

ارزیابی شاخص های کارآفرینی در ایران  
نتایج پایش ۲۰۱۹ دیده بان  
جهانی کارآفرینی  
در سه بخش اینفوگرافیک، فارسی و انگلیسی

National entrepreneurship  
Assesment For Iran  
2019-2020





ارزیابی شاخص های کارآفرینی در ایران  
نتایج پایش ۲۰۱۹ دیده بان  
جهانی کارآفرینی  
در سه بخش اینفوگرافیک، فارسی و انگلیسی

National entrepreneurship  
Assesment For Iran  
2019-2020





## دیده بان جهانی کارآفرینی

جمهوری اسلامی ایران



مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

**لیدا سررشته داری**  
کارشناس ارشد آمار دیده بان  
جهانی کارآفرینی



**مجری**  
دکتر محمد رضا زالی  
دانشیار دانشگاه تهران



**وجیهه وفایی**  
دوره دکتری کارآفرینی  
دانشگاه تهران



**مدیر تیم بخش APS**  
دکتر جهانگیر یدالهی فارسی  
دانشیار دانشگاه تهران



**ابراهیم بنیادی**  
کارشناس ارشد آمار و مسئول  
اجرای NES



**مدیر تیم بخش NES**  
دکتر سید مصطفی رضوی  
دانشیار دانشگاه تهران



**همکار**  
دکتر بابک ضیا  
استادیار دانشگاه تهران



## گزارش تصویری (اینفوگرافیک) نتایج پایش دیده بان جهانی کارآفرینی

ایران ۲۰۱۹ - ۲۰۲۰



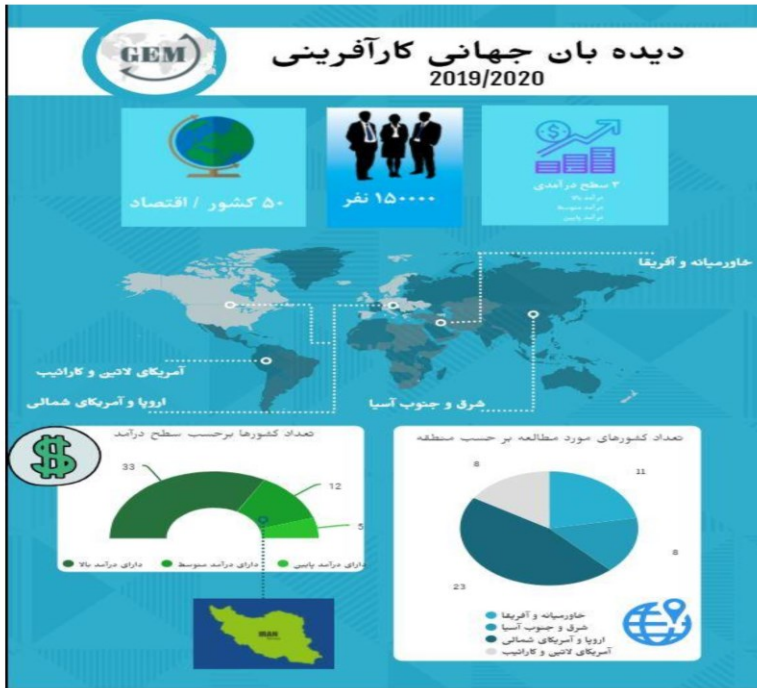
دانشگاه کارآفرینی

### فهرست مطالب



موسسه کار و تأمین اجتماعی

- نگاهی بر شرکت کنندگان در مطالعات پایش جهانی دیده بان کارآفرینی ۲۰۱۹
- نگاهی بر وضعیت ایران در سال ۱۳۹۸
- بررسی وضعیت اکوسیستم کارآفرینانه ایران در مقایسه با سایر کشورها
- بررسی شاخص ارزشهای اجتماعی کارآفرینانه ایران و جهان
- بررسی وضعیت شاخص ادراکات کارآفرینانه ایران و جهان
- پایش فعالیت های کارآفرینانه در ایران
- بررسی نرخ خروج کسب و کارها در دنیا
- وضعیت ایران در شاخص های انگیزش کارآفرینانه
- نرخ مشارکت کسب و کارها در صنایع مختلف
- فرآیند عملیاتی کارآفرینی در ایران بر اساس شاخص های کارآفرینی
- پیشنهاداتی سیاستی برای توسعه کارآفرینی و اکوسیستم کارآفرینانه ایران



دانشگاه کارآفرینی  
Faculty of Entrepreneurship

## وضعیت شرکت کنندگان در مطالعات دیدگاه بان جهانی کارآفرینی 2019



دانشگاه کارآفرینی  
Faculty of Entrepreneurship

## تقسیم بندی کشورهای در پایش 2019

	جمعیت (۱۳۹۸) ۸۲.۴ میلیون نفر		
	نرخ راه‌اندازی کسب و کار رتبه ۱۷۸ از ۱۹۰ کشور امتیاز ۶۷.۸ از ۱۰۰		رشد تولید ناخالص ملی (GDP) -۴.۸٪
	رتبه رقابت پذیری جهانی رتبه ۹۹ از ۱۴۴ کشور		تولید ناخالص ملی سرانه (۱۳۹۷) ۱۹.۳ هزار دلار
	سطح درآمد متوسط به بالا (اقتصاد کارایی محور)		رتبه سهولت کسب و کار-۱۳۹۸ از ۱۹۰ رتبه ۱۲۷ از ۱۰۰ ۵۶.۹۸

## رتبه های جهانی ایران در سال ۹۸

رتبه ۵۰/ کشور		درصد	ادراکات کارآفرینانه		شاخص انگیزش کارآفرینانه	
مردان	زنان	رتبه ۵۰/ کشور	درصد	مردان	زنان	درصد
۳۶.۸	۴۶.۹	۳۵	۴۰.۶	۳۶.۸	۴۶.۹	۴۰.۶
۸۳.۱	۸۴.۲	۵	۸۳.۵	۸۳.۱	۸۴.۲	۸۳.۵
۲۱.۲	۲۰.۳	۴۱	۲۰.۹	۲۱.۲	۲۰.۳	۲۰.۹
۶۶.۴	۷۲.۴	۲۰	۶۸.۷	۶۶.۴	۷۲.۴	۶۸.۷
۲۹	۴۷.۷	درک فرصت های کارآفرینانه		ایجاد تغییر		
۱۳	۶۸.۹	درک قابلیت های کارآفرینانه		ثروت افزایی بیشتر		
۳۷	۳۶.۲	ترس از شکست		ادامه سنت خانوادگی		
۱۱	۳۷.۹	قصد کارآفرینانه		درآمدزایی		
۴۵	۳۰.۱	سهولت راه اندازی کسب و کار				
۲۱	۵۵.۱	الگوی نقش				
فعالیت ها/رفتارهای کارآفرینانه		رتبه ۵۰/ کشور	درصد	اثرات کارآفرینی		
مردان	زنان	رتبه ۵۰/ کشور	درصد	رتبه ۵۰/ کشور	درصد	
۱۳.۱	۸.۲	۲۶	۱۰.۷	۲۳	۵.۰	انتظار اشتغالزایی (+۶)
۱۴.۲	۶.۱	۱۶	۱۰.۲	۳۵	۰.۵	بین المللی (۲۵٪ درآمد)
۲.۳	۱.۷	۲۵	۲.۰	۲۴	۱.۷	بخش ملی (مشتریان، محصولات)
				۲۹	۰.۲	حیطه جهانی (مشتریان و محصولات)
				۱۴	۲۶.۹	مشارکت در بخش صنعتی

## مقایسه کارآفرینان ایرانی بر اساس جنسیت



مرد	زنان
دارای رتبه ۲۵ در بین ۵۰ کشور عضو	دارای رتبه ۲۹ در بین ۵۰ کشور عضو
کارآفرین نوپای مرد ایرانی ۱۳.۳٪	کارآفرین نوپای زن ایرانی ۸.۲۳٪
کارآفرین تثبیت شده مرد ایرانی ۱۴.۲٪	کارآفرین تثبیت شده زن ایرانی ۶.۱٪
کارآفرین سازمانی مرد ایرانی ۲.۳٪	کارآفرین سازمانی زن ایرانی ۱.۷٪
کارآفرین نوپای مرد ایرانی با انگیزه ایجاد ثروت عظیم ۸۳.۱٪	کارآفرین نوپای زن ایرانی با انگیزه ایجاد ثروت عظیم ۸۴.۲٪
کارآفرین نوپای مرد ایرانی با انگیزه کسب درآمد ۶۶.۴٪	کارآفرین نوپای زن ایرانی با انگیزه کسب درآمد ۷۲.۴٪
کارآفرین نوپای مرد ایرانی با انگیزه ایجاد تغییر ۳۶.۸٪	کارآفرین نوپای زن ایرانی با انگیزه ایجاد تغییر ۴۶.۹٪
کارآفرین نوپای مرد ایرانی با انگیزه ادامه سنت خانوادگی ۲۱.۲٪	کارآفرین نوپای زن ایرانی با انگیزه ادامه سنت خانوادگی ۲۰.۳٪



## مقایسه کارآفرینان ایرانی بر اساس جنسیت در سال ۹۸

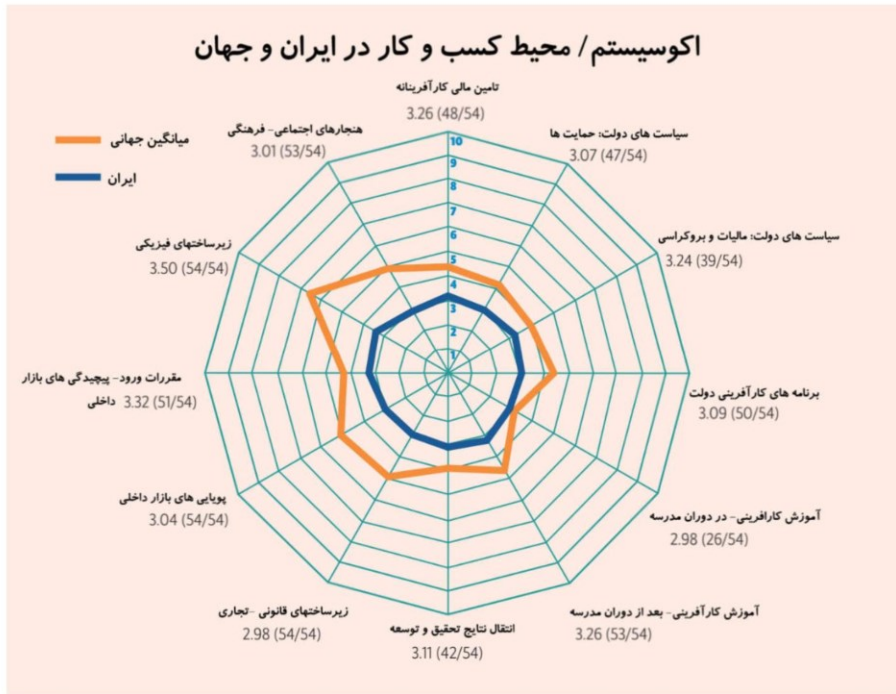


## نگاهی بر اکوسیستم کارآفرینی ایران

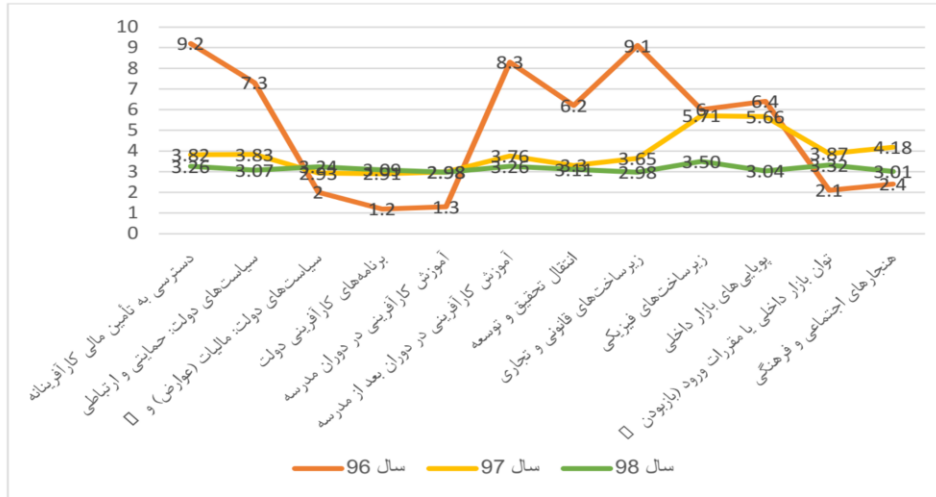




وضعیت اکوسیستم  
کارآفرینی ایران در  
سال ۹۸



### شاخص های کارآفرینی ایران در سال ۹۸



کاهش قابل توجه در اکثر شاخص های اکوسیستم کارآفرینی ایران را شاهد هستیم.

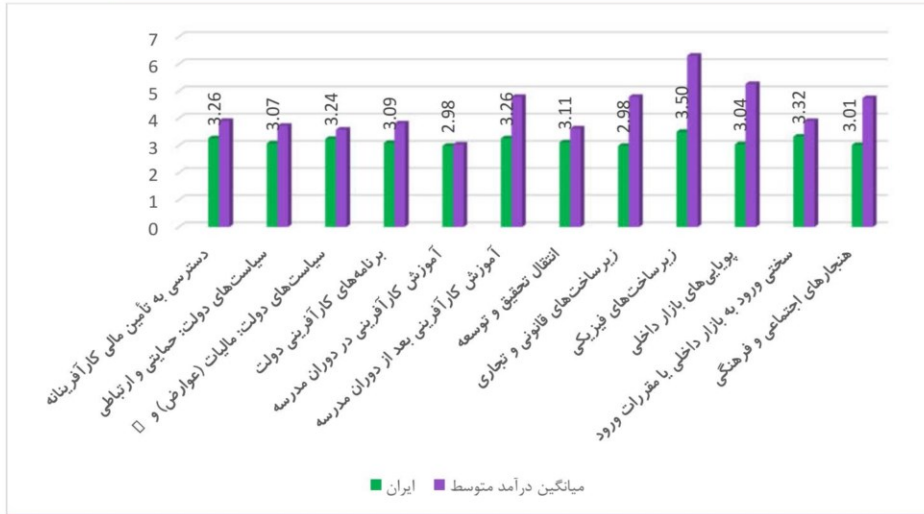


دانشگاه کارآفرینی

## اکو سیستم کارآفرینی ایران در مقایسه با کشورهای با درآمد متوسط



موسسه کارآفرینی اجتماعی



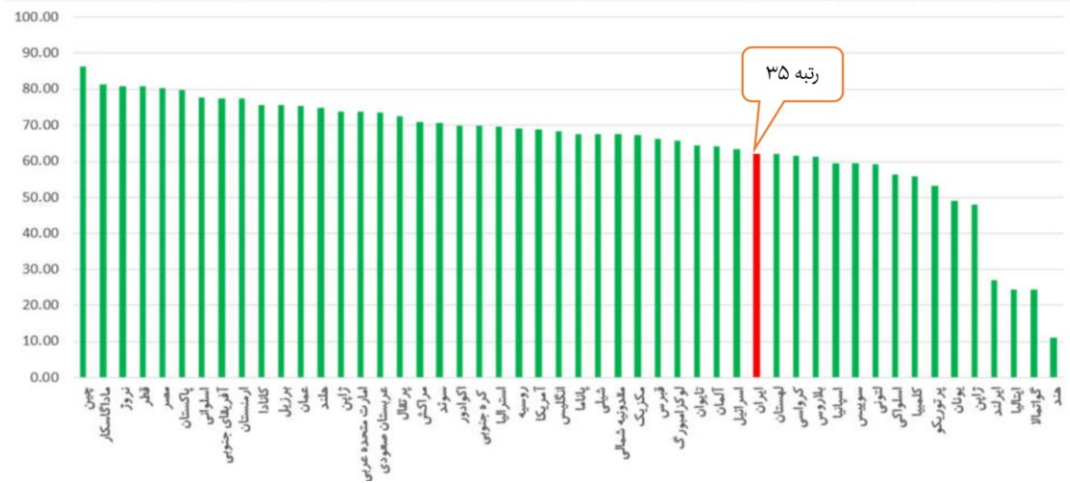
امتیاز شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران نسبت به میانگین کشورهای با درآمد متوسط وضعیت پایین‌تری قرار دارد.



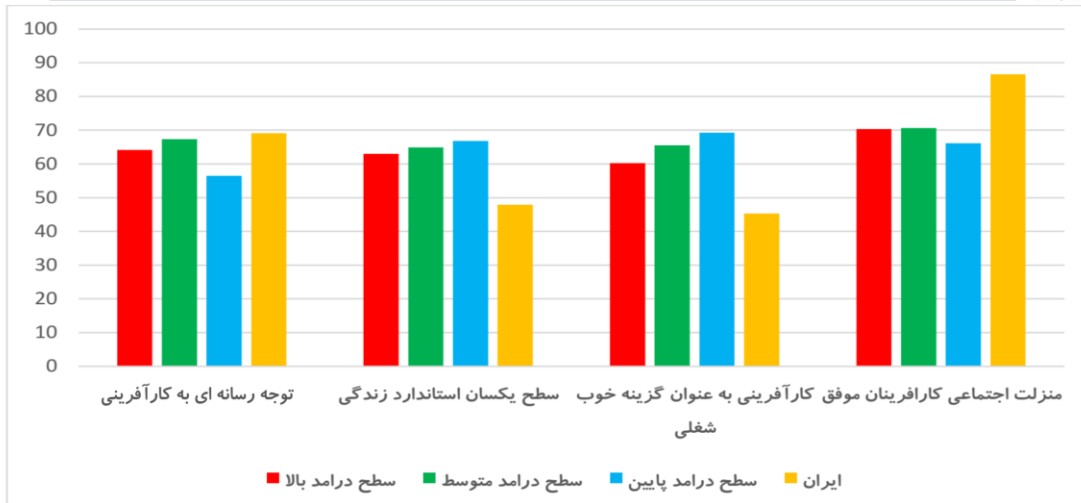
## ارزش اجتماعی کارآفرینانه در ایران



## شاخص ارزش اجتماعی کارآفرینانه در بین ۵۰ کشور عضو در مطالعه ۲۰۱۹

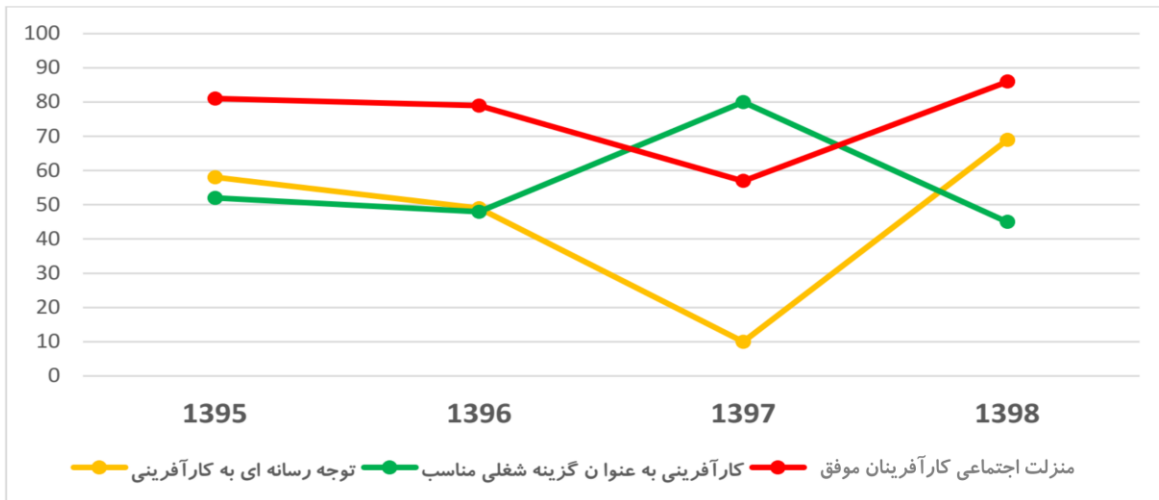


## شاخص ارزش های اجتماعی کارآفرینانه ایران در مقایسه با سایر گروه های عضو در کنسرسیوم





## سیر تغییرات شاخص ارزش های اجتماعی کارآفرینانه ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸



## ادراکات کارآفرینانه در ایران



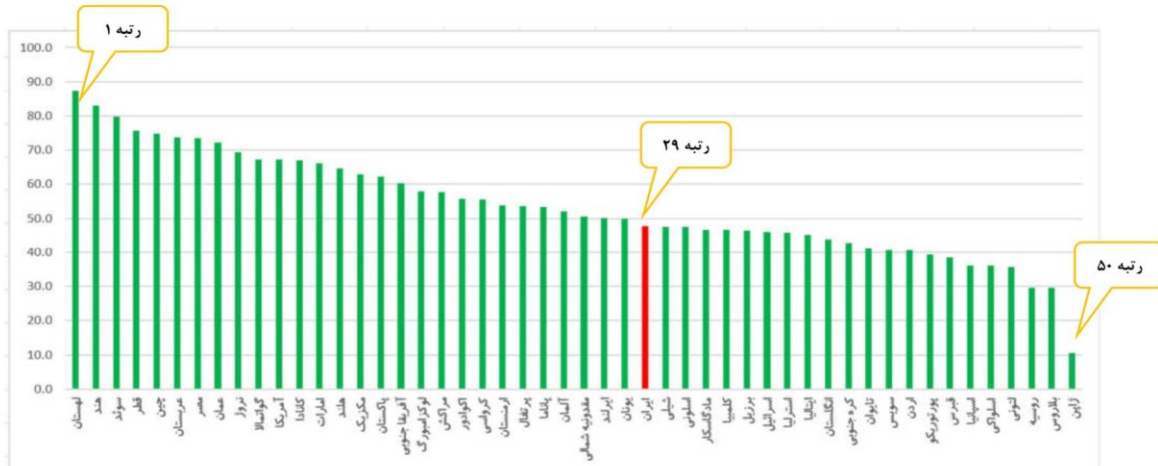


دانشگاه کارآفرینی

## رتبه بندی کشورهای عضو از منظر درک فرصت های کارآفرینانه



مؤسسه کارآفرین اجتماعی

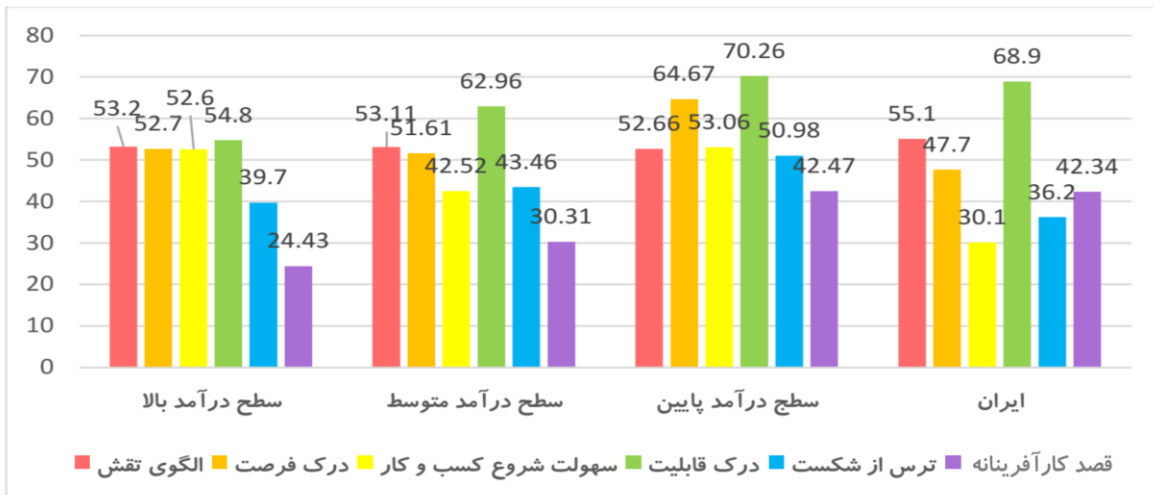


دانشگاه کارآفرینی

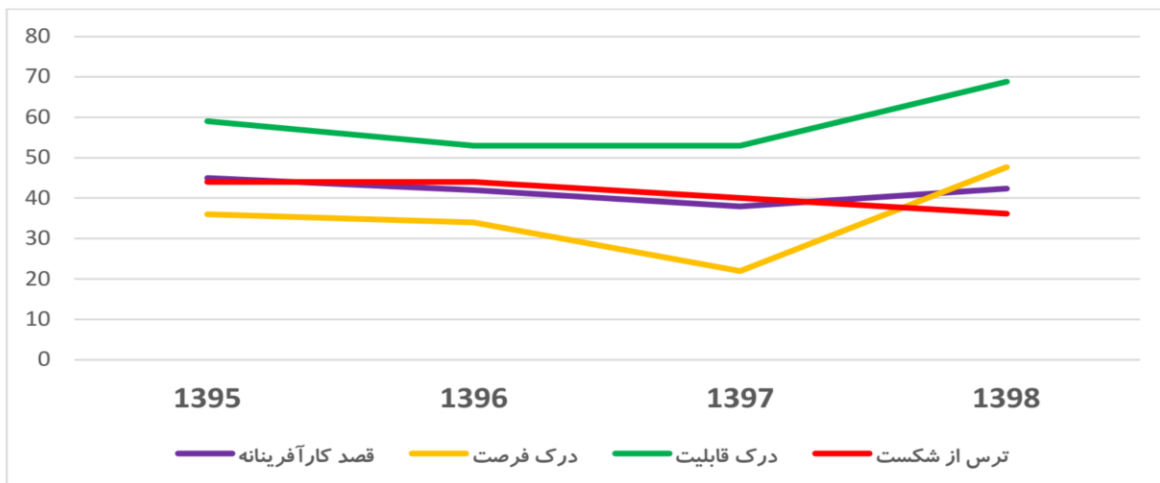
## بررسی شاخص های ادراک کارآفرینانه ایران در مقایسه با کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا



مؤسسه کارآفرین اجتماعی



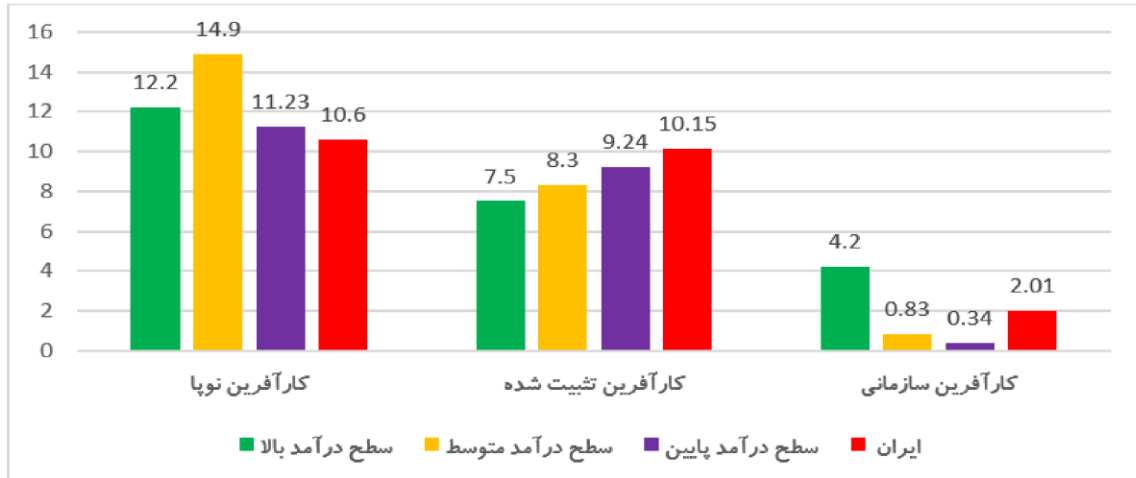
## سیر تغییرات شاخص ادراکات کارآفرینانه در ایران از سال ۹۵ تا ۹۸



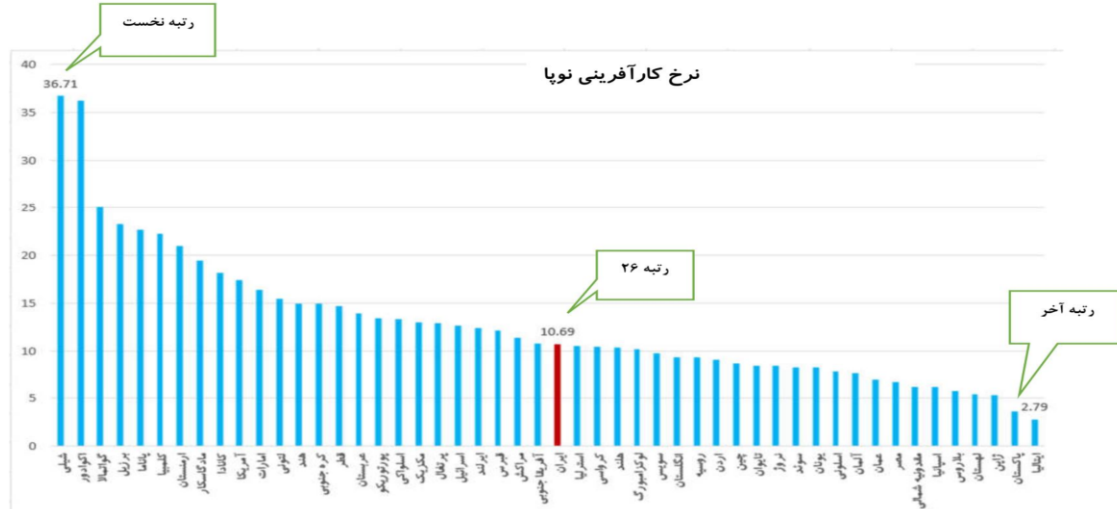
پایش فعالیت های  
کارآفرینانه در ایران



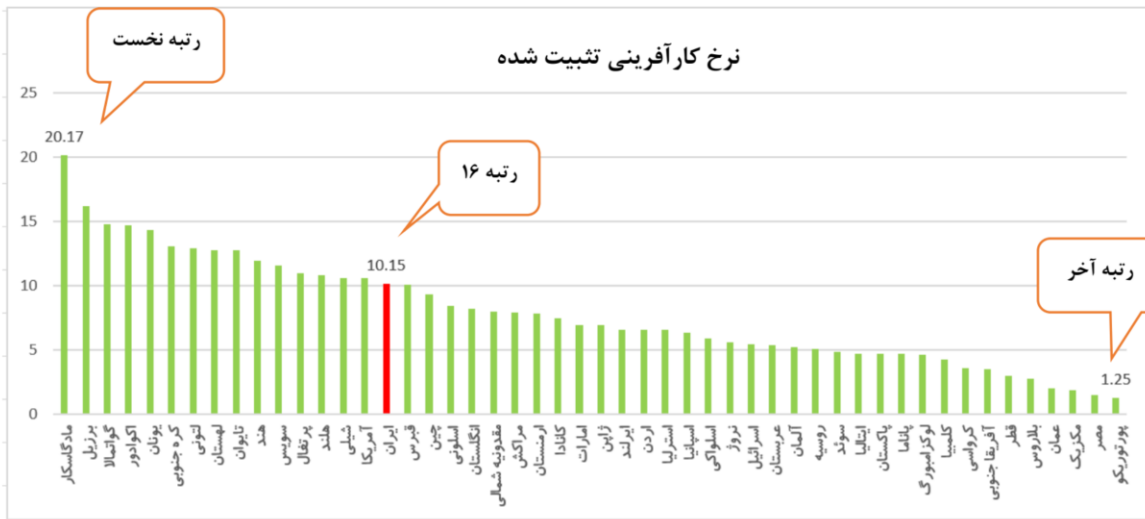
## وضعیت ایران در مقایسه با سایر کشورهای عضو در شاخص فعالیت های کارآفرینانه



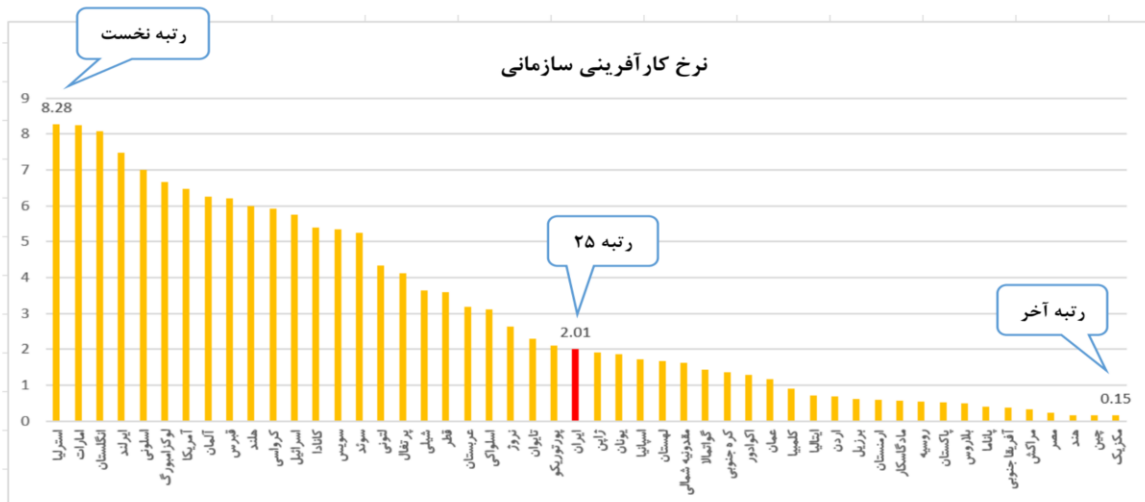
## نرخ کارآفرینی نوپا در ایران و جهان



## نرخ کارآفرینی تثبیت شده در ایران و جهان

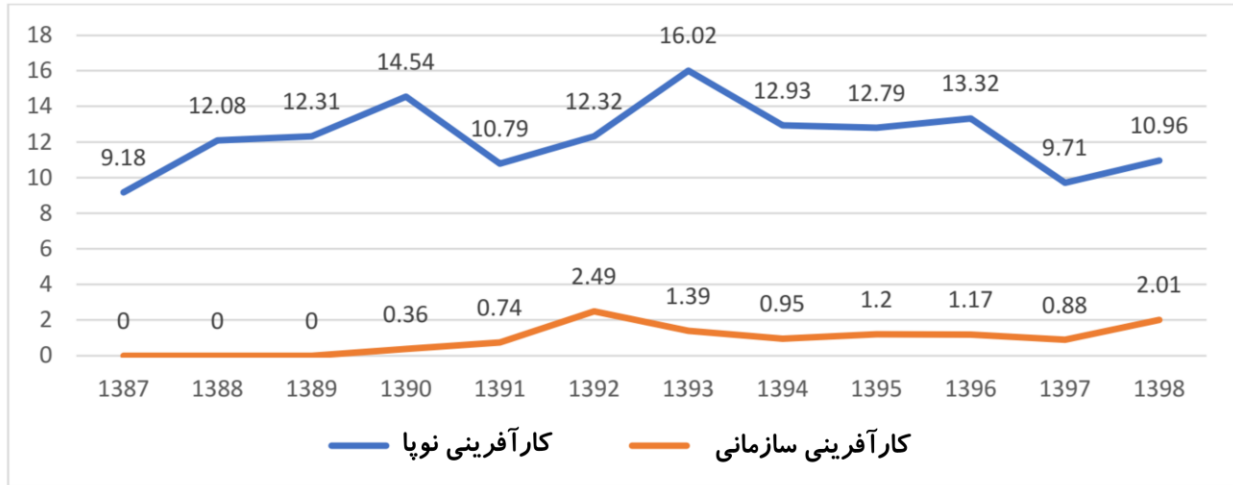


## نرخ کارآفرینی سازمانی در ایران و جهان

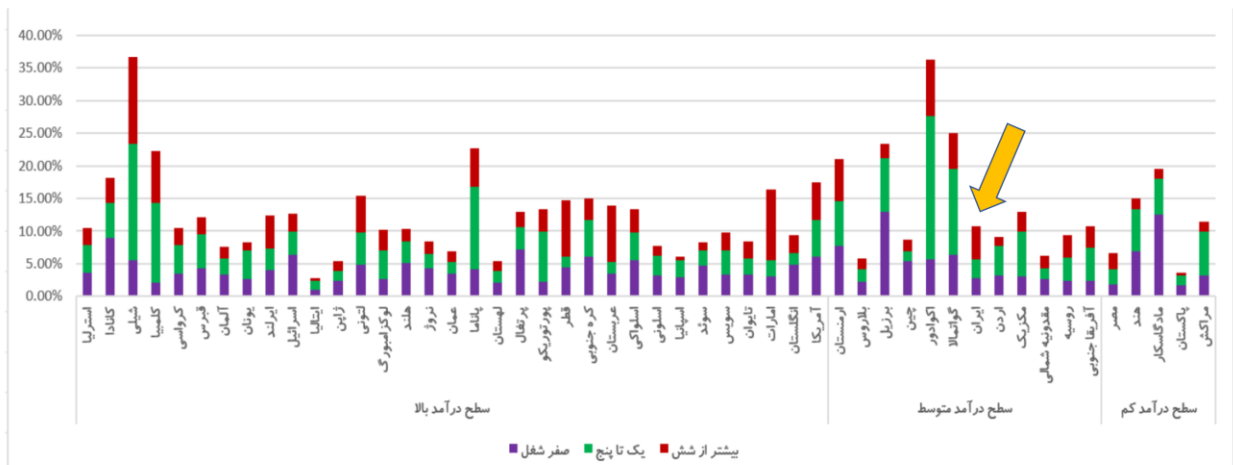




## مقایسه نرخ کارآفرینی نوپا و سازمانی در بین سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸



## انتظار رشد کسب و کارهای نوپا در پنج سال آینده



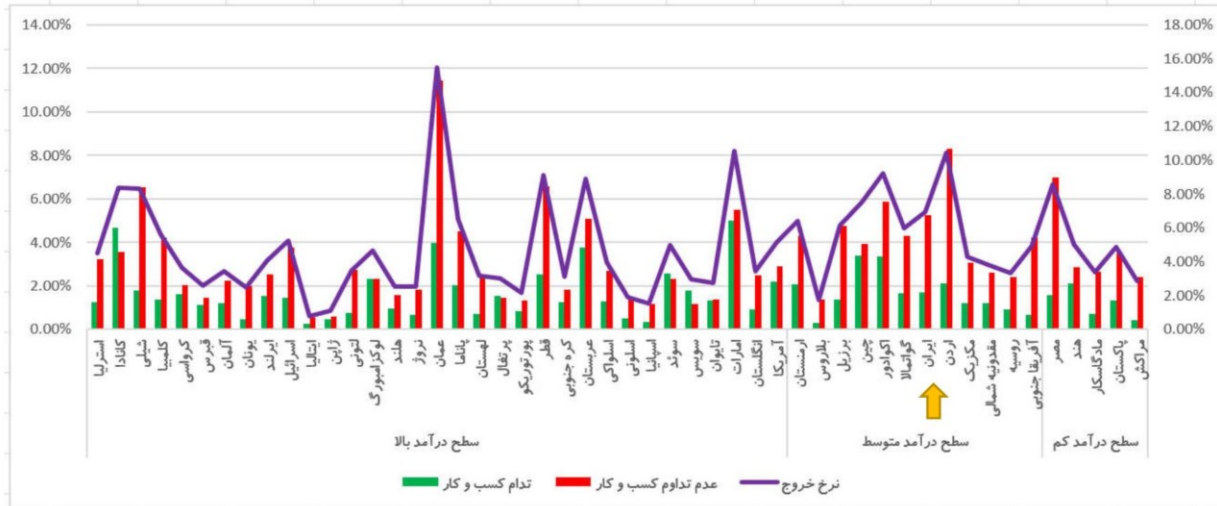


دانشگاه کارآفرینی

## میانگین نرخ خروج از کسب و کارها، میزان تداوم یا عدم تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا در بین ۵۰ کشور عضو



موسسه کارآفرین اجتماعی

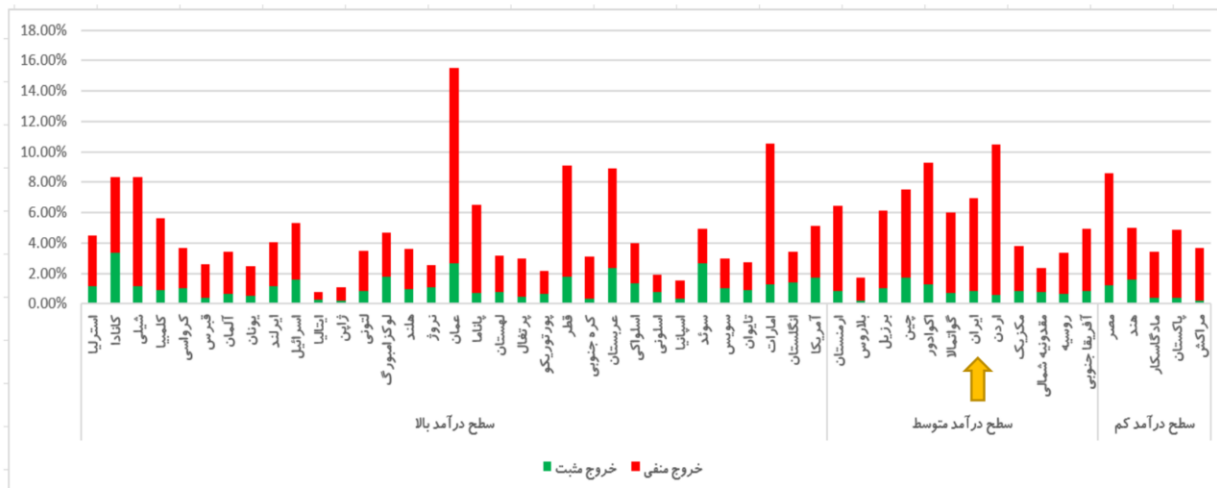


دانشگاه کارآفرینی

## نرخ خروج کسب و کارها به دلایل مثبت یا منفی در ایران و جهان



موسسه کارآفرین اجتماعی

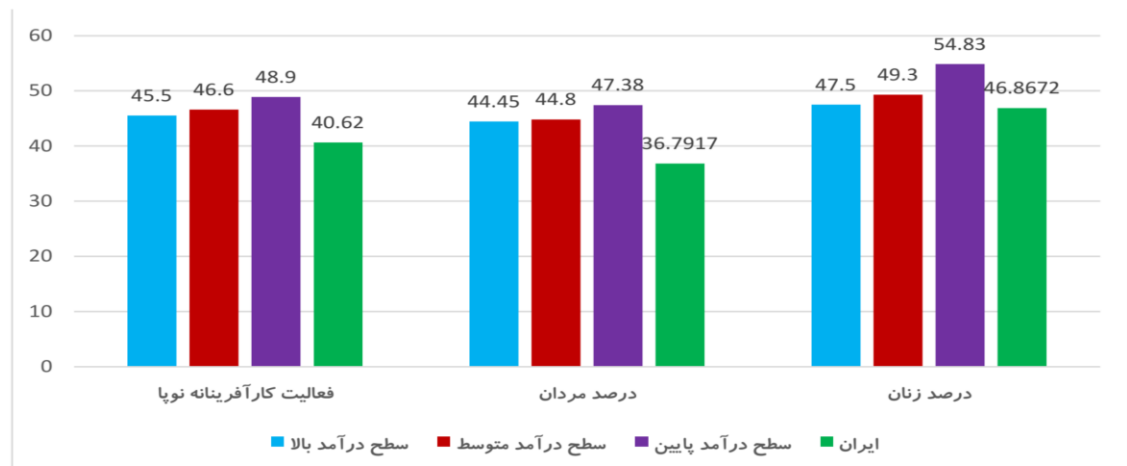




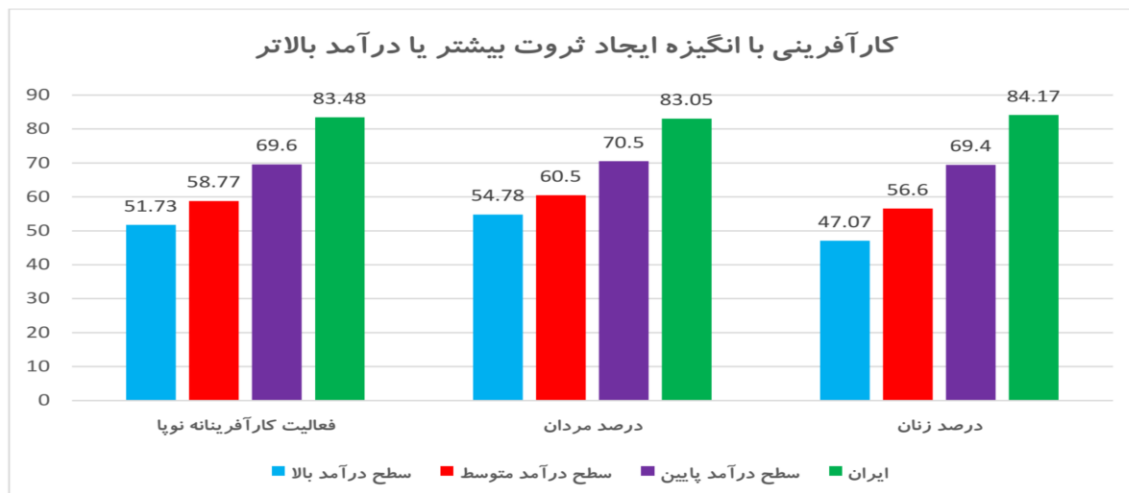
## شاخص های انگیزش کارآفرینی در ایران



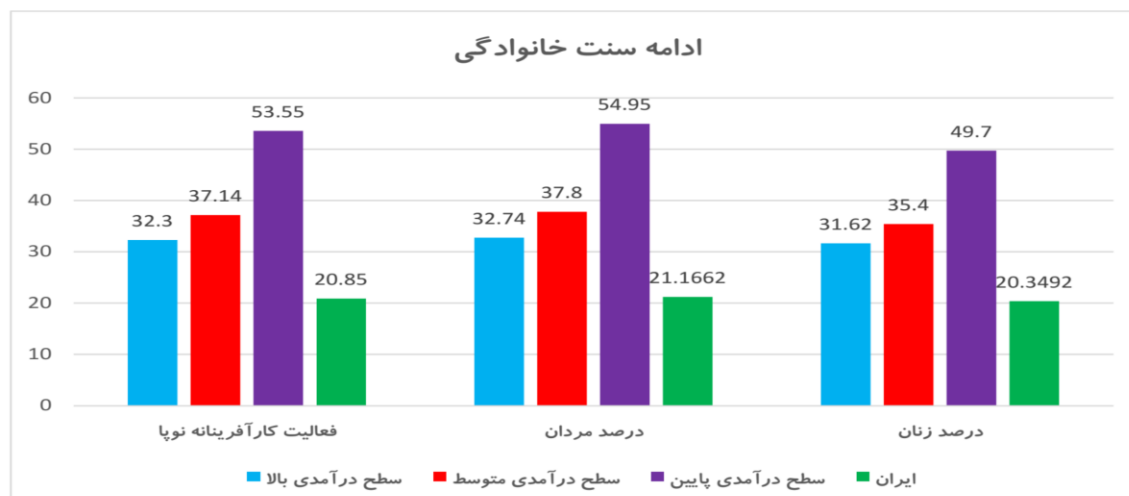
## کارآفرینی با انگیزه ایجاد تغییر در جامعه



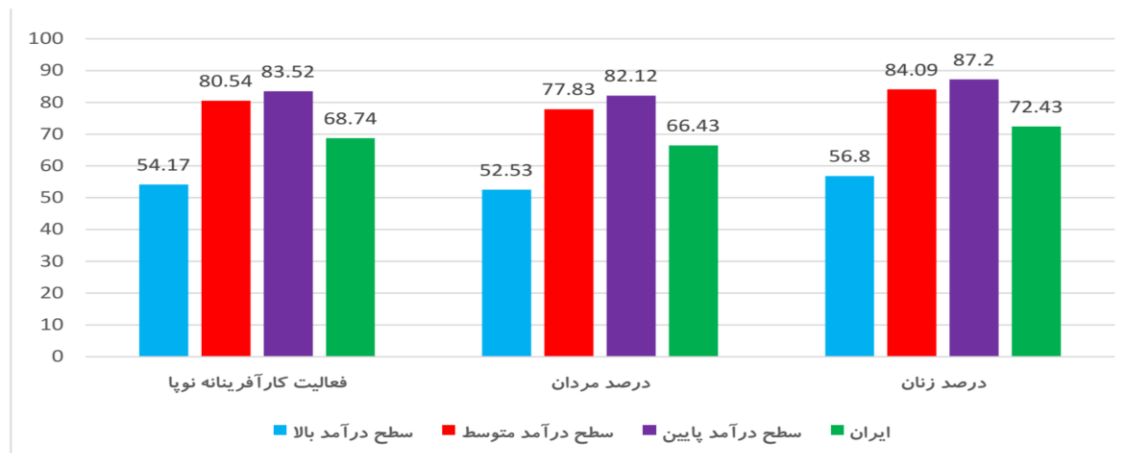
## کارآفرینی با انگیزه ایجاد ثروت بیشتر / درآمد بالاتر



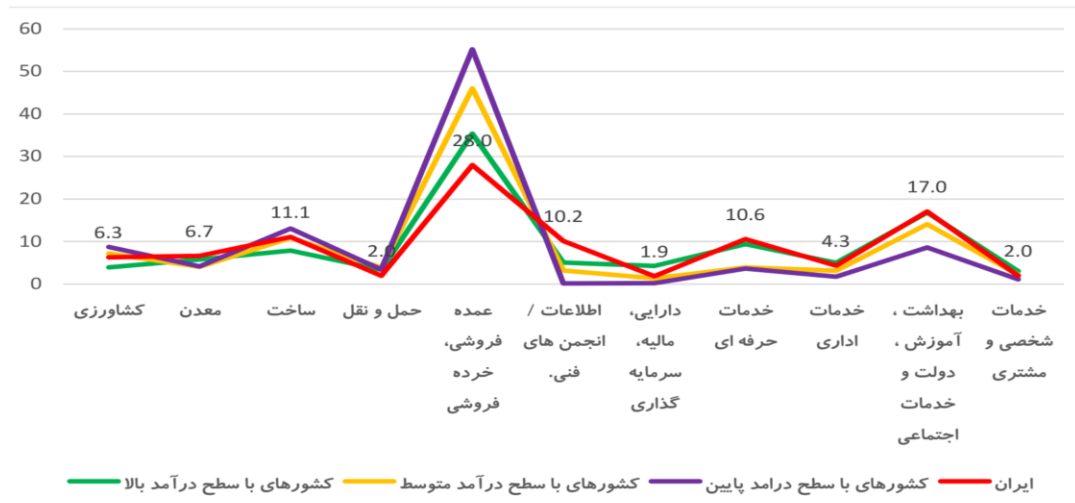
## کارآفرینی با انگیزه ادامه سنت خانوادگی



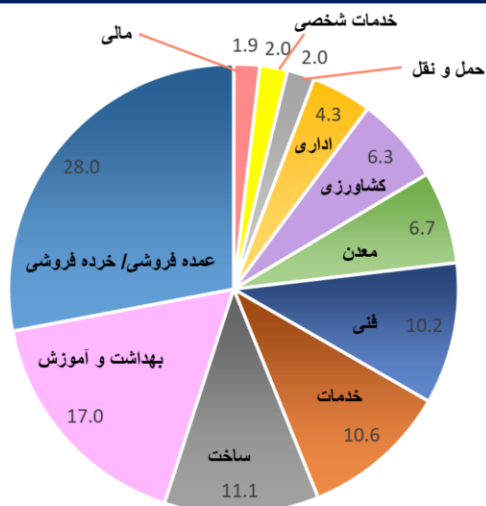
## کارآفرینی به دلیل نبودن شغل



## نرخ کارآفرینی نوپا در ایران و جهان برای بخش های مختلف اقتصادی

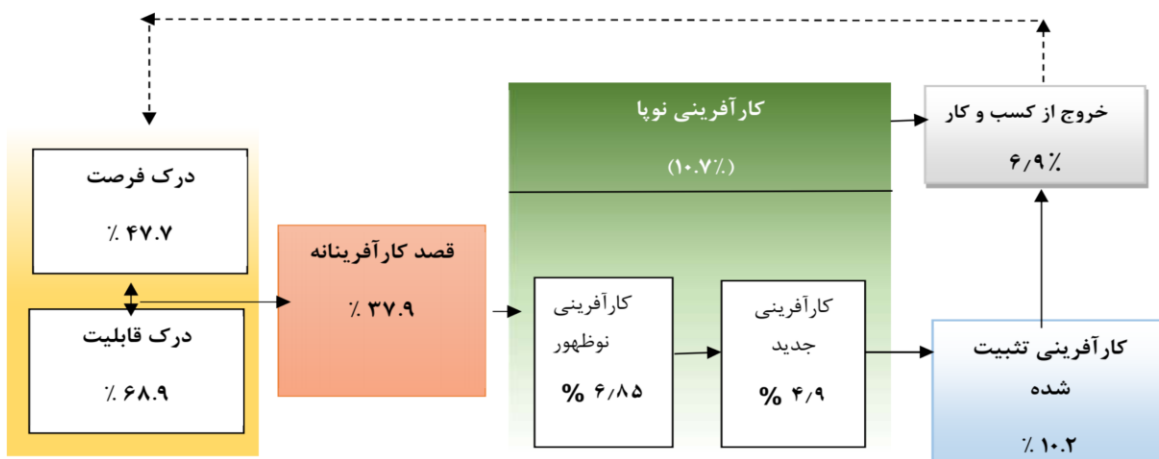


## میزان مشارکت کارآفرینان ایرانی در صنایع و بخش های مختلف اقتصادی



بیشترین میزان مشارکت در بخش عمده / خرده فروشی و کمترین میزان مشارکت در بخش مالی می باشد.

