

بنگاه‌های «پُررشد» و تأثیر آنها بر اشتغال در ایران

پریسا ریاحی^{۱*}، محسن قوامی پور^۲، علیرضا شکری^۲

۱- دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری؛ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

۲- کارشناس ارشد کارآفرینی؛ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

چکیده

علی‌رغم اینکه بنگاه‌های پُررشد حجم بسیار اندکی از بنگاه‌ها را در سطح جهان به خود اختصاص داده‌اند مطالعات تجربی حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار، سهم قابل توجهی از ایجاد اشتغال جدید را برای آنها متصور است و آنها را محرک ارتقاء بهره‌وری، نوآوری و نفوذ در بازارهای بین‌المللی می‌داند. این در حالی است که تا به حال مطالعه‌ای جامع در مورد بنگاه‌های پُررشد و ویژگی‌ها و تأثیرات آنها بر اقتصاد ایران انجام نگرفته است. این مطالعه با استفاده از داده‌های تمامی کارگاه‌های تحت پوشش بیمه تأمین اجتماعی طی دو دوره چهار ساله، ایجاد اشتغال توسط بنگاه‌های پُررشد بخش خصوصی و تعاونی‌ها را مورد بررسی قرار داده و ضمن ارائه تصویری کلی از آنها، بستری جهت مطالعات عمیق‌تر و درک دلایل موفقیت و شکست بنگاه‌های مذکور فراهم آورده است. با وجود اینکه سهم بنگاه‌های پُررشد در ایران برابر ۰/۵۳ درصد کل بنگاه‌ها است اما آنها نزدیک به ۳۸ درصد خالص اشتغال جدید را به وجود آورده‌اند. این بنگاه‌ها همچنین به صورتی کاملاً نامتوازن در کل کشور و در رشته‌های مختلف فعالیت توزیع شده‌اند. عدم توازن مکانی بنگاه‌های پُررشد نشان از عدم دسترسی برابر به فرصت‌های رشد کارآفرینانه در نقاط مختلف کشور داشته و لازم است سیاست‌های آگاهی‌بخشی، شفافیت و دسترسی عادلانه به فرصت‌ها در سطح ملی صورت‌بندی و پیاده‌سازی شوند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، بنگاه‌های پُررشد، اشتغال

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

Riahi, P., Ghavamipour, M., & Shokri, A. (2018). **High Growth Firms and their Impact on Employment in Iran.** *Journal of Science & Technology Policy*, 10(2), 73-88. {In Persian}.

DOI: 10.22034/jstp.2018.10.2.539485

۱- مقدمه

تکامل محیط اقتصادی و بسته به زمینه‌ای که دولت‌ها در پی ایجاد تغییر در آن بوده‌اند به تدریج از سیاست صنعتی به سیاست SME و سپس کارآفرینی تغییر جهت داشته است. اخیراً توجه سیاست‌گذاران به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته به کارآفرینی رشد‌محور جلب شده [۱] تا آنجا که پشتیبانی از بنگاه‌های پُررشد یکی از اهداف راهبرد ۲۰۲۰ اروپا ذکر شده است [۲]. منطق این تغییر رویکرد در این باور است که بنگاه‌های پُررشد^۱ (HGFs) سهم بالایی در ایجاد اشتغال

کارآفرین در هر عصری، عامل تغییر و پیشرفت اقتصادی (و اجتماعی) جوامع شناخته‌شده و به همین دلیل، مورد توجه دولت‌ها بوده است. در سطح کلان، کارآفرینی عامل تغییرات ساختاری، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی و در سطح خرد، محرک شکل‌گیری و رشد بنگاه‌ها است. مداخلات دولت در زمینه گسترش کسب‌وکار و کارآفرینی، طی زمان و همراه با

۲- پیشینه نظری

در اکثر کشورها مهم‌ترین دلیل توجه سیاست‌گذاران به پدیده بنگاه‌های پُرشد، چالش اشتغال است. در دوره رشد بیکاری ناشی از شوک نفتی (دهه ۷۰ میلادی) پژوهشگران نگاه خود را به سمت بنگاه‌های کوچک معطوف کردند. در سال ۱۹۷۹ دیوید برچ^۱ شواهدی ارائه کرد که نشان می‌داد در آمریکا بنگاه‌های کوچک، اشتغال‌زاتر از بزرگ‌ها هستند [۶] و این موضوع زمانی مطرح می‌شد که بنگاه‌های بزرگ برای مدت‌ها بیشترین سهم از اشتغال را به خود اختصاص داده بودند. در آن مقطع زمانی، ریزش شغل در بنگاه‌های بزرگ زیاد شده بود و بنگاه‌های بزرگ در فرآیندی پویا، شغل‌ها را از دست می‌دادند و بنگاه‌های کوچک پُرشد جای آن موقعیت‌های شغلی را می‌گرفتند. یافته‌های برچ باعث هیاهو و جنجال فراوان بین محققین شد و پژوهشگران بسیاری از روش تحقیق مقاله او انتقاد کردند. از این‌رو برچ با همکاری مدوف^۲ در سال ۱۹۹۴ مجدداً مقاله‌ای منتشر کرد که در آن با استفاده از استعاره "موش‌ها و غزال‌ها" الگوهای متفاوت رشد در بنگاه‌های نوپا را توصیف کرد [۷]. مطابق یافته‌های برچ نه تمامی بنگاه‌های کوچک و نوپا بلکه معدودی از آنها که رشدی بالا داشتند (غزال‌ها) اشتغال‌زا بودند. مطالعات برچ در این زمینه باعث شکل‌گیری پارادایم جدیدی در حوزه کسب‌وکار شد و پس از آن هم مطالعات در حوزه‌های اقتصاد، مدیریت، نوآوری و علوم منطقه‌ای ادامه یافت که بزرگ‌ترین یافته آنها نیز نقش بی‌بدیل بنگاه‌های پُرشد در ایجاد اشتغال جدید است. مطالعات بنگاه‌های پُرشد به سایر صرفه‌های محلی این بنگاه‌ها نظیر افزایش رقابت و نوآوری، صادرات و همچنین جذب نخبگان که موجب پویاتر شدن اقتصاد محلی می‌شود نیز پرداخته‌اند. آمازون و ای‌بی‌بی^۳ مثال‌های کلاسیک و دیجی‌کالا و اسنپ از نمونه‌های ایرانی بنگاه‌های پُرشد هستند که از طریق فناوری نوین در ایجاد اکوسیستم‌های جدید کسب‌وکار نقش داشته و فرصت‌های جدیدی را برای سایر کسب‌وکارها فراهم کرده‌اند.

به واسطه یافته‌های این گروه از مطالعات، سیاست‌های کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته که به ویژه در دهه‌های

داشته و محرک ارتقاء بهره‌وری، نوآوری و نفوذ در بازارهای جهانی هستند. به عنوان مثال طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۸ نزدیک به ۵۴٪ از خالص اشتغال ایجادشده در کشور بریتانیا توسط این نوع از کسب‌وکارها که تنها ۶٪ از کل کسب‌وکارها را تشکیل می‌دادند به وجود آمده است [۳]. سایر مطالعات مشابه در کشورهای مختلف (حتی در دوران رکود) نیز نتایجی کم و بیش مشابه داشته‌اند [۴]. این مطالعات اذعان دارند که بنگاه‌های پُرشد علی‌رغم آنکه حجم بسیار کوچکی از بنگاه‌ها را تشکیل می‌دهند اما در ایجاد اشتغال جدید نقش قابل توجهی دارند.

بنگاه‌های پُرشد علاوه بر ایجاد اشتغال مستقیم، از طریق سرریز دانش در منطقه استقرار خود، در رشد سایر بنگاه‌ها مؤثرند و به طور غیرمستقیم نیز ایجاد اشتغال می‌کنند. همچنین شواهدی وجود دارد که HGFها از سطوح بالاتر رشد بهره‌وری برخوردار و همچنین نوآورتر هستند و ضمناً جهت‌گیری صادراتی و ارتباطات بین‌المللی قوی‌تری هم نسبت به سایر بنگاه‌ها دارند. این بنگاه‌ها سرمایه‌گذاری سنگینی بر سرمایه انسانی خود انجام می‌دهند و احتمال بیشتری هم دارد که افراد آسیب‌پذیر را به کار گیرند [۵]. از این‌رو با افزایش رقابت، نوآوری و تخصیص مؤثر منابع منجر به پویایی اقتصاد خواهند شد.

در خصوص بنگاه‌های پُرشد و ویژگی‌ها و تأثیرات آنها بر اقتصاد ایران تا به حال مطالعه‌ای صورت نگرفته و به دلیل نبود اطلاعات و تحلیل‌های ویژه بنگاه‌های پُرشد، سیاست‌گذاری خاصی نیز برای توسعه این گونه از بنگاه‌ها در کشور انجام نشده است. از آنجا که نظام داده‌های ثبتی در ایران نظامی گسسته و ناکامل است مطالعه بنگاه‌های پُرشد کشور با محدودیت‌های متعددی روبرو است. این مقاله تلاش دارد ضمن معرفی این پدیده و تأکید بر اهمیت آن، تصویری کلی از موضوع ارائه و توجه پژوهشگران را به مطالعات عمیق‌تر برای درک دلایل موفقیت این بنگاه‌ها و موانعی که در مقابل آنها قرار دارد جلب نماید. ادامه این مطالعات می‌تواند مبنای خوبی برای تصمیم‌گیری‌های سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی در پیشبرد این پدیده در ایران و همچنین بهره‌گیری از سرریز دانش بنگاه‌های پُرشد جهت ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی باشد.

1- David Birch

2- Medoff

3- Ebay

کارآفرینان نظیر توانایی افراد در پذیرش ریسک و تحمل شکست، خوداتکائی و بازترکیب منابع کمیاب و ارزشمند) نظیر سرمایه‌های ملموس مالی و غیرملموس انسانی و اجتماعی) و همین‌طور تجربه کارآفرین است. اما تئوری سرریز دانش کارآفرینی به جای ویژگی‌های فردی بر ویژگی‌های زمینه‌ای که افراد در آن زندگی و فعالیت دارند به ویژه ویژگی توان خلق دانش و ایده‌های جدید تأکید دارد. عدم تقارن در دانش افراد موجب عدم تقارن فرصت‌ها (ارزش‌گذاری فرصت) برای آنها می‌شود و ممکن است فرصتی که در یک مکان خلق شده (مثلاً یک بنگاه بزرگ) در همان مکان (مثلاً در میان مدیران بنگاه) مورد توجه واقع نشود اما فرد دیگری (مثلاً یکی از مهندسان همان بنگاه) این فرصت را به خوبی درک و اقدام به تأسیس یک بنگاه کارآفرینانه جدید کرده (شرکت زایشی^۵) و این بنگاه جدید هم به نوبه خود در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و رقابت‌پذیری جهانی نقش ایفاء کند [۱۲].

