد در ابتدا بیشتر تحت تأثیر فعالیت‌های وزارت آموزش، فرهنگ، تحقیقات و فناوری بودند. در سال ۲۰۱۰ این وزارتخانه حدود ۱۰۰ مرکز آموزش کارآفرینی در کشور ایجاد کرد. در ابتدا مراکز آموزش کارآفرینی به فعالیت‌هایی همچون توسعه مهارت‌های کسب و کار، برنامه‌ریزی‌های تجاری، مدیریت کسب و کارها، نحوه تأمین مالی و آشنایی با قوانین کسب و کار می‌پرداختند. همچنین برخی از این مراکز دوره‌های شش ماهه کارآموزی را در جهت ورود به بازار کار برگزار می‌کردند.

برنامه‌های کارآفرینی کشور اندونزی در شروع خود دارای رویکرد جامعی نبودند و فقط بر حساس کردن روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان و دانشجویان تأکید داشتند. با گذشت زمان دولت این کشور برنامه‌های کارآفرینی خود را فشرده‌تر کرد و ایجاد مراکز رشد کسب و کار و شتاب‌دهنده‌ها را در دستور کار خود قرار داد. در این کشور با نظارت دانشگاهیان و متخصصان حوزه صنعت، شرکت‌کنندگان دوره‌های کارآفرینی در یک سال تشویق می‌شوند تا ایده‌های نوآورانه خود را آزمایش و توسعه دهند. برای دانش‌آموزان در مراکز رشد یک فضای کار مشترک تدارک دیده شده است تا با دریافت سرمایه اولیه دولتی، نمونه اولیه محصول خود و مطالعات بازار آن را انجام دهند. با تکامل ایده‌های کسب و کار و افزایش احتمال موفقیت آنها میزان حمایت مراکز رشد نیز افزایش می‌یابد و این افزایش حمایت تاراه‌اندازی و پایدارسازی کسب و کارها ادامه دارد. در این فرایند دانشگاه‌ها و اساتید نیز می‌توانند در استارت‌آپ‌هایی که راهنمایی می‌کنند سهمی داشته باشند [۴۳].

وزارت آموزش، فرهنگ، تحقیقات و فناوری اندونزی با هدف توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های برتر یک برنامه ملی میان‌مدت را برای سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴ در نظر گرفته است. بانک توسعه آسیایی نیز در جهت حمایت از تلاش‌های دولت اندونزی برای توسعه کارآفرینی، یک مطالعه در ارزیابی برنامه‌های توسعه کارآفرینی در این کشور را به ارزش ۲۰۰ میلیون دلار تأمین مالی کرد. این مطالعه با هدف شناسایی، مستندسازی و انتشار شیوه‌های توسعه کارآفرینی متناسب برای اندونزی انجام شد. توسعه برنامه‌های آموزشی جدید، ارتقای سیستم آموزش عالی و همچنین ارتقای چهار دانشگاه پشتیبان توسعه فعالیت‌های کارآفرینی، از جمله اهداف این پروژه مطالعاتی بوده است. این مطالعه چهار برنامه توسعه کارآفرینی را مورد ارزیابی قرار داد تا مشخص کند که چه نوع نظام کارآفرینی برای کشور اندونزی مناسب است. انتخاب چهار برنامه توسعه کارآفرینی براساس پنج معیار شامل جامعیت اکوسیستم آنها، در دسترس بودن امکانات و خدمات، منحصر به فرد بودن مدل آنها، دسترسی به منابع انسانی مبتکری مانند دانشجویان دوره کارشناسی و داشتن ارزش‌یادگیری، صورت

کسب و کار، این برنامه سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیری را در سطح بین‌المللی و روی محصولاتی که پتانسیل بازار مناسبی دارند، انجام می‌دهد.

توصیه‌های سیاستی حاصل از تجربه کارآفرینی در اندونزی بیشتر به خود مراکز رشد کسب و کارها برمی‌گردد؛ نحوه خدمات‌دهی آنها در آینده و نحوه بهبود عملکرد مهم‌ترین محورهای این توصیه‌ها هستند. برخی از توصیه‌های سیاستی نیز به نحوه ارتباط و کمک دانشگاه‌ها و دولت به مراکز رشد برمی‌گردد. در این خصوص توصیه‌های سیاستی ارائه شده در برنامه توسعه کارآفرینی جوانان اندونزی به شرح جدول ۶ است.

موفقیت فارغ‌التحصیلان این مرکز متغیر بوده و بین ۳۰ تا ۷۲ درصد اعلام شده است. محصولات نوآورانه‌ای همچون ربات‌های قابل حمل در آب و خدمات روانشناسی آنلاین از جمله خروجی‌های افراد آموزش‌دیده در این مرکز بوده است.

■ برنامه آموزش کارآفرینی آسیا

برنامه آموزش کارآفرینی آسیا^۱ یک برنامه شتاب‌دهنده استارت‌آپ اندونزیایی - سوئیسی است که در مارس ۲۰۱۹ برای باز کردن بازار اروپا برای استارت‌آپ‌های اندونزیایی و برعکس، بازار آسیا برای استارت‌آپ‌های سوئیسی راه‌اندازی شد. برخلاف برنامه‌های رشددهنده

جدول ۶. توصیه‌های سیاستی پیرامون ایجاد مراکز رشد کسب و کارهای روستایی براساس تجربه صورت گرفته در اندونزی [۴۳]

ایجاد یک هیئت نظارت و مشاوره قوی برای مراکز رشد از جانب دانشگاه‌ها. لازم است این هیئت دارای تخصص‌های متنوع باشد و در صورت امکان از منابع دانشگاه استفاده کند.	مدیریت و منابع انسانی	ظرفیت نهادی
ضروری است تا دانشگاه‌ها یک تیم مدیریتی و کارکنان تخصصی برای مراکز رشد به نسبت متقاضیانی که دارند، تربیت کنند.		
متنوع کردن منابع تأمین مالی مراکز رشد و کاهش وابستگی آنها به مؤسسه مادر یا مراکز دولتی.	پایداری مالی	قبل از پرورش کسب‌وکارها - مرحله شتاب‌دهی
در جهت پایدار شدن منابع درآمدی مراکز رشد، لازم است تا این مراکز به سمت درآمدزایی بیشتر حاصل از اجاره فضا و هزینه‌های خدماتی حرکت کنند.		
مراکز رشد باید بازار هدف کسب‌وکارها را بررسی کنند تا چالش‌ها و انگیزه‌های کارآفرینان در جهت دنبال کردن ایده‌های کسب‌وکاری خود، شفاف‌تر شود.		
ضروری است تا مراکز رشد در جهت افزایش آگاهی، ایجاد اعتماد و جذب متقاضیان واقعی، بازآرایی و ارتباطات خود را بهبود بخشند.		خدمات استارت‌آپ‌ها
نیاز است تا مراکز رشد برای ارائه بهتر ایده‌های اولیه متقاضیان، هدایت‌ها و آموزش‌های اولیه را به آنها ارائه کنند.		
مراکز رشد باید به اندازه کافی مربی داشته باشند که بتوانند به‌تمامی نیازهای فنی و ایده‌های کسب‌وکار پاسخ دهند.	مرحله هدایت و دریافت آموزش‌ها	
ضروری است تا مراکز رشد در جهت تشکیل شبکه‌ای از کارشناسان در کشور با بخش دولتی و خصوصی همکاری کنند. در صورت لزوم از این کارشناسان می‌توان به‌عنوان مربی بهره برد.		
مراکز رشد باید اطمینان حاصل کنند که آموزش‌های آنها از هر نوع ایده‌ای پشتیبانی می‌کند و شامل تحقیقات رفتار مصرف‌کننده و ایجاد تقاضا برای محصولات و خدمات جدید می‌شود.		مرحله دسترسی به خدمات و تسهیلات
مراکز رشد باید اطمینان حاصل کنند که برنامه‌های آموزشی و هدایت آنها تمامی نیازها از جمله نیازهای خاص استارت‌آپ‌ها را برطرف می‌سازد.		
مراکز رشد باید از فضای اداری و زیرساخت کافی برای حمایت از توسعه محصولات و خدمات اطمینان حاصل کنند.		دسترسی به منابع مالی
مراکز رشد باید خدماتی از قبیل ثبت و تسهیل صدور مجوزهای کسب‌وکار را ارائه کنند.		
مراکز رشد باید راهنمایی‌های لازم را در زمینه تهیه پرپوزال‌های سرمایه‌گذاری با امکان موفقیت بالا را ارائه کنند.		دانش آموخته شدن و مرحله پس از پرورش
مراکز رشد باید راهنمایی‌های لازم را در مورد نحوه استفاده کارآمد از کمک‌های مالی ارائه دهند.		
مراکز رشد باید معیارهای دانش آموخته شدن از جمله سطح آمادگی برای تحقق ایده‌های کسب‌وکار را مشخص کنند.		توسعه نهادی
مراکز رشد باید خدماتی همچون امکان دسترسی به امکانات تخصصی و خدمات مشاوره‌ای را پس از دانش آموخته شدن متقاضیان، ارائه کنند.		
مراکز رشد باید دانش‌آموختگان را رصد کرده و داده‌های مربوط به عملکرد آنها را جمع‌آوری کنند.		توسعه و تقویت شبکه
مراکز رشد باید داده‌های جمع‌آوری شده را تحلیل کرده و آن را مبنای ارزیابی خدمات و برنامه‌های شتاب‌دهی قرار دهند.		
مراکز رشد باید شبکه‌ای قوی از جوامع دانشگاهی، تجاری، سازمان‌ها و شرکت‌های غیردولتی ایجاد کنند. تشکیل چنین شبکه‌ای نیازمند حمایت و مشارکت نهادهای مادر و وزارتخانه دولتی مربوطه است.		

1. The Asia Entrepreneurship Training Program (AETP)



■ یونی کورن، بزرگ‌ترین مرکز رشد کسب و کارهای روستایی جهان در فرانسه

افزایش سرسام‌آور اجاره، استرس و آلودگی هوا کارآفرینان را به استقرار در شهرهای بزرگ بی‌میل کرده است. در سال ۲۰۲۰ میلادی، به‌طور متوسط هزینه یک خانوار شهری در پاریس بیش از ۴۰۰۰ یورو برآورد شده که این مقدار ۱۰۰۰ یورو بیش از متوسط حقوق در کشور فرانسه بوده است. چنین شرایطی سبب شد تا فضا برای فعالیت و انتقال کسب و کارهای کوچک و خلاقانه به محیط‌های روستایی فراهم شود. در این راستا و در جهت تسهیل فعالیت کسب و کارها، دولت فرانسه مشوق‌ها و اقدام‌های ویژه‌ای را برای انتقال کسب و کارها به محیط‌های روستایی در نظر گرفته است. دسترسی دورترین روستاها به اینترنت پرسرعت با هزینه بیش از ۱۰۰ میلیون یورو و معافیت‌های مالیاتی برای انتقال کسب و کارها از شهرها به روستاها، از جمله مهم‌ترین اقدام‌های انجام شده در این زمینه است. با بهره بردن از این فضا، مرکز رشد یونی کورن^۱ فعالیت خود را در سال ۲۰۱۹ در جنوب فرانسه در منطقه‌ای با نام Sartiat-la-Canéda آغاز کرد که مابین بوردو و تولوز قرار دارد. این منطقه به دلیل وجود قلعه‌های تاریخی یک منطقه گردشگری محسوب می‌شود و سالیانه حدود سه میلیون نفر از آن بازدید می‌کنند. یونی کورن خدمات خود را در جهت انتقال کسب و کارها به محیط‌های روستایی سازمان‌دهی کرده است. در این راستا، این مرکز رشد یک تیم با کیفیت جهانی شامل مشاوران، حسابداران و متخصصان بازاریابی شکل داده است و این تضمین را به کسب و کارهای هدایت شده می‌دهد که در روستاها به خدماتی همانند خدمات ارائه شده در شهرها و حتی با کیفیت بهتر، دسترسی داشته باشند. مهم‌ترین خدمات این مرکز شامل موارد زیر است [۴۴]:

- تأمین مالی کسب و کارهای خلاق و نوآور از طریق سرمایه‌گذاران فرشته،
- ارتقای مهارت‌های کسب و کار متقاضیان،
- انجام فعالیت‌های حسابداری،
- بازاریابی اختصاصی.

کیفیت و نوع خدمات ارائه شده مرکز رشد یونی کورن این اطمینان را به سرمایه‌گذاران فرشته داده است که آنها تأمین‌کننده منابع مالی مورد نیاز کسب و کارهایی باشند که از سوی این مرکز رشد و هدایت می‌شوند. سرمایه‌گذاری فرشته نوعی از تأمین مالی باریسک بسیار بالاست و معمولاً ۹۰ درصد استارت‌آپ‌هایی که از این طریق تأمین مالی شده‌اند با شکست مواجه شده‌اند. اما این موضوع در ارتباط با یونی کورن صدق نمی‌کند، چراکه در این مرکز رشد نرخ موفقیت کسب و کارهایی که با سرمایه‌گذاری فرشته تأمین شده‌اند بیش از ۷۰ درصد است. هدف‌گیری درست، همسویی با سیاست‌های دولتی، ارائه

خدمات تخصصی و باکیفیت و از همه مهم‌تر انجام بازاریابی تخصصی و خارج از منطقه استقرار، در رسیدن به این موفقیت اثرگذار بوده است.

ژان وینگون، یکی از بنیان‌گذاران و مدیر مالی یونی کورن درباره مزیت ایجاد کسب و کارها در نواحی روستایی چنین اظهار نظر می‌کند: «محاسبات نشان می‌دهد که با بودجه یکسان، یک استارت‌آپ هدایت شده توسط یونی کورن نسبت به یک استارت‌آپ هدایت شده در مراکز شهری، حدود ۷۰ درصد شانس بیشتری برای بقا دارد؛ چراکه برای مثال اجاره‌بها در محدوده روستایی جنوب فرانسه بین ۵ تا ۲۰ برابر کمتر از شهرهای بزرگ است. این موضوع در حالی است که کیفیت زندگی در روستاهای کشور فرانسه بالا رفته و صاحبان کسب و کار به‌طور متوسط از خانه تا محل کار فقط پنج دقیقه آن‌هم به‌صورت پیاده فاصله دارند» [۴۵].

در توسعه کارآفرینی روستایی دانشگاه‌ها مهم‌ترین نقش را در پشتیبانی فکری، ایده‌سازی و هدایت ایده‌ها و در کل دانش‌بنیان کردن کسب و کارهای نوپا و ارتقای کسب و کارهای موجود با تزریق نوآوری و فناوری دارند و این نقش را از طریق ایجاد و هدایت پارک‌های علم و فناوری، هاب‌های دانشی، مراکز رشد و نوآوری و سایر ابزارها و مراکز مربوطه به انجام می‌رسانند. مراکز رشد مستقر در دانشگاه فرصت‌های بیشتری را برای خلق و پرورش ایده‌ها دارند. آنها دانش‌آموزان و دانشجویان را در حین حضور در محیط آموزشی تشویق به انجام فعالیت‌های کارآفرینی می‌کنند. ایده مراکز رشد مذکور این است که دانشجویان را با ایده‌های نوآورانه و خلاق آماده فعالیت در صنایع و بخش‌های واقعی اقتصاد آشنا کند. این نوع از مراکز رشد را می‌توان در ردیف مراکز رشد سنتی که از دهه ۱۹۵۰ رواج پیدا کرده‌اند، قرار داد. در ادامه تجاربی از دانشگاه‌ها در زمینه تزریق نوآوری و فناوری به اقتصادهای محلی آورده شده است.

■ هاب دانش روستایی دانشگاه سلطنتی کشاورزی انگلیس

فعالیت‌های تبادل دانش، همیشه در کانون و مرکز مأموریت دانشگاه سلطنتی کشاورزی انگلیس در حمایت از بخش‌های اقتصادی مبتنی بر زمین و بنگاه‌های روستایی بوده است. هاب دانش روستایی^۳ این دانشگاه بر اساس تجربه طولانی مدت خود در این بخش‌ها و پیوندهای قوی با صنعت، از موقعیت منحصر به فردی برای پیوند علم، سیاست و عمل برخوردار است. این مرکز، در همکاری با سیاستگذاران، سازمان‌های جامعه مدنی و فعالان صنعت، از رهیافت مبتنی بر شواهد میدانی و عمل استفاده می‌کند. فعالیت‌های هاب دانش روستایی دانشگاه سلطنتی کشاورزی انگلیس بر سه حوزه کلیدی تمرکز دارد:

- سیاستگذاری روستایی مبتنی بر مشارکت،
- حمایت از نوآوری‌های روستایی،

1. UNIQORN
2. Jean Vignon
3. Rural Knowledge Hub

را با عنوان «کارآفرینی پیامدگرا» راه اندازی کرده است. این طرح در سراسر دانشگاه مذکور، از رهبران کارآفرین بالقوه در حوزه های توسعه طرز فکر، مهارت ها و حس هدفمندی حمایت می کند. این ابتکار در پی تسریع شکل گیری اقتصاد فراگیر، از طریق بهبود دستیابی دانشجویان رشته های مختلف به آموزش، منابع و شبکه های کارآفرینی است. آرمان طرح مذکور، شکوفایی استعداد های افراد برای شکل گیری اقتصاد پایدار تر و عادلانه تر است.

طرح کارآفرینی پیامدگرا با استفاده از برنامه درسی، اعضای هیئت علمی، جامعه مربیان، تأمین سرمایه بذری^۶ و همکاری با اکوسیستم کارآفرینانه وسیع تر، برای دانشجویان، حمایت های ضروری را فراهم می کند تا بتوانند چالش ها را به فرصت هایی تبدیل کنند که آثار اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی در برداشته باشند. از طریق دوره ها، فعالیت های درسی مشترک^۷، حرفه آموزشی، هدایت تخصصی و تأمین مالی در این طرح، ریسک پذیری مثبت تشویق شده و دانشجویان آماده رهبری در طیف متنوعی از حوزه های نیازمند خلاقیت، همکاری، ارتباطات و مهارت های تفکر انتقادی می شوند.

برخی از اجزای طرح کارآفرینی پیامدگرا به شرح زیر است:

● آزمایشگاه بنگاه خطر پذیر

آزمایشگاه بنگاه خطر پذیر^۸، دوره ای است که در طول یک نیم سال از دانش آموختگان و دانشجویان در حال دانش آموختگی در دانشگاه نیواسکول حمایت می کند تا بنگاه های خطر پذیر پایدار از نظر مالی را توسعه دهند، به نحوی که بنگاه های مذکور قابلیت توسعه مقیاس عملیات^۹ را داشته باشند.