## شاخص های عملیاتی ایران در یک نگاه - سال ۹۸





## پیشنهادهای سیاستی برای توسعه کارآفرینی در ایران



- سیاست توسعه کارآفرینی نوآورانه و دانش‌بنیان در کشور
- تدوین برنامه‌های حمایت از کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌های ایرانی)
- تقویت سامانه نوآفرین: طرح «نوآفرین»
- تدوین برنامه‌های حمایتی در راستای بین‌المللی سازی استارت‌آپ‌های ایرانی
- توسعه مراکز استارت‌آپ استودیو
- توسعه کارآفرینی سازمانی از طریق مراکز شتابدهی شرکتی
- طراحی و اجرای دوره‌های تخصصی فرعی (کپادهای) کارآفرینی
- طراحی و تصویب دوره‌های میان رشته‌ای با رویکرد کارآفرینی
- اجرای طرح دوره آموزش کارآفرینی سازمانی
- تدوین و تصویب و ابلاغ مأموریت نسل سوم (دانشگاه کارآفرین) به دانشگاه‌های کشور
- تشکیل صندوق توسعه نوآوری ، فناوری و کارآفرینی در آموزش عالی به منظور تخصیص بودجه ویژه به دانشگاه‌ها

## فهرست

۳۱.....	خلاصه مدیریتی.....
۳۴.....	فصل اول: چارچوب مفهومی برنامه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی.....
۳۵.....	مقدمه.....
۳۶.....	تعریف کارآفرینی از دیدگاه دیده‌بان جهانی کارآفرینی.....
۳۶.....	چارچوب مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی.....
۴۱.....	سنجش کنش کارآفرینانه.....
۴۱.....	دانشبورد شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی.....
۴۶.....	تقسیم بندی کشورها.....
۴۸.....	جمع بندی.....
۵۰.....	فصل دوم: تحلیل شرایط چارچوب کارآفرینانه.....
۵۱.....	مقدمه.....
۵۱.....	تحلیل اکوسیستم کارآفرینی در جهان.....
۵۲.....	مقایسه اکوسیستم کارآفرینی ایران با متوسط اقتصادهای سه گانه.....
۵۶.....	اکوسیستم کارآفرینی ایران.....
۵۶.....	اکوسیستم کارآفرینی ایران بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸.....
۵۷.....	مقایسه ایران با دیگر کشورهای درآمد متوسط.....
۵۸.....	دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه در کشورهای با درآمد متوسط.....
۵۹.....	سیاست‌های دولتی: حمایتی و مرتبط به کسب و کارها در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۰.....	سیاست‌های دولت: مالیات (عوارض) و بروکراری در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۱.....	برنامه‌های کارآفرینی دولت در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۱.....	آموزش کارآفرینی در مدارس در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۲.....	آموزش کارآفرینی بعد از مدرسه در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۳.....	انتقال تحقیق و توسعه در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۴.....	زیرساخت‌های قانونی و تجاری در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۵.....	زیرساخت‌های فیزیکی در کشورهای با درآمد متوسط.....
۶۶.....	پویایی‌های بازار داخلی و توان بازار داخلی یا مقررات ورود (باز بودن) در کشورهای با درآمد متوسط.....



۶۸.....	هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در کشورهای با درآمد متوسط .....
۶۹.....	جمع بندی .....
۷۰.....	<b>فصل سوم: کارآفرینی، ارزش های اجتماعی و خود ادراکی .....</b>
۷۱.....	مقدمه .....
۷۲.....	ارزش اجتماعی کارآفرینانه .....
۷۴.....	ارزش اجتماعی کارآفرینی در ایران .....
۷۵.....	کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی خوب .....
۷۶.....	منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان .....
۷۷.....	توجه رسانه های به کارآفرینی .....
۷۸.....	سطح یکسان استاندارد زندگی .....
۷۹.....	ایجاد کسب و کار با هدف حل مسایل اجتماعی .....
۷۹.....	ادراکات کارآفرینانه .....
۷۹.....	ادراکات کارآفرینانه در ایران .....
۸۱.....	درک فرصت های کارآفرینانه .....
۸۳.....	درک قابلیت کارآفرینانه .....
۸۳.....	ترس از شکست .....
۸۴.....	قصد کارآفرینانه .....
۸۵.....	سهولت شروع کسب و کار .....
۸۶.....	الگوی نقش .....
۸۷.....	جمع بندی .....
۸۸.....	<b>فصل چهارم: ارزیابی فعالیت های کارآفرینانه در ایران و جهان .....</b>
۸۹.....	مقدمه .....
۸۹.....	پایش فعالیت های کارآفرینی .....
۹۲.....	نرخ کارآفرینی نوپا .....
۹۳.....	فعالیت کارآفرینی تثبیت شده .....
۹۴.....	کارآفرینی سازمانی .....
۹۵.....	مقایسه فعالیت کارآفرینانه نوپا و سازمانی در ایران .....
۹۶.....	مقایسه نرخ مالکیت کسب و کار جدید و کارآفرینی نوظهور در ایران و جهان .....

۹۷.....	انتظار رشد کسب و کارها .....
۹۸.....	کارآفرینی بین المللی: دامنه جهانی یا ملی برای محصولات و مشتریان جدید .....
۱۰۰.....	انتظار درآمد بیشتر .....
۱۰۰.....	خروج از کسب و کار .....
۱۰۲.....	جمع بندی .....
۱۰۳.....	<b>فصل پنجم: انگیزه و اشتیاق برای کارآفرینی در ایران و جهان .....</b>
۱۰۴.....	مقدمه .....
۱۰۴.....	انگیزش کارآفرینانه .....
۱۰۴.....	ایجاد تغییر در جهان .....
۱۰۵.....	ایجاد ثروت بیشتر یا درآمد بالاتر .....
۱۰۷.....	ادامه یک سنت خانوادگی .....
۱۰۸.....	کسب درآمد به خاطر نبود کار .....
۱۱۰.....	کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی .....
۱۱۱.....	جمع بندی .....
۱۱۲.....	<b>فصل ششم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات .....</b>
۱۱۳.....	مقدمه .....
۱۱۳.....	بحث و نتیجه‌گیری .....
۱۱۳.....	اکوسیستم کارآفرینی و شاخص‌های کارآفرینی ایران در یک نگاه .....
۱۱۶.....	توسعه کارآفرینی مردان و زنان در ایران .....
۱۱۸.....	پیشنهاد‌های سیاستی برای توسعه کارآفرینی در ایران .....
۱۱۸.....	۱-سیاست توسعه کارآفرینی نوآورانه و دانش‌بنیان در کشور .....
۱۲۰.....	۲-تدوین برنامه‌های حمایت از کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌های ایرانی .....
۱۲۴.....	۳- تقویت سامانه نوآفرین: طرح «نوآفرین» .....
۱۲۵.....	۴-تدوین برنامه‌های حمایتی در راستای بین المللی سازی استارت‌آپ‌های ایرانی .....
۱۲۵.....	۵-توسعه مراکز استارت‌آپ استودیو .....
۱۳۱.....	۶-توسعه کارآفرینی سازمانی از طریق مراکز شتابدهی شرکتی .....
۱۳۲.....	۷-طراحی و اجرای دوره‌های تخصصی فرعی (کهدهای) کارآفرینی .....
۱۳۲.....	۸-طراحی و تصویب دوره‌های میان رشته‌ای با رویکرد کارآفرینی .....

۱۳۲.....	۹-اجرای طرح دوره آموزش کارآفرینی سازمانی .....
۱۳۳.....	۱۰-تدوین و تصویب و ابلاغ مأموریت نسل سوم(دانشگاه کارآفرین) به دانشگاههای کشور .....
۱۳۳.....	۱۱-تشکیل صندوق توسعه نوآوری ، فناوری و کارآفرینی در آموزش عالی به منظور تخصیص بودجه ویژه به مأموریت سوم در دانشگاهها از سوی وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری. ....
۱۳۴.....	<b>Executive summary of 2019-2020 Iran’s Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Report</b>
۱۵۳.....	منابع .....

## فهرست شکل ها

- شکل ۱: ارزیابی شاخص‌های کارآفرینی و رتبه‌های مرتبط با آن در ایران در سال ۱۳۹۸..... ۳۳
- شکل ۲: مراحل توسعه اقتصادی کشورها برحسب تولید ناخالص ملی سرانه در تعریف مایکل پروتر ..... ۳۹
- شکل ۳: چارچوب مفهومی اصلاح شده دیده بان جهانی کارآفرینی ..... ۴۰
- شکل ۴: فرآیند کارآفرینی و شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی ..... ۴۱
- شکل ۵: کارآفرینی به عنوان پدیده پیچیده و چند بعدی ..... ۴۲
- شکل ۶: شاخص‌های اصلی ارزیابی کارآفرینی در دیده‌بان جهانی کارآفرینی ..... ۴۲
- شکل ۷: تقسیم بندی کشورهای شرکت کننده در پایش ۲۰۱۹ بر اساس سطح درآمد و منطقه جغرافیایی ..... ۴۷
- شکل ۸: جمع بندی و خلاصه ای از وضعیت شرکت کنندگان در مطالعات دیده‌بان جهانی کارآفرینی ..... ۴۹
- شکل ۹: ابعاد و مولفه های ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه ..... ۷۲
- شکل ۱۰: وضعیت محیط کسب و کار و شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران ..... ۱۱۴
- شکل ۱۱: فرآیند عملیاتی کارآفرینانه برحسب شاخص اصلی کارآفرینی در ایران- سال ۱۳۹۸ ..... ۱۱۵
- شکل ۱۲: مقایسه کارآفرینان ایرانی بر اساس جنسیت ..... ۱۱۷
- شکل ۱۳: مدل ارتقای سطح رقابت پذیری کشورها برای ورود به اقتصاد نوآور و دانش بنیان ..... ۱۲۰
- شکل ۱۴: انواع مراکز حمایت استارت‌آپی ..... ۱۲۶
- شکل ۱۵: فرآیند مراکز شتابدهنده ..... ۱۲۶
- شکل ۱۶: مقایسه مراکز رشد و مراکز شتابدهی، برگرفته از Isabelle، ۲۰۱۳ ..... ۱۲۷
- شکل ۱۷: دیاگرام یک استارت‌آپ استودیو ..... ۱۲۸
- شکل ۱۸: مقایسه روند رشد مراکز شتابدهی و مراکز رشد با استارت‌آپ استودیو از ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ ..... ۱۲۹
- شکل ۱۹: روند گسترش استارت‌آپ استودیو در جهان ..... ۱۳۰

## فهرست جداول

- جدول ۱: خلاصه اطلاعات جمعیتی و اقتصادی ایران و رتبه‌های جهانی آن در سال ۱۳۹۸ ..... ۳۲
- جدول ۲: شاخص‌های ادراک و فعالیت کارآفرینانه ..... ۴۳
- جدول ۳: شاخص‌های اکو سیستم کارآفرینی ..... ۴۵
- جدول ۴: شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی در سه سطح درآمد ملی کشورها ..... ۵۲
- جدول ۵: شرایط چارچوب کارآفرینانه در بین ۵۰ اقتصاد شرکت کننده در پیمایش دیده بان جهانی کارآفرینی ..... ۵۴
- جدول ۶: بهترین کشورهای اروپایی دوستدار استارت آپ ها ..... ۱۲۱
- جدول ۷: مقایسه بین شتابدهنده، استارت آپ استودیو و سرمایه گذاران خطرپذیر ..... ۱۳۱

## فهرست نمودارها

- نمودار ۱: مقایسه میانگین اکوسیستم کارآفرینی ایران با میانگین اقتصادهای سه گانه کشورها..... ۵۳
- نمودار ۲: وضعیت اکوسیستم کارآفرینی ایران در مقایسه با میانگین این کشورهای با درآمد متوسط..... ۵۶
- نمودار ۳: روند تغییرات شاخص های اکوسیستم کارآفرینی از سال ۹۶ تا ۹۸..... ۵۷
- نمودار ۴: وضعیت ایران در شاخص دسترسی به تامین مالی کارآفرینانه در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۵۹
- نمودار ۵: وضعیت ایران در سیاست های دولتی: حمایتی و مرتبط به کسب و کارها در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۰
- نمودار ۶: وضعیت ایران در سیاست های دولتی: مالیات (عوارض) و بروکراری در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۰
- نمودار ۷: وضعیت ایران برنامه های کارآفرینی دولت در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۱
- نمودار ۸: وضعیت ایران در زمینه آموزش کارآفرینی در مدارس در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۲
- نمودار ۹: وضعیت ایران در زمینه آموزش کارآفرینی بعد از مدرسه در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۳
- نمودار ۱۰: وضعیت ایران در شاخص انتقال تحقیق و توسعه و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۴
- نمودار ۱۱: وضعیت ایران در شاخص زیرساخت های قانونی و تجاری و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۵
- نمودار ۱۲: وضعیت ایران در شاخص زیرساخت های فیزیکی و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۶
- نمودار ۱۳: وضعیت ایران در شاخص پویایی های بازار و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۷
- نمودار ۱۴: وضعیت ایران در شاخص توان ورود به بازار داخلی در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۷
- نمودار ۱۵: وضعیت ایران در شاخص هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط..... ۶۸
- نمودار ۱۶: میانگین ارزش اجتماعی کارآفرینانه برای پنجاه کشور عضو در دیده بان جهانی کارآفرینی..... ۷۳
- نمودار ۱۷: وضعیت ایران در شاخص میانگین مولفه های ارزش اجتماعی کارآفرینی در مقایسه با اقتصادهای موجود در سه سطح درآمدی..... ۷۴
- نمودار ۱۸: خط سیر تغییرات مولفه های شاخص ارزش اجتماعی در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸..... ۷۵
- نمودار ۱۹: مقایسه وضعیت ایران با گروه های سه گانه در شاخص کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی خوب..... ۷۵
- نمودار ۲۰: مقایسه ایران از منظر کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی خوب در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط..... ۷۶
- نمودار ۲۱: مقایسه وضعیت ایران با گروه های سه گانه در شاخص منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان..... ۷۶
- نمودار ۲۲: مقایسه ایران از منظر منزلت اجتماعی کارآفرینان در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط..... ۷۷
- نمودار ۲۳: مقایسه وضعیت ایران با سه رده اقتصادی در شاخص توجه رسانه ای به کارآفرینی..... ۷۷
- نمودار ۲۴: مقایسه ایران از منظر توجه رسانه ای به کارآفرینی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط..... ۷۸
- نمودار ۲۵: مقایسه وضعیت ایران با سه رده اقتصادی در سطح استاندارد یکسان زندگی..... ۷۸
- نمودار ۲۶: مقایسه ایران از منظر شاخص سطح استاندارد یکسان زندگی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط..... ۷۹
- نمودار ۲۷: ایجاد کسب و کار جدید با هدف حل مسائل اجتماعی..... ۷۹
- نمودار ۲۸: وضعیت شاخص ادارات کارآفرینانه ایران و میانگین این شاخص در سه سطح درآمدی..... ۸۰
- نمودار ۲۹: روند تغییرات شاخص ادراکات کارآفرینانه در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸..... ۸۱
- نمودار ۳۰: رتبه بندی کل کشورهای عضو از منظر درک فرصت های کارآفرینانه..... ۸۲
- نمودار ۳۱: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر درک فرصت های کارآفرینانه..... ۸۲
- نمودار ۳۲: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر درک قابلیت های کارآفرینانه..... ۸۳
- نمودار ۳۳: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص ترس از شکست..... ۸۴
- نمودار ۳۴: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص قصد کارآفرینانه..... ۸۵
- نمودار ۳۵: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص سهولت شروع کسب و کار..... ۸۶

- نمودار ۳۶: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص الگوی نقش ..... ۸۶
- نمودار ۳۷: بررسی وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای عضو در سه سطح درآمدی بالا، متوسط و پایین در شاخص فعالیت های کارآفرینانه ..... ۹۰
- نمودار ۳۸: وضعیت همه کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی نوپا (TEA) ..... ۹۰
- نمودار ۳۹: وضعیت کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی تثبیت شده (EBO) ..... ۹۱
- نمودار ۴۰: وضعیت کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی سازمانی (EEA) ..... ۹۱
- نمودار ۴۱: مقایسه انواع فعالیت های کارآفرینانه در کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۹۲
- نمودار ۴۲: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی نوپا در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۹۳
- نمودار ۴۴: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی تثبیت شده در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۹۴
- نمودار ۴۵: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی سازمانی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۹۵
- نمودار ۴۶: مقایسه نرخ کارآفرینی نوپا و کارآفرینی سازمانی در ایران بین سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸ ..... ۹۵
- نمودار ۴۷: مقایسه نرخ مالکیت کسب و کار جدید و کارآفرینی نوظهور در ایران و میانگین کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا ..... ۹۶
- نمودار ۴۸: بررسی وضعیت دو شاخص فعالیت کارآفرینانه نوظهور و مالکیت کسب و کار جدید در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۹۷
- نمودار ۴۹: انتظار رشد فعالیت نوپا در پنج سال آینده به ازای هر یک از پنجاه کشور عضو ..... ۹۸
- نمودار ۵۰: دامنه جهانی فعالیت کارآفرینانه نوپا برای مشتریان، محصولات یا فرآیندهای جدید ..... ۹۹
- نمودار ۵۱: مقایسه وضعیت کشورهای با سطح درآمد متوسط در دوشاخه بازار جهانی و بازار ملی برای مشتریان و محصولات جدید ..... ۹۹
- نمودار ۵۲: مقایسه شاخص انتظار درآمد بیشتر در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۱۰۰
- نمودار ۵۳: میانگین نرخ خروج کسب و کارها و میزان تداوم یا عدم تداوم فعالیت های کارآفرینانه نوپا در بین پنجاه کشور عضو ..... ۱۰۱
- نمودار ۵۴: مقایسه نرخ خروج کسب و کارها به دلایل مثبت یا منفی در بین همه کشورهای عضو ..... ۱۰۱
- نمودار ۵۵: میانگین شاخص کارآفرینی با هدف ایجاد تغییر در جهان برای کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت ..... ۱۰۴
- نمودار ۵۶: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا براساس شاخص ایجاد تغییر در جهان در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۱۰۵
- نمودار ۵۷: میانگین شاخص کارآفرینی با هدف "دستیابی به ثروت یا درآمد بیشتر" برای کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت ..... ۱۰۶
- نمودار ۵۸: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا براساس شاخص دستیابی به ثروت و درآمد بیشتر براساس جنسیت و در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۱۰۶
- نمودار ۵۹: کارآفرینی با هدف "ادامه سنت خانوادگی" برای کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا و بر حسب جنسیت ..... ۱۰۷
- نمودار ۶۰: کارآفرینی نوپا با انگیزه ادامه سنت خانوادگی، براساس جنسیت و در بین کشورهای با درآمد متوسط ..... ۱۰۸
- نمودار ۶۱: میانگین شاخص کارآفرینی به خاطر نبود شغل برای کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت ..... ۱۰۹
- نمودار ۶۲: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا به خاطر کمبود شغل، براساس جنسیت و در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط ..... ۱۰۹
- نمودار ۶۳: میانگین مشارکت کشورهای عضو کنسرسیوم در صنایع مختلف ..... ۱۱۰
- نمودار ۶۴: میزان مشارکت کارآفرینان ایرانی در صنایع و بخش های مختلف اقتصادی ..... ۱۱۱
- نمودار ۶۵: ساختار شورای کنترل بوروکراسی در آلمان ..... ۱۲۲
- نمودار ۶۶: تاثیر قاعده "one in one out" بر کاهش شاخص هزینه بروکراسی در آلمان ..... ۱۲۳
- نمودار ۶۷: چالش های محیطی استارت آپ های ایرانی بر حسب درصد (برگرفته از آمار سایت علم و فناوری) ..... ۱۲۴



## خلاصه مدیریتی





## خلاصه مدیریتی

امروزه کارآفرینی، عاملی کلیدی برای خلق ثروت، افزایش سلامت اجتماعی و پیشرفت اقتصادی محسوب می شود. مطابق با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (SDG<sup>1</sup>)، کارآفرینی موجبات ارتقا نوآوری و رفع ناکارآمدی‌ها از طریق شناسایی فرصت‌های جدید در مواجهه با چالش‌های جوامع را فراهم می‌کند. به این ترتیب بسیاری از دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی از کارآفرینی به عنوان راهکاری برای کاهش فقر، توانمندسازی زنان و پاسخگویی به چالش‌های محیط زیست مانند تغییرات آب و هوا یاد می‌کنند.

دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۱۹۹۹ با هدف پیش و وضعیت ذهنیت کارآفرینانه، انگیزه، فعالیت‌ها و شرایط مورد

نیاز برای انجام کارآفرینی در کشورهای عضو این کنسرسیوم دانشگاهی، با همکاری دانشگاه‌های معتبر جهان تشکیل شد. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، سازمانی غیر انتفاعی و بین‌المللی است که به صورت سیستماتیک و مداوم، وضعیت کارآفرینی و ویژگی‌های مرتبط با آن را در کشورهای مختلف و در طی زمان‌های گوناگون مورد سنجش و بررسی قرار می‌دهد. هم‌اکنون، بعد



از گذشت ۲۱ سال از فعالیت این کنسرسیوم، کارآفرینی به نقطه اوج و درخشش خود رسیده است و اکثر دولت‌ها، چارچوب‌ها و سیاست‌هایی در راستای توسعه کارآفرینی تنظیم کرده‌اند. کشور ایران در سال ۲۰۰۷ میلادی ۱۳۸۶ ششمی با حمایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (موسسه کار و تأمین اجتماعی) و دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به عضویت دیده‌بان جهانی کارآفرینی درآمد است.



"خلق ارزش مشترک"، موضوع داغ و رویکرد جدید کارآفرینی در سال ۲۰۱۹

می‌باشد و باعث شده است که بسیاری از شرکت‌های پیشرو در دنیا، چشم‌انداز و رسالت جدید خود را با این دیدگاه تنظیم نمایند. براساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، خلق ثروت و افزایش درآمد، انگیزه اصلی کارآفرینان ایرانی برای تاسیس کسب و کارهای جدید می‌باشد به طوری که از هر ۱۰ نفر، ۸ نفر این هدف را دنبال می‌کنند. البته این عامل، تنها عامل انگیزه بخش نبوده و عوامل دیگری نیز در این فرآیند موثر هستند.

در این قسمت برای درک بهتر خوانندگان گرامی، خلاصه‌ای از وضعیت کارآفرینی در ایران به صورت اجمالی در قالب تصاویر و جداول ارائه شده است.

<sup>1</sup> Sustainable Development Goals

جدول ۱، اطلاعات جمعیتی و فرهنگی کشور ایران و همچنین رتبه‌های جهانی که کشور عزیزمان در سال ۹۸ در حوزه اقتصاد و توسعه کارآفرینی کسب کرده‌است، نمایش می‌دهد.

جدول ۱: خلاصه اطلاعات جمعیتی و اقتصادی ایران و رتبه‌های جهانی آن در سال ۱۳۹۸

	۸۲.۴ میلیون نفر	جمعیت (۱۳۹۸)			
	امتیاز ۶۷.۸ از ۱۰۰ رتبه ۱۷۸ از ۱۹۰ کشور	نرخ راه‌اندازی کسب و کار		رشد تولید ناخالص ملی (GDP)	۴.۸٪-
	رتبه ۹۹ از ۱۴۴ کشور	رتبه رقابت پذیری جهانی		تولید ناخالص ملی سرانه (۱۳۹۷)	۱۹.۳ هزار دلار
	درآمد متوسط به بالا (اقتصاد کارایی محور)	سطح درآمد		رتبه سهولت کسب و کار-۱۳۹۸	۵۶.۹۸ از و ۱۰۰ رتبه ۱۲۷ از ۱۹۰

رتبه ۵۰/ کشور	درصد	ادراکات کارآفرینانه	رتبه ۵۰/ کشور	درصد	شاخص انگیزش کارآفرینانه
۲۹	۴۷.۷	درک فرصت های کارآفرینانه	۳۵	۴۰.۶	ایجاد تغییر
۱۳	۶۸.۹	درک قابلیت های کارآفرینانه	۵	۸۳.۵	ثروت افزایی بیشتر
۳۷	۳۶.۲	ترس از شکست	۴۱	۲۰.۹	ادامه سنت خانوادگی
۱۱	۳۷.۹	قصد کارآفرینانه	۲۰	۶۸.۷	درآمدزایی
۴۵	۳۰.۱	سهولت راه اندازی کسب و کار			
۲۱	۵۵.۱	الگوی نقش			

رتبه ۵۰/ کشور	درصد	اثرات کارآفرینی
۲۳	۵.۰	انتظار اشتغالزایی (+۶)
۳۵	۰.۵	بین المللی ( ۲۵٪ درآمد)
۲۴	۱.۷	بخش ملی (مشتریان، محصولات)
۲۹	۰.۲	حیطه جهانی (مشتریان و محصولات)
۱۴	۲۶.۹	مشارکت در بخش صنعتی

رتبه ۵۰/ کشور	درصد	فعالیت ها/رفتارهای کارآفرینانه
۱۳.۱	۱۰.۷	کارآفرینی نوپا
۱۴.۲	۱۰.۲	کارآفرینی تثبیت شده
۲.۳	۲.۰	کارآفرینی سازمانی

شکل ۱: ارزیابی شاخص های کارآفرینی و رتبه های مرتبط با آن در ایران در سال ۱۳۹۸

شکل ۱، شامل چهار جدول فوق، بیانگر شاخص های کارآفرینی تایید شده توسط دیده بان جهانی کارآفرینی می باشد که به صورت جهانی هر ساله برای سنجش وضعیت کارآفرینی کشورهای جهان معرفی می شود. در فصول مختلف این گزارش، شاخص های مذکور مورد بررسی قرار گرفته و توضیح داده شده اند. در این جداول، وضعیت ایران در هر شاخص به صورت خلاصه و براساس نتایج بدست آمده از تحلیل های انجام شده توسط گروه تحقیق، به تصویر کشیده شده است.

هدف از نگارش بخش خلاصه مدیریتی، فراهم نمودن یک دید کلی و جامع برای خوانندگان می باشد. به همین منظور، تلاش شد تا وضعیت اقتصادی و چگونگی توسعه اکوسیستم کارآفرینی در ایران به صورت اجمالی و در قالب تصاویر و جداول مناسب به نمایش درآید. در فصول بعدی توضیحات مشروح در خصوص مدل دیده بان جهانی کارآفرینی آورده خواهد شد و به تفصیل به بررسی هر یک از شاخص های کارآفرینی و وضعیت ایران و جهان در آن شاخص پرداخته می شود و کشورهای برتر معرفی می گردند. در نهایت فصل آخر نیز به نتیجه گیری و ارائه پیشنهاداتی در راستای بهبود هرچه بهتر اکوسیستم کارآفرینی کشور عزیزمان خواهد پرداخت.



## فصل اول:

چارچوب مفهومی برنامه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی



## مقدمه

از اواخر ۱۹۹۰، تمایل برای بررسی تفاوت‌های ملی در فعالیتهای کارآفرینی به وجود آمد و به مرور زمان این علاقه گسترش یافت. به منظور سنجش شاخص‌های یکسان و بین‌المللی در مورد کارآفرینی و ایجاد کسب و کار در میان کشورهای مختلف مشارکت‌کننده در جهان، کنسرسیوم دیده‌بان جهانی کارآفرینی تأسیس شد. این کنسرسیوم دانشگاهی با عضویت ۱۰ کشور در سال ۱۹۹۹ شروع به فعالیت کرد. تا سال ۲۰۱۴ نظرسنجی از جمعیت بزرگسال در حدود ۷۰۵



بار در ۱۰۴ کشور و با شش نمونه خاص انجام شد. اطلاعات این کنسرسیوم در افزایش درک کارآفرینی، نقش زمینه و امکانات کشورها، ویژگی‌های آنان و شرایط ملی مربوط به ایجاد کسب و کار در یک کشور و تأثیر آن بر رشد اقتصادی از اهمیت بالایی برخوردار است و به تسهیل درک بهتر پدیده کارآفرینی کمک می‌کند. این اطلاعات حاصل نظرسنجی از طریق مصاحبه‌های فردی با ۳ میلیون نفر در ۱۱۴ کشور جهان می‌باشد. به همین جهت، مطالعات GEM یکی از بزرگترین و گسترده‌ترین مطالعات جهانی محسوب می‌شود. با وجودیکه تاکنون در ساختار و تمرکز گزارش‌های جهانی سالانه تغییراتی رخ داده است، اما مهم‌ترین روش‌های جمع‌آوری داده‌ها از سال ۲۰۰۲ به بعد ثابت بوده است. مجموعه داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی پس از سه سال در دسترس همگان قرار می‌گیرد.

## تعریف کارآفرینی از دیدگاه دیده‌بان جهانی کارآفرینی

دیده‌بان جهانی کارآفرینی توسط پروفسور پاول رینولدز<sup>۱</sup> و براساس ایده‌ی فکری مایکل هی<sup>۲</sup> در سال ۱۹۹۷ به عنوان شاخص استاندارد جهانی کسب و کار ایجاد شد. هدف رینولدز ارائه مدلی مکمل مدل رقابت‌پذیری جهانی بود که از سوی مجمع جهانی اقتصاد منتشر می‌شد. تا قبل از آن، این تفکر وجود داشت که تنها شرکت‌های تثبیت شده مهم هستند. اما در برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی، از ابتدا نه تنها شرکت‌های تثبیت شده بلکه کسب و کارهای جدید و نوظهور نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، این پدیده را به واسطه نقشی که در اقتصاد بازی می‌کند، تعریف کرده است<sup>۳</sup> (Reynolds et al., 1999, p. 3).

کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد، و سازماندهی کسب و کار جدید و یا توسعه کسب و کار موجود



## چارچوب مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی

برنامه‌های سالیانه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی در قالب یک مدل مفهومی ویژه و برخوردار از زمینه تئوریک قوی انجام می‌شود. مطابق دیدگاه‌های اقتصادی، شرایط و چارچوب‌های ملی به شدت تحت تأثیر محیط اقتصادی و اجتماعی یک کشور است و بر شکل‌گیری و تثبیت شرکت‌های بزرگ (اقتصاد اصلی یا اولیه) و کسب و کارهای کوچک (اقتصاد فرعی یا ثانویه) تأثیر می‌گذارد. در این دیدگاه، هر دو اقتصاد اصلی و فرعی، موجبات توسعه اقتصادی و اجتماعی را فراهم می‌کردند.

<sup>۱</sup> Paul D. Reynolds : استاد ممتاز کارآفرینی در بایسون کالج امریکا، استاد دانشکده کسب و کار آستون انگلستان و نیز عضو هیات علمی وابسته دانشکده کارآفرینی است. وی از معدود صاحب‌نظران و پیشکسوتان نسل اول حوزه‌ی کارآفرینی و برنده جایزه بین‌المللی در تحقیقات کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در سال ۲۰۰۴ می‌باشد. از جمله ابداعات مهم این پروفسور، برنامه پژوهشی طولی پویایی‌های کارآفرینی ( Panel study of Entrepreneurial Dynamics, PSED) می‌باشد. برای مطالعه بیشتر در مورد وی به منبع زیر مراجعه نمایید:  
Davidson, Per(2005). Paul D. Renolds: Entrepreneurship Rerearch Innovator, coordinator, and disseminator. Small Business Economics, 24 (4): pp. 351-358.

<sup>۲</sup> Micheal Hay

<sup>۳</sup> Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals.

اساساً مشکلات و مسائل کسب و کارهای کوچک و متوسط متفاوت از شرکت‌های بزرگ است. دیده بان جهانی کارآفرینی بر استارت‌آپ‌ها تمرکز می‌کند و در عین حال بر کسب و کارهای بزرگ نیز تاکید دارد. این کنسرسیوم به دنبال درک رابطه میان کارآفرینی و رشد اقتصادی است و به همین جهت نمی‌تواند از تفکرات و دیدگاه‌های مرسوم رشد اقتصاد ملی پیروی کند و به جای آن در سال ۱۹۹۹، چارچوب مفهومی جدیدی ایجاد کرد که از آن سال تاکنون دائماً تکامل یافته است.<sup>۱</sup> براساس چارچوب مفهومی سال ۲۰۰۰، پنج عامل بر فعالیت‌های کارآفرینی اثرگذارند که عبارت بودند از (۱) زمینه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه؛ (۲) شرایط/ چارچوب ملی عمومی، و شرایط/ چارچوب کارآفرینانه؛ (۳) ایجاد ظرفیت و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه؛ (۴) رشد کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط و تثبیت کسب و کارهای بزرگ؛ و در نهایت (۵) رشد اقتصادی ملی.



بیش‌ترین ارزش مدل دیده بان جهانی کارآفرینی تاکید آن بر ماهیت مکملی هر دو سازوکار مزبور است که با رشد اقتصاد ملی ارتباط دارد

مدل مفهومی دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دو ساز و کار اصلی و مکمل شامل ۱- نقش شرکتهای بزرگ و تثبیت شده که عهده‌دار کسب و کار بین‌المللی هستند و ۲- نقش کارآفرینی در ایجاد و رشد کسب‌وکارهای جدید، تهیه گردید (Bosma, et al., 2008, P.10). شرکت‌های بزرگ تثبیت شده از طریق انتقال فناوری، اثرات جانبی و افزایش تقاضا برای کالاها و خدمات، اغلب فرصت‌هایی را برای فعالیت‌های کسب‌وکار جدید فراهم می‌کنند. از سوی دیگر، شرکت‌های کارآفرین می‌توانند از طریق کاهش هزینه‌ها و تسریع توسعه‌ی فناوری، به ایجاد مزیت‌های رقابتی در شرکت‌های بزرگ -به عنوان مشتریان اصلی خود- در عرصه‌های رقابت جهانی کمک کنند. در سال ۲۰۰۴، تغییرات نسبتاً کوچکی در چارچوب مفهومی دیده بان جهانی کارآفرینی ایجاد شد. این تغییر مربوط به ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارهای جدید توسط کسب و کارهای بزرگ بود که اصطلاحاً به آن کارآفرینی سازمانی می‌گویند. در این چارچوب مفهومی جدید، کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی استارت‌آپی به عنوان دو نوع کارآفرینی اصلی مورد توجه قرار گرفتند.

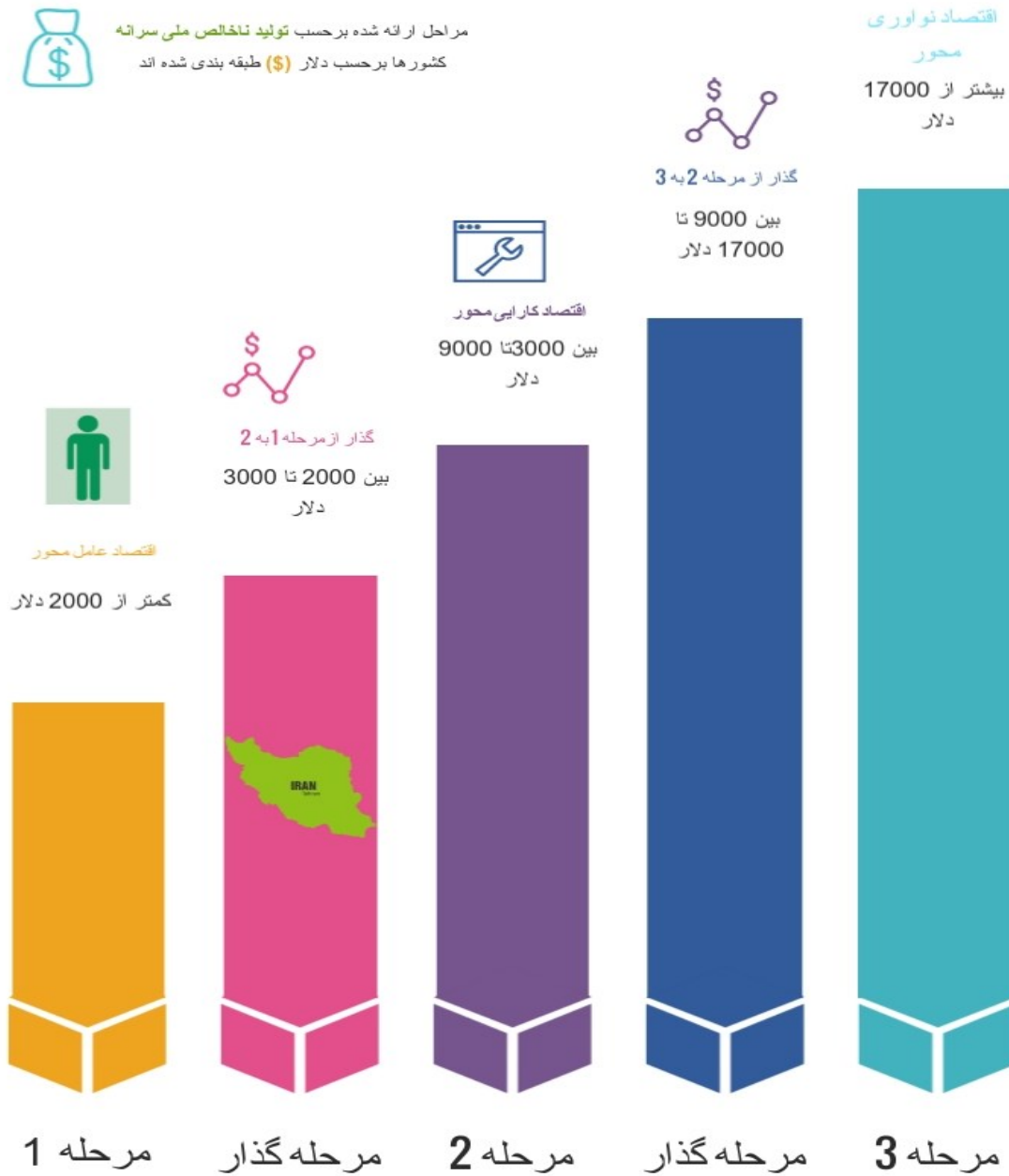
در سال ۲۰۰۸، مدل دیده بان جهانی کارآفرینی مورد بازنگری جدی‌تری قرار گرفت. این بازنگری براساس نظریه توسعه اقتصادی مایکل پورتر بود. وی عنوان کرد: مشارکت و نقش کارآفرینان در جامعه با توجه به سطح توسعه یافتگی اقتصاد (که خود نیز به میزان بالایی متأثر از قواعد نهادی است) تغییر می‌کند (Wennekers et al., 2005). مطابق نظریه پورتر، کشورها از نظر سطح توسعه اقتصادی، به سه دسته تقسیم می‌شوند (شکل ۳): ۱. اقتصادهای منبع (عامل) محور،

<sup>۱</sup> برای آگاهی بیشتر و مشاهده مدل‌های مختلف دیده بان جهانی در سال‌های مختلف و اطلاع از سیر تکامل آن از سال ۱۹۹۹ تاکنون به گزارش‌های قبلی ایران از GEM مراجعه نمایید.

۲. اقتصادهای کارآیی محور و ۳. اقتصادهای نوآوری محور. بنابر تقسیم‌بندی مزبور، اقتصادهای منبع محور، بر کشاورزی مصرفی، استخراج منابع و معادن و وابستگی بیش از حد بر نیروی کار (غیرماهر) و منابع طبیعی تکیه دارد و کانون تلاش‌های توسعه‌ای این اقتصاد، در جهت ایجاد زیرساخت‌های اساسی می‌باشد. کشورهایمانند غنا و اوگاندا و ونزوئلا در این گروه قرار دارند. اقتصاد کارایی محور، با صنعتی شدن و توسعه بیشتر همراه است و بر صرفه جویی ناشی از مقیاس، وابستگی به شرکت‌های بزرگ رقابتی با سرمایه بالا تکیه دارد. پیشرفت این اقتصاد، بر پایه توجه به نیازمندی‌های اساسی و ارتقای کارایی توانمندی‌ها می‌باشد. ایران در بین کشورهای دارای اقتصاد عامل محور و کارآیی محور قرار دارد. از جمله شاخص‌هایی که برای سنجش توسعه یافتگی کشورها کاربرد دارد بررسی میزان رشد سالانه تولید ناخالص ملی آنها است. به این ترتیب، کشورهایی که تولید ناخالص ملی سرانه‌شان کمتر از ۲۰۰۰ دلار است در مرحله اول توسعه اقتصادی و کشورهایی که تولید ناخالص ملی سرانه‌شان بین ۹۰۰۰ تا ۱۷۰۰۰ دلار، در مرحله دوم و کشورهایی با تولید ناخالص ملی بیش از ۱۷۰۰۰ دلار، در مرحله سوم توسعه اقتصادی قرار دارند (شکل ۲).

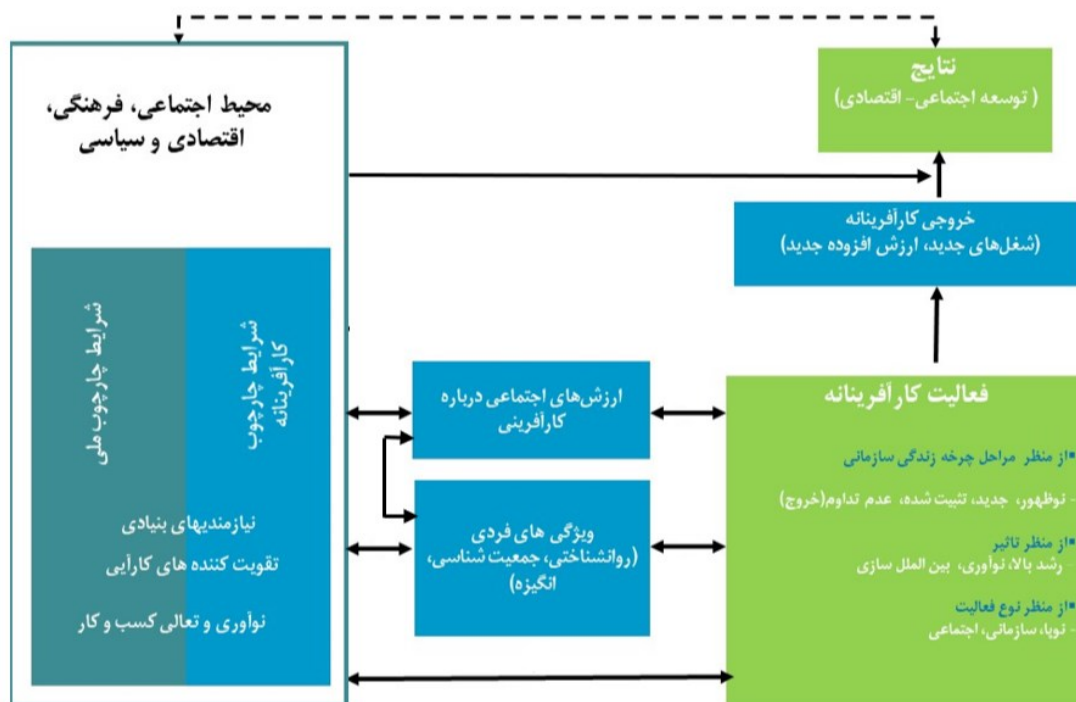


دسته بندی کشورها از لحاظ سطح توسعه اقتصادی مطابق نظریه  
مایکل پورتر



شکل ۲: مراحل توسعه اقتصادی کشورها برحسب تولید ناخالص ملی سرانه در تعریف مایکل پورتر

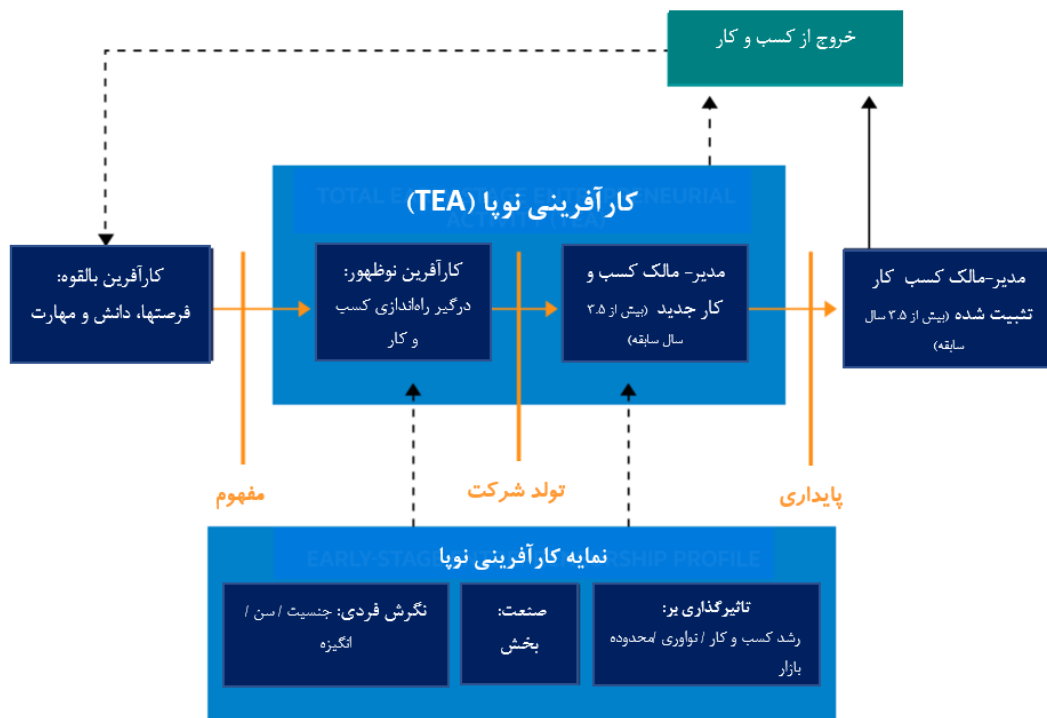
چارچوب مفهومی دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۵ دوباره اصلاح شد. در این بازنگری، به عواملی چون فرهنگ ملی و نقش ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی توجه شده است. همچنین تاثیر زمینه اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بر فعالیتهای کارآفرینانه مد نظر قرار گرفت چراکه از دیدگاه انسان‌شناسی، توجه به عوامل اجتماعی و فرهنگی ایجاد کسب و کار جدید، به درک کارآفرینی، شکل‌گیری و رشد کسب و کارها کمک شایانی می‌کند (Thornton, Ribeiro-Soriano, and Urbano, 2011). همانطور که گفته شد در طی بیست سال گذشته، این چارچوب مفهومی و همچنین تعاریف پایه‌ای مرتبط با آن به تدریج تکامل پیدا کرده است. این دیدگاه تکاملی توسط شبکه بزرگی از پژوهشگران که از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در پژوهش‌های خود استفاده کردند مورد حمایت قرار گرفته است و منجر به ساخت پارادیم کارآفرینی شده است (Bosma, Jones, Autio & Levie, 2008). نتایج بدست آمده از تحقیقات GEM، در ارزیابی و بررسی تاثیر سیاست‌ها و ابتکار عمل سیاست‌گذاران، تاثیر قابل توجهی دارد.



شکل ۳: چارچوب مفهومی اصلاح شده دیده بان جهانی کارآفرینی

## سنجش کنش کارآفرینانه

در شکل ۴، شاخص‌های کلیدی برای توسعه کسب و کار از مرحله مفهوم و آغاز کسب و کار، سپس راه‌اندازی کسب و کار جدید، رسیدن به مرحله بلوغ و تثبیت کسب و کار، و در نهایت خروج از کسب و کار نشان داده شده است. خروج آگاهانه برای کارآفرین تجربه و یادگیری به همراه دارد. یکی از شاخص‌های مهم در مطالعات GEM، میزان جمعیت بزرگسال شاغل در حال راه‌اندازی یا آغاز کسب و کار جدید است.<sup>۱</sup>



شکل ۴: فرآیند کارآفرینی و شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی

## داشبورد شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی

داشبورد شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس چارچوب مفهومی GEM، از یک طرف اکوسیستم کارآفرینی و از سوی دیگر، شاخص‌های کلیدی کارآفرینی را به صورت دقیق و جزئی نشان می‌دهد. به طور کلی، کارآفرینی پدیده‌ای پیچیده و چند بعدی است که به به شدت تحت تأثیر اکوسیستم کارآفرینی ملی کشورها توسعه یا تضعیف می‌شود (شکل ۵). لذا برای اندازه‌گیری آن شاخص‌های مختلفی بکار می‌رود. شاخص‌هایی که در این گزارش به کار گرفته شده‌اند به تفکیک در شکل ۶ نشان داده شده است.

<sup>1</sup> The proportion of the working-age adult population actively engaged in starting or running a new business

در ادبیات روانشناسی، به مجموع فعالیت‌های مربوط به هدف یا انگیزه‌های فردی، رفتار گفته می‌شود (Hersey and Blakchard, 1996). ادراک/ نگرش کارآفرینانه مانند قصد کارآفرینانه منجر به کنش یا اقدام کارآفرینانه می‌شود. به گفته پیتر دارکر، کارآفرینی رفتاری است که از سوی فرد یا تیم کارآفرین بروز پیدا می‌کند. در دیده بان جهانی کارآفرینی، شاخص فعالیت‌های کارآفرینی شامل هردو نوع کارآفرینی مستقل (استارت آپی و تثبیت شده) است. در جدول ۲، شاخص‌های ادراک و فعالیت کارآفرینانه به جزء توضیح داده شده است.



شکل ۶: کارآفرینی به عنوان پدیده پیچیده و چند بعدی



شکل ۵: شاخص‌های اصلی ارزیابی کارآفرینی در دیده‌بان جهانی کارآفرینی

جدول ۲: شاخص های ادراک و فعالیت کارآفرینانه

شاخص های فعالیت کارآفرینانه <sup>۱</sup>		شاخص های ادراکات کارآفرینانه	
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که در حال راه اندازی کسب و کار جدید هستند (یک کارآفرین نوظهور) یا کسب و کار جدیدی را کمتر از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارند، شروع کرده اند (مالک-مدیر یک کسب و کار جدید).	کارآفرینی نوپا <sup>۳</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که فرصت های خوب برای شروع یک کسب و کار را در جایی که زندگی می کنند، می بینند.	درک فرصت <sup>۲</sup>
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که در حال حاضر مالک-مدیر یک کسب و کاری هستند که حقوق و دستمزد یا هر نوع پرداخت دیگری بیش از ۴۲ ماه پرداخت کرده اند.	کارآفرینی تثبیت شده <sup>۵</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که باور دارند مهارت های مورد نیاز و دانش لازم برای راه اندازی کسب و کار را دارند.	درک قابلیت <sup>۴</sup>
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که کارمند هستند، و در یک فعالیت کارآفرینانه از قبیل توسعه یا ارائه کالای یا خدمات جدید به بازار، یا راه اندازی یک واحد جدید کسب و کار <sup>۸</sup> ، ایجاد تشکیلات جدید یا یک شرکت تابعه و فرعی درگیر هستند.	کارآفرینی سازمانی: EEA <sup>۷</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) (افراد) که درگیر هیچ مرحله ای از فعالیت کارآفرینانه نیستند) و در صدد هستند تا یک کسب و کار را طی سه سال آینده شروع کنند.	قصد کارآفرینانه <sup>۶</sup>
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) در یک فعالیت نوپا با یک هدف و آرمان اجتماعی درگیر هستند.	کارآفرینی اجتماعی	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که ترس از شکست مانع از	نرخ ترس از شکست <sup>۹</sup>

<sup>۱</sup> در دیده بان جهانی کارآفرینی، شاخص فعالیت های کارآفرینی شامل هر دو نوع کارآفرینی مستقل (استارت آپی و تثبیت شده) است.