مطابق این تئوری؛ سطح کارآفرینی حاصل از سرریز دانش، نه تنها به سرعت خلق دانش یا سطح دانش جدید بلکه به "ظرفیت جذب کارآفرینانه"^۶ نیز بستگی دارد. منظور از ظرفیت جذب کارآفرینانه، توانمندی کارآفرین در درک دانش جدید، تشخیص ارزش و همچنین تجاری‌سازی آن از طریق ایجاد یک بنگاه است. ظرفیت جذب کارآفرینانه در میان کارآفرینان بالقوه، متفاوت است و شامل دو بُعد می‌شود: یک بُعد آن دانش علمی کارآفرین است (که بتواند درک کند چه چیزی واقعاً یک اختراع جدید و تا چه اندازه ارزشمند است) و دیگری دانش بازار یا کسب‌وکار است که کارآفرین را قادر به ایجاد و مدیریت یک بنگاه جدید می‌کند. لذا انتظار می‌رود رشد بالا در شرکت‌های زایشی دانشگاهی^۷ و دانش‌بنیان محتمل‌تر از بنگاه‌های سنتی و دارای فناوری پائین باشد. با این وجود شواهد نشان می‌دهند که تعداد بسیار کمی از شرکت‌های زایشی دانشگاهی رشد می‌کنند و بیشتر آنها خرد و کوچک باقی می‌مانند [۱۳].

۲-۱ تأثیر بنگاه‌های پُررشد بر اشتغال

اواخر دهه ۷۰ میلادی، برچ از واژه غزال به دلیل سرعت ذاتی

۷۰ و ۸۰ میلادی به شدت به سمت ایجاد کسب‌وکارهای جدید (و کوچک) - صرف‌نظر از نوع آنها - اُریب داشت به سمت اولویت دادن به کسب‌وکارهایی که احتمال رشد بالا در آنها زیاد است (استارت‌آپ‌ها) تغییر جهت داد [۸]. برخی دانشمندان برجسته کارآفرینی نظیر اسکات شین^۱ بیان کردند که رشد اقتصادی "بازی اعداد" نیست و لازم است کمک‌های دولت به سمت بنگاه‌های پُررشد و با کیفیت تغییر جهت دهد. شین جهت‌گیری سنتی سیاست‌ها در ایجاد هر چه بیشتر انواع کسب‌وکارها را "سیاست عمومی بد" نامید [۹] و برخی نیز در عین تأکید بر سیاست‌های مشوق ایجاد و رشد HGFها، آن را مانع توجه به ایجاد انواع کسب‌وکارها ندانسته و این دو را مکمل یکدیگر می‌دانند [۱۰].

در کنار مطالعات بنگاه‌های پُررشد که عمدتاً از نوع تجربی هستند برخی نظریه‌های علمی نیز در این ارتباط مطرح شده‌اند که تئوری "سرریز دانش کارآفرینی"^۲ از جمله آنها است. این تئوری سعی دارد چرایی اقدام برخی افراد به کارآفرینی (در زمان عدم اقدام دیگران) را تبیین و در مورد اینکه چه زمانی فرصت‌ها خود را نشان می‌دهند بحث نماید. این نظریه برای اولین بار توسط آدرش و لمان^۳ در سال ۲۰۰۵ مطرح [۱۱] و پس از آن توسط آکس^۴ و همکاران [۱۲] در سال ۲۰۰۹ وارد پیشینه کارآفرینی شد. آنها بر این باور بودند که اکثر نظریه‌های کارآفرینی بر شناسایی فرصت‌ها و تصمیم‌گیری برای بهره‌برداری از آنها تمرکز دارند. از نظر آنها در اغلب دیدگاه‌های کارآفرینی فرصت‌ها برونزا و بیرونی هستند در حالی که تئوری‌های رشد اقتصادی فرصت‌ها را درون‌زا می‌دانند و تئوری سرریز دانش کارآفرینی شکاف بین این دو را پُر می‌کند. بر پایه مفروضات این تئوری، رفتار کارآفرینانه در پاسخ به فرصت‌های سودآوری که حاصل سرریز دانش هستند بروز می‌کند. افراد در صورتی می‌توانند بنگاه‌های کارآفرینانه را تأسیس کنند که به سرریزهای دانش دسترسی داشته باشند.

رویکردهای نظری فراوانی در حوزه کارآفرینی به نقش فرصت‌ها (تشخیص یا خلق) در اقدام برای کارآفرینی پرداخته‌اند که نقطه عزیمت اکثر آنها ویژگی‌های فردی

1- Shane, Scott

2- The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship

3- Audretsch & Lehmann

4- Acs

5- Spin-off

6- Entrepreneurial absorptive capacity

7- Spin-outs

منابع دولت‌ها را به سمت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، نوپا و کوچک سوق داده و تبعاً از این گروه از شرکت‌ها اشتغال‌زایی بالایی نیز طلب می‌شود لیکن مطالعات بسیاری در راستای ارزیابی این تئوری صورت گرفته که الزاماً نظریه مذکور را تأیید نمی‌کنند [۱۶]. در ادامه به مطالعات تجربی مرتبط با برخی ویژگی‌های بنگاه‌های پُرشد اشاره می‌شود.

۲-۲-۱ سن و اندازه بنگاه‌های پُرشد

مطابق شواهد، بنگاه‌های پُرشد در اشتغال الزاماً نوپا (غزال) نبوده بلکه غالباً بزرگ‌تر و با سابقه‌تر هستند. مفهوم دیگری تحت عنوان بنگاه‌های پُر تأثیر^۲ نیز در پیشینه کارآفرینی مطرح شده و بنگاه‌هایی که هم‌زمان در اشتغال و گردش مالی رشد قابل توجه داشته‌اند را هدف قرار می‌دهد. مطالعه بر روی این دسته از بنگاه‌ها در آمریکا نشان داده که میانگین سن آنها حدود ۲۵ سال است [۱۷]. در بریتانیا ۷۰٪ بنگاه‌های پُرشد حداقل ۵ سال دارند [۳] و میانگین سنی بنگاه‌های پُرشد در دانمارک نیز ۱۳ سال بوده است [۱۸]. برخی مطالعات تأیید کرده‌اند که پتانسیل رشد در بنگاه‌های کوچک و نوپای فعال در حوزه فناوری‌های نوین نسبت به بالغ‌ها بیشتر است [۱۹]. مطالعات اولیه برچ نشان داد که بنگاه‌های کوچک قابلیت رشد بیشتری نسبت به سایر بنگاه‌ها دارند اما پژوهش‌های دیگری با نتایج متفاوتی نیز وجود دارد. به عنوان مثال بررسی ۱۱۰۰۰ بنگاه آلمانی نشان داد که هر چند احتمال بقاء بنگاه‌ها با اندازه آنها ارتباط مثبت دارد اما ارتباط رشد با اندازه بنگاه‌ها منفی است [۲۰]. همچنین در مطالعه بنگاه‌های پُر تأثیر، توزیع یکسانی برای رشد اشتغال بین کوچک‌ها و بزرگ‌ها مشاهده شده است [۱۷].

علاوه بر سن بنگاه‌ها، مطالعاتی در مورد سن کارآفرینانی که بنگاه‌های پُرشد را هدایت می‌کنند نیز انجام شده است. مطالعه‌ای در آلمان نشان داده که سن کارآفرینان در بنگاه‌های پُرشد، همبستگی منفی با رشد سریع دارد [۲۱]. یافته مطالعه دیگری میانگین سن کارآفرینان بنگاه‌های پُرشد را بیش از ۴۰ سال نشان می‌دهد [۱۸]. نتایج بررسی سن کارآفرینان بنگاه‌های پُرشد در بریتانیا نیز نشان‌دهنده آن است که این کارآفرینان از آنچه در افسانه استارت‌آپ‌های پُرشد تصور می‌رود مسن‌تر هستند [۲۲]. این یافته‌ها به طور غیرمستقیم

آن برای اشاره به بنگاه‌های پُرشد استفاده و نشان داد که این بنگاه‌ها در ایجاد مشاغل جدید در دوره‌های زمانی کوتاه موفق هستند [۶]. مطابق شواهد ارائه‌شده در مطالعه برج طی دوره رکود ۱۹۹۲-۱۹۸۸ در آمریکا حدود ۷۰٪ اشتغال جدید توسط تنها ۴٪ از بنگاه‌های آن کشور ایجاد شده بودند. بنیاد ملی علم، فناوری و هنر بریتانیا^۱ نیز در دوران بحران مالی این کشور مطالعه مشهوری در مورد بنگاه‌های پُرشد تحت عنوان "شش درصد حیاتی" انجام داد که نشان می‌داد بخش بسیار کوچکی (۶٪) از کسب‌وکارهای دارای بیش از ۱۰ نفر کارکن در آن کشور توانسته‌اند بیش از نیمی از خالص اشتغالی که توسط این گروه از کسب‌وکارها به وجود آمده بودند را ایجاد نمایند [۳]. علاوه بر آن مطالعه دیگری نیز توسط دولت بریتانیا انجام شد که بر تأثیرگذاری بنگاه‌های پُرشد به عنوان پیشران‌های قدرتمند رشد اقتصادی صحنه می‌گذاشت [۱۴].

به طور کلی نقش قابل توجه بنگاه‌های پُرشد در ایجاد مشاغل جدید، صریح‌ترین و مهم‌ترین یافته مصرح در پیشینه حوزه کارآفرینی است که توسط یک فراتحلیل مبتنی بر یافته‌های مطالعات تجربی متنوع انجام‌شده در کشورهای مختلف نیز تأیید شده است [۱۵].

۲-۲ ویژگی‌های بنگاه‌های پُرشد

با وجودی که مطالعه در خصوص بنگاه‌های پُرشد رو به فزونی است اما اغلب موارد، برداشت‌های نظری هستند که ذهن سیاست‌گذاران را شکل داده و سیاست‌ها و تصمیمات دولت‌ها را جهت می‌دهند. به عنوان مثال یافته‌های اولیه برج در مورد نقش بنگاه‌های کوچک در اقتصاد آمریکا و همچنین شعار "کوچک زیبا است" در بریتانیا موجب شد تا بدون توجه به تفاوت ماهیت و ویژگی‌های بنگاه‌های کوچک در کشورهای توسعه‌یافته (شامل جابکی، انعطاف و فناوری بالا) و کشورهای در حال توسعه (شامل روش‌های سنتی، سطح دانشی پایین و بقاء اندک)؛ موجی از سیاست‌های حمایت از توسعه بنگاه‌های کوچک در جهان به وجود آید.

تئوری سرریز دانش، این انتظار را ایجاد می‌کند که در مقایسه با جمعیت کل بنگاه‌ها، بنگاه‌های پُرشد جوان‌تر، کوچک‌تر و فناوری‌تر باشند. بدیهی است که این انتظار نظری، سیاست‌ها و

شهرهای بزرگ نسبت به مناطق کوچکتر، فرصت‌های بیشتری برای رشد در اختیار بنگاه‌ها می‌گذارند. دانشگاه‌های بزرگ و پژوهش‌محور، کارآفرینان مشهور و ثروتمند، بازار محلی بزرگ، سرمایه انسانی فراوان و ماهر، تنوع در کنار تخصص و ...، همگی زیرساخت جذابی را (نظیر دره سیلیکون) به وجود می‌آورند که کارآفرینان بیشتری را به خود جذب کرده و منطقه جغرافیایی را بیش از پیش در مسیر توسعه قرار می‌دهند.

