

## بررسی رتبه ایران در شاخص کارآفرینی جهانی

مصطفی صالح

کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی، دانشگاه آزاداسلامی واحد تهران شرق

### چکیده

امروزه آن چیزی که بیش از همیشه نیاز جوامع است و می تواند در عصر متلاطم کسب و کارها، راه گشا باشد، کارآفرینی است. کشورهای مختلف و اغلب توسعه یافته با استفاده از کارآفرینی، در حال عبور از اقتصاد نفتی هستند و نتایج قابل تأمل و درخور توجهی با بکارگیری کارآفرینی کسب کرده اند ولی موفقیت تمام کشورها در حوزه کارآفرینی به یک میزان نبوده است. کشور ما ایران نیز با وجود اینکه در سال های اخیر در زمینه کارآفرینی رشد قابل توجهی داشته اما تا رسیدن به سطح مطلوب فاصله بسیار دارد. از این رو، در پژوهش حاضر به بررسی رتبه ایران در شاخص کارآفرینی جهانی و مقایسه آن با سایر کشورهای منطقه و جهان پرداخته می شود.

**واژگان کلیدی:** کسب و کار، کارآفرینی، اقتصاد نفتی، شاخص کارآفرینی جهانی

## مقدمه

در قرن 21 که دوره رقابت شدید است، بقای موسسه و مبنای اصلی موفقیت یک شرکت، دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار و حفظ آن است. اولین و اصلی ترین کارکرد مزیت رقابتی، تضمین بقای سازمان است و وقتی سازمان بقای خود را با تکیه بر مزیت رقابتی تضمین نمود، آنگاه به بالندگی می رسد و می تواند مسیر موفقیت را بپیماید. ایجاد و حفظ مزیت رقابتی، مستلزم شایستگی هایی است که با تکیه بر قابلیت های سازمان، برای مشتریان ارزش ایجاد می کند. قابلیت هایی از قبیل نوآوری و کارآفرینی می توانند بر مزیت رقابتی اثر گذارند (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۳).

امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه ی اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته و اشتغال زا به طور کامل آشکار شده است؛ تا آنجا که این عصر را برخی از صاحب نظران، عصر کارآفرینی نام گذاری کرده اند. کارآفرینان، انقلابی را هدایت می کنند که منجر به تحول و نوسازی اقتصاد در پهنه ی جهانی شده است (کمالی و رستمی پور، ۱۳۹۷). توسعه اقتصادی به زبان ساده، به رشد اقتصادی همراه با تغییرات و تحولات کیفی در زندگی مادی و معیشتی تعریف شده است که البته در این تعریف ابعاد معنوی تکامل و تعالی انسانی نادیده گرفته می شود؛ بنابراین توسعه اقتصادی یک مفهوم کاملاً فیزیکی ومادی است. (ناظمان و اسلامی فر، ۱۳۸۹). بنابراین اگر به همان تعریف محدود مادی بسنده کنیم، توسعه اقتصادی، هدف و آرمانی بزرگ برای تمامی کشورهایی است که هنوز به دلایلی نتوانسته اند در این مسیر گام بردارند. توسعه را باید جریانی چند بُعدی و فرآیندی مرکب و پیچیده تلقی نمود؛ فرآیندی که تحقق آن مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی همراه با تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کن کردن فقر مطلق می شود (چنری و تیلور<sup>۱</sup>، ۱۹۶۸). بی تردید کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی همه جوامع داشته و باعث بالندگی جوامع می گردد و به عنوان عامل اساسی در ایجاد ارزش اقتصادی، در جامعه تلقی می شود. کارآفرینان موتور محرک یک جامعه هستند که در یک محیط رقابتی و شرایط عدم تعادل، جامعه را به حرکت در می آورند و توسعه می بخشند. از آنجایی که کلید موفقیت کارآفرینی یافتن روش خلاقانه است، کارآفرین با بکارگیری تکنولوژی های جدید، سریع و کم هزینه تر نیازهای جامعه را به نحو احسن برآورده می سازد و این به معنای کالای با هزینه کمتر یا ارتقاء کیفیت آن ها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است؛ لذا کارآفرینان با توجه به محدودیت ها، تحریم ها و فرصت هایی که محیط اقتصادی کشور را در بر گرفته است حرکت کرده و با شناسایی نقاط قوت و ضعف کسب و کار و با نگاهی بر فرصت های محیطی موجبات رونق و رشد اقتصادی را فراهم آورده و از این بحران گذر خواهند کرد و باعث رونق و بهبود کسب و کار داخلی شده و افزایش اقتصاد مقاومتی و کاهش وابستگی را به ارمغان می آورند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶).