۲. Perceived opportunities

۳. Total early-stage entrepreneurial activity

۴. Perceived capabilities

<sup>۵</sup> Established business ownership rate

۶. Entrepreneurial intention

<sup>۷</sup> Entrepreneurial employee activity – EEA

۸. New business unit

۹. Rate of fear of failure

شاخص‌های فعالیت کارآفرینانه <sup>۱</sup>		شاخص‌های ادراکات کارآفرینانه	
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که در حال راه‌اندازی کسب و کار جدید هستند (یک کارآفرین نوظهور) یا کسب و کار جدیدی را کمتر از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارند، شروع کرده‌اند (مالک-مدیر یک کسب و کار جدید).	کارآفرینی نوپا <sup>۳</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که فرصت‌های خوب برای شروع یک کسب و کار را در جایی که زندگی می‌کنند، می‌بینند.	درک فرصت <sup>۲</sup>
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که در حال حاضر مالک-مدیر یک کسب و کاری هستند که حقوق و دستمزد یا هر نوع پرداخت دیگری بیش از ۴۲ ماه پرداخت کرده‌اند.	کارآفرینی تثبیت شده <sup>۵</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که باور دارند مهارت‌های مورد نیاز و دانش لازم برای راه‌اندازی کسب و کار را دارند.	درک قابلیت <sup>۴</sup>
درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) که کارمند هستند، و در یک فعالیت کارآفرینانه از قبیل توسعه یا ارائه کالای یا خدمات جدید به بازار، یا راه‌اندازی یک واحد جدید کسب و کار <sup>۸</sup> ، ایجاد تشکیلات جدید یا یک شرکت تابعه و فرعی درگیر هستند.	کارآفرینی سازمانی: EEA <sup>۷</sup>	درصد جمعیت بزرگسال (۱۸ تا ۶۴ سال) (افراد) که درگیر هیچ مرحله‌ای از فعالیت کارآفرینانه نیستند) و در صدد هستند تا یک کسب و کار را طی سه سال آینده شروع کنند.	قصد کارآفرینانه <sup>۶</sup>
		راه‌اندازی کسب و کار آن‌ها شده است.	
در صد جمعیت بزرگسال ۱۸ تا ۶۴ سال است که در طی دوازده ماه گذشته کسب و کاری را از طریق فروش و تعطیل کردن آن و یا از طریق توقف و ادامه ندادن یک رابطه مدیریت/مالکیت کسب و کار متوقف کرده‌اند و از آن خارج شده‌اند.	نرخ خروج از کسب و کار <sup>۱</sup>	رتبه بالاتر در آن (عدد کوچک‌تر) نشان دهنده مقررات بهتر، معمولاً ساده‌تر، برای کسب و کارها و حمایت‌های قوی‌تر از حقوق مالکیت خصوصی است.	سهولت راه‌اندازی کسب و کار
		پیروی از الگوهای رفتاری یک فرد در جامعه	الگوی نقش

در گزارش سال ۹۶ (۲۰۱۷)، مطالعه خبرگان ملی، داده‌های شرایط چارچوب کارآفرینانه را در مقیاس لیکرت<sup>۱</sup> (به شدت ناکافی) تا ۹ (به شدت کافی) فراهم آورد. کیفیت شرایط/چارچوب کارآفرینانه بر اساس میانگین ارزش ادراکات و نظرات کارشناسان خبره کارآفرینی و کارآفرینان خبره بر اساس طیف لیکرت از ۱ (به شدت ناکافی) تا ۹ (به شدت کافی) است. در جدول ۳ شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی به تفصیل آورده شده است:

جدول ۳: شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی

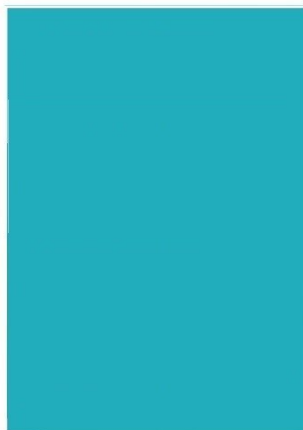
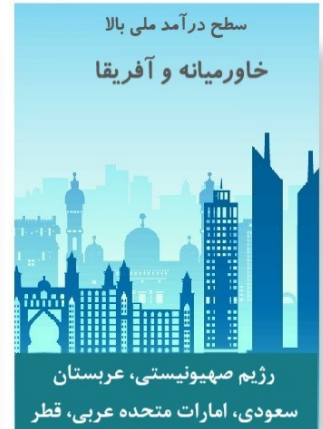
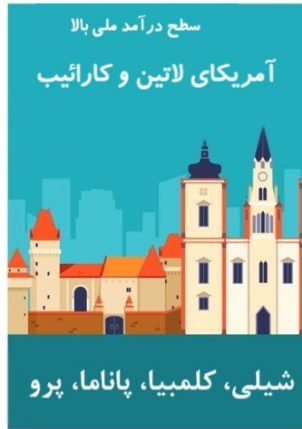
شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی			
میزان تحقیق و توسعه‌ای که به فرصت‌های تجاری منتهی شده و در دسترس کسب و کارها قرار می‌گیرد.	انتقال تحقیق و توسعه	در دسترس بودن منابع مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط	دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه
میزان آزادی شرکت‌های جدید در ورود به بازارهای موجود.	توان بازار داخلی یا مقررات ورود	وجود و کیفیت برنامه‌هایی در تمام سطوح دولتی که مستقیماً به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کنند.	برنامه‌های کارآفرینی دولت
آسانی دسترسی به منابع فیزیکی مانند ارتباطات، آب و برق، حمل و نقل، زمین و فضا در ازای مبلغ متناسب برای کسب و کارهای کوچک و متوسط	زیرساخت‌های فیزیکی:	میزان آموزش ایجاد یا مدیریت کسب و کارهای کوچک و متوسط در دوران مدرسه اعم از ابتدایی و دبیرستان	آموزش کارآفرینی در دوران مدرسه:
میزانی که هنجارهای اجتماعی و فرهنگی فعالیت‌های کسب و کار که می‌تواند درآمد و ثروت فردی را افزایش دهد را تشویق می‌کند.	هنجارهای اجتماعی و فرهنگی:	میزان آموزش ایجاد یا مدیریت کسب و کارهای کوچک و متوسط در دانشگاه و مدارس کسب و کار	آموزش کارآفرینی بعد از دوران مدرسه:
سطح تغییر سال به سال بازار	پویایی‌های بازار داخلی:	وجود قانون حقوق مالکیت، خدمات تجاری، حسابداری، ارزیابی و قانونی و نهادهایی که از شرکت‌ها حمایت کرده یا آن‌ها را ارتقا می‌دهند.	زیرساخت‌های قانونی و تجاری

<sup>1</sup> Business discontinuation rate

## تقسیم بندی کشورها

دیده بان جهانی کارآفرینی، وضعیت کارآفرینی در جهان را پایش می کند. از این رو به منظور مقایسه آسانتر شاخص های کارآفرینی می باید کشورهای جهان را دسته بندی نمود. تقسیم بندی کشورها در گزارش ۲۰۱۹ دیده بان جهانی کارآفرینی بر اساس سه سطح درآمد ملی پایین، متوسط و بالا بوده است. ایران در این دسته بندی در سطح درآمد ملی متوسط قرار دارد (شکل ۷).





شکل ۷: تقسیم بندی کشورهای شرکت کننده در پایش ۲۰۱۹ بر اساس سطح درآمد و منطقه جغرافیایی

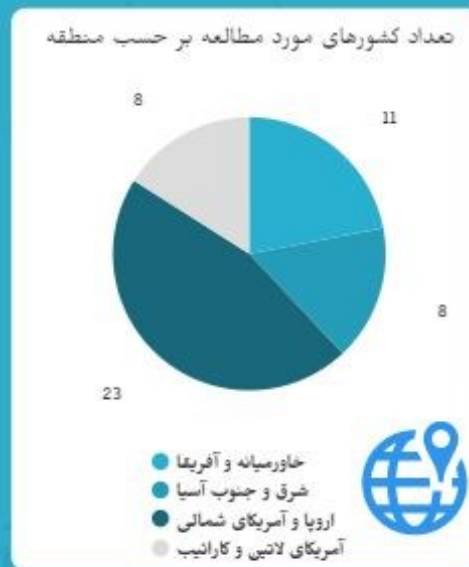
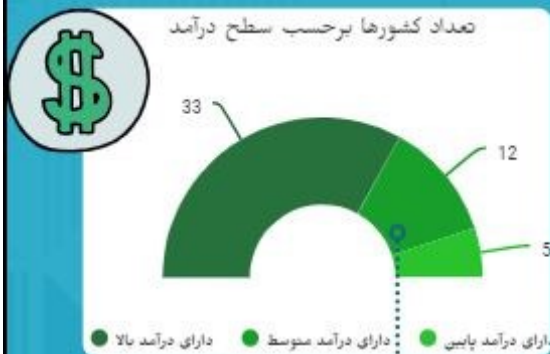
## جمع بندی

جهت پایش داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰، تعداد پنجاه اقتصاد در نظر سنجی APS شرکت کردند که بر اساس منطقه جغرافیایی و سطح درآمد ملی قابل تقسیم‌بندی هستند و نام آنها در شکل ۹ آورده شده است. همچنین بیش از ۱۵۰۰۰۰ نفر در مصاحبه‌های تحقیقاتی دیده‌بان جهانی حضور داشتند. این آمار گواه اعتبار و جامعیت بر یافته‌های GEM می‌باشد. خلاصه ای از وضعیت شرکت‌کنندگان در مطالعات دیده‌بان جهانی کارآفرینی به همراه محدوده و شرایط انجام این پایش، به عنوان جمع بندی و در قالب شکل ۸ قابل مشاهده می‌باشد. در فصل بعدی به ارزیابی تفصیلی محیط کسب و کار (اکوسیستم کارآفرینی) در کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی و ایران پرداخته خواهد شد.



# دیده بان جهانی کارآفرینی

## 2019/2020



شکل ۸: جمع بندی و خلاصه ای از وضعیت شرکت کنندگان در مطالعات دیده بان جهانی کارآفرینی



## فصل دوم:

### تحليل شرایط چارچوب کار آفرینانه



## مقدمه



کارآفرینی و فعالیت‌های مرتبط با آن در خلأ رخ نمی‌دهد بلکه متأثر از زیست بوم کارآفرینی و کسب و کار در جامعه می‌باشد. در واقع عوامل محیطی مانند عوامل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در خلق کسب و کار جدید و محیط کارآفرینانه، نقش کلیدی دارند. سالانه، همه کشورهای شرکت‌کننده در برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی حداقل با ۳۶ خبره کارآفرینی و یا کارآفرینان

خبره مصاحبه می‌کنند. نظرسنجی از خبرگان ملی کارآفرینی<sup>۱</sup>، برای ارزشیابی شرایط خاص ملی در نظر گرفته می‌شود. این نوع نظرسنجی تنها بر ویژگی‌هایی از محیط تمرکز می‌کند که اثر معنی‌داری بر رویکردها و فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. بر این اساس از خبرگان کارآفرینی و کارآفرینان خبره خواسته می‌شود دیدگاه خود را درباره مهمترین شرایطی که می‌تواند بر تسهیل (یا بازدارندگی) فعالیت کارآفرینانه و توسعه کشور اثر بگذارد را بیان نمایند. نظرسنجی از خبرگان کارآفرینی با استفاده از مقیاس لیکرت ۷ گزینه ای صورت می‌گیرد. در این فصل به تحلیل هر کدام از شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی (محیط کسب و کار) پرداخته می‌شود.

## تحلیل اکوسیستم کارآفرینی در جهان

ارتقای کارآفرینی در جامعه نیازمند برخورداری از اکوسیستم کارآفرینی مناسب است. براساس مدل دیده بان جهانی کارآفرینی، ۱۲ شاخص تعریف شده‌اند که نشان دهنده شرایط چارچوب یا اکوسیستم کارآفرینی کشورها هستند. میانگین شاخص‌ها و وضعیت هر شاخص برای کشورهای مختلف بر اساس سطح درآمد ملی آنها در قالب جدول ۴ نشان داده شده است. همانطور که دیده می‌شود وضعیت کشور در بخش زیرساخت‌ها و پویایی‌های بازار نیاز به توجه و توسعه بیشتر دارد و نسبت به میانگین جهانی، فاصله قابل توجهی دیده می‌شود.

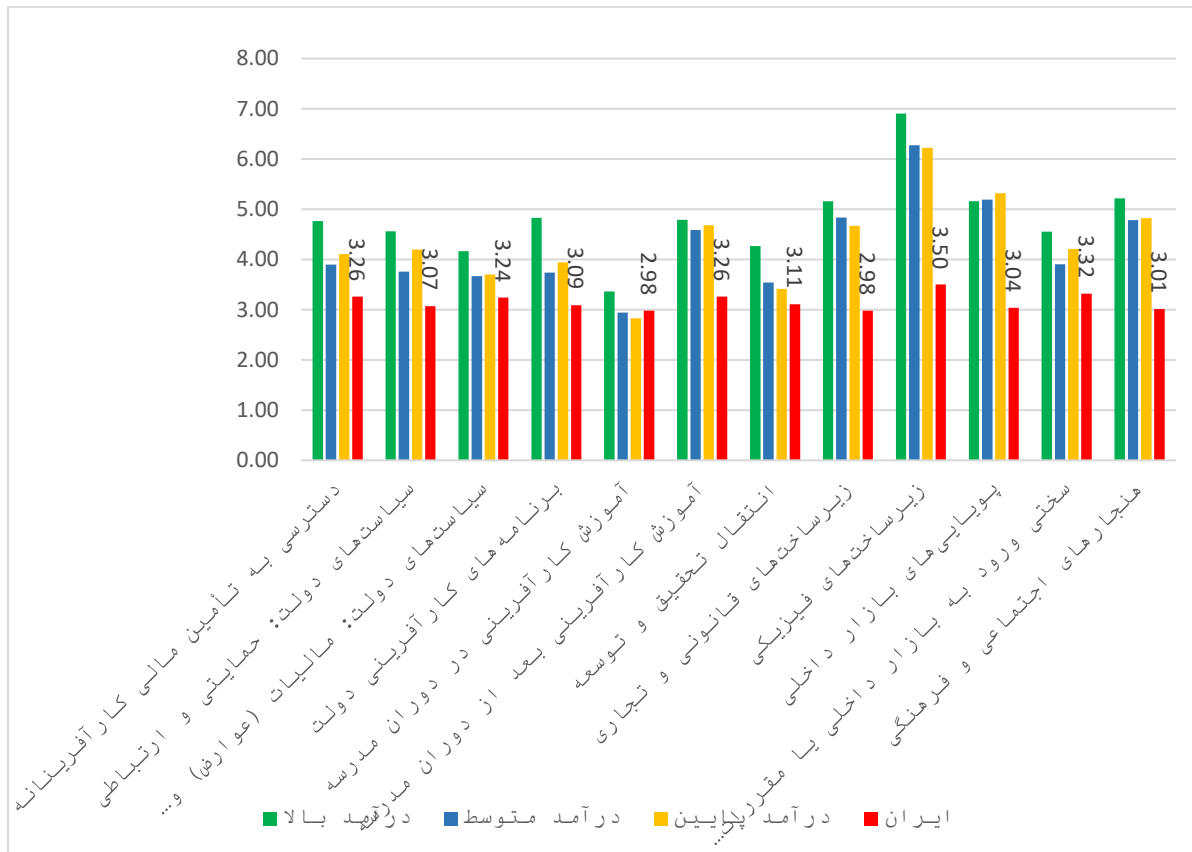
جدول ۴: شاخص های اکوسیستم کارآفرینی در سه سطح درآمد ملی کشورها

درآمد ملی						شرایط چارچوب کارآفرینانه
ایران	میانگین جهانی	بلا	متوسط	توپ	بوتوم	
۳/۲۶	۴,۲۶	۴/۷۷	۳/۹۰	۴/۱۱	۱. دسترسی به تأمین مالی کارآفرینی	
۳/۰۷	۴,۱۷	۴/۵۶	۳/۷۶	۴/۲۰	۲a. سیاست های دولت: حمایتی و ارتباطی	
۳/۲۴	۳,۸۴	۴/۱۶	۳/۶۷	۳/۷۰	۲b. سیاست های دولت: مالیات (عوارض) و دیوان سالاری	
۳/۰۹	۴,۱۷	۴/۸۳	۳/۷۴	۳/۹۴	۳. برنامه های کارآفرینی دولت	
۲/۹۸	۳,۰۴	۳/۳۶	۲/۹۴	۲/۸۳	۴a. آموزش کارآفرینی در دوران مدرسه	
۳/۲۶	۴,۶۸	۴/۷۹	۴/۵۸	۴/۶۸	۴b. آموزش کارآفرینی بعد از دوران مدرسه	
۳/۱۱	۳,۷۴	۴/۲۶	۳/۵۴	۳/۴۱	۵. انتقال تحقیق و توسعه	
۲/۹۸	۴,۸۹	۵/۱۶	۴/۸۳	۴/۶۷	۶. زیرساخت های قانونی و تجاری	
۳/۵۰	۶,۴۷	۶/۹۱	۶/۲۷	۶/۲۳	۷a. زیرساخت های فیزیکی	
۳/۰۴	۵,۲۲	۵/۱۶	۵/۱۹	۵/۳۲	۷b. پویایی های بازار داخلی	
۳/۳۲	۴,۲۲	۴/۵۶	۳/۹۱	۴/۲۱	۸. سختی ورود به بازار داخلی یا مقررات ورود	
۳/۰۱	۴,۹۴	۵/۲۱	۴/۷۹	۴/۸۲	۹. هنجارهای اجتماعی و فرهنگی	

### مقایسه اکوسیستم کارآفرینی ایران با متوسط اقتصادهای سه گانه

جدول ۵، وضعیت شاخص های چارچوب کارآفرینانه کشورهای شرکت کننده در پایش دیده بانی جهانی کارآفرینی ۲۰۱۹-۲۰۲۰ را به صورت مفصل نشان می دهد.

برای تمرکز بیشتر بر وضعیت کشور ایران، در نمودار ۱ شرایط چارچوب کارآفرینانه ایران با سه اقتصاد در وضعیت‌های درآمدی پایین، متوسط و بالا مقایسه شده است. نتایج حاکی از رتبه ۵۴ ایران (۳،۱۵) در میان ۵۴ کشور عضو سال ۱۳۹۸ است که نشان دهنده وضعیت وخیم ایران در این شاخص و لزوم توجه و بهبود آن می‌باشد. همانطور که مشاهده می‌کنید وضعیت ایران در دو فاکتور "زیر ساخت‌های فیزیکی" و "پویایی‌های بازار داخلی" مطلوب گزارش شده است. در این مقایسه دیده می‌شود که وضعیت ایران در مقایسه با سه اقتصاد دیگر در سطحی پایین‌تر قرار گرفته و در مقایسه با کشورهای با درآمد متوسط، در شاخص آموزش کارآفرینی در دوران مدرسه از دیگر کشورهای هم‌رده اش موفق‌تر عمل نموده است.



نمودار ۱: مقایسه میانگین اکوسیستم کارآفرینی ایران با میانگین اقتصادهای سه گانه کشورها

جدول ۵: شرایط چارچوب کارآفرینانه در بین ۵۰ اقتصاد شرکت کننده در پیمایش دیده بان جهانی کارآفرینی

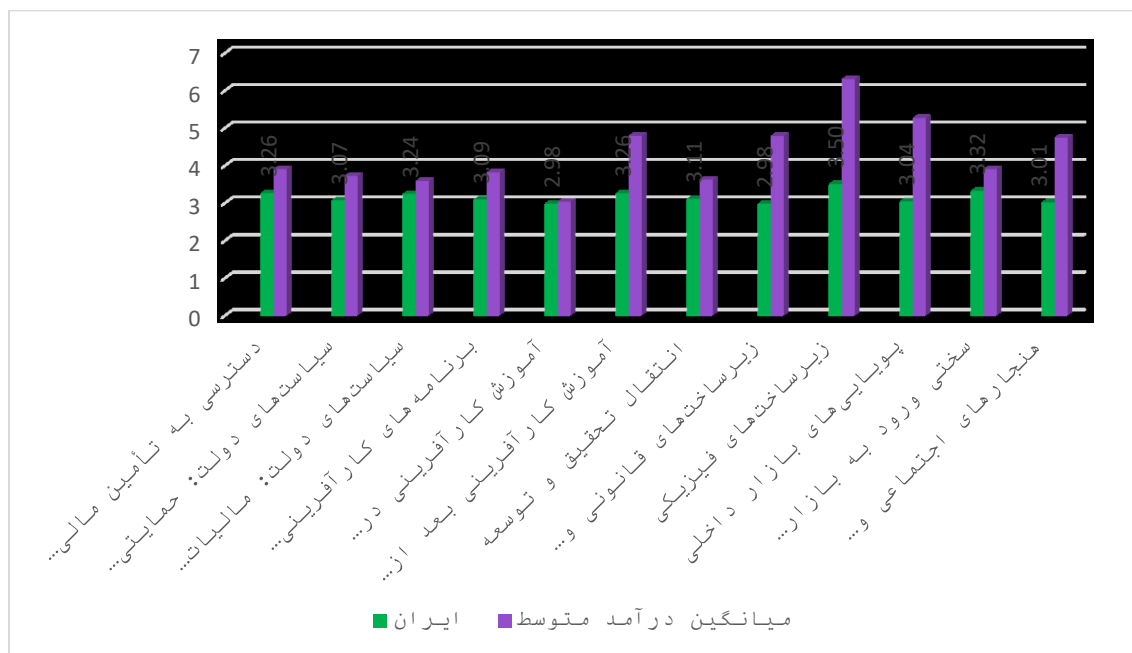
سطح درآمد	کشور	دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه	دولت: حمایتی و ارتباطی	سیاست‌های (عوارض) و مالیات	سیاست‌های دولتی	کارآفرینی دولتی برنامه‌های	دوران مدرسه کارآفرینی در آموزش	دوران مدرسه کارآفرینی بعد از آموزش	انتقال تحقیق و توسعه	قانونی و تجاری زیرساخت‌های	زیرساخت‌های فیزیکی	پویایی‌های بازار داخلی	مقررات ورود و بازار داخلی یا سختی ورود به فرهنگی	اجتماعی و هنجارهای
درآمد بالا	استرالیا	5.11	4.02	4.27	4.54	3.75	4.46	3.93	5.21	6.27	4.32	4.72	5.20	
	کانادا	5.28	5.17	4.46	4.70	4.28	5.00	4.23	5.51	7.03	5.09	4.84	6.29	
	شیلی	3.75	4.71	4.79	5.47	2.54	4.93	3.69	4.39	7.72	4.13	3.94	5.27	
	کلمبیا	3.39	5.00	3.11	4.53	3.05	5.29	3.56	4.02	5.76	4.50	3.94	4.74	
	کرواسی	4.15	3.04	2.46	3.41	2.00	3.28	2.61	3.97	6.38	5.51	3.37	2.63	
	قبرس	3.59	4.31	5.00	3.99	3.16	5.09	3.85	5.09	6.58	4.41	4.35	4.41	
	آلمان	5.31	4.07	4.15	6.21	2.71	4.80	4.78	6.29	6.45	5.79	5.13	4.78	
	یونان	3.88	3.56	2.43	3.50	2.62	4.45	4.30	4.92	6.06	5.15	4.00	4.35	
	ایرلند	4.84	4.11	4.50	5.35	3.03	4.65	4.22	4.97	5.54	4.84	4.83	5.66	
	رژیم صهیونیستی	5.11	4.06	3.05	4.15	2.98	4.43	4.67	5.62	7.09	4.80	4.16	7.60	
	ایتالیا	4.50	3.57	3.03	4.13	2.87	4.94	4.64	4.81	5.40	4.89	4.51	4.43	
	ژاپن	5.03	5.01	4.16	4.37	2.40	4.60	4.44	4.14	7.39	6.10	4.50	4.36	
	لاتویا	4.83	4.37	3.76	5.16	4.18	4.55	4.36	5.87	6.94	4.78	5.02	5.08	
	لوکزامبورگ	4.31	5.85	5.36	6.00	4.11	5.31	5.31	5.66	6.73	3.26	5.17	4.97	
	هلند	6.25	5.76	5.49	6.13	5.45	5.84	5.43	6.34	7.94	5.29	6.07	6.54	
	نروژ	5.49	5.05	4.48	5.43	5.18	5.71	4.66	6.21	7.79	5.13	4.80	6.31	
	عمان	4.31	4.46	4.15	4.44	3.47	4.40	4.07	4.56	6.16	5.56	4.02	5.71	
	پاناما	3.14	2.59	4.06	4.02	2.08	4.06	2.99	4.30	7.21	3.96	3.93	5.39	
	لهستان	4.94	4.14	2.88	4.30	1.80	3.20	3.53	4.48	7.00	6.53	4.07	3.99	
	پرتغال	4.85	4.26	2.42	4.41	2.63	4.64	3.69	5.00	7.12	4.17	3.74	3.61	
	پرتوریکو	3.38	2.52	1.20	2.86	1.44	3.73	3.16	3.76	4.67	5.07	2.78	3.55	
	قطر	5.40	6.03	6.09	6.05	5.24	6.27	5.21	5.70	7.52	5.92	5.09	6.36	
	جمهوری کره	5.06	6.45	4.57	5.40	3.43	4.19	4.18	4.37	7.39	7.49	4.21	4.79	
	عربستان سعودی	5.01	6.03	5.14	5.32	2.96	4.16	4.09	4.75	6.54	5.92	4.74	5.85	
	جمهوری اسلواکی	4.50	2.82	2.71	3.58	2.67	4.42	2.90	5.09	7.43	4.43	4.38	3.49	



سطح درآمد	کشور	دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه	دولت: حمایتی و ارتباطی	سیاست‌های دولتی: مالیات و (عوارض)	سیاست‌های دولتی	کارآفرینی دولت برنامه‌های	دوران مدرسه کارآفرینی در آموزش	دوران مدرسه کارآفرینی بعد از آموزش	انتقال تحقیق و توسعه	قانونی و تجاری زیرساخت‌های	فیزیکی زیرساخت‌های	پویایی‌های بازار داخلی	مقررات ورود بازار داخلی یا سختی ورود به فرهنگی	اجتماعی و هنجاری
درآمد بالا	جمهوری اسلواکی	4.50	2.82	2.71	3.58	2.67	4.42	2.90	5.09	7.43	4.43	4.38	3.49	
	اسلوانی	4.49	3.97	3.43	5.13	2.80	4.25	3.90	5.13	7.06	5.36	4.65	3.72	
	اسپانیا	4.87	5.33	5.17	5.96	2.65	5.45	5.26	6.04	6.95	5.31	5.05	4.82	
	سوئد	5.19	3.60	3.51	4.62	4.34	4.84	4.31	5.25	7.42	6.07	4.74	5.21	
	سوئیس	5.50	5.76	6.21	6.07	4.63	6.33	6.35	6.43	8.58	4.49	5.54	6.68	
	تایوان	5.55	5.99	5.55	5.72	3.91	5.17	5.44	5.73	8.24	6.08	5.37	6.08	
	مات متحده عربی	4.91	6.49	5.82	5.94	5.36	5.57	4.72	5.71	7.53	6.13	5.13	6.79	
	انگلستان	5.33	4.02	5.08	4.32	3.37	4.65	3.77	5.12	6.54	4.85	5.22	5.72	
درآمد متوسط	آمریکا	6.04	4.37	4.90	4.21	3.92	5.42	4.48	5.79	7.50	4.99	4.38	7.68	
	ارمنستان	3.74	4.34	5.48	3.73	2.74	3.64	3.10	5.80	7.18	5.05	4.53	6.21	
	آفریقای جنوبی	4.03	3.53	2.71	3.10	2.24	3.51	3.16	4.37	5.09	4.66	3.36	3.84	
	روسیه فدرال	3.71	3.22	3.05	3.84	2.97	4.21	2.96	4.94	6.08	6.03	3.35	4.08	
	مقدونیه شمالی	3.72	3.12	3.17	3.39	2.83	3.94	3.22	4.85	5.83	5.07	3.33	3.62	
	مکزیک	4.14	4.04	3.65	4.40	3.12	6.04	4.14	4.75	7.08	4.76	4.39	6.09	
	اردن	4.90	4.98	3.90	4.50	3.38	5.35	4.99	6.28	7.41	6.93	4.36	5.90	
	ایران	3.26	3.07	3.24	3.09	2.98	3.26	3.11	2.98	3.50	3.04	3.32	3.01	
	گواتمالا	2.56	2.39	3.37	2.94	2.75	5.06	2.55	4.43	5.53	3.51	3.17	4.47	
	اکوادور	2.88	3.31	2.66	3.44	3.49	5.39	3.10	4.44	6.97	4.99	3.70	5.92	
	چین	5.80	5.89	6.16	5.46	4.13	5.74	5.57	5.37	7.70	6.88	5.23	6.78	
	بلاروس	3.24	3.28	4.35	3.10	2.63	4.62	3.38	5.26	7.40	5.56	4.28	3.80	
درآمد پایین	برزیل	4.78	3.92	2.25	3.91	2.03	4.25	3.21	4.53	5.49	5.84	3.86	3.72	
	پاکستان	3.65	3.35	2.69	3.40	2.77	4.22	2.82	4.11	6.61	4.90	4.23	4.58	
	مراکش	3.61	3.71	3.84	3.75	2.32	4.13	2.93	4.78	6.42	4.82	3.26	3.82	
	ماداگاسکار	3.00	3.74	3.60	2.92	1.70	5.46	2.93	4.13	4.33	4.55	3.38	4.50	
	هند	5.73	5.98	5.10	5.53	5.12	5.65	5.31	5.80	6.91	6.60	5.70	6.20	
	مصر	4.54	4.21	3.27	4.12	2.23	3.94	3.07	4.54	6.86	5.72	4.48	5.00	

## اکوسیستم کارآفرینی ایران

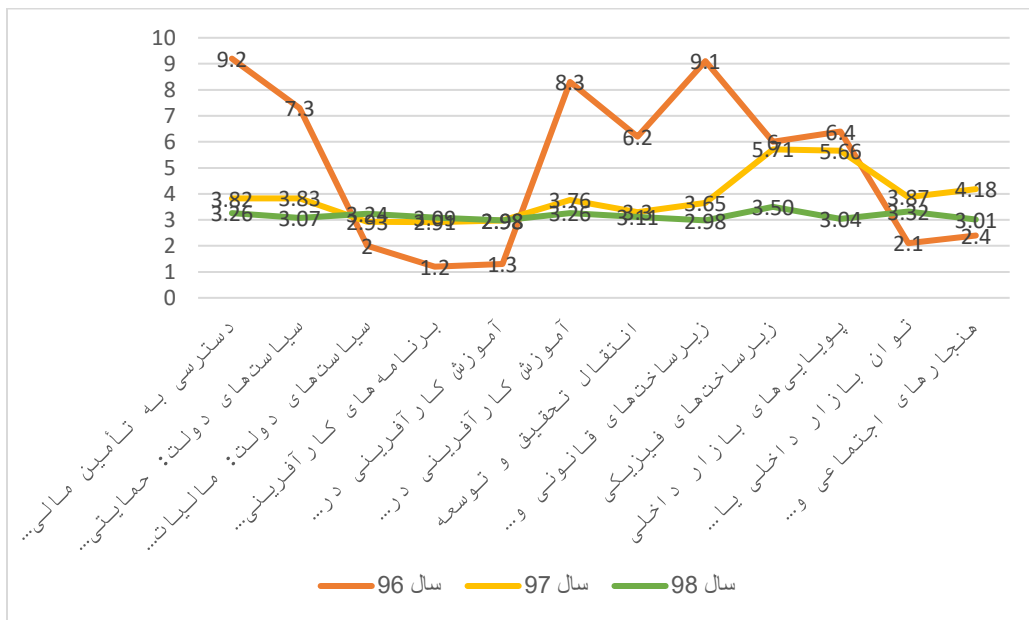
اکوسیستم کارآفرینی ایران تا اندازه زیادی متفاوت از سایر کشورهای منطقه است. نمودار ۲ نشان دهنده وضعیت اکوسیستم کارآفرینی در ایران در مقایسه با میانگین این شاخص‌ها در گروه کشورهای با درآمد متوسط می‌باشد. از ۱۲ شاخص اکوسیستم کارآفرینی گزارش شده، زیر ساخت‌های فیزیکی با میانگین ۳،۵۰ بالاترین مقدار را دارد ولی باز هم تا میانگین جهانی فاصله زیادی دیده می‌شود. آموزش کارآفرینی در دوران مدرسه با مقدار ۲،۹۸، نزدیکترین شاخص به میانگین جهانی کشورها با درآمد متوسط محسوب می‌شود.



نمودار ۲: وضعیت اکوسیستم کارآفرینی ایران در مقایسه با میانگین این کشورهای با درآمد متوسط

## اکوسیستم کارآفرینی ایران بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸

جدول ۶ نشان دهنده وضعیت اکوسیستم کارآفرینانه ایران در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ می‌باشد. با مقایسه این اکوسیستم در سال‌های متوالی، متوجه می‌شویم که ایران در شاخص‌های دسترسی به تأمین مالی، سیاست‌های حمایتی دولت، آموزش کارآفرینی در دوران بعد از مدرسه، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های قانونی تجاری، رشد خوبی را در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ تجربه کرده است. اما در شاخص‌های پویایی‌های بازار و زیر ساخت‌های فیزیکی در سال ۹۸ نسبت به ۹۶ با کاهش قابل توجهی مواجهه بوده است. نمودار ۳ این تفاوت‌ها را به شکلی گویاتر نشان می‌دهد.



نمودار ۳: روند تغییرات شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی از سال ۹۶ تا ۹۸

### مقایسه ایران با دیگر کشورهای درآمد متوسط

در ادامه گزارش به مقایسه هر یک از شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران با دیگر کشورهای که در سطح توسعه اقتصاد با درآمد متوسط قرار دارند پرداخته می‌شود. این کشورها عبارتند از روسیه فدرال، مقدونیه شمالی، مکزیک، اردن، ایران، گواتمالا، اکوادور، چین، بلاروس، برزیل.

## دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط



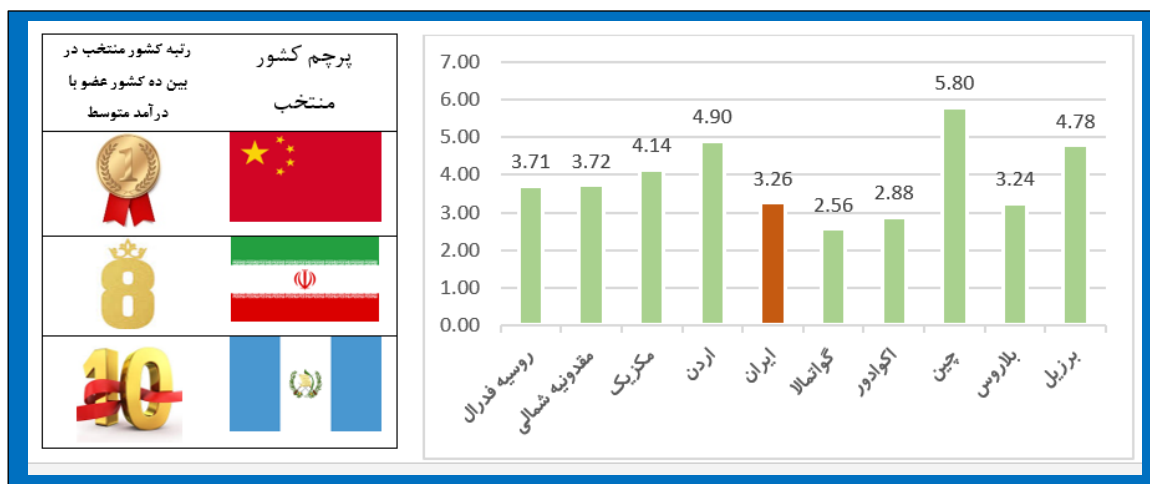
منابع مالی به عنوان یکی از مهمترین عوامل مؤثر در تخصیص فعالیت‌های اقتصادی به سوی فعالیت‌های کارآفرینانه شناخته می‌شود و برای شرکت‌های کوچک و متوسط بسیار مهم می‌باشد.

تأمین مالی مناسب یکی از مهمترین، سخت‌ترین و پیچیده‌ترین عناصر در فرآیند راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه است. از نظر شومپتر فعالیت‌های کارآفرینانه فراتر از فعالیت‌های عادی به تأمین مالی وابسته می‌باشند و اعتبار مالی اصولاً لازمه ترکیبی جدید است (Schumpeter, 1934: 70). منابع تأمین مالی بنگاه‌ها را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد: منابع خصوصی تأمین مالی؛ منابع داخلی تأمین مالی؛ منابع تأمین مالی از طریق سرمایه؛ منابع تأمین مالی از طریق بدهی.

دیده‌بان جهانی کارآفرینی چند گزاره اساسی در مورد اهمیت این شاخص دارد (Levie, 2008) که عبارتند از: ۱- هر قدر میزان حمایت مالی برای کارآفرینان در کشور بیشتر باشد نرخ فعالیت‌های کارآفرینی در آن کشور بیشتر خواهد بود. ۲- هر قدر میزان دسترسی به حمایت مالی برای کارآفرینان بالقوه در یک کشور بالاتر باشد نرخ کارآفرینی با رشد بالا در آن کشور بیشتر خواهد بود، ۳- هر قدر میزان دسترسی به منابع مالی برای کارآفرینان بالقوه در یک کشور بالاتر باشد، نسبت کارآفرینی با رشد بالا و همچنین نرخ کلی کارآفرینی در آن کشور بالاتر خواهد بود. امتیاز کشورهای عضو در مقیاس لیکرت ۹-۱ (امتیاز بیشتر به معنی کیفیت بهتر حمایت مالی از کسب و کارهای در حال رشد) تعریف می‌شود.

در نمودار ۴ امتیاز کلی تمام کشورهای درآمد متوسط در شاخص دسترسی به تأمین مالی کارآفرینانه نشان داده شده است. بالاترین رتبه این شاخص در بین پنجاه و دو کشورهای عضو، مربوط به کشور هلند است (۶,۲۵) که در گروه کشورهای با درآمد بالا قرار دارد. میانگین کلی این شاخص برای کشورهای با درآمد متوسط ۳,۹۰ می‌باشد. در کنار نمودار، رتبه کشور اول، دهم و رتبه کشور ایران به همراه پرچم آنها دیده می‌شود. همانطور که از نمودار نیز مشخص است کشور چین در بین کشورهای این دسته در رتبه اول و کشور گواتمالا رتبه آخر را دارد. ایران در بین این کشورها رتبه هشتم را به خود اختصاص داده است.

1. access to entrepreneurial financing



نمودار ۴: وضعیت ایران در شاخص دسترسی به تامین مالی کارآفرینانه در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### سیاست‌های دولتی: حمایتی و مرتبط به کسب و کارها در کشورهای با درآمد متوسط

سیاست‌های متمایز "توسعه کارآفرینی" موضوعی پرچالش است. سیاست‌های کارآفرینی شامل اقداماتی است که با هدف



سیاست‌های دولت به نوبه خود منجر به شکل دهی محیط نهادی می‌شود که در آن تصمیمات کارآفرینانه اتخاذ می‌شود.

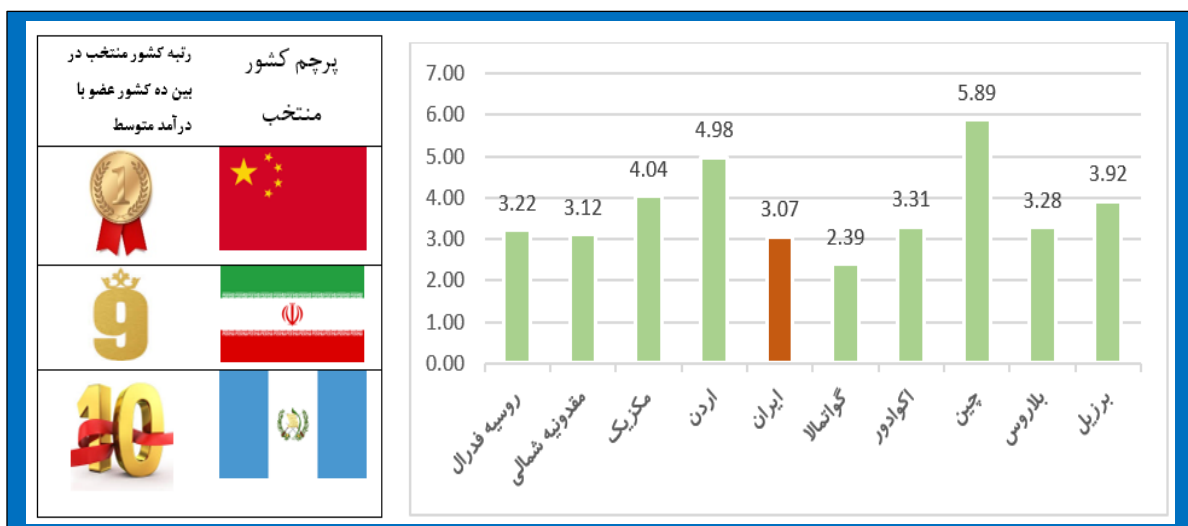
تأثیر مستقیم بر افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه و پیامدهای آن برای جامعه در یک کشور یا منطقه به اجرا گذاشته می‌شود (Lundstrom and Stevenson, 2005).

بالاترین رتبه این شاخص در بین پنجاه کشور عضو، مربوط به کشور امارت متحده عربی است (۶,۴۹) که در گروه کشورهای با درآمد بالا قرار دارد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۳,۷۶ است.

نمودار ۵ حاکی از وضعیت و کیفیت نامناسب سیاست‌های کلی دولت ایران در حمایت از کارآفرینی می‌باشند. در کنار نمودار ۵، رتبه کشور اول، دهم و رتبه کشور ایران به همراه پرچم آنها دیده می‌شود. همانطور که از نمودار نیز مشخص است کشور چین در بین

کشورهای این دسته در رتبه اول و کشور گواتمالا رتبه آخر را دارد. ایران در بین این کشورها رتبه نهم را به خود اختصاص داده است.

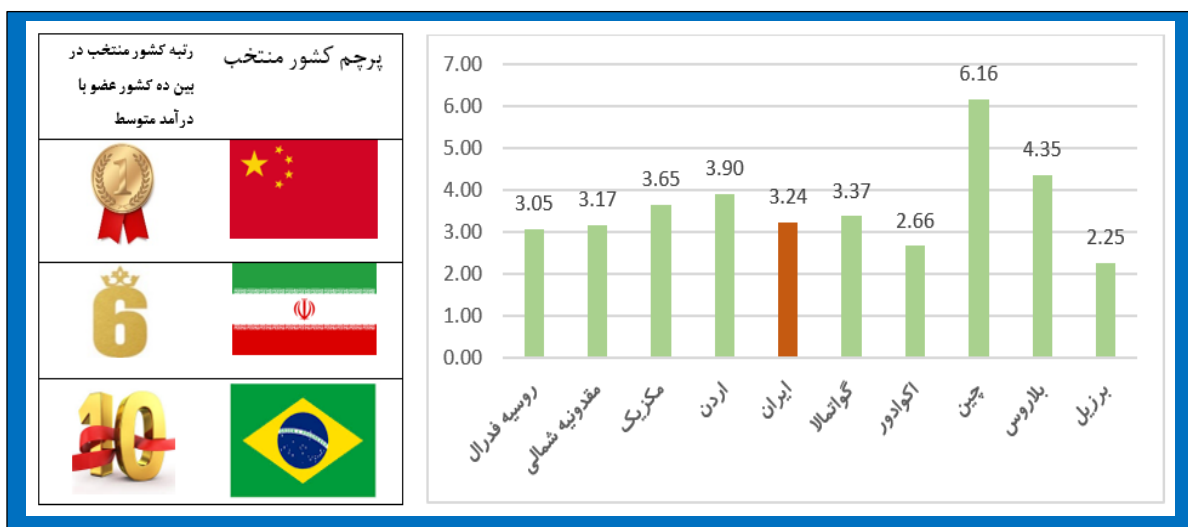
<sup>1</sup> Government policies: support and relevance



نمودار ۵: وضعیت ایران در سیاست‌های دولتی: حمایتی و مرتبط به کسب و کارها در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### سیاست‌های دولت: مالیات (عوارض) و بروکراسی<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

بر اساس اطلاعات نمودار ۶، ایران در این شاخص نسبت به کشورهای برزیل، اکوادور، روسیه و مقدونیه، وضعیت مطلوبی دارد. بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو متعلق به کشور سوئیس (۶,۲۱) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۳,۶۷ است.

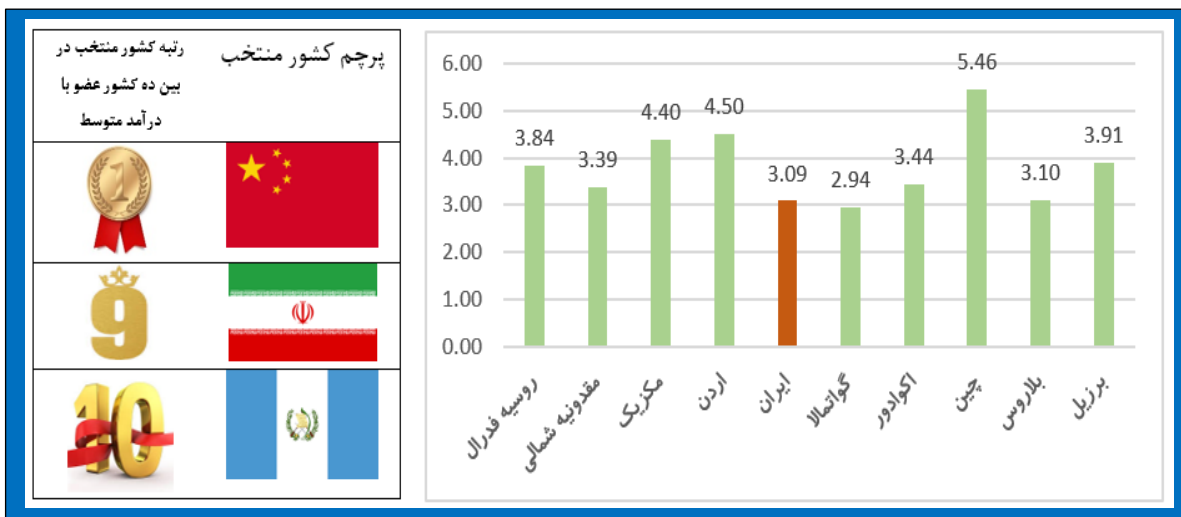


نمودار ۶: وضعیت ایران در سیاست‌های دولتی: مالیات (عوارض) و بروکراسی در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

1. Government policies: taxes and bureaucracy

## برنامه‌های کارآفرینی دولت<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

نمودار ۷ نشان دهنده وضعیت نامناسب ایران نسبت به دیگر کشورهای موجود در گروه درآمدی متوسط در زمینه برنامه‌های کارآفرینی دولت می‌باشد. در این شاخص نیز، وضعیت کشور ایران نسبت به همه کشورهای به غیر از گواتمالا پایین‌تر است. بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو متعلق به کشور آلمان (۶,۲۱) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۳,۷۴ است.



نمودار ۷: وضعیت ایران برنامه‌های کارآفرینی دولت در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

## آموزش کارآفرینی در مدارس<sup>۲</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

آموزش کارآفرینی در مدارس از دیدگاه دیدبان جهانی کارآفرینی میزان آموزش ایجاد یا مدیریت کسب و کارهای کوچک

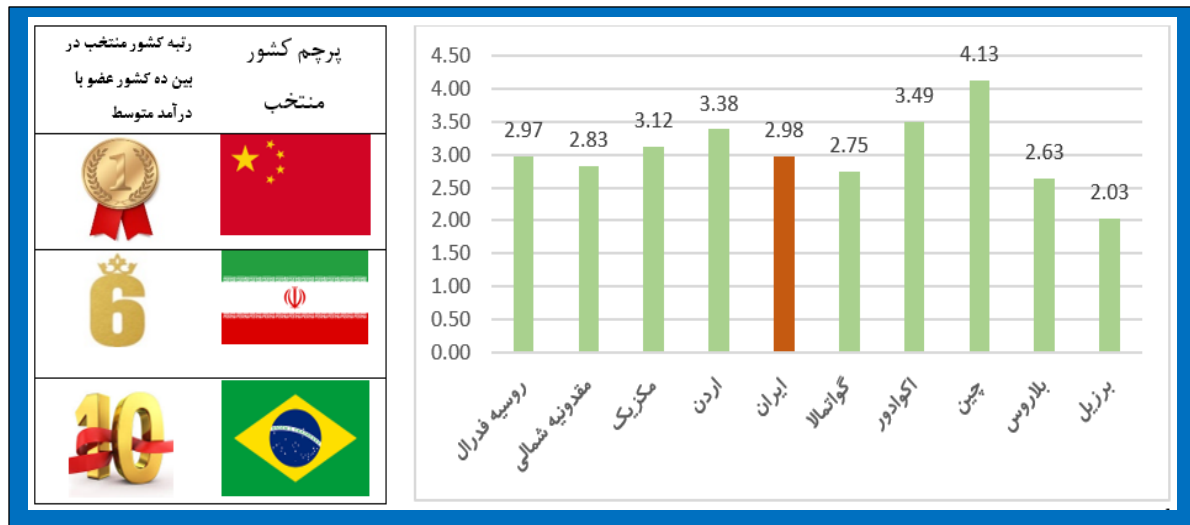


و متوسط توسط نظام آموزش و پرورش است. بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو، باز هم متعلق به کشور هلند (۵,۴۵) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۲,۹۴ است. نمودار ۱۰-۲ نشان دهنده وضعیت ایران نسبت به دیگر کشورهای گروه درآمدی متوسط می‌باشد. به نظر

1. Government entrepreneurship programs

2 Entrepreneurship education at school age

می‌رسد در این شاخص، وضعیت ایران مناسبتر از سایر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی است.



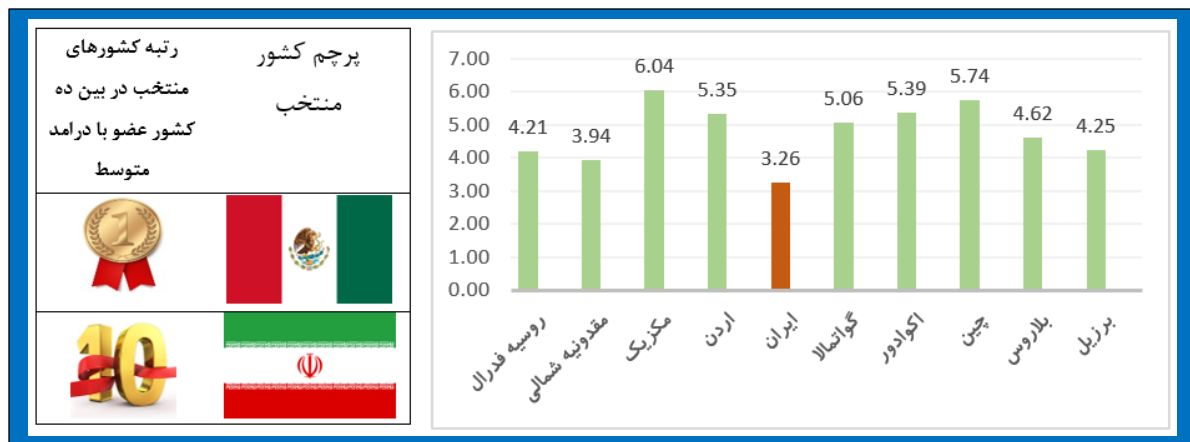
نمودار ۸: وضعیت ایران در زمینه آموزش کارآفرینی در مدارس در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### آموزش کارآفرینی بعد از مدرسه<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

بالاترین رتبه شاخص آموزش کارآفرینی بعد از دوران مدرسه، در بین کل کشورهای عضو، متعلق به کشور سوئیس (۶,۳۶) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۴,۵۸ است. نمودار زیر وضعیت ایران از نظر آموزش کارآفرینی بعد از مدرسه را در بین کشورهای با درآمد متوسط نشان می‌دهد. متأسفانه پایین‌ترین رتبه در بین این کشورها متعلق به ایران است. این وضعیت نامناسب، لزوم توجه بیش از پیش دولت و دانشگاه‌ها به امر آموزش کارآفرینی را نشان می‌دهد.

1. Entrepreneurship education at post school age





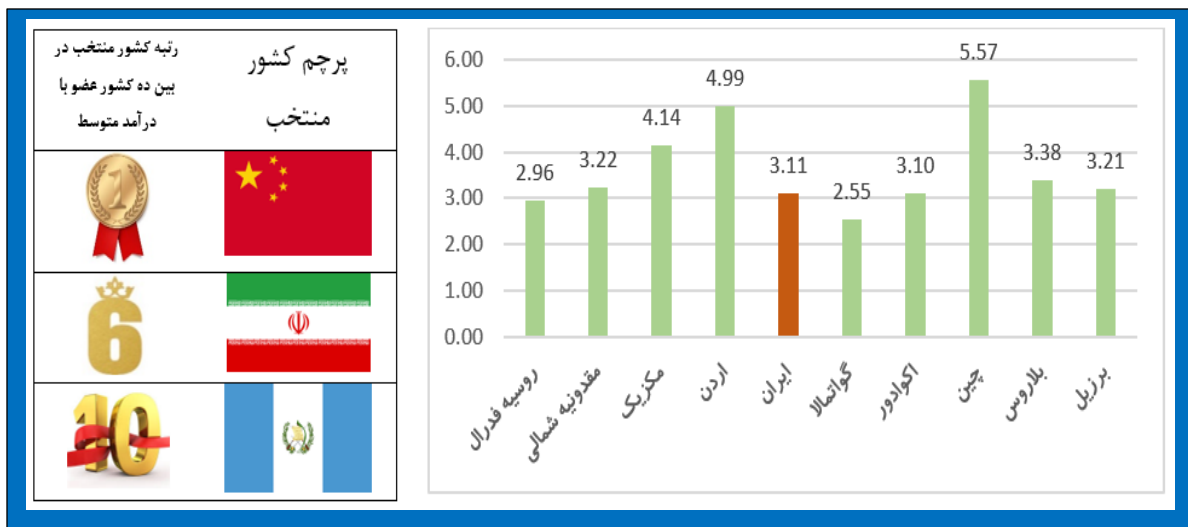
نمودار ۹: وضعیت ایران در زمینه آموزش کارآفرینی بعد از مدرسه در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### انتقال تحقیق و توسعه<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

تحقیق و توسعه، کار خلاقانه‌ای است که در یک چارچوب سیستماتیک سامان می‌یابد تا به دانش موجود در زمینه‌ی انسان، فرهنگ و جامعه بیفزاید و برای این دانش، کاربردهای تازه‌ای را ایجاد کند. دانش جدید غالباً در مؤسسات پژوهشی و یا شرکت‌های بزرگ ایجاد می‌شود. (Acs et al. 2006).

بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو، متعلق به کشور سوئیس (۶,۳۵) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۳,۵۴ است. نمودار ۱۰ وضعیت ایران را در این شاخص در بین کشورهای عضو در گروه درآمدی متوسط نشان می‌دهد. در این گروه کشور چین رتبه اول را داراست و از وضعیت مناسبی برخوردار است.

1. R&d transfer



نمودار ۱۰: وضعیت ایران در شاخص انتقال تحقیق و توسعه و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### زیرساخت‌های قانونی و تجاری<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

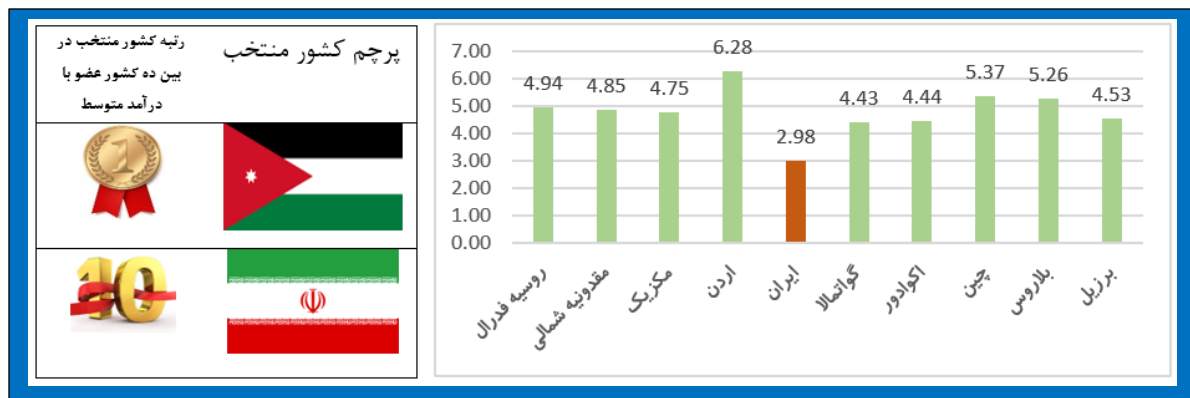


در دسترس بودن خدمات کسب و کاری خوب به کارآفرین اجازه می‌دهد بر فرآیند اصلی کسب و کارش تمرکز کرده و تبعاً به کارایی و بهره تخصصی (حاصل از فرآیند اصلی کسب و کار) دست یابد (Levie, 2008).

بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو، باز هم متعلق به کشور سوئیس (۶,۴۳) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۴,۸۳ است. نمودار ۱۱ گویای وضعیت نامطلوب کشور ایران در این شاخص اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. چنانچه دیده می‌شود ایران با فاصله زیادی از سایر

کشورهای موجود در این گروه قرار گرفته و با آنها تفاوت فاحشی دارد. این بدان معناست که قوانین و خدمات مرتبط با نهادها و دولت، حمایتگر شرکت‌های نوپا و کارآفرینانه نمی‌باشد و به رشد و توسعه این فرهنگ یاری نمی‌رساند. مطالعه و الگوگیری از سیاست‌ها و زیرساخت‌های کشورهای چوچون اردن که در گروه کشورهای با درآمد متوسط قرار گرفته و دارای فرهنگی مشابه ایران می‌باشد، می‌تواند به ارتقا این شاخص کمک نماید.

