

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز

■ سعید کیان‌پور
عضو هیأت علمی گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور
s_kianpoor@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۲/۰۶
تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۳/۲۰

چکیده

امروزه توسعه کارآفرینی به یکی از راهبردهای مهم و اساسی اکثر کشورهای پیشرفته و نیز در حال توسعه تبدیل شده است. اما واقعیت این است که یکی از اقدامات اساسی برای توسعه کارآفرینی، ارزیابی آن است. ارزیابی کارآفرینی باید بر اساس شاخص‌ها و استانداردهای جهانی انجام گیرد که نه تنها تصویر روشنی از وضعیت کارآفرینی در سطح ملی ارائه کند، بلکه امکان محک‌زنی و مقایسه با سایر کشورهای موفق در زمینه توسعه کارآفرینی را نیز فراهم سازد. اقتصاد کشورهای عضو دیده‌بان جهانی، بیش از ۹۵ درصد تولید ناخالص جهانی را تشکیل می‌دهد. برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس سه دسته شاخص‌های «ادراک‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه»، «فعالیت‌های کارآفرینانه» و «اشتقاق کارآفرینانه» ارزیابی می‌شوند. مطابق برنامه، ایران با شاخص کارآفرینی نوپا برابر با ۱۱ درصد، در میان ۶۷ کشور، در رتبه سی‌ام قرار دارد. این شاخص طی پنج سال گذشته تقریباً روند صعودی داشته و مقدار آن بیش از سایر کشورهای خاورمیانه بوده است. همچنین شاخص قصد کارآفرینانه در ایران ۲۲/۲۸ درصد است که کشورمان را در میان ۶۷ کشور عضو در جایگاه سی و پنجم قرار می‌دهد. شاخص کارآفرینی فرصت‌گرا در میان شاخص‌های فعالیت‌های کارآفرینانه، نسبت به سال‌های گذشته (۵/۶۷ درصد در سال ۱۳۹۰ و ۶/۲۴ درصد در سال ۱۳۹۱) رشد یافته است. این به معنای آن است که کارآفرینی اجباری کاهش یافته است. بر این اساس شاخص درک فرصت‌های کارآفرینانه نیز از ۲۲ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۳۹/۲ درصد در سال ۱۳۹۱ افزایش یافته است. سرانجام رتبه ایران در شاخص ترس از شکست در میان ۶۷ کشور در رتبه ۳۹ قرار دارد که حاکی از تمایل کم خطرپذیری ایرانیان برای راه‌اندازی کسب و کار است.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، سند چشم‌انداز، شاخص کارآفرینی، کارآفرینی فرصت‌گرا، توسعه کارآفرینی.

مقدمه

می‌شود که کشورهای زیر بر اساس سند مذکور به عنوان کشورهای منطقه چشم‌انداز ۱۴۰۴ می‌بایستی مورد توجه و پایش قرار گرفته و در برنامه‌ریزی‌های سالیانه و دوره‌ای وضعیت آنها مد نظر قرار گیرند: آذربایجان، اردن، ارمنستان، عربستان سعودی، قطر، ازبکستان، ایران، ترکمنستان، عمان، کویت، رژیم اشغالگر قدس (اسرائیل)، بحرین، ترکیه، فلسطین، گرجستان، مصر، افغانستان، پاکستان، سوریه، قرقیزستان، لبنان، امارات متحده عربی، تاجیکستان، عراق، قزاقستان، یمن [۲].

غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) "رقبای ما در منطقه محسوب می‌گردند و هدف بر این مینا است که ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقاء نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل [۱]. بر اساس تعریف مذکور، محققان مختلف فهرست‌های مختلفی ارائه کرده‌اند ولی در مجموع استنباط

سند چشم‌انداز بیست ساله ایران (سال ۱۴۰۴ خورشیدی، ۲۰۲۵ میلادی) افق چشم‌انداز است، سندی جهت تبیین افقی برای توسعه ایران در زمینه‌های مختلف فرهنگی، علمی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است که توسط مجمع تشخیص مصلحت نظام تدوین شده است. اجرای این چشم‌انداز از سال ۱۳۸۴ و در قالب چهار برنامه توسعه پنج ساله انجام می‌گیرد. بر اساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ "کشورهای منطقه آسیای جنوب

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز
سعید کیان‌پور

جدول ۱- شاخص ادراک‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه ایران (۲۰۱۲) [۷]

شاخص کارآفرینی	میزان (درصد)	رتبه ایران در بین ۶۷ کشور عضو
درک فرصت	۳۹/۱۹	۳۵
درک قابلیت	۵۴/۱۵	۲۶
قصد کارآفرینانه	۲۲/۲۸	۳۵
ترس از شکست	۳۹/۸۶	۳۹
هنجارهای اجتماعی کارآفرینانه	۶۱	۳۴

یافت [۸]. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران متولی اجرایی برنامه پژوهشی GEM در ایران می‌باشد [۶]. این کنسرسیوم شاخص‌های کارآفرینانه را در ۳ حوزه دسته‌بندی می‌کند:

ادراک‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه

بیان‌گر دیدگاه عموم مردم در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان است. به طور کلی جامعه از حضور افراد دارای توان درک فرصت‌های کارآفرینی و مهارت‌های لازم برای بهره‌برداری از آنها سود خواهد برد. ادراک‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه شامل پنج شاخص درک فرصت (مردم تا چه میزان فکر می‌کنند که فرصت‌های خوبی برای کارآفرینی وجود دارد)، درک قابلیت (آیا مردم توانایی بهره‌برداری از فرصت‌ها را دارند)، قصد کارآفرینانه، ترس از شکست (میزان مخاطره هر فرد در ایجاد کسب و کار) و هنجارهای اجتماعی کارآفرینانه است [۹].