● فلوشیپ دانش آموختگان

فلوشیپ دانش آموختگان، تجربه دوساله ای مبتنی بر یادگیری گروهی و تعاملی^{۱۰} است که به منظور حمایت از رهبران با قابلیت بالا، از رشته های مختلف که متعهد به خلق آثار اجتماعی مثبت است از طریق کارآفرینی و در عین حال حضور در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه نیواسکول هستند، طراحی شده است.

● شتاب دهی به بنگاه های اقتصادی روستایی [۴۶].

دانشگاه سلطنتی کشاورزی انگلیس از طریق برنامه کارآفرینی و بنگاه های دانشجویی^۱، فرصت توسعه ایده های کسب و کار و دریافت حمایت های متناسب را برای دانشجویان فراهم می کند. کارآفرینان در حال پرورش^۲ می توانند از دانش و تجربه مناسب سخنرانان و از ارتباطات قوی دانشگاه با صنعت که در طول سال ها تقویت شده است، بهره مند شوند. مرکز رشد Farm491 که زیر نظر هاب دانش روستایی است، همراه با برنامه الهام بخش خود در زمینه نوآوری های مربوط به فناوری های کشاورزی^۳ امکانات با کیفیتی را برای ارتقای کارآفرینی، تولید ایده ها و همکاری فراهم می کند. این مرکز رشد ۴۹۱ هکتار زمین کشاورزی برای تحقیقات و آزمون ایده ها دارد. اعضای شبکه Farm491 مشتمل بر کشاورزان، سرمایه گذاران و مشاوران متخصص است. از جمله رویدادهایی که این مرکز رشد تاکنون برگزار کرده است، می توان به رویدادهایی با موضوع های تأمین مالی پروژه های نوآورانه، کارگاه رایگان برای کارآفرینان فعال در حوزه فناوری های کشاورزی، آینده کشاورزی انگلیس و موانع و راهکارهای توسعه فناوری های آفت کش های زیستی اشاره کرد [۴۷]. مرکز رشد Farm491، با فراهم سازی دستیابی به شبکه مربیان، سرمایه گذاران، تأمین کنندگان خدمات و کشاورزان و خدمات در محل کسب و کار، از شرکت های عضو حمایت می کند. مرکز مذکور در یافتن علت های اصلی مشکلات کسب و کارهای روستایی نقش آفرینی مؤثری داشته و احتمال غلبه بر چالش ها و موفقیت کسب و کارهای روستایی را افزایش می دهد. مرکز رشد Farm491 از سه ارزش شامل توانمندسازی کشاورزان، ایجاد تاب آوری اقلیمی و توانمندسازی مصرف کنندگان تبعیت می کند [۴۸].

■ طرح کارآفرینی پیامدگرا دانشگاه نیواسکول آمریکا

عبارت کارآفرینی پیامدگرا^{۱۱}، به ایجاد بنگاه های اخلاق مدار و شفاف اشاره دارد که اثر معناداری بر زندگی افراد دارند. کارآفرینی پیامدگرا، رهیافت نوآورانه و پایدار از نظر مالی است که به منظور رفع نیازهای اجتماعی، اقتصادی یا محیط زیستی بر طرف نشده جامعه اتخاذ می شود. نوآوری فارغ از شکل و قالب خود، باید کیفیت زندگی افراد را به شکل قابل اندازه گیری بهبود بخشد. دانشگاه نیواسکول آمریکا اخیراً طرحی

1. RAU Student Enterprise and Entrepreneurship Programme

2. Budding entrepreneurs

3. Inspiring Agritech Innovation Programme

4. New School

5. Impact Entrepreneurship

۶. سرمایه بذری اولین مرحله تأمین اعتبار یک استارت آپ به شمار می آید. در اغلب موارد سرمایه بذری از طرف سرمایه گذار فرشته، دوستان، اعضای خانواده و بنیان گذاران اصلی شرکت تأمین می شود. البته ممکن است یک استارت آپ در مراحل اولیه به دنبال تأمین سرمایه از طریق وام های بانکی باشد. با این حال در بیشتر موارد سرمایه گذاری بذری به کمک سرمایه گذار فرشته به بانک ترجیح داده می شود، ریسک سرمایه گذاری بذری به نسبت سایر سرمایه گذاری ها بیشتر است زیرا از سرمایه بذری برای راه اندازی استارت آپ استفاده می شود. در حقیقت استارت آپ هنوز خود را به بازار ثابت نکرده است.

7. co-curricular activities

8. Venture Lab

9. Potential for scalable impact

10. Two-year cohort-based experience



● تخصص در کار آفرینی پیامدگرا

تخصص کار آفرینی پیامدگرا^۱ برای دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه نیواسکول، فرصتی رافراهم می‌کند تا دانش، مهارت‌ها و طرز فکر خود را با تأکید بر آثار اجتماعی و تغییر سیستمی تقویت کنند [۴۹].

■ برنامه بازنشستگی RedTire، دانشکده کسب و کار دانشگاه کانزاس

دانشکده کسب و کار دانشگاه کانزاس، برنامه بازنشستگی (RedTire)^۲ را برای کمک به کسب و کارهای روستایی از سال ۲۰۱۲ آغاز کرده است. این برنامه به منظور جلوگیری از تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی روستایی طراحی شده است. RedTire زمانی راه‌اندازی شد که بنیان‌گذاران آن در بازدید از نواحی روستایی متوجه شدند که کسب و کارهای کوچک روستایی بعد از بازنشستگی مالکان آنها دیگر ادامه پیدا نمی‌کنند و تحقیقی که متعاقب آن انجام شد، نشان داد که به دلیل افزایش تعداد بازنشستگان در آینده، این موضوع چالشی ملی در کشور آمریکا به شمار می‌رود. در جهت حل این معضل، برنامه مذکور، دانش‌آموختگان صاحب صلاحیتی که در پی کسب مالکیت یک کسب و کار هستند را با مالکان کسب و کارهایی که به دنبال بازنشستگی هستند، مرتبط می‌کند. این برنامه به دنبال جلوگیری از تعطیلی کسب و کارهای روستایی به دلیل ناتوانی مالک کسب و کار از پیدا کردن خریدار یا جانشین است. در این راستا، هرروزه تعدادی از کسب و کارهای روستایی برای همیشه تعطیل می‌شوند، زیرا مالک آنها بازنشسته می‌شود و به یافتن فردی مناسب برای مدیریت و مالکیت کسب و کار مربوطه قادر نیست. این موضوع برای جوامع روستایی کانزاس پیامدهایی دارد، زیرا آنها به خدمات، مشاغل و درآمدهای مالیاتی کسب و کارهای مذکور وابسته هستند. برنامه بازنشستگی این مشکل را از طریق مرتبط کردن دانش‌آموختگان با مالکان کنونی کسب و کارهای روستایی و تسهیل برنامه جانشینی حل می‌کند.

در واقع برنامه مذکور نوعی خدمت همتایابی را ارائه می‌کند. کارکنان این برنامه، مدیران آتی کسب و کارها و کسب و کارهای داوطلب را بررسی می‌کنند و سپس هم‌تاهای مناسب را شناسایی می‌کنند که قصد فروش کسب و کار خود را دارند. این برنامه در انجام مذاکرات خرید و انتقال مالکیت، اعطای وام خرید کسب و کار و پایش و کمک کردن به مالکان جدید برای مدیریت موفق کسب و کار و رشد کسب و کار خود کمک می‌کند. حدود ۱۳ هزار کسب و کار در کانزاس، مالکانی دارد که به دنبال بازنشستگی در پنج سال آینده هستند، ولی برنامه جانشینی برای بنگاه خود ندارند. بنابراین مطمئناً نیاز مبرمی برای این نوع برنامه در نواحی روستایی کانزاس وجود دارد. برنامه RedTire گروه‌هایی از دانش‌آموختگان را دور هم جمع می‌کند تا قابلیت‌های چند رشته‌ای مورد نیاز شرکت‌های موفق را تأمین کنند. برنامه مذکور دانشجوی داروسازی و دانشجوی مدیریت

ارشد کسب و کار را در کنار هم قرار می‌دهد تا با یکدیگر برای خریداری یک داروخانه همکاری کنند، به‌جای آنکه هر یک از آنها به تنهایی این کار را انجام دهند. گروه‌های مالکیت در صنعت‌های مختلف شامل داروخانه، داروسازی و کشاورزی ایجاد خواهد شد. در برنامه مذکور این ادعا وجود دارد که از طریق بررسی و پایش مشارکت‌کنندگان و یادگیری در خصوص اهداف حرفه‌ای و شخصی آنها، می‌توان ارتباط دانش‌آموختگان با کسب و کارهای روستایی متناسب با آنها را به درستی برقرار کرد تا موفقیت بلندمدت تضمین شود. این برنامه در پی شکوفایی کسب و کارهای روستایی و توسعه اقتصادی جوامع روستایی مربوطه از طریق انتقال بنگاه‌ها به نسل بعدی است. برنامه RedTire در دسترس همه دانش‌آموختگان ایالت کانزاس و نیز مالکان کسب و کارهای روستایی این ایالت قرار دارد.

ایده RedTire جایزه بهترین مفهوم کسب و کار را در ژوئن ۲۰۰۹ از آن خود کرد. این جایزه با مشارکت وزارت بازرگانی آمریکا اعطای می‌شود. این برنامه از طریق منابع مالی دانشکده کسب و کار دانشگاه کانزاس تأمین می‌شود. برنامه RedTire علاوه بر اینکه به دانش‌آموختگان جدید کمک می‌کند به‌طور ویژه‌ای برای دانش‌آموختگانی که در سال‌های گذشته از دانشگاه‌های ایالت کانزاس دانش‌آموخته شده و این ایالت را ترک کرده‌اند، ولی در صدد بازگشت به آن هستند، مفید است [۵۰]. در این زمینه برنامه مذکور به خوبی با شماری از سایر برنامه‌های موجود در ایالت کانزاس، از جمله برنامه مناطق روستایی مستعد سرمایه‌گذاری^۳ به هم‌افزایی می‌پردازد.

برنامه مناطق روستایی مستعد سرمایه‌گذاری، با هدف تحریک توسعه اقتصادی و رشد اشتغال در ۷۷ شهرستان کلیدی ایالت کانزاس طراحی شده است. این برنامه دارای دو مشوق اصلی است که یک یا هر دو آنها را می‌توان به سرمایه‌گذاران واجد شرایط ارائه کرد [۵۱]:

۱) معافیت مالیات بر درآمد حداکثر به مدت پنج سال برای افراد خارج از ایالت کانزاس که به یکی از ۷۷ شهرستان مهاجرت کرده و اقامت دائم در آن برمی‌گزینند. این افراد در پنج سال گذشته نباید در کانزاس زندگی کرده باشند و در پنج سال گذشته نباید بیش از ۱۰,۰۰۰ دلار در سال، از این ایالت درآمد کسب کرده باشند.

۲) بخشودگی وام دانشجویی حداکثر به میزان ۳۰۰۰ دلار در سال (حداکثر ۱۵۰۰۰ دلار در طول پنج سال) برای افرادی که از مؤسسه معتبر آموزش عالی دانش‌آموخته شده باشند و در یکی از ۷۷ شهرستان ایالت کانزاس ساکن شوند. منابع مالی این بخشودگی به صورت مشترک از بودجه‌های ایالتی و شهرستانی تأمین می‌شود. این افراد باید حامی مالی در شهرستان مربوطه از جمله توسط کارفرما داشته باشند. شایان ذکر است که در آمریکا به منظور تأمین نیروی انسانی حرفه‌ای، وام‌هایی به دانشجویان داده شده و در ازای ارائه خدمات عمومی از سوی آنها به جامعه، بخشی از این وام‌ها بخشوده می‌شود [۵۲].

1. The Graduate Minor in Impact Entrepreneurship
2. Redefining Retirement program –RedTire
3. Rural Opportunity Zones (ROZ) program



دیگر بخشی از فعالیت‌ها و منابع خود را به مسیر کارآفرینی پیامدگرا هدایت کرده‌اند. این پنج مرکز رشد به دلیل اثر بالقوه‌ای که می‌توانند بر توسعه بنگاه‌های اجتماعی داشته باشند، انتخاب شده‌اند و شامل موارد زیر هستند:

- **UnLtd India** که در مومبایی ایالت ماهاراشترا واقع شده است؛
- مرکز حمایت از کارآفرینی و نوآوری (CIIE) که در مؤسسه مدیریت احمدآباد ایالت گجرات واقع شده است؛
- **Villgro** که در شنایی ایالت تامیل نادو واقع است؛
- **Startup Village** که در کوچی ایالت کرالا قرار دارد؛
- مرکز حمایت از نوآوری SIDBI که در مؤسسه هندی فناوری خانپور ایالت اوتارپرداش واقع است.

مرکز رشد **UnLtd** در تامیل نادو، به دلیل دشواری در جذب کارکنان دائمی برای دفتر کار روستایی خود، راهبرد برون‌سپاری را تدوین کرد که متفاوت با مرکز رشد مادر خود در مومبایی بود. مرکز رشد **UnLtd** تیم کاری کوچک خود را با داوطلبانی کامل کرد که خود را متعهد به گذراندن حداقل نصف روز در هفته برای مدت شش ماه به منظور ارائه حمایت‌های مستقیم از کارآفرینان کرده بودند. در واقع، مراکز رشد در شهرهای کوچک‌تر اغلب خود را به عنوان «ایجادکنندگان بوم‌نظام» در نظر می‌گیرند و بخش بسیاری از زمان خود را صرف فعالیت‌هایی می‌کنند که به ایجاد شرایط بهتر بنگاه‌های ناحیه مربوطه می‌شوند. بررسی ویژگی‌های مراکز رشد کارآفرینی اجتماعی در هند نشان می‌دهد که این مراکز در حوزه‌های مختلفی همچون کشاورزی، آب، الکترونیک، محیط زیست و بهداشت محیط ورود کرده‌اند. شیوه حمایت مالی آنها از کسب و کارهای اجتماعی غالباً از طریق وام و ارائه گزینش‌های مختلف بوده است. مراکز رشد اجتماعی در هند عمدتاً به صورت غیرانتفاعی شکل گرفته‌اند و میزان پشتیبانی آنها از متقاضیان بین دو ماه تا سه سال متغیر بوده است. سایر جزئیات به شرح جدول ۱۷ است.

ویژگی‌های مشترک زیادی با سایر کسب و کارهای کوچک و در حال رشد دارند، ولی در عین حال چالش‌های متمایزی نیز دارند. کار کردن با جوامع با درآمد پایین در بازارهای غیرسنتی، می‌تواند دستیابی به سرمایه را با مشکل مواجه کند، هزینه‌های عملیات را افزایش دهد و جذب و حفظ کارکنان را دشوار سازد. همه بنگاه‌های اجتماعی با چالش ایجاد توازن بین سود و اثرات بر جامعه و محیط زیست مواجه‌اند. لذا مراکز رشد اجتماعی نیازمند مهارت‌ها و بینش‌های مناسب هستند تا:

- بنگاه‌های خطرپذیری را انتخاب کنند که بتوانند اثر اجتماعی روشنی داشته باشند و در عین حال از نظری تجاری پایا باشند.
- از بنگاه‌های اجتماعی به منظور پیوند با مشتریان در نواحی منزوی روستایی و به منظور شناخت، اندازه‌گیری و بهبود اثرات اجتماعی خود حمایت کنند.
- مریمان، سرمایه‌گذاران و متخصصان مرتبط را که درک صحیحی از بنگاه‌های اجتماعی دارند، پیدا کنند.

ولی مرکز رشد کارآفرینی اجتماعی موفق تنها بر طراحی مطلوب برنامه اتکا نمی‌کند؛ بلکه نقش مدیر مرکز رشد نیز مهم است و باید در بین تیم مرکز رشد، افرادی با زمینه کارآفرینی وجود داشته باشند. حکمرانی مراکز رشد باید به نحوی باشد که بتواند ریسک‌پذیری را امکان‌پذیر کند و به طور ایدئال، مشوق‌های آنها هم‌راستا با مشوق‌های شرکت‌ها و افراد تحت حمایت آنها باشد تا عملکرد مناسب شرکت‌ها و افراد منجر به شکوفایی مراکز رشد مربوطه شود.

■ مراکز رشد کارآفرینی اجتماعی در هند

در جهت بررسی مدل‌های سازمانی، مأموریت‌ها و رهیافت‌های مراکز رشد کارآفرینی اجتماعی، پنج مورد از این مراکز در کشور هند مورد توجه قرار گرفته است (به شرح جدول ۷). برخی از آنها به صورت تخصصی در حوزه بنگاه‌های اجتماعی کار می‌کنند، در حالی که برخی

جدول ۷. ویژگی‌های مراکز رشد منتخب هند [۵۴]

ویژگی‌ها / مدل	CIIE	SIIC	Village Startup	UnLtd India	Villgro
مکان	احمدآباد گجرات که برخی از دفاتر آن در چند شهر دیگر هند فعالیت می‌کنند.	خانپور اوتارپرادش	کوچی کرالا	مومبایی ماهاراشترا	شنایی تامیل نادو و بنگلور، کارناتاکا
مهم‌ترین محور فعالیت	تعیین بخش‌هایی با قابلیت بالا و محور و طراحی خدمات پرورش کسب‌وکار متناسب، به منظور رفع خلأها	تبدیل فضای رشد استفاده نشده دانشگاه به هاب فعال خدمات‌دهی به کارآفرینان	ایجاد شرکتهای پایدار بین دولت و صنعت و تأمین حمایت انعطاف‌پذیر برای استارت‌آپ‌ها	حمایت از افرادی که در پی حل مشکلات اجتماعی و عملیاتی کردن ایده‌های کارآفرینانه خود هستند.	تأمین حمایت متمرکز از بنگاه‌های اجتماعی با قابلیت بالا
مخاطبان	کارآفرینان جدید الورد در حوزه‌های فناوری، بهداشت محیط، انرژی، کسب‌وکار کشاورزی و آب	طیف وسیعی از نوآوران، از دانشجویان تا استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فناوری‌ها (دیجیتال، فناوری زیستی و انرژی)	کارآفرینان با هر سطحی از تجربه که در زمینه موبایل، اینترنت و فناوری الکترونیک کار می‌کنند	کارآفرینان اجتماعی جدید الورد	بنگاه‌های اجتماعی انتفاعی که قابلیت توسعه را داشته باشند
انواع خدمات غیرمالی	برنامه‌های شتاب‌دهی شامل مربیگری، کارگاه‌ها و دستیابی به امکانات فنی	مربیگری دستیابی به آزمایشگاه‌ها و تجهیزات ساخت نمونه حمایت از کسب‌وکار و IP	برنامه درسی خود-یادگیری مربیگری دستیابی به خدمات کسب‌وکار و تأمین‌کنندگان مربوطه	مربیگری کارگاه‌های یادگیری از همکاران	مربیگری دستیابی به استعدادها (فلوشیپ ویلگرو) دستیابی به خدمات کسب‌وکار و تأمین‌کنندگان مربوطه
انواع روش‌های تأمین مالی	عمدتاً سهام (equity)	سهام وام‌های بذری	وام‌ها و گرن‌های نرم ^۱	عمدتاً گرن‌ت، بعضاً شبه‌سهام	عمدتاً گرن‌ت، ایجاد صندوق سهام
آیا فضای کاری ارائه می‌شود؟	بلی	بلی	بلی	خیر	خیر
میانگین زمان حمایت	دو الی سه ماه	دو الی سه سال	یک الی سه سال	یک سال	یک الی سه سال
وضعیت	نهاد غیر انتفاعی مستقل	مبتنی بر گرن‌ت دانشگاهی	شرکت عمومی-خصوصی	غیر انتفاعی مبتنی بر کمک	غیر انتفاعی مبتنی بر کمک

۱. یک نوع تأمین مالی است که از سوی مؤسسه‌های دولتی و در مراحل اولیه حمایت از کسب‌وکارها صورت می‌گیرد.