1. Commercial and legal infrastructure



نمودار ۱۱: وضعیت ایران در شاخص زیرساختهای قانونی و تجاری و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

### زیرساختهای فیزیکی<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

زیرساختهای فیزیکی (همانند حمل و نقل و زمین) و امکانات ارتباطی (همانند اینترنت، تلفن و خدمات پستی) برای موفقیت فعالیتهای کارآفرینانه و رشد فعالیتهای مخاطره آمیز حیاتی هستند. برای سنجش این بعد از شرایط چارچوب کارآفرینانه، به بررسی سهولت دسترسی به امکانات فیزیکی مانند ارتباطات، تسهیلات، حمل و نقل، زمین به قیمتی که متناسب با توان شرکتهای کوچک و در حال رشد باشد، پرداخته می شود (Bosma et al.2008).

بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو، متعلق به کشور سوئیس (۸،۵۸) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۶،۲۷ است. بر اساس داده های نمودار ۱۲، بازهم کشور ایران وضعیت نامطلوبی در این شاخص نسبت به سایر کشورهای گروه خود دارد. امید است برنامه ها و سیاست های دولت در راستای ارتقا این شاخص چیدمان گردد.

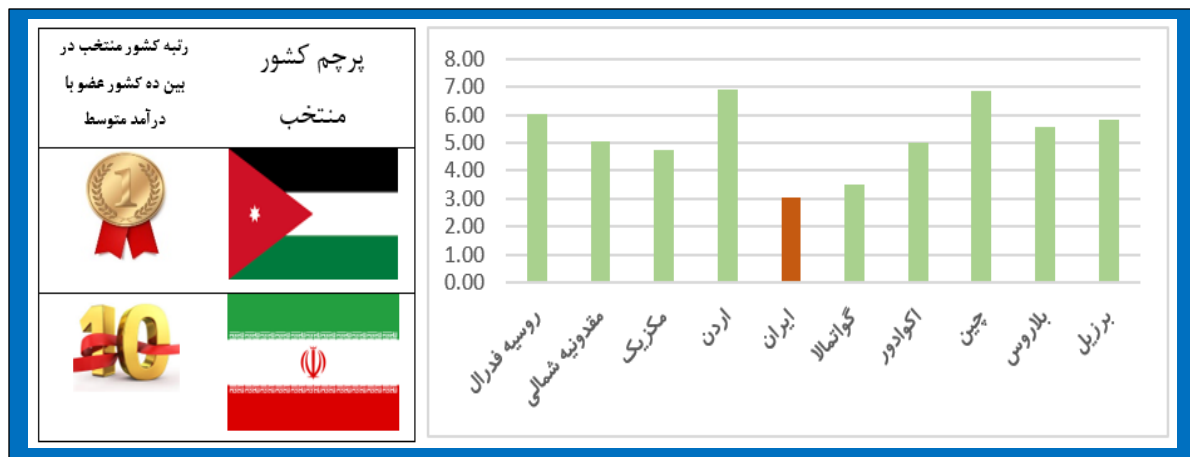


نمودار ۱۲: وضعیت ایران در شاخص زیرساختهای فیزیکی و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

پویایی‌های بازار داخلی<sup>۱</sup> و توان بازار داخلی یا مقررات ورود (باز بودن)<sup>۲</sup> در کشورهای با درآمد متوسط اقتصاددانان مکتب اتریش، پویایی بازار و ساختار صنعت را به عنوان عوامل محرک فعالیت‌های کارآفرینانه می‌دانند (Kirzner, 1997). رابطه‌ای دوطرفه بین ورود شرکت‌های جدید و پویایی بازار وجود دارد (Levie and Autio, 2008).

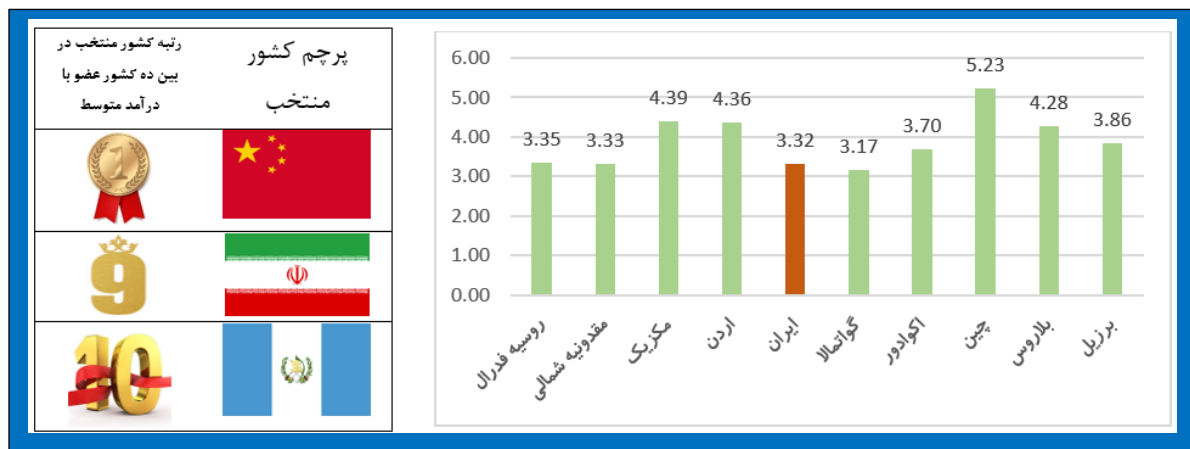
بالاترین رتبه شاخص پویایی‌های بازار در بین کل کشورهای عضو، متعلق به کشور جمهوری کره (۷,۴۹) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۵,۱۹ است. در این شاخص نیز ایران آخرین کشور در گروه اقتصادهای با درآمد متوسط است.

1. Internal market dynamics  
2. Internal market burdens or entry regulation



نمودار ۱۳: وضعیت ایران در شاخص پویایی‌های بازار و در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

این درحالی است که بالاترین رتبه شاخص توان بازار داخلی و ورود به آن، در بین پنجاه کشور عضو، متعلق به کشور هلند (۶,۰۷) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۳,۹۱ است. بالاترین رتبه این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط متعلق به کشور چین و آخرین رتبه مربوط به کشور گواتمالاست. ایران در جایگاه یکی مانده به آخر قرار گرفته است.



نمودار ۱۴: وضعیت ایران در شاخص توان ورود به بازار داخلی در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد ملی متوسط

## هنجارهای اجتماعی و فرهنگی<sup>۱</sup> در کشورهای با درآمد متوسط

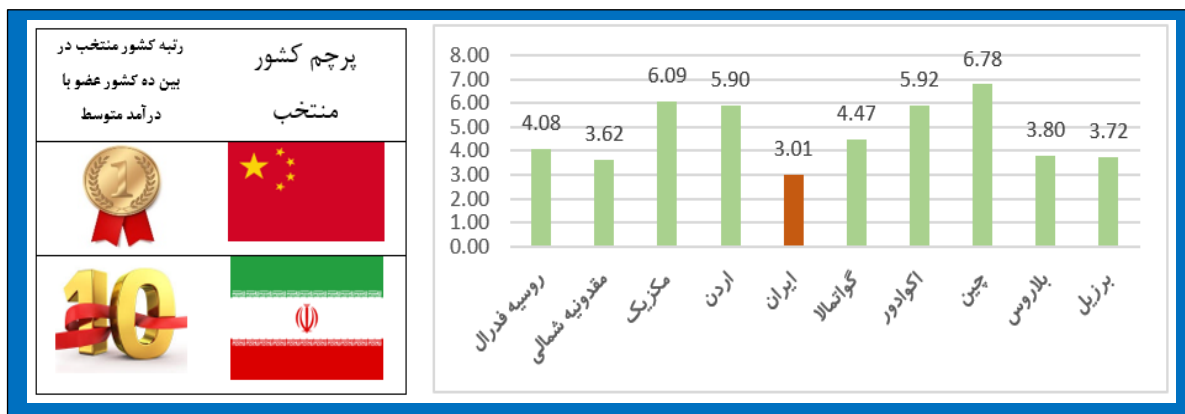
مطالعات بین‌المللی کارآفرینی نشان داده است که فرهنگ، ارزش‌ها، باورها، و هنجارهای یک کشور بر گرایش کارآفرینانه

فرهنگ: نظام مشترکی از باورها، ارزش‌ها، رسوم، رفتارها و موضوعاتی که اعضای یک جامعه در تطبیق با جهان‌شان و در رابطه با یکدیگر به کار می‌برند و از راه آموزش از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهند



مردم، مطلوبیت اجتماعی رفتارهای کارآفرینانه، و قصد افراد تأثیرگذار است (Ajzen, 1991). نگرش‌های مثبت فرهنگی نسبت به ابتکارات فردی، استقلال، نوآور بودن و تلاش فردی، بر درک مطلوبیت و به تبع آن تخصیص تلاش‌ها به کارآفرینی تأثیر خواهد گذاشت.

بالاترین رتبه این شاخص در بین کل کشورهای عضو، متعلق به کشور آمریکا (۷,۶۸) و در گروه کشورهای با درآمد بالا می‌باشد. میانگین این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۴,۷۹ است. نمودار ۱۵ نمایانگر وضعیت کشورهای با درآمد متوسط و ایران در این شاخص است.



نمودار ۱۵: وضعیت ایران در شاخص هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در مقایسه با سایر کشورهای عضو با درآمد متوسط

## جمع بندی

ایران از لحاظ اکوسیستم کارآفرینی از جایگاه نامطلوبی نسبت به کشورهای جهان و کشورهای هم‌گروه خود با سطح درآمد متوسط برخوردار است. با وجودی که از دیرباز تا کنون، کسب و کارهایی از جنس کارآفرینی در این کهن مرز و بوم ساری و جاری بوده است و ریشه در اندیشه‌های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی مردم دارد؛ اما هم‌اکنون کشور در مسیری ناامیدکننده در حال حرکت است. بنابراین لازم است تا دولت، موسسات آموزشی و سایر ارکان اکوسیستم کارآفرینی تعامل بیشتری باهم ایجاد کرده و در یک هم‌افزایی، شرایط تقویت اکوسیستم و فرهنگ کارآفرینانه کشور عزیزمان، ایران را فراهم نمایند.



## فصل سوم:

کارآفرینی، ارزش‌های اجتماعی و خود ادراکی





## مقدمه



اگرچه رویکردهای اجتماعی و ادراکات فردی مرحله مستقیمی در فرآیند کارآفرینی نیستند، با این حال نقش بسیار پر اهمیتی را در ایجاد فرهنگ کارآفرینی ایفا می‌کنند.

ارزش‌های اجتماعی و ادراکات افراد جامعه مانند خودکارآمدی کارآفرینانه، قصد کارآفرینانه و شایستگی درک، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب و کاری جدید، نقش مهمی در بروز فعالیت‌های کارآفرینانه در میان جامعه دارد. رویدادها و فعالیت‌های کارآفرینی توسط افرادی به وقوع می‌پیوندد که در یک فرهنگ و شرایط اجتماعی خاص زندگی می‌کنند. در یک جامعه، ادراکات مثبت یا منفی مردم نسبت به کارآفرینی، تأثیر قوی بر فعالیت‌های کارآفرینی دارد. براین اساس در آخرین مدل دیده بان جهانی کارآفرینی، مؤلفه ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه مورد توجه بیشتری قرار گرفته است.

### ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه

کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب

منزلت اجتماعی کارآفرینان

توجه رسانه‌ای به کارآفرینی

سطح استاندارد یکسان زندگی

### ادراک کارآفرینانه

درک فرصت کارآفرینانه

قابلیت کارآفرینانه

ترس از شکست

قصد کارآفرینانه

الگوی نقش

سهولت راه اندازی کسب و کار

## ارزش اجتماعی کارآفرینانه

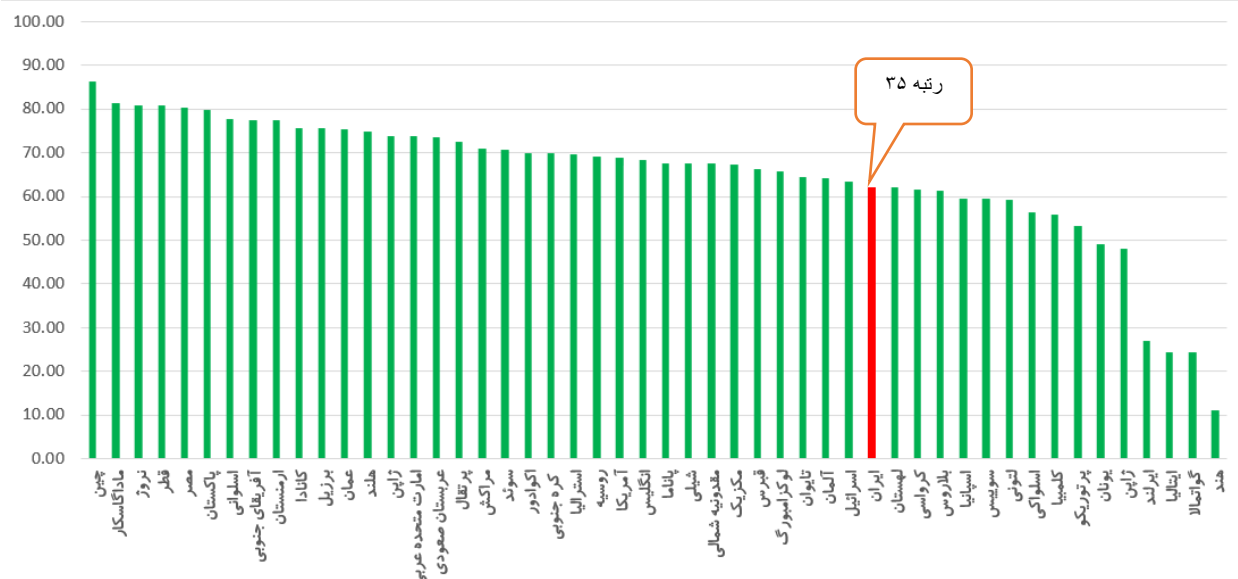
ارزش‌های اجتماعی واقعیت‌ها و اموری را تشکیل می‌دهند که مطلوبیت دارد و مورد درخواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه است و اثر بسزایی در بروز رفتارهای کارآفرینانه دارد (کوان و آرنیوس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). ادراکات اجتماعی، میزان جلب توجه و جذابیت کارآفرینی را اندازه‌گیری می‌نماید. شکل ۹ ابعاد و مولفه‌های ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه را به تصویر کشیده است.



شکل ۹: ابعاد و مولفه‌های ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه

در نمودار ۱۶ میانگین ارزش اجتماعی کارآفرینانه برای همه کشورهای عضو به ترتیب از زیاد به کم آورده شده است. همانطور که دیده می‌شود کشور چین دارای بالاترین رتبه و هند پایین‌ترین رتبه را داراست. ایران در بین ۵۰ کشور عضو دارای رتبه ۳۵ می‌باشد.

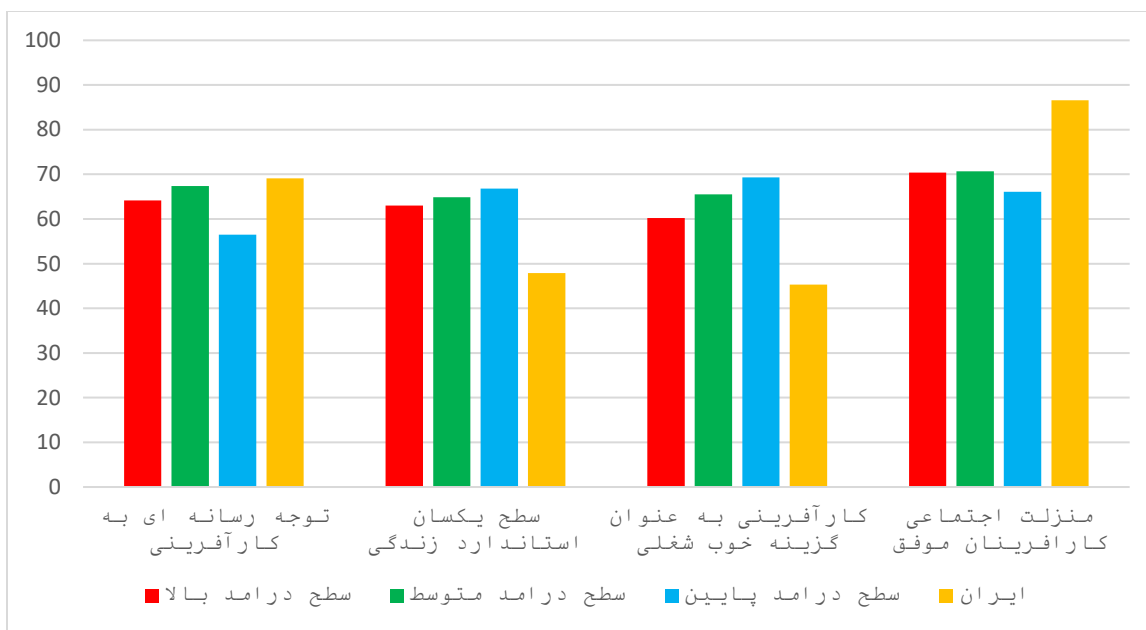
<sup>1</sup> Kwan and Arrhenius



نمودار ۱۶: میانگین ارزش اجتماعی کارآفرینانه برای پنجاه کشور عضو در دیده بان جهانی کارآفرینی

نتایج نشان می‌دهد، در میان ۵۰ کشور عضو، ایران در شاخص "توجه رسانه‌ای به کارآفرینی" رتبه ۲۳، در شاخص "منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان" رتبه ۵، در شاخص "سطح یکسان استاندارد زندگی" رتبه ۴۳ و در شاخص "کارآفرینی به عنوان یک گزینه مناسب شغلی" رتبه ۴۲ را در پایش سال ۱۳۹۸ دارد. نمودار ۱۷ نشان دهنده وضعیت ایران در چهار شاخص مطرح شده در مقایسه با اقتصادهای موجود در سه گروه درآمدی پایین، متوسط و بالا می‌باشد.

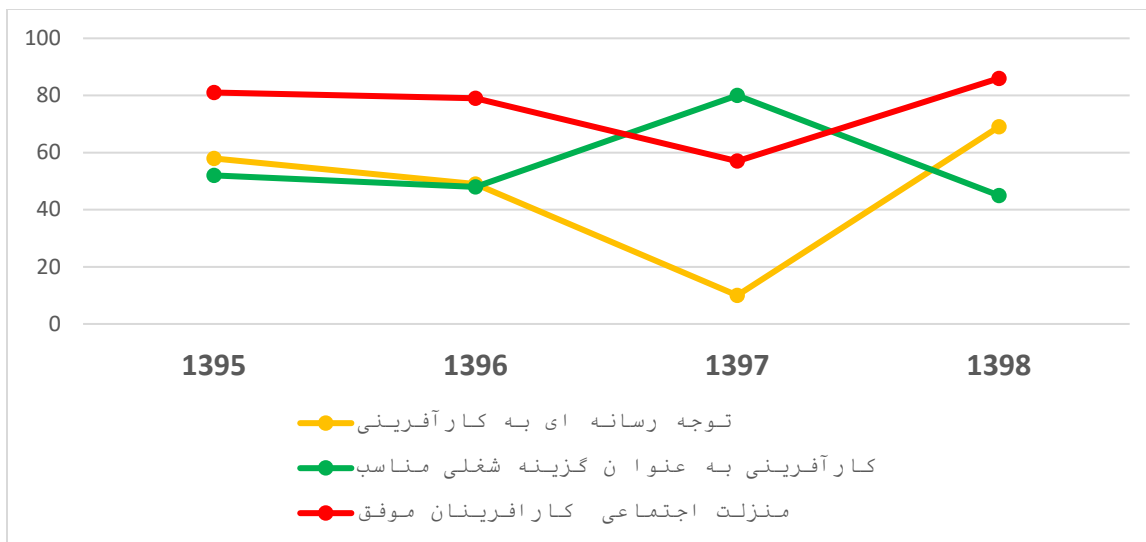
همانطور که از نمودار ۱۷ مشاهده می‌شود ایران در شاخص *منزلت اجتماعی کارآفرینان* موفق در وضعیت مطلوب‌تری نسبت به دیگر شاخص‌ها نسبت به میانگین سه گروه درآمدی قرار دارد. از آنجایی که ایران در گروه درآمد متوسط قرار دارد، نتایج حاصل از مقایسه ایران و این گروه، حکایت از بالابودن میزان دو شاخص *"منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق"* و *"توجه رسانه‌ای به کارآفرینی"* در ایران و نسبت به میانگین کلی این گروه دارد.



نمودار ۱۷: وضعیت ایران در شاخص میانگین مولفه‌های ارزش اجتماعی کارآفرینی در مقایسه با اقتصادهای موجود در سه سطح درآمدی

### ارزش اجتماعی کارآفرینی در ایران

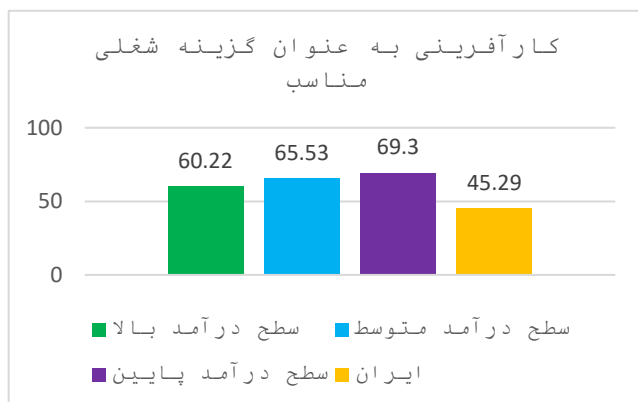
نمودار ۱۸ خط سیر تغییر مولفه‌های شاخص ارزش اجتماعی در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸ را نشان می‌دهد. همان طور که مشاهده می‌شود، کشور ایران در دو شاخص توجه رسانه‌ای و منزلت اجتماعی در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ رشد خوبی داشته است. اما متأسفانه در طی چهار سال گذشته ایران نتوانسته در شاخص کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب، رشد چندانی بدست آورد. در ادامه این فصل، هریک از این مولفه‌ها برای اقتصاد ایران در مقایسه با اقتصادهایی با درآمد پایین، متوسط و بالا و همچنین در مقایسه با دیگر کشورهای عضو در گروه درآمد متوسط به تفکیک بررسی خواهد شد.



نمودار ۱۸: خط سیر تغییرات مولفه‌های شاخص ارزش اجتماعی در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸

### کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی خوب

میزان محبوبیت و مشروعیت کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی مناسب فراخور وضعیت کشورها اعم از میزان توسعه یافتگی، فرهنگ و موقعیت جغرافیایی آنها متفاوت است. وقتی از افراد در مورد قضاوت آنها درباره میزان مقبولیت کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب پرسیده می‌شود، تقریباً اکثر جوامع جهان نظر مثبت ابراز می‌کنند. معمولاً کشورهایی که در وضعیت بهتر اقتصادی به سر می‌برند علاقه کمتری به کارآفرینی از خود نشان می‌دهند و بالعکس مردمان کشورها با وضعیت بدتر اقتصادی کارآفرینی را بیشتر به عنوان یک گزینه مناسب شغلی تلقی می‌کنند.



نمودار ۱۹: مقایسه وضعیت ایران با گروه‌های سه‌گانه در شاخص

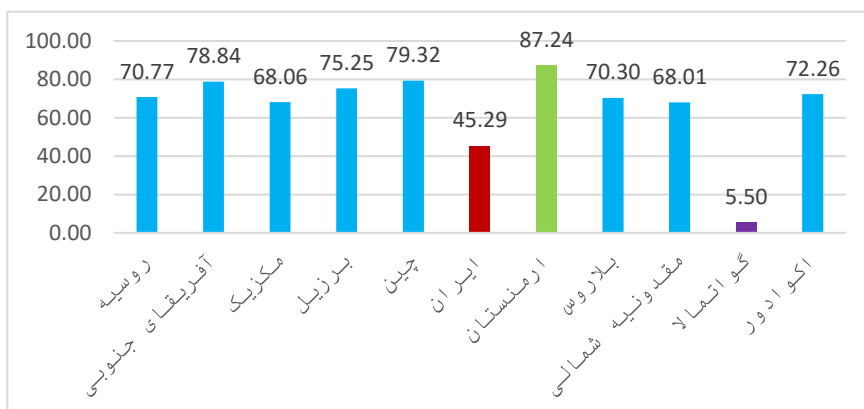
کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی خوب

نمودار ۱۹ نشان دهنده وضعیت شاخص کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی مناسب در سه سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا می‌باشد. همانطور که در

نمودار ۲۰ نشان داده شده است، ایران، حتی نسبت به کشورهای با سطح درآمد متوسط از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست. در این نمودار مشاهده می‌شود که رتبه اول این مولفه مربوط به کشور ارمنستان (۸۷،۴۲) و پایین‌ترین

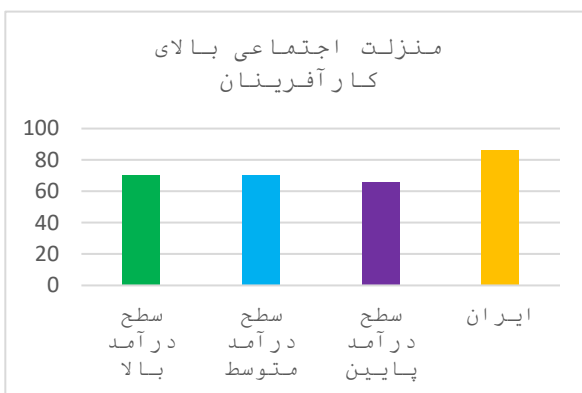
رتبه مربوط به کشور گواتمالا (۵،۵۰) می‌باشد. ایران در بین ۱۱

کشور عضو در گروه خود (سطح درآمد متوسط)، در رتبه دهم قرار می‌گیرد. و همانطور که در نمودار قبل نیز مشاهده شد، در طی چهار سال اخیر رشد چندانی در این شاخص بدست نیاورده است.



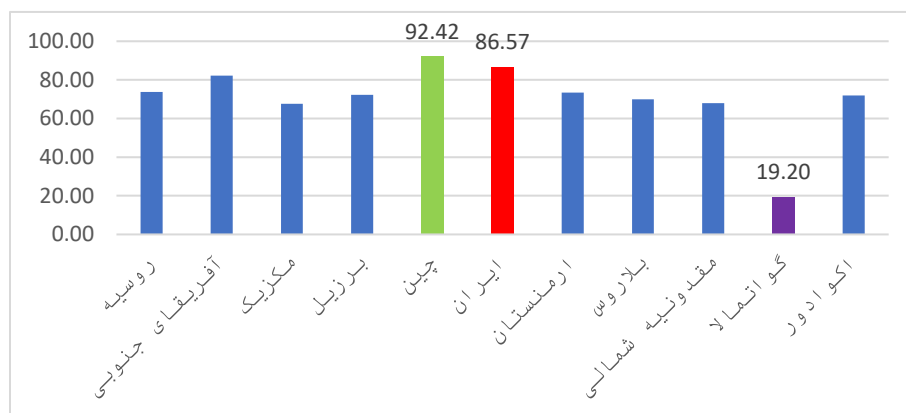
نمودار ۲۰: مقایسه ایران از منظر کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی خوب در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان



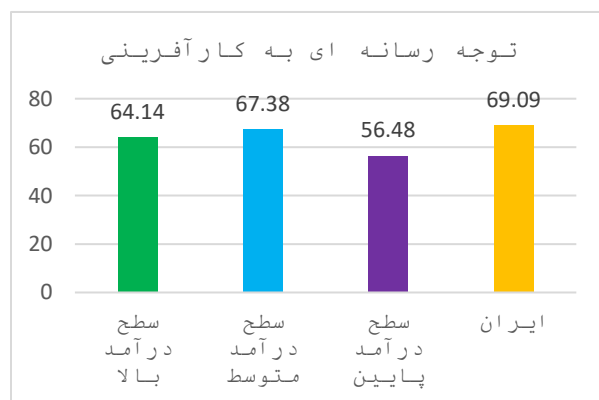
نمودار ۲۱: مقایسه وضعیت ایران با گروه‌های سه‌گانه در شاخص منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان

منزلت اجتماعی عبارت است از " داشتن مرتبه و اهمیت در جامعه یا گروه و داشتن امتیاز یا موقعیت در گروه. همانطور که در نمودار ۲۱ مشاهده می‌شود ایران در این مولفه نسبت به کشورهای دیگر دارای رتبه خوبی است. این درحالیست که کشور ایران در مقایسه با سایر کشورهای عضو در گروه سطح درآمدی متوسط ایران، رتبه دوم را داراست. رتبه اول متعلق به کشور چین و رتبه آخر به کشور گواتمالا تعلق دارد ( نمودار ۲۲). همانطور که قبلاً نیز اشاره شد، امسال در مقایسه با سالهای پیش کشورمان توانسته رشد خوبی را در این مولفه بدست آورد.



نمودار ۲۲: مقایسه ایران از منظر منزلت اجتماعی کارآفرینان در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### توجه رسانه‌ای به کارآفرینی

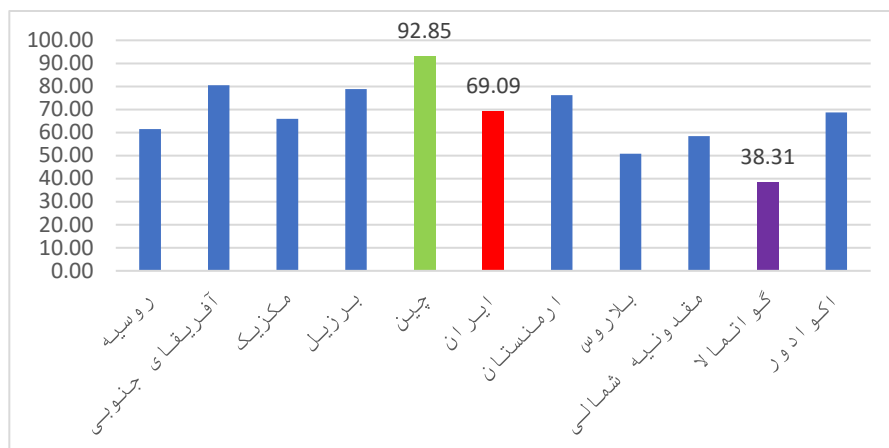


نمودار ۲۳: مقایسه وضعیت ایران با سه رده اقتصادی در شاخص توجه رسانه‌ای به کارآفرینی

گسترده‌گی و نفوذ روزافزون رسانه‌های جمعی مدرن و محصولات آن به عنوان برجسته‌ترین دستاوردهای جهان صنعتی و فناوری‌های فرهنگی و ارتباطی پرنفوذ، پدیده‌های فرهنگی را به گونه‌های مختلف تحت تاثیر قرار داده است. میزان این شاخص، فارغ از منطقه جغرافیایی کشورها یا سطح اقتصادی آن‌ها، معمولاً بالا گزارش می‌شود (Bosma et al., 2008).

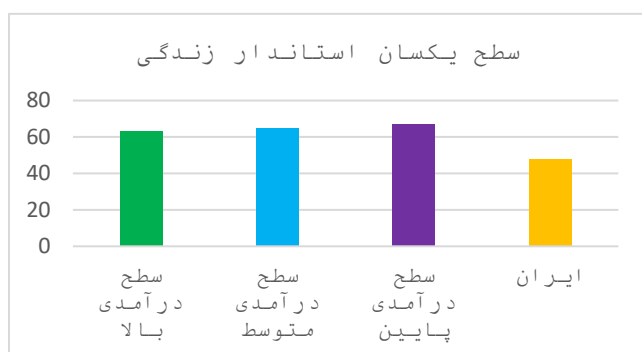
کشورهای با سطح درآمدی متوسط نسبت به دو گروه دیگر وضعیت بهتری در ان شاخص دارند و ایران در مقایسه با هر سه گروه رتبه بالاتری را بدست آورده است (نمودار ۲۳).

مقایسه ایران با سایر کشورهای عضو در گروه با سطح درآمدی متوسط نشان می‌دهد که در این گروه، کشور چین با کسب ۹۲٫۸۵ امتیاز در جایگاه اول قرار دارد و ایران توانسته با کسب امتیاز ۶۹٫۰۹ در جایگاه چهارم این گروه قرار گیرد. همانند سایر مولفه‌های شاخص ارزش‌های اجتماعی کارآفرینان، کشور گواتمالا، باز هم در جایگاه آخر قرار گرفته است (نمودار ۲۴). همانطور که قبلاً نیز اشاره شد، ایران توانسته در بین سال‌های ۹۵ تا ۹۸، رشد خوبی را در این مولفه بدست آورد.



نمودار ۲۴: مقایسه ایران از منظر توجه رسانه ای به کارآفرینی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### سطح یکسان استاندارد زندگی

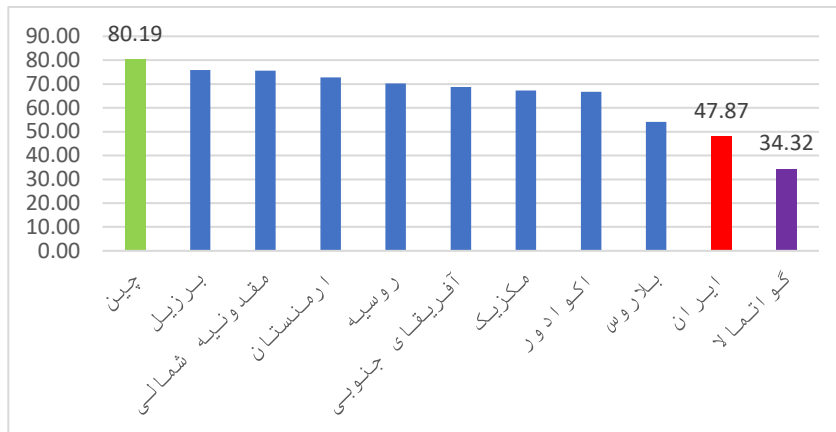


نمودار ۲۵: مقایسه وضعیت ایران با سه رده اقتصادی در سطح استاندارد یکسان زندگی

افرادی که در یک جامعه زندگی می کنند صرف نظر از میزان تلاش شان چقدر ترجیح می دهند از استانداردهای یکسانی برای زندگی برخوردار باشند. چنین نگرش و باوری، ضد کارآفرینانه است و لذا شاخص معکوسی است نمودار ۲۵ بررسی این شاخص در سه گروه از کشورها با سطوح درآمدی مختلف را نشان می دهد. مطابق نمودار مزبور، در این مولفه، ایران از جایگاه مطلوبی برخوردار است. این بدان معناست که تقریباً ۵۰ درصد مردم احساس باور دارند که آحاد جامعه بسته به میزان تلاش و کوشش بیشتری که دارند باید از سطح استاندارد و رفاه بالاتری در زندگی برخوردار باشند.

طبق نمودار ۲۶، مشخص می شود ایران در مقایسه با سایر کشورهای عضو در گروه با سطح درآمدی متوسط دارای رتبه دوم و امتیاز ۴۷،۸۷ است که رتبه ای مناسب است. در این گروه رتبه یازدهم متعلق به کشور چین با امتیاز ۸۰،۱۹ و رتبه نخست متعلق به کشور گواتمالا و با امتیاز ۳۴،۳۲ می باشد. به این ترتیب، رتبه ایران در این شاخص در سطح جهانی و در سطح کشورهای با درآمد متوسط بسیار مناسب می باشد.



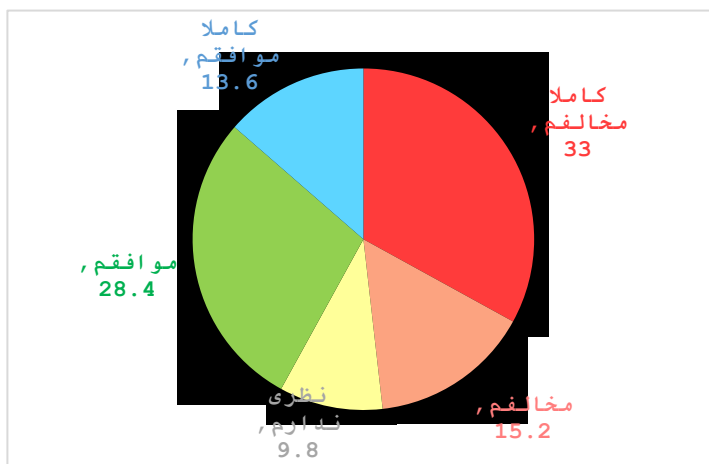


نمودار ۲۶: مقایسه ایران از منظر شاخص سطح استاندارد یکسان زندگی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### ایجاد کسب و کار با هدف حل مسایل اجتماعی

در بررسی ادراکات و ارزشهای اجتماعی کارآفرینی در ایران، پرسشی به این مضمون از شرکت کنندگان پرسیده شد:

« در کشور، کسب و کارهایی وجود دارند که هدف اولیه آنها، حل معضلات اجتماعی است.»  
 جوابها براساس طیف لیکرت دسته بندی شدند که به شکل نمودار ۲۷ قابل مشاهده هستند.



نمودار ۲۷: ایجاد کسب و کار جدید با هدف حل مسائل اجتماعی

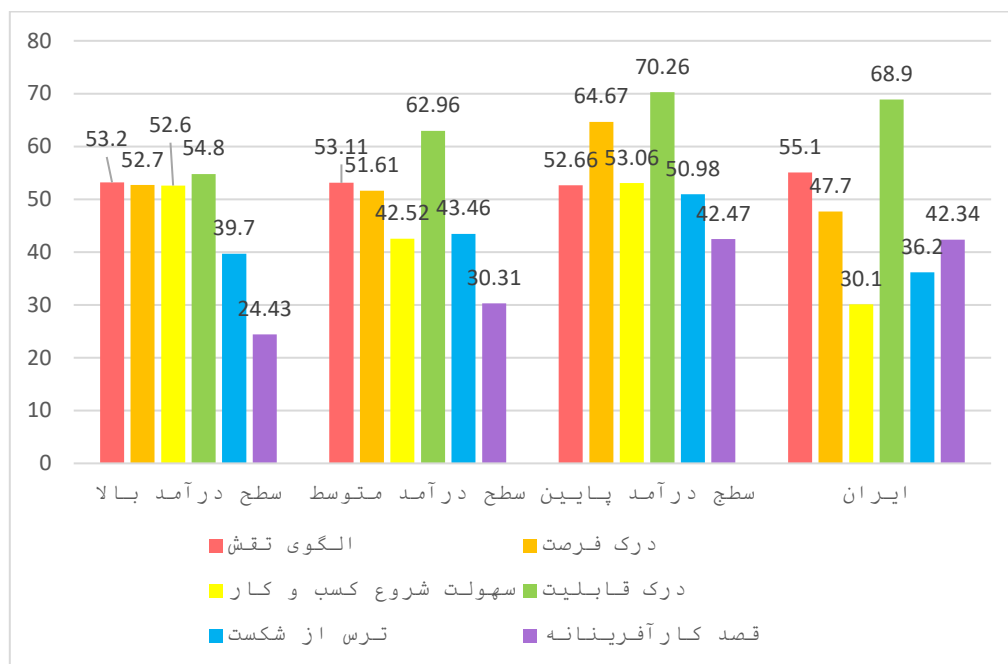
### ادراکات کارآفرینانه

مؤلفه‌های خود ادراکی کارآفرینانه در قالب درک فرصت‌های کارآفرینانه، درک قابلیت‌های کارآفرینانه، ترس از شکست، قصد کارآفرینانه، درک از سهولت راه‌اندازی کسب و کار و الگوی نقش مورد بررسی و سنجش قرار می‌دهد.

### ادراکات کارآفرینانه در ایران

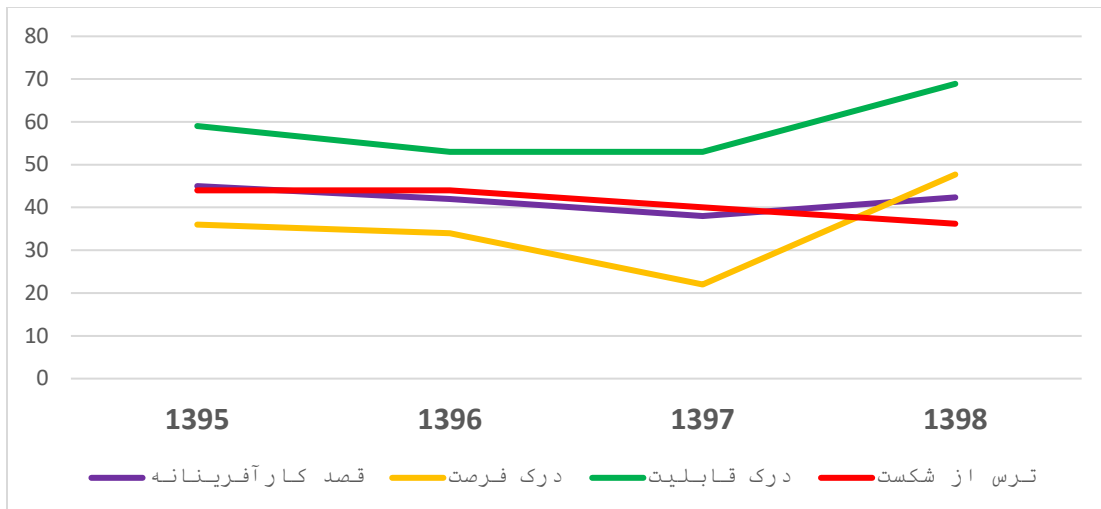
نمودار ۲۸ نشان دهنده وضعیت ایران در شاخص ادراکات کارآفرینانه و میانگین این شاخص در سه سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا می‌باشد. ایران در شاخص "الگوی نقش" بهترین وضعیت را نسبت به سه دسته دیگر دارد. همچنین در دو شاخص "قصد کارآفرینی" و "درک قابلیت‌های کارآفرینانه" نسبت به کشورهای با سطح درآمدی بالاتر وضعیت بهتری

دارد. اما ایران در دو شاخص "ترس از شکست" و "سهولت شروع کسب و کار" امتیازهای بسیار پایین تری نسبت به میانگین های جهانی و میانگین گروه خود با سطح درآمدی متوسط کسب کرده است.



نمودار ۲۸: وضعیت شاخص ادراکات کارآفرینانه ایران و میانگین این شاخص در سه سطح درآمدی

در نمودار ۲۹ روند تغییرات شاخص ادراکات کارآفرینانه در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸ آورده شده است. همان طور که مشاهده می شود ایران در سال ۹۸ رشد خوبی را در شاخص های درک فرصت و درک قابلیت کارآفرینانه تجربه کرده است؛ درحالی که در مولفه ترس از شکست، سیری نزولی را در طی این چهار سال پیموده است. در مولفه قصد کارآفرینانه تغییر محسوسی مشاهده نمی شود و به نظر می رسد ایران در این مولفه روندی ثابت را در طی این سالها داشته است. در ادامه گزارش، و وضعیت هریک از این شش مولفه برای ایران در مقایسه با همه پنجاه کشور عضو در کنسرسیوم جهانی کارآفرینی و همینطور در مقایسه با دوازده کشور همبرده ایران در گروه اقتصادی با سطح درآمد متوسط مورد بررسی و تحلیل قرار می گیرد.



نمودار ۲۹: روند تغییرات شاخص ادراکات کارآفرینانه در ایران در طی سالهای ۹۵ تا ۹۸

### درک فرصت های کار آفرینانه

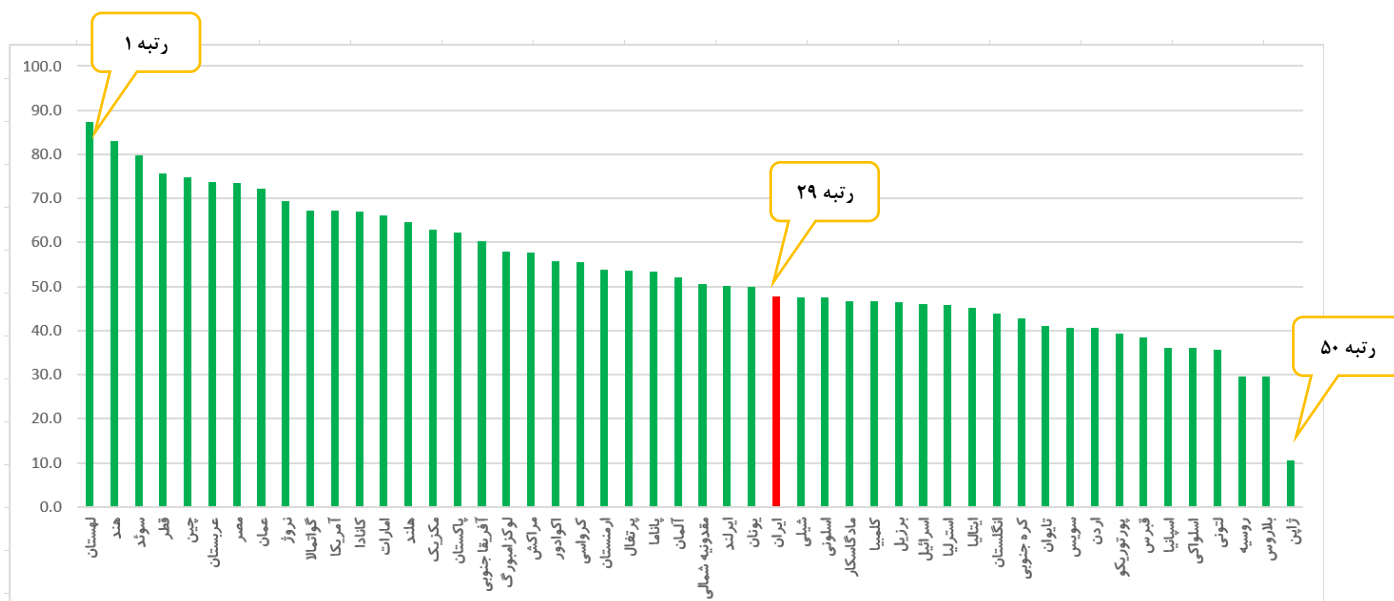
درک فرصت مهمترین عنصر در فرآیند کارآفرینی است. شناسایی فرصت، و بهره‌برداری از آن، مهارتی است که کارآفرینان به دلیل ویژگی خاصی که دارند توانایی آنرا پیدا می‌کنند.



درک فرصت‌های کارآفرینانه نشانگر درصد افرادی است که باور دارند فرصتهایی برای راه اندازی کسب و کار در محل زندگی‌شان وجود دارد.

در نمودار ۳۰ میزان درک فرصت توسط افراد جامعه در بین ۵۰ کشور عضو در دیده‌بان جهانی کارآفرینی آورده شده است. براساس اطلاعات این نمودار، ایران با کسب امتیاز ۴۷,۷ به رتبه ۲۹ دست یافته است. درعین حال همانطور که در نمودار دیده می‌شود، کشور لهستان با کسب امتیاز ۸۷,۳، رتبه نخست را از آن خود کرده است و پایین ترین امتیاز متعلق به کشور ژاپن و با مقدار ۱۰,۶ می باشد. نکته

جلب اینجاست که هر دو کشور در اقتصادهای با سطح درآمد بالا قرار دارند (نمودار ۳۰).



نمودار ۳۰: رتبه بندی کل کشورهای عضو از منظر درک فرصت‌های کارآفرینانه

نمودار ۳۱ وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای دارای اقتصاد با سطح درآمد متوسط را نشان می‌دهد. نتایج بیانگر اینست که پایین‌ترین رتبه در این گروه متعلق به کشور بلاروس است در حالی که بالاترین رتبه برای کشور چین ثبت شده است. ایران در این گروه با امتیاز ۴۷,۷، در جایگاه هفتم قرار گرفته است.

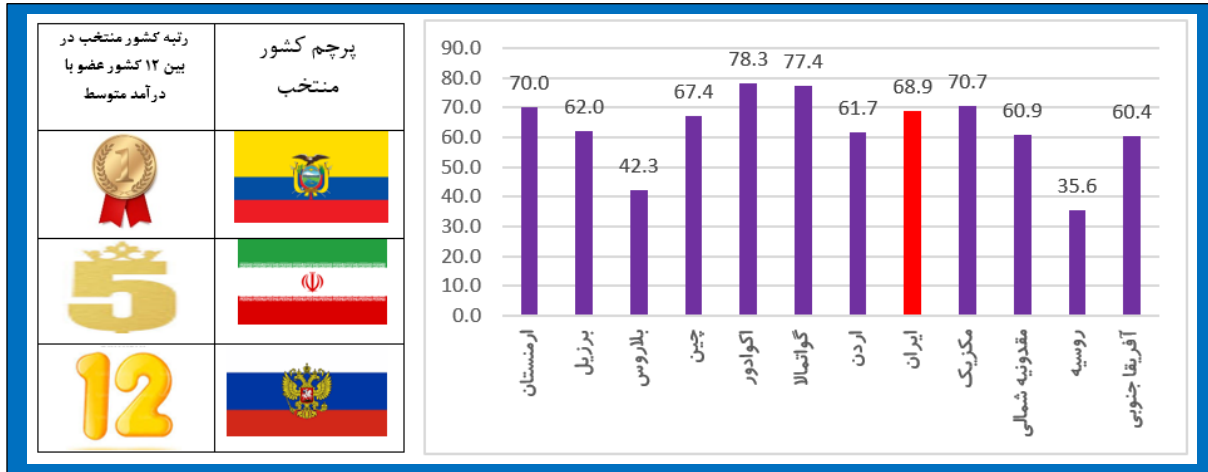


نمودار ۳۱: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر درک فرصت‌های کارآفرینانه

همانطور که قبلا نیز اشاره شد، ایران در این شاخص رشد خوبی را در سال ۹۸ نسبت به سال‌های گذشته داشته است.

## درک قابلیت کارآفرینانه

خودکارآمدی یا درک قابلیت‌های کارآفرینانه منعکس کننده درصد افرادی از جامعه است که باور دارند دارای مهارت، دانش و تجربه لازم برای راه‌اندازی کسب و کار جدید می‌باشند. ایران با کسب امتیاز ۶۸,۹ در این شاخص رتبه ۱۳ را در بین ۵۰ کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی داراست. در حالی که رتبه اول متعلق به کشور هند (۸۵,۲) و پایین‌ترین رتبه به کشور ژاپن (۱۴) تعلق دارد. در بین کشورهای عضو با سطح درآمد متوسط، ایران در جایگاه پنجم نسبت به دیگر ۱۲ کشور قرار گرفته است. کشور اکوادور، جایگاه اول و کشور بلاروس در جایگاه دوازدهم قرار دارند (جدول ۳۲). شاخص درک

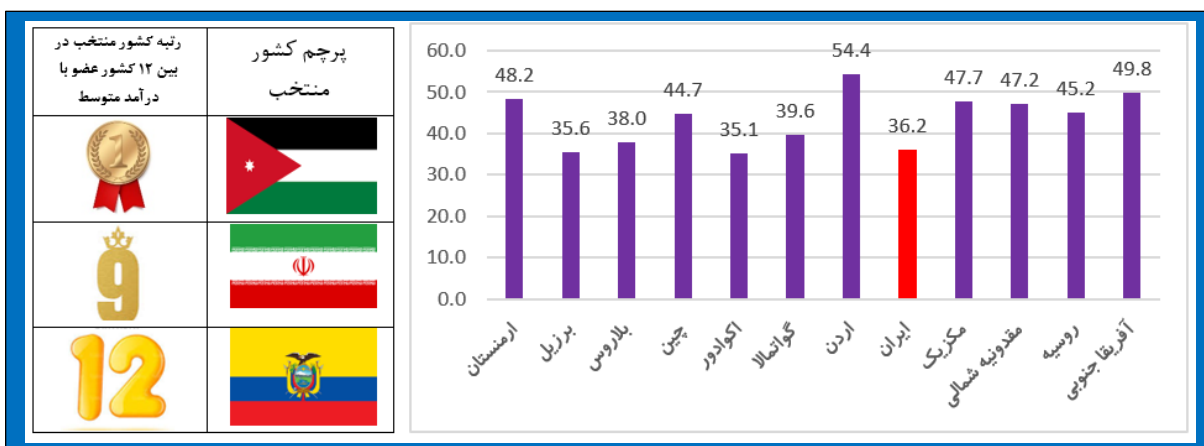


نمودار ۳۲: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر درک قابلیت‌های کارآفرینانه

قابلیت کارآفرینانه در ایران در طی سال ۹۸ رشد خوبی را نسبت به سال‌های قبل تجربه کرده است.

## ترس از شکست

بررسی وضعیت ایران در این شاخص از خودادراکی نشان دهنده جایگاه ۳۷ هم کشور در بین ۵۰ کشور عضو در دیده‌بان جهانی کارآفرینی می‌باشد. بازهم رتبه اول جهانی متعلق به کشور هند با امتیاز ۶۲,۴ و پایین‌ترین جایگاه به کره جنوبی (۷,۱) تعلق دارد. نتایج بررسی وضعیت این شاخص در بین کشورهای با درآمد متوسط، در قالب نمودار ۳۳ آورده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود رتبه نخست در این گروه را کشور اردن با امتیاز ۵۴,۴ دارد و رتبه آخر متعلق به کشور اکوادور است. ایران در این گروه در جایگاه نهم قرار گرفته است. همانطور که قبلاً نیز اشاره شد، شاخص ترس از شکست در طی سال ۹۸ نسبت به سال‌های قبل کاهش داشته است؛ به عبارت دیگر، ایرانیان در مقایسه با سال‌های پیش ریسک‌پذیرتر شده‌اند و کمتر از شکست خوردن هراس دارند. این وضعیت بسیار دلگرم کننده است و مسلماً موجبات رشد اقتصادی را برای کشورمان به همراه خواهد داشت.