امروزه کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط اجتماعی می تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت ها، محدود یا آسان کند. کارآفرینان در می یابند که روش اثرگذار اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذر، از راه شبکه های ارتباطی های فردی امکان پذیر است زیرا که اتصال های بین شبکه ها منابع و اطلاعات را فراهم می کند (باتجارگال<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).

با توجه به اهمیت روز افزون کارآفرینی، در این پژوهش قصد داریم ابتدا با شاخص جهانی کارآفرینی آشنا شده و در ادامه، به بررسی رتبه شاخص جهانی کارآفرینی ایران در مقایسه با سایر کشورهای منطقه و جهان بپردازیم.

## کارآفرینی

اگر چه شروع کارآفرینی به سال های قبل از قرون وسطی برمی گردد ولی در قرون وسطی به کسانی که مسئول اجرای کارهای عمرانی بزرگ بودند، کارآفرین می گفتند. در قرن هفدهم کارآفرین به کسی اطلاق می شد که به منظور عرضه خدمات یا تهیه

<sup>1</sup> Chenery & Taylor

<sup>2</sup> Batjargal

محصولات با دولت قرارداد می‌بست. ریچارد کانتیلون<sup>۳</sup> در سال ۱۷۳۰ یکی از نخستین نظریه‌ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل برخی او را بنیان گذار این واژه می‌دانند. او کارآفرین را فردی می‌دانست که اهل ریسک باشد و بنا به مشاهداتش ریسک شامل حال بازرگانان، کشاورزان، صنعتگران و سایر مالکان می‌شد که به قیمت معلوم می‌خریدند و به قیمت نامعلوم می‌فروختند و از این رو در معرض خطر و ریسک بودند (عابدی، ۱۳۸۴).

در موارد زیادی کارآفرینی را به اشتباه صرفاً معادل اشتغال زایی تعریف کرده‌اند. از اواخر دهه هفتاد در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خود اشتغال به وجود آمدند به گونه‌ای که این موضوع باعث شده است تا مقوله کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و به وسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی مورد مطالعه قرار گیرد (هایتون<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵). کارآفرین فردی است که دارای ایده و نظری نو و جدیدی است که از طریق فرآیند تأسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه خود معرفی می‌کند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۷).

### شاخص جهانی کارآفرینی

شاخص جهانی کارآفرینی<sup>۵</sup> (GEI) یک اندیکاتور (نماگر) تألیفی است که سلامت اکوسیستم کارآفرینی در یک کشور را از طریق اندازه‌گیری کیفیت کارآفرینی و عمق پشتیبان‌های اکوسیستم کارآفرینانه ارزیابی می‌نماید. این شاخص متمایز از شاخص‌های کارآفرینی خروجی محور (نظیر تعداد بنگاه‌های جدید) و شاخص‌های چارچوب محور (نظیر مقایسه سیاست‌ها و مقررات کشورها)، برای به تصویر کشیدن اکوسیستم‌های کارآفرینانه طراحی شده است. از آنجا که کارآفرینی می‌تواند هر دو پیامد اقتصادی و اجتماعی را برای افراد داشته باشد، شاخص جهانی کارآفرینی تعاملات پویا و نهادینه شده بین گرایش‌ها، توانایی‌ها و اشتیاق را هم در سطح فردی و هم در سطح نهادی مورد توجه قرار داده است. مزیت این شاخص نسبت به سایر روش‌ها در این است که این شاخص، از طریق توجه به تعاملات سطح فردی و سطح نهادی کارآفرینی، چشم‌اندازی دقیق‌تر از قوت‌ها و تنگناهای اکوسیستم کارآفرینی در کشورها ارائه می‌دهد. شاخص جهانی کارآفرینی از سه شاخص اصلی یا زیر شاخص به وجود می‌آید:

۱) گرایش کارآفرینانه (ATT<sup>۶</sup>)

۲) توانایی کارآفرینانه (ABT<sup>۷</sup>)

۳) اشتیاق کارآفرینانه (ASP<sup>۸</sup>)

این سه زیر شاخص دارای ۱۴ رکن می‌باشند که هر کدام از آن‌ها از متغیرهای نهادی و فردی که جنبه‌های خرد و کلان کارآفرینی هر کشور را در بر می‌گیرد تشکیل شده‌اند. ارکان اکوسیستم کارآفرینی عبارتند از:

