

## فهرست

صفحه	عنوان
۷.....	مقدمه

### فصل اول : معرفی پژوهش

۱۰.....	۱-۱ مقدمه
۱۱.....	۲-۱ بیان مسئله
۱۲.....	۳-۱ سابقه و ضرورت پژوهش
۱۳.....	۴-۱ اهداف پژوهش:
۱۴.....	۵-۱ سوالات تحقیق:
۱۴.....	۱-۵-۱ سوال اصلی تحقیق:
۱۴.....	۲-۵-۱ سوالات فرعی تحقیق:
۱۵.....	۶-۱ روش تحقیق
۱۵.....	۷-۱ کاربران تحقیق
۱۵.....	۸-۱ تعریف واژه ها
۱۵.....	۱-۸-۱ کارآفرینی:
۱۶.....	۲-۸-۱ نوآوری:
۱۶.....	۳-۸-۱ مشارکت:
۱۶.....	۴-۸-۱ خصوصی سازی:
۱۷.....	۵-۸-۱ کارآفرین:

۱۷	۶-۸-۱ تعدیل نیروی انسانی:
۱۷	۷-۸-۱ قانون و مقررات:
۱۷	۸-۸-۱ ساختار اقتصادی:
۱۸	۹-۸-۱ موانع فرهنگی- اجتماعی:
۱۸	۱۰-۸-۱ مقاومت مدیران:
۱۸	۱۱-۸-۱ مشکلات و مسائل آموزشی:
۱۹	۱۲-۸-۱ مشکلات مالی و مسائل مربوط به سرمایه گذاری ها:
۱۹	۱۳-۸-۱ موانع سیاسی:
۲۰	۱۴-۸-۱ بدهی های قبلی شرکتهای دولتی:
۲۰	۱۵-۸-۱ موانع اجرایی:

## فصل دوم : ادبیات تحقیق

۲۲	۱-۲ مقدمه
۲۲	۲-۲ مفاهیم خصوصی سازی:
۲۵	۳-۲ تاریخچه خصوصی سازی
۲۵	۱-۳-۲ پیشینه خصوصی سازی در جهان
۲۷	۲-۳-۲ پیشینه خصوصی سازی در ایران:
۲۷	۳-۳-۲ روند خصوصی سازی در ایران
۳۱	۴-۲ ضرورت و اهداف خصوصی سازی
۳۶	۵-۲ روشهای خصوصی سازی
۴۰	۱-۵-۲ تحلیل و بررسی روش های خصوصی سازی و تجربه کشورها
۴۶	۶-۲ موانع و مشکلات خصوصی سازی
۴۶	۱-۶-۲ موانع و مشکلات خصوصی سازی در جهان

- ۵۰..... ۲-۶-۲ مشکلات و موانع خصوصی سازی در ایران:
- ۵۱..... ۱-۲-۶-۲ مهمترین موانع و مشکلات خصوصی سازی در ایران:
- ۵۴..... ۲-۲-۶-۲ مشکلات و موانع ناشی از بی توجهی به نقش سیاستهای اصل ۴۴.....
- ۶۸..... ۷-۲ کار آفرینی چیست و کارآفرینان چه کسانی هستند؟
- ۷۰..... ۸-۲ انواع کارآفرینی: .....
- ۷۰..... ۱-۸-۲ کارآفرین فردی : .....
- ۷۱..... ۲-۸-۲ کارآفرین درون سازمانی : .....
- ۷۲..... ۳-۸-۲ کارآفرین سازمانی : .....
- ۷۳..... ۹-۲ ویژگیهای یک کارآفرین .....
- ۷۴..... ۱۰-۲ مشخصات یک کار آفرین موفق: .....
- ۷۶..... ۱۱-۲ وظایف کارآفرینان.....
- ۷۶..... ۱-۱۱-۲ رابطه سوداگری: .....
- ۷۶..... ۲-۱۱-۲ مدیریت سیاسی: .....
- ۷۶..... ۳-۱۱-۲ کنترل مدیریتی: .....
- ۷۶..... ۴-۱۱-۲ فن آوری:.....
- ۷۷..... ۱۲-۲ اهمیت کارآفرینی: .....
- ۷۷..... ۱-۱۲-۲ اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال:.....
- ۷۸..... ۲-۱۲-۲ اهمیت کارآفرینی از نظر عدالت اجتماعی: .....
- ۷۸..... ۳-۱۲-۲ اهمیت کارآفرینی از نظر فرهنگی: .....
- ۸۰..... ۴-۱۲-۲ اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد ارزش اجتماعی: .....
- ۸۱..... ۱۳-۲ پیشینه کارآفرینی در دنیا و ایران:.....
- ۸۲..... ۱-۱۳-۲ سیر تاریخی مفهوم کارآفرینی در دنیا:.....