نمودار ۳۳: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص ترس از شکست

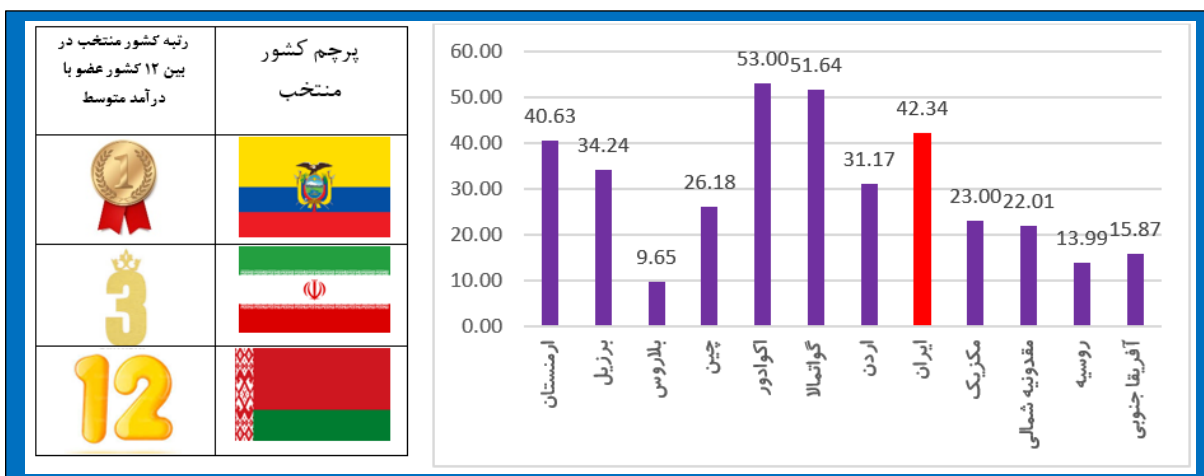
### قصد کارآفرینانه



این شاخص درصدی از جمعیت ۱۸ تا ۶۴ سال است که درگیر هیچ مرحله‌ای از فعالیت کارآفرینانه نیستند و در واقع کارآفرینان ناپیدا و پنهانی هستند که قصد دارند تا یک کسب وکار را طی سه سال آینده شروع کنند.

هنگامی که فرد از توانایی‌های خود مطمئن بوده و درک او از توانمندیش در مهارت‌های راه‌اندازی کسب و کار به حد رضایت بخشی باشد که به او جرأت رفتار کارآفرینانه را بدهد طبیعی است که فرد با احتمال بیشتری ممکن است کارآفرینی کند. در بررسی دیده‌بان جهانی کارآفرینی مشخص شد که کشور ایتالیا با امتیاز ۶,۲۵ در جایگاه آخر از بین پنجاه کشور عضو قرار دارد. بالاترین امتیاز قصد کارآفرینانه در بین همه کشورهای عضو، متعلق به کشور عمان با سطح درآمدی بالا است. در نمودار ۳۴ قصد کارآفرینانه مربوط به کشور ایران، در مقایسه با کشورهای با سطح درآمدی متوسط آورده شده است. همانطور که دیده می‌شود ایران در این گروه در جایگاه سوم قرار گرفته و رتبه

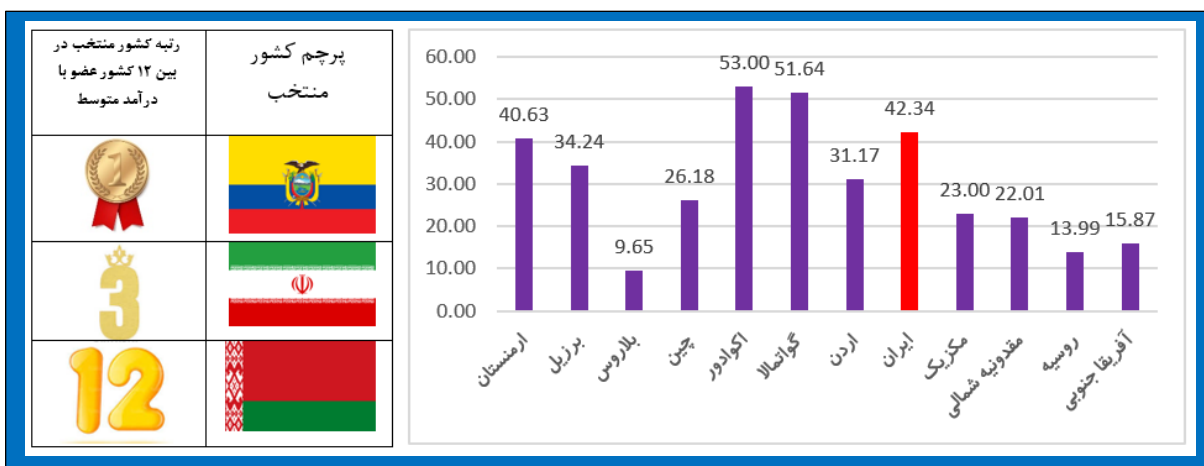
نخست گروه مربوط به کشور اکوادور است. این درحالی‌ست که کشور بلاروس در جایگاه آخر قرار گرفته است (نمودار ۳۴). همانطور که قبلاً گفته شد ایران در شاخص قصد کارآفرینانه در سال ۹۸ نسبت به سال‌های پیشین روندی صعودی را طی کرده است اما متأسفانه این رشد چندان چشمگیر و قابل توجه نمی‌باشد.



نمودار ۳۴: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص قصد کار آفرینانه

### سهولت شروع کسب و کار

شاخص سهولت شروع کسب و کار توسط بانک جهانی مطرح شد و رتبه بالا ( معادل کوچکتر بودن مقدار ) نشان دهنده وجود مقررات بهتر و ساده تر برای حمایت از کسب و کارها و حقوق مالکیت معنودی آنها می باشد. به طور کلی بهبود مقررات کسب و کاری در کشورها منجر به افزایش و رشد اقتصادی آنها خواهد بود. در بررسی های دیده بان جهانی کارآفرینی بالاترین رتبه در این شاخص متعلق به کشور لهستان است و پایین ترین رتبه را کشور اسرائیل دارد. ایران در جایگاه ۴۵ در بین پنجاه کشور شرکت کننده قرار دارد و امتیاز ۳۰٫۱ را بدست آورده است. در نمودار ۳۵ وضعیت سهولت شروع کسب و کار کشور ایران در مقایسه با کشورهای عضو در سطح درآمد متوسط آورده شده است. همانطور که دیده می شود رتبه نخست این گروه را کشور اکوادور با امتیاز ۵۳ به دست آورده است و پایین ترین جایگاه گروه از آن کشور بلاروس با امتیاز ۹٫۶۵ می باشد. ایران در این رده در جایگاه سوم قرار دارد.

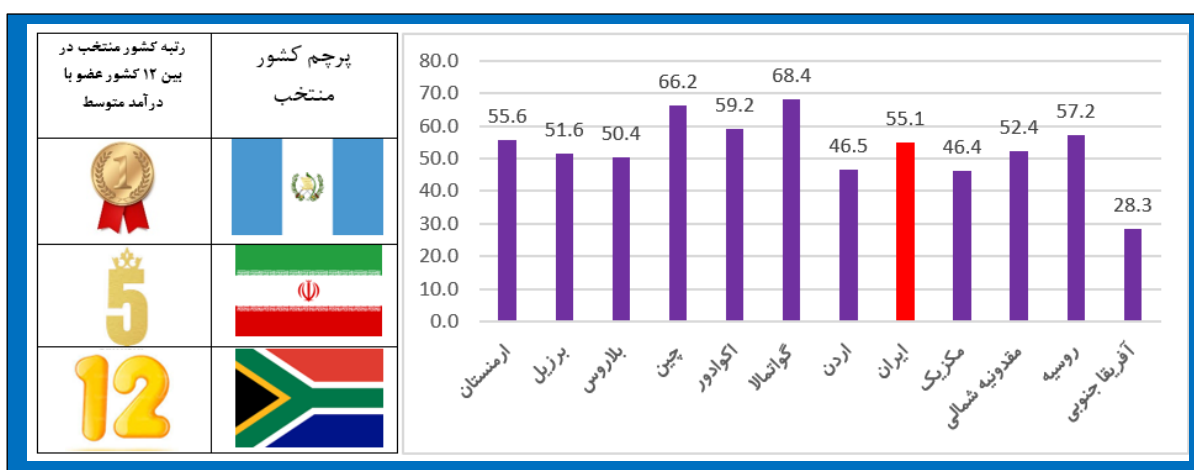


نمودار ۳۵: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص سهولت شروع کسب و کار

### الگوی نقش

شناختن کسی که در دو سال اخیر توانسته است کسب و کاری را راه اندازی کند، عامل مهمی در خود ادراکی کارآفرینانه افراد دارد. نتایج پایش دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۲۰ نشان می دهد که کشور عربستان در این شاخص بسیار قوی بوده و رتبه نخست جهانی را دارا می باشد. با این وجود کشور ژاپن نتوانسته امتیاز بالایی در این شاخص کسب کند و به همین خاطر در جایگاه ۵۰ از بین پنجاه کشور عضو قرار دارد. ایران در این شاخص با کسب امتیاز ۵۵٫۱ در رتبه ۲۱ قرار گرفته است.

نتایج بررسی وضعیت کشورهای با سطح درآمدی متوسط حکایت از رتبه پنجم ایران در گروه دارد. بالاترین رتبه این گروه را کشور گواتمالا و پایین ترین رتبه را کشور آفریقای جنوبی به دست آورده است (نمودار ۳۶).



نمودار ۳۶: مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورهای عضو در اقتصاد با درآمد متوسط از منظر شاخص الگوی نقش



## جمع بندی

نتایج بررسی وضعیت ایران از نظر ارزش‌های اجتماعی و ادراکات کارآفرینانه، نشان داد با وجودی که امتیاز شاخص سهولت شروع کسب و کار در این کشور چندان بالا نیست و در بین کشورهای عضو در کنسرسیوم جایگاه چهل و پنجم را داراست اما به خاطر درک قابلیت‌های بالایی که کارآفرینان ایرانی دارند (جایگاه سیزدهم در بین پنجاه کشور عضو)، در نتیجه میزان قصد کارآفرینانه ایرانیان در مقایسه با سایر کشورهای جهان، جایگاه خوبی را داراست و این موضوع نشان از انگیزه زیاد جوانان ایرانی برای ورود به مسیر کارآفرینی دارد. به طور مسلم توجه رسانه‌ای به کارآفرینی و منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان در جامعه منجر به افزایش ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه می‌گردد و می‌تواند تاثیر زیادی بر رشد کارآفرینی و تمایل برای راه‌اندازی کسب و کار جدید داشته باشد که با توجه به نتایج تحلیل‌ها ایران توانسته جایگاه و رتبه خوبی در این دو شاخص کسب کند. در مقایسه با سال‌های قبل کشور عزیزمان، رشد چشمگیری در دو فاکتور درک فرصت و درک قابلیت‌های کارآفرینانه داشته شده و میزان ترس از شکست تا حد زیادی کاهش یابد که مجموعاً باعث گردیده شاهد رشد شاخص قصد کارآفرینانه در سال جاری باشیم.



## فصل چهارم:

ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران و جهان



## مقدمه



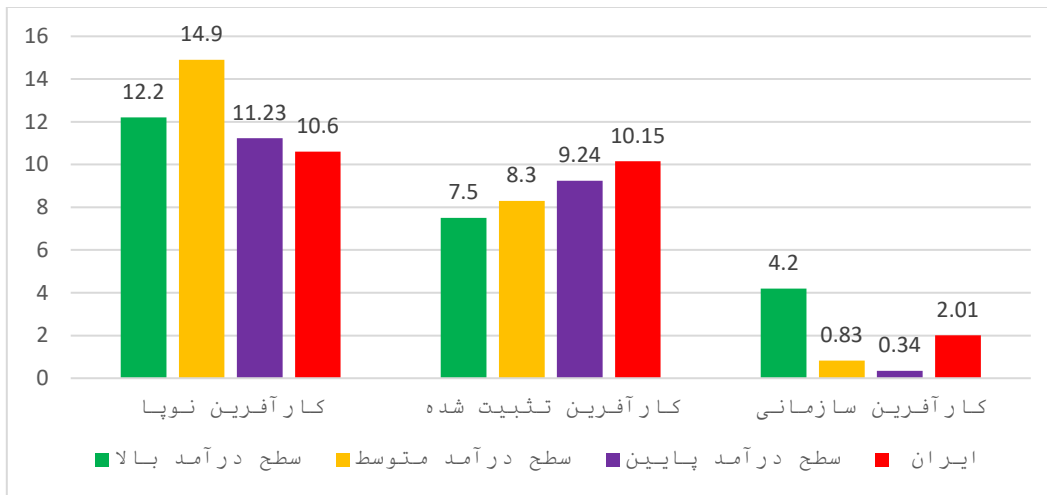
هدف اولیه و اصلی دیده بان جهانی کارآفرینی این است که تفاوت سطح ملی و نوع کارآفرینی در کشورهای مختلف را کشف کند و آن‌ها را به ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی پیوند دهد. نظر سنجی از جمعیت بزرگسال (APS) که شامل جمعیت بین ۱۸ تا ۶۴ سال است، در ۵۰ کشور جهان صورت گرفته است. دیده بان جهانی کارآفرینی فعالیت کارآفرینانه را با استفاده از سه شاخص اندازه‌گیری می‌کند: کارآفرینی نوپا، کارآفرینی تثبیت شده و کارآفرینی سازمانی. در این بخش نتایج این شاخص‌ها ارائه خواهد شد. همچنین داده‌های مربوط به

فعالیت‌های کارآفرینی، آثار فعالیت‌های کارآفرینانه، انتظار رشد کسب و کارها و دلایل عدم تداوم کسب و کارها آورده خواهد شد.

## پایش فعالیت‌های کارآفرینی

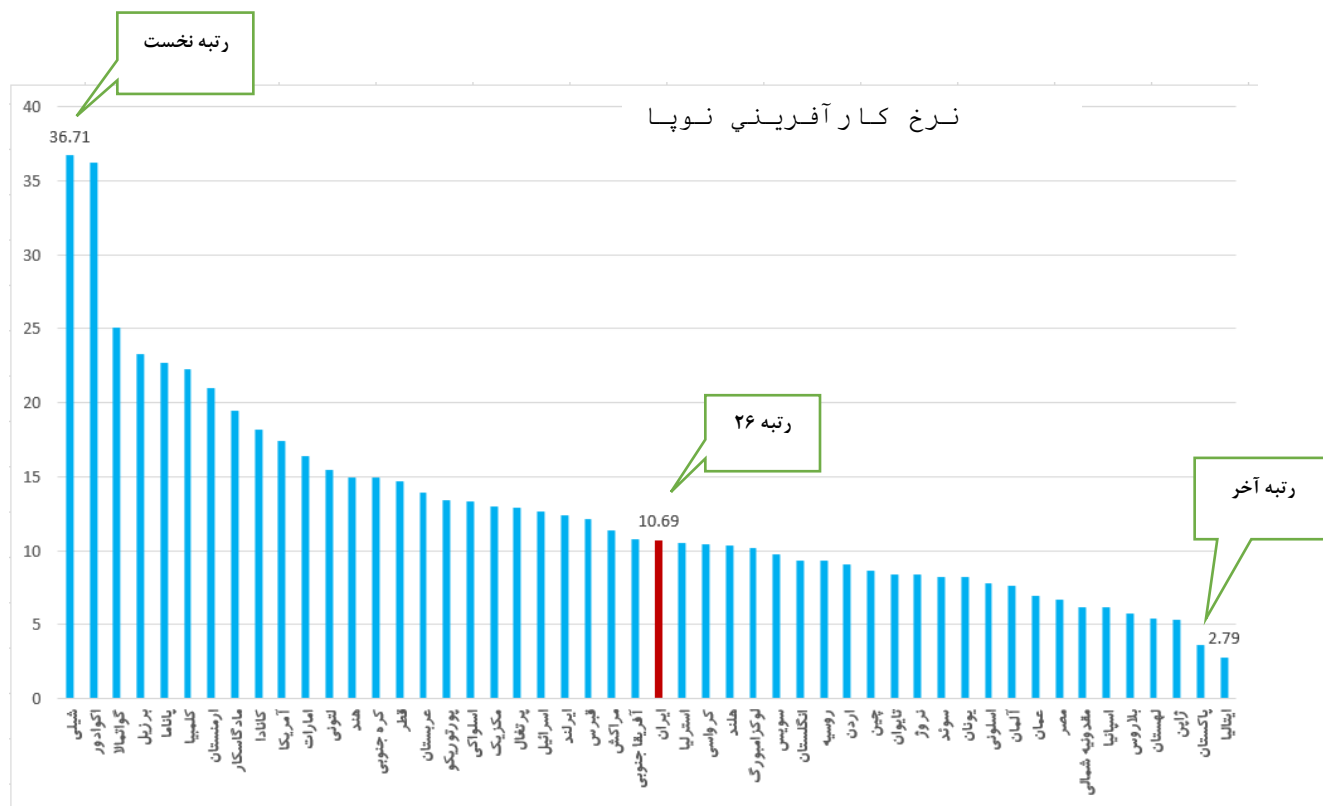
بر اساس چارچوب مفهومی دیده بان جهانی کارآفرینی، پایش کارآفرینانه با استفاده از سه شاخص "فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا"، "نسبت کسب و کارهای تثبیت شده" در بین پاسخ دهندگان و "فعالیت کارآفرینانه سازمانی" انجام می‌شود. نتایج حاصل از این پایش به صورت خلاصه، میانگین شاخص‌های مذکور را در بین اقتصادهای موجود در سه سطح درآمدی پایین، متوسط، و بالا نشان می‌دهد که به راحتی امکان مقایسه این مقادیر را با امتیازهای کشور ایران فراهم می‌کند (نمودار ۳۷).

ایران در شاخص کارآفرینی سازمانی رتبه ۲۵، در شاخص فعالیت‌های کارآفرینی نوپا رتبه ۲۶ و در شاخص نسبت کسب و کارهای تثبیت شده رتبه ۱۶ را در میان ۵۰ کشور شرکت کننده بدست آورده است. در نمودار ۳۷ وضعیت ایران در این سه شاخص در مقایسه با کشورهای دیگر در سه سطح درآمدی بالا، متوسط و پایین آورده شده است.

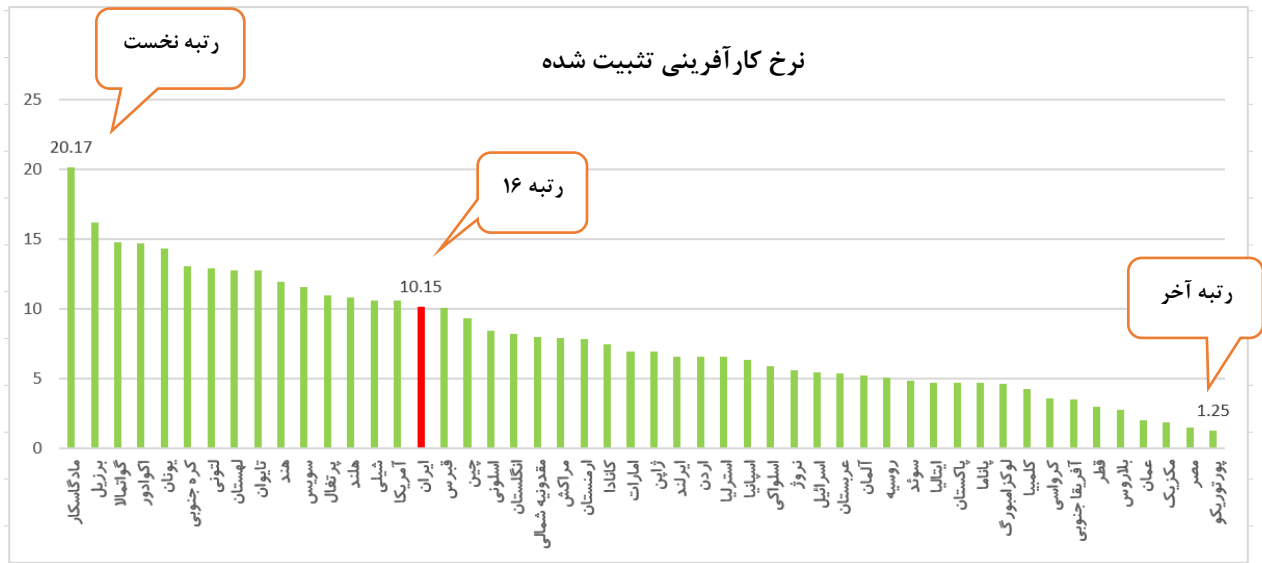


نمودار ۳۷: بررسی وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای عضو در سه سطح درآمدی بالا، متوسط و پایین در شاخص فعالیت های کارآفرینانه

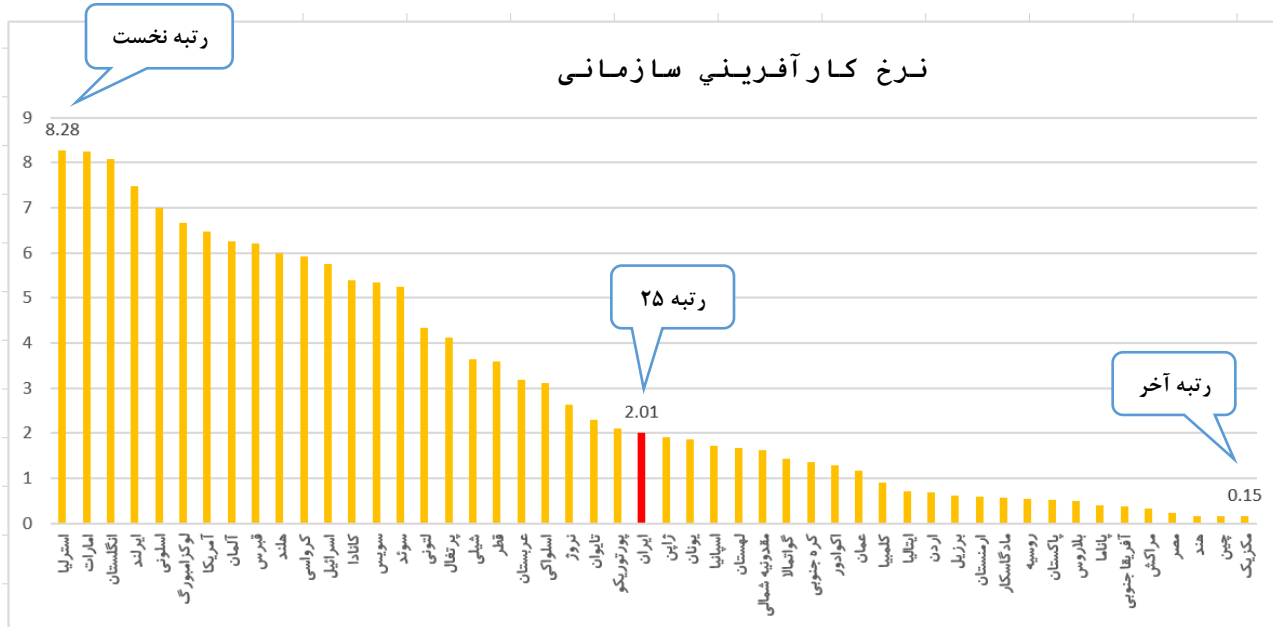
برای شفاف کردن این موضوع، در سه نمودار زیر وضعیت این سه شاخص برای پنجاه کشور عضو دیده بان جهانی آورده شده است. برای درک بهتر هر سه نمودار به ترتیب صعودی به نزولی مرتب شده تا رتبه کشورها به راحتی قابل سنجش باشد.



نمودار ۳۸: وضعیت همه کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی نوپا (TEA)

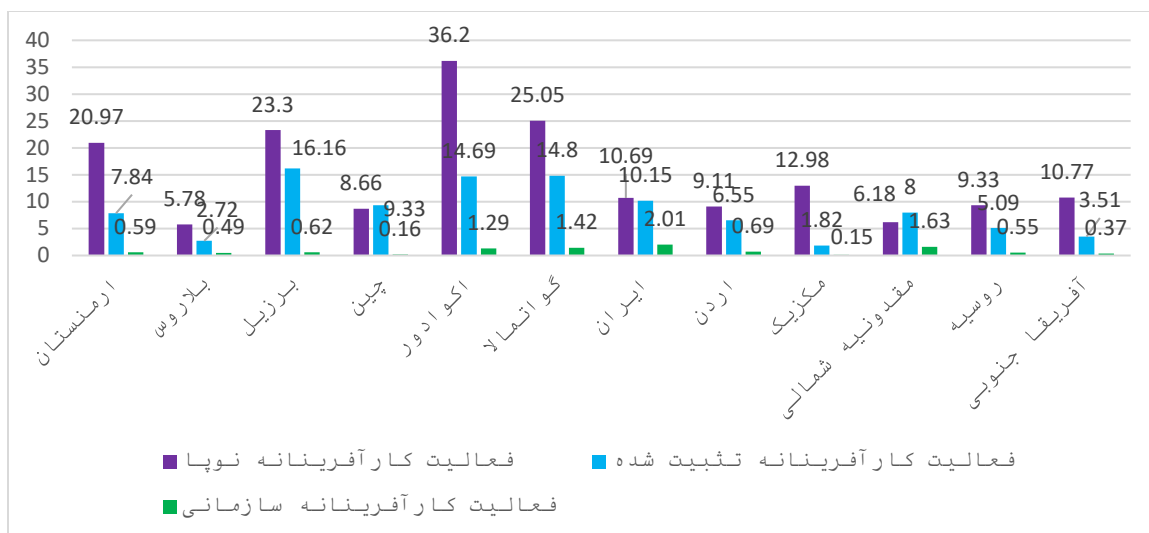


نمودار ۳۹: وضعیت کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی تثبیت شده (EBO)



نمودار ۴۰: وضعیت کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی در شاخص کارآفرینی سازمانی (EEA)

در نهایت، نمودار ۴۱ و وضعیت ایران برای این سه شاخص را در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط نشان می دهد. همانطور که دیده می شود، ایران در شاخص فعالیت کارآفرینانه سازمانی نسبت به سایر کشورهای عضو گروه خود دارای وضعیت خوبی است.



نمودار ۴۱: مقایسه انواع فعالیت های کارآفرینانه در کشورهای با سطح درآمد متوسط

در ادامه این بخش، به بررسی و مقایسه هر یک از این سه شاخص به صورت مجزا و به تفصیل پرداخته خواهد شد.

### نرخ کارآفرینی نوپا



کارآفرین نوپا، فرد کارآفرینی است که در طی ۴۲ ماه گذشته (۳ سال و نیم) فعالیت قابل ملاحظه‌ای برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید انجام داده و شخصاً" صاحب تمام یا بخشی از آن بوده و در حال حاضر به‌طور فعال درگیر مدیریت این کسب‌وکار جدید است و برای هیچ کارمندی حقوقی بیش از ۳ ماه پرداخت نکرده است.

در نمودار ۴۲ وضعیت ایران در مقایسه با سایر کشورهای موجود در اقتصاد با سطح درآمدی متوسط آورده شده است. بالاترین امتیاز نرخ کارآفرینی نوپا را کشور اکوادور دارد و پایین‌ترین امتیاز متعلق به کشور بلاروس است. ایران با امتیاز ۱۰,۶۹ در جایگاه هفتم قرار گرفته است.

رتبه کشور منتخب در بین ۱۲ کشور عضو با درآمد متوسط	
	
<b>7</b>	
<b>12</b>	

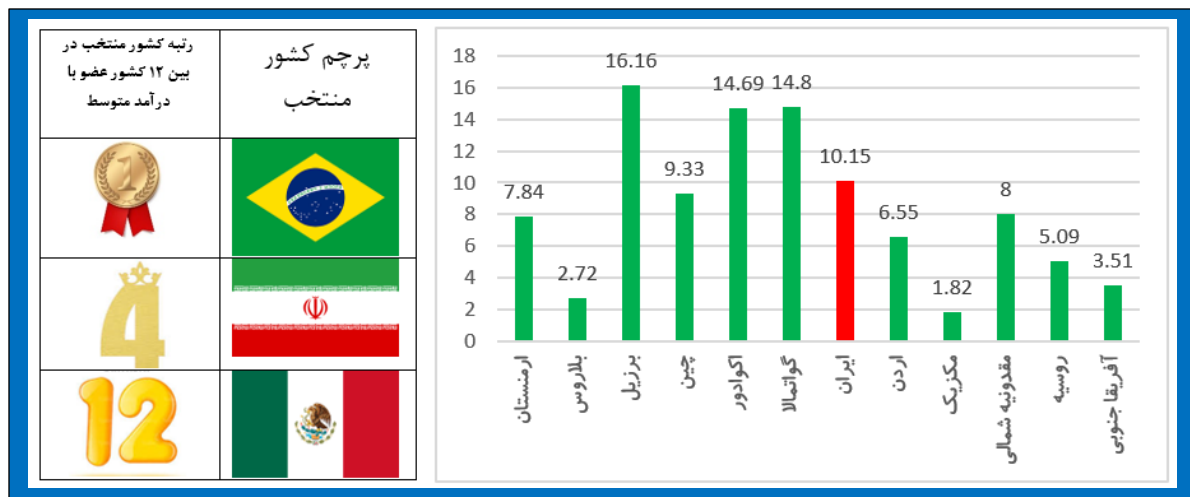
نمودار ۴۲: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی نوپا در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### فعالیت کارآفرینی تثبیت شده



مطابق تعریف عملیاتی برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینی تثبیت‌شده (یا کارآفرینی پایدار)، شامل فعالیتهای کارآفرینانه افراد بزرگسالی است که هم اکنون کسب و کاری را مدیریت می‌کنند که بیش از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارد و شخصاً مالک تمام یا بخشی از آن کسب و کار یا شرکت هستند. مدیران و مالکان این کسب و کارها ممکن است در اجتماع خود مشارکت داشته باشند حتی اگر کوچک بوده یا کسب و کار تک نفره باشند. این شاخص مبین پویایی و پایداری کسب و کار در یک اقتصاد است.

کشور ماداگاسکار بالاترین رتبه جهانی در این شاخص را به خود اختصاص داده است. برای بررسی بهتر کشور ایران به مقایسه کشورهای سطح درآمدی متوسط در این گروه بر اساس نمودار ۴۳ پرداخته شده است. همانطور که در این نمودار دیده می‌شود در این گروه کشور برزیل با امتیاز ۱۶,۱۶ بهترین وضعیت را داراست. درحالی که کشور مکزیک در پایین‌ترین رتبه قرار گرفته است. ایران دارای جایگاه چهارم در این گروه می‌باشد.



نمودار ۴۳: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی تثبیت شده در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

## کارآفرینی سازمانی

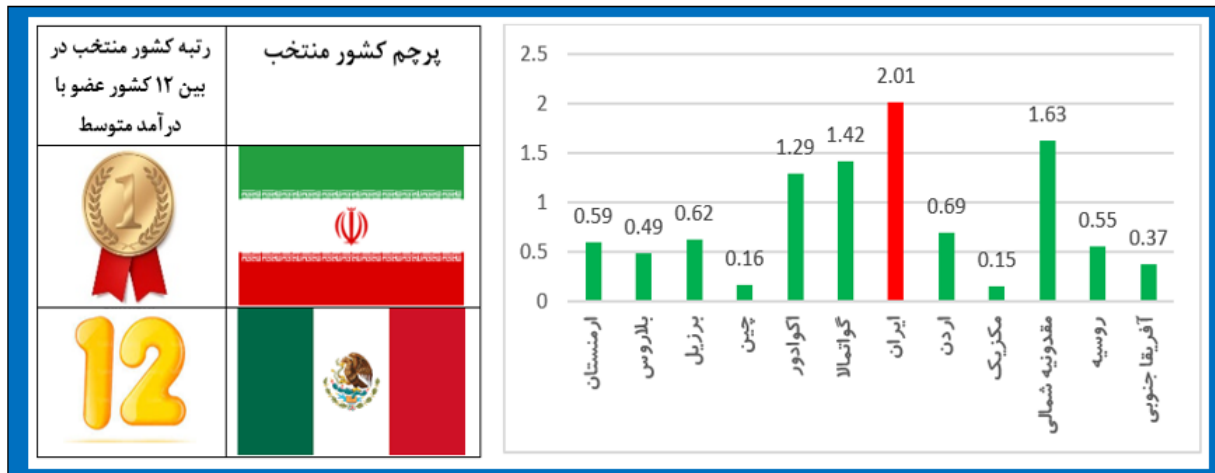
کارآفرینی سازمانی به عنوان شاخه‌ای از کارآفرینی و منبعی برای ایجاد کسب و کار و معرفی محصولات و خدمات جدید در شرکت‌های موجود است. همچنین ویژگی‌های رفتاری مشترکی با مفهوم عمومی کارآفرینی دارد مانند دنبال کردن فرصت و نوآوری. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرین سازمانی را این‌گونه تعریف می‌کند: کارمندانی که فعالیت‌های جدیدی را برای کارفرمای خود مانند توسعه محصول یا خدمات جدید یا برقراری واحدهای کسب و کاری جدید به عنوان واحد جدید یا شعبه توسعه می‌دهند



(Bosma et al., 2008).

شاخص فعالیت کارآفرینانه سازمانی در ایران در سال گذشته دارای رتبه ۴۸ بوده است که هم‌اکنون در سال ۱۳۹۸ جایگاه ایران در رتبه ۲۵ قرار گرفته است. به عبارت دیگر شاهد رشد خوبی در ارتقا کشور ایران برای این شاخص هستیم. در ادامه نمودار وضعیت کشورهای با سطح درآمد متوسط و رتبه‌های آنان مشاهده می‌شود (نمودار ۴۴). رتبه اول جهانی برای این شاخص متعلق به کشور استرالیا است. نتایج نشان می‌دهد رتبه برتر فعالیت کارآفرینانه سازمانی در گروه با سطح درآمد متوسط را کشور ایران بدست آورده و رتبه آخر مربوط به کشور مکزیک است (نمودار ۴۴).

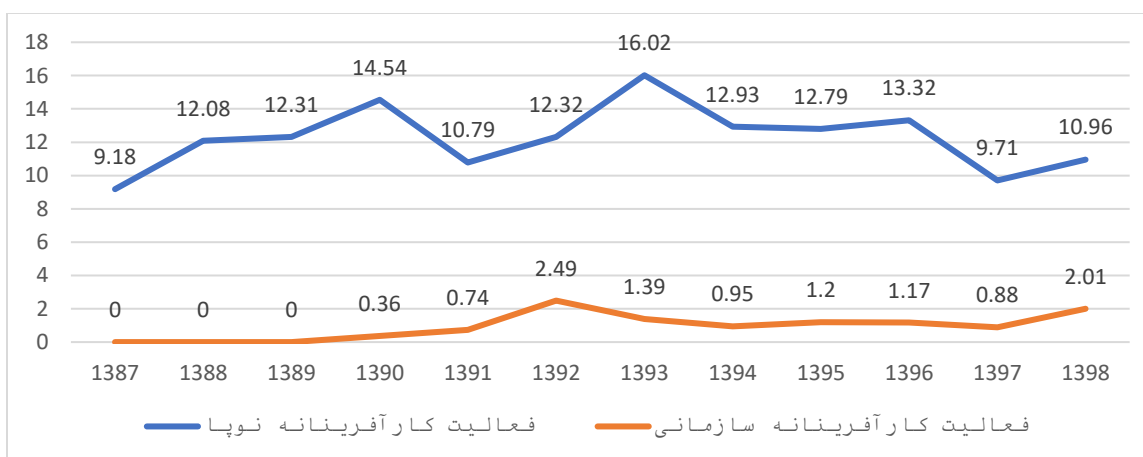




نمودار ۴۴: بررسی وضعیت نرخ کارآفرینی سازمانی در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

### مقایسه فعالیت کارآفرینانه نوپا و سازمانی در ایران

همانطور که در نمودارهای قبل مشاهده شد بین آمار مرتبط با نرخ فعالیت کارآفرینانه نوپا و نرخ فعالیت کارآفرینانه سازمانی تفاوت فاحشی وجود دارد. به کمک موارد زیر تلاش داریم وضعیت این دو شاخص را در طی سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ نشان دهیم.



نمودار ۴۵: مقایسه نرخ کارآفرینی نوپا و کارآفرینی سازمانی در ایران بین سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸

بر اساس داده های نمودار ۴۵، به نظر می رسد کارآفرین سازمانی در سال جاری نسبت به ۵ سال قبلش رشد چشمگیر و مناسبی داشته است. در حالی که کارآفرینی نوپا با وجود رشد نسبت به سال قبل اما نسبت به وضعیت خود در سالهای ۱۳۹۳ و ۱۳۹۰ در وضعیت نامطلوب تری قرار دارد. به هر حال، نرخ فعالیت های کارآفرینانه نوپا در کشور ایران نسبت به فعالیت های کارآفرینانه سازمانی بسیار بالاتر است. با توجه به آمار بالای سازمانهایی که در کشور فعالیت می کنند لازم است عوامل رخداده این موضوع بررسی شده و تا حد ممکن موانع آن برطرف گردد تا شاهد شکوفایی هرچه بیشتر این نوع کارآفرینی در ایران باشیم.

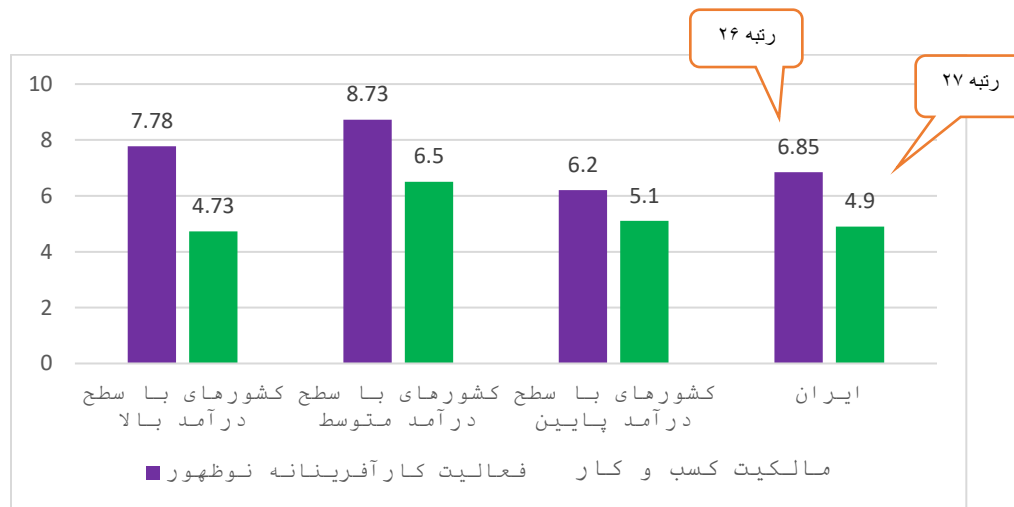
## مقایسه نرخ مالکیت کسب و کار جدید<sup>۱</sup> و کارآفرینی نوظهور<sup>۲</sup> در ایران و جهان

کارآفرینی نوپا ترکیبی از شاخص‌های کارآفرینی جدید و نوظهور در میان جمعیت ۱۸ تا ۶۴ سال می‌باشد. کارآفرین



نوظهور، فردی است که هم اکنون کسب و کاری را مدیریت می‌کند و شخصاً مالک تمام یا بخشی از آن شرکت است. چنین شرکتی کمتر از ۴۲ ماه (سه سال و نیم) عمر دارد و بیش از ۳ ماه به هیچ کارمندی حقوق پرداخت نکرده است. مالکیت کسب و کار جدید نیز همان ویژگی‌های کارآفرین نوظهور را دارا می‌باشد با این تفاوت که بیش از ۴۲ ماه به هیچ کارمندی حقوق پرداخت نکرده است.

نمودار زیر و وضعیت ایران در ایندو شاخص را نسبت به میانگین‌های جهانی کشورها با سطوح درآمدی مختلف مقایسه می‌کند:



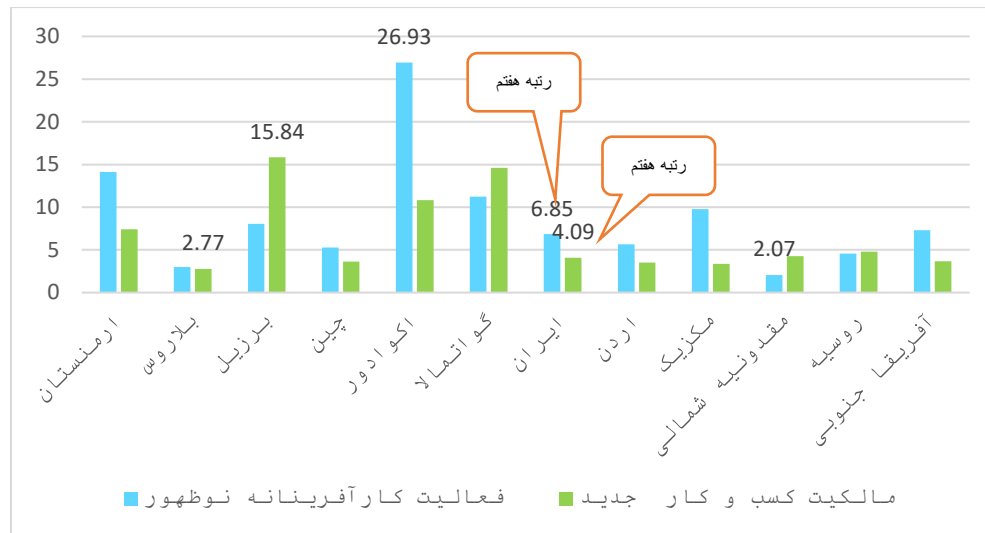
نمودار ۴۶: مقایسه نرخ مالکیت کسب و کار جدید و کارآفرینی نوظهور در ایران و میانگین کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا

در شاخص فعالیت کارآفرینانه نوظهور، رتبه نخست در بین پنجاه کشور عضو کنسرسیوم متعلق به کشور شیلی با سطح درآمد بالا و رتبه آخر مربوط به کشور پاکستان با سطح درآمد پایین می‌باشد. در شاخص مالکیت کسب و کار جدید، کشور برزیل با سطح درآمد متوسط رتبه نخست را در بین ۵۰ کشور عضو بدست آورده و کشور ایتالیا با سطح درآمد بالا، رتبه پنجاهم را از آن خود کرده است.

<sup>1</sup> New business ownership

<sup>2</sup> Nascent entrepreneurship

در نمودار ۴۷ وضعیت ایران در ایندو شاخص را در مقایسه با کشورهای با سطح درآمد متوسط می بینیم. در بین کشورهای عضو با سطح درآمد متوسط، کشور اکوادور رتبه نخست شاخص فعالیت کارآفرینانه نوظهور را داراست و کشور مقدونیه در پایین ترین رتبه جای دارد. همچنین کشور برزیل در شاخص مالکیت کسب و کار جدید رتبه اول و کشور بلاروس رتبه آخر را بدست آورده است.



نمودار ۴۷: بررسی وضعیت دو شاخص فعالیت کارآفرینانه نوظهور و مالکیت کسب و کار جدید در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

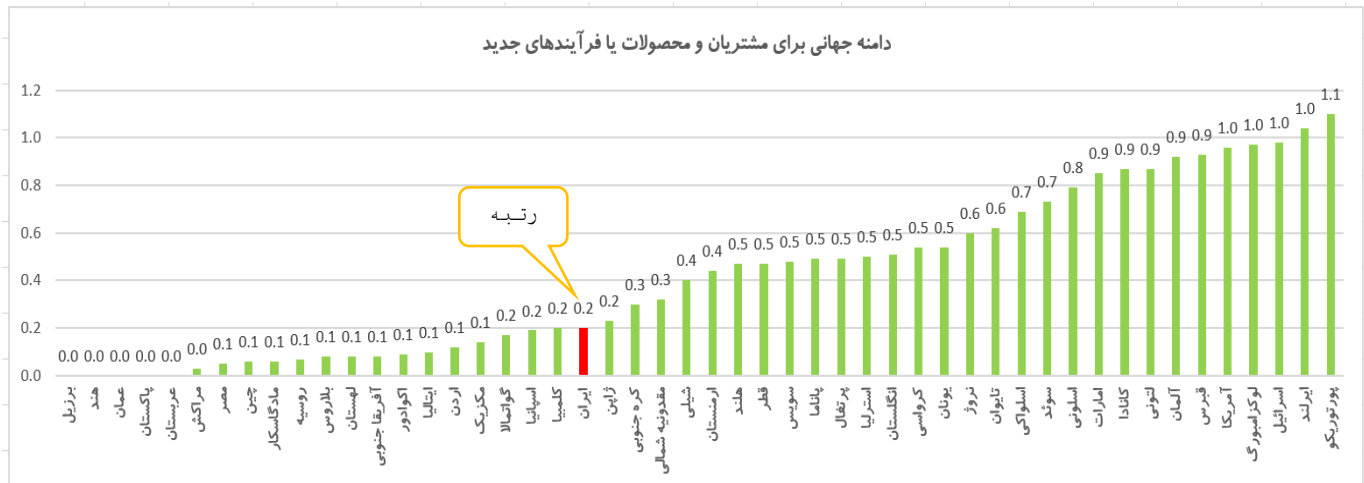
## انتظار رشد کسب و کارها

رشد کسب و کار یکی از شاخص های مهم ارزیابی اثرات کارآفرینی نوپا می باشد. در این بخش از شرکت کنندگان پرسیده می شود در طی پنج سال آینده انتظار دارند چند شغل جدید ایجاد کنند؟ شاخص کارآفرینی با انتظار رشد در ۵ سال آتی در سه سطح زیر دسته بندی می شود:

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

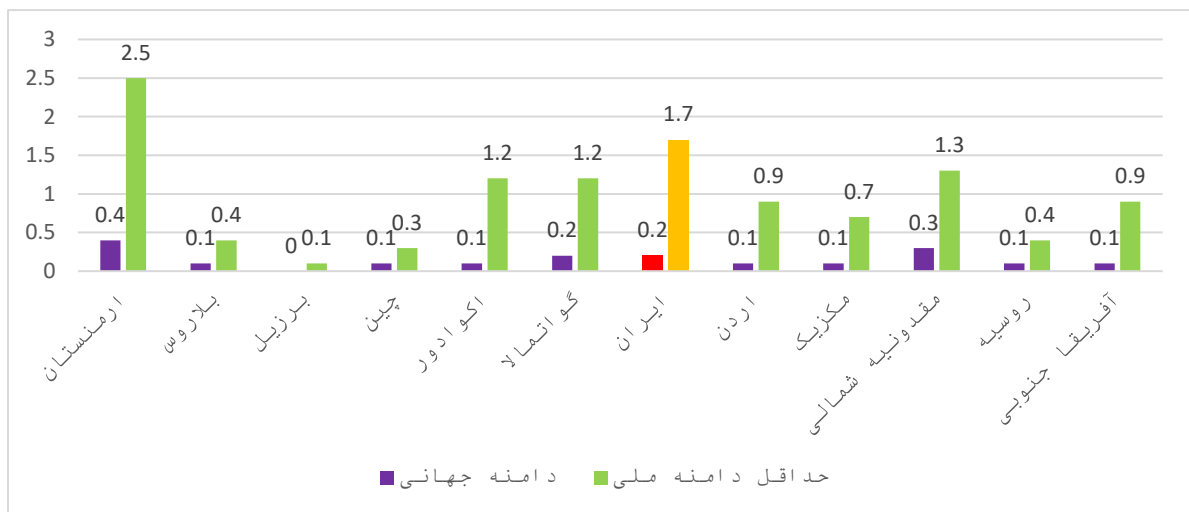
براساس داده های ۲۰۲۰ دیده بان جهانی کارآفرینی، ۲،۷ درصد کارآفرینان ایرانی معتقد بودند که در بازه ۵ ساله، هیچ شغلی نمیتوانند ایجاد کنند. ۲،۹۱ درصد از کارآفرینان در ایران معتقد بودند که ۱ تا ۵ شغل را در بازه زمانی ۵ سال میتوانند راه اندازی کنند و ۵ درصد معتقد به راه اندازی ۶ شغل یا بیشتر در ۵ سال آتی بودند.





نمودار ۴۹: دامنه جهانی فعالیت کارآفرینانه نوپا برای مشتریان، محصولات یا فرآیندهای جدید

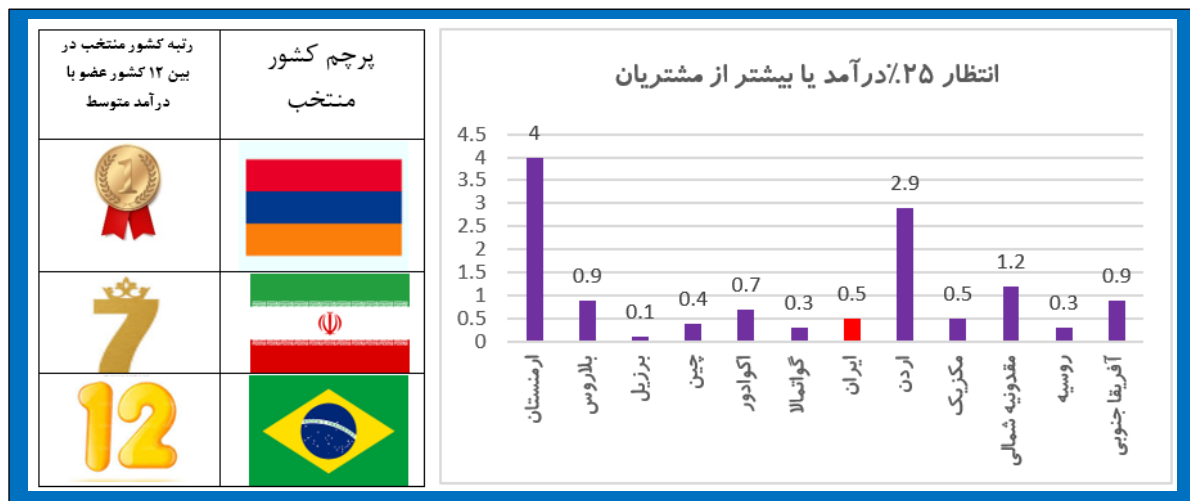
نمودار ۵۰ وضعیت کشور ایران را در مقایسه با سایر کشورهای عضو با سطح درآمد متوسط و در دو شاخص «دامنه جهانی برای مشتریان، محصولات و فرآیندهای جدید» و «حداقل دامنه ملی برای مشتریان خود و محصولات و فرآیندهای جدید» نشان می‌دهد. ایران در شاخص بازارهای بین‌المللی دارای رتبه ۲۹ و در حداقل دامنه بازار ملی دارای رتبه ۲۴ از بین ۵۰ کشور عضو می‌باشد. بالاترین رتبه در شاخص جهانی متعلق به کشور پورتوریکو و در بازارهای ملی متعلق به کشور قبرس است. ایران در شاخص جهانی در بین کشورهای عضو با درآمد متوسط رتبه سوم و در بازارهای ملی رتبه دوم را داراست که هر دو قابل توجه و مطلوب است.



نمودار ۵۰: مقایسه وضعیت کشورهای عضو با سطح درآمد متوسط در دو شاخص بازار جهانی و بازار ملی برای مشتریان و محصولات جدید

## انتظار درآمد بیشتر

دیده‌بان جهانی کارآفرینی شاخصی تحت عنوان "داشتن انتظار ۲۵٪ یا بیشتر درآمد از مشتریانی که خارج از اقتصاد خود هستند" را برای بررسی انتظار رشد کسب و کارها در نظر می‌گیرد. نتایج این سنجش در قالب نمودار ۵۱ و برای کشورهای عضو در سطح درآمد متوسط آورده شد است. گفتنی است که ایران در بین ۵۰ کشور عضو رتبه ۳۵ را داراست و در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط هفتمین کشور می‌باشد.

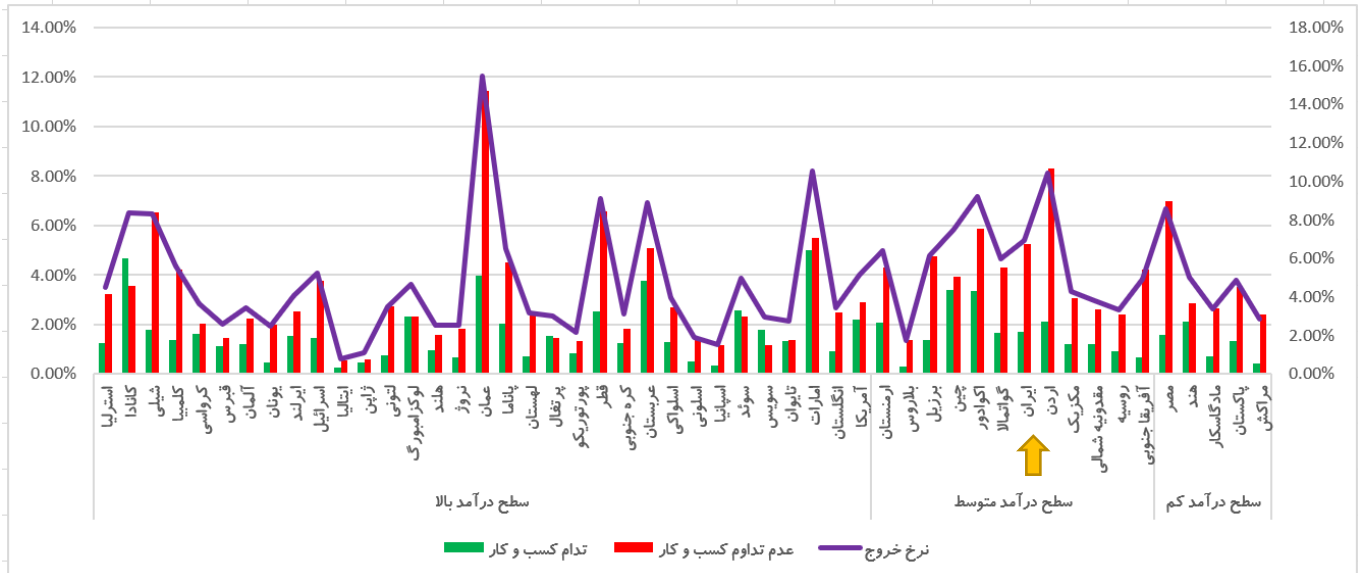


نمودار ۵۱: مقایسه شاخص انتظار درآمد بیشتر در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط



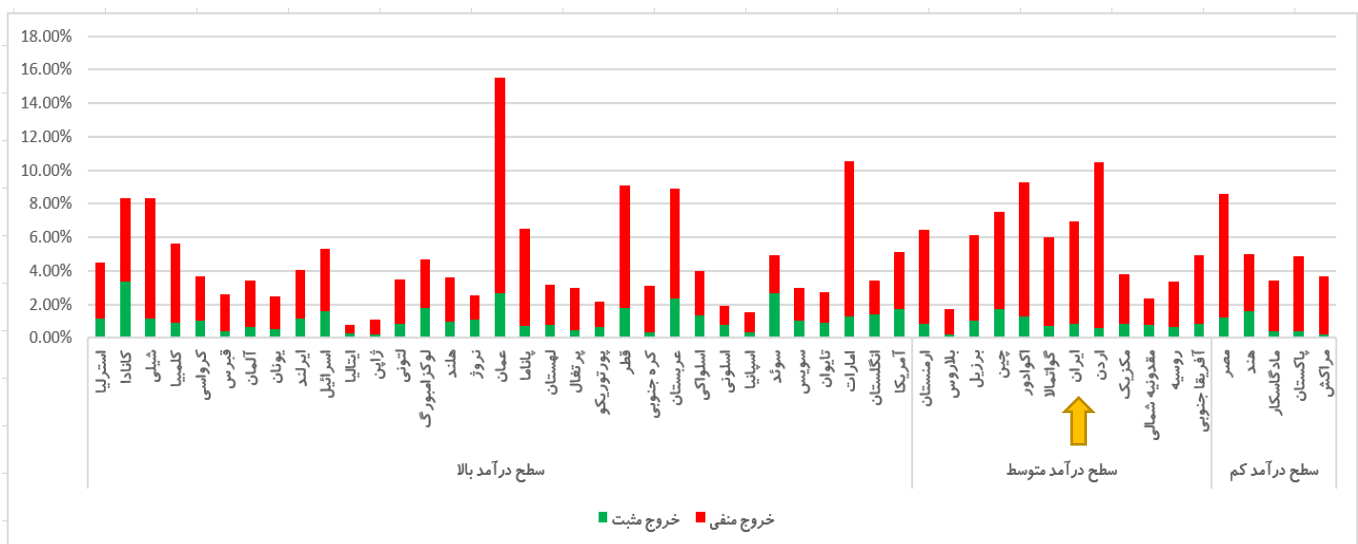
## خروج از کسب و کار

یکی از نقاط مهم در فرآیند کارآفرینی، زمانی است که کارآفرینان به دلایلی چون عدم پشتیبانی مالی، رویدادهای غیر منتظره، بازنشستگی، تشخیص فرصت بهتر، فروش بیشتر، عدم سوددهی کسب و کار و دلایل شخصی به فعالیت کسب و کار خود پایان می‌دهند و اصطلاحاً خروج می‌کنند. در نمودار ۵۲ نرخ خروج کسب و کارها در کشورهای عضو به همراه درصد تداوم یا عدم تداوم آنها آورده شده است.