قابل ذکر است که شاخص درک فرصت و درک قابلیت یعنی اینکه مردم تا چه میزان فکر می‌کنند که فرصت‌های خوبی برای کارآفرینی وجود دارد، طی سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۸۷ از روند افزایشی برخوردار بوده است [۵].

شاخص کارآفرینی

دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ بزرگترین و تخصصی‌ترین کنسرسیوم دانشگاهی در زمینه پژوهش‌های کارآفرینی در دنیا یک کنسرسیوم دانشگاهی جهانی مرکب از تیم‌های علمی - پژوهشی است [۶] که هدف اصلی آن ارزیابی و ارائه داده‌های پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه است. به طور کلی اهداف برنامه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی عبارتند از:

- سنجش و ارزیابی سطح فعالیت کارآفرینانه میان کشورهای عضو؛
- کشف رابطه نظام‌مند میان کارآفرینی و رشد اقتصاد ملی؛
- شناسایی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی [۷].

تعداد کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) از ۴ عضو در سال ۱۹۹۷ به ۲۱ کشور در سال ۲۰۰۰ و ۲۹ کشور در سال ۲۰۰۱ افزایش یافت. در سال ۲۰۰۶ تعداد اعضای دیده‌بان جهانی کارآفرینی به ۴۲ کشور رسید و سرانجام در سال ۲۰۰۷ (۱۸ مهر ۱۳۸۶)، با پیوستن ایران، تعداد کشورهای عضو GEM به ۴۷ کشور افزایش یافت و از سال ۱۳۸۷ به حداقل ۶۷ کشور افزایش

نقش شایسته کارآفرینی و تأثیر آن در رشد و توسعه اقتصادی، رقابت، شغل آفرینی، اشتغال‌زایی پایدار، استقرار و توسعه عدالت اجتماعی، حضور گسترده و فعال در بازارهای جهانی، فقرزدایی و افزایش امید به زندگی، شاد زیستی و سایر آرمان‌های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. دستاورد راهبردی سیاست کارآفرینانه، دو پیامد مهم ایجاد اشتغال و ایجاد رفاه است که این دو با هم در خدمت توسعه اجتماعی خواهند بود [۳].

از سوی دیگر، تحولات و دگرگونی‌های شگرف و عظیمی که به دلیل رشد فزاینده افزایش دانش، صنعت و فناوری در زندگی نوع بشر رخ داده موجب شده تا کشورهای مختلف راهکارهای مناسب و مؤثری را برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از این تحولات بیابند و به کار بندند. اندیشمندان و خردورزان، کارآفرینی را از مهمترین این راهکارها دانسته‌اند که در جهان کنونی مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است [۴].

دستیابی به اهداف آرمانی سند چشم‌انداز ۲۰ ساله مستلزم توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی به عنوان عامل و محرک اصلی است. توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی عامل و محرک اصلی در دستیابی به اهداف آرمانی سند چشم‌انداز ۲۰ ساله است [۵].

ارزیابی کارآفرینی نیز یکی از راه‌های مقایسه کشورهای موفق در زمینه توسعه کارآفرینی است از این رو در این تحقیق با استفاده از شاخص‌های کارآفرینی به مقایسه شاخص‌های کارآفرینی در ایران و کشورهای حوزه سند چشم‌انداز و مقایسه آنها خواهیم پرداخت.

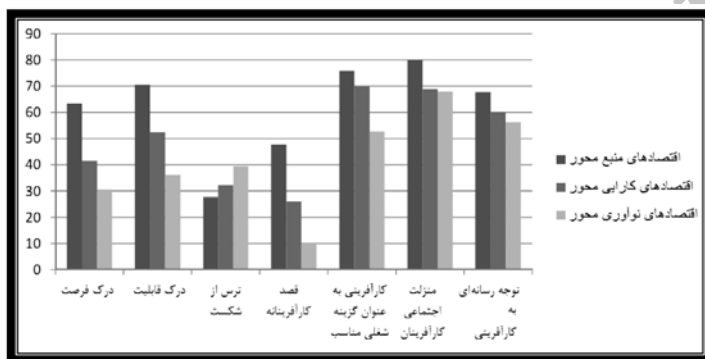
1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نمودار ۱- روند کارآفرینی فرصت‌گرا و اجباری در ایران (۱۳۸۷-۱۳۹۱) [۶]



نمودار ۲- متوسط گرایش‌های کارآفرینانه سطوح اقتصادی [۱۲]



جدول ۲- شاخص فعالیت‌های کارآفرینانه ایران (۲۰۱۲) [۷]

شاخص کارآفرینی	میزان (درصد)	رتبه ایران در بین ۶۷ کشور عضو
کارآفرینی جدید	۶/۴۸	۲۱
کارآفرینی نوظهور	۴/۴۷	۴۱
کارآفرینی نوپا	۱۰/۷۹	۳۰
کارآفرینی تثبیت شده	۹/۵۳	۱۶
کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه	۲۱	۲۲
کارآفرینی فرصت‌گرا	۶/۲۴	۳۵
کارآفرینی اجباری	۴/۵۳	۱۷

و به دلیل عدم وجود سایر گزینه‌های کاری به وجود آمده است [۱۱].
کنار این موضوع شاخص فعالیت کارآفرینانه اجباری یعنی فعالیت‌هایی که از روی اجبار و به دلیل عدم وجود سایر گزینه‌های کاری به وجود آمده است، روندی نزولی داشته است [۱۲].

و به دلیل عدم وجود سایر گزینه‌های کاری به وجود آمده است [۱۱].
شاخص فعالیت کارآفرینانه فرصت‌گرا یعنی فعالیت‌هایی که بر اساس تشخیص فرصت و بهره‌برداری از فرصت ایجاد شده‌اند طی پنج

نمودار ۱- روند کارآفرینی فرصت‌گرا و اجباری در ایران (۱۳۸۷-۱۳۹۱) [۶]
در نمودار زیر به مقایسه ادراکات و گرایش‌های کارآفرینانه در سه دسته بندی اقتصادی پرداخته شده است. همان طور که مشاهده می‌شود متوسط تمامی شاخص‌ها در میان اقتصادهای منبع محور بالاتر است.