■ مرکز غیرانتفاعی کارآفرینی اجتماعی WE کانادا

مرکز کارآفرینی اجتماعی WE نخستین مرکز در کانادا در زمینه بنگاه‌های اجتماعی نوآورانه برای جوانان زیر ۳۵ سال است. مأموریت این مرکز حمایت از رهبران جوان است تا ایشان بنگاه‌های اجتماعی را راه‌اندازی و توسعه دهند. این بنگاه‌ها باید راه‌حل‌های مبتنی بر کسب‌وکار را برای بزرگ‌ترین چالش‌های جامعه ارائه دهند. نهضت WE از موقعیت منحصر به فردی برای توانمندسازی نسل بعدی کارآفرینان جوان برخوردار است. این مرکز یکی از بزرگ‌ترین نهادهای غیرانتفاعی کانادا به‌شمار می‌رود.

مرکز کارآفرینی اجتماعی WE مرکز رشدی است که به شکل منحصر به فردی مصمم به شکل‌گیری نهضت جوانان از طریق بهبود مهارت‌های کارآفرینی و حمایت از توسعه بنگاه‌های اجتماعی در سراسر کانادا است. بنگاه‌های اجتماعی، گروه‌های هدف را به منظور رفع نیازهای منحصر به فرد جامعه خود و هم‌زمان، ایجاد شغل و تحقق رشد اقتصادی توانمند می‌کنند. با توجه به ماهیت خیریه‌ای این مرکز و همکاری آن با رهبران بخش اجتماعی، دو هدف به‌عنوان نقطه تمرکز در نظر گرفته شده است:

■ برنامه‌ریزی برای جوانان زیر ۲۵ سال در بیش از ۷۰۰۰ مدرسه، تقویت مجموعه مهارت‌ها به منظور موفقیت در کارآفرینی اجتماعی و تشویق جوانان نسبت به راه‌اندازی بنگاه‌های خرد در سراسر کانادا و توسعه اساسی آنها،

■ مربیگری، ایجاد دسترسی به منابع تأمین‌کننده سرمایه و انجام برنامه‌ریزی‌های کارشناسی برای افراد زیر ۳۵ سال در قالب یک شتاب‌دهنده.

آرزوی مطرح شده در بیست و پنجمین سالگرد تأسیس مرکز WE، ایجاد پیوند بین: ۱. نوآوری، ۲. محیط‌گردهمایی همه‌نهادهای غیرانتفاعی برای انجام کارهای خیر، ۳. بنگاه‌های اجتماعی و ۴. خدمات جامعه محلی در یک مکان است تا تغییرات اساسی در سطح محلی و جهانی اتفاق بیفتد. مناطق مجاور جنوب شرق تورنتو بالاترین تعداد سازمان‌های غیرانتفاعی اجتماع‌محور را در شهر تورنتو به خود اختصاص داده است. چشم‌انداز مرکز فوق، ایجاد هاب مرکزی در نقطه‌ای از تورنتو، به منظور فراهم‌سازی دستیابی آسان سازمان‌های اجتماعی، بنگاه‌های اجتماعی و کارآفرینان اجتماعی جوان بانگیزه، به حرفه‌آموزی، مربیگری، خدمات و منابع مورد نیاز تحقق چشم‌اندازهای خود و در نتیجه، افزایش پیامدها و حوزه تأثیر آنهاست. در یک فضای مشترک کاری، این نهادهای اجتماعی و کارآفرینان جوان به تعامل و شبکه‌سازی، یادگیری از یکدیگر و متخصصان در حوزه‌های وسیع قادر خواهند بود. مرکز کارآفرینی اجتماعی WE در صدد شکوفاسازی کامل قابلیت‌های بنگاه‌های اجتماعی است تا آنها را به رهبران حوزه کسب‌وکار تبدیل

کند. این مرکز جوانان و بنگاه‌های خطرپذیر مربوط به آنها را جذب برنامه چندساله رشد و شتاب‌دهی می‌کند تا این بنگاه‌ها توسعه یابند. در این راستا برنامه مرکز منابعی را در دو حوزه کلیدی برای تحقق تغییرات بزرگ ارائه خواهد کرد:

■ حمایت از کسب‌وکار: خدماتی از قبیل مدیریت منابع انسانی، تأمین مالی، مشاوره‌های حقوقی و حسابداری به بنگاه‌ها ارائه می‌شود.

■ حمایت از آثار اجتماعی: خدماتی از قبیل فراهم کردن شغل برای گروه‌های در معرض ریسک ارائه می‌شود تا آثار اجتماعی بنگاه‌ها تضمین شود [۵۵].

۲-۴. شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکارهای روستایی

علاوه بر مراکز رشد کسب‌وکار روستایی، نهادهای دیگری نیز تحت عنوان «شتاب‌دهنده‌ها» وجود دارند که خدمات تقریباً مشابهی در زمینه توسعه کسب‌وکارها به متقاضیان ارائه می‌دهند ولی از بسیاری جهات با مراکز رشد تفاوت دارند که در این گزارش و در ادامه به این تفاوت‌ها پرداخته شده است. در واقع شتاب‌دهنده‌ها مدل انتفاعی مراکز رشد هستند که پیدایش آنها به سال ۲۰۰۵ در بریتانیا برمی‌گردد و در ایران نیز اولین نمونه‌های آن در سال ۱۳۹۱ ایجاد شد [۵۶]. شتاب‌دهنده‌هایی را که بخش خصوصی تأمین مالی و اداره می‌کنند در ازای دریافت بخشی از سهام بنگاه‌های متقاضی، خدمات مالی، مشاوره‌ای و آموزشی را برای مدت زمان محدودی (حدود ۳ الی ۶ ماه) به آنها ارائه می‌کنند. مهم‌ترین امتیاز پذیرفته شدن در یک شتاب‌دهنده برای یک کارآفرین، مربوط به فراهم شدن امکان برخورداری از آموزش‌ها، مشاوره مربیان و تشکیل شبکه‌های ارتباطی است. کمک به کوتاه کردن روندهای راه‌اندازی و توسعه یک کسب‌وکار نوپا، مشارکت در فرایند فشرده، ارائه مربیگری و یا منتورینگ و راهنمایی و مشاوره از کارآفرینان پیش‌کسوت و باتجربه به کارآفرینان از کارکردهای مهم شتاب‌دهنده‌ها به‌شمار می‌روند. شتاب‌دهنده‌ها هم در موفقیت و هم در شکست شرکت مقابل شریک می‌شوند.

شتاب‌دهنده‌ها در غالب اوقات از استارت‌آپ‌هایی که تکنولوژی محور هستند حمایت می‌کنند و اخیراً تخصصی‌تر شده و بر حوزه خاصی (مثلاً سلامت دیجیتال) متمرکز می‌شوند. شتاب‌دهنده‌ها به استراتژی و مدل کسب‌وکار^۱ استارت‌آپ‌ها توجه ویژه‌ای دارند و معمولاً لازم است تا استارت‌آپ‌ها حداقل محصول قابل ارائه MVP^۲ از ایده خود داشته باشند [۵۷] تا حمایت شتاب‌دهنده‌ها را جلب کنند. از سوی دیگر حمایت شتاب‌دهنده‌ها از کسب‌وکارها در دوره‌های زمانی مشخص و کوتاهی صورت می‌پذیرد و مهم است که در این مدت کسب‌وکار نوپای مدنظر رشد سریع داشته باشد و سهم نسبتاً مناسبی از بازار را به‌دست آورد. شتاب‌دهنده‌ها در جریان حمایت‌های خود از مربیان باسابقه‌ای برای

1. Business Model

2. Minimum Viable Product (MVP)

موجود را ارتقا بخشند.

ماگدا توماسیان^۲ کارآفرین جوانی است که در این برنامه شتاب‌دهی کسب و کار شرکت کرده است. او مؤسس و صاحب یک چایخانه به نام «مصرنی»^۳ است. این چایخانه در روستای تساپاتاق^۴ در ساحل شرقی دریای سوان^۵ در منطقه غغار کونیک^۶ ارمنستان قرار دارد تا به گردشگران کمک کند تا با محیط‌های روستایی و ساکنان آنها ارتباط برقرار کنند. ماگدا بعد از ازدواج به تساپاتاق نقل مکان کرد. در ابتدا او و خانواده‌اش قصد داشتند یک غرفه کوچک بسازند تا روستاییان محلی بتوانند کالاهای خود را به گردشگران بفروشند اما این ایده توسعه پیدا کرد و به «مصرنی» تبدیل شد. یک اتاق چایی که رابط بین روستا و بازدیدکنندگان عمل می‌کند. ماگدا با تأسیس مصرنی یک محیط سنتی ایجاد کرده است که نه تنها بازدیدکنندگان خارجی را جذب می‌کند، بلکه گردشگران ارمنی را نیز به سوی خود کشانده است. به طور مشخص هدف این بوده است که مردم در کنار گذران اوقات خود در اتاق چای

مصرنی، با روستاییان و فرهنگ محلی آنها نیز آشنا شوند.

جمعیت تساپاتاق به مرور زمان و از طریق مهاجرت‌هایی که به این مکان صورت گرفته، افزایش پیدا کرده است. ماگدا متوجه شد که سنت‌ها و آداب و رسوم منحصر به فرد روستاییان در حال فراموش شدن است، بنابراین تصمیم گرفت داستان‌های آنها را از طریق اتاق چای به اشتراک گذارد. بسیاری از عتیقه‌های موجود در اتاق چای، متعلق به روستاییان است. ماگدا غذاهای سنتی منحصر به فردی را در منوی خود گنجانده است.

در حال حاضر مصرنی فقط در تابستان فعالیت دارد و در واقع یک کسب و کار فصلی است. با این وجود، این چایخانه خاص از زمان افتتاح، پذیرای صدها مهمان بوده و بازخوردهای مثبتی داشته است. ماگدا با افتخار می‌گوید که آنها در حال حاضر بازدیدکنندگان دائمی دارند و امیدوار است که اتاق چای در آینده نزدیک بتواند درآمد پایداری ایجاد کند.

با وجود داشتن چهار فرزند خردسال، ماگدا همچنان به کسب و کار خود ادامه می‌دهد و با دریافت آموزش‌های کارآفرینی سعی دارد فعالیت خود را توسعه داده و آن را از حالت فصلی خارج سازد. ماگدا اقرار می‌کند که پیشرفت مصرنی مدیون آموزش‌های کارآفرینی بوده است که در گذشته تجربه کرده و لازم است برای پیشرفت بیشتر، خود را به روز نگه دارد و به طور مداوم مهارت‌هایش را توسعه دهد. ماگدا تأکید کرده است که دائماً به دنبال مشارکت روستاییان در فعالیت تجاری خود بوده است. در این راستا او تمام غذاهای سنتی مصرنی را از تولیدکنندگان محلی

مشورت استفاده می‌کنند. مربی‌ها معمولاً کارآفرینان موفق، متخصصان فنی، اعضای اجرایی شتاب‌دهنده و سرمایه‌گذاران هستند که به طور همه‌جانبه به تیم‌های استارت‌آپی مشورت می‌دهند [۵۸].

۱-۲-۴. شیوه‌های تأمین مالی

تأمین مالی شتاب‌دهنده‌ها با مراکز رشد بسیار متفاوت است و این تفاوت به فلسفه شکل‌گیری آنها برمی‌گردد. هر چند ممکن است در راه‌اندازی شتاب‌دهنده‌ها، نهادهای غیرانتفاعی و سرمایه‌گذاران فرشته و حتی حمایت‌های دولتی نیز وجود داشته باشد، اما پایه و اساس شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌ها بخش خصوصی بوده و چون ماهیت بنگاه اقتصادی دارد، به دنبال تحقق اهداف مالی خود است. در این باره باید گفت چهار روش وجود دارد که شتاب‌دهنده با آنها درآمزی کرده و هزینه‌های خود را تأمین می‌کنند. این چهار روش عبارتند از [۵۹]:

■ تأمین مالی به واسطه رشد سهام (Growth Driven): از طریق رشد ارزش سهام استارت‌آپ‌ها،

■ تأمین مالی به واسطه دریافت شهریه (Fee Driven): از طریق دریافت هزینه‌های ارائه خدمات (آموزشی و مشاوره‌ای) به استارت‌آپ‌ها یا حق عضویت ماهانه،

■ تأمین مالی مستقل (Independent): این روش متکی بر استارت‌آپ‌ها نیست و بیشتر به دنبال کسب درآمد از طریق اسپانسرینگ، سرمایه‌گذاری‌های عمومی و شرکتي، برگزاری رویدادها و غیره است،

■ کمک‌های مالی از جانب بخش دولتی یا خصوصی: این نوع کمک‌ها در جهت توسعه اقتصاد محلی؛ توسعه کسب و کارهای نوآور و جذاب کردن شرایط مناطق برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران اعطا می‌شود.

۲-۲-۴. اتاق چای مصرنی، نمونه‌ای از تأثیرات شتاب‌دهنده‌های

کسب و کار روستایی

در نوامبر سال ۲۰۲۲، برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP) در ارمنستان و با مشارکت دولت این کشور اقدام‌های خلاقانه‌ای را در زمینه کارآفرینی به ویژه در میان زنان و جوانان در دستور کار قرار داد. در این خصوص و در میان پروژه‌های مختلف، برنامه شتاب‌دهنده‌ای آغاز به کار کرد که به طور ویژه زنان و کارآفرینان جوان را با مشاغلی که قبلاً تأسیس شده‌اند، مورد توجه قرار داد. از طریق این برنامه که شتاب‌دهنده خطرپذیر برنامه توسعه سازمان ملل متحد به نام ImactAim و مرکز رشد IRIS^۱ در ارمنستان اجرا می‌کند، مهارت‌های عملی و دانش نظری مورد نیاز به شرکت‌کنندگان ارائه می‌شود. در واقع هدف این است که کارآفرینان از طریق توسعه مهارت‌ها و دانش خود، کسب و کارهای

۱. این مرکز با حمایت‌های اتحادیه اروپا از کارآفرینان سوری و ارمنی پشتیبانی‌های لازم را به عمل می‌آورد. از جمله خدمات این مرکز می‌توان به ارائه تسهیلات مالی، خدمات مشاوره‌ای و آموزش‌های کارآفرینی اشاره کرد.

2. Magda Tovmasyan
3. Masreni
4. Tsapatagh
5. Sevan
6. Gegharkunik



و شرکت‌هایی که در مراحل اولیه هستند و هیچ ارتباط فAMILI با آنها ندارند، ابتدا سرمایه‌گذاری کرده و بعد مشارکت فعالی به‌عنوان مشاور یا عضو هیئت‌مدیره در آن کسب‌وکار دارند [۶۱].

سرمایه‌گذاران فرشته بعد از شکل‌گیری کسب‌وکار و راه‌اندازی استارت‌آپ، وارد کسب‌وکار می‌شوند. از این رو این نوع سرمایه‌گذاری ریسک و مخاطرات بیشتری در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌ها دارد؛ چراکه سرمایه‌گذار فرشته بعد از تأمین مالی استارت‌آپ، با این احتمال که برخی از استارت‌آپ‌ها با شکست مواجه می‌شوند، باید منتظر به نتیجه رسیدن آن و کسب سود خود باشد. به‌طور معمول سرمایه‌گذاران فرشته در ازای تأمین مالی، درخواست بخشی از سهام شرکت را از بنیان‌گذار استارت‌آپ خواهند داشت. این نوع سرمایه‌گذاری با نام‌های دیگری چون سرمایه‌گذار بذری^۲ و یا سرمایه‌گذاری خصوصی نیز شناخته می‌شود. در جدول ۸ نحوه هدایت کسب‌وکارهای کارآفرینانه توسط سرمایه‌گذاران فرشته با مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار مقایسه شده است.

تهیه کرده و همچنین کالاهای دست‌ساز و لوازم جانبی ساخته شده روستاییان را در مصرنی برای فروش به نمایش گذاشته است. ماگدا چشم‌انداز روشنی برای مصرنی دارد. او آرزو دارد آنجا را همیشه پر از مردم ببیند و مصرنی بیش از یک چایخانه معمولی باشد. او می‌گوید: مصرنی درباره تاریخ و فرهنگ است و من می‌خواهم مکانی منحصر به فرد و با شخصیت ویژه خود باشد [۶۰].