- ۸۲ ..... ۲-۱۳-۲ سابقه کارآفرینی در ایران:
- ۸۳ ..... ۲-۱۴ نقش کارآفرینی:
- ۸۴ ..... ۲-۱۵ فرآیند کارآفرینی:
- ۸۴ ..... ۲-۱۵-۱ گام نخست: پیدایش ایده:
- ۸۵ ..... ۲-۱۵-۲ گام دوم: برنامه ریزی برای انجام کار:
- ۸۶ ..... ۲-۱۵-۳ گام سوم: پیاده سازی اندیشه:
- ۸۷ ..... ۲-۱۶ تاثیرات کارآفرینی:
- ۸۸ ..... ۲-۱۶-۱ تاثیرات اجتماعی کارآفرینی:
- ۸۹ ..... ۲-۱۶-۲ تاثیرات اقتصادی کارآفرینی:
- ۹۰ ..... ۲-۱۶-۲-۱ رشد اقتصادی:
- ۹۱ ..... ۲-۱۶-۲-۲ ایجاد و رشد تکنولوژی و صنایع نو:
- ۹۲ ..... ۲-۱۶-۲-۳ ایجاد تحرک اقتصادی و اجتماعی:
- ۹۲ ..... ۲-۱۶-۳ تاثیرات فرهنگی کارآفرینی:
- ۹۳ ..... ۲-۱۷ ناکامی های کارآفرینی:
- ۹۳ ..... ۲-۱۷-۱ منظور ما از ناکامی های کارآفرینی چیست؟
- ۹۴ ..... ۲-۱۷-۲ عوامل موثر در شکست کارآفرینی:
- ۹۴ ..... ۲-۱۷-۲-۱ ویژگی های فردی کارآفرینان:
- ۹۴ ..... ۲-۱۷-۲-۲ منابع، استراتژی ها و دیگر ویژگی های سازمانی شرکتها:
- ۹۵ ..... ۲-۱۷-۲-۳ شرایط محیطی-بسترها:
- ۹۶ ..... ۲-۱۷-۲-۴ رخدادهای شکست فرآیندها:
- ۹۶ ..... ۲-۱۸ موانع کارآفرینی:
- ۹۷ ..... ۲-۱۸-۱ موانع ساختاری کارآفرینی:
- ۹۷ ..... ۲-۱۸-۱-۱ قوانین و مقررات:

- ۹۸ ..... ۲-۱-۱۸-۲ دولت: .....
- ۹۸ ..... ۳-۱-۱۸-۲ توزیع قدرت در شرکت و ساختار کنترل بر دارایی ها: .....
- ۹۸ ..... ۴-۱-۱۸-۲ نظام حکومتی: .....
- ۹۹ ..... ۵-۱-۱۸-۲ نهادهای اساسی: .....
- ۹۹ ..... ۲-۱۸-۲ چالش های کارآفرینی .....
- ۱۰۳ ..... ۱۹-۲ موانع کارآفرینی در ایران (تهران) .....
- ۱۰۳ ..... ۲۰-۲ پیشنهادهای کاربردی برای کاهش موانع راه اندازی کسب و کارهای نوظهور .....
- ۱۰۶ ..... ۲۱-۲ چالش های پیش روی تحقیق درباره شکست کارآفرینی .....
- ۱۰۷ ..... ۲۲-۲ باورهای عامه مردم در مورد کارآفرینی .....

### فصل سوم: روش پژوهش

- ۱۱۲ ..... ۱-۳ مقدمه .....
- ۱۱۲ ..... ۲-۳ نوع پژوهش: .....
- ۱۱۳ ..... ۳-۳ جامعه آماری و تعداد نمونه: .....
- ۱۱۳ ..... ۴-۳ روش نمونه گیری و حجم نمونه: .....
- ۱۱۳ ..... ۵-۳ روش گردآوری داده ها .....
- ۱۱۴ ..... ۶-۳ ابزار گردآوری داده ها .....
- ۱۱۴ ..... ۷-۳ روش تحلیل داده ها .....
- ۱۱۴ ..... ۸-۳ قلمرو مکانی و زمانی مطالعه (قلمرو تحقیق) .....
- ۱۱۴ ..... ۹-۳ محدودیت های پژوهش .....
- ۱۱۵ ..... ۱۰-۳ روایی و پایایی .....

