

مجله دانش و توسعه (علمی - پژوهشی)، شماره ۱۸، نیمه اول سال ۱۳۸۵

بررسی جریان خصوصی سازی و تأثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران

دکتر محمدحسین مهدوی عادل^{*}

حسین رافتی^{**}

چکیده

سیاست خصوصی سازی در پی عملکرد ضعیف و غیرکارای فعالیتهای اقتصادی بنگاهها و مؤسسات دولتی، در اکثر کشورهای در حال توسعه اتخاذ گردیده است. کاهش حجم تصدی و دخالت دولت در اقتصاد، تقویت ظرفیت کارآفرینی و افزایش کارایی بنگاهها، تخصیص بهینه منابع و ایجاد تعادل اقتصادی از جمله اهدافی است که خصوصی سازی، دنبال می کند. یکی از دلایل عمده برای خصوصی سازی تشویق کارآفرینی است. خصوصی سازی بنگاهها را وادار می کند تا از منابع و مهارتهای توسعه یافته در تطبیق با تقاضای بازار جهت باقی ماندن استفاده نمایند. خصوصی سازی از طریق ایجاد فعالیتهای جدید سرمایه گذاری و نوآوری و تقبل ریسک بین بنگاه های مختلف به کارآفرینی منجر می گردد. این پژوهش به بررسی رابطه خصوصی سازی و میزان کارآفرینی شرکتهای واگذار شده از طریق بورس اوراق بهادار می پردازد و نشان می دهد که خصوصی سازی بر ظرفیت کارآفرینی شرکتهای اثر مثبت داشته است.

مقدمه

حدود و چگونگی دخالت دولت در اقتصاد و منافع و مضار آن از موضوعاتی است که طی دهه های گذشته مورد بحث اقتصاددانان و نظریه پردازان اقتصادی بوده است. طی دهه های ۱۹۳۰-۱۹۷۰ دولتها با هدف از میان برداشتن نارساییهای بازار، ایجاد زیرساختهای اقتصادی، تخصیص بهینه منابع، تامین کالاها و خدمات اساسی، دستیابی به اهداف سیاسی - اجتماعی و شتاب بخشیدن به توسعه عهده دار بسیاری از فعالیتهای اقتصادی شدند.

در کشورهای در حال توسعه نیز به این عنوان که در این کشورها نظام سازمان یافته ای به نام بازار وجود ندارد تا توانایی تخصیص منابع را داشته باشد دولتها از جایگاهی ویژه در اقتصاد ملی برخوردار شدند.

^{*} استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی

^{**} کارشناس ارشد اقتصاد

اگر چه در خلال دهه های ۵۰ و ۶۰ کشورهای صنعتی دوران با ثبات توام با رشد اقتصادی معقول خود را طی نمودند رفته رفته با گسترش دامنه فعالیت‌های دولت و به دنبال مشکلاتی مانند بوروکراسی شدید، ضعف نظام ارزیابی و حساب رسی، نبود انگیزه کاری، چندگانگی اهداف، بهره گیری نادرست از انحصارات و حمایت‌های نابخردانه، ناکارایی بر فعالیت‌های اقتصادی سایه افکند و موجب شد در پایان دهه ۷۰ و آغاز دهه ۸۰ گرایش کشورها به سوی نظام بازار و اجرای سیاست خصوصی سازی به عنوان تلاشی در جهت افزایش نقش بازار در مقابل تصمیمات اقتصادی دولت به عنوان کارگزار اقتصادی شتاب گیرد. البته خصوصی سازی در کشورهای مختلف با توجه به شرایط، امکانات و راهبردهای اقتصادی اهداف متفاوتی را دنبال می کند. در واقع خصوصی سازی راهبردی برای تجدید ساختار اقتصادی است. این راهبرد بر تشویق نیروهای سیستم بازار آزاد و انتقال سرمایه گذاری‌های تحت تملک دولت به بخش خصوصی و تغییر سیستم‌های مدیریت و مالکیت تأکید دارد. این تغییرات می تواند به تغییر فرهنگ سازمانی و ایجاد ظرفیت‌های کارآفرینی بینجامد.

در ایران نیز بعد از جنگ تحمیلی و با آغاز برنامه پنج ساله اول توسعه به مسأله واگذاری شرکت‌های دولتی پرداخته شد. خصوصی سازی در کشور در راستای برنامه تعدیل ساختاری و اصلاحات اقتصادی مطرح شد و هدف آن این بود که کارایی اقتصاد افزایش یابد، تخصیص منابع بهتر شود، ابداع و کارآفرینی توسعه یابد، قیمت‌ها به شکل رقابتی و به دور از تصمیمات انحصاری تعیین شود و تعهدات مالی شرکت‌های دولتی که عمدتاً به صورت کسری بودجه ظاهر می شوند، کاهش یابد. آنچه ما به طور خاص در جست و جوی آن هستیم بررسی اثرات خصوصی سازی بر ظرفیت کارآفرینی شرکت‌های واگذار شده در این روند می باشد.

جایگاه نظری موضوع

خصوصی سازی

از خصوصی سازی (Privatization) تعاریف مشهوری ارائه شده که به برخی از اهم آنها اشاره می شود. بیس لی و لیتل چاید معتقدند خصوصی سازی وسیله ای است برای بهبود عملکرد فعالیت‌های اقتصادی از راه افزایش نقش نیروهای بازار، در صورتی که حداقل ۵۰ درصد سهام دولتی به بخش خصوصی واگذار گردد. [۱]

کی و تامسون خصوصی سازی را این گونه تعریف می کنند: «خصوصی سازی» روشهای متعدد و مختلفی برای تغییر رابطه بین دولت و بخش خصوصی را شامل می شود، از جمله غیرمیلی کردن و یا فروش داراییهای متعلق به دولت، مقررات زدایی یا حذف ضوابط محدود کننده و معرفی رقابت در انحصارهای مطلق دولتی و قرارداد پیمانکاری با بخش خصوصی جهت تولید کالا و خدماتی که توسط دولت اداره و تأمین مالی می شدند. شوارتز تعریف خصوصی سازی را برای کشورهای با اقتصاد متمرکز بسیار فراتر از انتقال مالکیت و تعدیل در مقررات می داند و می گوید: خصوصی سازی، به معنی به وجود آوردن نظام اقتصادی جدید بر اساس بازار و در نتیجه دگرگونی و تحول در ابعاد مختلف اقتصادی است. [۲] UNDP خصوصی سازی را حرکت به سوی اقتصاد بازار از طرق زیر می داند:

- الف) سیاست گذاری اقتصادی: تقویت چارچوب سازمانی برای یک اقتصاد بازاری (حقوق مالکیت، ابزارهای قانونی، موسسه های مالی و غیره)
- ب) توسعه بخش خصوصی
- پ) خصوصی سازی مؤسسه های اقتصادی عمومی
- بنابراین «خصوصی سازی را می توان تلاشی جهت پررنگ کردن نقش بازار در مقابل تصمیمهای دولت به عنوان کارگزار اقتصادی دانست.» [۳]

اهداف خصوصی سازی

هر یک از کشورها با توجه به ساختار اقتصادی شان در پی اهداف متفاوتی از خصوصی سازی بوده اند که این اهداف با توجه به سیاستها، برنامه های اقتصادی و راهبردهای کلی هر کشور مشخص می گردد و لذا ابزارهای به کار گرفته شده، جهت خصوصی سازی با توجه به اهداف مشخص می گردد. البته یک سری اهداف عمومی وجود دارد که در برنامه های خصوصی سازی عنوان می گردد که به اختصار در دو گروه زیر به آنها اشاره می شود:

- الف) اهداف اولیه خصوصی سازی
- کاهش حوزه فعالیت مستقیم دولت در اقتصاد
- افزایش ظرفیت کارآفرینی و سطح کارایی بنگاههای اقتصادی

توسعه بازارهای سرمایه داخلی و دست یابی به سرمایه، فن آوری و منابع مالی خارجی کسب درآمد برای دولت به منظور پوشش دادن هزینه های بودجه ای، رها کردن بودجه از بار مالی شرکت های زیان ده و کاستن از حجم بدهی های داخلی و خارجی بخش دولتی.

ب) اهداف ثانویه خصوصی سازی:

افزایش مشارکت مردم در امور اقتصادی و تصمیم گیری و توزیع مناسب درآمدها از راه گسترش سهام در بین عموم مردم

رشد کارآفرینی و خلاقیت برای فراهم نمودن زمینه های ارتقای توان تولیدی اقتصاد کشور کاهش هزینه های بودجه ای دولت در رابطه با پرداخت یارانه ها و همچنین کاهش هزینه های سرمایه ای برای واحدهای تحت پوشش

تخصیص مطلوب تر منابع کشور بر اساس عملکرد بازار بهبود شرایط تجاری در اثر توسعه بنگاههای خصوصی و سرانجام ارتقای دانش فنی در سطح ملی تامین منابع سرمایه ای برای اقتصاد و ایجاد تعادل بین پس انداز و سرمایه گذاری

به طور کلی مهمترین هدف از خصوصی سازی در اکثر کشورها افزایش کارایی بنگاهها و بهینه سازی تخصیص منابع بوده است. نکته اساسی در خصوص افزایش کارایی از طریق خصوصی سازی این است که صرف انتقال مالکیت نمی تواند سطح کارایی را افزایش دهد بلکه عنصر رقابت نیز نقش به سزایی در این فرآیند دارد. در واقع رقابت نیروی محرکه افزایش کارایی است و در صورت فقدان رقابت، با خصوصی سازی صرف، انحصارهای دولتی تبدیل به انحصارهای خصوصی شده که این امر می تواند عواقب نگران کننده ای برای کشور داشته باشد.

همچنین برنامه های حمایتی و نظارتی دولتها و توجه به مطالعه بر روی توان مالی و مدیریتی و کارآفرینی خریداران واحدهای دولتی در موفقیت خصوصی سازی نقش اساسی دارد، تا آن جا که از دلایل عمده خصوصی سازی تشویق کارآفرینی است. خصوصی سازی بنگاهها را مجبور به کارکردن می کند تا از منابع و مهارت های توسعه یافته در تطبیق با تقاضای بازار جهت باقی ماندن استفاده کنند. بنابراین خصوصی سازی از راه ایجاد فعالیتهای جدید سرمایه گذاری و نوآوری و تقبل ریسک بین بنگاههای مختلف منجر به کارآفرینی می شود.

کارآفرینی

واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آن که مفهوم کلی آن به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شده است. کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار می گیرد و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خود تشریح نموده اند. از اواسط قرن بیستم روان شناسان، جامعه شناسان و دانشمندان علوم رفتاری با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگیها و الگوهای رفتاری کارآفرینان به بررسی و تحقیق در خصوص کارآفرینان پرداخته اند. رابینز در تعریف کارآفرینی می گوید: «کارآفرینی عبارت است از قبول مخاطره، تعقیب فرصتها و ارضای نیازها و خواسته ها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار. او کارآفرینان را افرادی می داند که چنین نقشی را ایفا می کنند.» [۴]

پیتر دراگر معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می نماید کارآفرین ارزش ها را تغییر می دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می نماید. [۵] اسیتوسون و همکارانش معتقدند کارآفرینی عبارت از فرآیندی است که فرصتها به وسیله افراد (یا برای خودشان یا برای سازمانهایی که در آن کار می کنند) بدون توجه به منابعی که در کنترل آنهاست تعقیب می شود. [۶].

کارآفرینی فرآیندی است که به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدیدی منجر می گردد و عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها [۷] کارآفرینی عبارت است از خلق ارزش اعم از ارزش اقتصادی یا ارزشهای اخلاقی، هنری، فرهنگی و غیره [۸]

با توجه به آنچه گذشت مشخص می گردد که تعریف واحد و جامعی از کارآفرینی ارائه نگردیده است و این مفهوم به تدریج در حال تکامل بوده است. همچنین در تعاریف مختلف مفهوم کارآفرینی ریشه در تفکر، گرایش فکری، سطح تجزیه و تحلیل و زاویه دید افراد مختلف از ابعاد اقتصادی، جامعه شناسی، روان شناسی، مدیریتی و... دارد.

عوامل مؤثر بر کارآفرینی

از جمله عوامل مهم در ایجاد کارآفرینی که می توانند این فرآیند را توسعه دهند عبارتند از:

۱- زیرساختهای اجتماعی: یک زیرساخت خوب کسب و کار می تواند پشتیبانی مؤثر برای فعالیتهای تجاری باشد و باعث رشد مهمترین عامل تولید یعنی مردم و سرمایه معنوی آنان شود. همچنین تسهیل کننده توزیع منابع و جریان اطلاعات شود و محیط طبیعی کسب و کار را ارتقا بخشد. همین امر رقابت پذیری را توسعه داده و نیروهای انسانی را تشویق به انجام کار و خلق کارآفرینی می کند.

۲- تحقیق و توسعه: تحقیق و توسعه رابطه متقابلی با فرآیند کارآفرینی دارد. سرمایه گذاری بلندمدت می تواند به ابداعات و فناوریهای جدید منجر شود و عرصه را برای رشد اقتصادی پایدار فراهم آورد. فقر اطلاعات، دانش و تجربه به مدیریت ضعیف و بهره وری پایین منابع انسانی منجر می شود و این عمل به فرایند تولید ضعیف می انجامد که در نهایت عملکرد ضعیف شرکتها را به دنبال دارد.

۳- کیفیت نیروی انسانی: نیروی کار ماهر، انگیزه و نگرش مثبت به رشد و توسعه در عرصه کارآفرینی موجبات افزایش بهره وری و تقویت کسب و کارهای کوچک را فراهم می آورد. در این راستا آموزش و کسب مهارت نیروی کار، باعث افزایش قدرت کسب درآمد و موجبات رشد اقتصادی و توسعه را پدید می آورد. در این مورد انعطاف پذیری و قابلیت انطباق بالا یکی از مشخصه های نیروی انسانی کارآفرین است.

۴- کیفیت مدیریت: کیفیت مدیریت و رهبری کسب و کار در سازمانهای کوچک و بزرگ، معرف سطح کارآفرینی و مهارت در فعالیتهای کسب و کار است. هر روز بر اهمیت قابلیت مدیریت در دنیا افزوده می شود. کیفیت کارفرمایان از لحاظ جذب، رشد و نگه داری استعدادها می تواند کارآفرینی بالا را در پی داشته باشد. امروزه یکی از عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی ایجاد فضای کسب و کار دوستانه و دارای انگیزه برای همه افرادی است که می توانند به کارآفرینان مؤثر در حوزه کاری خود تبدیل شوند. [۹]

ابعاد کارآفرینی

با در نظر گرفتن پیشنهادهاى گات (Guth) و گینزبرگ (Ginsberg) در دهه ۱۹۹۰، زهرا (Zahra) ابعاد کارآفرینی را به شرح زیر مشخص می نماید: [۱۰] نوآوری در تولید، نوآوری در فرآیند تولید، نوآوری در تشکیلات یا نوآوری سازمانی، ایجاد مشاغل جدید داخلی و بین المللی و تجدید راهبردی. نوآوری متضمن تولید محصولات جدید، فرآیندهای تولیدی جدید و سیستمهای سازمانی جدید است. خلاقیت تجاری جدید مؤید رشد و گسترش موسسه به بازارهای جدید است که با ارائه محصولات واقعی

و نیز توانایی ارائه کالاهای جدید برای بازارهای موجود همچنین برای بازارهای جدید همراه است. این بازارهای جدید می تواند در سطح ملی و بین المللی توسعه یابد. نوسازی راهبردی مستلزم تجدید ساختار فعالیتهای شرکت یا تغییر دادن دیدگاه تجاری، روش آن و یا هر دوی آنهاست. خلاقیتهای تجاری جدید، توسعه و گسترش بین المللی و نوسازی راهبردی، پایه و اساس و سنگ بنای یک مفهوم پویا و دینامیک از راهبرد مؤسسه ای هستند که متضمن ورود به بازارها و فعالیتهای تجاری جدید است و در نهایت نوآوری نه تنها شامل این تغییرات است بلکه شامل فرآیندهای تولید و محصولات جدید نیز می باشد.

خصوصی سازی و کارآفرینی

خصوصی سازی راهبردی برای تجدید ساختار اقتصادی است. این راهبرد بر تشویق نیروهای سیستم بازار آزاد و انتقال سرمایه گذاریهای تحت تملک دولت به بخش خصوصی و تغییر سیستمهای مدیریت و مالکیت تأکید دارد. این تغییرات می تواند به تغییر فرهنگهای سازمانی و ایجاد ظرفیتهای کارآفرینی منجر شود. به عبارت دیگر نیروهای بازار، بنگاهها و رهبران را به سمت نوآوری و کارآفرینی سوق داده و کمک می کنند تشکیلات جدید سازمانی در دستور کار آنها قرار گیرد. انتظار می رود تغییرات ایجاد شده توسط خصوصی سازی، نتایج راهبردی از قبیل اکتساب مهارتهای جدید و فعالیتهای کارآفرینی به همراه داشته باشد. ما در این جا به دنبال بررسی برخی تغییرات تشکیلاتی و راهبردی در جریان واگذاری و خصوصی سازی شرکتها هستیم و خصوصاً به جریان نوآوری محصولات و تشکیلات پرداخته و همچنین نگاهی داریم به توسعه مشاغل جدید در سطوح داخلی و بین المللی و تجدیدنظر راهبردی که در شکل نهایی، ظرفیت کارآفرینی یک شرکت را تشکیل می دهد. از لحاظ نظری عقیده بر این است که پس از خصوصی سازی سطح نوآوری در تولید فرآیندها و تشکیلات افزایش می یابد و از طرف دیگر شرکتها در سطح ملی به گسترش مشاغل جدید اقدام نموده و فعالیتهای بین المللی را تقویت می نمایند و با اعمال مراحل راهبردی مبنی بر حذف موارد بدون بازده و یا زیان ده به سمت نوآوری و راهبردهای مبتنی بر رقابت سوق می یابند. از سوی دیگر این گونه استنباط می شود که پس از خصوصی سازی، مشکل مؤسسه در نتیجه کنترل سهام داران حل می شود، زیرا حتی در حالت ارائه عمومی، فروش با تشکیل یک زنجیره محکم از سهام داران مورد کنترل و مشارکت قرار می گیرد. در حالت کلی وقتی مؤسسات و بنگاهها خصوصی می شوند و ملزم به انطباق با نظام کنترل بازار می گردند، ظرفیت کنترل بازار بر کالاها

و خدمات به سطح رقابت حاصل از خصوصی سازی بستگی خواهد داشت. در نتیجه می توانیم انتظار داشته باشیم که یک سیستم واحد و منسجم از اهداف و مقاصد پس از خصوصی سازی ایجاد گردد. این سیستم با بسیاری از راهبردهای طراحی شده جهت ایجاد ثروت معینی برای سهام داران با ارائه محرکهای مدیریتی کاملاً مناسبی در ارتباط خواهد بود که همزمان به راهبردها و ساختارهای جدیدی منجر می شود.

تغییرات ساختاری در مؤسسات خصوصی شده

ساختار درونی یک مؤسسه به راهبرد اتخاذ شده توسط آن بستگی دارد. اما در مورد مؤسسات عمومی راهبردها، ساختار داخلی آنها را تعیین نمی کند. در حقیقت بنگاههای عمومی در معرض کنترلهای عمومی هستند که همزمان توسط عناصر مختلفی اعمال می شود که کار اصلی آنها بررسی و نظارت بر اجرای قوانین و هنجارهاست. با در نظر گرفتن این حقیقت که مسؤولیت عمومی با سیستم های کنترلی مختلف همراه می شود درمی یابیم که فرآیند تصمیم گیری در ارتباط کاملی با وضعیت مدیریت عالی است که به انتقال مشکل به مقامات ناظر متمایلند و در نتیجه مسؤولیتها اغلب کم رنگ و تضعیف می شوند و هیچ کس مسؤولیتی برای تصمیمات اتخاذ شده بر عهده نمی گیرد و این امر هرگونه انگیزه را برای حداکثر کردن ارزش، کاهش می دهد. کم رنگ شدن مسؤولیت همراه است با فقدان فرآیندهای ابتکاری و اداری. حرکت و انتقال از بخش دولتی به بخش خصوصی احتمالاً همراه است با استفاده از ساختارهای مناسبتری برای بنگاهها و مؤسسات. بنابراین از بنگاهها و مؤسسات خصوصی شده انتظار می رود که تغییرات سازمانی بسیاری جهت تطبیق و متناسب شدن با محیط جدیدشان و در معرض عمل قرار دادن راهبردهای جدید، تجربه نمایند.

نوآوری در مؤسسات خصوصی شده

ساختارهایی نظیر بنگاههای دولتی به ندرت نوآور می شوند زیرا آنها خواهان جهت دهی داخلی بوده و توجه زیادی به تشویق و حمایت از ایده های جدید برای بهبود محصولات و فرآیندها نمی نمایند. همچنین آنها به طور کلی نسبت به تغییر، بی میل هستند که همچنان مانعی برای نوآوری است. برای این مؤسسات نوآوری یک اولویت نیست چون صاحبان آنها تقاضایی برای آن ندارند و در جهت تولید نظریات

جدید برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان تلاش نمی کنند چرا که آنها نیازی به تطبیق شرایط رقابتی در بازار برای ایجاد سود ندارند. در حقیقت حمایت و محافظت در مقابل ورشکستگی سبب فقدان انگیزه کافی جهت نوآوری از طریق فرایندهای کارتری می شود که بتواند با تقاضای مشتریان، زمان تحویل و محصولات ساخته شده برای رضایت مندی نیازهای جدید یا روشهای جدید مذاکره با آنها انطباق یابد. از سوی دیگر پس از خصوصی سازی، این مؤسسات ملزم به پاسخ گویی به سهام داران خود و تحکیم موقعیت رقابتی در بازارند؛ در نتیجه آنها مجبورند خود را با شرایط بازار تطبیق دهند. بنابراین انتظار می رود که پس از خصوصی سازی حرکت به سوی نوآوری و ابتکار و در نتیجه افزایش ظرفیت کارآفرینی تسریع گردد.

تغییرات راهبردی در مؤسسات خصوصی شده

رفتار مؤسسات شامل ایجاد فعالیتهای تجاری جدید و توسعه بین المللی و نیز واگذاری فعالیتهای و خطوط تجاری قبلی است. در هر دو مورد از مؤسسات عمومی انتظار می رود که مشکلات جدیدی داشته باشند. در حقیقت مشکل است که مؤسسات عمومی را بر اساس راهبردها، مورد نظر قرار دهیم، چون به دلیل طبیعت چندگانه و نامعین اهداف، مدیران تمایل به داشتن استقلال بیشتری هستند نسبت به زمانی که فرآیند تصمیم گیری برای انطباق با یک راهبرد به خصوص انجام می گیرد. بنابراین انتظار می رود که مؤسسات عمومی دارای راهبردهای تجاری منحصر به فرد باشند چون بعد از خصوصی سازی جریانهای نوآوری و فرایندهای ابتکاری به تولید محصولات جدید منجر خواهد شد که در جای خود موجب افزایش سطح فعالیتهای تجاری و افزایش مشاغل جدید می شود و سرانجام به بازارهای جهانی و بین المللی دست می یابد و نهایتاً ماهیت پویای این راهبردها موجب حذف واحدهای تجاری زیان ده و بی بازده می گردد. بنابراین تجدید ساختار و راهبرد بعد از خصوصی سازی افزایش می یابد. در مجموع انتظار می رود که بنگاههای خصوصی شده نوآوری محصولات را برای اتخاذ راهبردهای والاتر در ارتباط با گسترش بین المللی مشاغل و طراحی ساختارهای لازم برای عمل به این راهبردها افزایش دهند؛ به عبارت دیگر در جهت ایجاد ظرفیت کارآفرینی و گسترش آن عمل نمایند. جدول زیر تغییرات مورد انتظار در مؤسسات خصوصی شده را با توجه به کارآفرینی نشان می دهد [۱۱]

جدول (۱) تغییرات مورد انتظار در مؤسسات خصوصی شده با توجه به کارآفرینی

روابط انتظاری	ابعاد کارآفرینی
A2>A1	نوآوری در تولید (A)
B2>B1	نوآوری در فرآیندها (B)
C2>C1	نوآوری تشکیلاتی (C)
D2>D1	ورود و ایجاد مشاغل جدید ملی (D)
E2>E1	ورود و ایجاد مشاغل جدید بین المللی (E)
F2>F1	تجدید ساختار راهبردی (F)

* اندیس ۱ قبل از خصوصی سازی را نشان می دهد
 ** اندیس ۲ بعد از خصوصی سازی را نشان می دهد

به طور کلی می توان گفت: کارآفرینی سبب تشویق جامعه به کارهای خلاق و نوآور می شود که این باعث رشد و بالندگی آن جامعه می گردد. کارآفرینان خلاقیت و نوآوری را به وسیله یک فرآیند ساخت یافته و منظم به نیازها و فرصتهای بازار پیوند می دهند. آنها با ارائه ایده های نوآورانه سعی می کنند که به سمت ایجاد یک محصول یا خدمت جدیدی حرکت نمایند که هدفی جز رضایت مشتریان ندارد و در نهایت به سوددهی منجر می شود. اهمیت کارآفرینی در توسعه تا آن جاست که به عنوان موتور توسعه اقتصادی قلمداد شده است. شومپتر از کارآفرین به عنوان عنصر اصلی و قهرمان هر گونه توسعه اقتصادی یاد می کند، آن گونه که وی معتقد بود علت تغییر منظم و درونی بازار در بطن کارآفرینی نهفته است. به همین دلیل او در تبیین نظریه توسعه اقتصادی نقش اساسی را به کارآفرینی نسبت می دهد.

خصوصی سازی در ایران

خصوصی سازی به طور رسمی و برای نخستین بار از خرداد ماه ۱۳۷۰ با توجه به اصول ۴۴ و ۱۳۴ و ۱۳۸ قانون اساسی و با اشاره به تبصره ۳۲ و بندهای ۳۷-۴، ۱-۸، ۲-۸ و ۳-۸ قانون برنامه اول توسعه مصوب ۱۳۶۸ آغاز گردید. همان گونه که از مفاد بند ۳۷-۴ قانون برنامه اول استنباط می گردد هیچ گونه محدودیتی یا سیاست خاصی برای واگذاری فعالیت ها در نظر گرفته نشده و با تأکید بر تشویق و حمایت از تشکلهای صنعتی معدنی و تخصصی، کلیه صنایع دولتی و ملی شده (به استثنای صنایع بزرگ

و مادر) قابل واگذاری به بخش خصوصی در نظر گرفته شد. با توجه به خصوصیات متنوع شرکتهای دولتی، مجموعه روشهای خصوصی سازی این شرکتها در دو گروه واگذاری از طریق انتقال مالکیت و بدون انتقال مالکیت قرار گرفتند، پس از شناسایی و اولویت بندی شرکتها، بیانیه رسمی دولت به عنوان عزم ملی در اجرای سیاست خصوصی سازی در کشور انتشار یافت. با توجه به این که مصوبه مورخ ۱۳۷۰/۲/۲۹ هیات وزیران در قالب و چارچوب برنامه اول توسعه تدوین شده بود، انطباق کاملی بین تصمیمات اتخاذ شده در مصوبه هیات وزیران و قانون برنامه اول با مبانی نظری خصوصی سازی، وجود نداشت.

مصوبه مذکور به روش فروش سهام در بورس به عنوان اولی ترین روش اشاره می کند و برای واگذاریهای خارج از بورس کمیسیونی را معین کرده تا موضوع را بررسی و روش مناسب را تعیین نمایند. در ۱۳۷۳/۵/۱۹ پس از به وجود آمدن مشکلاتی در فرایند خصوصی سازی، قانونی تحت عنوان «قانون نحوه واگذاری سهام دولتی به ایثارگران و کارگران» به تصویب رسید که مصوبات قبلی را لغو کرد و مفاد آن مبنای اجرای سیاست خصوصی سازی قرار گرفت. در این قانون روشهای واگذاری به روش فروش از طریق بازار بورس یا اعمال مزایده، محدود گردید و به کارگیری روش فروش از طریق مذاکره، صرفاً محدود به شرکتها و تعاونیهای ایثارگران گردید. این قانون باعث امتیازاتی برای ایثارگران و کارگران شد اما با توجه به این که اکثر آنان از تمکن مالی لازم برای خرید سهام قابل واگذاری برخوردار نبودند در عمل اجرای سیاست خصوصی سازی به رکود کشیده شد.

بر اساس برنامه توسعه کشور، دولت تصمیم می گیرد که به منظور جلب مشارکت بیشتر بخشهای خصوصی و تعاونی در امور عمومی و خدمات اجتماعی، تولید، اشتغال، تجارت، تحقیقات و نگه داری و بهره برداری از تاسیسات زیربنایی و عمومی، با رعایت اصل ۴۴ قانون اساسی و مصالح عمومی فعالیتهای یاد شده، بخشهای دولتی را به بخش خصوصی و تعاونی واگذار کند. تبصره ۳۵ قانون بودجه سالهای ۱۳۷۷ و ۱۳۷۸ کل کشور و بند ف تبصره ۲ قانون بودجه سال ۱۳۷۹ کل کشور، مجموعه ای است که مبنای قانونی و مقرراتی برنامه واگذاری سهام را در سالهای قبل از اجرای برنامه سوم توسعه پدید آورده است. اهمیت این موضوع در قانون برنامه سوم تجلی یافته است تا آن جا که فصل سوم تحت عنوان «واگذاری سهام و مدیریت شرکت های دولتی» ۱۹ ماده را در بر گرفته است. همچون قوانین قبلی، ارتقای کارآیی، افزایش بهره وری منابع مادی و انسانی کشور، کارآمد کردن دولت در عرصه

سیاست گذاری و توسعه توانمندی بخشهای خصوصی و تعاونی، به عنوان اهداف واگذاری سهام شرکتهای دولتی انتخاب شدند.

قانون برنامه سوم توسعه در قیاس با دو برنامه پیش از آن برای نخستین بار کوشیده تا با معرفی چارچوبی برای واگذاری سهام شرکتهای دولتی و متعلق به دولت، مبنای سنجیده تری برای این منظور فراهم آورد. پوشش موضوعاتی مانند تعیین دامنه شمول واگذاری، شناسایی هیأت‌های واگذاری به عنوان مقام سیاست گذار، تاسیس سازمان خصوصی سازی به عنوان نهاد مجری، تسهیم عواید واگذاری، شناسایی هیأت داوری و بیمه مسؤولیت از جمله مواردی است که این قانون را نسبت به موارد مشابه قبلی برتری می بخشد. ماده ۱۵ برنامه سوم دولت را موظف نموده نسبت به تشکیل سازمان خصوصی سازی اقدام نماید. مطابق مصوبه مورخ ۱۳۸۰/۱/۲۹ هیأت وزیران از جمله وظایف و اختیارات سازمان خصوصی سازی تدوین برنامه های افزایش توانمندیهای بخش خصوصی و تشویق گروهها و تشکلهای تخصصی و تربیت کارآفرینان عنوان گردیده است.

در مورد شیوه های واگذاری شرکتهای دولتی نیز باید گفت که دولت از میان گزینه های مختلف مطابق ماده ۱۶ برنامه سوم سه روش زیر را با توجه به اندازه شرکت برگزیده است:

الف) فروش سهام شرکتهای کوچکتر به کارآفرینان و اشخاصی که از مدیریت توانمند برخوردارند
 ب) فروش سهام شرکتهای متوسط حسب مورد، به گروهها، تعاونیها و تشکلهای تخصصی- تجاری
 پ) فروش سهام شرکتهای بزرگ با حفظ سهام کنترل کننده مدیریت به عموم مردم
 اما بر طبق ماده واحد مصوب اسفند ماه ۱۳۸۱ که به اصلاح برخی از مواد قانون برنامه سوم انجامید، ماده ۱۶ حذف و متن زیر جایگزین آن گردید:

به کارگران و کارکنان واحدهای مورد واگذاری، سهام ترجیحی اعطا می گردد. همچنین دولت می تواند به سازمانها و صندوقهای بازنشستگی و کارکنان خود در ازای مطالبات آنان و با توافق آنها سهم واگذار کند. چگونگی واگذاری سهام مطابق آیین نامه ای خواهد بود که توسط هیأت عالی واگذاری پیشنهاد خواهد شد و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید. [۱۲]

عملکرد دستگاههای اصلی واگذارنده سهام

دستگاههای اصلی واگذارنده سهام، عمدتاً سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و سازمان صنایع

ملی ایران بوده اند که سازمان گسترش و نوسازی در طول یک دهه بیش از ۴۵ درصد سهام عرضه شده در بازار بورس را به خود اختصاص داده است. سازمان صنایع ملی ایران نیز که حدود ۱۰ درصد سهام عرضه شده در بازار بورس و بیش از ۲۰ درصد سهام عرضه شده در کل واگذاریها را در اختیار داشته، عمدتاً به دلیل تحت پوشش قرار دادن شرکتهای ملی و صادره شده پس از انقلاب، نسبت به دیگر دستگاههای واگذارنده، عملکرد وسیعتری را در فروش سهام شرکتهای تحت پوشش و وابسته داشته است. یکی دیگر از نهادهایی که طی سالهای پس از تصویب اجرای سیاست خصوصی سازی، در حجم نسبتاً بالایی سهام شرکتهای تحت پوشش خود را واگذار نموده است بانک صنعت و معدن است. لکن طبق قانون [۱۳] شرکتهایی که از طریق سرمایه گذاری بانکها ایجاد شده باشند دولتی نبوده و لذا مشمول قوانین و مقررات عمومی دولت نمی باشند. برای روشن شدن موضوع کافی است به جدول شماره (۲) توجه نماییم. در حالی که بانک صنعت و معدن به تنهایی توانسته ۱۶۰۶/۷ میلیارد ریال (۱۵/۷۶ درصد) سهام در بازار بورس عرضه نماید اما ۹ بانک دیگر (۸ بانک اشاره شده در جدول به علاوه بانک مرکزی) در مجموع توانسته اند فقط ۱۳۴۵/۹ میلیارد ریال (۱۳ درصد) درآمد از عرضه سهام کسب نمایند. بنیاد مستضعفان و جانبازان، بنیاد پانزده خرداد و بنیاد شهید به عرضه سهام در بورس اقدام نموده اند که بنیاد مستضعفان با فروش ۴۰۴/۹ میلیارد ریال سهام توانسته سهمی هر چند اندک (۴ درصد) را به خود اختصاص دهد.

بر اساس آمارهای ارائه شده در جدول شماره (۳) نیز طی سالهای ۶۸-۱۳۸۰ در مجموع مبلغ ۱۲۵۲۸/۵۵ میلیارد ریال سهام واگذار شده که ۸۱/۴ درصد آن از طریق بورس صورت گرفته است. همان طور که مشاهده می شود تا سال ۱۳۷۰ بخش اعظم واگذاریها از طریق بورس بوده است، اما طی سالهای ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۳ سهم واگذاری از طریق بورس کاهش پیدا کرده و به کمتر از ۵۰ درصد کل واگذاریها رسیده است و سایر روشهای واگذاری نقش غالب را در خصوصی سازی ایفا می کنند. از سال ۱۳۷۴ به بعد دوباره اکثر واگذاریها از طریق بورس صورت گرفته است. نکته قابل توجه دیگر در خصوص روند خصوصی سازی در ایران این است که در ابتدای اجرای سیاست واگذاری مؤسسه های دولتی، یعنی در سال ۱۳۶۸، اکثر سهام عرضه شده توسط بخش خصوصی خریداری شده است ولی از سال ۱۳۷۰ به بعد بخش خصوصی به عنوان خریدار به تدریج نقش خود را از دست داده و جای خود را به سازمانهای دولتی و بانک ها سپرده است. همچنین در حالی که مصوبات هیأت دولت کراً وزارتخانه ها را مورد

اشاره قرار داده است اما باز هم جای بسیاری از آنها در میان عرضه کنندگان سهام شرکت‌های دولتی خالی است و اقدام قابل توجهی در خصوص واگذاری شرکت‌های تحت پوشش خود به عمل نیاورده اند.

جدول (۲) سهام عرضه شده از طریق بورس اوراق بهادار به تفکیک سازمان‌های عرضه کننده سهام طی سالهای ۶۹-۸۰

نام عرضه کننده سهام	۱۳۶۹	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	مجموع
بانک ملی	-	۲.۷	۷.۸	-	۷۹.۳	۸۲.۱	-	-	-	-	-	-	۱۸۱.۹
بانک صادرات	-	۰.۷	-	-	-	۲۵.۱	۷۹.۹	۰.۷	۲۸۱.۱	۲۲.۶	-	-	۵۱۳.۵
بانک تجارت	-۰.۱	۲.۵	-	-	۸.۳	۹.۱	-	-	-	۲.۶	۱۱۰.۷	۸.۷	۱۴۰.۰
بانک سپه	-	۲۷.۹	-	-	-	۲۲.۳	-	-	۱.۵	-	۶.۷	۲.۳	۲۱۵.۷
بانک مسکن	-	-	-	-	-	-	-	-	۱۰.۳	۰.۳	۱۲.۴	۸.۰	۳۵.۰
بانک کشاورزی	-۰.۶	۲.۴	-	-	-	-	۹.۱	۰.۸	-	۰.۰	۰.۰	-	۱۲.۷
بانک ملت	-	-	-	-	-	۱۳۰.۱	۲۲.۷	-	-	-	-	۱۳.۰	۱۶۵.۸
بانک صنعت و معدن	۲۱.۶	۸۶.۸	-۰.۶	۱۹۶.۸	۳۰.۹	۱۸۲.۳	۱۸۲.۳	۸۵.۰	۳۳.۳	۱۶۲.۳	۵۸۴.۸	۱۰۳.۸	۱۶۰۰.۶
بانک رفاه تهرانی	-	-	-	-	-	-	-	-	۳.۷	-	-	-	۳.۷
سازمان صنایع ملی ایران	۱۰.۵	۲۰۱.۱	۷۶.۹	۹۱.۳	۱۵۳.۳	۵۰.۷	۲۳.۸	-	۱۳۱.۹	۱۶۹.۳	۹۰.۹	۰.۰	۱۰۰۵.۸
سازمان گسترش و نوسازی صنایع	-۰.۶	۲۹.۶	۴۲.۵	۸۰.۶	۱۰۷.۳	۱۴۱.۳	۷۶.۹	۴۶.۷	۵۳۲.۳	۱۵۷۱.۴	۱۲۱۶.۷	۶۸.۶	۶۶۰۰.۳
سازمان ملی گسترش بازرگانی	-	-	-	۷.۴	۱۲.۹	۱۶۲.۳	۱۶۸.۳	۸۰.۱	۲۲.۰	۸۰.۴	۱۸۶.۱	۲۲۵.۵	۱۰۰۱۹.۱
بنیاد مستضعفان و جانبازان	-۰.۳	۶.۶	۱.۵	۳.۳	۶.۵	۹.۳	۲۰.۳	۱۰.۵	۱۰.۵	۲۰.۴	۳۶.۶	۸.۹	۲۰۶.۱
بنیاد پارچه خردباد	-	-	-	-	-	-	-	-	۲۲.۰	۲۱.۳	۲.۹	۱.۱	۵۸.۱
بنیاد شهید	-	۱.۷	-۰.۱	-	۱.۰	-	۶.۱	-	-	-	-	۱.۳	۱۰.۸
ساز دستکها	-	-	-	-	-	۲۲.۱	۹۱.۱	-	-	-	-	-	۱۶۸.۵
جمع	۲۲.۴	۲۵۸.۶	۱۳۱.۱	۲۷۶.۴	۳۹۶.۴	۸۶۰.۸	۱۷۶۶.۸	۲۳۶.۶	۱۱۷۹.۸	۲۰۳۶.۹	۲۲۶.۸	۶۶۸.۳	۱۰۰۱۹۵.۳

مأخذ: گزارش عملکرد سالهای ۱۳۷۰-۱۳۸۰ بورس اوراق بهادار تهران
 ** ارقام به قدری ناچیز است که می توان از آن صرف نظر کرد

جدول (۳) عرضه سهام شرکت‌های دولتی طی دوره ۶۸-۸۰ میلیارد ریال

واگذاری	بورس		سایر روشها	
	میلیارد ریال	سهام	میلیارد ریال	سهام
۱۳۶۸	۳.۷	۹۱.۴	۰.۳۵	۸.۶
۱۳۶۹	۳۳.۴	۸۶.۱	۵.۴	۱۳.۹
۱۳۷۰	۳۵۸.۶	۹۰.۸	۳۶.۵	۹.۲
۱۳۷۱	۱۳۴.۱	۴۶.۲	۱۵۶.۴	۵۳.۸
۱۳۷۲	۳۷۶.۴	۴۹.۱	۳۸۹.۵	۵۰.۹
۱۳۷۳	۳۹۶.۴	۴۲.۵	۵۳۵.۹	۵۷.۵
۱۳۷۴	۸۶۰.۸	۷۳.۵	۳۱۰.۱	۲۶.۵
۱۳۷۵	۱۷۶۴.۸	۸۷.۲	۲۵۸.۲	۱۲.۸
۱۳۷۶	۳۳۹.۶	۶۶.۹	۱۶۷.۹	۳۳.۱

مأخذ: گزارش عملکرد سالهای ۱۳۶۹-۱۳۸۰ بورس اوراق بهادار تهران

با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه، بسیاری از اندیشمندان جامعه بر آن شده اند تا بر پایه یک رشته دیدگاه نظری و نیز تجربه شماری از کشورهای موفق در گذشته و حال، نقش کارآفرینان را در فرآیند واقعی توسعه مطرح کنند. یعنی عناصری که در شرایط مناسب می توانند با تکیه بر توان ذهنی و نیز ریسک پذیری ذاتی خود به عنوان پیشرانه حرکت جامعه مسؤولیت بپذیرند و ساز و کاری را به جریان اندازند که مستقل از دولت موجب اعتلای جامعه شود. اما این قدرت آفرینندگی در محیط ویژه ای عینیت می یابد. مفاد این نظریه نشان می دهد که کارآفرین می تواند در محیطی به بهترین وجه خلاقیت خود را عینیت ببخشد و فضایی پر رقابت آماده کند که متکی بر ساز و کار بازار آزاد باشد. به طور معمول و به ویژه در الگوهای اقتصادی، وضعیت اقتصاد آزاد مناسبترین شرایط برای فعالیت کارآفرینان محسوب می شود. کارآفرین نباید با موانع غیر اقتصادی روبه رو باشد، او نباید درگیر بوروکراسی دولت شود، او باید بداند که شرایط آینده بازار صرفاً بر پایه ساز و کار آن تعیین می شود در این شرایط است که تمام نیرو و ابتکار خود را در راه رقابت به کار می گیرد و برای تحقق اهداف خود، خلاقیتش عینیت پیدا می کند. [۱۴]

خصوصی سازی و در نهایت ایجاد محیط برای رشد کارآفرینی می تواند منجر به نوآوری و تولید کالاها و خدمات جدید شود فضای رقابتی که کارآفرین به وجود می آورد می تواند به افزایش کارایی بینجامد. از سوی دیگر بر اساس مبانی نظری مطرح شده خصوصی سازی می تواند به افزایش ظرفیتهای کارآفرینی شرکتها منجر گردد. این عوامل را می توان جهت پررنگ تر نمودن نقش بازار در مقابل تصمیمهای دولت به عنوان کارگزار اقتصادی دانست که در واقع موجبات بقای فعالیتهای کارآفرینانه و نیز ارتقای سطح و کیفیت فعالیتهای و کاهش هزینه ها را فراهم می آورد و همین حضور پر رنگ کارآفرینی می تواند به نفع اقتصاد ملی باشد. در این راستا افزایش کارایی و محیط رقابتی می تواند به حذف برخی از انحصارهای دولتی بینجامد. علاوه بر آن تبعات کارآفرینی همچون ابداع و اختراع و فعالیتهای تحقیق و توسعه نقش محوری در تولید محصولات و خدمات جدید، فرآیندهای جدید فن آوری و موقعیتهای جدید اشتغال در سطوح ملی و بین المللی به وجود آورد.

آنچه که به عنوان مهمترین نتیجه از مطالعه عملکرد خصوصی سازی در کشور می توان مد نظر قرار داد و برای تسهیل امر خصوصی سازی در آینده از آن استفاده نمود، این است که در صورتی که عزم ملی و اعتقاد راسخ سیاسی و اقتصادی برای اجرای واقعی فرآیند خصوصی سازی در کشور وجود داشته باشد، شیوه مدیریت و نظارت بر امر واگذاری شرکتها به بخش خصوصی و غیر دولتی، ضرورت اولیه موفقیت

سیاست خصوصی سازی به حساب می آید و نهایتاً با توجه به اینکه وضعیت اقتصاد مبتنی بر بازار مناسبترین شرایط برای فعالیتهای کارآفرینانه محسوب می گردد، خصوصی سازی به عنوان مقدمه و بستر ساز ایجاد محیط مناسب برای رشد کارآفرینی مطرح می گردد که به نوآوری و تولید کالاها و خدمات جدید منجر می گردد.

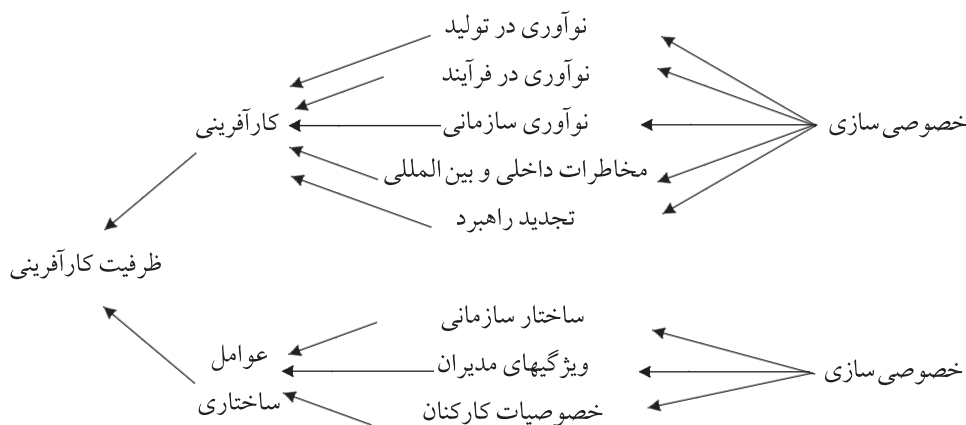
عوامل بازدارنده و موانع رشد کارآفرینی در ایران

مداخله دولت همواره به عنوان یکی از عناصر مهم و مؤثر در تحلیل کارآفرینی محسوب می شود. در نظام اقتصادی ایران نهاد دولتی نقش بارز و قابل توجهی را در عرصه اقتصادی بازی می کند. وضع مقررات و قوانین، آثار زیادی بر روابط و فعالیتهای اقتصادی می گذارد و موجبات موانع برای سایر بازیگران اقتصادی ایران و از جمله کارآفرینان واحدهای کوچک فراهم می آورد. مشکلاتی همچون جواز تاسیس شروع کار توسط کارآفرینان، مسأله نحوه تخصیص اعتبارات بانکی به کارگزاران واحدهای کوچک، محدودیتهای و موانع قوانین صادرات و واردات، قوانین مالیاتی و قانون کار برای کارآفرینان، عدم ثبات قوانین و مقررات و تغییر مداوم آنها، بوروکراسی و وجود مسیرها و اخذ مجوزهای متعدد، اخذ وثیقه های سنگین در مقابل پرداخت تسهیلات بانکی و سود بالای تسهیلات از جمله این مشکلات است. [۱۵]

بررسی میدانی

به منظور ارزیابی اثرات خصوصی سازی بر ظرفیت کارآفرینی شرکتهای دولتی واگذار شده به بخش غیردولتی در ایران پرسشنامه ای بر اساس ابعاد کارآفرینی و عوامل ساختاری طراحی گردید تا از طریق داده های به دست آمده از پژوهش میدانی تصویر روشنی از برآیند آنچه در این خصوص حاصل شده است ارائه گردد. با توجه به مبانی نظری عنوان شده راجع به فرآیند خصوصی سازی و روشهای اجرایی آن و با توجه به نقش و اهمیت بازار بورس اوراق بهادار در این فرآیند طی سالهای اجرای سیاست مذکور از یک طرف و با عنایت به این مطلب که دست کم سه سال زمان لازم است برای ارزیابی موقعیت قبل و بعد از خصوصی سازی از جنبه کارآفرینی، شرکتهای واگذار شده در این روند مورد بررسی قرار گرفت. مطابق مبانی مطرح شده در تحقیق برای دسته اول براساس ابعاد کارآفرینی سؤالی در خصوص نوآوری در تولید، نوآوری در فرایندها، نوآوری سازمانی، تحمل ریسک در ورود به مشاغل جدید داخلی و بین المللی

و تجدید راهبرد مطرح گردید. دسته دوم در خصوص عوامل ساختاری به مواردی از قبیل ساختار سازمانی شامل سیستم حقوق و دستمزد، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم مالی و بودجه ای، سیستم استخدام و خصوصیات مدیران و کارکنان شرکت پرداخته است. برای ارزیابی این گزینه ها در دو دوره قبل و بعد از خصوصی سازی از یک معیار ذهنی پنج گانه استفاده شده است که از خیلی کم تا خیلی زیاد امتداد دارد و امتیاز یک تا پنج را در بر می گیرد. جهت پر کردن پرسشنامه ها از مدیران و مسؤولان آگاه و مطلع در بخشهای تحقیق و توسعه، آموزش، منابع انسانی و طرح و برنامه استفاده گردید که با مصاحبه های محقق با برخی کارشناسان ۱۶ شرکت مورد مطالعه اعتماد در خصوص صحت پاسخها حاصل گردید.



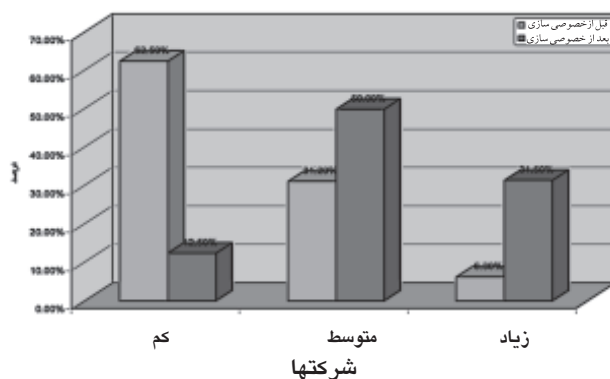
فراوانی مطلق، درصد فراوانی نسبی و میانگین

در بخش آمار توصیفی دو شاخص فراوانی و درصد آن و شاخص میانگین در خصوص ابعاد کارآفرینی و عوامل ساختاری شرکتهای واگذار شده مورد بررسی قرار گرفت که به عنوان نمونه در ادامه نوآوری در تولید مورد توجه قرار گرفته است.

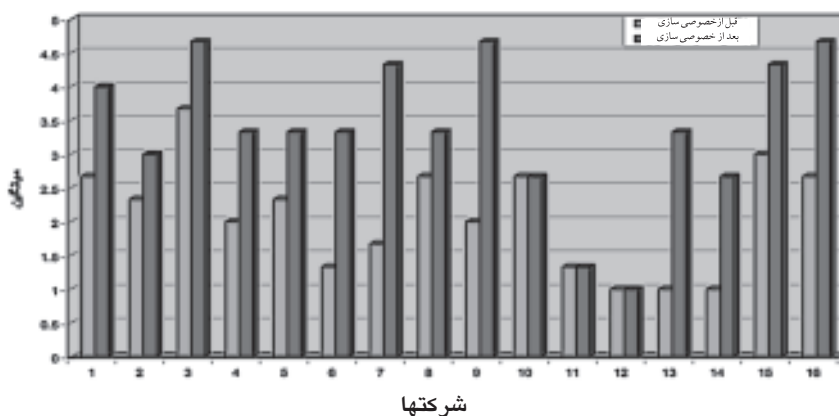
جدول (۴)

بعد از خصوصی سازی			قبل از خصوصی سازی			نوآوری در تولید
زیاد	متوسط	کم	زیاد	متوسط	کم	
۶	۸	۲	۱	۵	۱۰	فراوانی
۳۱,۵٪	۵۰٪	۱۲,۵٪	۶,۳٪	۳۱,۲٪	۶۲,۵٪	درصد

جدول شماره ۴ نشان می دهد با این که ۶۲/۵٪ از پاسخ دهندگان نوآوری در تولید را قبل از خصوصی سازی کم مطرح نموده اند بعد از خصوصی سازی نوآوری در تولید ۸۱/۵٪ از آنها به حد متوسط و زیاد رسیده است. یعنی خصوصی سازی موجب شده تا شرکتها به دلیل میل به پیشرو بودن یا حفظ خود در بازار و افزایش توان رقابتی خود ترغیب به نوآوری در تولیدات خود گردند و تحقیق و توسعه از اهم فعالیت‌های شرکت قرار گیرد. این مطلب را می توان در نمودار هیستوگرام زیر که به صورت درصدی بیان شده است، مشاهده نمود که نشان دهنده افزایش درصد نوآوری در تولید بعد از خصوصی سازی بوده است.



نمودار (۱) درصد نوآوری در تولید



نمودار (۲) میانگین نوآوری در تولید

نمودار هیستوگرام شماره (۲) نشان می دهد که به طور عمده میانگین نوآوری در تولید شرکتها بعد از خصوصی سازی افزایش یافته است. این امر خصوصی سازی را به عنوان عامل تأثیرگذار بر افزایش ظرفیت کارآفرینی شرکتها معرفی می کند.

در بخش آمار استنباطی برای تحلیل آزمون جفت شده از روش ناپارامتری از آزمون مقایسه ای ویل کاکسون برای برابری میانگینها در دو حالت قبل و بعد از خصوصی سازی استفاده گردید. همچنین برای بررسی همبستگی عوامل ساختاری و کارآفرینی شرکتهای واگذار شده از آزمون همبستگی اسپیرمن و تاو کندال استفاده گردید.

بین نمره نوآوری در تولید شرکتها قبل و بعد از خصوصی سازی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرض H_0 : نمره نوآوری در تولید شرکتها قبل و بعد از خصوصی سازی با هم برابر است.

فرض H_1 : نمره نوآوری در تولید شرکتها قبل و بعد از خصوصی سازی با هم برابر نیست.

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
- نوآوری در تولید ۲ Negative Ranks	0 ^a	.00	.00
نوآوری در تولید ۱ Positive Ranks	13 ^b	7.00	91.00
Ties	3 ^c		
Total	16		

a. نوآوری در تولید ۲ > نوآوری در تولید ۱

b. نوآوری در تولید ۲ < نوآوری در تولید ۱

c. نوآوری در تولید ۱ = نوآوری در تولید ۲

Test Statistics^b

	- نوآوری در تولید ۲ نوآوری در تولید ۱
Z	-3.186 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

چون مقدار احتمال کمتر از سطح معنی داری یا ۰/۰۵ است، فرض صفر (تساوی میانگینها) رد می شود همچنین مقدار احتمال نشان می دهد که فرض صفر در سطح ۰/۰۱ نیز رد می شود لذا می توان گفت فرض یک ما با فاصله اطمینان ۹۹٪ مورد تأیید قرار می گیرد که فرض صفر و اثبات معنی داری تفاوت میانگینها در قبل و بعد از خصوصی سازی تبیین کننده این موضوع است که خصوصی سازی می تواند با

افزایش نوآوری در تولید، نوآوری در فرآیند و . . . که نهایتاً ظرفیت کارآفرینی شرکتها را تشکیل می دهد به عنوان عاملی تقویت کننده و مؤثر تلقی شود. در یک تحلیل کوتاه می توان چنین اظهار داشت که یک قدرت آفرینندگی در این شرایط عینین می یابد. مفاد این نظریه نشان می دهد که کارآفرینی می تواند در محیطی به بهترین وجه خلاقیت خود را به ظهور و بروز رساند و فضایی پرقابته آماده کند که متکی بر سازوکار بازار آزاد باشد.

بررسی شاخص های عملکرد

با توجه با اینکه حجم فروش و روند سودآوری شرکت از جمله شاخصهای مورد توجه در تحلیل وضعیت شرکتها بعد از واگذاری می باشند، به منظور بررسی عملکرد شرکتهای مورد مطالعه، به تحلیل دو شاخص «فروش خالص» و «سود قبل از کسر مالیات» پرداخته شد.

فروش	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲
آمنگی تراکتورسازی	-	-	۳۰۵۱۲	۴۶۳۲۳	۶۶۰۸۹	۸۴۲۶۴	۱۱۷۷۶۷	۱۳۳۱۳۵	۱۵۱۸۱۶	۱۸۴۵۲۶
ایران خودرو	۶۹۰۵۵۹	۱۴۴۰۶۰۴	۲۲۹۰۵۹۳	۳۴۴۶۵۷۴	۴۶۶۲۳۴۹	۶۳۷۷۴۹۶	۸۷۱۵۱۱۷	۱۱۵۱۵۰۲۸	۱۸۷۹۷۴۲۵	-
ایران خودرو دیزل	-	۱۱۱۶۵۸	۱۵۲۶۵۰	۵۰۵۴۰۰	۵۱۶۹۶۴	۴۸۴۶۵۲	۸۲۵۱۱۴	۱۳۵۹۵۹۰	۲۷۲۴۹۵۷	۴۲۸۴۳۷۵
پارس خودرو	-	-	-	۴۶۳۶۵۶	۴۶۷۵۲۲	۶۳۶۳۲۳	۵۰۳۶۵۶	۱۰۷۶۰۳۷	۲۰۳۹۳۴۹	۳۵۸۱۷۵۸
زایباد	-	-	۱۱۶۶۲۶	۱۰۴۳۱۶	۱۸۶۰۲۸	۲۳۶۶۱۰	۲۶۸۲۳۳	۳۰۷۱۲۰	۳۰۱۵۶۶	۲۶۱۸۱۸۶
سایا	-	۶۱۷۹۷۹	۹۶۴۸۱۸	۱۴۴۰۳۳۶	۲۱۲۰۷۲۱	۲۶۶۶۵۵۴	۳۹۱۱۳۶۴	۵۴۶۹۲۲۱	۱۰۰۱۱۶۵۲	-
سایا دیزل	۳۶۶۹۸	۳۶۱۵۲	۱۴۹۷۱۰	۲۴۸۸۵۲	۲۳۹۷۸۳	۲۴۳۲۶۳	۴۰۴۲۴۸	۱۲۱۵۲۶۲	۱۵۷۱۱۴۲	۳۹۶۳۴۶۷
سپیدان سپاهان	-	۷۹۹۶۶	۱۱۴۹۸۵	۱۲۸۹۳۵	۱۵۲۸۸۴	۲۲۲۵۲۹	۲۹۰۴۱۷	۳۵۷۸۷۱	۴۳۰۰۷۰	۵۸۱۰۵۸
کارین البرز	۱۴۳۳۵	۲۸۰۹۹	۳۲۸۱۱	۴۴۱۷۰	۵۰۶۱۰	۵۳۸۰۵	۷۹۰۵۳	۶۶۲۲۱	۴۶۲۱۸	۵۹۰۵۸
کابین حافظ	۲۲۶۰۲	۳۹۵۱۶	۴۸۶۱۴	۶۵۳۵۹	۷۴۷۱۹	۹۱۴۲۱	۱۲۲۶۵۱	۱۵۵۷۶۲	۱۹۴۴۵۹	۱۹۶۶۸۵
گروه بهمن	۹۵۳۵۴	۹۵۴۶۶	۲۰۴۳۲۷	۲۷۹۳۰۱	۲۹۵۱۸۸	۳۰۴۲۲۰	۴۵۵۶۲۴	۶۸۶۰۶۱	۱۱۸۰۹۷۱	-
لوله و ماشین سازی	۳۱۲۶۷	۴۳۸۰۲	۵۴۱۸۶	۷۴۶۶۹	۷۰۶۷۶	۹۳۹۱۸	۱۴۷۱۶۰	۱۶۳۰۰۷	۲۰۷۹۶۰	-
محرور سازان	-	۳۹۳۷۸	۸۳۸۰۱	۷۳۳۲۹	۱۱۰۹۶۸	۱۵۹۲۷۰	۲۷۶۸۱۷	۳۱۶۱۱۸	۵۷۸۳۴۲	۹۳۸۴۸۳
تولیدی مرتب	۱۷۷۷۸	۱۸۶۸۴	۴۲۱۳۱	۸۴۵۸۴	۷۳۰۳۴	۷۶۴۲۱	۷۸۰۲۶	۴۷۱۲۸	۱۰۸۶۴۱	۳۱۹۳۵۰
نورد و لوله اعراف	۳۸۷۴۶	۳۱۶۰۸	۲۵۷۸۲	۱۲۳۰۵۴	۱۳۲۴۴۳	۲۵۵۰۴۵	۱۹۹۱۱۸	۱۰۹۹۴۳	۲۶۹۳۵۶	-
وتانا	۱۸۱۱۴	۲۲۹۸۳	۳۴۹۵۰	۳۴۹۳۴	۳۷۷۳۲	۳۴۸۸۶	۳۶۲۷۹	۳۴۹۲۸	۳۸۴۱۶	۵۷۴۵۰

منبع ۱۶

فروش

بر طبق اطلاعات موجود در خصوص شرکتهای مورد بررسی واگذار شده از طریق بورس اوراق بهادار،

فروش خالص در ۷۵٪ از شرکتهای مورد بررسی از روند صعودی و مثبت قابل توجهی برخوردار بوده و به نحو چشم گیری افزایش داشته است. در ۲۵٪ از شرکتهای مورد مطالعه، این شاخص روند سینوسی داشته است. این شرکتهای نیز بعد سال ۷۹ عمدتاً روند افزایشی داشته اند. این موضوع می تواند با عواملی همچون گسترش بازار داخلی، جهت گیری به سوی صادرات، تنوع محصولات و تولیدات جدید و... مرتبط باشد. البته خصوصی سازی را نمی توان به عنوان تنها عامل این روند مورد توجه قرار داد بلکه از عمده دلایل دیگر در افزایش حجم فروش شرکتهای مذکور، آزادسازی قیمتها، تعدیل نرخ ارز و افزایش قیمت فروش ناشی از افزایش نرخ تورم بوده است که باید مورد توجه قرار گیرد.

سود پس از کسر مالیات

چنان که مطرح است، یکی از شاخصهای مورد بررسی در تحلیل وضعیت شرکتهای واگذار شده در جریان خصوصی سازی، سوددهی شرکتهاست.

۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸	۱۳۷۷	۱۳۷۶	۱۳۷۵	۱۳۷۴	۱۳۷۳	
۴۷۲۱۷	۴۳۴۷۰	۳۹۷۳۱	۴۰۱۴۴	۳۹۶۳۱	۲۲۴۲۳	۱۶۹۲۱	۱۰۶۱۸	-	-	آهنگری تراکتورسازی
-	۱۴۵۸۸۱۱	۱۰۵۷۲۳۷	۱۰۰۲۳۳۶	۷۹۸۴۷۸	۶۹۸۳۳۴	۶۴۷۴۱۶	۵۸۹۹۷۹	۳۹۵۰۷۳	۴۷۷۹۷	ایران خودرو
۴۳۳۱۹۵	۲۰۰۳۷۳	۱۸۰۹۱۶	۸۰۵۸۴	۱۲۴۱۸۴	۱۳۲۷۱۱	۱۳۷۲۸۰	۶۸۳۲۰	۴۶۳۲۴	-	ایران خودرو دیزل
۲۴۱۱۸۷	۸۲۶۴۰	۳۰۲۴۴	-۶۸۹۵۳	-۴۲۵۵۷	۱۸۶۷۸	۴۲۵۳۷	-	-	-	پارس خودرو
۵۵۵۳۳۱	۱۰۶۴۱۹	۱۰۵۵۶۰	۹۹۹۹۴	۱۲۳۱۱۱	۳۳۷۱۷	۲۰۳۳۷	۱۹۰۲۲	-	-	زامیاد
-	۱۱۰۶۵۶۰	۱۰۹۹۲۷	۲۶۳۴۶۲	۴۳۲۸۲۳	۲۸۵۴۷۳	۳۰۳۳۳۹	۲۱۹۷۴۱	۱۳۰۷۳۸	-	سایپا
۴۵۸۸۶۶	۱۵۴۳۴۷	۸۹۰۲۲	۳۳۰۴	۱۴۵۶۵	۴۵۳۱۴	۳۷۷۳۹	۲۵۹۳۹	۱۲۹۲۱	۱۳۹۵۰	سایپا دیزل
۵۳۵۶۰۴	۲۶۷۰۸۶	۱۷۶۳۶۵	۱۴۱۳۷۸	۹۲۱۵۱	۴۶۳۷۶	۲۸۰۴۶	۳۳۴۸۴	۲۱۸۱۷	-	سیمان سپاهان
۵۸۸۹	۴۷۸۷	۹۸۹۶	۱۵۵۷۳	۵۶۷۴	۷۵۷۴	۶۷۴۳	۴۳۷۰	۴۶۴۵	۱۸۶۵	کارتن البرز
۷۲۴۲۸	۷۱۸۰۸	۴۵۵۳۲	۳۰۴۶۵	۲۳۷۲۴	۱۳۶۴۸	۹۵۲۷	۹۲۸۴	۹۳۷۳	۵۶۱۴	کاشی حافظ
-	۲۹۹۱۴۷	۲۳۰۶۱۰	۱۸۲۵۴۸	۱۰۹۸۵۸	۱۰۱۹۵۳	۱۳۲۴۵۱	۸۲۹۱۰	۳۷۳۱۰	۲۴۹۵۴	گروه بهمن
-	۳۹۶۴۵	۳۱۹۵۱	۲۰۶۶۴	۱۸۱۸۱	۱۱۶۷۰	۱۸۲۶۲	۶۲۲۳	۶۶۸۴	۶۴۵۹	لوله و ماشین سازی
۷۳۱۰۰	۵۲۷۶۹	۳۷۵۶۲	۲۹۸۴۵	۲۳۸۲۸	۱۲۴۳۳	۱۵۱۱۳	۲۳۴۸۴	۷۸۷۳	-	محور سازان
۲۴۸۰۷	۱۲۱۹۴	۴۶۰۶	۳۰۴۸	۱۳۰۵۹	۱۲۶۷۷	۲۴۲۸۷	۱۰۱۸۳	۲۸۰۱	۵۳۷۴	تولیدی مرتب
-	-۳۳۹۸۹	-۵۶۴۸۳	-۵۰۶۲۵	-۱۱۴۲۷	-۲۲۶۱۸	۳۳۴۲	۳۲۸	۳۴۲	۴۸۱	نورد و لوله اهواز
۱۰۲۵۷	۵۷۱۸	۹۲۹	۴۵۹	۵۴۹۲	۳۳۶۵	۵۰۳۹	۸۵۱۸	۳۷۳۵	۲۵۹۶	ویتانا

بر اساس اطلاعات موجود، میزان سوددهی ۵۶٪ از شرکتهای واگذار شده مورد بررسی طی سالهای خصوصی سازی از روند سودآوری بهتری برخوردار بوده و روند افزایشی را طی نموده است. در سایر شرکتهای این شاخص روندی سینوسی داشته و در سالهای پس از ۷۹ در غالب موارد، دارای روند افزایشی بوده است. این موضوع را می توان به دلایلی از جمله یکپارچگی در اهداف، تغییرات نگرشی مدیران و توجه به فعالیتهای کارآفرینانه که در اثر خصوصی سازی ایجاد گردیده است، نسبت داد. البته در این زمینه نیز نمی توان خصوصی سازی را یگانه عامل تغییرات صورت گرفته در این شاخص دانست. از جمله موارد دارای اهمیت در این خصوص می توان به پایان یافتن جنگ تحمیلی و امنیت روانی ناشی از آن، آغاز سیاستهای جدید در برنامه های توسعه و افزایش ارزش تخصیصی به صنایع اشاره کرد که در این سودآوری موثر بوده است و باید مورد توجه قرار گیرند.

نتایج

در بررسی میدانی صورت گرفته از شرکتهای واگذار شده توسط سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و سازمان صنایع ملی ایران در خصوص عوامل کارآفرینی و عوامل ساختاری شرکتهای در دو دوره قبل و بعد از خصوصی سازی و با به کارگیری آمار توصیفی و آمار استنباطی یافته های ما حاکی از آن است که ابعاد کارآفرینی (شامل نوآوری در تولید، نوآوری در فرآیند تولید، نوآوری سازمانی، مخاطره کردن در ورود به بازارها و مشاغل جدید داخلی و بین المللی و نوسازی راهبردی) و عوامل ساختاری (شامل ساختار سازمانی، ویژگیهای مدیران و خصوصیات کارکنان) که در مجموع ظرفیت کارآفرینی شرکتهای را تشکیل می دهد، بعد از خصوصی سازی افزایش معنی داری یافته است و تقویت ظرفیت کارآفرینی شرکتهای بعد از خصوصی سازی مورد تأیید قرار گرفت، که مؤید این امر است که کارآفرینی در محیطی می تواند به ظهور و بروز برسد که متکی بر سازوکار بازار باشد و لذا در الگوهای اقتصادی وضعیت اقتصاد مبتنی بر بازار مناسبترین شرایط برای فعالیت کارآفرینانه محسوب می شود.

در ضمن یافته های تحقیق نشان می دهد که میان عوامل ساختاری و کارآفرینی شرکتهای همبستگی مثبت وجود دارد و نقش مدیران در ارتباط با عوامل کارآفرینی دارای قوت بیشتر می باشد. نتایج حاکی از آن است که از طریق خصوصی سازی و ایجاد محیط رقابتی می توان تولید کنندگان را مجبور به تولید و فروش با قیمت حداقل کرده و موجب کاهش هزینه ها و رشد نوآوری و در نتیجه تولید کالا در قیمت

رقابتی گردیده و امکان صادرات را فراهم آورد.

همچنین یافته های تحقیق حاکی از آن است که مدیران قبل از خصوصی سازی بیشتر دارای رفتاری تکراری، مخالف فرصتها، ثبات گرا، رفتارهای وابسته و تمرکز کوتاه مدت داشته اند، در حالی که در دوره بعد از خصوصی سازی رفتارهایی خلاق و نوآور، در جست و جو فرصت، با تمرکز بلندمدت و خطر پذیر بوده اند این نکته بدان جهت حایز اهمیت است که موفقیت اصلاحات اقتصادی و بقا و گسترش بنگاههای خصوصی در نهایت متکی به توسعه منابع انسانی است. بدین معنا که باید به بسط حوزه کارفرمایان، مدیران تجاری بازارگرا، کارگران ماهر فنی و پشتیبانی و آموزش مدیران پیشین بنگاه های دولتی توجه لازم معطوف شود تا بتوانند در اقتصاد بازار کارایی داشته باشند.

منابع و مآخذ

- بهکیش، محمد مهدی، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، نشر نی، ۱۳۸۰، ص ۱۱۰ [۳]
- فرحبخش، ندا، کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری های پیشرفته، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۲ ص ۱۸۳ [۴]
- شاه حسینی، علی، کارآفرینی، انتشارات پاییز، ۱۳۸۳ ص ۳ [۵]
- مقیمی، سید محمد، «کارآفرینی در نهادهای جامعه معدنی»، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۳ ص ۷۱ [۶]
- احمد پور داریانی، محمود، کارآفرینی (تعاریف، نظرات، الگوها)، انتشارات پردیس، چهاردهم ۱۳۸۱، ص ۴ [۷]
- صمد آقایی، جلیل، کارآفرینی ضد اشتغال موتور توسعه اقتصادی، مجله تدبیر شماره ۱۱۴، مرداد ۱۳۸۰ ص ۲۳ [۸]
- هزار جریبی، جعفر، کارآفرینی، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، ۱۳۸۴، ص ۷۷ [۹]
- سازمان خصوصی سازی. قانون و مقررات خصوصی سازی در برنامه سوم، انتشارات کلیدر، ۱۳۸۲، ص ۲۰ [۱۲]
- ماده ۴ قانون محاسبات عمومی کشور مصوب سال ۱۳۶۶ [۱۳]
- مریدی، سیاوش، فرصت ها و محدودیت های کارآفرینی در ایران، سازمان مدیریت صنعتی،

سال ۱۳۷۸ [۱۴]

- هزار جریبی، جعفر، کارآفرینی، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۶ [۱۵]
- صورت های مالی شرکتهای مورد مطالعه [۱۶]

-Michael Beesly and Stephen little child. Privatization:“ Principles, problems and prioriteies“ . Lloyds Bank Review, July 1983, p. 1.[1]

-Gerd Schwartz. “Privatization: Possible Lesson From the Hungarian case“ world Development, vol. 19.p. 173[2]

-Shaker A. Zahra and Carol Dianne Hansen,? privatization, entrepreneurship, and global competitiveness in the 21st century?, Competitiveness Review, 2000, 10, 1, ABI/Inform Global[10]

-Zulima Fernández, Ana María Romero Martínez, Elena Vázquez Inchausti, Have Spanish companies built greater entrepreneurship after privatization?, Working paper# 04-03, Business Economics Series, January 2004[11]