۳-۴. سرمایه‌گذاران فرشته

یکی از مهم‌ترین مسائل بنگاه‌های کارآفرینانه، توانایی آنها در دسترسی به سرمایه است. از آنجا که چنین شرکت‌هایی معمولاً هنوز سودآور نیستند و دارایی‌های ملموس کمی دارند، تأمین مالی از طریق بدهی معمولاً برای آنها امکان‌پذیر نیست. در نتیجه، کارآفرینان به‌جوه سرمایه‌گذاران خطرپذیر^۱ و سرمایه‌گذاران فرشته به‌عنوان منابع اولیه تأمین مالی کسب‌وکار خود تکیه می‌کنند. سرمایه‌گذاران فرشته به افراد ثروتمندی اشاره دارد که سرمایه خود را در مجموعه‌ای از استارت‌آپ‌ها

جدول ۸. مقایسه نحوه هدایت کسب‌وکارهای کارآفرینانه توسط سرمایه‌گذاران فرشته با مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار [۶۲]

معیارها	مراکز رشد	شتاب‌دهنده‌ها	سرمایه‌گذاران فرشته
مدت زمان آموزش و هدایت	یک تا سه سال	سه ماه	در لحظه، متغیر و وابسته به نوع کسب‌وکار
مدل کسب‌وکار	غیرانتفاعی	انتفاعی	ترکیبی از انتفاعی و غیرانتفاعی
نحوه انتخاب متقاضیان	غیررقابتی و باز	رقابتی و دارای فرایند مشخص	رقابتی
ارائه آموزش‌ها	از طریق به‌کارگیری روش‌های مختلف	با محوریت سمینارها	آموزش خاصی ارائه نمی‌شود
مربیگری	حداقل و با محوریت ارائه تاکتیک‌ها	حداکثر، توسط خود متقاضیان و دیگران	در صورت نیاز و توسط سرمایه‌گذار
مکان سرمایه‌گذاری	استقرار در مکان خاص	استقرار در مکان خاص	وابسته به مکان نیست

ساختار هدایت و ارتقای کارآفرینی و نوآوری هستند که اغلب اوقات و به‌اشتباه برداشت یکسانی از آنها می‌شود. در جدول ۹ به مهم‌ترین تفاوت‌های مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار اشاره شده است.

۴-۴. تفاوت‌ها و شباهت‌های مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار
همان‌طور که اشاره شد، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکار دو

۱. سرمایه‌گذاری خطرپذیر یا Venture Capital نوعی سرمایه‌گذاری است که افراد یا شرکت‌ها برای به‌دست آوردن سودهای بیشتر و کلان‌تر، در پروژه‌های تازه‌تأسیس یا نوپا به سرمایه‌گذاری اقدام می‌کنند. از آنجا که در ادبیات سرمایه‌گذاری، سود بالا همواره با ریسک بیشتر همراه است، به این نوع، سرمایه‌گذاری خطرپذیر می‌گویند.

1. Seed Investor

جدول ۹. تفاوت‌ها و شباهت‌های مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کار [۶۳]

شتاب‌دهنده‌ها	مراکز رشد	هدف
سرعت بخشیدن به رشد کسب و کار	ایجاد و توسعه کسب و کار	ارائه فضای کار
گاهی اوقات؛ تأکید بیشتر بر پشتیبانی‌های خدماتی است که از کسب و کارها صورت می‌گیرد	در اکثر اوقات فضای کار در اختیار قرار می‌گیرد	انواع خدمات
<ul style="list-style-type: none"> ■ سمینارها: مهارت‌های مدیریتی ■ مربیگری: تمرکز بر مدل و طرح اولیه کسب و کار ■ شبکه‌سازی: سایر کارآفرینان و بازیگران در بوم‌نظام ■ گسترده‌تری از کارآفرینی ■ تأمین مالی: گرنت ■ سایر: پشتیبانی مدیریتی (به‌عنوان مثال حسابداری)، تأمین مالی: قرض، دریافت حق سهام 	<ul style="list-style-type: none"> ■ آموزش: مهارت‌های کارآفرینی ■ مربیگری: تمرکز بر مدل و طرح اولیه کسب و کار ■ شبکه‌سازی: سایر کارآفرینان و بازیگران در بوم‌نظام ■ گسترده‌تری از کارآفرینی ■ تأمین مالی: گرنت ■ سایر: پشتیبانی مدیریتی (به‌عنوان مثال حسابداری)، تأمین مالی: قرض، دریافت حق سهام ■ دسترسی به خدمات تخصصی 	ارائه خدمات
اجباری و در یک بر نامه ساختار یافته ارائه می‌شود	بر اساس تقاضا	طول دوره پشتیبانی
معمولاً سه تا شش ماه	اغلب تا سه یا چهار سال و حتی در برخی اوقات بیشتر	معیارهای انتخاب و خروج
پذیرش به صورت یکپارچه و بر اساس فرآیند رقابتی به انجام می‌رسد	پذیرش در طول زمان در حال انجام است و انتخاب بر اساس معیارهای خاصی که هر مرکز رشد اتخاذ می‌کند	مستأجران
اغلب در مرحله پیش استارت‌آپی قرار دارند؛ دارای تجربه معمولاً مرحله استارت‌آپی را گذرانده‌اند؛ تجاری‌ری را در مورد ایده کسب و کاری خود داشته‌اند و معمولاً یک یا دو نیروی کار نیز دارند	اغلب در مرحله پیش استارت‌آپی قرار دارند؛ دارای تجربه معمولاً مرحله استارت‌آپی را گذرانده‌اند؛ تجاری‌ری را در مورد ایده کسب و کاری خود داشته‌اند و معمولاً یک یا دو نیروی کار نیز دارند	مدل کسب و کار
عمدتاً غیر انتفاعی هستند و هزینه‌های اجرایی خود را از طریق عمدتاً انتفاعی بوده و همراه با صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (در آمریکا) و یا ترکیبی از سرمایه‌گذاران خصوصی و دولتی است	درآمد حاصل از اجاره پوشش می‌دهند	

گروه‌های هدف: گروه‌های هدف این مراکز از سطح سواد عمومی، مالی و دیجیتال پایین‌تری برخوردار بوده‌اند.

مقرون به صرفه بودن: این مراکز راه‌حل‌های نسبتاً ابتدایی، کم‌هزینه و مقیاس پذیر را ترجیح داده‌اند.

مدل: مراکز رشد مورد بررسی بر توسعه ظرفیت‌ها و هدایت متقاضیان (مربیگری آنها) و حمایت از نوآوری هم در بخش فنی و هم در بخش شیوه‌های تجاری و تولیدی، تأکید داشته‌اند.

زمینه: صرف نظر از مدلی که مراکز رشد ایجاد می‌کنند، بسیار حیاتی است که این مراکز متناسب با نیازهای خاص کشور، مناطق و نواحی محل استقرار خود ایجاد شوند. با این حال، این موضوع ممکن است در نواحی روستایی و عشایری به دلیل فاصله بسیار زیاد آنها با مراکز نوآوری که معمولاً در شهرهای بزرگ مستقر هستند، چالش برانگیز باشد. مراکز رشد در نواحی شهری بزرگ از هزینه مبادله کمتر و بوم‌نظام بسیار متنوع‌تری برخوردارند.

همان‌طور که بررسی شد، مراکز رشد کسب و کارهای روستایی و مراکز شتاب‌دهی، الگویی تجربه شده در بسیاری از کشورهای جهان است. هر کدام از کشورها بنا به مقتضیات و سطح توسعه‌ای خود، الگویی متفاوت از این مراکز را راه‌اندازی و انتظارات متفاوتی را نیز از این ساختارها داشته‌اند؛ چنانچه مشاهده شد در فرانسه و در قالب این مراکز باز توزیع فضایی جدیدی از محل اسکان کسب و کارها از مناطق شهری

مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها با وجود تفاوت‌های ماهوی، ویژگی‌های مشترکی نیز دارند. ارائه خدمات مشاوره‌ای به کسب و کارهای نوپا، در نظر گرفتن برنامه‌های آموزشی، حمایت‌های فنی و مالی از جمله خدمات مشترکی است که می‌توان در بین مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها پیدا کرد. شتاب‌دهنده‌ها ممکن است بسیار به نسخه‌هایی از مراکز رشد شبیه باشند که از دهه ۶۰ میلادی وجود داشته‌اند. ترجیح مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها این است که با استارت‌آپ‌های سودده و با پتانسیل رشد بالا کار کنند (البته تمرکز شتاب‌دهنده‌ها فقط بر این قسم از استارت‌آپ‌ها است). آنچه فعالیت این دو را از هم متمایز کرده است جنبه غیرانتفاعی فعالیت مراکز رشد است. مراکز رشد معمولاً غیر سودده هستند و با دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند و فضای کاری را با قیمت مناسبی در اختیار کسب و کارهای نوپا قرار می‌دهند. هدف مراکز رشد، کسب و کارهای محلی است و معمولاً در استارت‌آپ‌ها سرمایه‌گذاری نمی‌کنند بلکه به دنبال ارتقای کسب و کارهای محلی هستند.

در کنار تفاوت مراکز رشد با شتاب‌دهنده‌ها باید به تفاوت‌های مراکز رشد کسب و کارهای روستایی و عشایری با دیگر انواع این مراکز اشاره کرد. بر این اساس، برخی از ویژگی‌های خاص مراکز رشد کسب و کارهای روستایی و عشایری به شرح زیر است [۴۰]:

تمرکز: مراکز رشد کسب و کارهای روستایی و عشایری غالباً در بخش کشاورزی و مواد غذایی تمرکز داشته‌اند.



نیست و هر کشوری باید بر اساس ایدئولوژی‌ها، شرایط اقتصادی، محیطی و اجتماعی خود از قابلیت‌های سازوکار مذکور بهره برد. در این راستا و در جهت پیاده‌سازی الگوی مراکز رشد کسب و کارهای روستایی در ایران، در ادامه شرایط حاکم بر بوم‌نظام کارآفرینی روستایی و عشایری کشور و سیاست‌ها و اسناد بالادستی مربوطه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

به سمت مناطق روستایی ایجاد شده است؛ در کشورهای همچون هندوستان و اندونزی اشتغال جوانان خلاق روستایی مهم‌ترین هدف از ایجاد مراکز رشد کسب و کار روستایی بوده است یا در آمریکا از این طریق تلاش شده است تا جوانان را به ادامه راه صاحبان‌بازنشسته کسب و کارهای روستایی با روش‌های نوآورانه، ترغیب کنند. بنابراین توسعه نوآورانه کسب و کارهای روستایی و عشایری از طریق مراکز رشد کسب و کار و شتاب‌دهی، تابع یک نسخه یکسان برای همه کشورها

۵. شرایط حاکم بر کارآفرینی روستایی و عشایری در ایران

جهاد سازندگی سابق عهده‌دار همه امور سیاستگذاری و برنامه‌ریزی عمران و توسعه روستایی بود. پس از ادغام این وزارتخانه در وزارت کشاورزی و تشکیل وزارت جهاد کشاورزی در ششم دی‌ماه ۱۳۷۹ و به‌رغم واگذاری مسئولیت رسیدگی به امور عمران و توسعه روستاها به این وزارتخانه طبق تصویب مواد (۱) و (۲) قانون تشکیل وزارت جهاد کشاورزی، پیگیری امور عمران و آبادانی نواحی روستایی دچار نوعی گسستگی، پراکنده‌کاری و موازی‌کاری بین دستگاه‌های اجرایی مختلف شد. تاجایی که در حال حاضر حداقل ۱۶ وزارتخانه و معاونت ریاست جمهوری در سیاستگذاری و تدبیر امور روستایی نقش‌آفرینی مستقیم دارند، بدون اینکه تصمیمات با هماهنگی و همیاری یکدیگر و در قالب چارچوب و چشم‌انداز مدون اتخاذ شود. در این ساختار نابسامان، بر نامه‌های توسعه کارآفرینی همچون قانون «حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی»، عمدتاً به دنبال ایجاد اشتغال بوده‌اند و نه توسعه کسب و کارهای نوآورانه و کارآفرینانه و توسعه نگرش‌های مرتبط با آن و در واقع در قالب این قبیل برنامه‌ها عمدتاً یک نوع توزیع اعتبار و پول پاشی صورت گرفته و کیفیت اشتغال و پایداری و اثرگذاری آنها مدنظر قرار نداشته است. علاوه بر این، طولانی بودن مدت زمان صدور مجوزها و هزینه‌بر بودن آن و نیز تعدد مراجع تصمیم‌گیر در این باره، از دیگر چالش‌هایی است که نظام حکمرانی موجود در مسیر توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری با آنها مواجه است.

با توجه به شکاف‌های عمیق توسعه میان عرصه‌های شهری و روستایی کشور، عشایر و روستاییان فرصت‌های محدودی را برای ایجاد مشاغل نوین و پردرآمد در اختیار دارند و آنها در زنجیره ارزش محصولات و خدمات حاصل از کسب و کارها بیشتر به عنوان تأمین‌کننده و فروشنده مواد خام عمل کرده‌اند و به‌طور شایسته و عادلانه از منافع احتمالی برخوردار نشده‌اند. همچنین، محدودیت منابع مالی در کنار مسائل نظیر مهاجرت جوانان و کمبود زیرساخت‌ها، دامنه ریسک‌پذیری و خلاقیت را در این محیط‌ها محدود کرده است. در چنین فضایی و به‌نحوی که پیش‌تر اشاره شد، برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی نیز به‌درستی جهت‌گیری نکرده‌اند. صرف ایجاد اشتغال بدون توجه به پایداری و رقابت‌پذیری کسب و کارها، عدم توجه به مزیت‌های مکانی، بی‌توجهی به نیاز و سلیقه بازار و محدود شدن اعتبارات مربوطه به افراد و گروه‌های خاص از مهم‌ترین چالش‌های طرح‌های توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری در کشور بوده است.

در چارچوب دقیق‌تر و براساس اسناد مورد بررسی در قسمت سوابق پژوهشی این گزارش [۷]، [۸]، [۹]، [۱۰]، [۱۱]، [۱۲]، [۱۳] و [۱۴] و همچنین سوابق مطالعاتی مرتبط در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (همچون مطالعه مرکز پژوهش‌های مجلس در سال ۱۳۹۸ [۶۴])، چالش‌های توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری در کشور را می‌توان از ابعاد حکمرانی، فنی و زیرساختی، استعدادیابی و توانمندسازی، تأمین مالی و دسترسی به بازار و نگرش‌های روان‌شناختی، به شرحی که در ادامه آمده است، مورد بررسی قرار داد.

الف) نظام حکمرانی توسعه روستایی

حاکمیت نظام برنامه‌ریزی بخشی و عدم تعیین متولی توسعه و عمران روستایی سبب شده تا برنامه‌های توسعه روستایی جهت‌گیری مشخص و پایداری نداشته باشند و موازی‌کاری و آشفتگی در نظام مدیریت و سیاستگذاری توسعه روستایی و عشایری کاملاً مشهود باشد.^۱ تا قبل از سال ۱۳۷۹، وزیر و وزارت

ب) فنی و زیرساختی

گاه شکست برنامه‌های توسعه کارآفرینی متأثر از موانع زیرساختی و عدم پشتیبانی‌های فنی است. در این خصوص، نبود زیرساخت‌های مناسب از قبیل تجهیزات و خدمات عمومی (مانند زمین، برق، جاده، حمل و نقل، ICT، ماشین‌آلات و سایر تجهیزات مربوطه) و ضعف در ارائه خدمات فنی پشتیبانی نشدن مداوم صاحبان کسب و کار و استارت‌آپ‌ها از خدمات

۱. جهت مطالعه بیشتر، رک اظهار نظر کارشناسی درباره: «طرح جامع توسعه و عمران روستایی کشور»، با شماره مسلسل: ۱۷۴۰۶

- نبود سازو کار محلی برای بسیج امکانات و دارایی های نواحی روستایی و عشایری از جمله جذب منابع خیرین بومی برای اجرای طرح های اقتصادی در آمدزا و اشتغال زا،
- پایین بودن ظرفیت الگوهای مدیریت پروژه در بخش کشاورزی و روستاها.

ه) نگرش های روان شناختی

بخش دیگری از موانع توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری به ماهیت برخی نگرش های افراد در این عرصه ها برمی گردد. در این خصوص می توان به پایین بودن روحیه ریسک پذیری و توان مالی پایین خانوارهای روستایی و عشایری کشور اشاره کرد که انجام هرگونه اقدام نوآورانه و توانمندسازی جسورانه را در این محیط ها محدود ساخته است. با وجود اینکه ساختارهایی مانند پارک های علم و فناوری و مراکز رشد و نوآوری در کشور ایجاد شده اند ولی بنا به دلایلی که در ادامه خواهد آمد، این ساختارها به نقش آفرینی در رفع چالش های مذکور و بهبود بوم نظام کارآفرینی دانش بنیان روستایی و عشایری کشور قادر نبوده اند.

ضعف های پارک های علم و فناوری، مراکز رشد و نوآوری و خانه های خلاق در توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری

در حال حاضر مراکزی همچون پارک های علم و فناوری، مراکز رشد، مراکز نوآوری و شتاب دهنده های کسب و کار به طرح های نوآورانه در زمینه کسب و کار خدماتی ارائه می دهند، اما این مراکز نتوانسته اند با توجه به شرایط و محدودیت های خاص نواحی روستایی و عشایری کشور، در زمینه توسعه نوآورانه اقتصاد محلی فعالیت خاصی را به انجام رسانند. دلایل عدم موفقیت نهاد های مذکور در این زمینه و نیز ضرورت شکل گیری مراکزی با کارکردها و وظایف مراکز رشد کسب و کار روستایی و عشایری به شرح موارد زیر است:

- **تمرکز بر هدف ویژه یعنی توسعه نوآورانه اقتصادی محلی:** در مراکز رشد کسب و کارهای روستایی تأکید بر استارت آپ های محلی است و هدف رشد و توسعه اقتصاد محلی با تأکید بر رقابت پذیری در مزیت های منطقه ای است، اما در شتاب دهنده ها و مراکز نوآوری گستره وسیعی از استارت آپ ها مدنظر است و تأکید خاصی بر مقیاس جغرافیایی و دامنه عمل آنها به لحاظ فضایی وجود ندارد و در نتیجه استارت آپ ها به صورت رقابتی از سراسر کشور انتخاب می شوند.