۲-۲-۴ توسعه بنگاه‌های پُررشد

مطالعات اندکی به رفتار رشد بنگاه‌ها در پیش یا پس از دوره‌ای که به عنوان دوره پُررشد شناخته شده پرداخته‌اند. به نظر می‌رسد تشخیص پیشینی این بنگاه‌ها امکان‌پذیر نیست. در مطالعه بنگاه‌های پُررشد آمریکایی، کمی بیش از ۵۰٪ آنها طی دوره چهار ساله پیش از رویداد رشد، هیچ تغییری در اشتغال خود نشان نداده بودند و تقریباً ۳۰٪ دیگر از آنها کاهش ترکیبی داشتند یعنی طی یک دوره دو ساله افول داشته و دو سال دیگر بدون تغییر باقی مانده بودند [۱۷].

اندک مطالعاتی نیز که به دوره‌های پس از رویداد رشد توجه داشته‌اند به این واقعیت اشاره دارند که رشد بنگاه‌ها مستمر نیست [۱۶]. برخی مطالعات نشان می‌دهند که بنگاه‌های پُررشد در دوره‌های بعدی نیز رشد مثبت اما متعادل‌تری داشته‌اند [۱۸]. نتایج البته بسته به اندازه بنگاه‌ها نیز متفاوت و گاهی متناقض است و به نظر می‌رسد که موضوع استمرار تأثیرگذاری بنگاه‌های پُررشد بر اشتغال، بستگی به تعریف مورد استفاده دارد. به عنوان مثال اگر تعریف پُررشد به صورت ۱ درصد پُررشدترین بنگاه‌ها (بر اساس تغییر نسبی در اشتغال) طی یک دوره سه ساله انجام شود آنگاه تنها ۱۵٪ احتمال دارد که بنگاه در دوره بعدی نیز پُررشد باقی بماند در حالی که اگر از تغییر مطلق استفاده شود حدود یک‌سوم (۳۱٪) آنها در دوره بعدی نیز پُررشد خواهند بود. علت نیز واضح است زیرا در حالت تعریف رشد نسبی، بنگاه‌های منتخب تمایل به کوچک‌تر بودن دارند [۲۸].

۳- بررسی پدیده بنگاه‌های پُررشد در ایران

به دلیل کمیابی منابع، بدیهی است مطالعه و تمرکز بر روی بنگاه‌هایی که تأثیرگذاری بالاتری در ایجاد مشاغل جدید در

سایر مطالعاتی که بر اهمیت سرریز تجربه قبلی و شبکه اجتماعی کارآفرینان جهت دستیابی به موفقیت تأکید دارند را تأیید می‌کنند.

۲-۲-۲ سطح فناوری بنگاه‌های پُررشد

در علم اقتصاد، فناوری یکی از پیشران‌های توسعه اقتصادی و بهره‌وری کل عوامل است و از این رو انتظار می‌رود استفاده از فناوری‌های نوین، پتانسیل رشد در بنگاه‌ها را افزایش دهد. اما بر خلاف تصور عمومی، بنگاه‌های پُررشد در تمامی بخش‌های اقتصادی و در تمام سطوح فناوری حضور دارند. تنها حدود ۱۵٪ از بنگاه‌های پُررشد بریتانیا در بخش‌های فناوری بالا فعالیت دارند [۲۳]. در بلژیک ۸۰٪ بنگاه‌های پُررشد در بخش‌های سنتی و دارای فناوری پائین فعالیت داشته‌اند [۲۴]. همچنین برخی مطالعات بیان کرده‌اند که در بخش خدمات و به ویژه خدمات تخصصی، فرصت‌های بیشتری برای رشد فراهم است [۲۵]. در هر صورت، عدم وجود شواهد قابل اتکاء مبنی بر فناور بودن بنگاه‌های پُررشد و توزیع گسترده این بنگاه‌ها در تمام بخش‌ها و فعالیت‌ها تقریباً برای همه کشورها صادق است [۱۶].

هر چند فناور بودن بنگاه‌های پُررشد در مطالعات تجربی مردود شده اما این ادعا در مورد "نوآوری" متفاوت است. در واقع نوآوری با رشد فروش همبستگی قوی دارد. مطالعات نشان داده که بنگاه‌های پُررشد صرف‌نظر از نوع فعالیت، به شدت نوآور هستند [۲۶] اما این نوآوری الزاماً حاصل فعالیت‌های رسمی تحقیق و توسعه آنها نیست [۲۷] و بیش از آنکه نوآوری رادیکال داشته باشند نوآوری‌های تدریجی و کوچک دارند [۱۰] و بیش از آنکه نوآوری در محصول باشد از جنس نوآوری بازار (بکارگیری مؤثر بازاریابی) است.

۲-۲-۳ وابستگی بنگاه‌های پُررشد به مکان

مطالعه بنگاه‌های پُررشد در آمریکا، نشان‌دهنده تأثیر شدید مکان بر این پدیده است. موش‌ها (بنگاه‌های کوچک) و فیل‌ها (بنگاه‌های بزرگ) در هر مکانی می‌توانند به دنیا بیایند اما در صورتی غزال (پُررشد) خواهند شد که در "سرزمین غزال‌ها" به دنیا بیایند. چنین مکانی معمولاً یک کلان‌شهر است. البته در بیان یافته فوق تا حدی اغراق شده و در مطالعه دیگری ۲۳٪ پُررشد‌ها در مکان‌های روستایی آمریکا مشاهده شده‌اند [۱۷]. به نظر می‌رسد مکان در رشد بنگاه‌ها تأثیرگذار است و

و سیاست‌گذاران دانست. برخی مطالعات، رشد را بر حسب تغییر در گردش مالی، برخی بر حسب تغییر در اندازه (تعداد شاغلین) و برخی ترکیبی از این دو را سنجیده‌اند. گاهی نیز تغییر در ارزش سهام و یا اعمال محدودیت‌هایی نظیر تعیین کف گردش مالی برای ارزیابی رشد بنگاه مشاهده شده است. برخی پژوهشگران، بنگاه‌های پُرشد را به عنوان X درصد بالایی بنگاه‌ها در نظر گرفته‌اند. در محاسبه ساده بر پایه درصد (رشد نسبی) سنجه به سمت کسب‌وکارهای کوچک‌تر اُریبی خواهد داشت و بالعکس، اگر رشد مطلق مدنظر قرار گیرد محاسبات به سمت بنگاه‌های بزرگ‌تر اُریب خواهد بود. برج و مدوف برای آنکه بر این اُریبی غلبه کنند ترکیبی از رشد مطلق و رشد نسبی (اشتغال، گردش مالی یا هر سنجه دیگر) را پیشنهاد کرده‌اند [۳۰]:

$$\frac{x_{t+1} - x_{t-1}}{x_{t-1}}$$

و گروهی دیگر هم تقریب درجه دوم نرخ رشد را مطرح کرده‌اند [۳۱]:

$$\frac{x_{t+1} + x_{t-1}}{2} - x_t$$

وجود تعاریف مختلف باعث می‌شود نتایج مطالعات با یکدیگر قابل مقایسه نباشند. OECD برای ایجاد امکان مقایسه تطبیقی کشورها تلاش کرده روش تعریف و تشخیص بنگاه‌های پُرشد را استاندارد کند [۳۲]. مطابق تعریف OECD، بنگاه پُرشد بنگاهی است که میانگین رشد سالانه آن در اشتغال و/یا گردش مالی طی یک دوره سه ساله حداقل ۲۰٪ و در ابتدای دوره نیز حداقل دارای ۱۰ نفر شاغل باشد. حذف بنگاه‌های خُرد نیز با این منطق صورت گرفته که تأثیر اقتصادی این بنگاه‌ها بسیار اندک بوده و احتساب آنها ممکن است تصویر حاصله را مخدوش سازد. طبق این تعریف، بنگاه‌های پُرشد می‌بایست طی سه سال، حداقل ۷۲/۸٪ در اشتغال و/یا گردش مالی خود رشد داشته باشند تا شرط ذیل محقق شود:

$$\sqrt[3]{\frac{x_t}{x_{t-3}}} - 1 \geq 0.2$$

استاندارد OECD هر چند امکان مقایسه کشورها با یکدیگر را فراهم کرده و از این منظر با ارزش است اما محدودیت‌هایی را نیز با خود به همراه دارد. رشد گردش مالی

اقتصاد دارند منطقی‌تر باشد لیکن تاکنون مطالعه‌ای در مورد بنگاه‌های پُرشد در ایران صورت نگرفته است. از آنجا که پژوهشگران و به تبع آنها سیاست‌گذاران ایرانی تاکنون به این پدیده توجه نداشته‌اند و داده‌ها و اطلاعات مناسب اندکی نیز برای مطالعه بنگاه‌های پُرشد در کشور وجود دارد در این خصوص تنها می‌توان به جستجوی پاسخ سؤالاتی محدود و اولیه پرداخت.

۳-۱ سؤالات پژوهش

وجود شواهد مثبت برای تأثیرگذاری قابل توجه بنگاه‌های پُرشد بر ایجاد اشتغال، موجب شده طی دهه اخیر، حجم مطالعات این حوزه در کشورهای مختلف، رو به فزونی باشد. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که ویژگی این بنگاه‌ها در تمام کشورها مشابه نبوده و الزاماً انتظارات نظری پژوهشگران را نیز برآورده نمی‌سازد به نحوی که گارتنر^۱ مفروضات سیاست‌گذاران در این حوزه را به داستان مردان کور و فیل تشبیه کرده و عقیده دارد بسیاری از این انگاره‌های ذهنی با واقعیات تطابق ندارند [۲۹] و منجر به اعمال سیاست‌ها و مداخلاتی نامناسب و فاقد کارایی و اثربخشی لازم توسط دولت خواهند شد.

با توجه به پیشینه نظری و مطالعات تجربی پیشین، سؤالات این پژوهش عبارتند از:

- الف) آیا سهم ناچیزی از بنگاه‌های موجود، حجم قابل توجه و نامتناسبی از مشاغل جدید در کشور را به وجود آورده‌اند؟
- ب) آیا رشد بنگاه‌ها موقتی است؟
- ج) آیا سهم قابل توجهی از بنگاه‌های پُرشد در حوزه‌های دارای فناوری بالا فعالیت می‌کنند؟
- د) آیا بنگاه‌های پُرشد در تمام اندازه‌های خُرد، کوچک، متوسط و بزرگ وجود دارند؟
- ه) آیا بنگاه‌های پُرشد الزاماً نوپا (غزال) نیستند؟

۳-۲ روش‌شناسی

برای بررسی بنگاه‌های پُرشد در ایران، لازم است تعریفی دقیق و عملیاتی از یک بنگاه پُرشد داشته باشیم. بررسی پیشینه رشد کسب‌وکارها نشان‌دهنده وجود تعاریف و شیوه‌های متعدد سنجش است. دلیل این عدم اجماع را می‌توان در تفاوت مفهوم رشد کسب‌وکار در نگاه دانشگاهیان

از آنجا که حدود ۹۰٪ بنگاه‌های رسمی ایران خرد هستند و بکارگیری استاندارد OECD ممکن است موجب شود رشد این حجم عظیم از بنگاه‌ها نادیده گرفته شود بنابراین در مطالعه حاضر از روش آمریکایی تشخیص بنگاه‌های پُررشد استفاده شده است.