نمودار ۵۲: میانگین نرخ خروج کسب و کارها و میزان تداوم یا عدم فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا در بین پنجاه کشور عضو

در صد مثبت یا منفی بودن دلیل خروج کسب و کارها در بین همه کشورهای عضو در قالب نمودار ۵۳ قابل مشاهده است:



نمودار ۵۳: مقایسه نرخ خروج کسب و کارها به دلایل مثبت یا منفی در بین همه کشورهای عضو

## جمع بندی

در این بخش نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه در سه سطح کارآفرینان نوپا، کارآفرینان تثبیت شده و کارآفرینان سازمانی مورد پایش قرار گرفت. همانطور که دیده شد نرخ فعالیت کارآفرینانه سازمانی در سال جاری نسبت به سالهای پیش رشد خوبی داشته است که با توجه به آمار بالای سازمانهایی که در کشور فعالیت می‌کنند لازم است عوامل رخداده این موضوع بررسی شده و تا حد ممکن موانع آن برطرف گردد تا شاهد شکوفایی هرچه بیشتر این نوع کارآفرینی در ایران باشیم. تحلیل‌ها گواه کاهش نرخ فعالیت کارآفرینانه نوپا نسبت به دو سال پیش است و متأسفانه خروج کسب و کارهای ایرانی نیز بیشتر با دلایل منفی رخ داده است. شاید بتوان دلایل رخداد این واقعه را در کارکرد ضعیف اکوسیستم کارآفرینی کشور جستجو کرد و تلاش نمود تا علاوه بر تقویت اکوسیستم کارآفرینی کشور، سطح ارزش‌ها و ادراکات کارآفرینانه جامعه را نیز ارتقا داد. امید است با اتخاذ سیاست‌های مناسب و اجرای برنامه‌های کاربردی توسط دولتمردان و سیاست‌گزاران کشور، هرچه سریعتر و بهتر این موضوع مرتفع شود.





## فصل پنجم:

انگیزه و اشتیاق برای کارآفرینی در ایران و جهان



## مقدمه

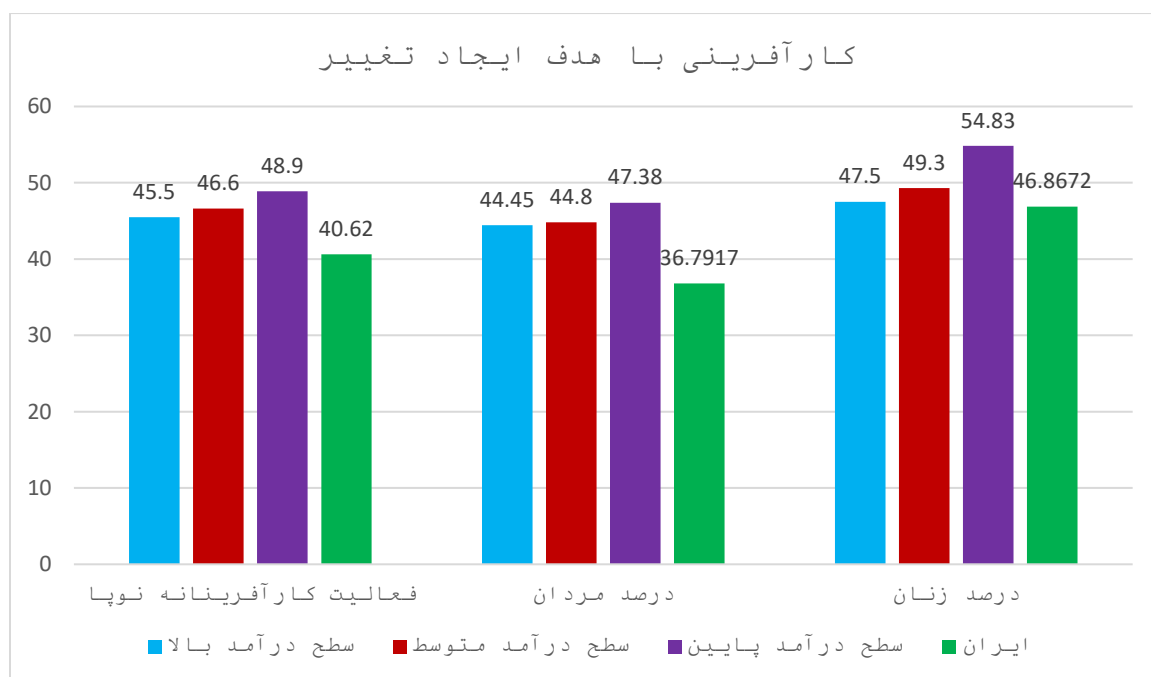


هدف اولیه و اصلی دیده بان جهانی کارآفرینی این است که تفاوت سطح ملی و نوع کارآفرینی در کشورهای مختلف را کشف کند و آن‌ها را به ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی پیوند دهد. شاخص انگیزش کارآفرینی دید مناسبی را برای درک ظرفیت کارآفرینی کشورها به دست می‌دهد. انگیزه‌های کارآفرینانه در کشورهای مختلف متفاوت است اما محرک‌های افراد بر مبنای چارچوب دیده‌بان جهانی کارآفرینی به چهار دسته ایجاد تغییر، ثروت‌افزایی بیشتر، ادامه سنت خانوادگی و درآمد زایی تقسیم می‌شود.

## انگیزش کارآفرینانه

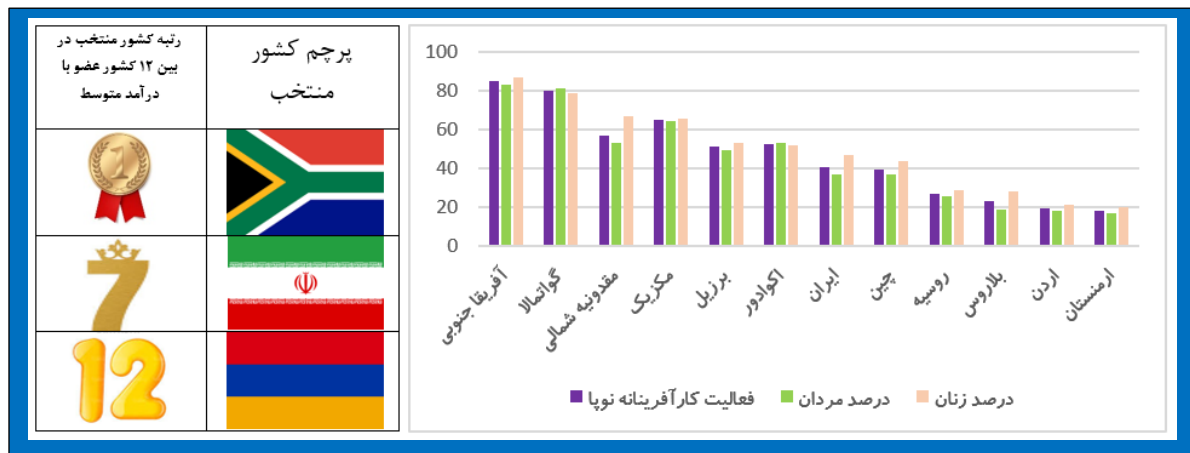
### ایجاد تغییر در جهان

از جمله شاخص‌های سنجش انگیزش کارآفرینان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا، ایجاد تغییر در جهان است. نمودار زیر نتایج این نظر سنجی را در کشورهای با سطوح درآمدی مختلف و براساس جنسیت آنان نمایش می‌دهد.



نمودار ۵۴: میانگین شاخص کارآفرینی با هدف ایجاد تغییر در جهان برای کشورهای با سطوح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت همانطور که مشاهده می‌شود درصد مشارکت مردان ایرانی با انگیزه ایجاد تغییر در جهان نسبت به زنان ایرانی و حتی در مقایسه با سایر کشورها بسیار پایین‌تر می‌باشد. شواهد نشان می‌دهد به طور کلی کارآفرینان ایرانی، کارآفرینی را با انگیزه

ایجاد تغییر در جهان انجام نمی‌دهند. برای فهم بهتر این موضوع نمودار ۵۵ جهت بررسی وضعیت ایرانیان در مقایسه با سایر کشورهای با سطح درآمد متوسط ترسیم شده است:

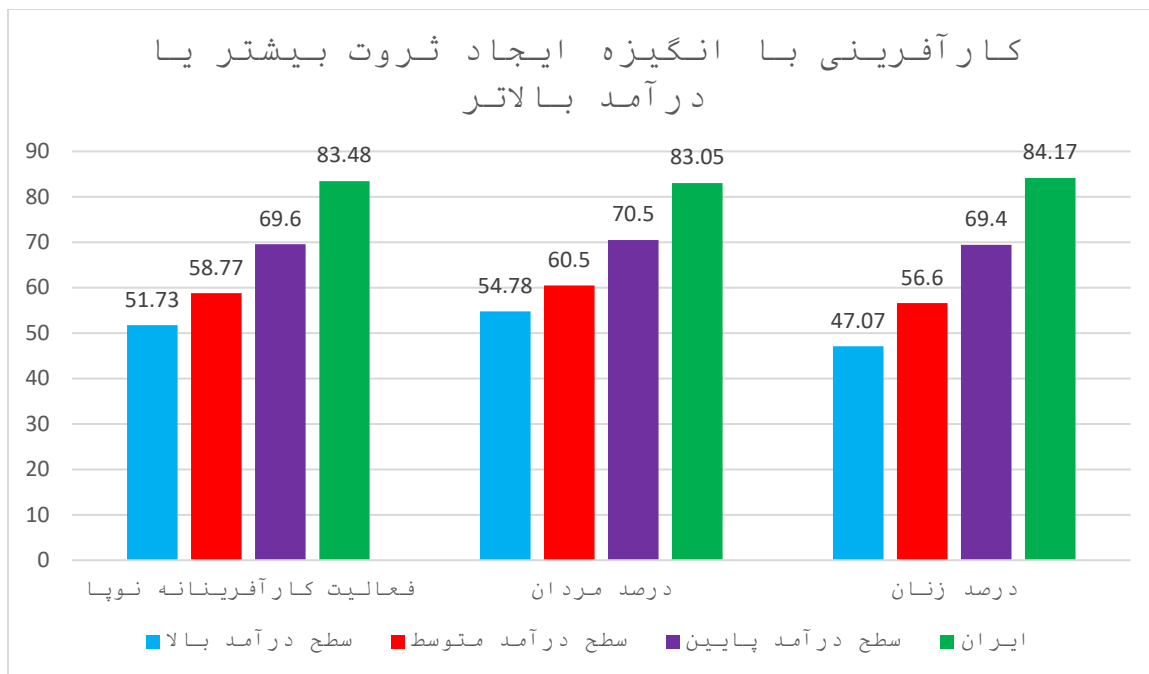


نمودار ۵۵: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا براساس شاخص ایجاد تغییر در جهان در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

ایران در انجام فعالیت کارآفرینانه نوپا با انگیزه ایجاد تغییر در جهان رتبه هفتم را در بین کشورهای همتای خود از لحاظ سطح درآمدی دارد. از لحاظ مشارکت زنان و همچنین مشارکت مردان در کارآفرینی با این انگیزه نیز در جایگاه هفتم قرار می‌گیرد.

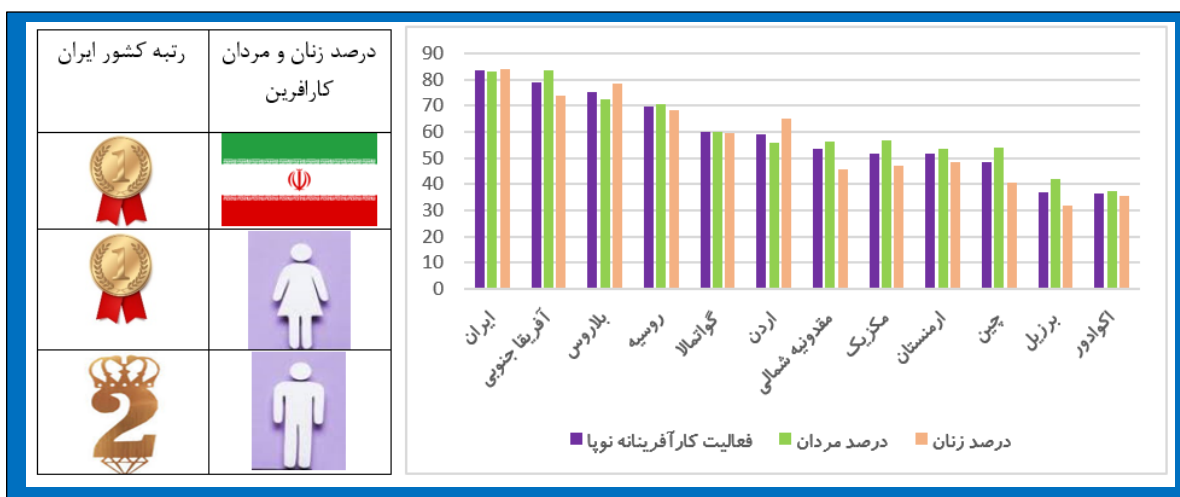
### ایجاد ثروت بیشتر یا درآمد بالاتر

در بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی درمورد انگیزه انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، انگیزه بسیاری از کارآفرینان ایجاد ثروت بیشتر یا دستیابی به درآمد بالاتر است. در نمودار زیر میانگین این شاخص انگیزشی در کشورهای با سطوح درآمدی مختلف و در مقایسه بین زنان و مردان آورده شده است.



نمودار ۵۶: میانگین شاخص کارآفرینی با هدف "دستیابی به ثروت یا درآمد بیشتر" برای کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت

کشور ایتالیا بالاترین نرخ انجام کارآفرینی با انگیزه ثروت و درآمد بالاتر را داراست. براساس نمودار ۵۶ به راحتی می‌توان دید که انگیزه زنان و مردان ایرانی برای انجام فعالیت کارآفرینانه نوپا، تا حد زیادی با هدف دستیابی به ثروت بیشتر و درآمد بالاتر است. به طوریکه امتیاز ایران در این شاخص از میانگین جهانی آن نیز بالاتر است و در مقایسه با میانگین کشورهای همانند ایران دارای سطح درآمد متوسطی هستند در جایگاه بالاتری قرار دارد. به این منظور و برای بررسی دقیقتر ایران در مقایسه با کشورهای هم‌مرده خود از لحاظ درآمدی نمودار ۵۷ را ملاحظه نمایید.



نمودار ۵۷: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا براساس شاخص دستیابی به ثروت و درآمد بیشتر براساس جنسیت و در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

انگیزه زنان کارآفرین ایرانی برای دستیابی به ثروت و کسب درآمد بالاتر به نسبت مردان ایرانی بیشتر است. در بررسی جایگاه مردان مطابق با این شاخص انگیزشی، مردان کشور آفریقای جنوبی از همه بیشتر و سپس مردان ایرانی قرار دارند.

### ادامه یک سنت خانوادگی

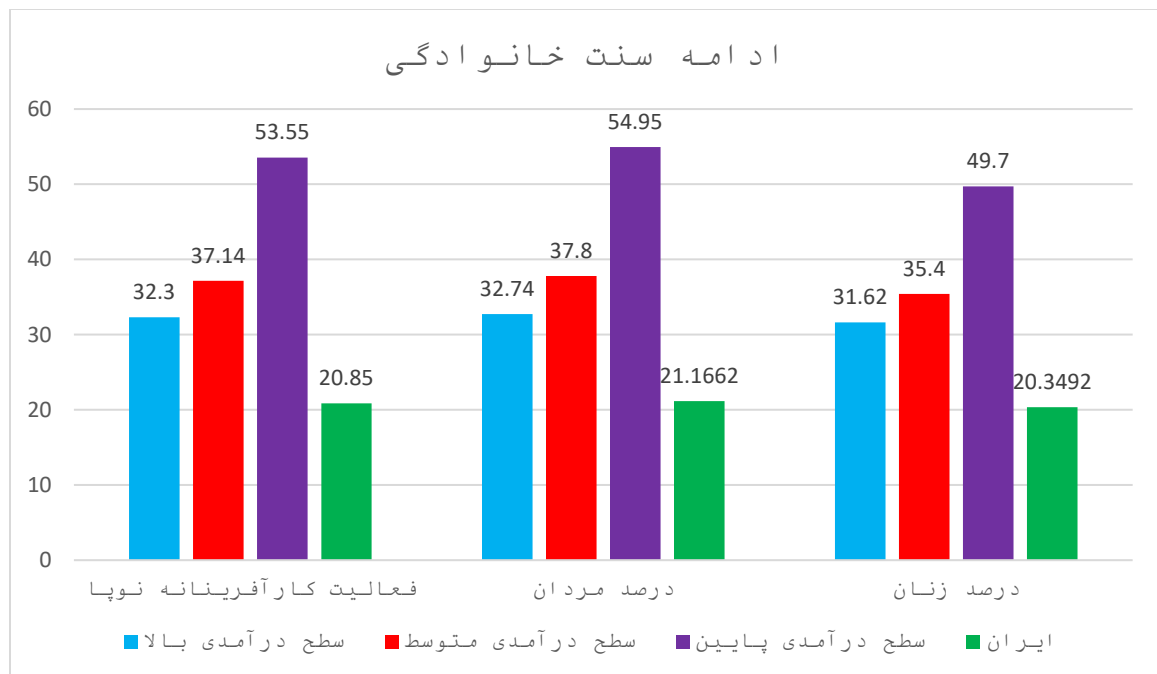
کسب و کار خانوادگی: به شرکتها، مؤسسات و کسب و کارهایی که بوسیله ارتباطات و تعاملات خانوادگی و افراد خانواده تحت تأثیر قرار می‌گیرند، کسب و کار خانوادگی گویند.



کسب و کار خانوادگی نوعی کسب و کار است که صاحبان آن با هم خویشاوند و فامیل باشند. کسب و کار خانوادگی حاصل ترکیب سه مفهوم کلیدی خانواده، کسب و کار و مالکیت می‌باشد. اعضای خانواده شاید در کسب و کار مورد نظر ممکن است فعال بوده و کار کنند یا کار نکنند و حتی مالک آن باشند و یا نباشند.

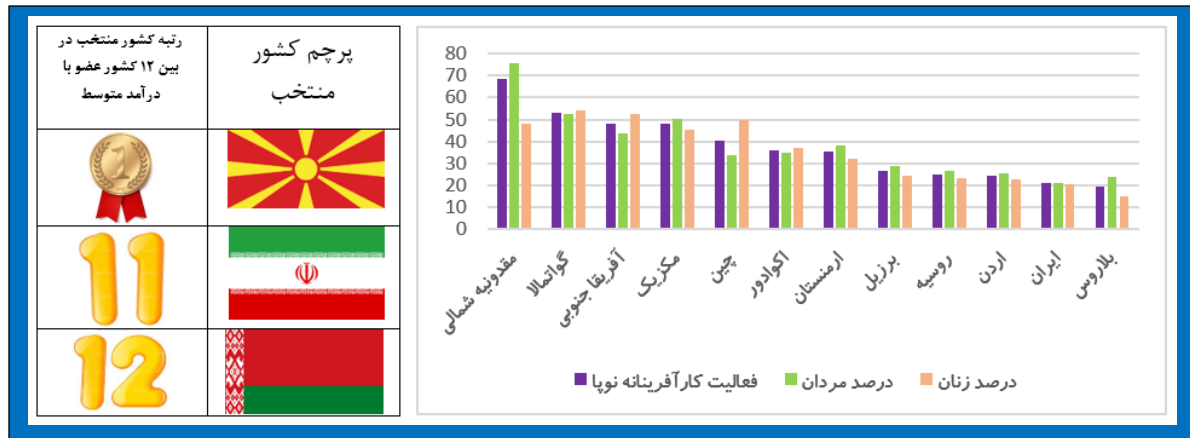
در بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، یکی از انگیزه‌های مشارکت کنندگان برای انجام فعالیت کارآفرینانه نوپا، ادامه دادن یک سنت خانوادگی است. در نمودار ۵۸ میانگین این شاخص به

طور کلی و همچنین برای زنان و مردان و در مقایسه میانگین کشورهای موجود در سه سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا مشاهده می‌شود.



نمودار ۵۸: کارآفرینی با هدف "ادامه سنت خانوادگی" برای کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا و بر حسب جنسیت

همانطور که از نمودار ۵۸ مشخص می‌شود، کسب و کارهای ایرانی چندان با هدف ادامه سنت خانوادگی شکل نمی‌گیرند. در عوض در کشورهای با سطح درآمد پایین مانند مصر، هند، مراکش، پاکستان و ماداگاسکار، این شاخص انگیزشی بسیار قوی است و میانگین بالایی دارد. کشور لهستان با نمره ۸۱٫۶۳، رتبه نخست کسب و کارهایی را داراست که با هدف ادامه یک سنت خانوادگی شکل گرفته‌اند. وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای هم‌مرده از لحاظ درآمدی در قالب نمودار ۵۹ آورده شده است.

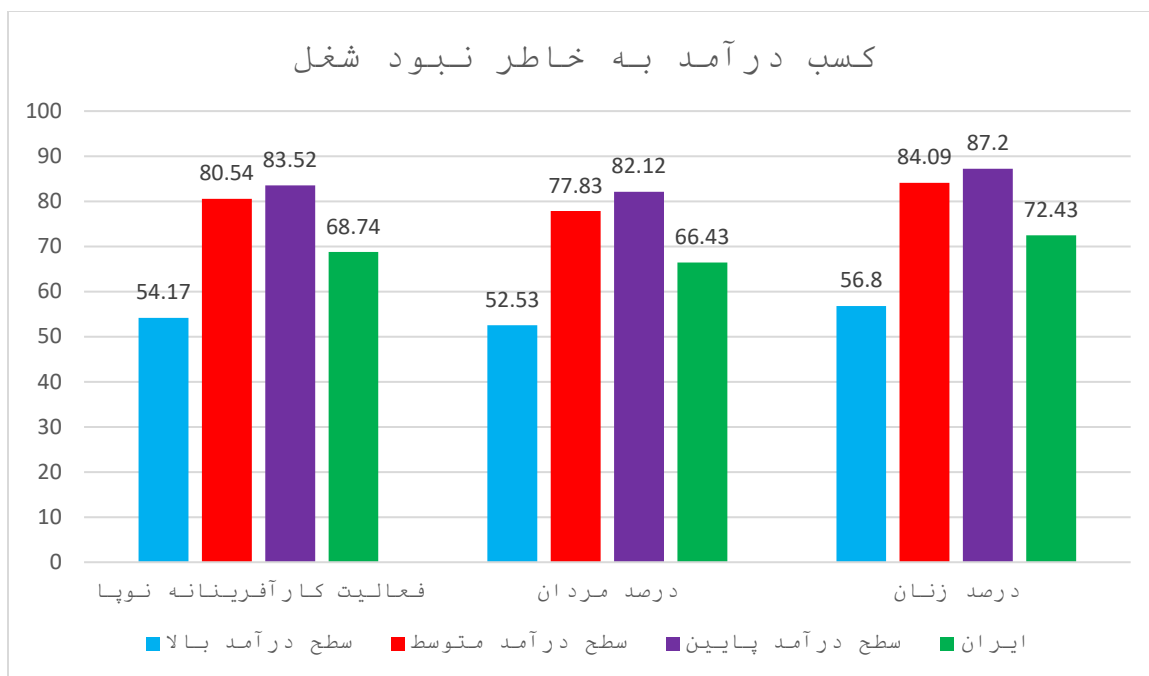


نمودار ۵۹: کارآفرینی نوپا با انگیزه ادامه سنت خانوادگی، براساس جنسیت و در بین کشورهای با درآمد متوسط

همانگونه که مشاهده می‌شود، ایران در این گروه در جایگاه یازدهم قرار دارد و درصد مردانی که با این انگیزه کار می‌کنند بیش از زنان است. به عبارت دیگر مردان ایرانی تمایل بیشتری برای حفظ و ادامه سنت خانوادگی خود نسبت به زنان دارند. به طور کلی امتیاز ایران در این شاخص چندان مطلوب نیست.

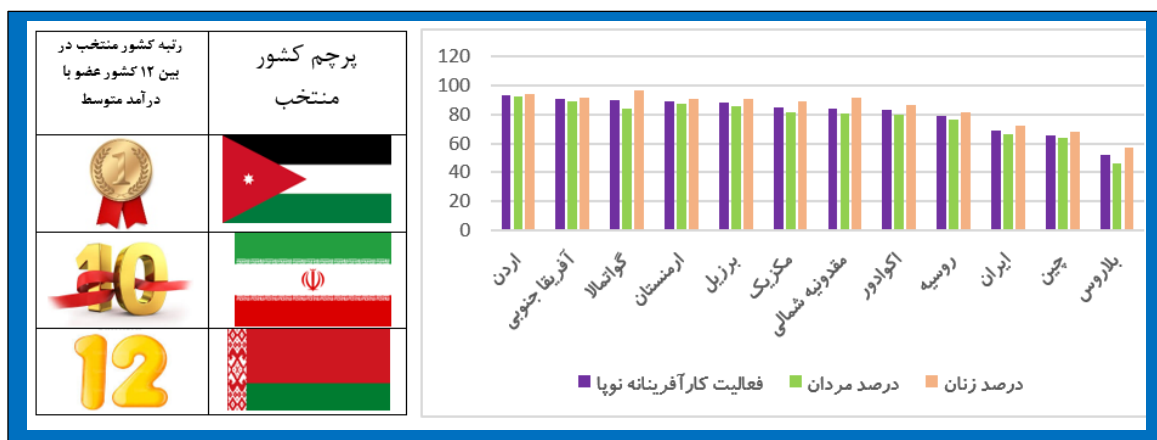
### کسب درآمد به خاطر نبود کار

آخرین شاخص انگیزشی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه نوپا، کسب درآمد برای خود است. از آنجا که احساس می‌شود در جامعه به اندازه کافی کار و شغل وجود ندارد بنابراین باید برای کسب روزی، کارآفرینی کرد. نتایج نظرسنجی از ۵۰ کشور عضو در قالب نمودار ۶۰ آورده شده است. در این نمودار میانگین امتیازهای کشورهای عضو در سه رده درآمدی پایین، متوسط و بالا دیده می‌شود و درصد انگیزش جامعه براساس جنسیت نیز آورده شده است.



نمودار ۶۰: میانگین شاخص کارآفرینی به خاطر نبود شغل برای کشورهای با سطح درآمدی پایین، متوسط و بالا بر اساس جنسیت

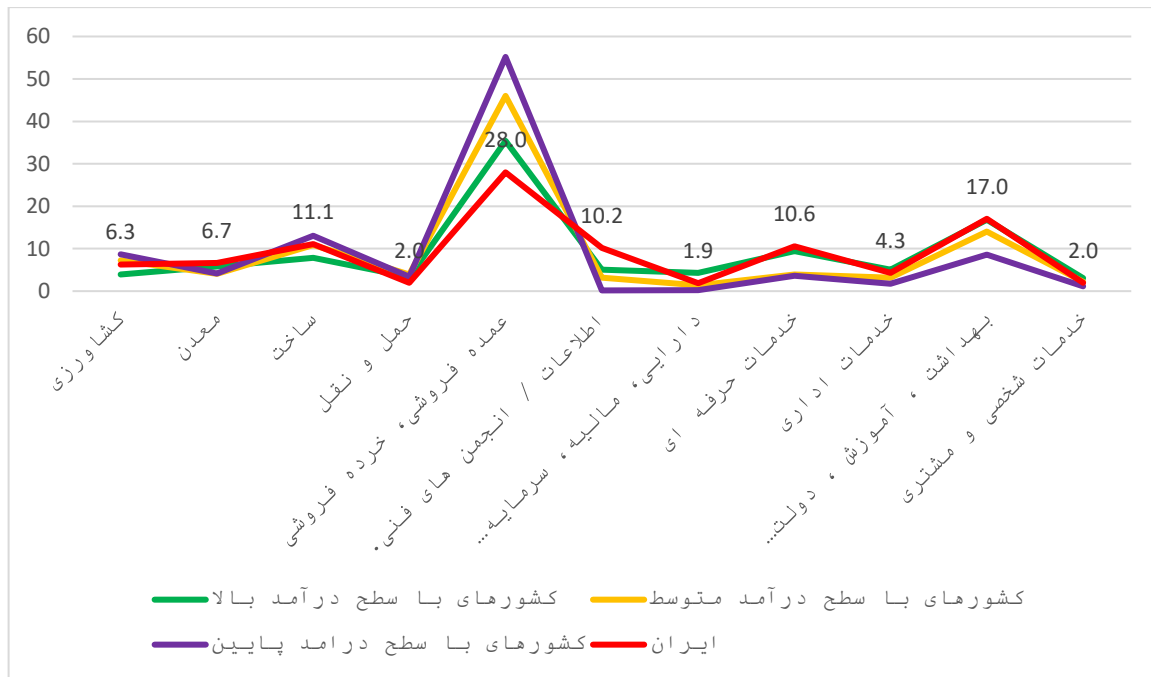
ایران در این شاخص نسبت به کشورهای با سطح درآمد بالا وضعیت بهتری دارد اما در مقایسه با کشورهای با سطح درآمد متوسط و پایین در جایگاه پایین تری قرار گرفته است. این شاخص انگیزشی در کشورهای مراکش و اردن از سایر کشورهای عضو بالاتر است و کشور لهستان پایین ترین رتبه را داراست. نمودار ۶۱ وضعیت این شاخص انگیزشی را برای ایران و در مقایسه با سایر کشورهای همبرده از لحاظ درآمدی نشان می دهد. تحلیل ها گویای این واقعیت است که درصد زنان ایرانی که با این انگیزه فعالیت کارآفرینی انجام می دهند نسبت به مردان ایرانی بیشتر است.



نمودار ۶۱: وضعیت انگیزش کارآفرینان نوپا به خاطر کمبود شغل، براساس جنسیت و در بین کشورهای با سطح درآمد متوسط

## کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی

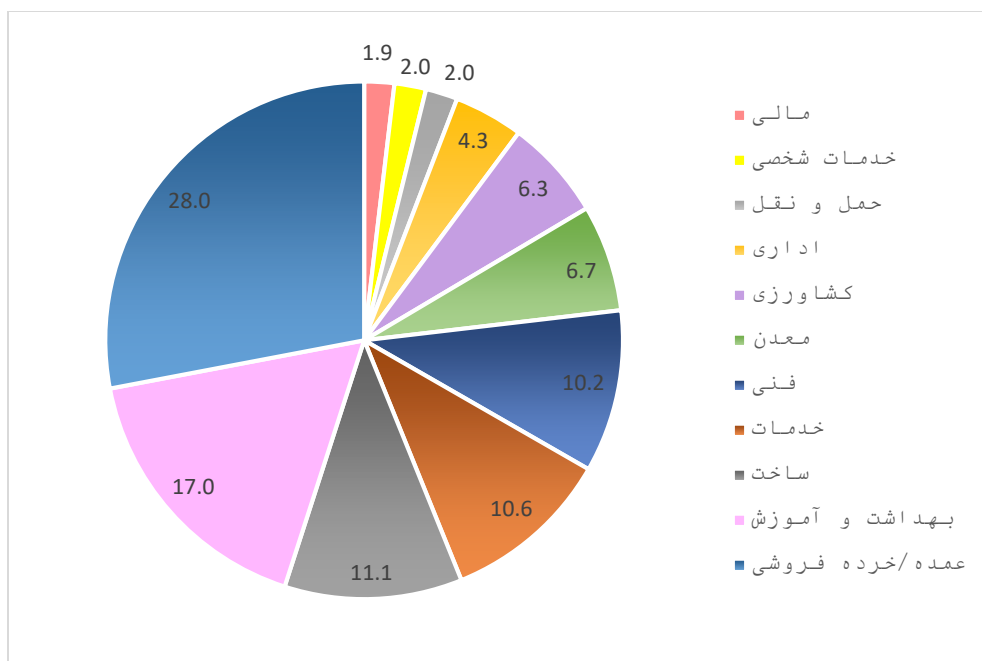
میزان مشارکت کارآفرینان در صنایع مختلف اهمیت دارد. کارآفرینی از طریق ارائه محصول و خدمات جدید، روندهای لجستیک جدید و مدل‌های کسب و کار جدید در بیشتر بخش‌های صنعت تغییرات عمده را موجب می‌شود. در همین راستا، دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینان را در سراسر جهان و در صنایع مختلف ردیابی می‌کند تا میزان فعالیت کارآفرینانه نوپا (TEA) را ارزیابی کند. در نمودار ۶۲ میانگین مشارکت کشورهای در صنایع و حوزه‌های مختلف بر اساس سطح درآمدی آنها و در مقایسه با کشور ایران نشان داده شده است.



نمودار ۶۲: میانگین مشارکت کشورهای عضو کنسرسیوم در صنایع مختلف

نمودار ۶۲ میزان مشارکت کارآفرینان ایرانی را در این یازده صنعت و به ترتیب از کم تا زیاد نشان می‌دهد. کمترین مشارکت کسب و کارهای کشور ایران در بخش مالی و سرمایه‌گذاری و بیشترین میزان مشارکت در بخش عمده‌فروشی و خرده‌فروشی می‌باشد.





نمودار ۶۳: میزان مشارکت کارآفرینان ایرانی در صنایع و بخش های مختلف اقتصادی

## جمع بندی

تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه های علمی و فنی، چالش های پی در پی نظام اقتصادی-اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی و افزایش فقر و بیکاری موجبات توجه عمیق تر سیاستگزاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم نموده است تا آنجا که آخرین الگوی توسعه را توسعه مبتنی بر کارآفرینی قلمداد کرده اند. در این بخش انگیزه کارآفرینان ایرانی در چهار شاخص دستیابی به ثروت بیشتر، ادامه سنت خانوادگی، انجام کارآفرینی به خاطر کمبود شغل و ایجاد تغییر در جهان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که بیشتر کارآفرینان ایرانی با هدف دستیابی به ثروت و درآمد بیشتر دست به کارآفرینی می زنند. درصد زنانی که به خاطر کمبود شغل به کارآفرینی روی می آورند از مردان بیشتر است و درصد مردانی که به خاطر ادامه سنت خانوادگی، کارآفرین می شوند بیشتر از زنان است. با بررسی میانگین مشارکت کارآفرینان ایرانی در صنایع مختلف، مشخص شد که میزان مشارکت کارآفرینان ایرانی بیشتر بر اساس شاخص کسب ثروت بیشتر و درآمد بالاتر می باشد و بیشترین حوزه فعالیت ایرانیان عمده فروشی / خرده فروشی و سپس حوزه آموزش و بهداشت است.



## فصل ششم نتیجه گیری و پیشنهادات



## مقدمه

کارآفرینی محرک قدرتمندی برای رشد اقتصادی و اشتغالزایی می‌باشد. کارآفرینی عامل ایجاد استارت آپ‌ها، شرکت‌های جدید، خلق بازارهای جدید و رشد کسب و کارهای کوچک و تثبیت شده است. کارآفرینی عامل اصلی رقابت پذیری و نیز مقاوم سازی و دانش بنیان ساختن اقتصاد کشورهاست. به طور کلی، کارآفرینی موجب می‌شود تا جامعه به چنان باور و اعتمادی برسد که هر آنچه نیاز اقتصادی است، برآورده سازد و با آبدانی و تولید، آن را برای رفاه و آسایش جامعه مورد بهره‌برداری قرار دهد. بنابراین، از مهمترین تدابیر اغلب اقتصادهای کارآفرینی محور و نوآوری محور تسهیل فرآیند کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید است. برخی از دولت‌ها مانند ترکیه، برزیل و مالزی برنامه و سیاست‌های مشخصی برای حمایت از استارت‌آپ‌ها و فعالیتهای کارآفرینانه و تقویت اکوسیستم کارآفرینی تدوین و اجرا نموده‌اند. در این فصل با توجه به نتایج برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی سال ۱۳۹۸ ایران و جهان، ابتدا نگاهی اجمالی به وضعیت محیط کسب و کار در ایران داشته و سپس پیشنهادهای برای توسعه کارآفرینی و اکوسیستم کارآفرینی کشور خواهیم داشت.

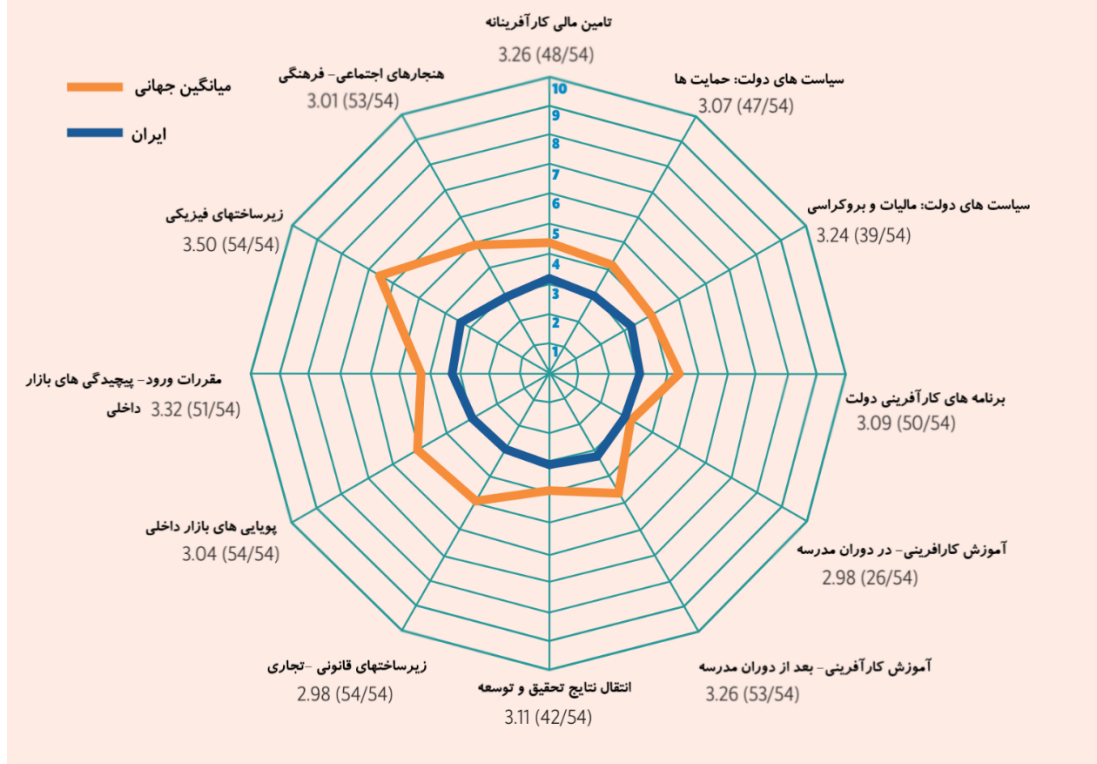
## بحث و نتیجه گیری

### اکوسیستم کارآفرینی و شاخص های کارآفرینی ایران در یک نگاه

محیط کسب و کار یا اکوسیستم کارآفرینی نقش بسیار مهمی در توسعه و ارتقای کمی و کیفی فعالیتهای کارآفرینی دارد. البته به جرئت می‌توان گفت محیط کسب و کاری کاملاً مطلوب در دنیا وجود ندارد و مناسب یا مطلوب بودن محیط کسب و کار در کشورهای جهان یک امر نسبی تلقی می‌شود. به عبارت دیگر در جهان، کشوری وجود ندارد که در همه شاخص‌های محیط کسب و کار کاملاً عالی باشد؛ بلکه کشورها با توجه به شرایطشان در این زمینه داری نقاط قوت و ضعف مختلفی هستند. برای اشراف بیشتر بر وضعیت اقتصادی کشور براساس معیارهای دیده‌بان جهانی کارآفرینی و در مقایسه با میانگین جهانی کشورهای عضو در این کنسرسیوم، شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران و وضعیت محیط کسب و کار این کشور در مقایسه با جهان در قالب نمودار عنکبوتی زیر آورده شده است.<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> برای کسب اطلاعات بیشتر به فصل دوم این گزارش مراجعه نمایید

## اکوسیستم / محیط کسب و کار در ایران و جهان



شکل ۱۰: وضعیت محیط کسب و کار و شاخص های اکوسیستم کارآفرینی ایران

ایران در بعد زیرساخت های فیزیکی، توان ورود به بازار و مقررات بازار داخلی، دسترسی به تامین مالی کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی در دوران بعد از مدرسه، رتبه هایی پایین بدست آورده است. اساساً توسعه زیرساخت ها از الزامات مهم توسعه اقتصادی به شمار می رود. سرمایه گذاری مستقیم دولت ها با همکاری و مشارکت بخش خصوصی برای توسعه و تقویت زیرساخت های فیزیکی باعث تسهیل امکانات تولید و صادرات گردیده است، فعالیت های کارآفرینانه را تشویق نموده و رقابت پذیری را در سطح ملی ارتقا می دهد.

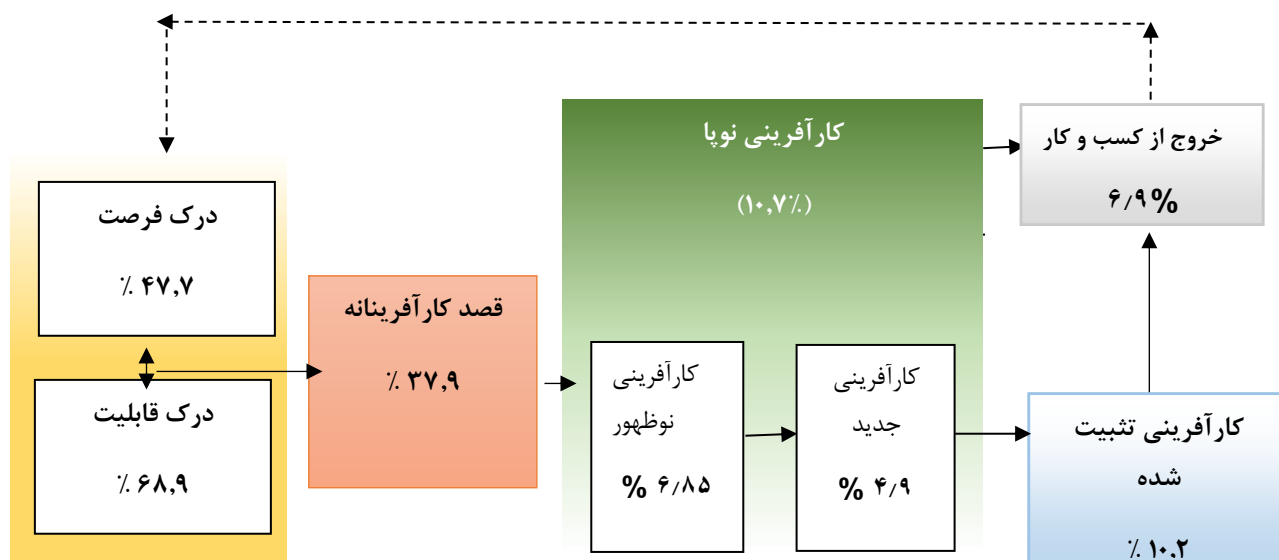
شرایط فعلی کشور از یک سو و از سوی دیگر اعمال ظالمانه تحریم های امریکا بر علیه ایران، به ویژه در خصوص انتقال ارز به کشور که عدم ثبات قیمت ها و افزایش نرخ تورم را به همراه داشته است، اغلب کارآفرینان و رهبران کارآفرین با کمبود نقدینگی بسیار زیاد و بحران های شدید مواجه شده اند. بر این اساس اقدامات متعددی در زمینه حل مساله تامین مالی بنگاه ها و کسب و کارهای کوچک و متوسط صورت گرفته است که از جمله می توان به تشکیل کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و شکل گیری اتاق ایران اشاره کرد. هرچند صدور اسناد خزانه اسلامی، اقدام مناسبی برای تزریق مالی در بخش خصوصی کشور به ویژه برای کارآفرینان و کارفرمایانی که با بخش دولتی کار

می‌کنند، است اما به نظر می‌رسد که کم و بیش مهمترین مشکل کسب و کارهای کوچک و متوسط و در کل بخش خصوصی کشور در سال های آتی، دسترسی به منابع تأمین مالی خواهد بود.

با این وجود نباید این موضوع را نادیده گرفت که به هر حال علیرغم تحریم‌های امریکا، کمبود نقدینگی و بوروکراسی نامناسب اداری حاکم بر سازمان ها و نهادهای دولتی، اما به واسطه وجود سیاست‌های مالیاتی دولت، فرهنگ ملی غنی و پتانسیل بالای مردم و جوانان، کماکان شاهد وقوع و انجام فعالیت‌ها و نگرش‌های کارآفرینانه در کشور عزیزمان هستیم. برای اساس، ایران دهمین کشوری است که در میان ۵۲ کشور عضو، مردمانش دارای قصد کارآفرینانه بالایی هستند و امتیاز خوبی در درک قابلیت‌های کارآفرینانه دارند. این بدین معنی است که در بدترین شرایط نیز یک فرد ایرانی، درصد راه‌اندازی کسب و کار در راستای دستیابی به موفقیت در آینده خواهد بود. این امر می‌تواند براساس اطلاعات بدست آمده از شاخص انگیزش کارآفرینی، بدین گونه تفسیر شود که ایرانیان به آینده خوش بین هستند و فعالیت‌های کارآفرینانه خود را با انگیزه کسب ثروت بیشتر و دستیابی به درآمد بالاتر انجام می‌دهند.

با این اوصاف رویکردی که هم‌اکنون کشور به آن نیاز دارد، تقویت اکوسیستم کارآفرینی و ایجاد تعامل و هم‌افزایی بین عناصر موجود در این اکوسیستم است. در این راستا مراکز رشد و شهرک‌های صنعتی فعال، از جمله زیرساخت‌های مهم هر کشور و یکی از فاکتورهای تاثیرگذار در تقویت اکوسیستم کارآفرینی محسوب می‌شود.

یافته‌های به دست آمده از گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد نرخ کارآفرینی نوپا در کشور عزیزمان ۱۰٫۷ درصد است که به واسطه آن رتبه ۲۶ را در این شاخص بدست آورده است. همچنین نرخ کارآفرینی تثبیت شده در ایران برابر ۱۰٫۲ درصد بوده و کشورمان در این شاخص در رتبه ۱۶ قرار دارد. کارآفرینی سازمانی نیز بخشی از فعالیت‌های کارآفرینانه است که نرخ آن در کشور مقدار ۰٫۲٪ است و رتبه کشور در این شاخص ۲۵ است. نکته قابل توجه اینست که اگرچه تعداد استارت‌آپ‌های ایرانی تقریباً هم طراز کشورهای توسعه یافته‌ای مانند امریکا است اما کیفیت این دو تفاوت فاحشی دارد.



نکته دیگر این است که کیفیت کسب و کارهای تثبیت شده نیز به اندازه کیفیت کسب و کارهای نوپا اهمیت دارد. همان طور که فرآیند عملیاتی کارآفرینی نشان می‌دهد مجموع فعالیت‌های کارآفرینانه (اعم از نوپا، تثبیت شده و سازمانی) در ایران برابر ۲۳ درصد است در حالی که ۷ درصد خروج داوطلبانه از کسب و کار وجود دارد. بنابراین مجموع فعالیت‌های کارآفرینانه خالص در ایران برابر ۱۶ درصد خواهد بود. به عبارت دیگر در حدود ۱۶ درصد جمعیت بزرگسال کشور درگیر انواع فعالیت‌های کارآفرینی هستند (شکل ۱۱).

بنابراین، یکی از مسائلی که سیاستگذاران باید به آن توجه کنند تدوین برنامه‌هایی جهت افزایش کیفی استارت‌آپ‌های ایرانی است. برنامه‌ها و سیاست‌هایی که بتواند میزان نوآوری و تولید محصولات و خدمات نوآورانه در بین این کسب و کارها را افزایش دهد. امروزه اغلب اقتصادهای نوآورمحور مانند هلند و انگلستان و اقتصادهای کارآیی‌محور مانند ترکیه و مالزی و حتی برخی اقتصادهای عامل محور چون بنگلادش و ارمنستان به دنبال حفظ و ارتقای نرخ کسب و کارهای دانش بینان خود جهت دستیابی و تحقق اقتصاد دانش‌بینان در کشورهایشان هستند. با این وجود نباید از این نکته غافل شد که پایداری کسب و کارها و تلاش برای بهبود آنها نیز مسئله‌ای است که می‌باید مورد توجه قرار گیرد.

### توسعه کارآفرینی مردان و زنان در ایران

در دنیا و نیز در ایران، زنان نیمی از جمعیت را تشکیل می‌دهند. همان طور که شکل ۱۳ نشان می‌دهد کارآفرینان نوپای مرد



ایرانی برابر ۱۳,۳ درصد است که اکثریت آنها نیز در رده سنی ۲۵-۳۴ سال قرار دارند. این اعداد و ارقام گواه بر اینست که جوانان نسبت به افراد مسن‌تر جامعه تمایل بیشتری برای ریسک‌کردن دارند، خلاق‌ترند و با احتمال بیشتری تصمیم به کارآفرینی می‌گیرند. این درحالیست که درصد زنان کارآفرین ایرانی، برابر ۸,۲۳٪ می‌باشد که این نرخ مشارکت باعث شده کشور ایران رتبه ۲۹ را بین سایر کشورها کسب کند. خلاصه‌ای از وضعیت کارآفرینان ایرانی و شاخص‌های

دیدهبان جهانی کارآفرینی بر اساس جنسیت آنها در قالب شکل ۱۲ نمایش داده شده است.

## مقایسه کارآفرینان ایرانی بر اساس جنسیت



شکل ۱۲: مقایسه کارآفرینان ایرانی بر اساس جنسیت

## پیشنهادهای سیاستی برای توسعه کارآفرینی در ایران



دیده‌بان جهانی کارآفرینی بیش از ۲۰ سال است که شاخص‌های علمی و بین‌المللی را در اختیار کشورهای عضو این کنسرسیوم دانشگاهی قرار می‌دهد. ایران نیز به همت سازمان کار و تامین اجتماعی و دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، یکی از کشورهای عضو در این کنسرسیوم است. با توجه به نتایج بدست آمده از دوازدهمین برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ایران که توسط دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و با حمایت موسسه کار و تامین اجتماعی اجرا می‌شود، پیشنهادهای سیاستی و کاربردی ذیل جهت توسعه کارآفرینی در ایران ارائه می‌شود.

### ۱- سیاست توسعه کارآفرینی نوآورانه و دانش‌بنیان در کشور



امروزه دانش و نوآوری بعنوان عوامل مهم ایجاد ثروت پذیرفته شده و در سطح خرد و کلان فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را فراهم کرده‌اند. در عصر جدید اقتصادی دانش به عنوان منبع اصلی ثروت به شمار می‌آید (Romer, 1992; Deraker, 1988)؛ بنابراین، امروزه بیشتر کشورها برای ورود به اقتصاد نوآورمحور تلاش می‌کنند. اقتصاد دانش‌بنیان و نوآور، شکل‌دهنده اقتصادی مقاوم و

پایدار است. تایوان از جمله کشورهایی است که از سال ۱۹۷۹ برای حرکت از اقتصاد عامل محور به نوآور محور برنامه‌ریزی کرد. این کشور که تا سال ۱۹۷۹ تمرکز اصلی خود را بر صادرات قرار داده بود، توانست با تغییر سیاست‌های خود تا سال ۲۰۱۱ پارک‌های علم و فناوری رادر کل کشور توسعه دهد.<sup>۱</sup> از سال ۲۰۱۶ برنامه‌های دولت وارد فاز دوم توسعه شده و تلاش دارد مجموعه‌ای همانند سیلیکون ولی را برای قاره آسیا ایجاد نماید. منطقه‌ای که همانند دره سیلیکون ولی در آمریکا، مهد استارت‌آپ‌های نوآورانه و کسب و کارهای دانش‌بنیان محسوب شود و نمادی برای حضور فعال شرکت‌های فناورانه گردد.