۱. درک فرصت
۲. مهارت راه‌اندازی کسب و کار
۳. پذیرش ریسک
۴. شبکه‌سازی
۵. پشتیبانی فرهنگی
۶. کسب و کار نوپا مبتنی بر فرصت

<sup>3</sup> Richard Cantillon

<sup>4</sup> Hayton

<sup>5</sup> Global Entrepreneurship Index

<sup>6</sup> Attitudes

<sup>7</sup> Abilities

<sup>8</sup> Aspirations

۷. جذب فناوری
۸. سرمایه انسانی
۹. رقابت
۱۰. نوآوری محصول
۱۱. نوآوری فرآیند
۱۲. رشد بالا
۱۳. بین المللی سازی
۱۴. سرمایه ریسک (دفتر توسعه کارآفرینی و بهره وری نیروی کار، ۲۰۱۸).

در ادامه به بررسی نتایج و رتبه شاخص کارآفرینی جهانی ایران و همچنین سایر کشورها می پردازیم. جدول زیر رتبه ۱۰ کشور اول جهان را از نظر شاخص جهانی کارآفرینی ۲۰۱۸ نشان می دهد:

جدول (۱) رتبه ۱۰ کشور اول جهان از نظر شاخص جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۸

رتبه	کشور	GEI
۱	آمریکا	83/6
۲	سوئیس	80/4
۳	کانادا	79/2
۴	انگلستان	77/8
۵	استرالیا	75/5
۶	دانمارک	74/3
۷	ایسلند	74/2
۸	ایرلند	73/7
۹	سوئد	73/1
۱۰	فرانسه	68/5

منبع: دفتر توسعه کارآفرینی و بهره وری نیروی کار. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران (۲۰۱۸)  
 حال به بررسی امتیاز و نتایج مربوط به قاره آسیا و اقیانوسیه و همچنین نتایج منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا می پردازیم تا با رتبه ایران و وضعیت آن در منطقه و جهان آشنا شویم.

جدول (۲) نتایج منطقه آسیا و اقیانوسیه

رتبه	کشور	امتیاز	رتبه	کشور	امتیاز
۱	استرالیا	75%	۱۵	تایلند	27%
۲	هنگ کنگ	67%	۱۶	گرجستان	26%
۳	تایوان	59%	۱۷	فیلیپین	24%
۴	کره	54%	۱۸	ویتنام	23%
۵	سنگاپور	53%	۱۹	ارمنستان	23%
۶	ژاپن	52%	۲۰	سرلانکا	22%

۷	بحرین	45%	۲۱	اندونزی	21%
۸	ترکیه	45%	۲۲	تاجیکستان	20%
۹	چین	41%	۲۳	قرقیزستان	20%
۱۰	برونئی	34%	۲۴	لائوس	18%
۱۱	مالزی	33%	۲۵	کتمبوج	18%
۱۲	آذربایجان	30%	۲۶	پاکستان	16%
۱۳	قزاقستان	30%	۲۷	میانمار	14%
۱۴	هند	28%	۲۸	بنگلادش	12%

منبع: دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران (۲۰۱۸)

جدول (۳) نتایج منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا

رتبه	کشور	امتیاز
۱	فلسطین	65%
۲	قطر	55%
۳	امارت	53%
۴	عمان	47%
۵	کویت	43%
۶	تونس	42%
۷	عربستان	40%
۸	اردن	37%
۹	لبنان	32%
۱۰	مراکش	29%
۱۱	ایران	27%
۱۲	مصر	26%
۱۳	الجزایر	25%
۱۴	لیبی	19%

منبع: دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران (۲۰۱۸)

### نتیجه‌گیری

جوامع امروزی نمی‌توانند تنها با رفع نیازهای تشخیص داده شده به وسیله سازمان‌های موجود دولتی و غیردولتی به رشد و بقا برسند. شرایط محیطی و قواعد بازی رقبا به حدی پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با تغییرات سطحی بقای بلند مدت خود را تضمین کنند؛ بلکه باید شرایطی را به وجود آورند تا افرادی که توانایی تشخیص صحیح نیازهای جامعه، توانایی شناخت محیط و رقابت فعلی و آتی و حتی ایجاد نیازهای جدید را دارند، در داخل سازمان‌ها فعالیت کرده و یا با به

وجود آوردن نهادها، سازمان ها و مؤسسات جدید در توسعه و بقای جامعه موثر باشند. این افراد، همان کارآفرینان هستند که تصور می شود دارای خصایصی متفاوت با دیگران باشند. (قوچانی و همت، ۱۳۸۸).