۳-۲-۱ تعاریف عملیاتی

- بنگاه پُررشد: به بنگاهی اطلاق می‌شود که اگر در سال پایه، دارای حداقل ۱۰ نفر شاغل بوده میانگین رشد سالانه اشتغال آن طی دوره سه ساله برابر یا بیش از ۲۰٪ باشد و اگر در سال پایه دارای ۹ نفر یا کمتر شاغل باشد طی دوره سه ساله حداقل ۸ نفر به تعداد شاغلین آن افزوده شده باشد.

- غزال: مطابق استاندارد OECD، لفظ غزال به بنگاه‌های پُررشدی که در سال پایه کمتر از پنج سال عمر دارند اطلاق می‌شود. در این مطالعه نیز همین تعریف و برای محاسبه سن بنگاه پُررشد، زمان شروع بیمه‌گذاری کارکنان در سازمان تأمین اجتماعی به عنوان سال شروع فعالیت بنگاه در نظر گرفته شده است.

- خالص اشتغال جدید: در این مطالعه تعداد بیمه‌شدگان (اجباری) در کارگاه‌ها معیار اشتغال به حساب آورده شده و تعداد بیمه‌شدگان توافقی و طرح‌های بیمه‌ای خاص نظیر رانندگان، قالبیافان و غیره مدنظر قرار نگرفته است. خالص اشتغال جدید به معنای تعداد مشاغل جدید ایجادشده توسط بنگاه‌ها (افزایش تعداد بیمه‌شدگان اجباری) منهای مشاغل از بین رفته توسط بنگاه‌ها (کاهش تعداد بیمه‌شدگان اجباری) است. در صورتی که مشاغل از بین رفته بیش از مشاغل جدید باشد خالص اشتغال جدید منفی خواهد بود. بدیهی است اشتغال جدید حاصل رشد بنگاه‌های موجود و ورود بنگاه‌های جدید به اقتصاد است.

- سهم بنگاه پُررشد از خالص اشتغال جدید: بیشتر مطالعاتی که به بررسی تأثیرگذاری بنگاه‌های پُررشد بر اشتغال پرداخته‌اند خالص اشتغال جدید را مدنظر قرار داده‌اند. هر چند بررسی میزان مشاغل ورودی و مشاغل خروجی در تحلیل این تأثیرگذاری مفیدتر خواهد بود اما از آنجا که در حال حاضر دسترسی به چنین داده‌هایی وجود ندارد در این مطالعه نیز همانند بیشتر تجارب جهانی "نسبت اشتغال جدید بنگاه‌های پُررشد به خالص اشتغال جدید" برای این منظور

و اشتغال الزاماً نمی‌تواند جنبه‌های مختلف رشد کسب‌وکارهای کارآفرینانه را نشان دهد [۳۳]. علاوه بر آن، بنگاه‌های خرد (دارای کمتر از ۱۰ نفر شاغل) در این استاندارد به حساب آورده نمی‌شوند در حالی که بسیاری از این بنگاه‌ها (از جمله استارت‌آپ‌های حوزه ICT) ممکن است رشد بسیار بالایی طی دوره مورد نظر داشته باشند. محدودیت دیگر آن نیز استفاده از محاسبات نسبی و اریب به سمت بنگاه‌های کوچک‌تر است. بنگاه با اندازه ۱۰ نفر در صورت ایجاد ۸ شغل جدید طی سه سال، پُررشد محسوب می‌شود در حالی که بنگاه با اندازه ۱۰۰ نفر لازم است ۷۳ شغل جدید ایجاد کند تا چنین لقبی بگیرد.

گزینه دیگر برای محاسبه رشد، استفاده از سطح آستانه رشد به جای رشد نسبی است که در این صورت، اریبی به سمت بنگاه‌های بزرگ خواهد بود زیرا برای بنگاه بزرگ رسیدن به سطح رشد مثلاً ۵۰ شغل جدید طی دوره سه ساله به مراتب ساده‌تر از یک بنگاه کوچک است.

با وجود این محدودیت‌ها، از آنجا که برای سیاست‌گذاران، امکان مقایسه و الگوبرداری اهمیت دارد استفاده از استاندارد OECD در سنجش بنگاه‌های پُررشد افزایش می‌یابد و البته برخی سیاست‌گذاران تلاش‌هایی برای تعدیل این سنجه با هدف انعکاس ماهیت اقتصاد محلی خود نیز داشته‌اند [۳۴]. اداره آمار نیروی کار آمریکا برای سنجش بنگاه‌های پُررشد، استفاده از رویکرد ترکیبی نقطه گره^۲ را پیشنهاد می‌کند [۳۵]. در این رویکرد برای سنجش رشد بالا در بنگاه‌های ۱۰ نفر به بالا از روش محاسبه رشد نسبی OECD استفاده می‌شود اما در عین حال برای اینکه رشد بالای بنگاه‌های خرد از نظر دور نماند سطح آستانه رشد ۸ شغل جدید طی سه سال را برای این نوع بنگاه‌ها در نظر می‌گیرد. این سطح آستانه با تعداد شغلی که بنگاه دارای ۱۰ نفر شاغل لازم است طی همان مدت ایجاد نماید تا پُررشد محسوب شود برابری می‌کند^۳.

۱- به عنوان مثال در ایرلند شمالی از آنجا که اقتصاد محلی عمدتاً از بنگاه‌های خرد (Micro) تشکیل شده و سهم SMEها در آن کم است آستانه ۱۰ شاغل را در محاسبات کنار گذاشته‌اند.

2- kink point

۳- رشد اشتغال سالانه ۲۰٪ طی سه سال برای بنگاه دارای ۱۰ نفر شاغل در سال پایه برابر با ۷/۲۸ نفر می‌شود. از آنجا که افزایش ۰/۲۸ نفر در واقعیت امکان‌پذیر نیست عدد فوق باید به ۸ نفر گرد شود.

لحاظ شده است.

۳-۲-۲ داده‌ها

در این مطالعه از داده‌های سطح کارگاه سازمان تأمین اجتماعی طی سال‌های ۹۱ تا ۹۵ استفاده و سنجش تعداد شاغلین بر حسب تعداد بیمه‌شدگان اجباری کارگاه‌ها (بنگاه‌ها) صورت گرفته است. هر چند در حال حاضر این مجموعه داده‌ها مناسب‌ترین مجموعه برای مطالعه بنگاه‌های پُررشد در کشور هستند اما از آنجا که داده‌های دست دوم تطبیق کاملی با نیازهای مطالعه ندارند طبعاً محدودیت‌هایی در دقت نتایج وجود دارد.

از آنجا که کد کارگاهی سازمان تأمین اجتماعی برای یک بنگاه واحد در مکان‌های جغرافیایی مختلف، یگانه نیست تشخیص بنگاه‌هایی که کارگاه‌های متعدد داشته‌اند به عنوان بنگاه واحد امکان‌پذیر نبوده و لذا برخی بنگاه‌های پُررشد که در شهرستان‌های مختلف توسعه یافته‌اند و همچنین هولدینگ‌های پُررشد، شناسایی نشده‌اند. علاوه بر آن، نوع بنگاه‌ها (خصوصی، تعاونی یا غیرانتفاعی) در این داده‌ها قابل تمیز نبوده و تحلیل هر گروه به طور مجزا امکان‌پذیر نشد. به دلیل وجود شائبه استفاده بنگاه‌های دولتی و عمومی ایران از حمایت‌ها، انحصارات و شرایط سهل‌تر برای رشد نسبت به بخش خصوصی، تلاش شد حتی‌الامکان سازمان‌های دولتی و عمومی (شهرداری، ارتش و سپاه پاسداران، آستان قدس رضوی و نظائر آن) از مجموعه داده‌ها حذف شوند اما از آنجا که فهرست کامل این گونه مؤسسات در اختیار نبود ممکن است برخی نیز به عنوان بخش خصوصی در محاسبات وارد شده باشند.

محاسبات طی دو دوره میان‌مدت ۹۴-۹۱ (سه سال رشد نسبت به سال پایه ۹۱) و ۹۵-۹۲ (سه سال رشد نسبت به سال پایه ۹۲) صورت گرفته است. ملاک محاسبه تعداد مشاغل هر بنگاه، تعداد افرادی بوده که در ماه اسفند سال‌های مورد نظر، حق بیمه آنها توسط بنگاه به سازمان تأمین اجتماعی واریز شده است. همچنین برای تعیین تعداد کل بنگاه‌ها، کل اشتغال و همچنین خالص اشتغال جدید نیز از آمار اسفند ماه سال‌های مدنظر استفاده شده است. جهت تطبیق با تقسیم‌بندی مورد عمل سازمان تأمین اجتماعی، بنگاه‌ها به چهار گروه خُرد (تا ۱۰ نفر شاغل)، کوچک (۱۱ تا

۵۰ نفر شاغل)، متوسط (۵۱ تا ۱۰۰ نفر شاغل) و بزرگ (بالای ۱۰۰ نفر شاغل) تقسیم شده‌اند. برای گروه‌بندی فعالیت‌ها از کد فعالیت سازمان تأمین اجتماعی استفاده شده که با نظام ISIC مورد استفاده در مرکز آمار ایران مطابقت ندارد و بنابراین استفاده از داده‌های مرکز آمار برای تحلیل تکمیلی این داده‌ها امکان‌پذیر نیست.

۴- یافته‌ها

سهم بنگاه‌های پُررشد کشور طی دو دوره ۹۴-۹۱ و ۹۵-۹۲ و توزیع مکانی (استان)، نوع فعالیت، اندازه و سن آنها محاسبه شده است. تفاوت‌هایی بین ویژگی بنگاه‌های پُررشد در ایران با مباحث نظری که در بخش اول این مطالعه مطرح شد وجود دارد. این تفاوت‌ها البته دور از انتظار نیست زیرا فرصت‌های کارآفرینانه در مناطق مختلف متفاوت هستند و طبعاً این نتایج می‌تواند زوایای جدیدی از رفتار کارآفرینانه در استان‌های کشور را برای سیاست‌گذاران روشن سازد.

جدول ۱ نشان‌دهنده سهم بنگاه‌های پُررشد از تعداد بنگاه‌ها و ایجاد اشتغال جدید در استان‌های مختلف است. همان‌طور که مشاهده می‌شود ۵۳٪ درصد از بنگاه‌ها نزدیک به ۳۸ درصد از خالص اشتغال جدید را به وجود آورده‌اند.