- **مکان استقرار:** نواحی شهری به دلایلی همچون تمرکز جمعیت، وجود خوشه های صنعتی، حضور دانشگاه های حمایت کننده، وجود فرهنگ کارآفرینی و در کل شرایط زیرساخت های بهتر، پذیرای مراکز ارائه دهنده خدمات توسعه ای برای کسب و کارها بوده است و عمده مراکز رشد در نواحی شهری مستقر شده اند. این در حالی است که براساس بررسی تجارب صورت گرفته، مراکز رشدی که حوزه فعالیتی آنها بر کسب و کارهای روستایی متمرکز بوده است، در نواحی روستایی استقرار یافته و از این طریق سعی شده تا دسترسی افراد دارای طرح و

توسعه مهارت ها که آنها را به روز و رقابت پذیر نگه می دارد)، از جمله مهم ترین چالش هایی است که می توان به آن اشاره کرد.

ج) استعداد یابی و توانمندسازی

نبود ساختار نظام مند استعداد یابی و توانمندسازی کارآفرینان بالقوه و بالفعل سبب شده تا بوم نظام کارآفرینی روستایی و عشایری کشور با چالش های زیر روبه رو باشد:

- حوزه ارتقای مهارت ها:
- عدم برنامه ویژه برای توانمندسازی کارآفرینان جوان در راستای مزیت های خاص مناطق.
- پایین بودن دانش فنی به خصوص در زمینه راه اندازی و مدیریت بنگاه های جدید و نوآور.
- حوزه شبکه سازی:
- عدم ایجاد ساز و کارهای مناسب برای همکاری بین دانش آموختگان مجرب و شبکه جامعه محلی.
- حوزه آمایش سرزمینی:
- فقدان ارائه ایده های کسب و کار درآمدا، فقرزدا و متناسب با شرایط محلی.
- حوزه بازاررسانی:
- ناآشنایی به روز و کافی با بازارهای داخلی و خارجی، استانداردها، سلاقی و ترجیحات بازار.

د) تأمین مالی و دسترسی به بازار

عدم دسترسی پایدار به بازار یکی از مهم ترین معضلاتی است که کسب و کارهای روستایی و عشایری کشور با آن مواجه بوده اند. در این خصوص، فقدان یک فضای آزمایشگاهی که در آن افراد روستایی و عشایری صاحب ایده، به میزان عملی بودن ایده های خود پی برده و بازارهای احتمالی محصول خود را بررسی کنند، از جمله دلایل مهم شکست کسب و کارهای روستایی و عشایری بوده است. در خصوص تأمین مالی نیز باید اشاره داشت که توسعه کارآفرینی روستایی کشور از تأمین مالی متناسب بهره مند نیست و بخش عمده ای از اعتبارات اشتغال زایی و کارآفرینی روستایی و عشایری از مسیر تولید و اشتغال دانش بنیان خارج می شود. عدم درک الزامات و شرایط خاص تولیدی بنگاه های کوچک و متوسط از سوی بانک ها، مؤسسه ها و نهادهای اعتباری و عدم تأمین به موقع منابع مالی مورد نیاز کسب و کارها، مشکلات اساسی را در جهت پایداری و رقابت پذیری کسب و کارها ایجاد کرده است. به طور کلی و در شرایط فعلی، تأمین مالی کسب و کارهای نوآور روستایی با چالش های زیر روبه رو است:

- فقدان سازو کاری برای شناسایی کارآفرینان فعال در نواحی روستایی و عشایری و حمایت هدفمند از آنها؛ به خصوص کاهش ریسک سرمایه گذاری از طریق سرمایه گذاری مخاطره پذیر،



ایده کارآفرینی به این مراکز تسهیل شده و براساس ماهیت خاص اقتصاد نواحی محلی، مدل توسعه نوآورانه کسب و کارها در این فضاها تدوین شود. لذا می‌توان با شبکه‌سازی مناسب، زمینه استقرار این نهادها را در مناطق روستایی و کانون‌های عشایری فراهم کرد.

● **سطح فناوری و نوآوری:** شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری معمولاً کسب و کارهایی را مورد حمایت قرار می‌دهند که سطح استفاده از فناوری و نوآوری در آنها بالا باشد و در نتیجه با در نظر گرفتن چنین شرایطی، بسیاری از طرح‌های کسب و کار روستایی نمی‌توانند مورد حمایت این نهادها قرار گیرند. مراکز رشد کسب و کار روستایی چنین محدودیتی ندارند و ارتقای نوآوری و فناوری در کسب و کارها را در طول فرایند و براساس قابلیت‌های متفاوت کسب و کارها در نظر می‌گیرند.

همچنین باید اشاره کرد که پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد عمدتاً دارای ماهیتی دولتی هستند، این موضوع در حالی است که بر اساس تجربه‌نگاری صورت گرفته، مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کارهای روستایی به صورت غیرانتفاعی و یا بر طبق الگوی مشارکت عمومی - خصوصی تشکیل شده و به انجام فعالیت می‌پردازند. لازم به ذکر است که علاوه بر ساختارهای ذکر شده، خانه‌های خلاق و نوآوری نیز در کشور مشغول به فعالیت هستند که صرفاً بر صنایع نرم و فرهنگی متمرکز شده و محل استقرار آنها نیز همچون پارک‌های علم و فناوری در مناطق شهری است. نقطه اتصال خانه‌های خلاق و نوآوری با مناطق روستایی و عشایری، حمایت این مراکز از صنایع دستی و کسب و کارهای حوزه گردشگری به صورت رویداد محور و مقطعی است که البته آمار مشخصی نیز از عملکرد مراکز مذکور در این ارتباط وجود ندارد. همچنین با وجود تأکید بر تأسیس خانه‌های خلاق در مناطق محروم، اما طبق آمار معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، از ۱۰۴ خانه خلاق و نوآوری موجود در کشور تعداد ۵۹ خانه در تهران متمرکز شده‌اند که این موضوع می‌تواند ناشی از دولتی

بودن این مراکز باشد.

لذا این ساختارها ناتوان از راهبری توسعه کارآفرینی به خصوص به شکل دانش بنیان در نواحی روستایی و عشایری بوده‌اند. همچنین در بسیاری از موارد، شکست طرح‌ها و برنامه‌های توسعه اقتصادی در مناطق روستایی کشور به دلیل عدم اعتماد مردم به اجرایی شدن و کارآمدی این طرح‌هاست. تداخل وظایف دستگاه‌های اجرایی و نهادهای غیردولتی سبب شده تا طرح‌های نسبتاً مشابهی در موضوع‌های مختلف از جمله اشتغال روستایی شکل گیرد و از آنجا که این برنامه‌ها کمتر توانسته‌اند انتظارات جامعه هدف خود را برآورده سازند، طرح‌های آتی نیز حتی با داشتن پشتوانه نظری و تجربی مناسب و در نظر گرفتن ساز و کارهای اجرایی برای آنها با مقاومت و عدم اعتماد جامعه محلی روبه‌رو خواهند شد و در این زمینه ضروری است تا به چگونگی جلب اعتماد و مشارکت مؤثر مردم اندیشیده شود. این امر با توجه به اینکه سرمایه انسانی و اجتماعی به عنوان مهم‌ترین سرمایه‌های مورد نیاز در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری به‌شمار می‌رود، از اهمیت فوق‌العاده برخوردار است.

مرتفع ساختن چالش‌های مورد اشاره نیاز به همت و مدیریت جهادی دارد؛ چراکه با وضعیت اشاره شده، نه تنها بخش خصوصی به شکل فراگیر، حاضر به سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی و نوآوری نیست، بلکه رفع این چالش‌ها، حداقل در کوتاه‌مدت به تنهایی از عهده دولت و مجموعه‌های مرتبط با آن بر نمی‌آید و به مشارکت جهادی تمام ذی‌مدخلان و ذی‌نفعان مربوطه در بوم‌نظام کارآفرینی روستایی و عشایری کشور با بهره‌گیری از رویکرد جهاد و کارآفرینی اجتماعی نیاز دارد. لذا در ادامه و در این گزارش به ضرورت اتخاذ رویکرد مدیریت جهادی در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری، اشاره شده است.

۶. ضرورت اتخاذ رویکرد مدیریت جهادی در توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری

گرامی داشتن مردم است [۶۷]. مبانی فکری و فلسفی این رویکرد به شرح موارد زیر است [۶۸] [۶۹]:

- اعتقاد به خداوند به عنوان یگانه منشأ تأثیرات و کاربست حداکثر توان و تخصص برای انجام تکلیف،
- توسعه منابع انسانی از طریق تلفیق حرفه‌آموزی و جهاد با نفس،
- تلقی بهبود تولید محصول و رشد اقتصادی به عنوان ابزار و نه هدف غایی،
- برخورداری از نیت مبارزه با استکبار و نگاه توأم به بهبود رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی،
- جایگاه اساسی ارتباط مستمر با مردم،

با توجه به پراکندگی، دورافتادگی و ضعف زیرساختی و دانش فنی در مناطق روستایی و عشایری، توسعه کارآفرینی در این عرصه‌های فضایی نیازمند برخورداری از روحیه مدیریت جهادی است. دیدگاه‌های کوتاه‌مدت و انتفاعی از موفقیت‌چندانی در توسعه کارآفرینی در مناطق مذکور برخوردار نبوده‌اند و ضرورت دارد از نگرش‌های معنوی و جهادی در مسیر توسعه نوآورانه اقتصاد محیط‌های روستایی بهره‌برداری شود [۶۵]. مفهوم مدیریت جهادی تفاسیر و پنداشت‌های متفاوتی دارد ولی تفاوت اصلی مدیریت جهادی با سایر نظام‌های مدیریت، در پیش‌فرض‌ها و مبانی فکری آن است که مدیریت جهادی بر پایه آموزه‌ها و ارزش‌های اسلامی است [۶۶] و هدف غایی آن نزدیکی و خدمت به بندگان او و

محلی را به بهترین نحو برمی‌انگیزاند و می‌تواند زمینه‌ساز پیشرفت شگرف در عرصه کارآفرینی روستایی و عشایری شود. بند بیستم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران نیز بر «تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، بهره‌وری، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و اشتغال مولد» تأکید دارد.

از دید مدیریت جهادی، کارآفرینی تلاش مبتنی بر مؤلفه‌های ارزشی با حداکثر توان جسمی، مادی و تخصصی برای کسب منافع حلال در جامعه است که محیط کاری پویا، شاداب و خدایسندانه ایجاد می‌کند [۷۰].

انجام هرگونه برنامه‌ریزی در راستای نوآورانه کردن اقتصاد روستایی و عشایری نیازمند توجه و رعایت موازین، اصول و تأکیدات اسناد بالادستی مرتبط است. با رعایت این اصول است که می‌توان به هم‌افزا شدن و هدفمند بودن برنامه‌ها و سیاست‌های مربوطه امیدوار بود.

- اعتقاد جدی به شفافیت و پاسخگویی،
 - تأکید بر برنامه‌ریزی غیرمتمرکز و از پایین به بالا،
 - محوریت داشتن دانش بومی،
 - تأکید بر منطقه‌گرایی به جای بخشی‌نگری در فرایند سیاست‌گذاری،
 - تأمین معیشت پایدار در کنار حفظ منابع تولید،
 - انجام کار با حداکثر توان و دریافت حقوق و پاداش به‌اندازه نیاز اساسی.
- مدیریت جهادی، برخلاف رویکردهای صرفاً انتفاعی، از اهمیت زیادی در توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری برخوردار است. از آنجا که در مناطق مذکور سرمایه مالی معمولاً در سطح پایینی قرار دارد و تخصص انسانی نیز از میزان تراکم اندکی برخوردار است، لذا باید اقدام‌های تسهیل‌گرانه مناسبی به منظور آماده‌سازی فضا و شکل‌گیری بوم‌نظام کارآفرینی انجام شود. فعالیت مبتنی بر مدیریت جهادی، اهمیت ویژه برای توانمندسازی اقشار محروم قائل است، منجر به حداکثر هم‌مدلی با جامعه محلی شده و انگیزه‌های درونی، نگرش‌های معنوی و مشارکت

۷. اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی نظام پیرامون توسعه کارآفرینی در

مناطق روستایی و عشایری

کارآفرینی و نوآوری به چشم می‌خورد که قابل تعمیم به توسعه کارآفرینانه و نوآورانه نواحی روستایی و عشایری است.

در اسناد بالادستی (شکل ۴)، به‌ویژه سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری در حوزه‌های مختلف تأکیدات ارزشمندی در زمینه

شکل ۴. سیاست‌های بالادستی کشور مرتبط با توسعه کارآفرینی و نوآوری





سیاست‌های کلی اشتغال

رهبر معظم انقلاب اسلامی، سیاست‌های کلی اشتغال را پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام، در مورخ ۱۳۹۰/۰۴/۲۸ ابلاغ فرموده‌اند. محورهایی از این سیاست که با توسعه نوآورانه اقتصاد محلی قرابت دارد به شرح زیر است:

- ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی و استفاده از تولیدات داخلی به‌عنوان ارزش اسلامی و ملی با بهره‌گیری از نظام آموزشی و تبلیغی کشور،
 - ارتقای توان کارآفرینی با مسئولیت نظام آموزشی کشور (آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش عالی) و توأم کردن آموزش و مهارت و جلب همکاری بنگاه‌های اقتصادی برای استفاده از ظرفیت آنها،
 - ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار با تأکید بر استفاده از توسعه فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان،
 - بهبود محیط کسب و کار،
 - حمایت از تأسیس و توسعه صندوق‌های شراکت در سرمایه برای تجاری‌سازی ایده‌ها و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، کوچک و نوآور [۷۱].
- براساس محورهای اشاره شده در سیاست‌های کلی اشتغال، «توأم کردن آموزش و مهارت» یا به‌تعبیری بهتر کاربردی‌تر کردن آموزش‌ها، دانش‌بنیان‌سازی کسب و کارها و تجاری‌سازی ایده‌ها و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، کوچک و نوآور از طریق تأسیس و توسعه صندوق‌های شراکت در سرمایه، از جمله موضوع‌های مورد تأکید در توسعه کارآفرینی و بهبود محیط کسب و کارهای روستایی و عشایری است.

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی (ابلاغی ۱۳۹۲/۱۱/۲۹) از دیگر اسناد بالادستی مرتبط با موضوع دانش‌بنیان کردن اقتصاد نواحی روستایی و عشایری است. سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در ۲۴ بند تدوین شده که بندهای اول، دوم، سوم، پنجم، هفتم و بیستم آن ارتباط نزدیکی با اهداف و موضوع توسعه کارآفرینی و تزریق نوآوری در اقتصاد کشور (در همه ابعاد و سطوح) دارد. محتوای بندهای مذکور به موارد زیر اشاره دارد.

■ فعال‌سازی همه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به‌منظور توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی،

- پیشسازی اقتصاد دانش‌بنیان، پیاده‌سازی و اجرای نقشه جامع علمی کشور و سامان‌دهی نظام ملی نوآوری به‌منظور ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه،
- محور قرار دادن رشد بهره‌وری در اقتصاد با تقویت عوامل تولید، توانمندسازی نیروی کار، تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد، ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استان‌ها و به کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور،

- سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره تولید تا مصرف متناسب با نقش آنها در ایجاد ارزش، به‌ویژه با افزایش سهم سرمایه انسانی از طریق ارتقای آموزش، مهارت، خلاقیت، کارآفرینی و تجربه،
 - تأمین امنیت غذا و درمان و ایجاد ذخایر راهبردی با تأکید بر افزایش کمتی و کیفی تولید (مواد اولیه و کالا)،
 - تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، بهره‌وری، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و اشتغال مولد و اعطای نشان اقتصاد مقاومتی به اشخاص دارای خدمات برجسته در این زمینه.
- براساس موارد مطرح شده، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به‌صورت کاملاً روشن به این موضوع اشاره دارد که توسعه نوآورانه اقتصاد محلی در گرو: ۱. بسیج منابع مادی و معنوی برای توسعه کارآفرینی، ۲. مشارکت حداکثری و مؤثر مردم محلی در فعالیت‌های اقتصادی و سهم‌بری عادلانه آنها از ارزش افزوده ایجاد شده، ۳. توجه به مزیت‌های خاص و رقابتی هر منطقه، ۴. اقدام براساس نظام ملی نوآوری، ۵. ارتقای سرمایه‌های معنوی افراد از جمله خلاقیت و ۶. توسعه کارآفرینی با رویکرد فرهنگ و مدیریت جهادی است. شایان ذکر است که در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی همانند سیاست‌های کلی اشتغال، «توسعه فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان» به‌عنوان یکی از محورها مورد تأکید قرار گرفته است.

سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی

رهبر معظم انقلاب اسلامی در تاریخ ۱۴ بهمن ۱۳۹۱ سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی را ابلاغ کردند. سیاست مذکور دارای ۲۳ بند است که به‌طور مشخص محورهای زیر در خصوص توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی و عشایری و نوآورانه کردن چرخه اقتصادی این مناطق قرار دارد:

- هدایت، تقویت تحقیق، توسعه و نوآوری‌ها و زیربنای آنها، از جمله با هدف حمایت از تجاری‌سازی فناوری محصول و بهره‌گیری از جذب و انتقال دانش فنی و فناوری‌های روز و ایجاد نظام ملی نوآوری،
 - افزایش سهم بخش‌های تعاونی و خصوصی در تولید ملی، از جمله با حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهت کارآمدسازی آنها،
 - تنظیم نقش نهادهای عمومی غیردولتی اقتصادی در جهت تولید ملی،
 - بسترسازی و سامان‌دهی اشتغال و حرکت نیروی کار ایرانی در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی،
 - توسعه نهادهای مردمی برای رشد تولید ملی،
 - جلوگیری از اتلاف و راکد ماندن سرمایه‌های فیزیکی و انسانی ایرانی،
 - گسترش و حمایت از نهادهای مالی توسعه‌ای.
- اصول مورد تأکید در سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، حمایت هدفمند از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، به‌فعلیت درآوردن سرمایه‌های فیزیکی و انسانی بی‌شمار و استفاده از ظرفیت نهادهای عمومی غیردولتی در این راستاست. سیاست‌های کلی

■ افزایش سهم علم و فناوری در اقتصاد و درآمد ملی،
■ تولید و صادرات محصولات دانش بنیان و متکی بر فناوری های بومی
به ویژه در حوزه های دارای مزیت و ظرفیت.
سیاست های کلی علم و فناوری یکی از مهم ترین اسناد بالادستی کشور
است که به طور مستقیم با موضوع توسعه نوآورانه و فناورانه اقتصاد نواحی
روستایی و عشایری ارتباط پیدا می کند. بر اساس اصول مورد تأکید در
این سند بالادستی، سیاستگذاری توسعه نوآورانه اقتصاد روستایی باید
مبتنی بر بهره گیری از مزیت های اولویت دار مناطق روستایی و عشایری
با تقویت فرهنگ کسب و کار در این عرصه ها باشد.