در جهان امروز کارآفرینی بیش از همیشه نیاز جوامع است و کشورهای مختلف جهت نیل به اهداف اساسی خود باید به این مهم بپردازند. گرایش به کارآفرینی در تمام کشورها به یک میزان نبوده و کشورهایی که در سالیان اخیر به حوزه کارآفرینی توجه ویژه داشته اند، عملکرد بهتری نیز ثبت کرده و نتایج مثبت آن را مشاهده کرده اند. در این مقاله سعی شد به بررسی رتبه ایران در شاخص کارآفرینی جهانی و مقایسه آن با سایر کشورهای منطقه و جهان پرداخته شود. همانطور که از مطالب پیشین مشخص است، رتبه ایران طبق شاخص کارآفرینی جهانی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۱۸، رتبه یازدهم است که این رتبه نمی تواند نتیجه قابل قبولی برای کشور عزیزمان ایران باشد. به همین دلیل پیشنهاد می شود شرایط لازم برای توسعه کارآفرینی در کشور مهیا شده و منابع مالی جهت هموار سازی عملیات کارآفرینانه فراهم شود.

### منابع

- ۱) اکبرزاده، زهرا. مهرمنش، حسن و هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا. (۱۳۹۳). تحلیل اثر قابلیت نوآوری بر کارآفرینی با رویکرد مزیت رقابتی پایدار در صنایع کوچک و متوسط (شهرک صنعتی کاوه). فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره ۲۳، پاییز ۱۳۹۳.
- ۲) کمالی، محمدجلال و رستمی پور، سمیه (۱۳۹۷). بررسی دلایل شکست کارآفرینی، دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران.
- ۳) ناظرمان، حمید و علیرضا اسلامی فر (۱۳۸۹). اقتصاد دانش بنیان و توسعه پایدار (طراحی و آزمون یک مدل تحلیلی با داده های جهانی). مجله دانش و توسعه (علمی - پژوهشی) سال هفدهم، شماره ۳۳، زمستان ۱۳۸۹.
- ۴) حسینی، محمدرضا. وطنی، یاسر. تمیز، حسین و ابراهیمی، سیدمهدی (۱۳۹۶). ضرورت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اقتصاد مقاومتی: موانع، چالش ها و راهکارها، دومین همایش ملی اقتصاد مقاومتی تولید و اشتغال با رویکرد حمایت از کسب و کار ایرانی، کرج
- ۵) عابدی، محمدرضا. (۱۳۸۴). ساخت، هنجاریابی و بررسی روایی و پایایی آزمون استعداد شناختی کارآفرینی در دانشگاه اصفهان، مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان، طرح پژوهشی.
- ۶) احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: انتشارات جاجرمی. ص ۱۶۷-۱۶۴.
- ۷) شاخص جهانی کارآفرینی ۲۰۱۸ (GEI)، گزارش جهانی کارآفرینی (۲۰۱۸). دفتر توسعه کارآفرینی و بهره وری نیروی کار. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران.
- ۸) معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال به سرپرستی پریسا ریاحی. (سایر اعضا: معصومه امیری، سولماز صادقی، ملیحه خدای، مطهره بهبودی) (۱۳۹۵). پایش و بهبود نظام کارآفرینی ایران. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران. پاییز ۱۳۹۵.
- ۹) تارنمای سایت مرکز توانمندسازی و تسهیل گری کسب و کارهای نوپای فاوا
- ۱۰) قوچانی، فرخ و همت، موژان. (۱۳۸۸). ویژگی های شخصیتی کارآفرینان و سطح هوش عاطفی آنان. فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره ۱، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۸، صفحه ۸۶-۹۹.

11) <http://www.ictstartups.ir/>

12) Chenery, H.B. & L. Taylor (1968), "Development Patterns Among Countries & Over Time," The Review of Economics & Statistics, Vol.50, No.4, pp. 391- 416.

13) Batjargal B. (2007), "Internet entrepreneurship: Social capital, human capital, and performance of Internet ventures in China", Research Policy, Vol.36, pp.605-618.

14) Hayton, J.(2005). promoting corporate entrepreneurship through human resource management practices: A Review of empirical research, Hum Resource Management Review, volume 15, Issue 1, pages 21-41.