فعالیت‌های کارآفرینانه

فعالیت‌های کارآفرینانه شامل ۷ مرحله می‌باشد:

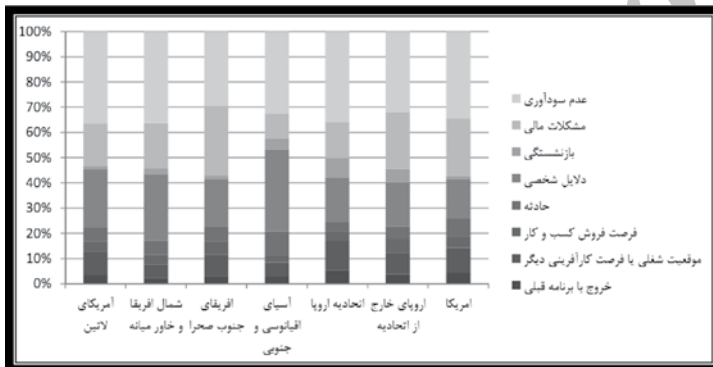
- کارآفرینی جدید: شخصی که مالک تمام یا قسمتی از کسب و کار است، آن شرکت بیش از ۴۲ ماه عمر ندارد و بیش از سه ماه و کمتر از ۴۲ ماه حقوق کارکنانش را پرداخت کرده است.
- کارآفرینی نوظهور: شخصی که طی ۴۲ ماه گذشته فعالیت قابل ملاحظه‌ای برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید انجام داده است و به طور فعال درگیر مدیریت کسب و کار جدید است.
- کارآفرینی نوپا (مجموع شاخص‌های کارآفرینی جدید و نوظهور) [۶].
- کارآفرینی تثبیت شده: شخصی که در حال اداره فعال کسب و کاری با بیش از ۱۲ ماه عمر است.
- کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه (مجموع شاخص‌های کارآفرینی نوپا و کارآفرینی تثبیت شده).
- کارآفرینی فرصت‌گرا: به فعالیت‌هایی اشاره دارد که بر اساس تشخیص فرصت و بهره‌برداری از فرصت ایجاد شده است.
- کارآفرینی اجباری: فعالیتی که از روی اجبار

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نمودار ۳- درک فرصت و درک قابلیت در ایران (۱۳۸۷-۱۳۹۱) [۶]



نمودار ۴- علل خروج از کسب و کار [۱۳]



یکی از شاخص‌های پویایی کارآفرینانه خروج کارآفرینان نوپا و تثبیت شده در ۱۲ ماه گذشته است. نرخ خروج از کسب و کار معمولاً با افزایش توسعه اقتصادی کاهش می‌یابد. در نتیجه کشورهای منبع‌محور با داشتن کارآفرینی نوپای بالا دارای نرخ خروج از کسب و کار بالا هم می‌باشند. ایران در میان ۶۷ کشور، در شاخص خروج از کسب و کار، حائز رتبه ۳۶ با ۳ درصد بوده است. این در حالی است که بیشترین خروج از کسب و کار مربوط به کشور مالاوی با ۲۸ درصد و کمترین آن متعلق به ژاپن با ۰/۶۱ درصد است. همچنین در میان ۱۳ کشور با اقتصاد منبع‌محور ایران دارای رتبه ۳ بوده و مالاوی با ۲۸ درصد بیشترین و پاکستان با ۱ درصد کمترین نرخ خروج کسب و کار را در این نوع اقتصاد دارند. دلایل چندی برای خروج از کسب و کار وجود دارد که مهمترین و محتمل‌ترین آنها مربوط به مسائل حمایت مالی و سودآور نبودن کسب و کار می‌شود. در مقایسه با دیگر گروه از کشورها در آسیا کمترین میزان مشکلات مالی در خروج از کسب و کار دیده می‌شود در حالی که مهمترین دلیل در کشورهای جنوب آفریقا بوده است. در آمریکا و اتحادیه اروپا دلیل خروج از کسب و کارشان را به دلیل شغل دیگر یا فرصت‌های کارآفرینی دیگر بیشتر از گروه‌های دیگر از کشورها توصیف کرده‌اند.

اشتیاق کارآفرینانه

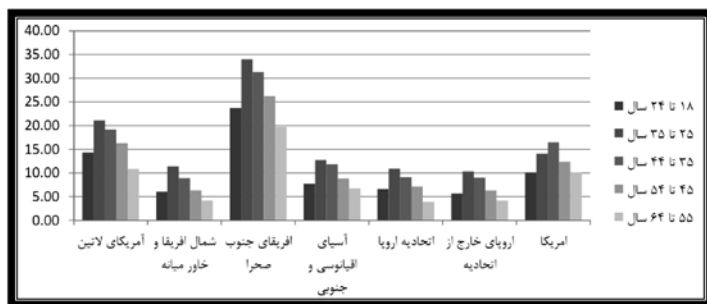
منبع انگیزشی قدرتمندی که تفکرها، کنش‌ها و پایداری در فعالیت‌های کارآفرینانه آدمی را تحریک می‌کند [۱۵]. اشتیاق کارآفرینانه، احساسات مثبت شدیدی است که کاملاً آگاهانه بوده و از طریق مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه تجربه می‌شود. لذا هیجان‌های افراد می‌تواند رابطه بین اشتیاق کارآفرینانه و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار داده، تعدیل نمایند [۱۶]. شاخص‌های مربوط به حوزه اشتیاق کارآفرینانه شامل کارآفرینی

احتمالاً شبکه خود را توسعه داده و به منابع مالی دسترسی دارند. این منابع با افزایش سن توسعه می‌یابند اما بهره‌برداری از آنها برای کارآفرینی با پیشرفت شغلی، افزایش حقوق و دیگر منافع مربوط به کارمندی و نیز نیاز به حفظ دارایی شخصی و پشتیبانی از خانواده دچار تغییر می‌شود. در تمام مناطق جغرافیایی توزیع سنی شکلی زنگوله‌ای دارد که اوج آن در سن ۲۵ تا ۳۴ سالگی است. گروه سنی بعدی نیز افراد ۳۵ تا ۴۴ سال هستند. روی هم رفته این دو گروه تقریباً ۵۰ درصد کل کارآفرینی را انجام می‌دهند.