نقشه جامع علمی کشور

نقشه جامع علمی کشور بنا به تعریف، مجموعه ای جامع و هماهنگ،
پویا و آینده نگر، شامل مبانی، اهداف، سیاست ها و راهبردها، ساختارها و
الزامات تحول راهبردی علم و فناوری مبتنی بر ارزش های اسلامی برای
دستیابی به اهداف چشم انداز بیست ساله کشور بوده که در آن تلاش شده
بر مبانی ارزشی و بومی کشور، تجربیات گذشته و نظریه ها و نمونه های
علمی و تجارب عملی تکیه شود. مهم ترین ارزش های این سند که با
موضوع کارآفرینی و نوآوری در اقتصاد روستایی و عشایری همخوانی
دارد مواردی به شرح زیر است:

■ عدالت محوری، پرورش استعدادها و دستیابی همگان به خصوص
مستضعفان در حوزه علم و فناوری،
■ علم و فناوری کمال آفرین، توانمندسازی، ثروت آفرین و هماهنگ با
محیط زیست و سلامت معنوی، جسمی و روانی و اجتماعی آحاد جامعه،
■ اخلاق محوری، تقدم مصالح عمومی بر منافع فردی و گروهی، تقویت
روحیه تعاون و مشارکت و مسئولیت پذیری آحاد جامعه علمی و
نهادهای مرتبط با آن.
مطابق با اصول نقشه جامع علمی کشور، نقش آفرینی عموم مردم به ویژه
افشار مستضعف و محروم جامعه در پویایی بوم نظام کارآفرینی کشور
ضرورت دارد. علاوه بر این در این سند بالادستی اشاره شده است که
کاربرد علم و فناوری باید با مقتضیات محیط زیستی و سلامت اجتماعی
و معنوی جامعه همسویی و هماهنگی داشته باشد.

قانون اساسی جمهوری اسلامی

اصل بیست و هشتم قانون اساسی به این مورد اشاره دارد که افراد
جامعه در انتخاب شغل خود به نحوی که مخالف اسلام و مصالح عمومی
و حقوق دیگران نباشد، آزادی عمل دارند و دولت موظف است با رعایت
نیاز جامعه به مشاغل گوناگون، برای همه افراد امکان اشتغال به کار و
شرایط مساوی را برای احراز مشاغل ایجاد نماید.

این اصل از قانون به درستی می تواند پشتیبان سیاست های متنوع سازی
منابع معیشتی جوامع روستایی و عشایری با توجه به توانمندی های
خاص این مناطق باشد. در این راستا، وجود مراکز پشتیبان کارآفرینی

فوق، صراحتاً بر تنظیم نقش نهادهای عمومی غیر دولتی اقتصادی در
جهت تقویت تولید ملی تأکید داشته اند که این نقش می تواند از طریق
بند «گسترش و حمایت از نهادهای مالی توسعه ای» از سوی این نهادها
اتفاق بیفتد. این نهادها البته باید از رقابت با بخش خصوصی پرهیز
کرده و در چارچوب ضوابط مربوطه، از طریق توسعه نهادهای مردمی به
بسترسازی و سامان دهی اشتغال و حرکت نیروی کار اقدام کنند.

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

بیانیه گام دوم انقلاب به مناسبت چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب
اسلامی در تاریخ ۲۲ بهمن ۱۳۹۷ صادر شده است. در این بیانیه با هدف
«جهاد بزرگ برای ساختن ایران اسلامی بزرگ»، توصیه هایی ارائه
شده است. مخاطب این توصیه ها مردم و به ویژه جوانان هستند [۷۲].
در این بیانیه توصیه ها و ارزش هایی حاکم است که ارتباط مستقیمی با
سیاست های اشتغال و کارآفرینی دارد. این موارد عبارتند از:

■ خودسازی و جامعه پردازی،
■ امید و نگاه خوش بینانه به آینده،
■ بهره جستن از مزیت های اقتصادی کشور،
■ جهاد گسترده در عرصه علم و فناوری و جبران عقب ماندگی ها در
این حوزه،
■ استقلال اقتصادی،
■ دانش بنیان شدن اقتصاد،
■ درون زایی اقتصاد کشور (توجه به توان های داخلی)،
■ مردمی کردن اقتصاد،
■ حمایت از قشرهای نیازمند،
■ کاهش شکاف طبقاتی.

داشتن روحیه جهادی و بهره گرفتن از ظرفیت های خاص کشور با اتکا
به نوآوری و فناوری، جان مایه اصول بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی
است که جبران عقب ماندگی های موجود را نیز با همین روحیه جهادی
امکان پذیر می داند. در این ارتباط، مناطق روستایی و عشایری کشور با
توجه به محدودیت های زیرساختی و ضعف نیروی انسانی متخصص به
جهاد گسترده تری نیاز دارند تا بتوانند مزیت های ویژه خود را با کاربرد
علم و فناوری مطابق تقاضا و ترجیحات بازار ارائه کنند.

سیاست های کلی علم و فناوری

مهم ترین سیاست ها و ارزش های هم راستای سیاست های کلی علم و
فناوری (ابلاغی ۱۳۹۳/۰۶/۲۹) درباره موضوع کارآفرینی و دانش بنیان
کردن اقتصاد کشور عبارتند از:

■ توزیع عادلانه فرصت ها،
■ حفظ و جذب سرمایه های انسانی،
■ ارتقای نوآوری نظام مند و کار جمعی،
■ تقویت فرهنگ کسب و کار دانش بنیان،



اصول قانونی مورد اشاره، ضرورت دارد تا در جهت تقویت کارآفرینی در محیط‌های روستایی، بهبود و ایجاد زیرساخت‌های اولیه مورد نیاز در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد.

سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور

سند چشم‌انداز بیست‌ساله ایران، سندی برای تبیین افقی برای توسعه ایران در زمینه‌های مختلف فرهنگی، علمی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است که در تاریخ ۱۳۸۲/۰۸/۱۲ ابلاغ شده است. «برخوردار از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی»، «برخوردار از... فرصت‌های برابر، توزیع مناسب درآمد، به‌دور از فقر، تبعیض و...» و برخورداری از «روحیه تعاون و سازگاری اجتماعی» از جمله موضوع‌های مورد تأکید در سند چشم‌انداز بیست‌ساله است که با سیاست‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی و عشایری ارتباط پیدا می‌کند. به‌طور کلی می‌توان گفت سیاست‌های کلی و بالادستی مرتبط با توسعه کارآفرینی و نوآوری در کشور از چند بعد قابل بررسی است؛ نخست اینکه این سیاست‌ها آینده اقتصادی کشور را از رهگذر اقتصاد دانش‌بنیان می‌بینند و نکته بعدی تأکید است که این سیاست‌ها بر محوریت‌زدایی و حرکت جمعی در جهت رفع عقب‌ماندگی‌ها با علم و فناوری داشته‌اند. رسیدن به اشتغال کامل با تکیه بر علم و فناوری و مهارت‌آموزی و پرورش استعدادها از دیگر اصول پر تکرار در محورهای مورد تأکید این سیاست‌هاست. علاوه بر این موارد، اصول دیگری همچون تأکید بر مزیت‌ها و فناوری‌های بومی و استفاده از توانمندی‌های اقشار محروم جامعه و بهره‌جستن از نهادهای عمومی غیردولتی در شکوفا ساختن استعدادها نیز قابل احصاست و در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و عشایری باید از آنها تبعیت کرد.

در عرصه‌های روستایی و عشایری کشور دامنه و آزادی انتخاب شغل، به‌ویژه مشاغل نوآورانه را برای مردمان این نواحی بهبود خواهد بخشید. **اصل چهل و سوم قانون اساسی:** محرومیت همواره مترادف و همراه با روستا و زندگی روستایی و عشایری بوده است. اصل چهل و سوم قانون اساسی با محور قرار دادن محرومیت و ریشه‌کن کردن فقر در جهت استقلال اقتصادی جامعه، بر محورهای زیر تأکید کرده است.

۱ تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به‌منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسایل کار در اختیار همه کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند، در شکل تعاونی، از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر که نه به تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص منتهی شود و نه دولت را به صورت کارفرمای بزرگ مطلق درآورد. این اقدام باید با رعایت ضرورت‌های حاکم بر برنامه‌ریزی عمومی اقتصاد کشور در هر یک از مراحل رشد صورت گیرد.

۲ رعایت آزادی انتخاب شغل و عدم اجبار افراد به کاری معین و جلوگیری از بهره‌کشی از کار دیگر،

۳ استفاده از علوم و فنون و تربیت افراد ماهر به نسبت احتیاج برای توسعه و پیشرفت اقتصاد کشور،

۴ تأکید بر افزایش تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی که نیازهای عمومی را تأمین کند و کشور را به مرحله خودکفایی برساند و از وابستگی برهاند.

همان‌طور که از محتوای اصل چهل و سوم قانون اساسی نیز مشخص است، **محرومیت‌زدایی، اشتغال‌زایی، تأمین فناوری برای مستضعفان و توانمندسازی نیروی کار (یا جویای کار)** از مهم‌ترین محورهای این اصل هستند. در بررسی تجارب جهانی مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های کسب و کار روستایی مشخص شد که ضعف در زیرساخت‌ها و دسترسی به خدمات اولیه یکی از مهم‌ترین دلایل فعالیت کمتر این مراکز در محیط‌های روستایی بوده است؛ بنابراین مطابق با

۸. جمع‌بندی و پیشنهادها

آموزشی در سطح مناطق، عدم توجه کافی به ایده‌های نوآورانه افراد روستایی و عشایری و پرورش ندادن آنها و موارد بسیار دیگر از جمله مسائلی است که به دلیل نداشتن الگوی کارآفرینی و اشتغال‌زایی پایدار و دانش‌بنیان در اقتصاد روستایی و عشایری کشور رخ داده است. بنابراین داشتن راهبرد و الگوی مشخص که به‌صورت هدفمند و نوآورانه و در تناسب با مزیت‌های مکانی، به توسعه کسب و کارهای روستایی و عشایری در کشور کمک کند، ضرورت اساسی پیدا کرده است. طبق بررسی‌های انجام گرفته و در جهت برطرف کردن چنین ضرورتی، مراکز رشد و شتاب‌دهی کسب و کارهای روستایی به‌عنوان ابزاری برای نوآورانه کردن اقتصادهای محلی در دستور کار کشورهای توسعه‌یافته و حتی در حال توسعه قرار گرفته است. این مراکز با محور قرار دادن

با توجه به اصول، رویکردها و راهبردهای مورد بررسی در خصوص توسعه نوآورانه، فناورانه و پایدار اقتصاد روستایی و عشایری، مهم‌ترین نکته‌ای که به‌نظر می‌رسد در ابتدای مسیر دانش‌بنیان کردن اقتصاد روستایی و عشایری باید به آن توجه کرد، داشتن چارچوب و الگوی توسعه‌ای قبل از انجام هر گونه اقدام عملی است. اقدام‌های موردی و مقطعی بدون ارزیابی جامع و صرف توزیع اعتبارات در قالب طرح‌های اشتغال‌زایی از سوی نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی، عدم کشف فرصت‌های کارآفرینی در سطح محلی، شکل ندادن به شبکه‌های کارآفرینی منطقه‌ای، متنوع نشدن سبد معیشتی خانوارهای روستایی و عشایری، توجه نامناسب به مزیت‌های برتر منطقه، عدم ارائه خدمات متناسب به کسب و کارهای نوپای محلی، بهره‌نبردن شایسته از توان دانشگاه و مراکز علمی و

جدیدی از محل اسکان کسب و کارها از مناطق شهری به سمت مناطق روستایی مدنظر قرار گرفته است؛ در کشورهایی همچون هندوستان و اندونزی ایجاد اشتغال برای جوانان خلاق روستایی مهم ترین هدف از ایجاد مراکز مذکور بوده است یا در آمریکا از این طریق تلاش شده است تا جوانان را به ادامه راه صاحبان بازنشسته کسب و کارهای روستایی با روش های نوآورانه ترغیب کنند.

با وجود تجارب جهانی موفق و نیز تأکیده های سیاست های بالادستی کشور بر محوریت زدایی مناطق محروم و روستایی به واسطه توسعه کارآفرینی و نوآوری، اما همان طور که بررسی شد، بوم نظام کارآفرینی روستایی و عشایری در ایران با چالش های عدیده ای در مسیر توسعه ای خود روبه رو است و در جهت برون رفت از وضعیت موجود، این بوم نظام نیازمند یک پوست اندازی اساسی با نقش آفرینی نهادهای محلی غیرانتفاعی برای هدایت و حمایت از کارآفرینان و سرمایه گذاران روستایی و عشایری با کارکردهای مشابه مراکز رشد و شتاب دهنده های کسب و کار روستایی است. وابستگی مراکز رشد به دولت و کم رنگ بودن اهداف و مأموریت های اجتماعی در شتاب دهنده های کسب و کار، ضرورت ترکیب این دو ساختار و استفاده از مزیت های آنها را در قالب یک مدل هیبریدی (ترکیبی) نمایان می کند. در مدل ترکیبی، دولت تأمین کننده زیرساخت ها خواهد بود و پویایی حاصل از مدل شتاب دهنده ها (از جمله از طریق عدم وابستگی اداره کنندگان این مراکز به حقوق و دستمزد دولتی) می تواند تحقق اهداف اجتماعی و غیرانتفاعی مدنظر در مدل مراکز رشد را همراه با رشد اقتصادی شتابان و پایدار تسریع کند. نداشتن برنامه و راهبرد مشخص در زمینه توسعه کارآفرینی و نوآوری محلی، فقدان بازوی اجرای ارائه دهنده خدمات مورد نیاز به طرح ها و کسب و کارهای نوآور، عدم ورود پارک های علم و فناوری و مراکز رشد و نوآوری به موضوع توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری و پابرجا ماندن چالش های پیش روی توسعه کارآفرینی در محیط های روستایی و عشایری از جمله مهم ترین ضرورت های قابل اشاره در زمینه اتخاذ رویکرد تحولی و شکل دهی مراکز رشد و شتاب دهی کسب و کارهای روستایی و عشایری هستند. همان طور که در شکل ۵ نیز به روشنی مشخص است، دانش بنیان کردن اشتغال نواحی روستایی و عشایری از تأکیدات سیاست ها و اسناد بالادستی کشور بوده است. در همین راستا مقام معظم رهبری نیز اشاره دارند که «در دوران جنگ و دفاع مقدس برای آن مجموعه هایی که مشغول طراحی جنگ بودند، شب و روز، تعطیل و غیر تعطیل، اول هفته و آخر هفته معنا نداشت؛ مرتب مشغول کار بودند. امروز باید برای ایجاد اشتغال به همان نحو تلاش شود. جوان ما باید بتواند از نیرویش، برای اداره زندگی خود و پیشرفت کشور به معنای حقیقی استفاده کند؛ کشور هم این ظرفیت را دارد» [۷۳]. علاوه بر این، تجارب جهانی مربوطه هم از طریق ابزارهایی همچون مراکز رشد و شتاب دهنده های کسب و کار روستایی، توسعه کارآفرینی و نوآوری در محیط های روستایی را پیگیری کرده اند.

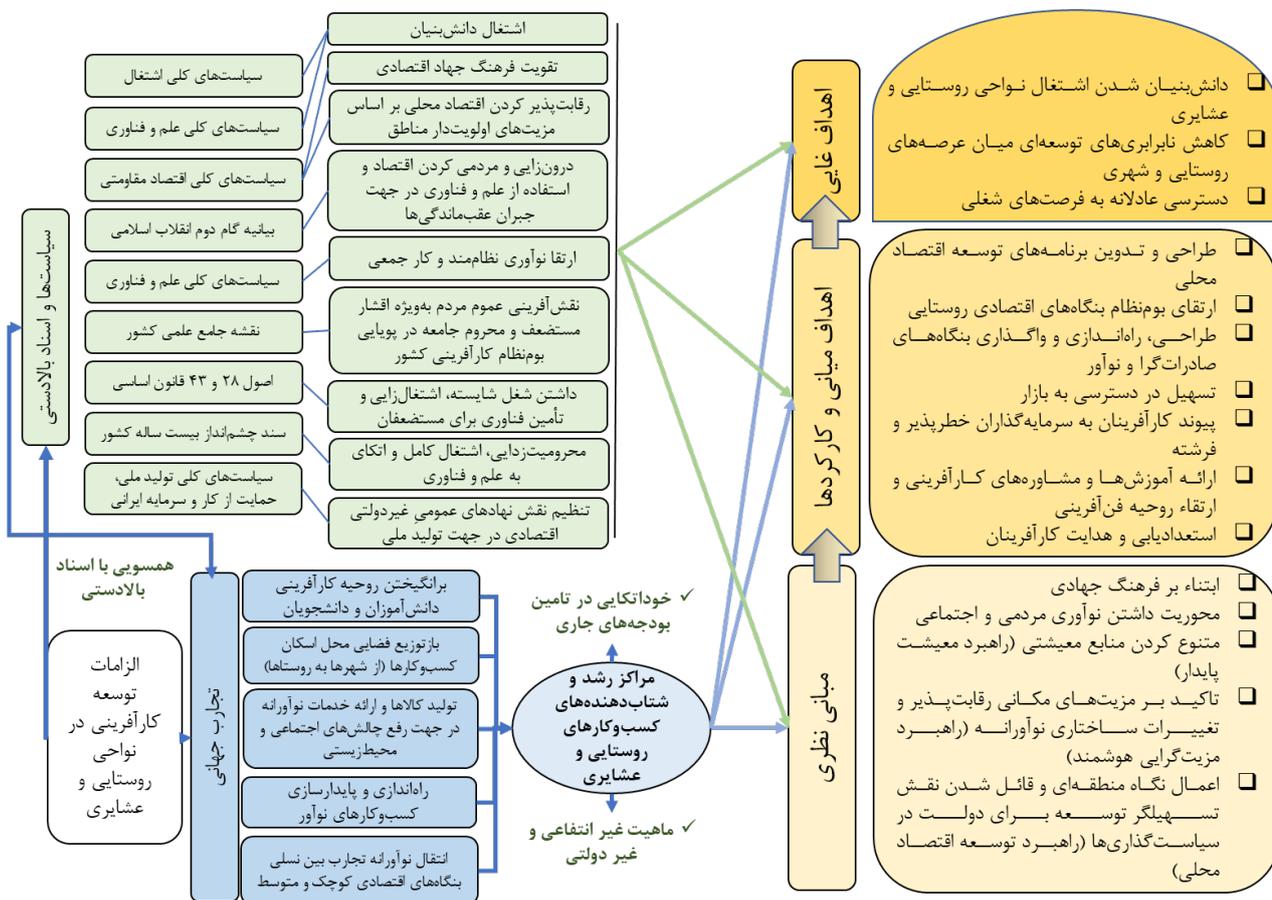
مزیت های مکانی و امکان توسعه این مزیت ها در زنجیره ارزش محلی، ملی و جهانی، به آموزش و ارائه خدمات مورد نیاز به متقاضیان کارآفرینی در محیط های روستایی می پردازند و در این مسیر و به میزان بالغ شدن ایده های کسب و کار میزان تأمین مالی خود را از این ایده ها افزایش می دهند؛ چنین فرایندی نوآورانه بودن نظام کارآفرینی روستایی را تضمین و کمک می کند تا اقتصاد روستایی تنها متکی به یک بخش خاص نباشد.