استان‌های تهران، قم و البرز به ترتیب با ۹۸٪، ۹۲٪ و ۸۰٪ درصد، حائز اختصاص بیشترین سهم از تعداد بنگاه‌ها به پُررشد‌ها در میان استان‌ها بوده و با فاصله قابل توجهی از دیگر استان‌ها قرار گرفته‌اند. می‌توان گفت که بنگاه‌های پُررشد در پایتخت و مناطق نزدیک به آن، فرصت ظهور بیشتری دارند. در برخی استان‌ها، نقش بنگاه‌های پُررشد در ایجاد مشاغل جدید بسیار چشمگیر و به عنوان مثال برای دوره زمانی ۹۵-۹۲ در استان‌های قزوین و خوزستان رشد اشتغال بنگاه‌های پُررشد بیش از خالص اشتغال جدید استان بوده است. می‌توان چنین برداشت کرد که خالص اشتغال جدید استان به طور کامل توسط آنها ایجاد شده است. به طور میانگین در ۱۳ استان کشور، بنگاه‌های پُررشد بیش از نیمی از مشاغل جدید را به وجود آورده‌اند. در مقابل اما تأثیر بنگاه‌های پُررشد بر خالص اشتغال جدید استان‌های ایلام و سیستان و بلوچستان نسبت به سایر استان‌ها اندک بوده است. به نظر می‌رسد این امر به ویژگی‌های کسب‌وکار در این

جدول ۱) سهم بنگاه‌های پُررشد از تعداد بنگاه‌ها و ایجاد اشتغال جدید در استان‌های مختلف کشور

استان	۹۱-۹۴		۹۲-۹۵		میانگین**	
	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌ها	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌ها	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌ها
آذربایجان شرقی	۰/۵۱	۲۹/۱۱	۰/۴۷	۲۹/۶۱	۰/۴۹	۲۹/۳۶
آذربایجان غربی	۰/۳۰	۳۴/۵۸	۰/۲۹	۱۹/۲۳	۰/۲۹	۲۵/۷۹
اردبیل	۰/۳۹	۱۲/۰۱	۰/۳۱	۴۲/۴۴	۰/۳۵	۲۲/۵۸
اصفهان	۰/۶۲	۳۹/۴۲	۰/۵۳	۴۷/۳۲	۰/۵۷	۴۳/۱۹
البرز	۰/۸۶	۲۷/۶۸	۰/۷۵	۲۸/۶۴	۰/۸۰	۲۸/۱۶
ایلام	۰/۳۵	۸/۴۲	۰/۳۴	۹/۰۱	۰/۳۴	۸/۷۱
بوشهر	۰/۵۶	۸۷/۱۱	۰/۵۲	∞	۰/۵۴	۹۳/۳۳
تهران	۱/۰۴	۳۰/۵۷	۰/۹۲	۳۳/۶۶	۰/۹۸	۳۲/۰۸
چهارمحال و بختیاری	۰/۲۱	۲۵/۶۷	۰/۱۹	۷۷/۸۳	۰/۲۰	۴۴/۷۰
خراسان جنوبی	۰/۳۵	۹/۳۰	۰/۳۵	۶۴/۴۴	۰/۳۵	۲۴/۴۸
خراسان رضوی	۰/۵۲	۴۸/۵۲	۰/۴۲	۸۹/۱۴	۰/۴۷	۶۵/۷۷
خراسان شمالی	۰/۲۳	∞	۰/۲۲	۱۲/۲۵	۰/۲۲	۳۵/۰
خوزستان	۰/۴۱	۵۴/۳۴	۰/۳۸	۱۱۳/۵۸*	۰/۳۹	۷۳/۷۲
زنجان	۰/۶۳	۱۶۷/۲۴*	۰/۵۱	۶۶/۹۵	۰/۵۷	۸۱/۸۲
سمنان	۰/۶۰	۳۳۷/۹*	۰/۵۷	۸۶/۰۵	۰/۵۸	۹۲/۷۶
سیستان و بلوچستان	۰/۳۹	۱۱	۰/۲۶	۵/۱۴	۰/۳۲	۷/۵۲
فارس	۰/۳۹	۷۸/۶۷	۰/۳۳	۶۶/۶۶	۰/۳۶	۷۲/۴۲
قزوین	۰/۵۹	∞	۰/۵۸	۲۶۰*	۰/۵۸	۱۰۰/۰
قم	۰/۹۴	۴۹/۶۹	۰/۹۱	۶۲/۱۴	۰/۹۲	۵۵/۵۷
کردستان	۰/۳۸	∞	۰/۲۹	۴۵/۷۳	۰/۳۳	۶۷/۶۲
کرمان	۰/۳۳	۲۱/۱۳	۰/۲۹	۳۷/۳۸	۰/۳۱	۲۸/۱۰
کرمانشاه	۰/۲۱	۵۲/۴۴	۰/۲۰	۲۹/۶۲	۰/۲۰	۳۹/۴۱
کهگیلویه و بویراحمد	۰/۳۳	∞	۰/۲۴	۱۵/۶۴	۰/۲۸	۳۹/۵۵
گلستان	۰/۲۷	۲۳/۹۱	۰/۱۹	۴۲/۹۷	۰/۲۳	۳۲/۰۵
گیلان	۰/۴۶	∞	۰/۳۷	۳۷/۶۲	۰/۴۱	۶۱/۳۴
لرستان	۰/۱۶	۲۹/۱۱	۰/۲۴	۱۳/۰۷	۰/۲۰	۱۹/۵۱
مازندران	۰/۲۶	۱۴/۵۴	۰/۲۰	۱۹/۸۳	۰/۲۳	۱۶/۹۸
مرکزی	۰/۶۱	۸۷/۸۳	۰/۵۸	۶۹/۴۴	۰/۵۹	۷۸/۱۰
هرمزگان	۰/۵۴	۱۲/۴۳	۰/۶۵	۲۵/۴۴	۰/۵۹	۱۷/۷۸
همدان	۰/۳۶	∞	۰/۲۶	۶۶/۲۱	۰/۳۱	۸۱/۳۷
یزد	۰/۶۱	۱۰۸/۴۴*	۰/۶۲	۶۸/۵۲	۰/۶۱	۸۲/۷۸
کل کشور	۰/۵۷	۳۶/۰۴	۰/۵۰	۳۹/۹۷	۰/۵۳	۳۷/۹۵

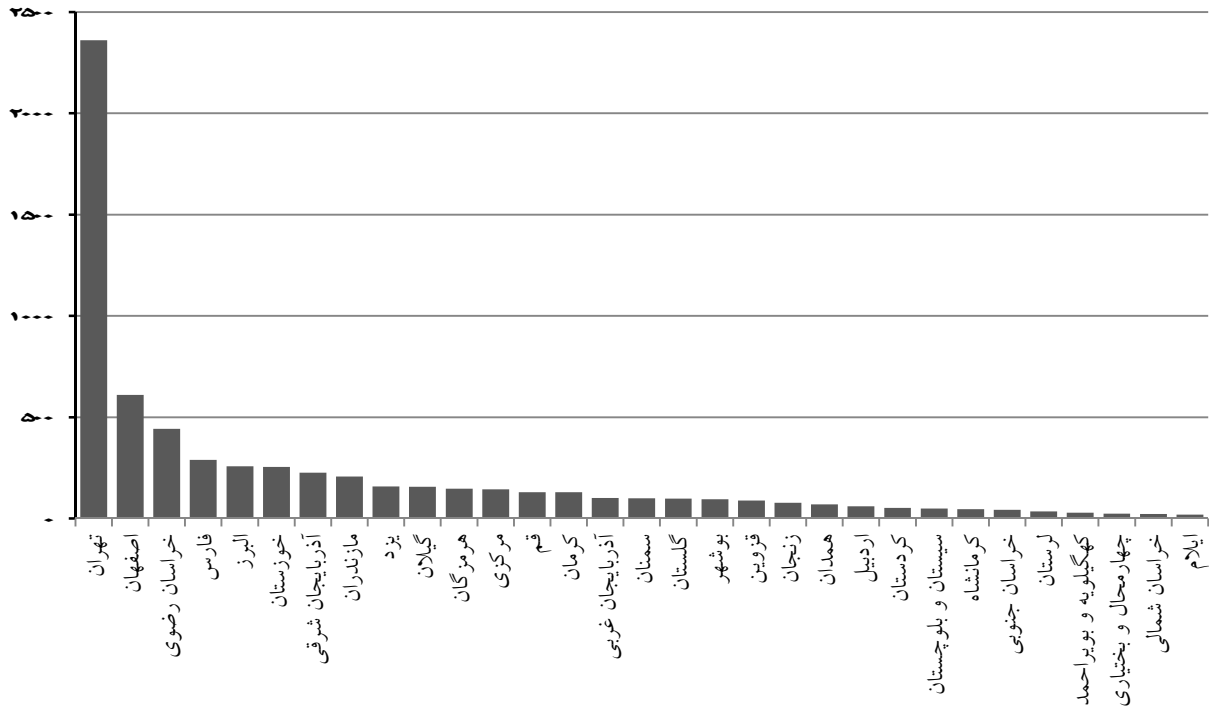
∞: خالص اشتغال جدید استان منفی بوده و رشد اشتغال در بنگاه‌های پُررشد آن هم نتوانسته است ریزش اشتغال ناشی از افول سایر بنگاه‌ها را جبران نماید.

*: اشتغال جدید ایجاد شده توسط بنگاه‌های پُررشد بیش از خالص اشتغال جدید استان بوده است.

** برای محاسبه میانگین‌ها، سهم‌های مشخص شده با ∞ (با این استدلال که علی‌رغم خالص اشتغال منفی استان، بنگاه‌های پُررشد دارای رشد اشتغال بالایی بوده‌اند) و همچنین سهم‌های بیش از ۱۰۰٪ نیز معادل ۱۰۰٪ در نظر گرفته شده‌اند.

بررسی علل موضوع نیازمند مطالعات عمیق‌تر است. شکل ۱ عدم توازن در توزیع بنگاه‌های پُررشد میان استان‌های کشور را به تصویر کشیده شده است.

مناطق کمتر توسعه یافته و کسب و کار عمدتاً به صورت خوداشتغالی، خرد و ناپایدار و ساختار بنگاه‌ها (بنگاه‌های بزرگ عمدتاً دولتی یا شبه‌دولتی) بی‌ارتباط نباشد. هر چند



شکل ۱) توزیع تعداد بنگاه‌های پُررشد در استان‌های کشور (میانگین دو دوره)

کامپیوتر (رتبه ۱۴) و خدمات مالی و سرمایه‌گذاری (رتبه ۱۵). می‌توان گفت که بنگاه‌های پُررشد در تمامی رشته فعالیت‌های اقتصادی - فارغ از سطح فناوری - پراکنده‌اند. پیکربندی بنگاه‌های پُررشد نیز موضوع مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد چرا که الزامات و چالش‌های رشد در بنگاه‌های کوچک با بنگاه‌های بزرگ متفاوت است. جدول ۳ توزیع اندازه بنگاه‌های پُررشد در سال پایه را نشان می‌دهد (به دلیل عدم امکان استخراج اندازه تمامی پیمان‌ها^۱ از طریق داده‌های سازمان تأمین اجتماعی، در این جدول به ناچار پیمان‌ها کنار گذارده شده‌اند و به این دلیل، سهم بنگاه‌های پُررشد از تعداد و خالص اشتغال جدید در جدول فوق نسبت به سایر جداول این مقاله، کمتر است). بیشتر بنگاه‌های پُررشد، از حیث اندازه خُرد بوده‌اند که با توجه به پیکربندی اندازه بنگاه‌ها در کشور که نزدیک به ۹۰٪ آنها خُرد هستند (شکل ۲) دور از انتظار نبوده است لیکن با مقایسه دو نمودار مندرج در شکل مذکور مشاهده می‌شود که پیکربندی بنگاه‌های پُررشد با پیکربندی کل بنگاه‌های مطالعات شده تفاوت قابل توجهی دارد.

گرچه رشد بنگاه‌های پُررشد مستمر نیست اما تعدادی از بنگاه‌ها در هر دو دوره پُررشد باقی مانده‌اند و در کل کشور، رشد شتابان بیش از یک‌سوم پُررشد‌ها در دوره دوم نیز استمرار داشته است.

منابع فرصت کارآفرینی و رشد، معمولاً ترکیبی از فرصت‌های ناشی از تغییرات فناوری، تغییرات تقاضا در بازار و تغییرات نهادی هستند. این امر باعث می‌شود در شرایط متفاوت اقتصادی، اجتماعی و فنی کشورها فرصت رشد در فعالیت‌ها و بخش‌های مختلف یکسان نباشد. جدول ۲ سهم بنگاه‌های پُررشد فعالیت‌هایی که بیش از ۵٪ در خالص اشتغال جدید سهم داشته‌اند را ارائه می‌کند (جدول بر پایه میانگین سهم فعالیت در خالص اشتغال جدید مرتب و دسته‌بندی فعالیت‌ها بر پایه کدگذاری مورد استفاده توسط سازمان تأمین اجتماعی {در سطح سه رقمی} صورت گرفته است).

بنگاه‌های حوزه خدمات آموزشی و تجارت، بیشترین سهم را از بنگاه‌های پُررشد داشته‌اند لیکن بر خلاف انتظار، فعالیت‌های دارای فناوری بالا ردیف‌های اول را اشغال نکرده‌اند. در میان ۱۵ فعالیت فهرست‌شده تنها ۴ فعالیت در زمره فعالیت‌های دارای فناوری بالا محسوب می‌شوند: نرم‌افزار کامپیوتر (رتبه ۴)، داروسازی (رتبه ۱۰)، سخت‌افزار

۱- برای برخی کارگاه‌ها، فعالیت "پیمان‌ها" درج شده است. این کدهای کارگاهی معمولاً موقتی بوده و برای انجام فعالیت‌های پیمانکاری ایجاد می‌شوند و تشخیص اندازه بنگاه اصلی یا پیمانکار از طریق این داده‌ها امکان‌پذیر نیست.

جدول ۲) سهم بنگاه‌های پُررشد هر رشته فعالیت اقتصادی از تعداد بنگاه‌های پُررشد و ایجاد اشتغال جدید

ردیف	رشته فعالیت اقتصادی	۹۱-۹۴		۹۲-۹۵		میانگین	
		سهم (%) از تعداد بنگاه‌های پُررشد	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌های پُررشد	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌های پُررشد
۱	خدمات آموزش	۶/۱۷	۱/۲۱	۲/۵۳	۵/۶۶	۵/۹۱	۱/۷۵
۲	بازرگانی و تجارت (عمده‌فروشی، واردات و صادرات)	۵/۳۹	۱/۵۹	۱/۶۹	۴/۹۴	۵/۱۶	۱/۶۴
۳	صنایع شیمیایی (پائین دستی)	۳/۳۷	۰/۹۶	۱/۲۴	۳/۰۴	۳/۲۰	۱/۰۹
۴	خدمات نرم‌افزار کامپیوتر	۲/۶۸	۱/۰۵	۱/۱۲	۲/۷۵	۲/۷۱	۱/۰۸
۵	خدمات بهداشت و درمان	۲/۸۶	۰/۹۸	۱/۱۲	۲/۹۳	۲/۸۹	۱/۰۵
۶	تولید وسایل حمل‌ونقل زمینی غیرریلی و قطعات	۱/۰۳	۱/۳۱	۰/۷۱	۱/۲۹	۱/۱۵	۰/۹۶
۷	احداث ساختمان	۲/۷۷	۰/۹۷	۰/۹۱	۲/۲۹	۲/۵۲	۰/۹۴
۸	آهن‌گری و ساخت قطعات فلزی	۲/۳۶	۰/۷۱	۰/۸۹	۲/۲۲	۲/۲۹	۰/۷۹
۹	تولید فلزات اساسی (آهن و فولاد)	۱/۴۱	۰/۷۶	۰/۵۸	۱/۳۹	۱/۴۰	۰/۶۶
۱۰	تولید و ارائه دارو	۱/۶۲	۰/۷۶	۰/۵۶	۱/۷۴	۱/۶۸	۰/۶۵
۱۱	توزیع و پخش مواد غذایی	۱/۵۲	۰/۶۳	۰/۵۹	۱/۵۲	۱/۵۲	۰/۶۱
۱۲	ساخت تجهیزات فلزی	۱/۴۱	۰/۴۶	۰/۶۸	۱/۶۶	۱/۵۳	۰/۵۶
۱۳	تهیه و ارائه غذا و نوشیدنی	۲/۲۵	۰/۴۶	۰/۶۲	۲/۰۵	۲/۱۵	۰/۵۳
۱۴	تولید و تعمیر کامپیوتر و ماشین‌های اداری	۱/۵۹	۰/۵۲	۰/۵۲	۱/۴۱	۱/۵۰	۰/۵۲
۱۵	خدمات مالی و سرمایه‌گذاری بجز بانک	۱/۵۸	۰/۸۰	۰/۳۳	۱/۱۲	۱/۳۳	۰/۵۱

جدول ۳) سهم بنگاه‌های پُررشد دارای اندازه‌های مختلف از تعداد بنگاه‌ها و ایجاد اشتغال جدید (بدون احتساب پیمان‌ها)

نوع بنگاه بر حسب اندازه در سال پایه	۹۱-۹۴			۹۲-۹۵			میانگین		
	سهم (%) از تعداد بنگاه‌ها	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌های پُررشد	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از اشتغال جدید	سهم (%) از تعداد بنگاه‌های پُررشد	سهم (%) از اشتغال جدید
خُرد (۱ تا ۱۰ نفر)	۰/۳۲	۵۹/۴	۱۰/۳۸	۶۱/۷	۰/۲۹	۱۲/۴۵	۰/۳۰	۶۰/۵۰	۱۱/۳۳
کوچک (۱۱ تا ۵۰ نفر)	۰/۱۷	۳۵/۱	۱۲/۳۲	۳۲/۹	۰/۱۶	۱۳/۵۱	۰/۱۷	۳۴/۰۲	۱۲/۸۷
متوسط/بزرگ (۵۱ نفر و بیشتر)	۰/۰۳	۵/۵	۹/۱۷	۵/۴	۰/۰۳	۹/۶۰	۰/۰۳	۵/۴۸	۹/۳۷
سایر بنگاه‌ها	۹۹/۴۸	۶۸/۱۳	۹۹/۵۲	۶۴/۴۴	۹۹/۵۲	۶۴/۴۴	۹۹/۵۰	۶۶/۴۳	۶۶/۴۳

به ترتیب ۳۷/۷، ۷۵/۷ و ۳۱۲/۳ خواهد بود.

سن بنگاه‌های پُررشد نیز موضوعی است که می‌تواند بر تصمیمات سیاست‌گذاری کارآفرینی اثرگذار باشد. برای بررسی سن از آنجا که داده‌های دوره اول (۹۴-۹۱) اطلاعات شروع بیمه‌گذاری نقص‌های فراوانی داشت تنها به داده‌های دوره دوم (۹۵-۹۲) بسنده شده است. برای دوره اخیر نیز حدود ۷٪ بنگاه‌های پُررشد فاقد اطلاعات زمان شروع بیمه‌گذاری بودند. مطابق داده‌های مذکور، ۲۳٪ بنگاه‌های پُررشد در سال پایه (۱۳۹۲) فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. از آنجا که معمولاً در سال اول تأسیس، رشد بنگاه می‌تواند بیش از واقع نمایش داده شود^۱ برخی پژوهشگران حذف بنگاه‌های تازه‌تأسیس از محاسبات بنگاه‌های پُررشد را توصیه می‌کنند اما چون این نوشتار از اولین بررسی‌ها در خصوص بنگاه‌های پُررشد در ایران محسوب می‌شود بنگاه‌های تازه‌تأسیس نیز در محاسبات وارد شدند. با احتساب تازه‌تأسیس‌ها، میانگین سن بنگاه‌های پُررشد در دوره (۹۵-۹۲) برابر ۴/۸۷ و بدون آنها برابر ۶/۲۴ سال و به عبارتی، بنگاه‌های پُررشد ایران هنوز جوان هستند. جدول ۴ سهم بنگاه‌های پُررشد رده‌های مختلف سنی را در خالص اشتغال جدید دوره ۹۵-۹۲ نشان می‌دهد. غزالها بیش از نیمی از بنگاه‌های پُررشد را تشکیل و سهمی ۲۰ درصدی از خالص اشتغال جدید کشور داشته‌اند.

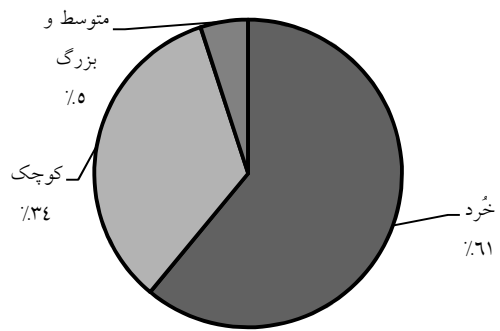
جدول ۴ سهم بنگاه‌های پُررشد سنین مختلف از تعداد بنگاه‌ها و ایجاد اشتغال جدید (۹۵-۹۲)

سن بنگاه در سال پایه	سهم (٪) از تعداد بنگاه‌های پُررشد	سهم (٪) از خالص اشتغال جدید
شروع فعالیت در سال پایه	۲۳/۰۲	۷/۷۴
۱ تا ۴ سال	۳۳/۹۶	۱۲/۹۵
۵ سال و بیشتر	۳۵/۸۳	۱۶/۸۰
نامشخص	۷/۱۹	۲/۴۷

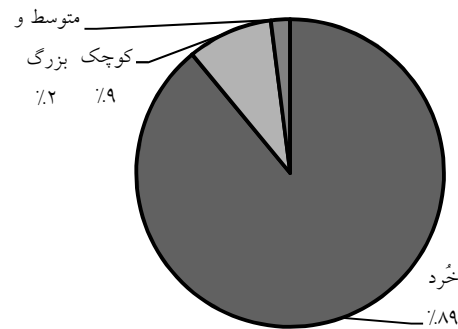
۵- بحث

مطالعه حاضر نشان داد که بنگاه‌های پُررشد در ایران بسیار

۱- معمولاً در ابتدای تأسیس، از آنجا که بنگاه هنوز مقدمات ورود به فعالیت را فراهم می‌کند تنها یک یا دو نفر مؤسس را بیمه می‌کند و کارکنان اصلی با فاصله زمانی وارد لیست بیمه می‌شوند.



بنگاه‌های پُررشد



کل بنگاه‌ها

شکل ۲ مقایسه پیکربندی اندازه بنگاه‌های پُررشد با کل بنگاه‌ها (بدون احتساب پیمان‌ها)

باید توجه داشت که تعریف بنگاه پُررشد بر پایه رشد نسبی (میزان رشد) اشتغال طی سه سال، دارای آریبی به سمت انتخاب بنگاه‌های کوچک است و چه بسا بنگاه‌های بزرگ که تعداد بیشتری اشتغال جدید (خالص اشتغال) نسبت به کوچک‌ترها ایجاد کرده‌اند با تعریف فوق، پُررشد محسوب نشوند. سهم بنگاه‌های کوچک در خالص اشتغال جدید بیش از سایرین بوده هر چند به نظر می‌رسد تأثیر رشد بنگاه‌های متوسط و بزرگ در خالص اشتغال جدید بسیار بیشتر از گونه‌های کوچک و خُرد است. بنگاه‌های متوسط و بزرگ پُررشد علی‌رغم سهم ۵/۵ درصدی از کل بنگاه‌های پُررشد و ۰/۳۳ درصدی از کل بنگاه‌های کشور، ۹/۴٪ از خالص اشتغال جدید را به وجود آورده‌اند.

برای داشتن تصویری بهتر از میزان تأثیرگذاری بنگاه‌های پُررشد بر اشتغال، می‌توان نسبت سهم این بنگاه‌ها از خالص اشتغال جدید به سهم آنها از کل بنگاه‌ها را به عنوان شاخصی برای تأثیرگذاری در نظر گرفت. در این صورت در حالی که میزان تأثیرگذاری کلی بنگاه‌های پُررشد بر اشتغال برابر ۷۱/۶ می‌باشد تأثیرگذاری پُررشد‌های خُرد، کوچک و متوسط/بزرگ

است و انتظار می‌رود در گذر زمان نیز دستخوش همچنان تغییرات شود.

مطالعه حاضر نشان داد که بنگاه‌های پُررشد در ایران الزاماً خُرد یا کوچک نبوده و دستیابی به رشد بالا برای بنگاه‌های متوسط و بزرگ نیز محتمل است. علاوه بر آن میزان تأثیرگذاری بنگاه‌های پُررشد در کشور، با اندازه بنگاه‌ها ارتباط مثبت دارد به این معنی که رشد در بنگاه‌های متوسط و بزرگ، تأثیر بیشتری بر خالص اشتغال جدید نسبت به رشد در بنگاه‌های کوچک‌تر دارد. به همین دلیل برای حل چالش بیکاری و دستیابی به اشتغال پایدار و فراگیر توجه به برنامه‌های ویژه ارتقاء رشد به ویژه در بنگاه‌های متوسط و بزرگ از گزینه‌های قابل اعتناء و مؤثر است.

یکی دیگر از یافته‌های این مطالعه، موقتی بودن رشد بنگاه‌ها است. تنها حدود یک‌سوم بنگاه‌های پُررشد شناسایی شده در دوره اول (۹۴-۹۱)، در دوره دوم (۹۵-۹۲) نیز به رشد خود ادامه داده‌اند. این واقعیت با بیشتر مطالعات مرتبط همخوانی دارد. جمعیت بنگاه‌های پُررشد دائماً در حال نوسان است. به عبارتی رشد بالا، مشخصه گروه خاصی از بنگاه‌ها نیست بلکه تجربه‌ای موقتی برای برخی از آنها است [۱۶] و این واقعیت، سیاست‌گذاری برای توسعه بنگاه‌های پُررشد را با دشواری روبرو می‌سازد. یافته دیگر این مطالعه، اهمیت غزال‌ها در ایجاد اشتغال جدید در کشور است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از پُررشد‌ها، غزال (نوپا) هستند.

برای افزایش کمیّت بنگاه‌های پُررشد لازم است ابتدا چگونگی و مسیر رشد این بنگاه‌ها در کشور بررسی و موانع رشد شناسایی شده و سیاست‌ها به نحوی صورت‌بندی شوند تا موانع مشخص‌شده به حداقل برسند. این در حالی است که بیشتر مطالعاتی که تاکنون در مورد بنگاه‌های پُررشد صورت گرفته (همانند همین مطالعه) تمرکز بر تعداد یا حجم آنها داشته‌اند و کمتر به چگونگی و چرایی رشد در این بنگاه‌ها پرداخته شده است [۱۸]. شاید مهم‌ترین دلیل این امر استفاده از روش‌های کمی در مطالعات و اصرار بر یافتن پویایی‌های همه‌گیر جهت رسیدن به سیاست‌های عمومی مناسب برای تمام بنگاه‌ها باشد. هر چند که احتمالاً سیاست‌های ایستای SME طراحی شده برای اکثریت بنگاه‌ها، مناسب توسعه این بنگاه‌های پویا نخواهند بود [۱۶].

اندک هستند اما با این وجود سهم قابل توجه و نامتناسبی از خالص اشتغال جدید را به خود اختصاص داده‌اند. این بنگاه‌ها که تنها ۰/۵۳٪ از کل بنگاه‌های موجود کشور را تشکیل می‌دهند به طور مستقیم ۳۸٪ از خالص اشتغال جدید را به وجود آورده‌اند. این یافته در تأیید مطالعات تجربی جهانی بر لزوم توجه بیشتر سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به این گونه از بنگاه‌ها صحه می‌گذارد.

علی‌رغم پراکندگی بنگاه‌های پُررشد در سراسر کشور، یافته‌ها نشان از پراکندگی نامتوازن آنها در مناطق مختلف دارد. سه استان تهران، قم و البرز بیشترین تراکم و استان‌های لرستان، کرمانشاه و چهارمحال و بختیاری کمترین تراکم بنگاه‌های پُررشد را دارند. از آنجا که کارآفرینی و رشد بالا در بنگاه‌ها به شرایط زمینه‌ای و ظرفیت نوآوری منطقه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند وابسته است دلیل پراکندگی نامتوازن را می‌توان علاوه بر مرکزگرایی و توزیع نامتوازن منابع (ملموس و غیرملموس) در وجود اکوسیستم‌های متفاوت کارآفرینی و وجود دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، تنوع، تخصص و تناسب فناوری که در کنار عوامل فرهنگی، منطقه را برای ایجاد نظام مناسب نوآوری آماده می‌سازند [۳۶] جستجو نمود. تعداد بالای بنگاه‌های پُررشد در دره سیلیکون نمونه بارز تأثیر نظام نوآوری بر روی پتانسیل رشد کسب‌وکارها است. از این رو فهم دقیق موانع و مشکلات شهرهای کم‌تراکم و مناطق جانبی به علاوه عوامل موفقیت شهرهای با تراکم بالا، به مطالعات بیشتر نیاز دارد.

بر خلاف باور عمومی که رشد بالا را حاصل فعالیت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های فناوری نوین می‌دانند آن‌طور که مشاهده شد بنگاه‌های پُررشد طی دوره‌های مورد بررسی شامل گستره متنوعی از فعالیت‌ها در سطوح متفاوت فناوری هستند. نحوه توزیع بنگاه‌های پُررشد در بخش‌های مختلف نشان می‌دهد که بیشترین بنگاه‌های پُررشد طی سال‌های ۹۵-۹۱ در حوزه‌های آموزش و تجارت فعال بوده‌اند. به نظر می‌رسد شرایط رکودی حاکم بر اقتصاد کشور و افزایش نرخ بیکاری، در فرصت‌های ایجادشده برای این دو گروه از فعالیت‌ها مؤثر بوده است. به نظر می‌رسد بنگاه‌های پُررشد عمدتاً در این دوران از فرصت‌های نهادی و فرصت‌های بازار استفاده نموده‌اند. با این وجود، فهرست مورد اشاره متغیر

۶- نتیجه‌گیری

در پیشینه کارآفرینی، رشد بالا حاصل جستجوی فعالانه کارآفرینان برای تشخیص فرصت‌های اقتصادی در ترکیب با مهارت‌های لازم، دسترسی به منابع مالی و شرایط چارچوبی مطلوب است. همچنین به عوامل متنوعی از جمله دسترسی به فناوری‌های جدید، ساختارهای جدید سازمانی، سرمایه اجتماعی کارآفرین، دیدگاه کارآفرین نسبت به فرصت و هدف‌گذاری رشد توسط کارآفرین اشاره شده اما دلایل رشد بنگاه‌ها در دوران رکود (نظیر دوران مورد توجه این مطالعه) که سایر بنگاه‌ها حتی توان بقاء را هم از دست می‌دهند بسیار پیچیده است و مطالعات در این خصوص، اندک هستند. این امر موجب شده که دانش سیاست‌گذاری برای پشتیبانی از بنگاه‌های پُرشد کافی نبوده و بیشتر سیاست‌ها و برنامه‌های پشتیبانی از پُرشدها، بر مبنای انتظارات نظری و حتی قضاوت‌های فردی تصمیم‌گیران و مجریان طراحی شود. سیاست‌های عمومی کسب‌وکار معمولاً شکست‌های متداول بازار به ویژه در زمینه تأمین منابع مالی و انسانی را نشانه می‌گیرند. منطقاً توسعه هر کسب‌وکاری، نیاز به منابع مالی دارد که خصوصاً برای بنگاه‌های جوان یا کوچک به سختی از طریق بازار قابل دستیابی است و مهارت‌های مدیریتی نیز قطعاً یکی دیگر از الزامات رشد بنگاه‌ها است.

در هر صورت، از آنجا که هیچ نسخه مشخص و واحدی برای رشد کسب‌وکارها وجود ندارد به نظر می‌رسد بهترین مداخله برای دولت، ایجاد فرصت برای رشد از طریق آگاه‌سازی و شفاف‌سازی انواع فرصت‌های کارآفرینانه و ایجاد دسترسی یکسان برای همگان در استفاده از اطلاعات در جهت ایجاد زمینه رشد سرمایه‌های فکری در مناطق مختلف کشور باشد. ارائه خدمات مشاوره به بنگاه‌های در حال رشد در زمینه‌های مورد نیاز نیز از دیگر برنامه‌های مؤثر است. از آنجا که تقاضای بازار و دسترسی به آن، مؤثرترین عامل رشد برای اغلب بنگاه‌هاست آموزش و مشاوره چگونگی حضور در بازارهای جهانی نیز می‌تواند مفید باشد. علاوه بر آن، با توجه به جمعیت کشور و گستردگی خدمات عمومی، باز بودن بازار بخش عمومی نیز می‌تواند به رشد بخش خدمات کمک شایانی نماید.

فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران، علی‌رغم سطح بالای

تحصیلات به ویژه در زمینه‌های مهندسی، ضعیف است^۱. بدیهی است افزایش ورود بنگاه‌های کارآفرین نوآور و رشد‌محور (استارت‌آپ‌ها) می‌تواند به توسعه سهم بنگاه‌های پُرشد منجر شود. از این‌رو طراحی و پیاده‌سازی برنامه‌های شتاب‌دهندگی که تمرکز بر آموزش و پرورش استارت‌آپ‌ها دارند توصیه می‌شود. از سوی دیگر باید توجه داشت که گرچه به طور سنتی در سیاست کارآفرینی توجه به نوپاها مرسوم است اما نکته کلیدی در این مطالعه لزوم توجه به رشد در انواع بنگاه‌ها صرف‌نظر از سن، حوزه فناوری یا اندازه بنگاه است. به عبارتی آنچه از منظر اشتغال و نقش بنگاه‌ها در آن اهمیت دارد رشد بنگاه‌ها و سیاست‌های رشد سریع (scale-up) است که هنوز چندان در کشور ما مورد توجه قرار نگرفته است.

این مقاله از محدودیت‌هایی در روش تحقیق و داده رنج می‌برد. روش‌شناسی مورد استفاده قادر به تشخیص تأثیرات غیرمستقیم بنگاه‌ها بر اشتغال نبوده و تنها ایجاد اشتغال مستقیم را مدنظر قرار داده است. امروزه بسیاری از بنگاه‌ها ترجیح به کوچک ماندن دارند و بخشی از فعالیت‌های خود را برون‌سپاری می‌کنند. تشخیص رشد از تعداد مشاغل مستقیم، رشد چنین بنگاه‌هایی را به حساب نمی‌آورد. علاوه بر آن در صورتی که رشد اشتغال، حاصل اکتساب باشد واقعیت آن است که در سطح کلان، اشتغال جدیدی حاصل نشده است. با استفاده از داده‌های تأمین اجتماعی امکان تشخیص مورد اخیر نیز وجود ندارد. همچنین در مورد بنگاه‌هایی که محل فعالیت کارگاهی آنها در چند استان پراکنده است احتمال چندشماری (در صورتی که رشد بالا در بیش از یک استان ایجاد شده) وجود دارد. برای رفع برخی از این محدودیت‌ها پیشنهاد می‌شود در کنار داده‌های اشتغال از داده‌های فروش که از طریق سازمان امور مالیاتی قابل حصول هستند (با فرض واقعی بودن داده‌های اظهاری) استفاده شود.

تمرکز این مطالعه بیشتر بر روی تعداد و اندازه کمی بنگاه‌های پُرشد بوده و به چرایی و چگونگی رشد این بنگاه‌ها در کشور نپرداخته است. بنابراین درک ما از این پدیده اندک باقی

۱- رتبه ایران در کارآفرینی مطابق شاخص جهانی کارآفرینی GEI 2018 در میان ۱۳۷ کشور جهان ۷۲ و در میان ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا ۱۱ است.

- [9] Shane, S. (2009). **Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy.** *Small Business Economics*, 33(2), 141-149.
- [10] Mason, C., & Brown, R. (2013). **Creating good public policy to support high growth firms.** *Small Business Economics*, 40(2), 211-225.
- [11] Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2005). **Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions?.** *Research Policy*, 34(8), 1191-1202.
- [12] Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2009). **The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship.** *Small business economics*, 32(1), 15-30.
- [13] Daunfeldt, S. O., Elert, N., & Johansson, D. (2015). **Are high-growth firms overrepresented in high-tech industries?.** *Industrial and Corporate Change*, 25(1), 1-21.
- [14] BERR. (2008). **High Growth firms in the UK: Lessons from an analysis of comparative UK performance.** BERR Economics Paper No.3. London: *Department for Business Enterprise & Regulatory Reform*.
- [15] Henrekson, M., & Johansson, D. (2010). **Gazelles as Job Creators: A Survey and Interpretation of the Evidence.** *Small Business Economics*, 35(2), 227-244.
- [16] Bleda, M., Morrison, K., & Rigby, J. (2013). **The Role and Importance of Gazelles and Other Growth Firms for Innovation and Competitiveness.** In Cox, D., & Rigby, J. *Innovation Policy Challenges for the 21st Century* (pp. 36-63). London: *Routledge*.
- [17] Acs, Z. (2013). **High-impact firms: gazelles revisited.** In Fritsch, M. *Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development: National and Regional Perspectives* (pp. 133-174). *Edward Elgar Publishing*.
- [18] Senderovitz, M., Klyver, K., & Steffens, P. (2016). **Four years on: Are the gazelles still running? A longitudinal study of firm performance after a period of rapid growth.** *International Small Business Journal*, 34(4), 391-411.
- [19] Almus, M. (2000). **Testing "Gibrat's Law" for Young Firms—Empirical Results for West Germany.** *Small Business Economics*, 15(1), 1-12.
- [20] Harhoff, D., Stahl, K. O., & Woywode, M. (1995). **Growth and exit of West German firms: an empirical investigation on the impact of liability statutes.** *ZEW Discussion Papers*.
- [21] Brüderl, J., & Preisdörfer, P. (2000). **Fast-growing Businesses.** *International Journal of Sociology*, 30(3), 45-70.
- [22] Mason, C., Brown, R., Hart, M., & Anyadike-Danes, M. (2015). **High Growth Firms, Jobs and Peripheral Regions: The Case of Scotland.** *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(2), 359-377.
- [23] Brown, R., & Mason, C. (2014). **Inside the High-tech Black Box: A Critique of Technology Entrepreneurship Policy.** *Tchnovation*, 34, 773-784.
- [24] Brown, R., Mawson, S., & Mason, C. (2017). **Myth-busting and entrepreneurship policy: the case of high growth firms.** *Entrepreneurship & Regional Development*.
- [25] Henrekson, M., & Johansson, D. (2008).

مانده و برای درک بهتر به منظور سیاست‌گذاری گسترش و توسعه رشد بنگاه‌ها لازم است در این زمینه مطالعات کیفی و تکمیلی انجام شود. همچنین مطالعه و ارزیابی سیاست‌هایی که به طور خاص، توسعه و پیشبرد بنگاه‌های پُررشد را هدف قرار داده باشند نیز در سطح جهان کمتر صورت گرفته به ویژه تحلیل‌های پیچیده‌ای نظیر تحلیل هزینه-فایده ابزارهای خاص سیاستی و مقایسه آنها با گزینه‌های جایگزین (مثل سیاست‌های عمومی حوزه کسب‌وکار) نادر هستند یا اصلاً وجود ندارند. شاید مهم‌ترین خلاء برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران این حوزه، عدم وجود داده‌های مرتبط جهت بررسی نظام‌مند و منظم مقوله بنگاه‌های پُررشد باشد. با توجه به نتایج این مطالعه، ورود داده‌های مرتبط با رشد بنگاه‌ها در نظام آماری کشور و همچنین ایجاد نظام پایش کارآفرینی در سطوح ملی و محلی که به رصد و تحلیل روندها و پویایی‌های ورود، خروج و رشد بنگاه‌ها در کشور پردازد توصیه می‌شود.

References

منابع

- [1] Autio, E., & Rannikko, H. (2016). **Retaining Winners: Can Policy Boost High-Growth Entrepreneurship?** *Research Policy*, 45(1), 42-55.
- [2] European Commission. (2010). **Europe 2020: a strategy for smart, sustainable and inclusive growth.** Brussels.
- [3] National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA). (2009). **The vital 6 per cent: How high-growth innovative businesses generate prosperity and jobs.** London.
- [4] Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2015). **Where Has All the Skewness Gone? The Decline in High-growth (Young) Firms in the US.** Washington, DC: *National Bureau of Economic Research*.
- [5] Coad, A., Daunfeldt, S.-O., Johansson, D., & Wennberg, K. (2014). **Whom do high-growth firms hire?** *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 293-327.
- [6] Birch, D. (1979). **The Job Generation Process.** *Program on Neighbourhood and Regional Change.* Cambridge: *M.I.T.*
- [7] Wennberg, K. (2013, May). **Managing high-growth firms: A literature review.** In *Background Paper for OECD LEED Programme Workshop on "Management and Leadership Skills in High-Growth Firms"*, Warsaw.
- [8] Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). (2010). **High-growth enterprises: What governments can do to make a difference.** *OECD studies on SMEs and entrepreneurship.* Paris.

- [31] Steven, D., Haltiwanger, J., & Schuh, S. (1996). **Job Creation and Destruction**. MIT Press.
- [32] Organisational for Economic Co-operation and Development (OECD). (2008). **Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators**. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Program. Paris.
- [33] Achtenhagen, L., Naldi, L., & Melin, L. (2010). **'Business Growth' – Do Practitioners and Scholars Really**. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 34(2), 289-316.
- [34] Department of Enterprise, Trade and Investment (DETINI). (2014). **Measuring Northern Ireland's High Growth Firms: 1998–2013**. Belfast.
- [35] Clayton, R. L., Sadeghi, A., Talan, D. M., & Spletzer, J. R. (2013, June). **High-employment-growth firms: defining and counting them**. *Monthly Labor Review*.
- [36] Riahi, P., Ghazinoory, S. S., & Hajihoseini, H. (2013). **Typology of Innovation Behavior of Provinces of Iran: A Consideration of Social Factors**. *Journal of Science and Technology Policy*, 5(4), 47-66. {In Persian}.
- Competencies and institutions fostering high-growth firms**. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(1), 1-80.
- [26] O'Regan, N., Ghobadian, A., & Galleary, D. (2006). **In Search of the Drivers of High Growth in Manufacturing SMEs**. *Technovation*, 26(1), 30-41.
- [27] Colombelli, A., Krafft, J., & Quattraro, F. (2014). **High-growth Firms and Technological Knowledge: Do Gazelles Follow Exploration or Exploitation Strategies?** *Industrial and Corporate Change*, 23(1), 261-291.
- [28] Daunfeldt, S., Elert, N., & Johansson, D. (2014). **The economic contribution of high-growth firms: do policy implications depend on the choice of growth indicator?** *Journal of Industry, Competition and Trade*, 14(3), 337-365.
- [29] Gartner, W. B. (2007). **Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development**. In *Entrepreneurship* (pp. 229-242). Springer, Berlin, Heidelberg.
- [30] Birch, D., & Medoff, J. (1994). **Gazelles**. In L. Solmon, & A. Levenson, *Labour Markets, Employment Policy and Job Creation*. Westview Press, Boulder, Co.

High Growth Firms and their Impact on Employment in Iran

**Parisa Riahi^{1*},
Mohsen Ghavamipour², Alireza Shokri²**

1- Ph.D in Science and Technology Policy; Ministry of cooperatives, Labour and Social Welfare; Tehran; Iran

2- MA in Entrepreneurship; Ministry of cooperatives, Labour and Social Welfare; Tehran; Iran

Abstract

Despite the fact that high growth firms comprise a low percentage of all the firms globally, experimental studies in business and entrepreneurship designate a considerable share of net new jobs for them, deeming them as initiatives of boosting productivity, innovation and penetrating global markets. However, no comprehensive study has yet been conducted on Iranian high growth firms and their role on the nation's economy. Hence, the present study, using all Iranian Social Security Organization data during two four-year-period, investigates the jobs created by high growth firms in private sectors and cooperative firms. While highlighting the importance of the subject, the study paints a big picture of such firms and delivers a context for deeper studies and comprehension of success and demise of them. As high growth firms encompass 0.53 percent of businesses in Iran, they constitute approximately 38 percent of all the newly created jobs that are distributed unequally across the country. The unfair geographical distribution of such firms convey lack of equal access to entrepreneurial opportunities in the country and calls for implementing enlightening policies and configuration of

transparency and fair access to opportunities on a nation-wide scale.

Keywords: Entrepreneurship, High Growth Firms, Employment

* Corresponding author: Parisa.Riahi@gmail.com