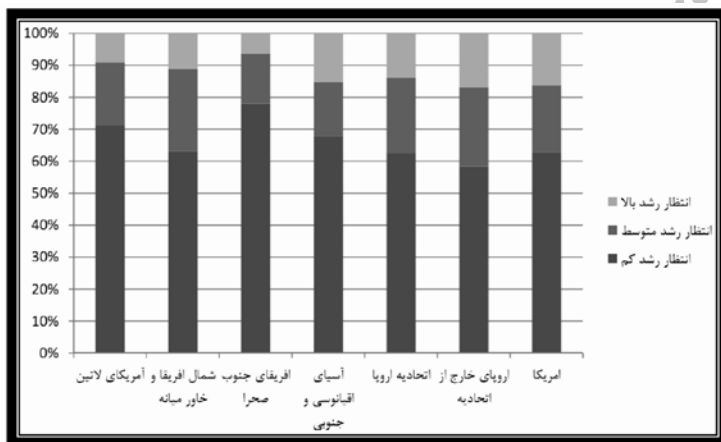
تلاش‌های کارآفرینانه می‌تواند در هر سنی رخ دهد، اگر چه که این فعالیت در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال محتمل‌تر می‌باشد. چرا که این افراد زمانی را برای توسعه توانمندی و دانش خود از طریق تحصیل و کار داشته‌اند. آن‌ها

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نمودار ۵ - توزیع سنی کارآفرینی [۱۴]



نمودار ۶ - انتظار رشد [۱۴]



جدول ۳- شاخص اشتیاق کارآفرینانه ایران (۲۰۱۲) [۷]

شاخص کارآفرینی	میزان (درصد)	رتبه ایران در بین ۶۷ کشور عضو
کارآفرینی بین‌المللی	۱/۵۳	۶۴
کارآفرینی با رشد بالا	۲۰/۲۴	۴۸
کارآفرینی با انتظارات بالا	۱۰/۳	۲۳
کارآفرینی نوپا	۱۰/۵	۶۶

جدول ۴- طبقه بندی کشورها از منظر دیده‌بان جهانی کارآفرینی [۴]

کشورها	طبقه‌بندی گروه‌های اقتصادی
پاکستان، ایران، گواتمالا، الجزیره، ونزویلا، جامائیکا و بنگلادش.	اقتصاد منبع محور
روسیه، رومانی، کلمبیا، آفریقای جنوبی، مجارستان، لهستان، پرو، مکزیک، آرژانتین، برزیل، شیلی، مالزی، تایلند، چین، ترکیه، باربادوس، لیتوانی، لاتویا، کرواسی، بوسنی و هرزگوین، اسلواکی، پاناما، اوروگوئه، ترینیداد و تیاکو.	اقتصاد کارایی محور
آمریکا، یونان، هلند، بلژیک، فرانسه، اسپانیا، سوئیس، انگلیس، دانمارک، سوئد، نروژ، آلمان، استرالیا، سنگاپور، ژاپن، کره، پریتغال، ایرلند، فنلاند، اسلوانی، جمهوری چک، تایوان، امارات متحده عربی.	اقتصاد نوآوری محور

بین‌المللی (درصد کارآفرینانی که حداقل ۲۵ درصد مشتریانش خارج از کشور باشد)، کارآفرینی با رشد بالا (کارآفرینی تثبیت شده‌ای که هم‌اکنون ۲۰ نفر کارمند یا بیشتر را در استخدام دارد)، کارآفرینی با انتظارات بالا (کارآفرینی نوپایی که انتظار دارد در بازه زمانی پنج ساله، حداقل بیست نفر کارمند را استخدام کند) و کارآفرینی نوپا- محصول- بازار جدید یا کارآفرینی نوآورانه (کارآفرینی نوپایی که محصول کاملاً جدیدی ارائه می‌کند یا حداقل محصولش برای برخی مشتریان جدید بوده و کسب و کارهای زیادی، همان محصول را ارائه نمی‌کنند) می‌باشد [۱۷].

GEM از کارآفرینان نوپا می‌پرسد به غیر از مالکان کسب و کار چند نفر را اکنون در استخدام داشته و انتظار دارند که چند نفر را در ۵ سال آینده در استخدام درآورند. تفاوت میان تعداد کارمندان کنونی و کارمندان آتی انتظار رشد را نشان می‌دهد. میزان برآورد رشد در ۵ سال آتی در سه سطح دسته‌بندی می‌شوند:

- ۱- انتظار رشد کم: کارآفرینی نوپایی که بین ۰ تا ۵ شغل ایجاد خواهد کرد.
- ۲- انتظار رشد متوسط: کارآفرینی نوپایی که بین ۶ تا ۱۹ شغل ایجاد خواهد کرد.
- ۳- انتظار رشد بالا: کارآفرین نوپایی بیش از ۲۰ شغل ایجاد خواهد کرد.