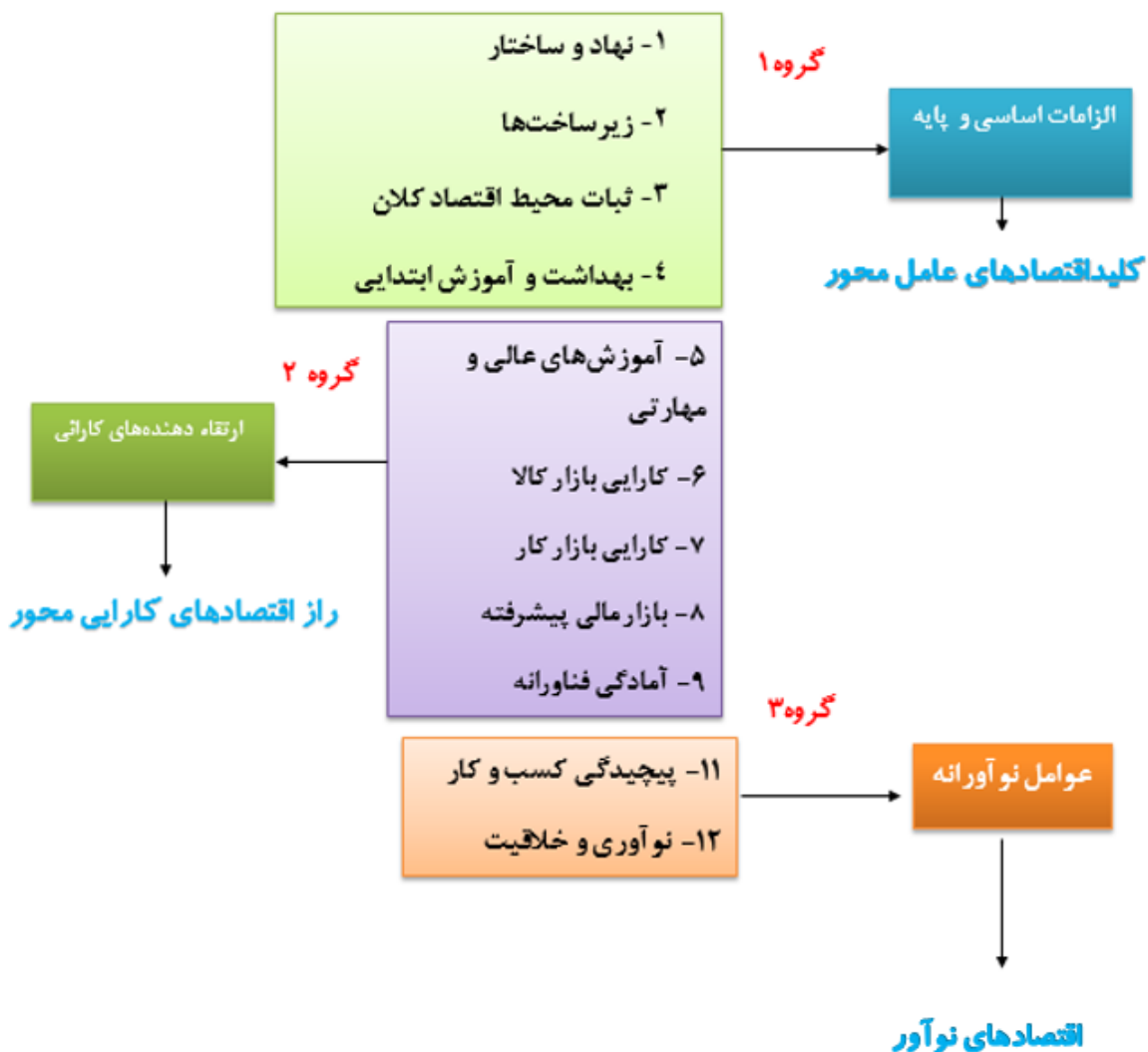
همانطور که در فصل اول اشاره شد، ایران در حال گذار از اقتصاد عامل محور به کارائی محور می‌باشد. اما بواسطه وجود ضعف‌های جدی در زیر شاخص‌های مرتبط با مرحله کارائی محور (نظیر عدم کارآمدی بازارهای کار، کالا و سرمایه) کشور ما هنوز از مزایای اقتصادهای کارایی محور نظیر کاهش هزینه‌های ناشی از بهره‌وری برخوردار نشده است درعین حال از

<sup>1</sup> <https://www.forbes.com/custom/2019/07/15/taiwan-a-bright-future/>



تبعات آن نیز نظیر افزایش دستمزدها و ... رهایی نیافته است و لذا بایستی ضمن توجه کافی برای استقرار قطعی و ثابت در این مرحله با تلاش مضاعف از مواهب این مرحله بهره برده و نهایتاً با گذار از مرحله کارائی محور، در جرگه گروه کشورهای نوآور و خلاقیت محور یا مرحله ۳ توسعه رقابت پذیری قرار گیرد.

با توجه تحریم‌های چندساله ایران، حرکت کشور به سمت اقتصاد بدون نفت ضروری به نظر می‌رسد. با یک برنامه‌ریزی هدفمند و با سرمایه‌گذاری بر منابع نیرومند انسانی و تمرکز بر توسعه دانش از طریق ایجاد ملزومات اقتصاد دانش‌بنیان، توسعه کارآفرینی، احداث و تقویت مراکز تحقیق و توسعه، شهرکها، خوشه‌ها و پارکهای فناوری و صنعتی می‌توان حرکت در این مسیر را تسریع نمود. تقویت اکوسیستم کارآفرینی، تلاش جهت برقراری تعامل سازنده و سالم بین عناصر این اکوسیستم، تجدید نظر و تسهیل قوانین تاسیس کسب و کارهای فناورانه و فرآیند ورود به بازار گامی ضروری و ارزشمند در این راستا خواهد بود. بر اساس مدل رقابت پذیری، اجرای سیاستها و برنامه‌هایی در راستای تقویت هر یک از دوازده عامل شکل ۱۳ (عوامل گروه ۱ و ۲ و ۳) می‌تواند در حرکت کشور عزیزمان به سمت اقتصاد خلاقیت و نوآور محور سازنده باشد.



شکل ۱۳: مدل ارتقای سطح رقابت پذیری کشورها برای ورود به اقتصاد نوآور و دانش بنیان

## ۲- تدوین برنامه‌های حمایت از کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌های ایرانی

استارت‌آپ، یک کسب و کار نوپا، شراکت یا سازمان موقت می‌باشد که در پی ایجاد و راه‌اندازی یک مدل کسب و کاری جدید در زمینه‌ی خاصی است. در ایران، حدود ۲۷,۲٪ از استارت‌آپ‌ها کمتر از ۶ ماه دوام می‌آورند و معمولاً بیشترین میزان ماندگاری استارت‌آپ‌ها بین ۱ تا ۶ سال است که شامل ۳۲,۴٪ از استارت‌آپ‌هاست و ۲۸,۲٪ بین ۱ تا ۳ سال دوام می‌آورند و فقط ۸٪ از استارت‌آپ‌ها عمر بیشتر از ۳ سال دارند<sup>۱</sup> (خبرگزاری علم و فناوری). در شاخص کارآفرینی نوپا (با


<sup>۱</sup> <http://stnews.ir/content/news>

میزان ۱۰ درصد)رتبه ایران در میان ۵۰ کشور عضو GEM در سال ۱۳۹۸ برابر ۲۶ بوده است. با توجه به نقش استارت‌آپ‌ها در رونق اقتصادی، امروزه تقریباً همه کشورهای جهان به شدت از استارت‌آپ‌های‌شان حمایت می‌کنند.

حمایت از استارت‌آپ‌ها را می‌توان در تجربه کشورآلمان مشاهده نمود. همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد بهترین کشور برای استارت‌آپ‌ها در اروپا، کشورهایی هستند که جمعیت با تحصیلات عالی بیشتری دارند، از اقتصاد قوی برخوردار دارند، محیط کسب و کار سالم تری دارند، به طور نسبی هزینه‌های انجام کسب و کار در آنها پایین است. دولت آلمان در بین ده کشور اروپایی بهترین کشور برای استارت‌آپ‌ها است.

جدول ۶: بهترین کشورهای اروپایی دوستدار استارت‌آپ‌ها

Rank	Country	Economic Health	Cost of Doing Business	Business Climate	Labor Force Quality	Average
1	Germany	3	14	2	5	6
2	United Kingdom	5	14	3	9	7.8
3	Switzerland	6	25	1	1	8.3
4	Netherlands	2	27	6	5	10
5	Ireland	1	17	10	14	10.5
6	Denmark	7	29	8	3	11.8
7	Finland	24	19	3	2	12
8	Norway	7	31	7	4	12.3
9	Czechia	7	6	17	21	12.8
9	Sweden	19	20	5	7	12.8
11	Poland	3	5	23	22	13.3
12	Estonia	17	11	11	15	13.5
12	Austria	12	23	11	8	13.5

Analysis of World Economic Forum, UNESCO, World Bank, OECD and tax consultancy data by  NimbleFins

البته همان‌طور جدول شماره ۶ نشان می‌دهد فضای کسب و کار در آلمان بسیار مناسب است. بررسی دقیق‌تر برخی از اقدامات این کشور می‌تواند برای سیاستگذاری در ایران بسیار مفید باشد. در واقع در آلمان این فرهنگ نهادینه شده است که اگر می‌خواهند رشد اقتصادی قوی و پویای‌شان را حفظ کنند نیاز به کارآفرینانی دارند که بازارهای جدیدی را توسعه دهند و مشاغل پایداری را ایجاد نمایند. بر این اساس وزارت امور اقتصادی فدرال آلمان یکی از اهدافش تقویت روحیه کارآفرینانه و پایداری استارت‌آپ‌ها در آلمان از طریق جذب و تشویق مردم به راه‌اندازی کسب و کارهای نوپای‌شان می‌باشد. این وزارتخانه مجموعه‌ای از اقدامات، ابتکارات و تأمین مالی فرصت‌های کارآفرینانه را برای کارآفرینان جوان انجام داده است که مهمترین‌شان عبارتند از<sup>۲</sup>:

<sup>1</sup>. [www.czechtrade.cz%2FNimbleFins\\_Top-Countries-in-Europe-for-Startups-2020](http://www.czechtrade.cz%2FNimbleFins_Top-Countries-in-Europe-for-Startups-2020).

<sup>2</sup>. <https://www.bmw.de/Redaktion/EN/Dossier/start-ups.html>

- حمایت مالی از استارت آپ های دانشگاهی در قالب برنامه <sup>1</sup>EXIST. هدف این برنامه بهبود محیط کسب و کار برای استارت آپ های دانشگاهی و موسسات و مراکز پژوهشی است.
- تاسیس صندوق سرمایه گذاری جسورانه INVEST GRANT. فرشتگان کسب و کاری که در آلمان روی صندوق های سرمایه گذاری جسورانه خصوصی برای حمایت از استارت آپ های نوآورانه جوانان تا ۵۰۰ میلیون یورو سرمایه گذاری نمایند از مالیات معاف می باشند.
- تاسیس شوررای کنترل بروکراسی<sup>۲</sup>. دولت فدرال آلمان با تاسیس این شور تلاش کرده است که قوانین و مقررات دست و پاگیر برای شهروندان و کسب و کارها را کاهش دهد. هدف اصلی این شورا ایجاد بورکراسی کمتر، قوانین بهتر و خدمات دیجیتالی بیشتر است. ساختار این شورا متشکل از نمایندگان یا رابطین وزارتخانه های دولت فدرال آلمان است.

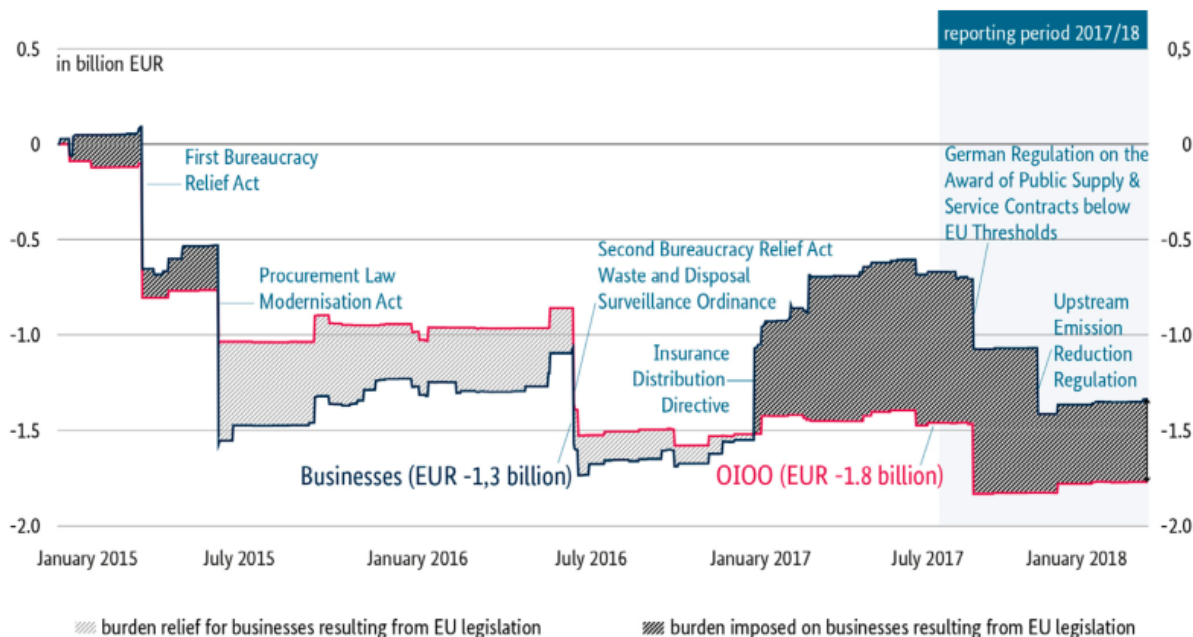


نمودار ۶۴: ساختار شورای کنترل بورکراسی در آلمان ۳

- ایجاد قاعده "One in , One out". این قاعده توسط شورای کنترل بورکراسی مطرح شده است. مطابق این قاعده به ازای هر قانونی که تصویب می شود می باید یک قانون دیگر مشابه آن حذف شود. هدف این قاعده، محدودسازی عقبه و بار قوانین و مقررات دست و پاگیر برای شهروندان و کسب و کارها می باشد بدون این که

1 . EXIST Business Start-Up Grant  
 2 . The National Regulatory Control Council (NKR)  
 3 . <https://www.normenkontrollrat.bund.de/nkr-en/about-us/nkr-members>

اعتراض‌های سیاستمداران را به دنبال داشته باشد. این قاعده باعث کاهش هزینه پیروی از قوانین و مقررات<sup>۱</sup> توسط شهروندان و کسب و کارها می‌شود. همان طور که نمودار شماره ۶۵ نشان می‌دهد از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸، اجرای قاعده مزبور و تصویب قانون کاهش بورکراسی (در سه مرتبه متوالی) در حدود ۱,۸ میلیارد یورو کاهش هزینه برای شهروندان و کسب و کارها به ارمغان آورده است.



نمودار ۶۵: تاثیر قاعده "one in one out" بر کاهش شاخص هزینه بروکراسی در آلمان

(the national regulatory control council, 2018)

به هر حال شورای مزبور به عنوان سازمان مستقل براساس قانون و در چلرجوب برنامه "کاهش بورکراسی و مقررات بهتر" و با هدف کاهش هزینه بورکراسی ایفای نقش می‌کند.

- تصویب قانون کاهش بورکراسی<sup>۲</sup>. هرچند بورکراسی آلمانی در دنیا زبانزد عام و خاص است ولی امروزه اقدامات دولت فدرال آلمان برای کاهش بورکراسی در این کشور بسیار تحسین برانگیز است. در واقع پس از تصویب قانون اول کاهش بورکراسی، شورای کنترل بورکراسی با همکاری وزارت امور اقتصادی فدرال از انجمن‌های کسب و کارها و اتاق‌های بازرگانی در بهار ۲۰۱۸ درخواست کرد که پیشنهاداتشان را در خصوص حذف و کاهش رویه‌ها و مقررات غیرضروری و ناموثر به این شورا ارایه دهند. در سومین قانون کاهش بورکراسی این نظرات بخش خصوصی گنجانده شد. با تصویب این قانون سوم، دولت فدرال علامت قوی برای کاهش قوانین و مقررات دست و پاگیر برای شهروندان و کسب و کارها و کاهش هزینه پیروی از قوانین ارسال کرد. به هر حال قانون کاهش

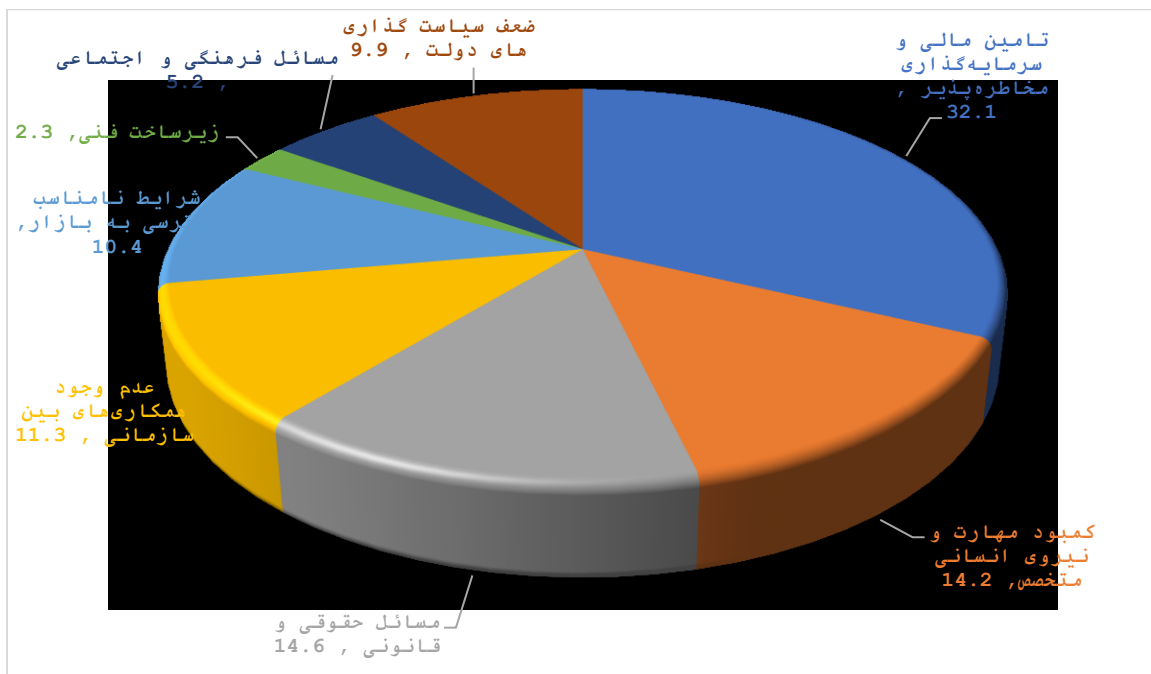
1. compliance cost  
2. Buraeucracy Relief Act

بورکراسی سه مرتبه در آلمان در هیات دولت مطرح و تصویب شده است. همان طور که نمودار مزبور نشان می‌دهد پس از هر بار تصویب این قانون در آلمان هزینه پیروی از قانون و مقررات برای مردم و کسب و کارها کاهش یافته است.

گرچه در ایران، براساس قانون، کسب و کارهای دانش بنیان برای مدت معینی معاف از مالیات هستند ولی همانند تجربه آلمان برنامه جامعی برای حمایت از استارت آپ های ایرانی تحت عنوان برنامه استارت آپ ایران مورد نیاز است.

### ۳- تقویت سامانه نوآفرین: طرح «نوآفرین»

مطالعات نشان می‌دهد، مهمترین عاملی که باعث توسعه کسب و کار می‌شود، زیر ساخت فیزیکی و پویایی بازار داخلیست. در کشورهای توسعه یافته مثل آمریکا زیرساخت فیزیکی و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی نقش پررنگی در شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها دارند. نتایج بررسی چالش‌های محیطی استارت‌آپ‌های ایرانی در قالب نمودار زیر نشان داده شده است.



نمودار ۶۶: چالش‌های محیطی استارت‌آپ‌های ایرانی بر حسب درصد (برگرفته از آمار سایت علم و فناوری)

براین اساس، سامانه نوآفرین: طرح «نوآفرین» با هدف حمایت از کسب و کارهای نوپا آغاز به کار کرده است. این سامانه که به همت سازمان فناوری اطلاعات ایران با همکاری معاونت علمی و فرهنگی ریاست جمهوری، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور و صندوق نوآوری و شکوفایی کشور راه‌اندازی شده است از این پس به عنوان سکوی جامع کسب و کار نوپا ارائه خدمت خواهد کرد. در طرح نوآفرین تسهیلاتی چون معافیت مالیات و بیمه‌ای برای استارت‌آپ‌ها وجود

دارد و با احداث پارک اقتصاد دیجیتال، استارت‌آپ‌هایی که درآمد سالانه آنها به ۵۰۰ میلیون تومان برسد می‌توانند با استفاده از امکانات این پارک‌ها درآمد خود را به پنج میلیارد تومان برسانند. (سامانه ملی نوآفرین) طرح نوآفرین از طریق متمرکزسازی، یکپارچه نمودن و تسهیل فرصت‌های دریافت خدمات و تسهیلات مختلف در حوزه‌های نوآوری، هوشمندی، اقتصاد و تحول دیجیتال، مالی، مشاوره، بازاریابی و سایر حوزه‌های حمایتی اقدامی موثر در توسعه زیست بوم نوآفرینی، رشد پایدار اقتصاد کشور، ایجاد اشتغال و حرکت کشور به سوی نوآوری و فناوری‌های نوین در کشور خواهد بود، از جمله اقدامات مهم تقویت و حمایت از این سامانه می‌باشد.<sup>۱</sup>

#### ۴- تدوین برنامه های حمایتی در راستای بین المللی سازی استارت‌آپ های ایرانی

کماکان کارآفرینی بین المللی یکی از نقاط ضعف کارآفرینی در کشور است. بین رشد نیافتگی استارت‌آپ‌های ایرانی و انتخاب بازارهای هدف داخلی رابطه مستقیمی وجود دارد. در سنگاپور، ۷۰ درصد بازار هدف کسب و کارهای نوپا در خارج از کشورشان و در حوزه بین المللی قرار دارد. حداقل ۳۰ درصد منابع درآمدی استارت‌آپ‌های کشورهای اروپایی به واسطه حضور در بازارهای خارج از کشورشان است. این درحالیست بررسی‌ها در خصوص محدوده بازار فعالیت استارت‌آپ‌ها نشان می‌دهد تنها ۶ درصد استارت‌آپ‌ها دارای بازار جهانی هستند. در این میان ۱,۱ استارت‌آپ‌ها در بازار منطقه‌ای فعالیت می‌کنند، ۵۱,۴ درصد استارت‌آپ‌ها در بازار کشوری، ۳۹,۵ درصد در بازار استانی، و ۷,۳ درصد دارای بازار محلی هستند<sup>۲</sup> (خبرگزاری علم و فناوری).

#### ۵- توسعه مراکز استارت‌آپ استودیو

در فضای استارت‌آپی، مراکز مختلفی در دنیا به وجود آمده تا استارت‌آپ‌ها را حمایت کرده و راه رسیدن آن‌ها به مراحل بالاتر را هموار می‌سازند. شکل ۱۴ انواع مراکز حمایتی و ایجاد کننده استارت‌آپ‌ها را نشان می‌دهد. اما به طور کلی رایج‌ترین مراکز ایجاد و حمایت از استارت‌آپ‌ها در دنیا را می‌توان در سه دسته اصلی طبقه‌بندی نمود که عبارتند از مراکز شتاب‌دهنده<sup>۳</sup> مراکز رشد یا انکوباتورها<sup>۴</sup> و استارت‌آپ استودیوها<sup>۵</sup>.

<sup>۱</sup> برای کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت <https://irannoafarin.ir> مراجعه کنید

<sup>۲</sup> برای کسب اطلاعات بیشتر به وبسایت زیر مراجعه نمایید: <http://stnews.ir/content/news/>

<sup>۳</sup> Accelerator

<sup>۴</sup> Incubator

<sup>۵</sup> Startup Studio



شکل ۱۴: انواع مراکز حمایت استارت‌اپی

سابقه ایجاد اولین مرکز شتاب‌دهنده استارت آپ ها به سال ۲۰۰۵ میلادی برمی‌گردد. در آن سال اولین شتاب‌دهنده به نام وای‌سی توسط پل گراهام در آمریکا شکل گرفت. بعد از موفقیت این مرکز، شتاب‌دهنده‌های بیشتری در آمریکا و نیز سایر نقاط جهان توسعه یافتند. همان طور که از اسم شتاب‌دهنده‌ها پیداست، هدف اصلی این مراکز شتاب‌دهی، کمک به استارت‌اپ‌های مستعد و کسب درآمد از آنهاست. این مراکز بیشتر مواقع از استارت‌اپ‌های تکنولوژی‌محور حمایت می‌کنند. در سال‌های اخیر شتاب‌دهنده‌ها تمرکز خود را روی حوزه‌های کاری تخصصی و خاص استارت‌اپی قرار داده‌اند مانند تمرکز بر روی استارت‌اپ‌های حوزه سلامت دیجیتال. فرآیند رشد استارت آپ ها در مراکز شتاب‌دهی به شرح شکل ۱۵ می‌باشد.<sup>۱</sup>

فرآیند مراکز شتاب‌دهنده				
پسا دمو دی (Post Demo Day)	دمو دی (Demo Day)	برنامه شتاب‌دهی	درخواست پذیرش	آگاهی
<ul style="list-style-type: none"> <li>استقلال استارت‌اپ از شتاب‌دهنده</li> <li>عضویت در شبکه فارغ التحصیلان شتاب‌دهنده</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه محصول یا خدمت</li> <li>ارتباط با سرمایه‌گذاران</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تمرکز بروی منتورینگ</li> <li>ساخت محصول</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>از طریق وبسایت شتاب‌دهنده یا سایت F6S.com</li> <li>تمرکز بر تیم استارت‌اپ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>از طریق شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها</li> <li>رویدادهای استارت‌اپی</li> </ul>

شکل ۱۵: فرآیند مراکز شتاب‌دهنده

اما مراکز رشد در دهه ۱۹۶۰ میلادی توسط شرکت‌هایی که قصد نوآوری در کسب‌وکار خود را داشتند شکل گرفت. این مراکز عموماً توسط دانشگاه‌ها و مراکز دولتی و سازمانی اداره و تأمین مالی می‌شوند. این مراکز رشد مناسب برای کارآفرینان استارت‌اپی در مرحله ایده است. چون به آن‌ها کمک می‌کند تا پایه کسب‌وکار خود را بسازند، تیم خود را تکمیل کنند و

<sup>۱</sup> برای کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت مربوطه مراجعه نمایید:

<https://techrasa.com/fa/%d9%85%d8%b1%d8%a7%da%a9%d8%b2-%d8%ad%d9%85%d8%a7%db%8c%d8%aa-%d8%a7%d8%b2-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%a7%d8%b1%d8%aa%d8%a7%d9%be%e2%80%8c-%d9%87%d8%a7>



اولین مشتری‌ها را جذب کنند. مراکز رشد همچنین از ایده‌های کاملاً جدید و علمی که معمولاً توسط مخترعان مطرح می‌شود، استقبال زیادی می‌کنند. حمایت‌های مراکز رشد شامل حمایت‌های مداوم فنی، منابع انسانی و مالی هستند که به مدت طولانی‌تری، معمولاً بین ۱ تا ۵ سال، ارائه می‌شوند و حتی در برخی مواقع پایان مشخصی ندارند. لذا استارت‌آپ‌های شکل گرفته از دل مراکز رشد ممکن است تا مدتی طولانی سودآوری آنچنانی نداشته باشند. در تصویر ۱۶ تفاوت‌های بین مراکز شتابدهی و مراکز رشد آورده شده است.



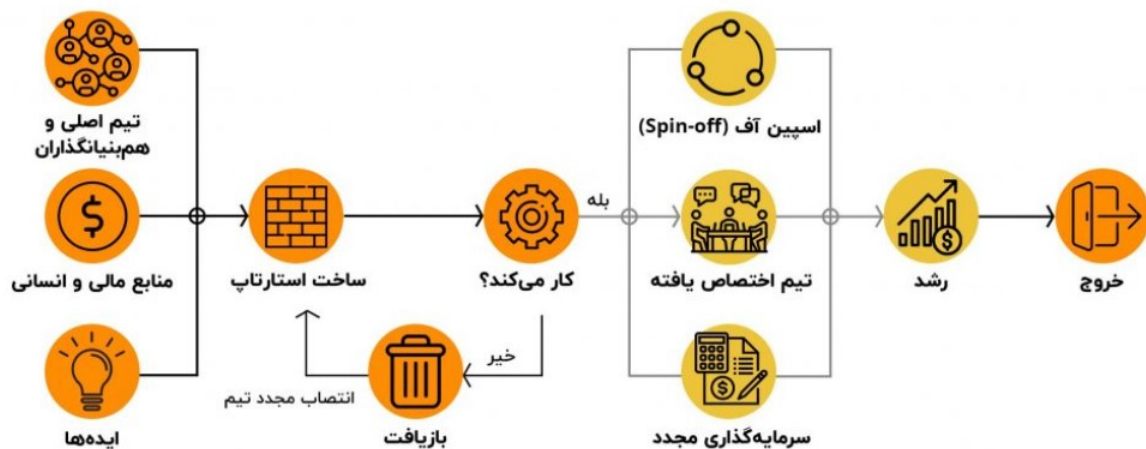
شکل ۱۶: مقایسه مراکز رشد و مراکز شتابدهی، برگرفته از Isabelle, ۲۰۱۳

استارت‌آپ استودیو، مرکز ساخت استارت‌آپ‌ها است. که با نام‌هایی چون استارت‌آپ فکتوری ۱ و ونچر استودیو ۲ نیز شناخته می‌شود. تعداد استارت‌آپ استودیوها نسبت به دو مرکز دیگر (شتاب‌دهنده و مرکز رشد) بسیار کمتر است و لذا کمتر شناخته شده هستند (شکل ۱۹). هدف استارت‌آپ استودیوها ایجاد تعداد قابل توجهی استارت‌آپ موفق است و بیشتر به صورت مستقل فعالیت می‌کنند. استارت‌آپ استودیو برخلاف مراکز شتاب‌دهنده و مراکز رشد، خود ایده داشته و تیم‌ها برای

1.Startup Factory  
2.Venture Studio

ایده‌هایی از پیش تعیین شده آماده سازی و انتخاب می‌شوند. بنابراین استارت‌آپ استودیو بیشتر به افراد متخصص در یک حوزه نیاز دارد که به ساخت هرچه سریع‌تر، بزرگتر و بهتر استارت‌آپ کمک کنند. در شکل ۱۷ فرآیند و دیاگرام یک استارت‌آپ استودیو نمایش داده شده است.<sup>۱</sup>

### دیاگرام استارت‌آپ استودیو



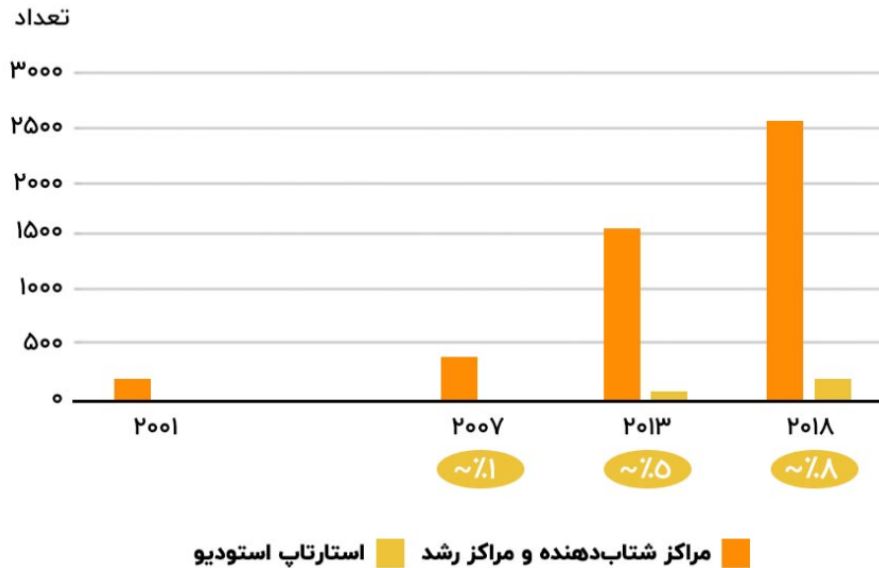
شکل ۱۷: دیاگرام یک استارت‌آپ استودیو

ایجاد استارت‌آپ استودیو برای افراد باتجربه، متخصص و مطرح در زمینه‌ی کاری مشخص مناسب‌تر است. زیرا به خوبی مشکلات بازار را می‌دانند و می‌توانند ایده‌هایی برای حل آن تعریف کنند. آن‌ها متناسب با ایده، تیم استارت‌آپی را جذب کرده و بر روی آن نظارت کنند.

<sup>۱</sup> جهت کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت زیر مراجعه کنید:

<https://techrasa.com/fa/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D8%A7%D9%BE-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%AF%DB%8C%D9%88>

مقایسه روند رشد مراکز شتاب‌دهنده و مراکز رشد با استارت‌آپ استودیو از سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۰۱

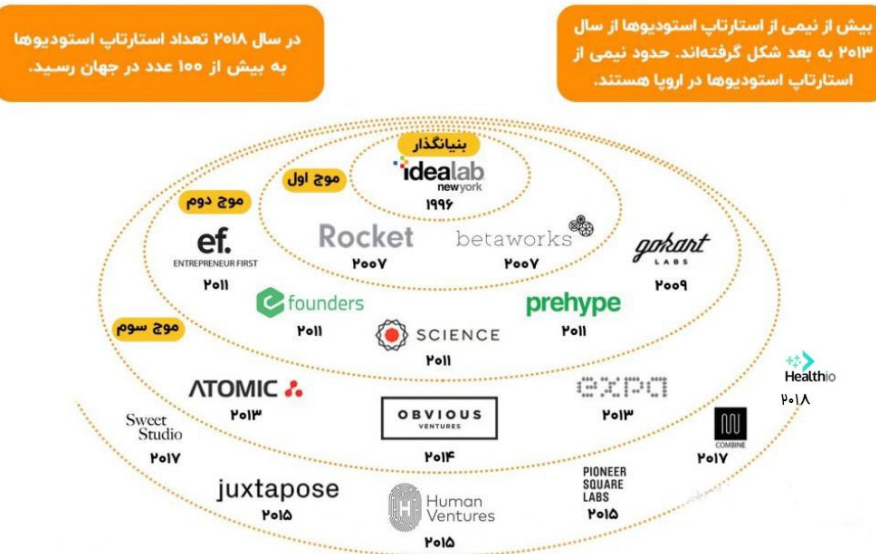


شکل ۱۸: مقایسه روند رشد مراکز شتاب‌دهی و مراکز رشد با استارت‌آپ استودیو از ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸

همانطور که مشاهده می‌شود از سال ۲۰۰۳ تا کنون شاهد رشد چشمگیر این نوع مراکز حمایتی هستیم. افزایش استارت‌آپ استودیوها در سال‌های اخیر به دو دلیل بوده است: (۱) افزایش قابل ملاحظه حمایت از نوآوری و استارت‌آپ‌ها و (۲) جهش تکنولوژی و ابزار دیجیتال. در شکل ۱۸ روند رشد استارت‌آپ استودیو در جهان نشان داده شده است. اولین استارت‌آپ استودیو موفق ایدیا لب<sup>۱</sup> نام دارد. هلثیو یک استارت‌آپ استودیو ایرانی است که در ابتدای سال ۹۷ و در حوزه سلامت تاسیس شده است (Sepulveda, 2012).

<sup>۱</sup> Idealab

## روند گسترش استارت‌آپ استودیوها در جهان



شکل ۱۹: روند گسترش استارت‌آپ استودیو در جهان

اخیر نسل جدیدی از مراکز شتاب دهنده کسب و کارها تحت عنوان مراکز ایجاد کسب و کار در حال شکل گیری هستند که آنترپرنر فرست و انتلر<sup>۱</sup> نمونه بارز آن می‌باشد. این مراکز، همانند مراکز شتابدهی از طریق فراخوان‌های عمومی استعدادهای را با هدف کشف و شناسایی جوانان مستعد و جاه طلب جمع‌آوری می‌کنند تا به آنها کمک نمایند نسل بعدی شرکت‌های پیشرو را ایجاد کنند (de Alvarenga, Junior & Zeny, 2019).

در هر دوره فراخوان بین ۵۰ تا ۱۰۰ افراد مستعد جذب می‌شوند که می‌توانند ایده داشته باشند یا نداشته باشند. اگر ایده دارند تلاش می‌شود برایشان سرمایه‌گذار جذب شود و اگر ایده ندارند به ایده پردازی آنان کمک می‌شود. مدل کسب و کار مراکز ایجاد کسب و کار مبتنی بر دریافت حق عضویت از سرمایه‌گذاران بیرونی و دریافت ۱۰ درصد تا ۱۷ سهام استارت‌آپ‌ها در صورت کسب تامین سرمایه اولیه است. به هر حال در مراکز ایجاد کسب و کارهای نوپا هم به ایده پردازی افراد مستعد و هم بر تیم سازی آنها نظارت می‌شود. با توجه به تجربیات بسیار جدید جهانی پیشنهاد می‌شود پارک‌های علم و فناوری، سرمایه‌گذاران و سیاستمداران، تدابیر و برنامه‌های لازم در راستای گسترش و توسعه مراکز ایجاد کسب و کارهای نوپا و راه‌اندازی و تاسیس هرچه بیشتر استارت‌آپ استودیوها را اتخاذ نمایند. شاید این موضوع بتواند با کمک و توجه متولیان توسعه کارآفرینی کشور از جمله معاونت علمی ریاست جمهوری، هرچه سریعتر پیگیری و اجرا گردد (de Alvarenga, Junior & Zeny, 2019).

۱. Entrepreneur First and Antler

مقایسه مراکز شتابدهی و استارت‌آپ استودیو به شکل خلاصه در قالب جدول نمایش داده شده است:

استارت‌آپ استودیو	شتاب‌دهنده	سرمایه‌گذاران خطرپذیر (VC)
تعداد استارت‌آپ در سال	۲۰ - ۱۰ و بیشتر	۵ - ۱۰
مرحله استارت‌آپ هنگام جذب	رشد در مراحل بذری	تجاری‌سازی
مدت زمان برنامه	۳ تا ۱۲ ماه	۲ تا ۳ سال
برنامه‌های مدون	++	+
میزان حمایت کارکنان و اعضای مرکز	+	-
میزان ارتباط با مدیران	+	+
اندازه تیم داخلی	+	-
ناتیر اکوسیستم و شبکه ارتباطی	+	+
میانگین سرمایه‌گذاری بذری	بین ۲۰ تا ۱۰۰ هزار یورو	بیش از ۵۰۰ هزار یورو
میزان دریافت سهام در ابتدای برنامه	-	+
میزان تمرکز بر حوزه کاری خاص	کمتر	متوسط

جدول ۷: مقایسه بین شتاب‌دهنده، استارت آپ استودیو و سرمایه‌گذاران خطرپذیر

## ۶- توسعه کارآفرینی سازمانی از طریق مراکز شتابدهی شرکتی

یافته‌های گزارش حاضر، نشان داد که امسال کشور ایران رشد بهتری در کارآفرینی سازمانی نسبت به سالهای پیش داشته است. بنابراین تقویت این نوع فعالیت کارآفرینانه با توجه به تعداد زیاد شرکت‌ها و سازمان‌ها در ایران، به رشد و رونق اقتصادی کشور و ورود ایران به مرحله اقتصاد نوآور محور کمک شایانی خواهد کرد. شرکت‌هایی مانند گوگل و M۳، واحدهای سازمانی مستقلی زیر نظر مدیرعامل شرکت تحت عنوان سرمایه‌گذاری‌های جسورانه شرکتی<sup>۱</sup> ایجاد کرده‌اند. وظیفه چنین واحدهای حمایت از ایده‌های کارآفرینانه کارکنان و مدیران و حتی افراد مستعد و خلاق بیرون از شرکت است. از جمله اقدامات این شرکت‌ها ایجاد و توسعه مراکز شتابدهی شرکتی است. هم‌اکنون ایجاد این گونه مراکز در اغلب کشورها به شدت در حال گسترش است. به طوریکه در سال ۲۰۱۰ تعداد ۳ مرکز شتاب‌دهنده شرکتی در امریکا ایجاد شد و این تعداد تا سال ۲۰۱۲ با ۵ برابر افزایش به ۱۵ مرکز و تا سال ۲۰۱۵، به ۴۷ مرکز رسید. از آنجا که مراکز شتاب‌دهنده کسب و کارهای شرکتی وابسته به کسب و کارها و شرکت‌های بزرگ هستند، تیم‌های استارت‌آپی مستقر در این مراکز براساس نیاز شرکت مربوطه شکل گرفته و مورد حمایت قرار می‌گیرند. این فرصت بسیار خوبی برای سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ و تثبیت شده است تا

1. Corportae Ventures

هم به منظور تقویت روحیه کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای جدید و نوآورانه و هم به منظور افزایش نوآوری و میزان درآمدشان، به ایجاد اینگونه مراکز شتابدهی بپردازند.

#### **۷- طراحی و اجرای دوره‌های تخصصی فرعی (کهدهای) کارآفرینی**

ماینور کارآفرینی مجموعه مشخصی از واحدهای مرتبط با دانش کارآفرینی و کسب و کار است که برای دانشجویان سایر رشته‌ها اجرا می‌شود. در این برنامه‌های تخصصی فرعی کارآفرینی، دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد حضور دارند. دانشجویان همزمان با تحصیل در رشته خودشان می‌توانند بین ۱۸ تا ۲۴ واحد در مقطع کارشناسی از درس کارآفرینی را انتخاب نمایند. این دانشجویان پس از پایان دوره کارشناسی، آمادگی لازم برای راه‌اندازی کسب و کار را خواهند داشت. هدف این دوره‌ها ایجاد نگرش کارآفرینی در دانشجویان، توانمندسازی دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف با استفاده از ایجاد دانش و مهارت لازم برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای نوپا و آشنایی با تکنیک‌های شناسایی و ارزیابی فرصت، است که به آنها در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه کمک می‌کند. در حال حاضر دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران کهد کارآفرینی را برای دانشجویان مقطع کارشناسی ارائه می‌نماید.

#### **۸- طراحی و تصویب دوره‌های میان رشته‌ای با رویکرد کارآفرینی**

رشته‌ها و مطالعات میان رشته‌ای به طور عمده با رویکرد کارآفرینی طراحی و اجرا می‌شود تا مبانی حل مسائل پیچیده و جدید را فراهم نماید. با پیشرفت تکنولوژی، مسائل متنوع و جدیدی بروز می‌کنند که رشته‌های علمی نمی‌توانند به تنهایی به آنها پاسخ دهند. لذا ضرورت دارد که رشته‌ها و مطالعات بین رشته‌ای طراحی و اجرا شود. بر این اساس می‌باید "آیین‌نامه مطالعات بین رشته‌ای" برای همکاری بین دانشکده‌های مختلف در دانشگاه‌ها تدوین و اجرا شود. توجه به این مهم می‌تواند توسعه کارآفرینی و رونق اقتصادی کشور را در پی داشته باشد.

#### **۹- اجرای طرح دوره آموزش کارآفرینی سازمانی**

کارآفرینی سازمانی، در اغلب دستگاه‌های دولتی کشور، هنوز ناشناخته مانده است. در واقع دستگاه‌های دولتی می‌پندارند که کارآفرینی مربوط به کسب و کارهای جدید و در ارتباط با بخش خصوصی است. در حالی که تجربیات دولت‌های جهانی و سازمان‌های آنها نشان می‌دهند داستان چیز دیگری است! در حقیقت امروزه پارادیم جدیدی از دولت‌ها به نام دولت کارآفرین مطرح شده است که رهبران معروف سیاسی جهان مانند دکتر ماهاتیر محمد از طلایه داران این پارادیم فکری در بخش دولت است. بازنگری و بازتعریف رشته‌های شغلی با رویکرد کارآفرینی می‌تواند به نهادینه‌سازی تفکر کارآفرینی در دستگاه‌های دولتی کمک نماید. به عنوان مثال، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران گرایش کارآفرینی گردشگری را در شرایط احراز برخی از مشاغل تخصصی خود قرار داده است. از این رو پیشنهاد می‌شود رشته کارآفرینی و گرایش‌های تخصصی آن در شرایط احراز تحصیلی رشته‌های شغلی طبقه‌بندی مشاغل در دستگاه‌های دولتی درج شود. همچنین برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی سازمانی ویژه کلیه ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی و تعریف جایزه کارآفرینی سازمانی در کشور پیشنهاد می‌گردد که می‌تواند در افزودن شاخص توسعه کارآفرینی سازمانی در شاخص‌های سازمان ملی بهره‌وری موثر باشد.

#### ۱۰- تدوین و تصویب و ابلاغ مأموریت نسل سوم (دانشگاه کارآفرین) به دانشگاه‌های کشور

امروزه در اغلب دانشگاه‌های جهان به ویژه، دانشگاه‌های کشورمان با چالش‌های عمده و استراتژیک و نارسایی‌های جدی مواجه هستند که مهمترین آن‌ها عبارتند از: فقدان ارتباطات مستمر و نظامند بین دانشگاه و جامعه از جمله ارتباطات صنعت و دانشگاه، عدم احساس نیاز (عدم انگیزه) و فقدان نظام‌های ساختارمند جهت تجاری سازی و انتقال نتایج تحقیقات دانشگاهی به صنایع و کسب و کارهای کوچک و متوسط، عدم ایفای نقش موثر تر دانشگاه‌ها در کاهش بیکاری و افزایش تولید ناخالص ملی، قوانین و مقررات و بوروکراسی ناکارآمد و وابستگی شدید بودجه‌ای دانشگاه‌های دولتی به بودجه‌های دولت، حل این چالش‌ها و نارسایی‌ها نیازمند جرکت دانشگاه‌ها به سوی نسل سوم دانشگاه یعنی دانشگاه کارآفرین است (فوس و گیبسون، ۱۳۹۹).

#### ۱۱- تشکیل صندوق توسعه نوآوری ، فناوری و کارآفرینی در آموزش عالی به منظور تخصیص بودجه ویژه به مأموریت سوم در دانشگاه‌ها از سوی وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری.

بررسی تجربیات برخی از کشورها مانند انگلستان نشان می دهد که برای حرکت به سوی نسل سوم دانشگاه‌ها در این کشور صندوق نوآوری آموزش عالی تاسیس شده است. در سال ۲۰۰۱، شورای بودجه‌ریزی آموزش عالی انگلستان از تدوین یک برنامه سرمایه‌گذاری برای برنامه‌های آموزشی جریان [مأموریت] سوم دانشگاه‌ها خبر داد که این برنامه در قالب بودجه صندوق نوآوری آموزش عالی؛ به‌عنوان سازوکار اصلی به‌منظور حمایت و گسترش طیفی از تعاملات دانشی بین دانشگاه و دانشکده‌ها و محیط بیرونی‌شان شکل گرفته است (فوس و گیبسون، ۱۳۹۹). بنابراین به منظور تجاری سازی فناوری‌ها و حمایت از استارت آپ‌های نوآورانه دانشگاه‌ها پیشنهاد می شود صندوق توسعه نوآوری ، فناوری و کارآفرینی در آموزش عالی به همراه صندوق‌های سرمایه گذاری جسورانه دانشگاهی با مشارکت کسب و کارها و صنعت ایجاد شود.



**Executive summary of 2019-2020 Iran's  
Global Entrepreneurship Monitor  
(GEM) Report**





Today, entrepreneurship is a key factor in wealth creation, increasing social health, and economic development. In line with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), entrepreneurship promotes innovation and eliminates inefficiencies by identifying new opportunities to meet societal challenges. Thus, many governments and international organizations cite entrepreneurship to reduce or alleviate poverty, empower women, and meet environmental challenges.



Global Entrepreneurship Monitor is an international non-profit organization that was established in 1999. It systematically and continuously assesses the status of entrepreneurship and its related characteristics such as entrepreneurial mindset, motivation, activities, and conditions in different countries and at different times.

Now, after 21 years of the Consortium, entrepreneurship has reached its peak. So, most governments have set up frameworks and policies for their development. Iran became a member of the Global Entrepreneurship Monitor in 2007 with the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare (Labour and Social Security Institute), and the Faculty of Entrepreneurship at the University of Tehran.

As we said, Global Entrepreneurship Monitor examines the state of entrepreneurship in the world. To evaluate entrepreneurship indicators more efficiently, the membered countries of the Consortium should be categorized. The division of countries in the 2019 was based on three levels of national income: low, medium, and high. In this category, Iran is at the level of medium national income.

“Shared value creation” is a hot topic and a new entrepreneurial approach in 2019, which caused many companies of the world to readjust their vision or mission with this aim. According to the Global Entrepreneurship Monitor, “Build great wealth” and “To earn a living” are the main motivations for Iranian entrepreneurs to start a new business.

The below picture shows a summary of Iran's demographic and cultural options and its global rankings in 2019 in the field of economics and entrepreneurship development (Fig. 1).

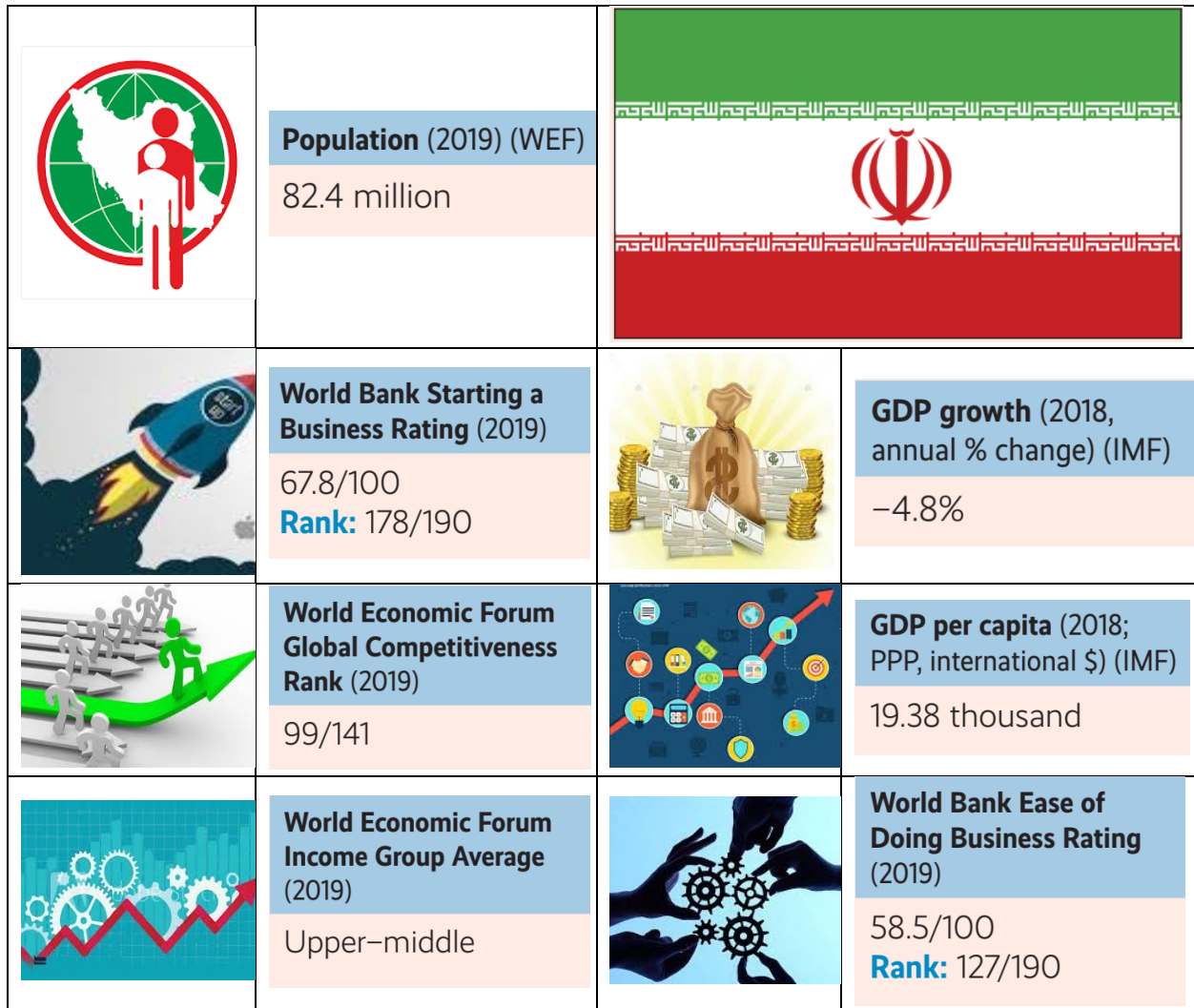


Fig. 1. Iran's profile

For dear readers informing, Iran entrepreneurship indicators, which are approved by the Global Entrepreneurship Monitor for 2019 is shown in below figure (Fig. 2).

Attitudes and perceptions				Motivational				
	% Adults	Rank/50		(somewhat or strongly agree)	% Female	% Male		
			% TEA	Rank/50	TEA	TEA		
Know someone who has started a new business	55.1	=21		To make a difference	40.6	35	46.9	36.8
Good opportunities to start a business in my area	47.7	29		Build great wealth	83.5	5	84.2	83.1
It is easy to start a business	30.1	45		Continue family tradition	20.9	41	20.3	21.2
Personally have the skills and knowledge	68.9	13		To earn a living	68.7	=20	72.4	66.4
Fear of failure (opportunity)	36.2	37						
Entrepreneurial intentions	37.9	11						
Activity				Entrepreneurship impact				
	% Adults	Rank/50	% Female	% Male		% Adults	Rank/50	
Total					Job expectations (6+)	5.0	13	
early-stage Entrepreneurial Activity	10.7	26	8.2	13.1	International (25%+ revenue)	0.5	=35	
Established Business Ownership rate	10.2	16	6.1	14.2	National scope (customers and products/process)	1.7	=24	
Entrepreneurial Employee Activity	2.0	25	1.7	2.3	Global scope (customers and products/process)	0.2	=29	
					Industry (% TEA in business services)	26.9	14	

*An equals sign (=) indicates that the ranking position is tied with another economy or economies*

Fig. 2. Iran's entrepreneurship snapshot

In fact, entrepreneurship is a multi-dimensional concept. According to the GEM approach, entrepreneurship includes three dimensions or layers: Entrepreneurial Attitudes, Behavior, and Consequences. Each layer has some indexes. Following as GEM model, the first layer includes some indexes such as “High Status to Successful Entrepreneurs” and “Entrepreneurship as a Good Career Choice”. Rate of “High Status to Successful Entrepreneurs” is the percentage of 18-64 population who agree with the statement that in their country, successful entrepreneurs receive high status. As Fig. shows, the Index of “High Status to Successful Entrepreneurs” in Iran has been increased from 2008(%82) to 2019(%87), especially after 2014. It means Iranian people believe that entrepreneurs have a high status in the county.

Further, the index of “Entrepreneurship as a Good Career Choice” means people consider starting a business as a desirable career choice. Unlike the above index, the rate of “Entrepreneurship as a Good Career Choice” has been decreased in Iran after the 2015 year. Although after 2018, both those index has been taken off in Iran.

This situation certainly effects on other entrepreneurial attitudes like rates of “Perceived entrepreneurial Opportunities and Perceived entrepreneurial Capabilities. The rate: Percentage of

Perceived Opportunities means 18-64 population (individuals involved in any stage of entrepreneurial activity excluded) who see good opportunities to start a new business in the county.

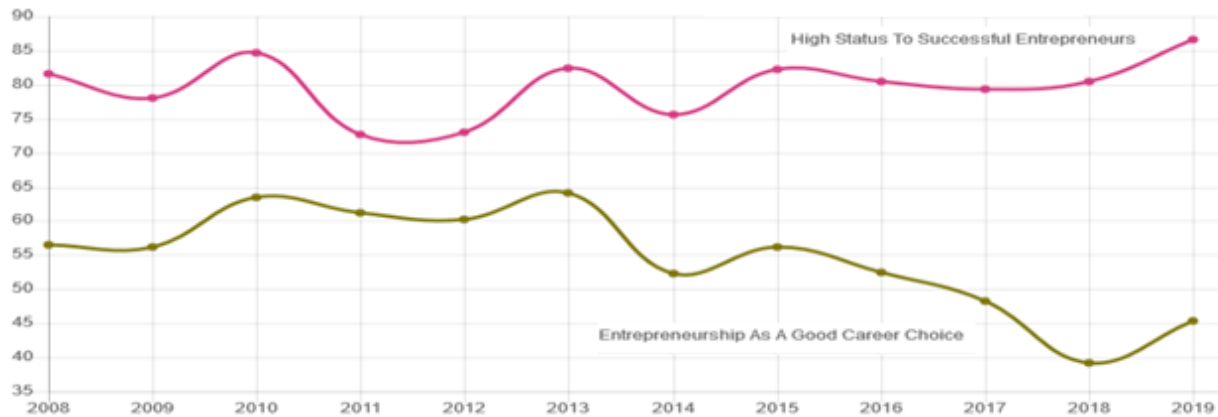


Fig. 3. Index of Iran’s “High Status to Successful Entrepreneurs” and “Entrepreneurship as a Good Career Choice”

According to Fig. 3 Perceived opportunities rate in Iran has an increasing trend from the 2014 year (%25) to 2019(%47), especially after the 2018 year.

Meanwhile, the rate of perceived capabilities means the percentage of the 18-64 population (individuals involved in any stage of entrepreneurial activity excluded) who believe they have the required skills and knowledge to start a new business

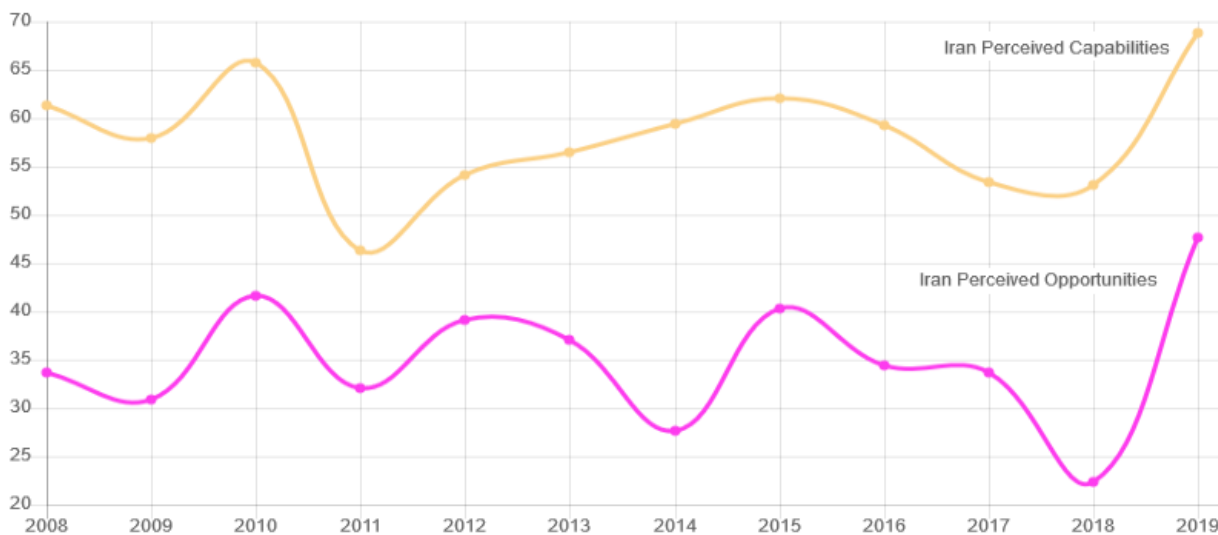


Fig. 3. Index of Iran’s Perceived opportunities and Perceived capabilities

As fig. 3 shows, perceived capabilities have been increased from 2011(%47) to 2018(%58) and (%69) 2019 years. In fact it seems that as in recent years, USA sanctions on Iran increases, indexes of High Status to Successful Entrepreneurs” and “Entrepreneurship as

a Good Career Choice” and Perceived opportunities and Perceived capabilities are increasing in Iran.

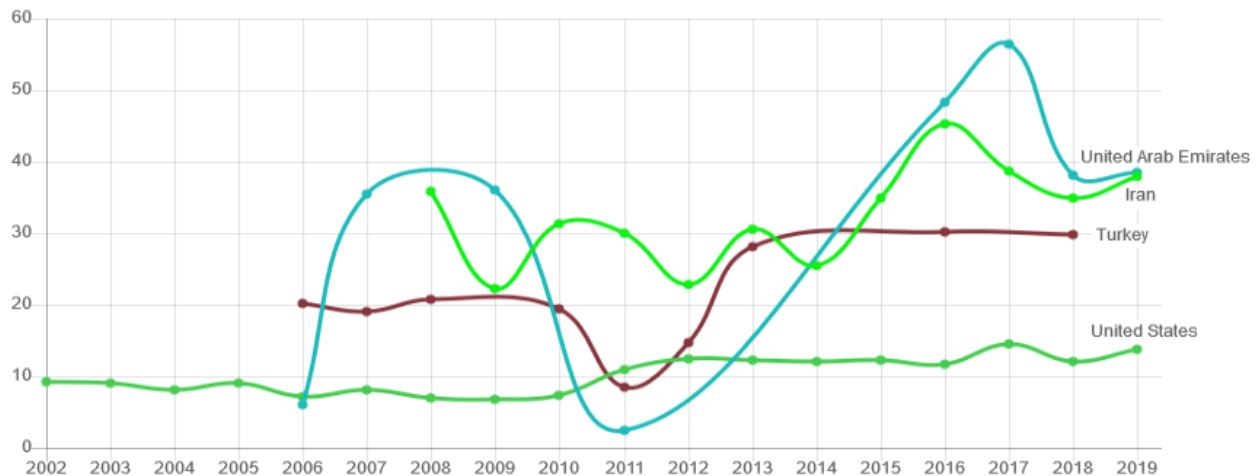


Fig.4. Index of “entrepreneurial intention” at Iran, United Arab Emirates, Turkey, and USA

Another important index of entrepreneurial attitude is entrepreneurial intention. Entrepreneurial intention is the subjective thinking and mental state of individuals before they implement entrepreneurial behavior and become “entrepreneur”. Entrepreneurial intentions stated by Thompson (2009) as “self-acknowledged conviction by a person that they intend to set up a new business. Entrepreneurial intentions are the best predictor of entrepreneurial behavior (Molaei, Zali, Mobaraki, and Yadollahi Farsi, 2014). GEM defines the rate of Entrepreneurial Intention as a percentage of the 18-64 population (individuals involved in any stage of entrepreneurial activity excluded) who are latent entrepreneurs and who intend to start a business within three years.

According to Fig. 4 the rate of Entrepreneurial Intention in Iran is more than the USA (%15)) and equal to United Arab Emirates (%30) in 2019. Anyway, compared to 2018, with 2019, people in the three countries would like to start a new business within three years.

The second layer of Entrepreneurship phenomena is behavior. Entrepreneurial behavior is set off actions, which lead to launch a new business. Therefore, entrepreneurship refers to develop and run a new venture to gain profit by taking several risks in the corporate world. GEM defines entrepreneurship as the process of starting and developing a new business. The three most important entrepreneurial activities are (1) Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) Rate, (2) Established Business Ownership Rate and (3) Entrepreneurial Employee Activity Rate.

The index of Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) is the percentage of the 18-64 population who are either a nascent entrepreneur or owner-manager of a new business.

TEA is the prevalence rate of individuals in the working-age population who are actively involved in business startups, either in the phase of starting a new firm (nascent entrepreneurs), or in the phase spanning 42 months after the birth of the firm (owner-manager of new firms). According to Fig. 5 the rate of TEA has been oscillatory in Iran during from 2008(%9) to 2019(%10.5). However, considering the index of Iran's entrepreneurial intention in 2017 had increased, it is normal in next year, TEA rate is increased in the county.

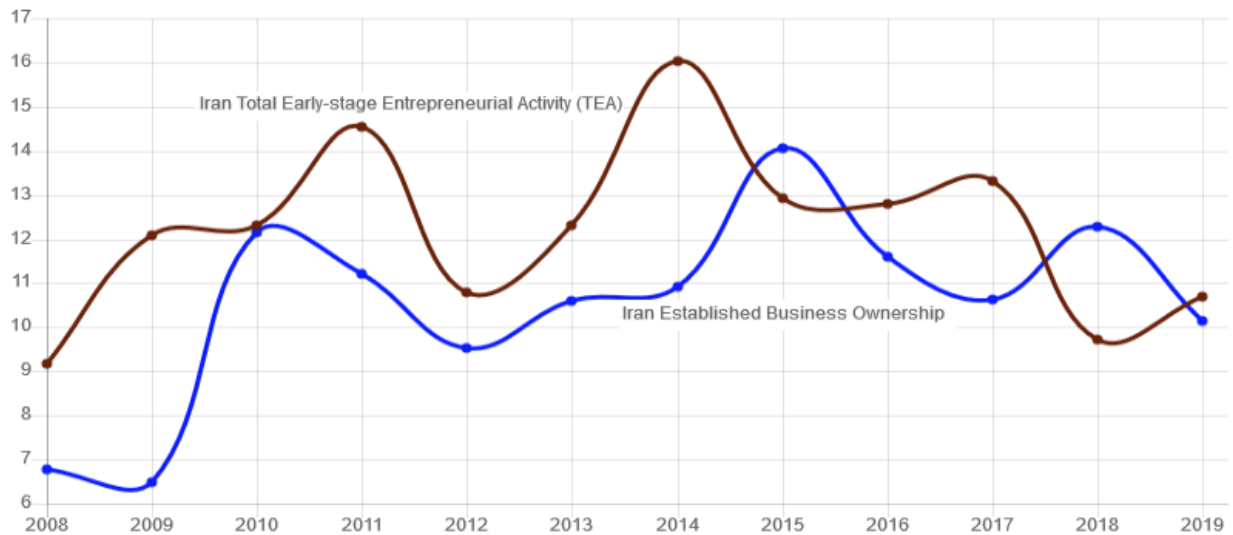


Fig. 5. Iran's Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) and Established Business Ownership

Of course, an increase of TEA rate is observable in some countries such as the United States and United Arab Emirates (Fig. 6). However, the important point is that the increasing speed of TEA rate in the United States and the United Arab is more than Iran.

The second important index of entrepreneurial behavior is the Established Business Ownership Rate. This index states percentage of 18-64 population who are currently an owner-manager of an established business, i.e., owning and managing a running business that has paid salaries, wages, or any other payments to the owners for more than 42 months. As fig. 5 shows, unlike of TEA, the rate of Iran's Established Business Ownership (EBO) has been decreased from 2018(%12) to 2019(%10.5). This means the survival rate of Iranian businesses is decreasing in recent years.

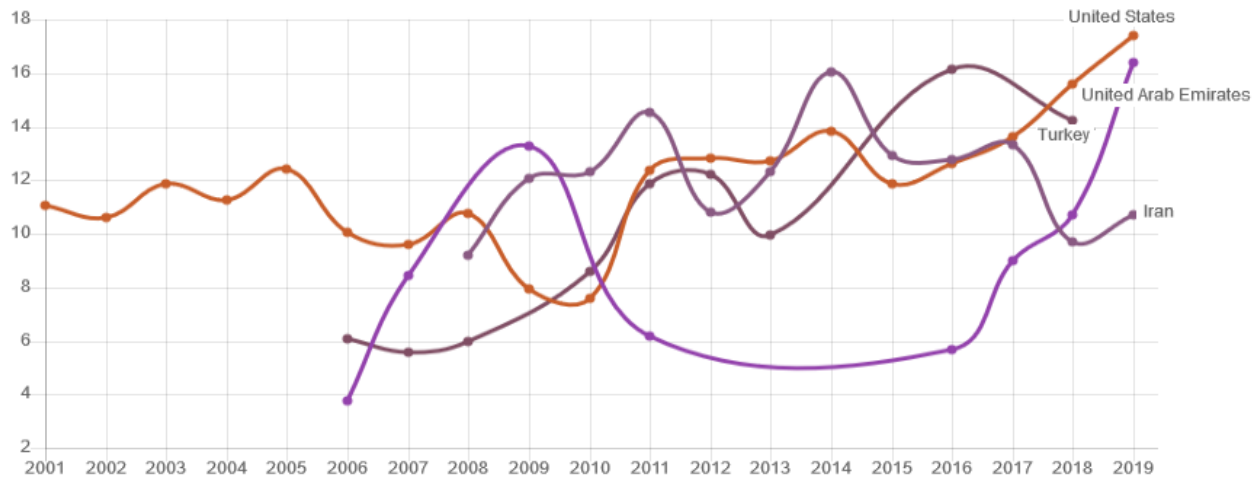


Fig. 6. Index of "Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)" at Iran, United Arab Emirates, Turkey and USA

The third index of entrepreneurial behavior is the Entrepreneurial Employee Activity Rate. This rate includes the involvement of employees in entrepreneurial activities, such as developing or launching new goods or services, or setting up a new business unit, a new establishment, or subsidiary in existing businesses. According to Fig. 7, the Entrepreneurial Employee Activity Rate in Iran has been increased than the United States.

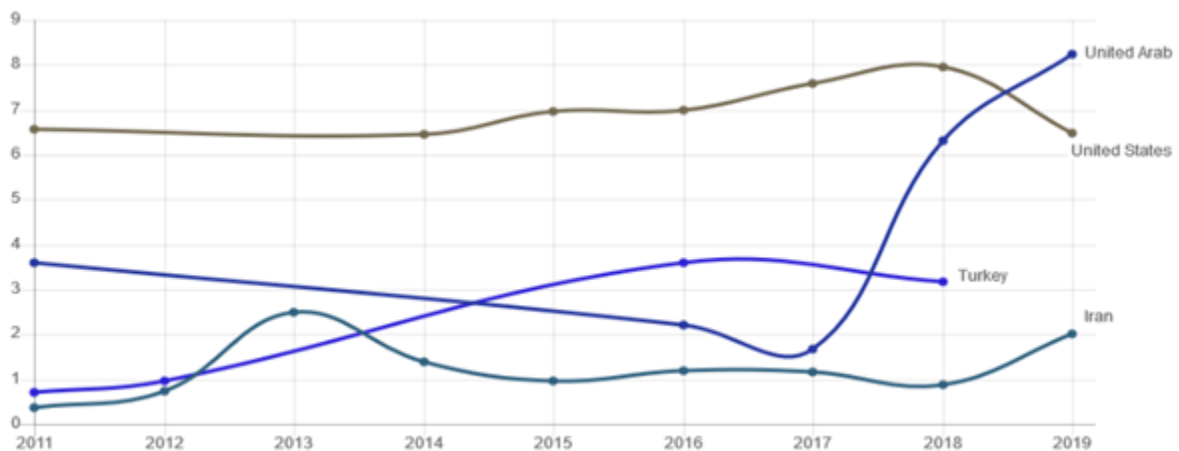


Fig. 7. Entrepreneurial Employee Activity Rate at Iran, Turkey, United States and United Arab Emirates

While these indexes are very useful, the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) also generates other criteria that can promote understanding of the quality of entrepreneurial activities. Therefore, GEM's Motivational Index calculates the ratio of necessity-driven entrepreneurship to improvement-driven entrepreneurship among early-stage entrepreneurs. This index reveals what proportion of early-stage entrepreneurs have started their own business out of necessity (because they had no better choice for work); versus those that started a company because they saw a business opportunity.

Below are the Motivational Index rates for selected countries. This index means countries with a rate lower than 1 (like Iran) have more necessity-driven entrepreneurs in their society. For instance, the United Arab Emirates' entrepreneurs, compared to Iran more motivate by improvement-driven activities than necessity-driven activities (fig. 8).

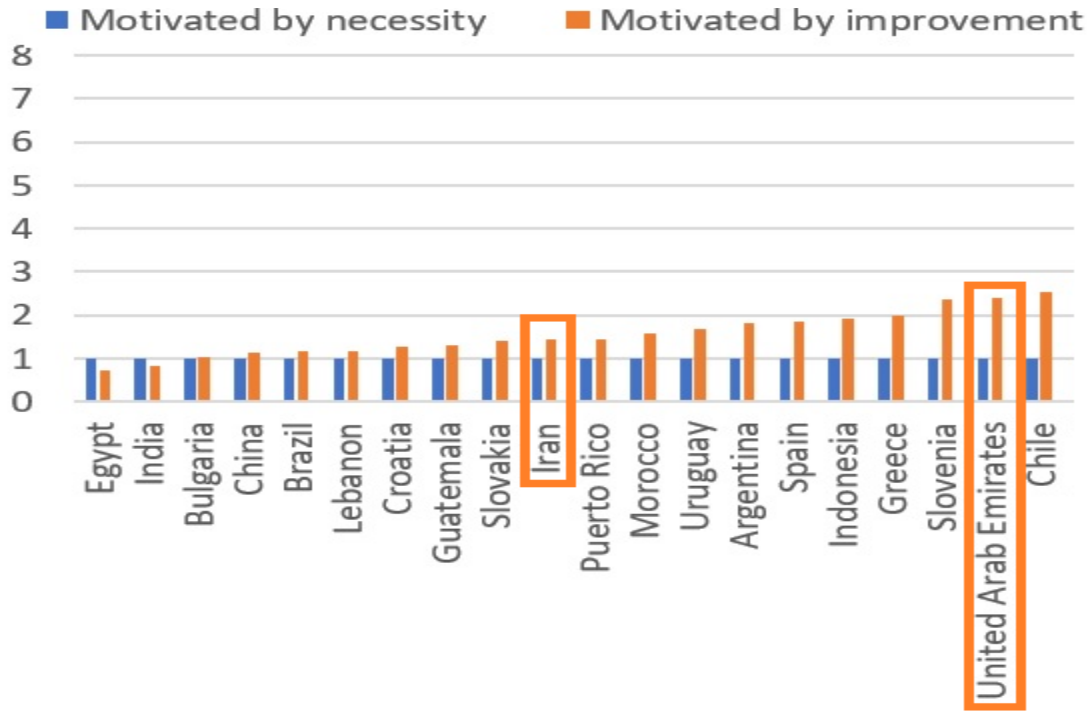


Fig. 8. GEM's Motivational Index for selected countries

Many researchers and policies makers consider these indexes to determine the quality of early-stage entrepreneurial activities. In other words, higher rates of improvement-driven means the entrepreneurial climate and business environment in the economy is dynamic and encouraging. Also, higher motivational index states the formal employment sector in a country is sufficiently strong to generate jobs for those who would like not to become entrepreneurs.

The third layer of entrepreneurship phenomena is its' consequences. Entrepreneurship has many results in society, such as Innovation, productivity improvement, social problem solving, and job creation. GEM takes into account some consequences for entrepreneurial activities such as High Job Creation Expectation and Innovation. According to GEM approach, the rate of High Job Creation Expectation is the percentage of those involved in TEA who expect to create 6 or more jobs in 5 years. As Fig. 9 shows, the rate of Iran's High Job Creation Expectation will increase along with TEA rate in the country.



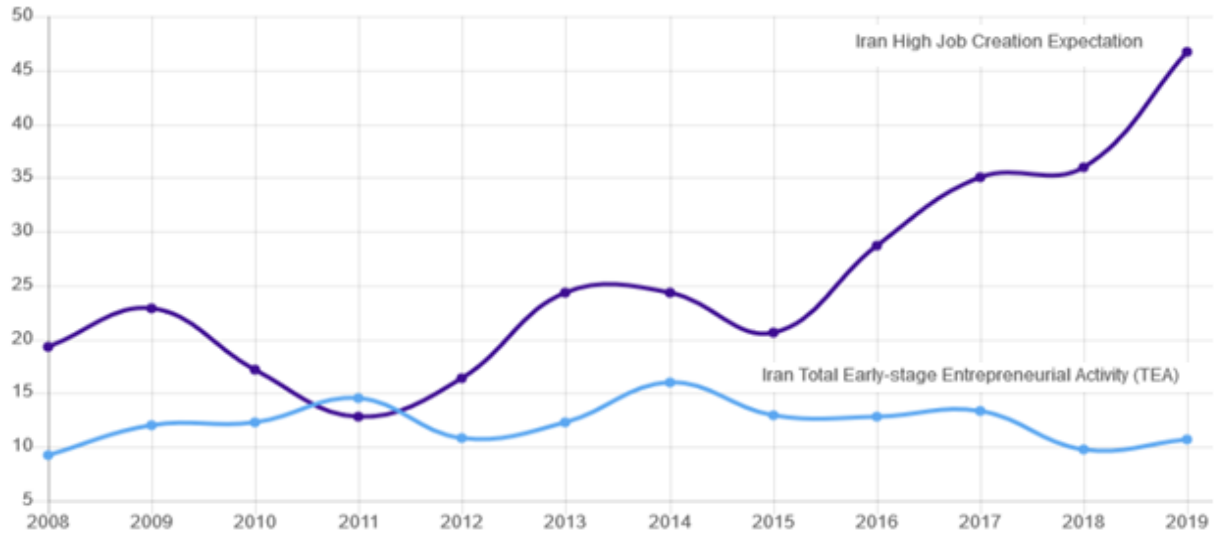


Fig. 9. Index of “Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)” and “High Job Creation Expectation” at Iran

Further, Innovation as an index has a twin brother: entrepreneurship. The Innovation and entrepreneurship are inseparable and complement one another. Innovation relies on entrepreneurship to integrate the economic landscape, and entrepreneurship feeds on innovation by ensuring the profitability of its business ventures. To be successful, entrepreneurs need innovation. Innovative entrepreneurship rate is the percentage of entrepreneurs involved in TEA who indicate that their product or service is new to at least some customers and that few/no businesses offer the same product to customers.

According to Fig. 10, although Iran’s Innovative entrepreneurship rate from 2011(%9) to 2019(%17) has been increased but its growth speed was lower than United States, Turkey, and the United Arab Emirates.

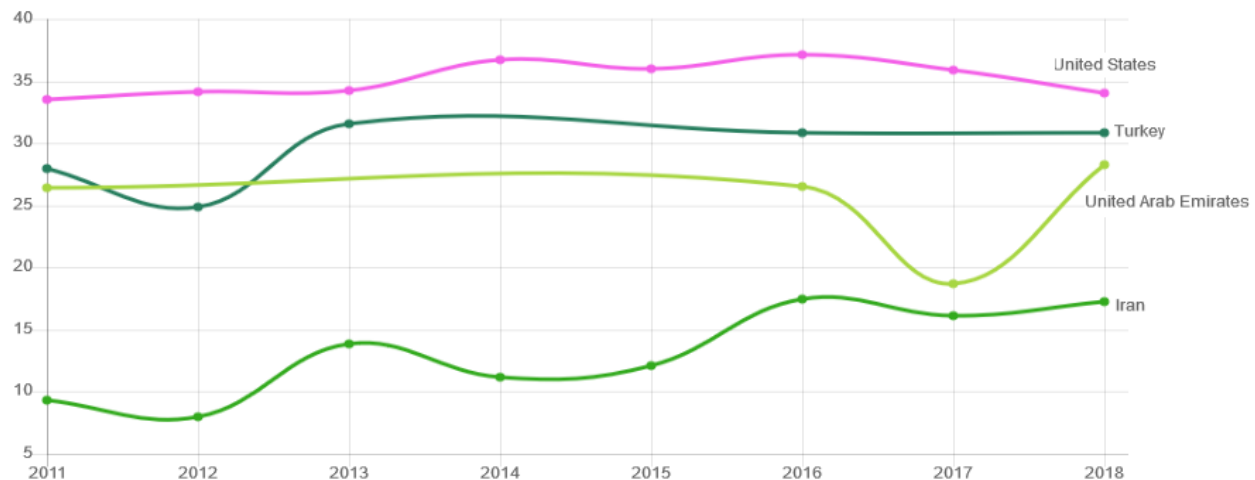


Fig. 10. Innovative entrepreneurship at Iran, United Arab Emirates, Turkey and USA

Moreover, gender equity is investigated in GEM research. As fig. 11 shows Iran's Female/Male TEA ratio is 0.5 and 0.63 respectively for 2018 and 2019 which are lower than Global (0.71), Regional (0.75) and Income Level (0.76) Averages. Also, the ratio of Iran's Female/Male Opportunity-Driven TEA is 1.10. This ratio is the Percentage of those females involved in TEA who (i) claim to be driven by opportunity as opposed to finding no other option for work; and (ii) who indicate the main driver for being involved in this opportunity is being independent or increasing their income, rather than just maintaining their income, divided by the equivalent percentage for their male counterparts. Thus, in Iran, Female Opportunity-Driven TEA are more than Male Opportunity-Driven TEA. In other words, Iranian women have good conditions to recognize and exploit entrepreneurial opportunities.

Entrepreneurship and entrepreneurial activities do not shape in a vacuum. In fact, entrepreneurship is context-driven such as cultural, economic, and political context. Therefore, in GEM model, we measure entrepreneurship indexes and rates of entrepreneurship ecosystem or business environment.

Notwithstanding, the entrepreneurship ecosystem plays a very important role in quantity and quality of entrepreneurial activities. Of course, it could be boldly said that there is no utterly favorable business environment in the world. The appropriateness or desirability of the business environment in the countries of the world is considered a relative matter. In other words, no country in the world excels in all aspects of the business environment; Rather, countries have different strengths and weaknesses depending on their situation in this field.

Iran 2019 
  Iran 2018 
  Global Average 
  Regional Average 
  Income Level Average

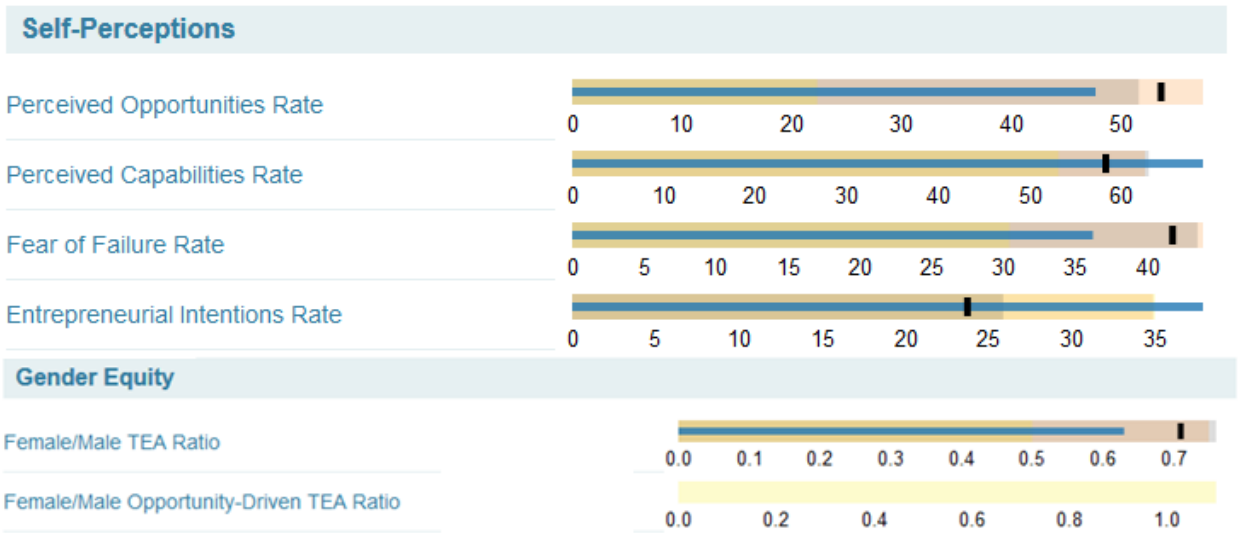


Fig. 11. Some of Entrepreneurial Behaviors and Attitudes for Iran( 2019, 2018), Global, Regional and Income Level Average

To better understanding the economic situation of our country based on the criteria of the Global Entrepreneurship Monitor, Iran’s indicators of the entrepreneurial ecosystem in comparison with the global average of the member countries in this Consortium are given in the following spider diagram (fig. 12).

In the GEM research program, to measure an entrepreneurial ecosystem, we consider 12 indicators: Entrepreneurial Finance, Governmental Policies: Support and Relevance, Government Policies: Taxes and Bureaucracy, Government Entrepreneurship Programs, Entrepreneurial Education at School Stage, Entrepreneurial Education at Post School Stage, R&D Transfer, Commercial and Legal Infrastructure, Internal Market Dynamics, Internal Market Burdens or Entry Regulation, Physical Infrastructure and Cultural and Social Norms.

Blow, we have shown some figures concerning indicators of the Entrepreneurial ecosystem. The index of entrepreneurial finance is one of the indicators of the entrepreneurial ecosystem. In fact, entrepreneurs need financial resources. Entrepreneurial finance is the process of making financial decisions for startups or new ventures. Startups are different from established businesses, as are entrepreneurs really distinguish from usual business managers. Entrepreneurial finance is the resource allocation for new ventures.

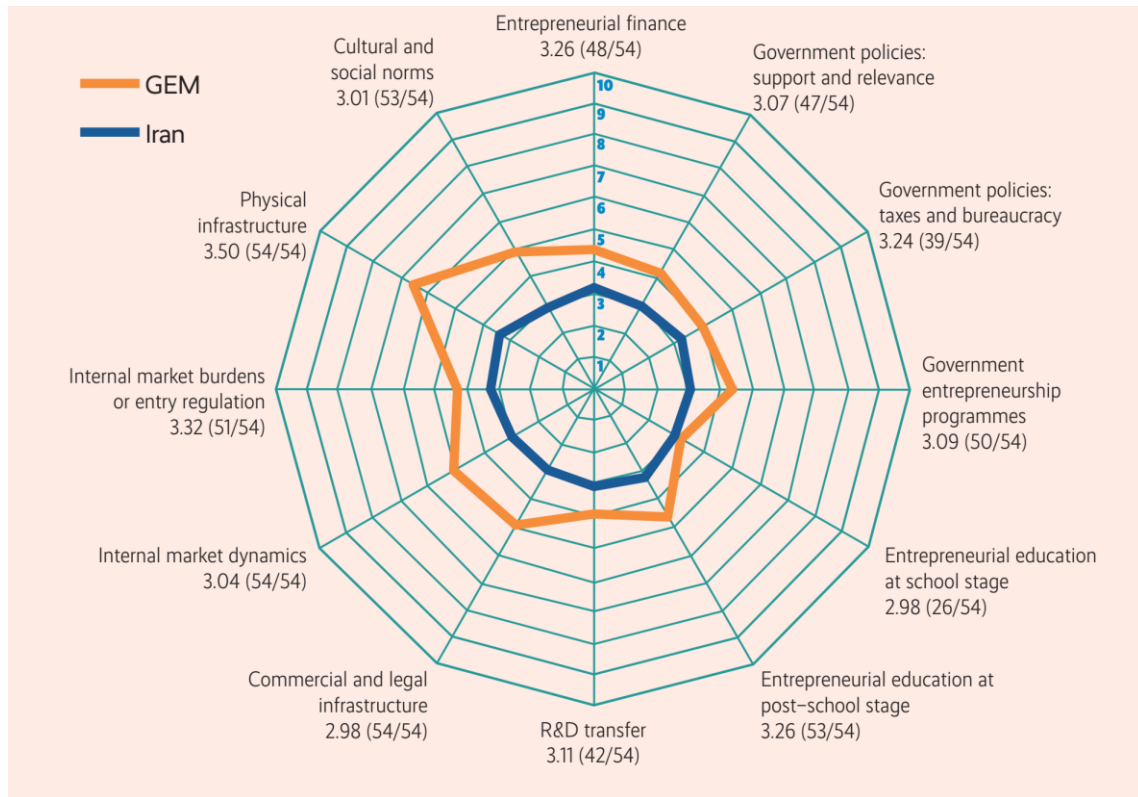


Fig. 12. GEM countries and Iran's entrepreneurship ecosystem indicators, 2019 year

As Fig. 12 shows, Iran's Entrepreneurial Finance Indicator is 3.25 (from 9 points maximum). The rank of Iran in this index is 48 among 54 countries (Fig.12). According to fig. 13 indicators of Entrepreneurial Finance for Iranian startup entrepreneurs are very lower than the United Arab Emirates, Turkey and the USA.

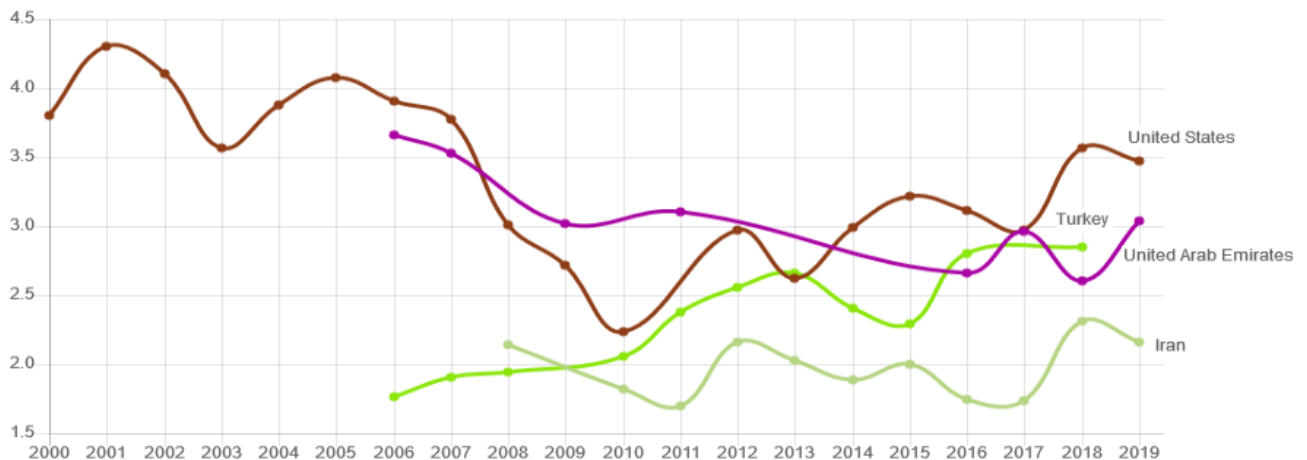


Fig.13. Entrepreneurial Finance indicator at Iran, United Arab Emirates, Turkey and USA

Another indicator of the Entrepreneurial ecosystem is entrepreneurship education. Entrepreneurship education is defined as a whole education and training activity that try to

develop participants' entrepreneurial intention or some factors that affect the intention, such as knowledge, desirability, and feasibility of the entrepreneurial ideas. Entrepreneurship education seeks to provide students with the knowledge, skills, and motivation to encourage entrepreneurial success in various settings. According to GEM model, entrepreneurship education is measured at two levels: Basic school and Post-school entrepreneurial education. As Fig. 14 shows, entrepreneurial education at the level of Basic school in Iran is more than Turkey but is lower than the United States and the United Arab Emirates. Totally, in recent years, the Ministry of Education of Iran has implanted some national programs of entrepreneurship training such as KASHEF plan for high school students. The goal of KASHEF plan is the recognition of potential entrepreneurs among students and educating entrepreneurship to them.

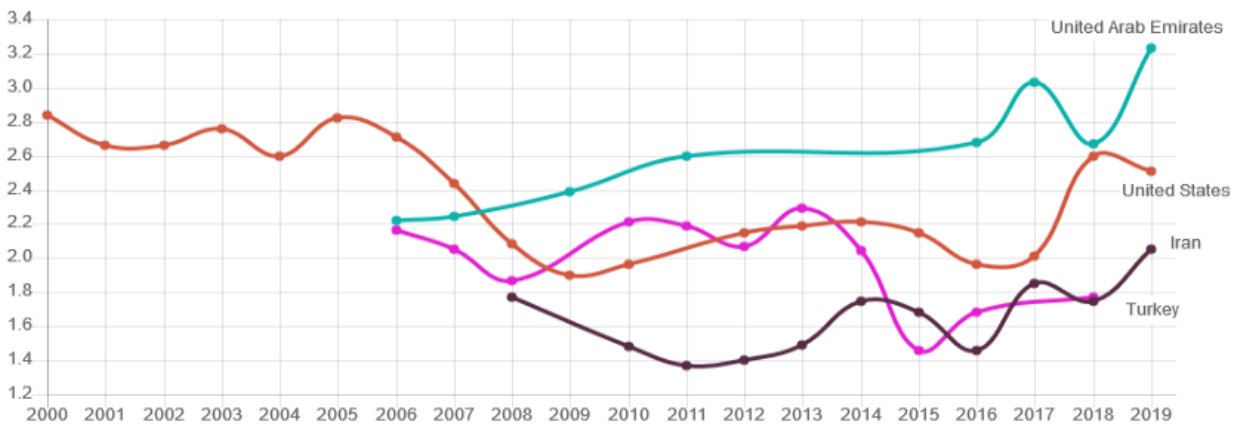


Fig. 14. Basic school entrepreneurial education at Iran, United Arab Emirates, Turkey and USA

Also, entrepreneurial Education at Post School Stage states the extent to which training in creating or managing SMEs is incorporated within the education and training system in higher education such as vocational, college, business schools. As fig. 15 shows, entrepreneurship education and training at Post school in Iran have been increased from 2008 to the 2012 year and from 2016 to the 2019 year. The first important point is that from 2008 to 2012, the Labour and Social Security Institute (LSSI) implemented packages of 52 hours of entrepreneurship training throughout Iran. Further, in the 2007 year, the faculty of entrepreneurship at the University of Tehran was lunched by supporting the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare.

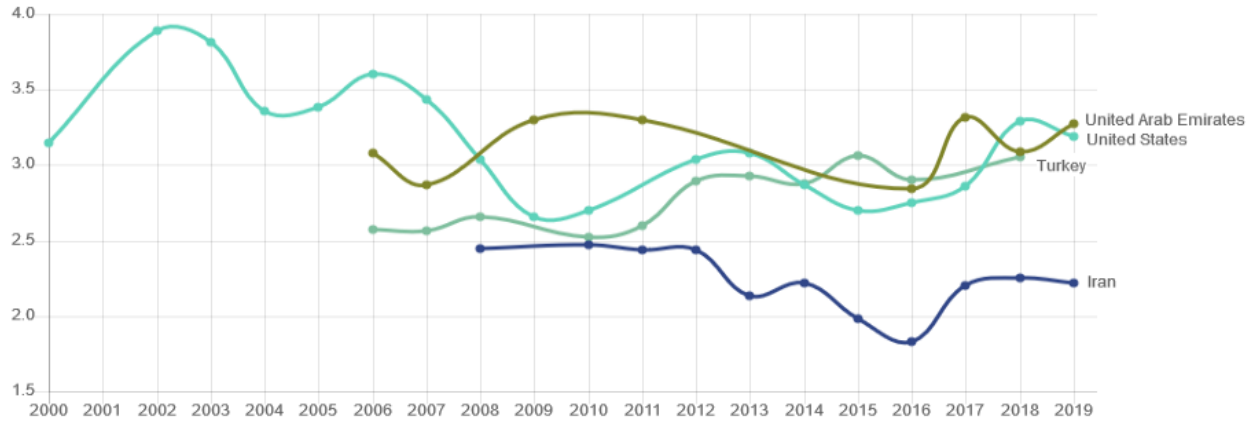


Fig. 15 Post-school entrepreneurial education at Iran, United Arab Emirates, Turkey, and USA

Nowadays, many Iranian universities are offering some entrepreneurship programs or courses for their students. Therefore, as Fig. 15 reveals, entrepreneurial education and training at Post school have been increased from the 2017 year in Iran. Still, this trend is lower than the United Arab Emirates, USA, and Turkey.

However, Iran's entrepreneurial ecosystem is not so robust. In this ecosystem, physical infrastructure, internal market burdens, and entry regulations, entrepreneurial financing is very weak. Notwithstanding entrepreneurship education at the Basic school and the post-school stage are increasing in recent years

As it is known, infrastructure development is one of the important requirements of economic growth. Thus, direct investment by the government with the cooperation and participation of the private sector to develop and strengthen physical infrastructure can facilitate production and export activities, encouraged entrepreneurship, and promoted competitiveness at the national level.

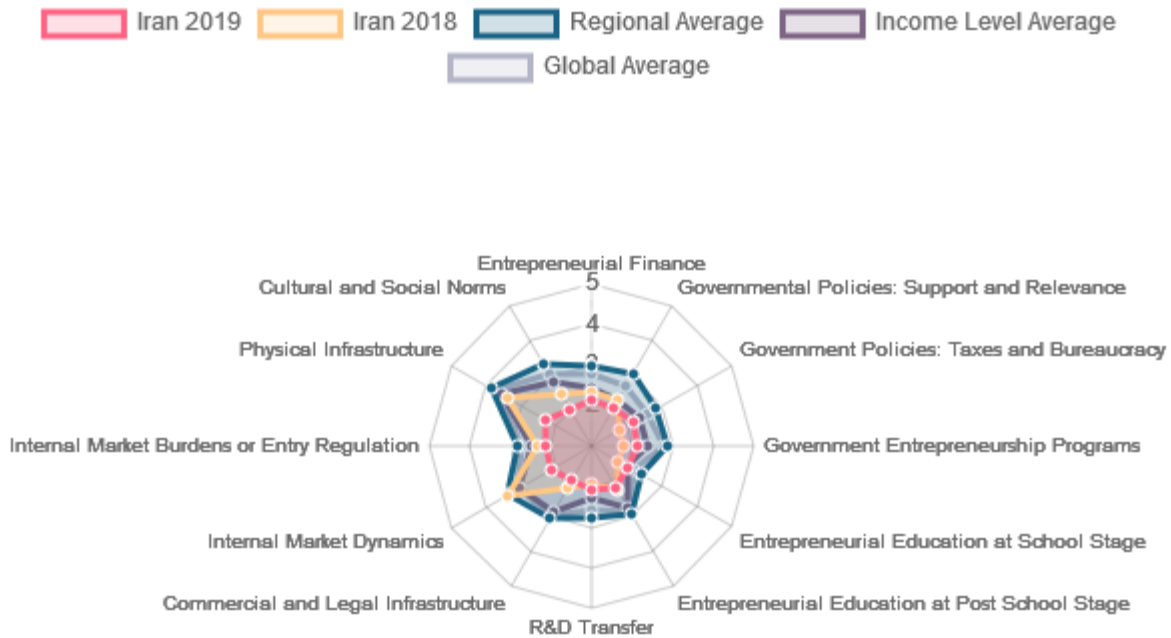


Fig. 16. GEM global, regional, income level average and Iran's entrepreneurship ecosystem indicators

According to fig. 16, nowadays, Iran's entrepreneurial ecosystem is not in good condition in 2018 and 2019. In one hand, the brutal imposition of US sanctions on Iran, especially over the transfer of currency to the country has led to price instability and rising inflation and in another hand the inappropriate organizations bureaucracy, has caused many entrepreneurs and entrepreneurial leaders encounter with short of liquidity and severe crisis. In this way, some approaches have been taken to solve this problem, such as the formation of the Money and Capital Markets Commission in the Chamber of Commerce and the formation of the Iran Chamber. Although, due to the rich national culture and high potential of the young people, we still see the occurrence and implementation of entrepreneurial activities and attitudes in our country; but it seems that the most important problem of private sector and small and medium-sized enterprises in next years will be accessing financial resources.

In this situation, the need for Governmental programs for supporting entrepreneurship. The indicator of Government Entrepreneurship Programs is the presence and quality of programs directly assisting SMEs at all levels of national, regional, municipal. Although, according to fig 17, Iran's Government Entrepreneurship Programs have been increased intensively from the 2017 year, notwithstanding this indicator is very lower than United Arab Emirates, USA, and Turkey.

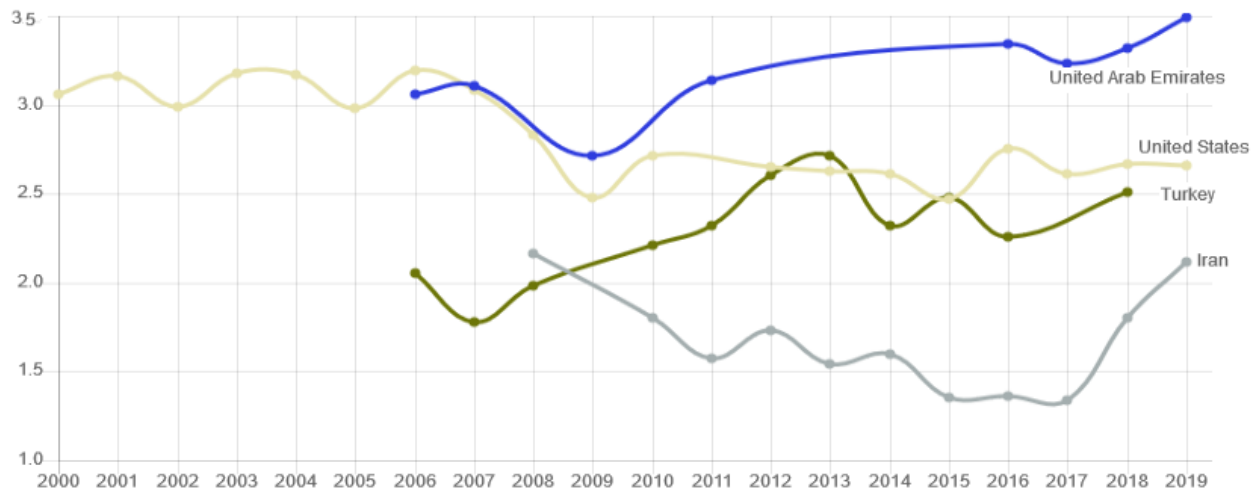


Fig. 17. Government Entrepreneurship Programs at at Iran, United Arab Emirates, Turkey and USA

However, the approach that the country needs now is to strengthen the entrepreneurial ecosystem and to create interaction and synergy between the elements of this ecosystem. We are proud that our country is the tenth country among the 50 countries of the Consortium whose people have high entrepreneurial intentions and have an excellent reputation for understanding entrepreneurial capabilities. This means that even in the worst of circumstances, an Iranian will seek to start a business to succeed in the future. Based on the information obtained from the Entrepreneurship Motivation Index, this can be interpreted that Iranians are optimistic about the future and carry out their entrepreneurial activities with the motivation of wealth creation and achieving higher income.

Findings from the report of the Global Entrepreneurship Monitor show that the rate of early-stage entrepreneurship in Iran is 10.7%, which reached 26<sup>th</sup> rank in this index. The established entrepreneurship rate in Iran is equal to 10.2% and is ranked 16<sup>th</sup> in this index. The employee entrepreneurial activity rate is 2%, which ranks 25<sup>th</sup> in this index. As shown in the following Fig 18, the total percentage of entrepreneurial activities in Iran is 23%, while there is a 7% voluntary exit from the business. Therefore, the total entrepreneurial activities in Iran will be equal to 16%. In other words, about 16% of the country's adult population is involved in various entrepreneurial activities.



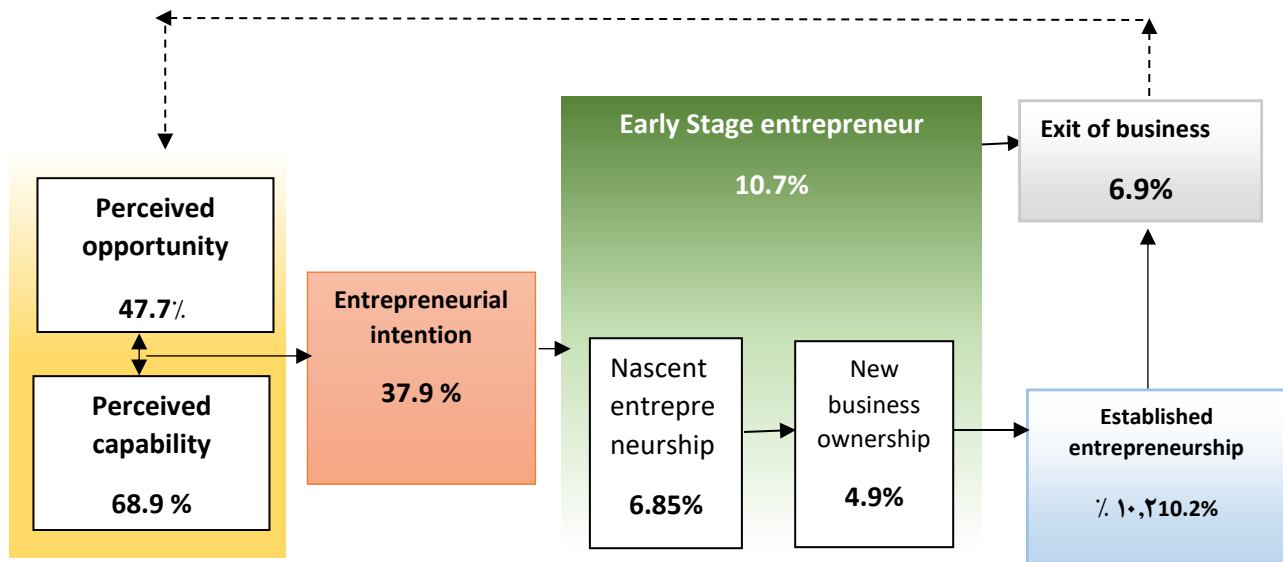


Fig. 18. The entrepreneurial process at GEM model and approach

In the world, as well as in Iran, women make up half of the population. The percentage of Iranian women entrepreneurs is equal to 8.23%, which has made Iran ranked 29th among other countries.

All in all, it is about 20 years, Global Entrepreneurship Monitor is providing international scientific indicators for the membered countries of this Consortium.

According to the results of the twelfth Iran's Global Entrepreneurship Monitor program, we present the following policies and practical proposals for entrepreneurship development in Iran:

1. Developing policies of innovative and knowledge-based entrepreneurship in the country
2. Developing programs to support Iranian startup businesses
3. Strengthening the Innovative System, which is called "Innovative Plan."
4. Developing support programs for internationalizing Iranian startups
5. Developing Startup Studio centers
6. Developing organizational entrepreneurship through corporate acceleration centers.
7. Designing and implementing of specialized entrepreneurship courses called "Minor in Entrepreneurship" for all students at universities.
8. Designing and approving interdisciplinary courses with an entrepreneurial approach.
9. Implementing a plan for corporate entrepreneurship development in Iranian established businesses.

10. Declaring the third generation university's mission as an entrepreneurial university to all universities of the country.
11. Establishing a fund for the development of innovation, technology and entrepreneurship in higher education and allocating a special budget to the university.

Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2006). A knowledge spillover theory of entrepreneurship. CESIS WP 77. Washington, D.C: George Mason University

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211

Bosma, N., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. (2008). Global entrepreneurship monitor 2007 executive re-port. (London: Global Entrepreneurship Research Association)

de Alvarenga, R., Junior, O. C., & Zeny, G. C. (2019). Venture Building & Startup Studios versus Acceleration Programs-Conceptual & Performance Differences. In *ISPIM Conference Proceedings* (pp. 1-14). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).

Isabelle, D. (2013). Key factors affecting a technology entrepreneur's choice of incubator or accelerator. *Technology innovation management review*, 16-22.

Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35, 60-85

Levie, J. & Autio, E. (2008). Regulation of entry, rule of law, and entrepreneurship: an international panel study. Hunter Centre for Entrepreneurship working paper. Glasgow, UK: University of Strathclyde.

Lundström, A. & Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy: Theory & practice*. (New York: Springer-Verlag)

Molaei, R, Zali, M. R, Mobaraki, M. H. Yadollahi Farsi, J. (2014).”The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention”. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 6 (2), 140-162.

Reynolds, P., Hay, M. and Camp, S. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Kansas City, MO.: Kauffman Foundation.

Schumpeter J. A. (1934) *The theory of economic development*. (Cambridge, MA: Harvard University Press)

Sepulveda, F. (2012). The difference between a business accelerator and a business incubator?. *Inc. Web*, 31, 1-14.

The national regulatory control council,(2018). Germany: Less Bureaucracy, More Digital Services, Better Regulation.Let’s get to it!. <https://www.normenkontrollrat.bund.de/nkr-en/>

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 669–694

Thornton Patricia H., Ribeiro-Soriano, Domingo and Urbano. (2011). “David Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview”. *International Small Business Journal*, 29(2) 105–118

Top Best Country Top Best Country .(2020).“Top Best Country in Europe for Startups”. <https://www.czechtradeoffices.com/en/kr/news/czechia-is-the-9th-best-country-in-europe-for-startups>

Wennekers S., van Wennekers, R., Thurik R. & Reynolds P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309

فوس لنه، گیبسون دیوید. (۱۳۹۹). دانشگاه کارآفرین: تحول زمینه‌ای و نهادی. ترجمه محمد رضا زالی، شکوه علیزاده مقدم و فاطمه مظفری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.