براساس تجربه نگاری صورت گرفته، مراکز رشد و شتاب دهی کسب و کار روستایی فعال در کشورهای مورد بررسی بر مبنای اصول خاصی شکل گرفته اند. غیرانتفاعی بودن، تأمین بخشی از هزینه های زیرساختی از محل اعتبارات دولتی و در عین حال پیوند پایداری اقتصادی این مراکز به سودآوری و پویایی بنگاه های اقتصادی مربوطه، شکل گیری نظام نوآوری منطقه ای، فعالیت براساس شرایط و مزیت های خاص مکان های محل استقرار و پذیرش اولیه و محترم شمردن تنوع طرح ها و ایده های کسب و کار از جمله مهم ترین ضروریات است که در ایجاد مراکز مذکور به آنها توجه می شود. به طور کلی در توسعه نوآورانه بوم نظام کارآفرینی روستایی با محوریت مراکز رشد و شتاب دهی کسب و کار، توجه به اصول و مبانی زیر ضرورت می نماید:

- توسعه نوآورانه و فناورانه اقتصاد روستاها با مزیت گرایی هوشمند،
 - پویا کردن بوم نظام کارآفرینی از طریق ایجاد شبکه ای قوی از جوامع دانشگاهی، تجاری، سازمان ها و شرکت های غیردولتی با محوریت مراکز رشد و با حمایت نهادهای دولتی مربوطه در سطح مناطق،
 - تأکید بر متنوع سازی سبب معیشتی خانوارهای روستایی،
 - کشف فرصت های کارآفرینی روستایی از پایین و تشکیل شبکه کارآفرینان روستایی در سطح منطقه (شهرستان) و محور قرار دادن آنان در فرایند سیاست گذاری های نوآورانه اقتصاد محلی،
 - تأکید بر فراگیر بودن و مردمی بودن نوآوری ها و ارائه نوآوری ها و فناوری های مبتنی بر تقاضای جامعه روستایی (تقاضا محور بودن)،
 - تقویت اعتماد به نفس کارآفرینان روستایی با ارائه خدمات و مهارت های مورد نیاز و تسهیل در بازاررسانی پایدار محصولات آنان،
 - ارزشیابی برنامه ها و خدمات ارائه شده در راستای نوآورانه شدن اقتصادهای محلی و اطمینان از بهبود مستمر فعالیت ها،
 - متنوع کردن منابع تأمین مالی مراکز رشد و کاهش وابستگی آنها به مؤسسه مادر یا مراکز دولتی،
 - اولویت بخشی به پرورش و حمایت از کسب و کارهای افراد و شرکت هایی که خروجی طرح و ایده آنها دارای آثار مثبت اجتماعی و محیط زیستی است.
- در کنار اصول مورد اشاره، مهم ترین نکته در ایجاد مراکز رشد و شتاب دهنده های کسب و کار روستایی این موضوع بوده است که نهادهای مذکور در کشورهای مختلف در پی تحقق اهداف و مأموریت های متنوعی به وجود آمده اند. در فرانسه و در قالب این مراکز، باز توزیع فضایی



شکل ۵. ضرورت توسعه اشتغال دانش‌بنیان در نواحی روستایی و عشایری کشور



نظر، تسهیل کرده است. با توجه به جهت‌گیری‌های مذکور، راه‌اندازی مراکز تحت عنوان **مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری** به‌عنوان نهادهای هدایت‌کننده و حمایت‌کننده کسب و کارهای نوآور روستایی و عشایری و همچنین تقویت نقش آفرینی دانشگاه‌ها در این زمینه، مورد پیشنهاد است. این نهادها می‌توانند نوآوری و فناوری مناسب برای مناطق مختلف را تعریف کرده و از این رهگذر بر ارزش افزوده تولیدات و محصولات روستایی و عشایری بیافزایند. در ادامه به جزئیات پیاده‌سازی راهکارهای یادشده اشاره می‌شود.

راه‌اندازی مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری

مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری تلفیقی از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها خواهند بود که با انجام متناسب‌سازی‌های مربوطه و جمع‌بندی خصوصیات هریک از آنها و نیز بهره‌مندی از اصول تفکر جهادی در زمینه توسعه کسب و کارهای نوپا و نوآورانه به‌صورت غیرانتفاعی فعالیت می‌کنند. وظایف و مأموریت‌ها و همچنین الزامات شکل‌گیری مراکز مذکور در ادامه بیان شده است.

الگوی پیشنهادی برای مناطق روستایی و عشایری ایران

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، شکل‌گیری نهادی محلی به‌منظور هدایت و حمایت از کسب و کارهای روستایی و عشایری باید متناسب با شرایط، نیازها و مقتضیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی و عشایری کشور باشد. در این راستا، در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی جهت‌گیری‌هایی همچون: ۱. بهبود فرهنگ کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی با تأکید بر اقتصاد دانش‌بنیان (سیاست‌های کلی اشتغال، سیاست‌های کلی علم و فناوری)، ۲. تقویت فرهنگ جهاد اقتصادی و رقابت‌پذیر کردن اقتصاد محلی بر اساس مزیت‌های اولویت‌دار مناطق (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی)، ۳. حمایت هدفمند از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط با بهره‌گیری از ظرفیت نهادهای عمومی غیردولتی، ۴. درون‌زایی و مردمی کردن اقتصاد و استفاده از علم و فناوری در جهت جبران عقب‌ماندگی‌ها (بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی)، ۵. ارتقای نوآوری نظام‌مند و کار جمعی (سیاست‌های کلی علم و فناوری)، ۶. نقش‌آفرینی عموم مردم به‌ویژه اقشار مستضعف و محروم جامعه در پویایی بوم‌نظام کارآفرینی کشور (نقشه جامع علمی کشور)، ۷. داشتن شغل شایسته، اشتغال‌زایی و تأمین فناوری برای مستضعفان (اصول ۲۸ و ۴۳ قانون اساسی) و ۸. محرومیت‌زدایی، اشتغال کامل و اتکای به علم و فناوری (سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور)، شرایط را برای تشکیل نهادهای محلی مورد

ملاحظات و الزامات

ایجاد مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری دارای ملاحظات و الزاماتی به شرح زیر خواهد بود:

- تعیین صلاحیت‌های عمومی اشخاص متقاضی تشکیل مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری توسط سازمان بسیج مستضعفین و صدور مجوز فعالیت مراکز مذکور از سوی وزارت جهاد کشاورزی ظرف یک هفته پس از دریافت تأییدیه صلاحیت اشخاص متقاضی، با رعایت سقف تعداد مراکز.
- مراکز، توسط دانش‌آموختگان مقاطع کارشناسی به بالا با اولویت حداقل سه سال تجربه اجرایی در زمینه ارائه مشاوره و توسعه کارآفرینی و برخوردار از روحیه جهادی مدیریت می‌شوند. سازمان بسیج مستضعفین با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، مکلف به شناسایی، سازمان‌دهی و به‌کارگیری این افراد است.
- این مراکز در تأمین هزینه‌های جاری، خودگردان بوده و مجازند در ازای ارائه خدمات توسعه کسب و کار، از بنگاه‌های تولیدی و خدماتی مربوطه هزینه اخذ کنند.
- به‌استثنای دوره گذار (متناسب با نوع فعالیت اقتصادی) و کسب درآمد محلی برای ماندگاری و نیز به‌منظور الگوسازی و اعتمادسازی، هرگونه بنگاهداری یا تصاحب سهام کسب و کارهای مورد هدایت، رأساً و مستقلاً از سوی این مراکز ممنوع است و مراکز مذکور صرفاً به ارائه خدمات توسعه کسب و کار به بنگاه‌های اقتصادی روستاییان و عشایر مجاز هستند.
- این مراکز مجازند بنگاه‌های اقتصادی صادرات‌گرا یا با فناوری پیشرفته را اجرا و به یکی از روش‌های فروش به قیمت تمام شده و یا اجاره به شرط تملیک، به متقاضیان با اولویت تشکل‌های صاحب صلاحیت (که در متن قانون پیشنهادی مربوطه به این صلاحیت‌ها اشاره می‌گردد) واگذار کند.
- پیش‌بینی ساز و کاری به‌منظور آگاه‌سازی و برانگیختن انگیزه‌های معنوی آحاد جامعه به‌ویژه دانش‌آموختگان و جوانان برای مشارکت فعالانه و مستقیم در جهاد اقتصادی، ریشه‌کنی فقر و جهش تولید پایدار در مناطق روستایی و عشایری از سوی سازمان بسیج مستضعفین با همکاری سازمان تبلیغات اسلامی.
- در جهت جلب اعتماد و مشارکت مؤثر آحاد مردم، این مراکز در سال آغازین فعالیت خود در قبال ارائه خدمات توسعه کسب و کار، می‌توانند هزینه‌ای از مردم محلی دریافت نکنند و درآمدهای خود را برای دوره گذار (دوره اعتمادسازی) از محل راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی تأمین کنند. ادامه فعالیت آنها منوط به رضایت مردم محلی خواهد بود.
- حداقل ۵۰ درصد منابع مربوط به بخش اشتغال‌زایی و کارآفرینی نهادهای انقلابی مانند ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره)، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، سازمان بسیج مستضعفان، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و کمیته امداد امام خمینی (ره) (در صورت موافقت مقام معظم رهبری)، می‌تواند برای شکل‌گیری و اجرای فعالیت‌های این مراکز اختصاص یابد.
- وزارت جهاد کشاورزی و وزارت کشور مکلف خواهند بود که امکانات و فضاهای اداری خود را که کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند و یا بلااستفاده

وظایف و مأموریت‌ها

- بر اساس چالش‌های شناسایی شده در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی و عشایری در ایران و در چارچوب ضوابط و مقررات موجود، مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری وظایف و مأموریت‌های زیر را با رعایت قوانین و مقررات و مباحث آمایش سرزمین می‌توانند به انجام رسانند:
- کمک به هدایت نقدینگی جامعه به تقویت تولید و تجهیز منابع مالی مورد نیاز از جمله با توسعه صندوق‌های تأمین مالی خرد، تأمین مالی جمعی و کشاورزی اجتماع پشتیبان،
 - تأمین سرمایه اولیه در قالب اعطای کمک‌های مالی، اعتبارات یارانه‌ای و شراکت حداکثر سه‌ساله و معادل درصدی از سهام بنگاه‌های نوپا و کارآفرین و کمک به تبدیل آنها به شرکت‌های صادرات‌گرا و نوآور،
 - شناسایی و سازمان‌دهی دانش‌آموختگان صاحب صلاحیت و تسهیل استفاده اشخاص مذکور از اراضی منابع طبیعی در قالب واگذاری حق بهره‌برداری، به‌منظور اجرای طرح‌های اقتصادی پایدار، فقرزدا و صادرات‌گرا،
 - شناسایی، پرورش و حمایت از فرزندان مستعد خانوارهای روستایی و عشایری فقیر در زمینه کارآفرینی،
 - تدوین و انتقال تجارب کسب و کار و ارائه راهنمایی و مشاوره به جوانان و کارآفرینان روستایی و عشایری، با مرئوس حرفه‌ای و متخصص و کارآفرینان پیش‌کسوت و باتجربه،
 - فراهم کردن فضای برای آزمایش ایده‌های نوآورانه و هدایت سرمایه‌گذاران و تقویت پیوند با کارآفرینان روستایی و عشایری،
 - مطالعه قابلیت‌های اقتصادی مناطق و تدوین طرح‌های توجیهی پربازده و به‌روز،
 - انجام تحقیقات بازاریابی به‌صورت متمرکز و اتصال بنگاه‌های اقتصادی مناطق به بازارهای ملی و جهانی،
 - ایجاد صرفه مقیاس از طریق برقراری پیوندهای افقی و عمودی بین بنگاه‌های خرد، کوچک، متوسط و بزرگ و توسعه خوشه‌های صادراتی،
 - نوسازی و ارتقای شرکت‌های تعاونی در مناطق و تجهیز و بسیج منابع مردمی برای اجرای برنامه‌ها و طرح‌های پیشرفت و آبادانی دهستان،
 - جلب مشارکت جوامع محلی در حفظ، نگهداری و بهره‌برداری صحیح از تأسیسات و زیرساخت‌های مربوطه،
 - ارتقای هویت و منزلت اجتماعی مناطق، توان‌افزایی روان‌شناختی مستضعفان و ارتقای سرمایه‌های روحی و معنوی خانوارها و پرورش استعداد‌های انسانی و ایجاد روستاها و مناطق عشایری تراز انقلاب اسلامی در مناطق،
 - ارتقای مالکیت مستقیم ساکنان مناطق بر دارایی‌های مولد و فناوری‌ها با هدف سهم‌پیری عادلانه از منافع حاصله در چارچوب توسعه اجتماع محور،
 - توسعه ابتکارات محلی به‌منظور یافتن راهکارهای خلاقانه و مقرون‌به‌صرفه برای بهبود دسترسی خانوارهای روستایی و عشایری به خدمات عمومی.



در آمدی این مراکز غالباً از طریق درآمدهای حاصل از ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به صاحبان کسب و کار و در اختیار قرار دادن فضای فیزیکی به آنها تأمین می‌شود. البته شایان ذکر است که در مراحل ابتدایی، مراکز مذکور باید به صورت آزمایشی در چند اقلیم و مناطق روستایی و عشایری با کارکردهای اقتصادی متفاوت بر اساس شاخص‌های صحیح جانمایی اجرا و بعد از اعمال اصلاحات لازم در مدل، به کل کشور تعمیم داده شوند.

نقش دانشگاه‌ها در تقویت مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری

شایان ذکر است که دانشگاه‌ها نقش محوری را در پشتیبانی فکری، تولید ایده و به‌روزرسانی ساختار مراکز رشد کسب و کارهای روستایی برعهده دارند. براساس تجارب بررسی شده، پیشنهادهای زیر برای ارتباط و همسویی دانشگاه‌های کشور با مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری ارائه می‌شود:

■ تقویت نگرش‌های نوین در خصوص کار آفرینی روستایی و عشایری

با تغییر رویکردها در نظامات برنامه‌ریزی آموزشی رشته‌های دانشگاهی: بررسی تجارب کار آفرینی روستایی و اجتماعی در دانشگاه‌های منتخب حاکی از این نکته است که رویکرد دانشگاه‌ها به کار آفرینی روستایی صرف ارائه مباحث نظری نبوده است و در نظامات آموزشی نوین، دانشجویان در یک فرایند آموزشی - تجربی قرار گرفته و یادگیری در حین اجرا را تجربه می‌کنند. تغییر رویکرد در رشته‌های مرتبط فعلی و ایجاد رشته‌های جدید (همچون کار آفرینی پیامدگرا) در راستای عملی کردن این پیشنهاد تفسیر می‌شود.

■ توسعه مهارت‌های کار آفرینی در محیط‌های روستایی و عشایری از طریق ارتباط دانشگاه با بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط:

در این قالب دانشجویان می‌توانند از تجارب کار آفرینان موفق در محیط‌های روستایی و عشایری کشور بهره‌مند شوند. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌تواند در قالب تنظیم دو واحد درسی در سرفصل دروس رشته‌های مرتبط با کار آفرینی روستایی توسعه مهارت‌های مذکور را در دستور کار قرار دهد.

سایر پیشنهادهای این گزارش در کنار ایجاد مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری به‌عنوان پیشنهاد مکمل و تسهیل‌کننده فعالیت مراکز مذکور به شرح زیر است:

■ تدوین بسته تحول در نظام تأمین مالی کار آفرینی روستایی و عشایری کشور

با محوریت تقویت ایده‌های نوآورانه و حمایت از اشخاص نوآور و کار آفرین و صاحبان ایده؛ توسط بانک مرکزی و با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، معاونت علمی و فناوری اقتصاد دانش‌بنیان، وزارت جهاد کشاورزی و سازمان بورس و اوراق بهادار.

■ اعطای مشوق‌ها و انگیزه‌های لازم برای فعالیت شتاب‌دهنده‌های بخش خصوصی در مناطق روستایی و عشایری:

در کنار مراکز جهاد اقتصادی که با هدف ایجاد جهش در توسعه نوآورانه مشاغل روستایی و عشایری ایجاد می‌شود، ضرورت دارد دولت با محوریت وزارت جهاد کشاورزی با رعایت ضوابط قانونی، امکانات مناسب از جمله زمین و فضای استقرار را برای سایر فعالان همانند دانشگاه‌ها به‌منظور راه‌اندازی شتاب‌دهنده‌ها در مناطق

هستند طی قراردادی و به‌صورت رایگان در اختیار این مراکز قرار دهند. چنانچه مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری از شرایط مندرج در قرارداد و وظایف و مأموریت‌های خود فاصله بگیرد، مجوز فعالیت آنها باطل خواهد شد.