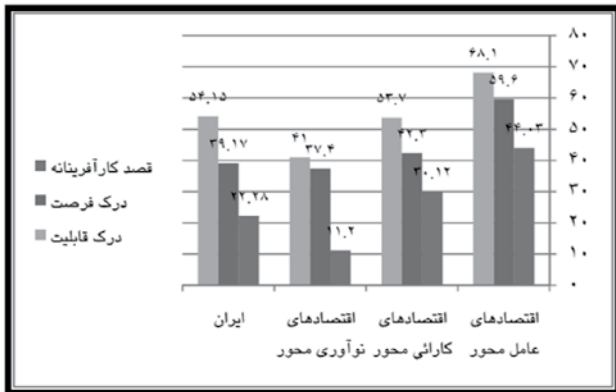
لازم به ذکر است دیده‌بان جهانی کارآفرینی کشورهای عضو را در سه گروه اقتصادی به شرح جدول ۴ طبقه‌بندی می‌کند.

شلفص‌های کار آفرینی در ایران و جهان

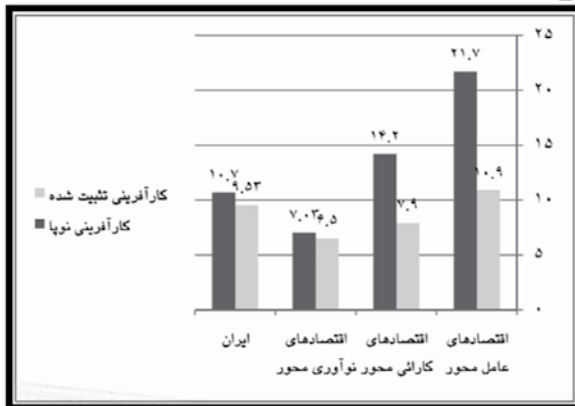
بر اساس نتایج برنامه پژوهشی ۲۰۱۲

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نمودار ۷- قصد کارآفرینانه، درک فرصت و درک قابلیت ایران در مقایسه با سایر کشورها [۷]



نمودار ۸- کارآفرینی نوپا و تثبیت شده ایران در مقایسه با سایر کشورها [۶]



نمودار ۹- شاخص کارآفرینی نوآورانه در ایران در مقایسه با سایر کشورها [۶]



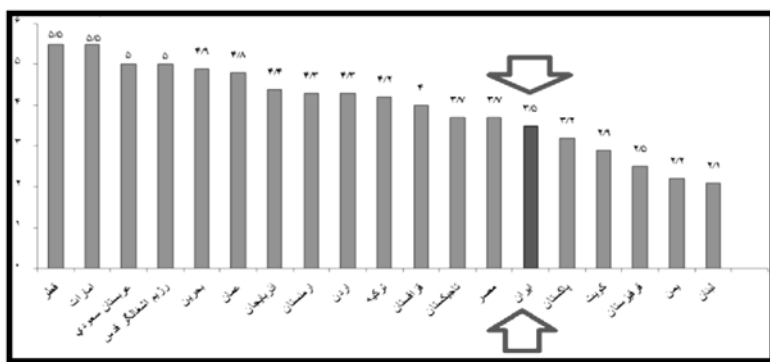
GEM، شاخص درک فرصت‌های کارآفرینانه در ایران برابر ۳۹/۱۷ درصد (رتبه سی و پنجم در میان ۶۷ کشور) بوده است که بسیار پایین‌تر از میانگین اقتصادهای منبع محور (۵۹/۶ درصد) و اقتصادهای کارآفرینی محور (۴۲ درصد) و نیز اقتصادهای نوآوری محور (۳۷/۴ درصد) است. از سوی دیگر شاخص درک قابلیت کارآفرینانه در ایران برابر با ۵۴/۱۵ درصد است که کمتر از میانگین اقتصادهای منبع‌محور بوده ولی از کشورهای کارآفرینی محور و نوآوری‌محور بالاتر است. در واقع از هر ۱۰۰ نفر ایرانی بزرگسال، ۵۵ نفر بر این باورند که مهارت، دانش و تجربه راه‌اندازی کسب و کار را دارند [۶].

اما واقعیت این است که کارآفرینی، نوعی رفتار آگاهانه و ارادی است. مطابق نمودار، قصد کارآفرینانه مردم ایران در میان ۶۷ کشور در سال ۱۳۹۱، برابر با ۲۲/۲۸ درصد بوده و ایران را در جایگاه بیست و یکم قرار داده است. شاخص کارآفرینی نوپا برابر ۱۰/۷۹ درصد است که کشورمان را در جایگاه بیست و دوم قرار می‌دهد. همچنین شاخص "کارآفرینی تثبیت شده" در ایران، ۹/۵۳ درصد (با رتبه دوازده) است [۷].

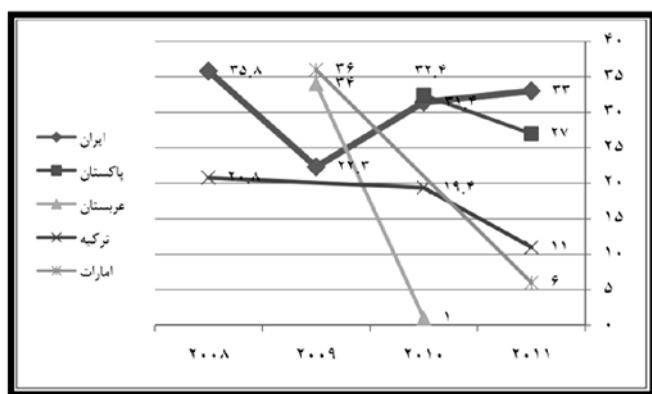
یکی از واقعیت‌های مربوط به پدیده کارآفرینی در ایران این است که اغلب فعالیت‌های کارآفرینی در ایران نوآورانه نبوده و چندان از فناوری‌های سطح بالا برخوردار نیست [۱۷]. شاید به همین دلیل است که علی‌رغم اینکه بیش از ۹۰ درصد کسب و کارهای ایرانی کوچک و متوسط هستند، اما سهم بالایی در رشد اقتصاد کشور (تولید ناخالص داخلی) ندارند. شاخص کارآفرینی

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

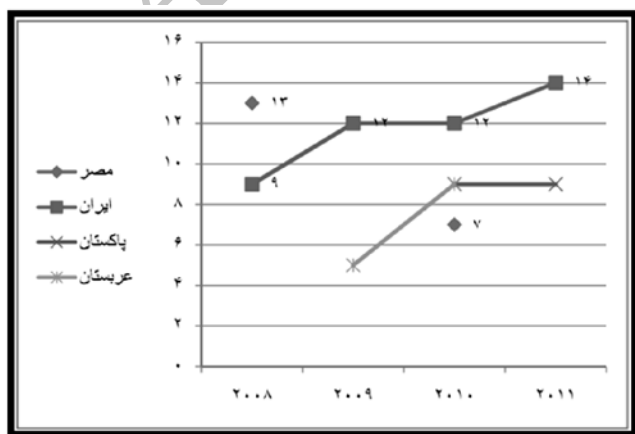
نمودار ۱۰- وضعیت کیفیت قوانین فناوری ایران و کشورهای حوزه چشم‌انداز (۲۰۱۳) [۱۹]



نمودار ۱۱- قصد کارآفرینی در شماری از کشورهای حوزه چشم‌انداز [۱۳]



نمودار ۱۲- کارآفرینی نوپا در شماری از کشورهای چشم‌انداز [۷]



نوآورانه (بازار- محصول جدید) در سال ۲۰۱۲ در ایران، برابر ۱۰/۵ درصد بوده است [۳]. همچنین ایران از نظر وضعیت کیفیت قوانین فناوری از میان ۲۰ کشور سند چشم‌انداز که اطلاعاتشان در دسترس است، طی دو سال در جایگاه چهاردهم قرار گرفته است. این قوانین مربوط به حوزه‌هایی همچون حفاظت از حریم خصوصی در فضای سایبر، حفاظت از داده‌های شخصی، استنادپذیری، ادله الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، دولت الکترونیکی، مالکیت معنوی در فضای تبادل اطلاعات، توسعه محتوای دیجیتالی بر خط و منابع آدرس‌های اینترنتی می‌باشند [۱۹].

مقایسه شاخص‌های کارآفرینی کشورهای حوزه سند چشم‌انداز

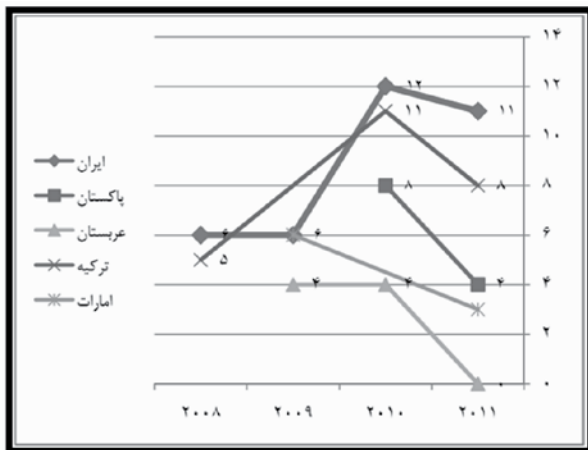
شاخص‌های کارآفرینی در یک دوره چهار ساله (۲۰۰۸-۲۰۱۱) در میان برخی کشورهای حوزه چشم‌انداز، اطلاعات ارزشمندی را در اختیار ما قرار می‌دهد. در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۱۱، قصد کارآفرینانه مردم ایران بیش از سایر کشورهای منطقه از جمله ترکیه بوده است. مقدار این شاخص در کشور از ۳۶ درصد در سال ۲۰۰۸ به ۲۲ درصد در سال ۲۰۰۹ کاهش یافت. اما در سال‌های بعد شاهد افزایش شاخص قصد کارآفرینانه در ایران بوده‌ایم. به طوری که در سال ۲۰۱۱، مقدار این شاخص (۳۳ درصد) در ایران بیش از سایر کشورهای حوزه سند چشم‌انداز بوده است [۱۸]. از سوی دیگر نرخ کارآفرینی نوپا در ایران در مقایسه با برخی کشورهای حوزه چشم‌انداز روند صعودی داشته است. حتی

۱- اظهار کارشناسی ۵۸۵ مدیر اجرایی در سال ۲۰۱۳ و برآیند نظر ۳۲۸ مدیر اجرایی کشور در سال ۲۰۱۲ بوده است.

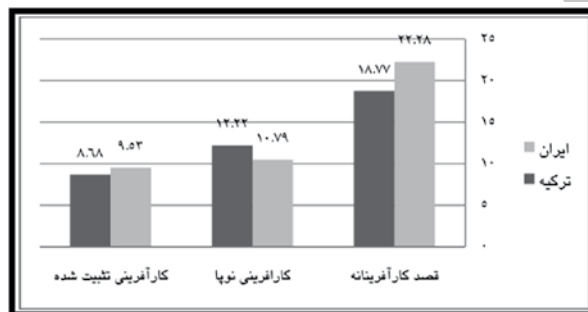
۱- اطلاعات مربوط به ایران از اتاق بازرگانی ایران به مجمع جهانی اقتصاد ارائه شده است و شاخص اطلاقی به ایران برآیند

بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نمودار ۱۳- کارآفرینی تثبیت شده در شماری از کشورهای حوزه چشم‌انداز [۷]



نمودار ۱۴- شاخص کارآفرینی ایران در مقایسه با ترکیه [۱۴]



همچنین بازارهای داخلی به پویایی‌ها (سطح تغییرات سالیانه بازارها) و باز بودن (میزان آزادی بنگاه‌ها برای ورود به بازارهای موجود) اشاره دارد و چارچوب کارآفرینانه تحصیلات و آموزش درباره میزان دریافت توجه کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینانه در تمام فازهای سیستم آموزشی است.

پس از بررسی به نمایش شاخص‌های نهادی می‌پردازیم. جدول ۵ سه گروه شاخص‌های نهادی را با کمترین و بیشترین امتیاز برای هر کشور در سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد.

شامل تحصیلات عالی و آموزش، کارایی بازار کار و نیروی کار، پیچیدگی بازار مالی، آمادگی فناورانه و اندازه بازار می‌باشند. سپس مدل بر عواملی که نوآوری و فعالیت کارآفرینانه را ترویج می‌کند، تکیه کرده است. نمودار ۱۵ شرایط محیطی را بر اساس تقسیم‌بندی جغرافیایی نشان می‌دهد. باید توجه داشت که شاخص‌های سه گانه تحصیلات، سیاست ملی و بازارهای داخلی، هر یک دو زیر شاخص هستند. تحصیلات شامل تحصیلات ابتدایی و تحصیلات عالی می‌شود. سیاست ملی شامل سیاست عمومی و تخصصی و قوانین می‌شود

شاخص کارآفرینی نوپا در ایران، طی سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱، بیش از همه کشورهای حوزه چشم‌انداز بوده است.

همچنین مطابق نمودار ۱۳ کارآفرینی تثبیت شده در ایران همانند سایر کشورهای منطقه، در سال ۲۰۱۱، روند نزولی داشته است. البته با این اوصاف، در سال ۲۰۱۰، نرخ کارآفرینی تثبیت شده در ایران بالاتر از سایر کشورهای منطقه بوده است.

در سال ۱۳۹۱ در میان ۶۷ کشور عضو دیده‌بان جهانی تنها کشور ترکیه در میان کشورهای حوزه سند چشم‌انداز برنامه پژوهشی ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه را بر اساس مدل GEM اجرا نموده است. همانطور که در نمودار ۱۴ نشان داده می‌شود، شاخص قصد کارآفرینانه در ایران بالاتر از کشور ترکیه می‌باشد. اما نرخ کارآفرینی تثبیت شده و کارآفرینی نوپا تقریباً در هر دو کشور برابر است.

سه مجموعه چارچوب محیطی وجود دارند که سیاست‌گذاران عمومی و تخصصی در سطوح گوناگون توسعه باید به آنها توجه داشته باشند. الزامات اساسی مانند ثبات اقتصاد کلان کشور، نهادها، زیرساخت‌ها، سلامت و تحصیلات ابتدایی شرایط زیربنایی هستند که برای عملکرد مناسب یک محیط کسب و کار خوب لازم هستند [۲۰]. این الزامات معمولاً نقطه تمرکز تلاش‌ها برای توسعه در کشورهای منبع‌محور هستند. هنگامی که این عوامل به طور نسبی برقرار شدند و کشور به مرحله بعدی که اقتصاد کارایی‌محور صعود کرد، آنگاه تلاش‌های مالی و توسعه‌ای بیشتری باید بر عوامل توسعه کارایی تمرکز کنند. این عوامل

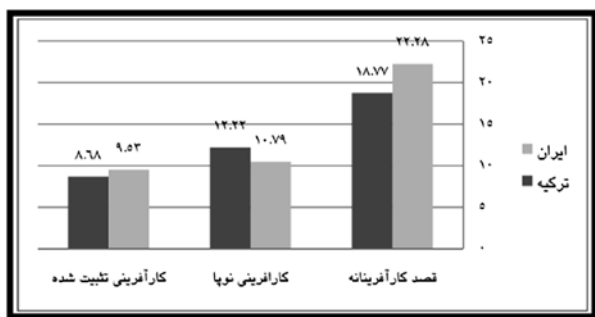
بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز سعید کیان‌پور

نتیجه‌گیری

سه شاخص اصلی نشان دهنده توسعه کارآفرینی هستند: شاخص "ادراک‌ها و گرایش‌های کارآفرینانه"، "فعالیت‌های کارآفرینانه" و اشتیاق کارآفرینانه". با توجه به مباحث مطرح شده می‌توان گفت کیفیت و کمیت فرصت‌های درک شده و نیز باور فرد نسبت به توانایی‌هایش متأثر از عوامل متعددی در محیط مانند رشد اقتصادی، تحصیلات و فرهنگ است.

همچنین درک افراد از فرصت و قابلیت کارآفرینانه به گروه‌های مختلف جامعه وابسته است که خود، ریشه در عوامل تاریخی، اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی دارد. گاه بعد منفی ریسک، وزن بیشتری از موفقیت در ذهن پیدا می‌کند. به عبارتی حتی اگر منافع حاصل از کارآفرینی برای فرد بسیار بالا باشد، باز هم ممکن است درک از ریسک آغاز کسب و کار، افراد را از انجام این کار باز دارد. پس مخاطره‌پذیری عامل مهمی در تبدیل فرصت‌ها به کسب و کار واقعی است. ویژگی‌هایی چون سن، جنسیت و نژاد می‌تواند بر میزان ترس از شکست اثر بگذارد. برای مثال جوانان یا خانواده‌هایی که سرمایه‌ای ندارند که نگران از دست دادن آن باشند، مخاطره‌پذیرترند و یا مهاجران که دارای فرصت‌های شغلی کمتری هستند به ناچار مخاطره بیشتری می‌کنند. محیط نهادی هم می‌تواند بر این شاخص اثرگذار باشد. برای مثال تغییر قوانین و رشکستگی میزان مبادرت به کارآفرینی را متأثر می‌سازد.

نمودار ۱۵- رتبه‌بندی شرایط/ چارچوب کارآفرینانه در جهان [۱۹]



جدول ۵- امتیاز شاخص‌های نهادی خاورمیانه و شمال آفریقا [۲۰]

معیار	مطابق	مطابق از مثبت به	مطابق منفی
مطابق از مثبت به	+	+	+
مطابق منفی	-	-	-
مطابق از مثبت به	+	+	+
مطابق منفی	-	-	-
مطابق از مثبت به	+	+	+
مطابق منفی	-	-	-
مطابق از مثبت به	+	+	+
مطابق منفی	-	-	-
مطابق از مثبت به	+	+	+
مطابق منفی	-	-	-

کارآفرینی، علاوه بر ادراک‌ها شامل رفتارها و فعالیت‌های علمی است. در واقع کارآفرینان با انگیزه‌های مختلف وارد عرصه کارآفرینی می‌شوند که می‌توان آنها را در دو گروه اصلی طبقه‌بندی کرد: انگیزه‌های کارآفرینی فرصت‌گرا و اجباری. در کارآفرینی اجباری، کارآفرینان از روی اجبار و به دلیل عدم وجود سایر گزینه‌های کاری، به ایجاد کسب و کار روی می‌آورند که خوشبختانه طی سال گذشته این شاخص به ۴/۵۳ کاهش یافته است و شاخص فرصت‌گرا، یعنی ایجاد کسب و کاری جدید بر مبنای شناسایی فرصت جدید،

از ۵/۶۷ درصد به ۶/۲۴ درصد افزایش یافته است. همچنین می‌توان اظهار نظر کرد که ۹۰ درصد کسب و کارهای جدیدی که توسط کارآفرینان راه‌اندازی می‌شود، نوآورانه و دانش‌بنیان نمی‌باشند. این وضعیت لزوم توجه به توسعه نوآوری را در کسب و کارهای کوچک و متوسط دوجندان می‌کند.

۵- چارچوب کارآفرینانه زیرساخت فیزیکی به وجود و دسترس‌پذیری منابع فیزیکی مانند ارتباطات، آب و برق، حمل و نقل، زمین و فضا در قیمتی که بنگاه‌های جدید و کوچک و در حال رشد آسیب نمی‌زنند، اشاره دارد.

۳- منظور از تحصیلات ابتدایی تحصیلات دوران مدرسه است.
۴- اخص تحقیق و توسعه به میزانی که نتایج تحقیق و توسعه موجب فرصت‌های جدید تجاری و در نهایت منجر شدن آنها به کارآفرینی می‌شود، اشاره دارد.

۱- شاخص پستوانه مالی میزان تقاضا و عرضه منابع مالی خصوصا برای کسب و کارهای جدید است.
۲- شاخص برنامه‌های دولت به وجود برنامه‌های دولت و دیگر محرک‌ها برای حمایت از کسب و کارهای جدید است.

منابع

1. Karafarin, Available at: <http://karafarini.behdasht.gov.ir>
2. vision1404, Available at: <http://www.vision1404.i>
- ۳- شاه‌آبادی، ابوالفضل. رحمانی، امید، "بررسی نقش تحقیق و توسعه بر بهره‌وری بخش صنعت اقتصاد ایران"، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۸۹.
- ۴- کیان‌پور، سعید. خلیل‌خواه، امیر، اقتصاد بحران، انتشارات یاران، چاپ اول، زمستان ۱۳۹۱.
- ۵- شاه‌آبادی، ابوالفضل، نیلفروشان، نیما، "رابطه جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با نوآوری ایران در مقایسه با کشورهای سند چشم‌انداز"، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۳۰، بهار ۱۳۹۱.
- ۶- مرکز پژوهش‌های مجلس، شاخص کارآفرینی جهانی در ایران، محیط کسب و کار، ۱۳۹۱.
7. Gem, Available at: <http://www.gemconsortium.org/>
8. Siri Roland Xavier, Donna Kelley, Jacqui Kew, Mike Herrington, Arne Vorderwülbecke, GEM 2012 Global Report, Global Reports, 2013
9. Siri Terjesen, Jan Lepoutre, Rachida Justo, Niels Bosma, GEM 2009 Report on Social Entrepreneurship, Special Topic Reports, 2012
10. Zali, M. schott, T. Kordnaeij, A. Najafian, M. entrepreneurs networks affecting innovation: firms in iran and Denmark. *frikan journal of business management* vol.5(28), 2012.
11. Gemconsortium, GEM USA 2012 Infographic, National Reports, 2013.
12. Ibrahim Dani, M.S. Idrus, Umar Nimran, Achmad Sudiro Business Strategy Role as Mediation of Management Capability and Orientation of Entrepreneurship on Business Performance (A Study on Micro and Small Scale Seaweed Business in Takalar District, South Sulawesi Province), *Journal of Management Research*, Vol 5, No 1, 2013.
13. GEM, Indicators of Entrepreneurship in Iran, (2012)
- ۱۴- مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، شاخص‌های کارآفرینی، پنجمین گزارش برنامه تحقیقاتی مدیریت، ۱۳۹۰.
15. Drnovsek, M., Cardon M.S., & Murnieks, C. Y. Collective passion in entrepreneurial teams. *The Entrepreneurial Mind*, Carsrud, A. & Brannback, M. (Eds.) Springer Publishing, 2009.
16. Klaukien, Anja; Patzelt, Holger (2008): Entrepreneurial passion and its effect on decision making. Babson College Entrepreneurship Research Conference. Chapel Hill, 05.06.-07.06. 2008.
17. Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. The nature and experience of entrepreneurial passion, *Academy of Management Review*, 34 (3). 2009.
18. Klaukien, Anja; Shepherd, Dean A.; Patzelt, Holger : Passion for work, non-work related excitement, and innovation managers' decision to exploit new product opportunities. In: *Journal of Product Innovation Management*. 2013.
- ۱۹- مرکز تحقیقات مجلس شورای اسلامی، قوانین و مقررات مربوط به فناوری اطلاعات و ارتباطات در مقایسه با کشورهای واقع در آسیای جنوب شرقی، مطالعات فناوری اطلاعات و ارتباطات مدرن، ۱۳۹۱.
20. Available at: <Http://www.weforum.org/>