### فصل چهارم : یافته های تحقیق

۱-۴	مقدمه	۱۱۹
۲-۴	یافته های حاصل از پرسشنامه	۱۲۰
۳-۴	یافته های حاصل از مصاحبه ها	۱۷۸

### فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۱-۵	مقدمه	۲۰۷
۲-۵	خلاصه تحقیق	۲۰۷
۳-۵	بحث	۲۰۸
۱-۳-۵	پاسخ به سوال اصلی	۲۰۸
۲-۳-۵	پاسخ به سوالات فرعی پژوهش	۲۱۷
۴-۵	نتیجه گیری	۲۲۴
۵-۵	پیشنهاداتی برای محققان آتی	۲۲۶
۲۲۸	منابع و مأخذ:	۲۲۸
۲۳۲	پیوست	۲۳۲

خصوصی سازی به معنی انتقال مالکیت یا کنترل بنگاههای اقتصادی از دولت به بخش خصوصی است. حدود و چگونگی دخالت دولت در اقتصاد یکی از موضوعات مورد بحث اقتصاددانان طی دهه های گذشته بوده است و بیشتر اقتصاددانان بر این باورند که به دلیل مزایای خصوصی سازی از قبیل: افزایش تولید ملی، افزایش بهره وری و کارایی، بالا بردن گرایش به پس انداز و در نهایت ایجاد ثروت و اشتغال ضروری است که بخش خصوصی در یک اقتصاد رقابتی فعالیت کند و خصوصی سازی صورت گیرد. در کشور ایران حجم بالای دولت در اقتصاد، حضور شرکت های دولتی در فعالیت های غیر ضروری اقتصادی، رقابت پذیری پایین اقتصاد در سطح ملی و بین المللی، عدم توسعه بخش خصوصی فعال در حوزه های سرمایه گذاری و عدم توزیع مناسب منابع و فرصت ها بین بخش دولتی و غیر دولتی جملگی مشکلاتی هستند که ضرورت خصوصی سازی را به خوبی برجسته می نماید. اما موانع بیشماری نیز بر سر راه اجرایی کردن سیاست های خصوصی سازی در کشورمان وجود دارد و این امر حاکی از این است که هنوز بسترهای مناسب و قابل قبول خصوصی سازی در ایران فراهم نشده است و تحقق اهداف خصوصی سازی در گرو از میان برداشتن این موانع است. یکی از موانع مهم و عمده در مسیر اجرایی نمودن خصوصی سازی، نبود بخش خصوصی با بنیه مالی قوی و تمایل اندک کارآفرینان متخصص و سرمایه گذار برای مشارکت در برنامه خصوصی سازی است. تحقیق حاضر با عنوان "ارائه الگوی نحوه ترغیب و هدایت کارآفرینان به مشارکت بالاتر در برنامه خصوصی سازی" در شهر تهران اجرا شده است. در خصوص کارآفرینی تا کنون مطالعات و تحقیقات زیادی صورت گرفته است اما در مورد رابطه آن با خصوصی سازی مطالعه ای انجام نشده است. در این تحقیق به بررسی مشکلات کارآفرینان برای مشارکت در برنامه خصوصی سازی و ارائه راهکارهایی به منظور حل این مشکلات می پردازیم. این تحقیق از جنبه هدف، توسعه ای و نیز از جنبه ماهیت، توصیفی و پیمایشی است. روش و ابزار گردآوری اطلاعات به این صورت است که، در ارتباط با سیاستهای دولت تجارب سایر کشورها به روش اسنادی، مطالعاتی صورت خواهد گرفت در ادامه به روش مصاحبه با متخصصین محدودیتها، موانع و راهکارها اکتشاف خواهد شد. تحقیق از نوع تحقیقات کیفی است در مرحله اول روش دلفی استفاده خواهد شد و در مرحله بعد شاخصهای استخراج شده از محتوای مصاحبه ها تجزیه و تحلیل خواهد شد.

جامعه آماری و تعداد نمونه (در صورت لزوم) از میان کارآفرینان شهرستان تهران و تا حد امکان مسئولان دولتی در بخش خصوصی سازی خواهند بود. در این تحقیق تأثیر عوامل: ساختار اقتصادی، تعدیل نیروی انسانی، موانع اجرایی، موانع فرهنگی و اجتماعی، مقاومت مدیران، مشکلات مالی و مسائل مربوط به سرمایه گذاری ها، بدهی های قبلی دولت، قوانین و مقررات، عدم مشارکت نهادهای دولتی، موانع سیاسی و مشکلات و مسائل آموزشی بر مشارکت کارآفرینان در برنامه خصوصی سازی سنجیده می شود. ابزار پژوهش در این تحقیق به دو قسمت سوالات باز مصاحبه و پرسش نامه محقق ساخته با ۴۵ سوال بسته به صورت نگرش سنجی است. واحد تحلیل در سطح فردی است. روش تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS است که به توصیف داده ها می پردازد و نگرش پاسخ گویان را نسبت به مسأله می سنجد. قلمرو زمانی تحقیق مهر ۸۹ تا تابستان ۹۰ می باشد.

این پژوهش در ۵ فصل تهیه گردیده است:

فصل اول با عنوان معرفی پژوهش شامل مقدمه، بیان مسأله، اهداف و سوالات و تعریف واژه هاست.

فصل دوم که ادبیات تحقیق نام دارد، مفاهیم خصوصی سازی، تاریخچه، موانع خصوصی سازی و مفاهیمی در مورد کارآفرینی، تأثیرات کارآفرینی، نقش کارآفرینی و... را در خود جای داده است.

فصل سوم پژوهش، نوع پژوهش، جامعه آماری، نمونه، روش گردآوری داده ها و اطلاعات، ابزار گردآوری، روش تحلیل، روایی و پایایی، قلمرو مکانی و زمانی، محدودیتها و ملاحظات اخلاقی را در بر گرفته و با این ویژگیها، روش پژوهش نام گرفته است.

فصل چهارم پژوهش یافته های تحقیق است که داده های حاصل از پرسشنامه و نتایج مصاحبه ها در آن ثبت شده است.

و در نهایت فصل پنجم تحقیق با عنوان بحث و نتیجه گیری با مقدمه شروع شده، سپس با ارائه خلاصه ای از طرح، بحث و نتیجه گیری پایان یافته است. در پیوست نیز نمونه ای از پرسش نامه و منابع و مأخذ و همچنین برونداد پرسشنامه و روایی آنها آورده شده است.



## **فصل اول : معرفی پژوهش**

با توجه به موضوع تحقیق مورد نظر "ارائه الگوی نحوه ترغیب و هدایت کارآفرینان به مشارکت بالاتر در برنامه خصوصی سازی" به منظور روشن تر شدن موضوع، در این فصل به بیان سابقه و ضرورت پژوهش، اهداف پژوهش مورد نظر، بیان سوال اصلی و سوالات فرعی تحقیق، روش تحقیق، کاربران تحقیق و تعریف واژه ها پرداخته می شود.

## ۲-۱ بیان مسئله

روندهای توسعه در جهان و به ویژه شواهد تجربی عملکرد کشورهای موفق در این زمینه نشان داده است که همواره امنیت قضایی - اقتصادی (در حوزه های فردی و اجتماعی)، ایجاد انگیزه های مناسب برای فعالیت بخش خصوصی در زمینه های تولیدی و استقرار تأسیسات بازار مبتنی بر رقابت و مالکیت خصوصی از عوامل مهم پویایی و بالندگی اقتصادی است و نقش دولت در امور اقتصادی باید بیشتر معطوف به تحقق این امور و ایجاد زیر بناهای حقوقی و نهادسازی های مناسب برای فعالیتهای بخش های خصوصی و توسعه و ساماندهی و تنظیم بازارها باشد که همه این موارد در زمره کالاهای عمومی محسوب می شود و با تقویت جریان انجام وظایف حکومتی دولت قابل حصول است. در سالهای آینده با ملاحظه کاهش درآمدزایی بخش نفت، ضرورت ایجاد اشتغال در مقیاس های گسترده ناشی از جوانی جمعیت، تحولات سریع فن آوری و شکل گیری رقابت های شدید تجاری - اقتصادی در بازارهای منطقه ای و جهانی، سازماندهی کنونی اقتصادی کشور که ویژگی آن سلطه بخش دولتی است، قابل تداوم نخواهد بود و باید با کوچکتر کردن و کارا تر کردن دولت از یک سو و استقرار تأسیسات مناسب برای عملکرد موثر بازار از سوی دیگر، زمینه های رفع موانع و رشد سرمایه گذاری و توسعه بخش خصوصی و گسترش و تعمیق فرآیند صنعتی شدن کشور فراهم شود. (شهیدی، ۱۳۸۱)

با توجه به مسائل فوق نیاز به خصوصی سازی در کشور ما بیشتر احساس می شود، از طرفی تجربه خصوصی سازی همواره با چالش های گوناگونی مواجه بوده است. علیرغم اینکه بانیان خصوصی سازی معتقدند نتیجه خصوصی سازی کاهش فقر و بیکاری، رشد شتابان اقتصادی و توازن تجاری و ... است، اما اجرای آن در جهان سوم نتیجه عکس داشته است. طوری که اکثر کارشناسان از اجرای آن سرباز می زنند. ( دانایی فرد، ۱۳۸۷) از سوی دیگر برای پیشرفت برنامه خصوصی سازی نیاز به حمایت کارآفرینان موفق و نوآور و مبتکر و ترویج فرهنگ کارآفرینی است، لیکن مطابق با پژوهش های انجام شده تمایل کارآفرینان به شرکت در برنامه خصوصی سازی اندک است، که نامناسب بودن بستر اقتصادی و عدم حمایت دولت از کارآفرینان و یا فرهنگ کار موجود در کشور ما، را می توان از دلایل آن برشمرد. در فرهنگ عمومی و اعتقادات دینی ما با وجود باورهایی همچون بی اعتنایی به مال دنیا، زشت شمردن انگیزه های مادی، تفسیح

رفتار سودطلبانه و ترویج فرهنگ قناعت، نمی توان انتظار کار و تلاش فوق العاده همچون کشورهای پیشرفته را داشت. علاوه بر آن جریان نوسانات اقتصادی گذشته و دست یافتن افراد به پولهای باد آورده در جریان این تغییرات موجب شد پول که در مباحث اقتصادی به عنوان (کار تبلور یافته) شناخته می شود، به صورت غنیمتی درآید که زرنگی و شانس و اقبال و روابط بیشتر از کار در آن سهم دارد. این عوامل همراه با درآمد حاصل از فروش نفت موجب تضعیف کارآفرینی و تمایل دولت به انحصار طلبی در خصوص صنایع بزرگ و مادر و به دنبال آن تضعیف حمایت کارآفرینان از برنامه خصوصی سازی شد. (شفیعی، ۱۳۸۸)

### ۳-۱ سابقه و ضرورت پژوهش

موضوع این تحقیق یکی از مشکلات دولت است در همین راستا سازمان خصوصی سازی کشور در نیازهای پژوهشی خود عنوان این پایان نامه را به عنوان تحقیق پژوهشی خود مطرح کرد. این تحقیق از جنبه هدف، توسعه ای و از جنبه ماهیت توصیفی و پیمایشی است. شیوه گردآوری اطلاعات مصاحبه و پرسشنامه می باشد و جامعه آماری در سطح استان تهران از میان کارآفرینان و مدیران خصوصی سازی و متخصصان دانشگاهی می باشد.

در خصوص کارآفرینی مطالعات و تحقیقات زیادی صورت گرفته است اما در مورد رابطه آن با خصوصی سازی مطالعه ای انجام نشده است این تحقیق از جمله موارد مورد نیاز اعلام شده وزارت امور اقتصاد و دارائی میباشد.

## ۱-۴ اهداف پژوهش:

- ۱- ارائه الگویی برای افزایش مشارکت کارآفرینان در بخش خصوصی سازی \*
- ۲- رفع موانع حضور کارآفرینان \*
- ۳- پیشنهاداتی برای دولت در جهت هدفمند کردن خصوصی سازی با افراد کارآفرین \*
- ۴- تبیین خصوصی سازی مطلوب در مقایسه با خصوصی سازی سوری و تجاری.

## ۱-۵ سوالات تحقیق:

### ۱-۵-۱ سوال اصلی تحقیق:

ارائه الگوی نحوه ترغیب و هدایت کارآفرینان کشور به مشارکت بالاتر در برنامه خصوصی سازی؟

### ۱-۵-۲ سوالات فرعی تحقیق:

- عوامل موثر در ترغیب کارآفرینان در برنامه خصوصی سازی چیست؟
- چرا کارآفرینان تمایلی به گسترش فعالیت خود ندارند؟
- به چه میزان کارآفرینان از برنامه خصوصی سازی دولت استقبال کردند؟
- خریداران سهام (با بدست آوردن مدیریت) به چه میزان از میان کارآفرینان با سابقه می باشند؟
- به چه میزان کارآفرینان موفق بوده اند و یا رضایت دارند؟
- برنامه خصوصی سازی دولت به چه میزان از کارآفرینان حمایت می کنند؟
- آیا بین کارآفرینان و خریداران تجاری رابطه ای وجود دارد؟

با توجه به این که تحقیق از نوع توصیفی خواهد بود این تحقیق در پاسخ به سوالات فوق سامان خواهد گرفت و به علت توصیفی بودن پژوهش نیازی به ارائه فرضیه نمی باشد<sup>۱</sup>.

---

۱- در مطالعاتی که به منظور بررسی وضعیت پدیده ای انجام می گیرد، فرضیه ها ضرورت اساسی ندارند. در پژوهش های پیمایشی توصیفی که با هدف بررسی وضعیت انجام می گیرد، فرضیه ها ضرورت بنیادی ندارند و به جای ساختن فرضیه ها می توان با تنظیم سؤال های پژوهشی، تحقیق را انجام داد. (ازکیا، ۱۳۸۲، ص ۱۷۳)

در پژوهش های میدانی و اکتشافی نیز فرضیه ضرورت ندارد و بیان فرضیه های رسمی در این نوع پژوهش ها می تواند باعث سوگیری محقق شود. (ازکیا به نقل از کومار، ۱۳۸۲، ص ۱۷۳)

به طور کلی در پژوهش هایی که به بررسی روابط بین متغیرها می پردازد، استفاده از فرضیات استنباطی ضروری است. (همان)

## ۶-۱ روش تحقیق

این تحقیق از جنبه هدف، توسعه ای و نیز از جنبه ماهیت، توصیفی و پیمایشی است. روش و ابزار گردآوری اطلاعات به این صورت است که، در ارتباط با سیاستهای دولت تجارب سایر کشورها به روش اسنادی، مطالعاتی صورت خواهد گرفت در ادامه به روش مصاحبه با متخصصین محدودیتها، موانع و راهکارها اکتشاف خواهد شد. تحقیق از نوع تحقیقات کیفی است در مرحله اول روش دلفی استفاده خواهد شد و در مرحله بعد شاخصهای استخراج شده از محتوای مصاحبه ها تجزیه و تحلیل خواهد شد. جامعه آماری و تعداد نمونه (در صورت لزوم) از میان کارآفرینان شهرستان تهران و تا حد امکان مسئولان دولتی در بخش خصوصی سازی خواهند بود. تعداد نمونه پس از مطالعه اولیه با نظر اساتید راهنما و مشاور مشخص خواهد شد.

## ۷-۱ کاربران تحقیق

این تحقیق جزء نیازهای پژوهشی وزارت امور اقتصاد و دارائی اعلام شده و می تواند در سیاستها یا برنامه های بخشهای ذیربط در دولت موثر واقع شود.

استفاده کنندگان از نتیجه پایان نامه ( اعم از مؤسسات آموزشی، پژوهشی، دستگاههای اجرایی و غیره) وزارت کار - وزارت اقتصاد- وزارت صنایع- بانکها- سازمان خصوصی سازی و ...

## ۸-۱ تعریف واژه ها

### ۸-۱-۱ کارآفرینی:

کارآفرینی (Entrepreneurship) به معنای (بدوش گرفتن یا بر عهده گرفتن) می باشد. کارآفرینی سازمان دهی تولید و اعمال شیوه های نوین و سودآور و مقابله با خطرات احتمالی در فعالیتهای اقتصادی است. کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصتهای شغلی، مدیریت، ریسک مناسب و استفاده از مهارتهای مدیریت و ارتباطی به منظور بسیج نمودن منابع انسانی، مالی برای به ثمر رسیدن یک پروژه.

### ۱-۸-۲ نوآوری:

منظور از نوآوری خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است، به عبارت دیگر نوآوری یعنی اندیشه خلاق تحقق یافته؛ نوآوری همانا ارائه محصول، فرآیند و خدمات جدید به بازار است؛ نوآوری بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است.

### ۱-۸-۳ مشارکت:

مشارکت بر این عقیده بنیادین استوار است که همه افراد حق دارند در مورد اموری که مربوط به خودشان است احساس مسئولیت نمایند؛ درباره آن فکر کنند؛ اندیشه خود را بدون ترس بیان کنند و بر تصمیم‌هایی که بر زندگی آنها اثر می‌گذارد، دخالت داشته باشند. بنیادی‌ترین اندیشه زیر ساخت مشارکت پذیرش اصل برابری مردمان است. مردمان هر گاه در پیوند با یکدیگر از اهمیت و ارزش برابر برخوردار شوند آنگاه مشارکت میان آنان می‌تواند سود و بهره‌مندیهای بسیار برای همه فراهم آورد.

از دیدگاه مشارکتی همه افراد در مورد اموری که مربوط به خودشان است، احساس مسئولیت می‌نمایند و حق دارند در مورد آنها فکر کنند و اندیشه خود را آزادانه بیان نمایند.

در بنگاههای اقتصادی مشارکت به مفهوم کوشش دسته‌جمعی و همکاری تمام افراد (مدیران و کارکنان و مشتریان) برای دستیابی به اهداف و منافع مشترک است.

در مدیریت مشارکتی فاصله بین کارکنان و مدیران کاهش می‌یابد؛ آنها در تصمیم‌گیری‌ها و روند برنامه‌ریزی دخالت داده می‌شوند و به همان نسبت از فواید و دستاوردهای ناشی از مشارکت برخوردار خواهند بود.

### ۱-۸-۴ خصوصی سازی:

عبارت است از مجموعه عملیات حقوقی و اقتصادی برای انتقال دارایی‌ها و فعالیتهای عمومی به افراد به منظور استفاده خصوصی از آنها به وسیله یک یا چند شخص حقیقی یا حقوقی.



### ۱-۸-۵ کارآفرین:

کارآفرین کسی است که یک کار را سازماندهی و مدیریت کرده و ریسک برپایی آن کار را بر دوش می گیرد، کسب و کاری که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است. کارآفرین به یک ایده، ماهیتی تجاری می بخشد.

### ۱-۸-۶ تعدیل نیروی انسانی:

مراد از تعدیل یعنی برقراری تناسب نیاز سازمان و کارکنان. از آنجا که دولت عموماً به دلایلی بیش از نیاز خود به استخدام کارمند دست می یازد با خصوصی سازی واحد سازمانی می بایست به سوددهی بیشتر برسد، یکی از راههای کاهش هزینه کاهش نیروی انسانی و جذب نیروهای کارا و متخصص است و همین مسأله سبب می شود که نیروی انسانی در مقابل خصوصی سازی با توجه به ویژگیهای فرهنگی مقاومت کنند که از آن به عنوان تعدیل نیروی انسانی یاد می شود.

### ۱-۸-۷ قانون و مقررات:

حکم اجباری که از دستگاه حکومت مقتدر مملکتی صدور یابد و مبنی و متکی بر طبیعت عالم تمدن و متناسب با طبیعت انسان باشد و بدون استثنا شامل همه افراد مردم آن مملکت گردد و اغراض مستبدانه اشخاص را در آن دخالتی نباشد و امری است کلی، که بر همه جزئیاتش منطبق گردد و احکام جزئیات از آن شناخته شود.

### ۱-۸-۸ ساختار اقتصادی:

ساختار اقتصادی به مجموعه واحدها، فعالیتها و اموری مربوط می شود که نیازهای مادی افراد یک جامعه را تأمین می سازد و از آنجا که اجزای آن به صورت یک سیستم با هم رابطه داشته و از پیوستگی و وابستگی بهره مندند، تغییر در هر بخش نظام اقتصادی، ساختار آن را دچار بحران می سازد و خصوصی سازی و کارآفرینی از عواملی هستند که به دلیل تحولاتی که طی آنها پدید می آید، به عنوان عوامل بحران ساز معرفی می شوند.

## ۱-۸-۹ موانع فرهنگی - اجتماعی:

پذیرش یک عنصر فرهنگی در یک بافت اجتماعی مستلزم برخی زمینه سازی ها و پرداختن به برخی زیر ساخت های ارزشی است. از آنجا که فرهنگ بنیان رفتارهای گوناگون فرد را می سازد و خصوصی سازی به عنوان یک کنش سیاسی و کارآفرینی به عنوان یک کنش اقتصادی، هر دو منجر به یک فعالیت اقتصادی می شوند و هر دوی آنها در هویت فرهنگ ایرانی حادث می گردند، بنابراین وجود برخی زمینه های فرهنگی - اجتماعی و نگرش های منفی نسبت به تبعات خصوصی سازی (بیکاری، کاهش مزایا، ناامنی شغلی و ...) در اجرای خصوصی سازی مشکلاتی را پدید آورده و از طرفی در فرهنگ اجتماعی ایران دولت قوی تر، بهتر و حامی مهم تری است نسبت به کارمندان تا بخش خصوصی. از سوی دیگر در فرهنگ ما ایجاد ثروت خیلی کار پسندیده ای محسوب نمی شود و شاید مردم به ثروتمندان به عنوان افرادی که از روابط و زد و بندهایی برخوردارند، می نگرند و سوالی که برای عامه مردم در مورد ثروتمندان جامعه مطرح می شود این است که " از چه راهی به چنین ثروتی دست یافته است؟ " فرهنگ ملی ما شاید، خیلی ثروت اندوزی را مترادف با تلاش فردی و مسئولیت پذیری نمی داند و شاید موانع فرهنگی اینچنین، سدی برای کارآفرینان باشد.

## ۱-۸-۱۰ مقاومت مدیران:

مدیران به ویژه مدیرانی که به لحاظ تخصص و مدارج علمی از جایگاه مناسبی برخوردار نیستند و همچنین افرادی که در فرآیند خصوصی سازی منافعشان به خطر می افتد، در مقابل تغییر ساختار مدیریتی مقاومت می کنند. از طرفی با تغییر مالکیت شرکت، مدیران توسط سهامداران و مالکین جدید انتخاب می شوند و بدیهی است که مدیران شرکتهای دولتی به واسطه امنیت شغلی و ترس از دست دادن جایگاه خود در مقابل تحولات مقابله می کنند.

## ۱-۸-۱۱ مشکلات و مسائل آموزشی:

برای پیشرفت فرآیند خصوصی سازی نیاز به افراد کارآفرین در جامعه به شدت احساس می شود. افرادی که دارای ویژگیهای شخصیتی کارآفرینی بوده و علاوه بر این از جسارت و استعداد آنها حمایت شده و به آنها آموزشهای مورد نیاز کارآفرینی داده شود و به آنها در این راه مشاوره داده شود. نیاز به برنامه

های وسیعی برای آموزش کارآفرینی و کارآفرین و راهنمایی به اشخاص مستعد در این مورد که با توجه به استعداد و تخصص خود و نیاز جامعه و نیاز منطقه ای که قصد ایجاد کسب و کار جدید در آن را دارند، چه کسب و کاری ایجاد کنند؟ در جامعه ما نیاز به آموزش کسب و کار و مدیریت و کارآفرینی در دانشگاهها و مدارس، واقعاً حس می شود. در جامعه ما نیاز به انتقال فناوری، علوم و دانش های جدید بطور اثربخش از دانشگاهها و مراکز تحقیقاتی به شرکتهای جدید و در حال رشد، وجود دارد.

#### ۱-۸-۱۲ مشکلات مالی و مسائل مربوط به سرمایه گذاری ها:

در کشور ما کوچکی بازار سرمایه و هزینه های بالای مربوط به اجرای خصوصی سازی یکی از موانع خصوصی سازی به شمار می رود و از سوی دیگر کارآفرینان واقعی سرمایه کافی برای مشارکت در برنامه خصوصی سازی را ندارند و اغلب در جذب سرمایه پس از خرید بخش های دولتی احساس ناتوانی می کنند. نیاز به حمایت های مالی دولتی از قبیل اعطای وامهای بدون بهره، معافیت های مالیاتی کوتاه مدت و ... به بخش خصوصی و کارآفرینان واقعاً حس می شود.

#### ۱-۸-۱۳ موانع سیاسی:

نظام سیاسی تعادل نظام اجتماعی کل را بر عهده دارد و از آنجا که روابط درون نظام با هرگونه تغییر دچار دگرگونی می شود. خصوصی سازی می تواند یکی از عوامل بر هم زننده تعادل تلقی شود. شاید به دلایل سیاسی دولت در بعضی موارد واقعاً گرایش به تفویض اختیار به بخش خصوصی و از دست دادن قدرت را نداشته باشد. به همین دلیل، نظام سیاسی به ویژه در جوامع در حال رشد برخی محدودیتها را به خصوصی سازی تحمیل می کند.

علاوه بر این تحریم های اقتصادی و سیاسی کشور، می تواند مانع بزرگی برای رشد بخش خصوصی و کارآفرینان کشور باشد. این تحریم ها به دلیل محدودیت های واردات و صادرات، اخذ سیاست های متفاوت توسط دولت در رابطه با روابط بین الملل و سایر عوامل روی فعالیت کارآفرینان تأثیرگذار است.

#### ۱-۸-۱۴ بدهی های قبلی شرکتهای دولتی:

در مواردی دیده شده که شرکت دولتی به بخش خصوصی واگذار گردیده اما تعهدات انجام نشده و بدهی ها و دیونی داشته که بخش خصوصی ناگزیر به جبران و پرداخت آنها شده و به همین دلیل قیمت تمام شده برای بخش خصوصی بسیار بالاتر از میزان توافق شده در قرارداد، شده است. در این گونه معاملات یک ضرر فاحش به خریدار تحمیل می شود که معمولاً چاره ای جز پذیرش آن را ندارد زیرا در صورت فسخ معامله یا باید جریمه ای سنگین پرداخت نماید و یا در متن قرارداد ماده ای برای برهم زدن این گونه معاملات گنجانده نشده است. بنابراین زیان ها و تعهدات عمل نشده و بدهی های گذشته شرکتهای دولتی یکی از موانع شرکت کارآفرینان در برنامه خصوصی سازی به شمار می رود.

#### ۱-۸-۱۵ موانع اجرایی:

اجرای مقررات و قوانین به بسترهای اجتماعی- فرهنگی خاصی نیازمند است که با مدیریت سیاسی در امور اداری تحقق خصوصی سازی را به دنبال خواهد داشت. به دلیل عدم تعادل دریافت فرهنگی- اجتماعی، نظام مالی، فقدان شفافیت، ساختار اقتصادی نامناسب و سایر ضعف ها، امور اجرایی فرآیند خصوصی سازی ضمن کند بودن از کارایی و اثربخشی کمتری برخوردار است. گاه اقداماتی نظیر خصوصی سازی های شبه دولتی، قیمت گذاری های نامناسب، روشهای فروش نامناسب شرکتهای دولتی با توجه به شرایط مقتضی، عدم اجرای صحیح قوانین اصل ۴۴ رخ می دهد که همه از موانع اجرایی خصوصی سازی به شمار می روند.