● طول دوره رشد کسب و کارها حداکثر یک سال خواهد بود. البته مشارکت مراکز با صاحبان کسب و کار در قالب سرمایه‌گذاری خطرپذیر می‌تواند بین یک تا سه سال ادامه داشته باشد. همچنین این مراکز باید خدماتی همچون امکان دسترسی به امکانات تخصصی و خدمات مشاوره‌ای را پس از سپری شدن دوره رشد به‌عنوان خدماتی ثابت و بدون محدودیت زمانی ارائه کنند.

● عواملی از جمله وجود دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، خوشه‌های کسب و کار، شرایط و کیفیت زیرساخت‌ها و وجود مزیت یا مزیت‌های خاص اقتصادی در تعیین مکان استقرار این مراکز تأثیرگذار خواهد بود. برای استقرار چنین مراکزی باید در پی راهبردهایی بود که بتوان براساس آنها، با شبکه‌سازی افقی و عمودی بین روستاییان و عشایر و تشکلهای مربوطه از یک سو و کار آفرینان، سرمایه‌گذاران، دانشگاه‌ها و سایر بازیگران از سوی دیگر، ضمن رعایت ملاحظات پایداری اقتصادی، مانع از حذف و بی‌بهره ماندن مناطق روستایی و عشایری از حضور و فعالیت این نهادها شد.

● این مراکز مکلفند تا در راستای انجام اعتمادسازی و نیز رعایت اصل شفافیت، عملکرد خود را هر سه ماه یک‌بار (فصلی) و به‌صورت عمومی منتشر کنند.

● در راستای ایجاد فرصت مشارکت برابر برای سرمایه‌گذاران خطرپذیر، برنامه‌های این مراکز برای جذب سرمایه‌گذار به‌منظور اجرای کسب و کارهای نوآور، باید در قالب فراخوان به اطلاع همه متقاضیان حقیقی و حقوقی رسانده شود.

● هر چند راه‌اندازی این مراکز ضرورتاً نیازمند تصویب قانون مستقل توسط مجلس شورای اسلامی نیست ولی پیش‌بینی تشکیل مراکزی در قالب قانونی جامع برای توسعه روستایی کشور می‌تواند پایداری چنین نهادهایی را به شکل بهتری فراهم نماید. در هر حال ضروری است تا وزارت جهاد کشاورزی با همکاری سازمان بسیج مستضعفان، سازمان برنامه و بودجه، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره)، شیوه‌نامه توسعه و راه‌اندازی این مراکز را مشتمل بر حوزه جغرافیایی تحت پوشش ترجیحاً در سطح منظومه‌های روستایی؛ وظایف، تعهدات و شرایط تفصیلی؛ سقف بهای خدمات مشاوره‌ای؛ نحوه تأمین رایگان آورده دولت از لحاظ انواع ساز و کارهای تشویقی از جمله تأمین فضاهای بلااستفاده و هدایت فرصت‌های مطالعاتی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دکتری و پسادکتری مرتبط برای رفع نیازهای پژوهشی - آموزشی مراکز و ارائه اطلاعات موجود طرح‌ها و برنامه‌های آمایشی شهرستان‌ها و استان‌ها به مراکز را تدوین و ابلاغ کند.

● در جهت راه‌اندازی مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری لازم است تا وزارت جهاد کشاورزی مشوق‌های لازم را با تأکید بر قالب مشارکت‌های عمومی - خصوصی - مردمی و با استفاده از امکانات بلااستفاده موجود از جمله در ایستگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و شهرک‌های کشاورزی فراهم کند. مراکز جهاد اقتصادی روستایی و عشایری دارای شخصیت حقوقی غیردولتی بوده و می‌توانند در قالب تعاونی یا مؤسسه غیرانتفاعی فعالیت داشته باشند. منبع

برای پارک‌های علم و فناوری و نیز تربیت‌کننده نیروی متخصص مورد نیاز اقتصاد ناحیه، پارک‌های علم و فناوری در نقش پشتیبان خدمات زیرساختی و مشاوره‌ای و همچنین نظارت‌کننده بر کیفیت مراکز رشد و نوآوری و مراکز جهاد اقتصادی، مراکز رشد و نوآوری در نقش تجاری‌سازی محصولات در طول زنجیره ارزش، مراکز جهاد اقتصادی و شتاب‌دهنده‌ها در نقش تسهیلگر ایجاد کسب و کارهای نوپا و پایدارسازی آنها و همچنین نوآورانه کردن کسب و کارهای موجود و در نهایت دستگاه‌های دولتی محلی در جایگاه هم‌افزا کردن فعالیت‌های خود با این نهادها و تسریع فرایندهای اداری و کاری آنها.

روستایی و عشایری ارائه دهد.

■ **ترسیم نظام نوآوری منطقه‌ای در سطح استان‌ها و چگونگی ارتباط بین نهادهای متولی توسعه و ترویج کارآفرینی و نوآوری روستایی و عشایری در آن:** به هر میزان که بازیگران بیشتری در نظام نوآوری یک ناحیه روستایی و عشایری درگیر باشند میزان پویایی و کارایی آن نظام بالاتر خواهد بود؛ به شرط آنکه بازیگران و نهادهای موجود در این نظام مکمل هم بوده و فعالیت‌ها موازی و خارج از رویکرد توسعه اقتصادی منطقه به انجام نرسند. دانشگاه‌ها (به‌ویژه دانشگاه‌های مادر) در نقش تأمین‌کننده دانش

منابع و مآخذ



1. OECD (1996). The Knowledge Based Economy, Paris, Central Distribution: OECD/GD (96) 102.
2. Planes-Satorra, S. and C. Paunov (2017). "Inclusive innovation policies: Lessons from international case studies", OECD Science, Technology and Industry Working Papers, No. 2017/02, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a09a3a5d-en>.
۳. بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) (۱۳۹۱). قابل دسترسی در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=22840>
۴. سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی (۱۴۰۱). شرکت‌های دانش بنیان در بخش کشاورزی، فصلنامه اثربخشی بازنات تات، دوره ۵، ش ۱۵.
۵. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۴۰۰). بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، بخش مدیریت و توسعه روستایی و عشایری، دفتر مطالعات زیربنایی، گروه کشاورزی و توسعه روستایی.
۶. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۴۰۰). بررسی عملکرد دولت، حوزه توسعه روستایی و عشایری، دفتر مطالعات زیربنایی.
۷. جوادی چهارراه، مجید؛ جعفری، حمید و علیزاده، کتابون (۱۴۰۱). ارزیابی عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان کلات)، جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، انتشار به‌صورت الکترونیکی در: <https://doi.org/10.22067/jgrd2023.79210.1202>.
۸. صادقی، مهدی و ستایش‌منش، مهدی (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی در جهت توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان پنجه علی شمالی، شهرستان قره، جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۵، ش ۱، ص ۲۵-۱).
۹. دربان آستانه، محمدرضا؛ شایان، حمید؛ عنابستانی، علی اکبر و سجاسی قیداری، حمداله (۱۴۰۰). تحلیل اثرگذاری عوامل ساختاری نوآوری بر فرایند کارآفرینی روستایی (نمونه مورد مطالعه: شهرستان فاروج)، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دور دوازدهم، ش ۴۵، ص ۷۷-۵۸.
۱۰. دهمرده، مجید و داوودپناه، مجتبی (۱۳۹۹). تحلیل موانع کارآفرینی روستایی در شهرستان زابل، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد هفتم، ش ۲، ص ۵۸-۴۵.
۱۱. محمدی، سعیدی؛ صفیاری، رسول و خسروی، رضا (۱۳۹۹). تحلیل موانع محیطی مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب و کارهای خرد کارآفرینانه (مطالعه موردی: شهرستان‌های مریوان و سروآباد کردستان)، جغرافیا و توسعه، دوره ۱۸، ش ۵۸، ص ۱۵۴-۱۳۳.
۱۲. فردوسی، سارا؛ فرجی سبکیبار، حسینی؛ دربان آستانه، علیرضا و خانی، فزیه (۱۳۹۹). ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی و نقش دولت در ارتقای آن (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان بهبهان)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۵۴، ش ۱، ص ۲۵۱-۲۳۵.
۱۳. محمدی تهری، زکریا؛ رستگاری، حمید و شریف‌زاده، مریم (۱۳۹۸). غربالگری فازی و ارزیابی موانع و مشکلات کارآفرینی روستایی ایران، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۴-۱.
۱۴. شجاعی فرد، علی (۱۳۹۸). توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط‌های کسب و کار کوچک (مورد: دهستان آسین - شهرستان بندر عباس)، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال نهم، شماره پیاپی ۳۶، ص ۱۹۶-۱۸۵.
۱۵. قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات، مصوب: ۱۳۸۹/۰۸/۰۵.
۱۶. آیین‌نامه تأسیس و راه‌اندازی مراکز رشد واحدهای فناوری، مصوب ۱۳۸۱/۱۲/۱۷ شورای عالی گسترش آموزش عالی.
۱۷. آیین‌نامه تأسیس و راه‌اندازی پارک‌های علم و فناوری، ابلاغی ۱۳۹۵/۰۶/۰۶ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۱۸. قدیمی، اکبر و ساویز، مرضیه (۱۴۰۰). نوآوری‌های مردمی و شاخص‌های آن در ایران. فصلنامه علمی ترویج علم، دوره ۱۲، ش ۱، ص ۱۰۴-۷۷.
19. Schoneveld, G. C. (2020). Sustainable Business Models for Inclusive Growth: Towards A Conceptual Foundation of Inclusive Business. *Journal of Cleaner Production*, 277, 124062.
20. Gupta Anil K. (2013). Tapping the Entrepreneurial Potential of Grassroots Innovation, https://ssir.org/articles/entry/tapping_the_entrepreneurial_potential_of_grassroots_innovation
۲۱. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۷). نوآوری اجتماعی؛ معرفی و مفاهیم اولیه، دفتر مطالعات ارتباطات و فناوری‌های نوین، شماره مسلسل ۱۵۸۹۵.
22. Foray D., David P. and Hall B. H. (2009). Smart Specialisation – The Concept. Knowledge Economists Policy Brief Number 9, June. European Commission, DG Research, Brussels
23. Foray, D. (2014). Smart Specialisation: Opportunities and Challenges for Regional Innovation Policy. Routledge.
24. Meyer-Stamer, J. (2006). The Hexagon of Local Economic Development and LED in South Africa. Mesopartner.
25. Hindson, Doug., Meyer-Stamer, Jorg (2007). The Local Business Environment and Local Economic Development: Comparing Approaches, Mesopartner Working Papers, see www.mesopartner.com
26. Morse, S., & McNamara, N. (2013). Sustainable Livelihood Approach: A Critique of Theory and Practice. Springer Science & Business Media.
27. Serrat, O., & Serrat, O. (2017). The Sustainable Livelihoods Approach. Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance, 21-26.
28. Carney, D. (2012). Approaches to Sustainable Livelihood for the Rural Poor. Poverty briefing, Overseas Development Institute. London. p. 1-3.
29. Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and Entrepreneurial Ecosystems. *Geography Compass*, 12 (3): e12359.
30. Isenberg, D. J. (2012). Introducing the Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. *The Babson Global*. 1-28.
31. OECD (2014). Innovation and Modernising the Rural Economy, OECD Publishing. <https://dx.doi.org/10.1787/9789264205390-en>

۳۲. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت:

<https://inbia.org> / <https://inbia.org/wp-content/uploads/2016/09/InBIA-Industry-Terms.pdf?x84587>

33. The International Business Innovation Association (INBIA). (2013). Incubating in Rural Areas: Successful Program in Small Communities, This Information Originally Appeared in the InBIA Review, Vol29., No. 1.

34. Koshy, P. (2010). Role of Rural Business Incubators in Translating Micro Finance to Sustainable Micro Enterprises, Available at: https://mpr.ub.uni-muenchen.de/27381/1/MPRA_paper_27381.pdf

۳۵. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت:

https://ukrdd.uk.gov.in/?page_id=5859

36. Stokan, E., Thompson, L. and Mahu, R. J. (2015) Testing the Differential Effect of Business Incubators on Firm Growth, Economic Development Quarterly, 29(4), 317-327.

37. Brás, G. R., & Preto, M. T. (2019). The Geographical Distribution of Portuguese Business Incubators: An Empirical Approach. Economics and Business Letters, 8(3), 147-155. <https://doi.org/10.17811/ebl.8.3.2019.147-155>

38. Dinis, A. (2012). "Entrepreneurship and innovation in rural areas: Strategies and processes", presentation at the 8th OECD Rural Development Policy Conference held in Krasnoyarsk, Russian Federation, 4 October.

39. Schaeffer, P., Cheng, S., & Middleton, M. (2011). Incubators in rural environments: A preliminary analysis. In Drivers of innovation, entrepreneurship and regional dynamics (pp. 271-290). Springer, Berlin, Heidelberg.

40. Solutions for Youth Employment (S4YE). (2022). What Works: Business Incubators for Rural Youth, KNOWLEDGE BRIEF SERIES ISSUE 17, Available at: <https://www.s4ye.org/node/3851>

41. Macqueen, D., & Bolin, A. Acronyms, Initials and Abbreviations V Acknowledgements Viii Summary Ix 1. Developing a Framework for Business Incubation Options in Forest Landscapes. Available at: https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep16542.18.pdf?refreqid=excelsior%3A0aaa34d5cad3f9c08014c49d81f5a38&ab_segments=&origin=&acceptTC=1

۴۲. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت:

<https://almora.nic.in/rural-business-incubator/>

43. Damazo-Santos, J. (2021). Incubating Indonesia's Young Entrepreneurs: Recommendations for Improving Development Programs. Asian Development Bank, Manila, Philippines.

۴۴. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت:

<https://born2invest.com/articles/rural-incubator-uniqorn-takes-on-world-business-angels-investment-forum-in-istanbul/>

۴۵. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت:

<https://www.prnewswire.com/news-releases/uniqorn-incubator-accelerator-delegation-joins-world-business-angels-investment-forum-2020-301002867.html>

۴۶. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://www.rau.ac.uk/rural-knowledge-hub>

<https://farm491.com/events>

۴۷. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://farm491.com>

۴۸. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://farm491.com>

۴۹. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://www.newschool.edu/impact-entrepreneurship>

۵۰. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://b2n.ir/a78620>

۵۱. براساس اطلاعات اخذ شده از: <https://www.kansascommerce.gov/the-kansas-edge/exemptions-financing-incentives-taxes-unemployment/>

۵۲. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://b2n.ir/k2844>

۵۳. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://b2n.ir/j24444>

۵۴. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://yourstory.com/2017/07/incubators-social-entrepreneurship>

۵۵. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://www.we.org/en-US>

۵۶. مبینی دهردی، علی؛ یدالهی فارسی، جهانگیر؛ سخدری، کمال و خالقی، آرمین (۱۳۹۷). شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت در شتاب‌دهنده‌ها، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دور ششم، ش ۱.

۵۷. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://b2n.ir/a66141>

۵۸. Vandeweghe, L., & Fu, J. Y. T. (2018). Business Accelerator Governance. In Edward Elgar Publishing, ۳۷-۵۷.

۵۹. براساس اطلاعات اخذ شده از سایت: <https://www.nexea.co/5-ways-accelerators-make-money>

۶۰. براساس اطلاعات موجود در سایت برنامه توسعه ملل متحد (UNDP) به آدرس:

۶۱. احمدی کافشانی، عبدالله؛ رضوانی، مهران؛ چیت‌سازان، هستی و محمدی کاظمی، رضا (۱۳۹۷). واکاوی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در تأمین مالی از فرشتگان کسب و کار، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، ش ۴، ص ۶۴۰-۶۲۱.

۶۲. Cohen, S. (2013). What do Accelerators Do? Insights From Incubators and Angels. Innovations: Technology, Governance, Globalization, ۲۵-۱۹, (۳)۸.

۶۳. Policy Brief on Incubators and Accelerators that Support Inclusive Entrepreneurship. (2019). OECD| European Commission

۶۴. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸). چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در سال ۱۳۹۸ (۱۰). حوزه توسعه روستایی و عشایری، دفتر مطالعات زیربنایی، شماره مسلسل: ۱۶۴۹۴.

۶۵. جمال، مهدی و وکیل‌الرعی، یونس (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی، دو فصلنامه علمی مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، سال نهم، ش ۱۶.

۶۶. Iraqi Eshgi, M., Khosravi, S., & Yarmohammadi, A. (2019). The Role of Jihad Management and Resistance Economics in Universities to Realize a Model. Quarterly Journal of Markazi Police Science, ۳۹۸, (۲۵).

۶۷. Basije, J., Amiri Tayyebi, M., & Mohammadi, G. (2017). Develop a Jihad Management Model Based on the Statements of the Supreme Leader. Strategic Studies, ۲۰, (۷۵), ۳-۵. (In Persian)

۶۸. ورمزبازی، حجت؛ بابایی، محسن و کلانتری، خلیل (۱۳۹۹). تبیین استلزامات ارتقای نظام سیاستگذاری توسعه روستایی و عشایری ایران مبتنی بر سبک مدیریت جهادی، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۱۱، ش ۲.

۶۹. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۵). تحلیل مبانی و الزامات اقتصاد مقاومتی؛ دستاوردهایی برای سیاستگذاری توسعه کشاورزی و روستایی، دفتر مطالعات زیربنایی، شماره مسلسل ۱۵۱۵۴.

۷۰. هدایت‌نژاد، علی اصغر (۱۳۹۲). تبیین ویژگی‌های مدیریت جهادی، همایش فرهنگ و مدیریت جهادی، حوزه نمایندگی ولی فقیه در وزارت جهاد کشاورزی.

۷۱. سیاست‌های کلی اشتغال ابلای از سوی مقام معظم رهبری، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=16716>

۷۲. متن بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، قابل دسترس در: <https://www.khamenei.ir/content?id=41673-message/ir.khamenei.farsi/>

۷۳. سخنرانی رهبر معظم انقلاب در یادگان دو کوهه در جمع کثیری از اقشار مختلف مردم، ۱۳۸۱/۰۱/۰۹.

گزیده سیاستی

مهم‌ترین موانع توسعه اشتغال و کار آفرینی دانش‌بنیان و پایدار در مناطق روستایی و عشایری، موازی‌کاری بین دستگاه‌های اجرایی و عدم شناخت کافی آنها از الزامات مربوطه و نبود ساز و کار غیر دولتی متشکل از نیروهای جهادی و متخصص، برای راهبری کار آفرینی در این مناطق، بر اساس الگوی سهم‌بری دانش از تولید است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir