



گزارش سال ۲۰۱۹ سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی

Global Entrepreneurship Monitor Report 2019

ترجمه آزاد حکمی

۶۶

گزارش سالانه سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی که به تازگی با بررسی جمعیت افراد بالغ و بررسی‌های کارشناسان ملی منتشر شده، بیستمین سال تحقیق کارآفرینی در اقتصادهای مختلف را در طیف وسیعی از مناطق و سطوح مختلف توسعه اقتصادی در سراسر جهان به پایان رسانده است. این گزارش سالانه در بیستمین سال انتشار خود، ۴۹ اقتصاد را با توجه به جمعیت‌شناسی، تاثیر بالقوه آن، تنوع اشکال و پایداری درازمدت آنها به نمایش می‌گذارد. نگاهی به ۲۰ سال گذشته نشان می‌دهد که چگونه کارآفرینی در طول زمان در پنج کشور (ایالات متحده، برزیل، آلمان، ایران و چین) تکامل یافته است. در نهایت این گزارش با بررسی نگرش‌های اجتماعی و زاویه دید شخصی و وابستگی‌های کارآفرینانه با کارآفرینان، به بررسی محیط و شرایط پیرامونی کارآفرینی می‌پردازد. سپس شاخص زمینه ساز کارآفرینی ملی را معرفی می‌کند که اقتصاد را بر اساس ۱۲ شاخص از زمینه خارجی که می‌تواند بر کارآفرینی تاثیر بگذارد، طبقه‌بندی می‌کند.

در مقدمه این گزارش آمده است در دو دهه اخیر فعالیت‌های کارآفرینانه در مراحل ابتدایی و کسب و کارهای شخصی تثبیت شده از سال ۲۰۰۸ در ایران، روند رو به رشدی را نشان می‌دهد. در ادامه ایران همراه لبنان در گروه کشورهای خاورمیانه و آفریقا دارای درآمد متوسط ارزیابی شده‌اند؛ این جایگاه بالاتر از کشورهای آنگولا، مصر، ماداگاسکار، مراکش، موزامبیک و سودان و پایینتر از کشورهای اسرائیل، قطر، عربستان و امارات متحده عربی است. در ادامه و در بخش نشانگرهای فعالیت‌های کارآفرینانه در مراحل ابتدایی بین افراد بالغ فعال (۱۸ تا ۶۴ سال) ایران با رشد ۱۰ درصدی جایگاه متوسط جدول را به خود اختصاص داده است. این بررسی شامل اقتصاد ۴۹ کشور جهان از چهار منطقه جغرافیایی (خاورمیانه و آفریقا، آمریکای لاتین و حوزه کارائیب، اروپا و آمریکای شمالی و در نهایت آسیای شرق و جنوب شرقی) است که در آن، رشد ایران هم تراز با کرواسی و ایرلند نشان داده شده است. بیشترین رشد متعلق به آنگولا با ۴۰٪ و کمترین رشد متعلق به قبرس با ۴٪ است. بیشترین رشدهای منطقه ای به ترتیب متعلق به آنگولا در گروه خاورمیانه و آفریقا، شیلی با ۲۸٪ در گروه دوم، کانادا با ۱۸٪ در گروه سوم و تایلند با ۲۰٪ در دسته آسیای شرق و جنوب شرقی است. در همین گزارش تفکیک جنسیتی فعالیت‌های کارآفرینانه نشان می‌دهد تعداد زنان کارآفرین معادل نیمی از جمعیت کارآفرینان مرد است. نکته جالب توجه اینست که تعداد زنان و مردان کارآفرین تنها در دو کشور آنگولا و تایلند تقریباً برابر است. تاثیر کارآفرینی در اقتصادهای کم درآمد بسیار بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. در این بررسی در میان کشورهای کم درآمد ۳۵٪ کارآفرینی خود را با کمک دولت آغاز کرده‌اند چون هیچ گزینه دیگری پیش رو ندارند. به طور معمول در اقتصادهای در حال توسعه کارمندان کمتری شانس و امکان اشتغال را دارند. در این اقتصادها کارآفرینی ابزاری برای کسب درآمد است. به هر رو، این نشانگرها به مقدار قابل توجهی بسته به شرایط و اقتصاد هر کشور متغیرند. در حالی که ۲۵٪ کارآفرینان اندونزیایی نیروی محرک خود را نیاز مالی اعلام کرده‌اند، مصریان با ۴۸٪ مقام اول را کسب کرده‌اند. در این بررسی لزوم کارآفرینی در ایران ۶٪ و کارآفرینی با هدف بهبود شرایط و پیشرفت ۳٪ است.



کارآفرینان مبالغی به طور مستقل درآمد تولید می‌کنند، این سود را با خانواده یا گروه همکاران تقسیم می‌کنند و در نهایت موجب رونق اقتصاد ملی می‌شوند.

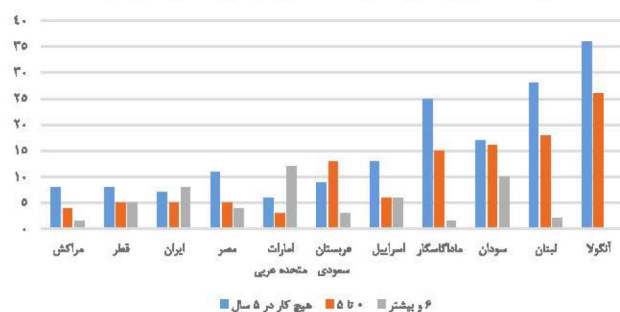
یکی از بخش‌های کارآفرینی، نوع شخصی و فردی آن است. از آنجا که رشد سریع کارآفرینی نادر در نظر گرفته می‌شود، در نتیجه کارآفرینان محدودی هستند که بدون همکار یا کارمند و به طور فردی مشغول به کارند و هیچ علاقه‌ای به داشتن همکار ندارند. بهر حال این کارآفرینان منفرد در همه مناطق و در سطح در حال توسعه یا پیشرفته دیده می‌شوند. در نمودار میزان کارآفرینی فردی (به این معنی که هیچ شریک و همکاری نداشته باشد) تا ۵ سال آینده قصد استخدام نیروی کار را نداشته باشد) ایران در رتبه سوم و بالاتر از مراکش، مصر و اسرائیل قرار گرفته است. برزیل با ۱۰٪ کارآفرین مستقل رتبه نخست در جهان را دارد.

هنگامی که به کارآفرینان به عنوان فعالیتی که خارج از جریانهای معمول و متداول بالغانه و اغلب وسیع و سازمان یافته عمل می‌کنند نگاه می‌کنیم، اغلب می‌بینیم سازمان‌های بزرگ به خلق منابع جدیدی برای رشد سریع در طولانی مدت نیاز دارند. فعالیت‌های کارمندان کارآفرین ناشی از پیروی از فعالیت‌های تجاری جدید در همان سازمان موجود است، جایی که کارآفرین در جستجوی قدرت نفوذ داخلی و اهرم فضای داخلی است و سازمان ممکن است کار را شروع کند یا شرایط جنبی راه اندازی کار را تسهیل کند. فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنان در ایران حدود ۲٪ و پایین‌تر از همه اعضای گروه است.

کارآفرینی خانوادگی در بسیاری از نقاط دنیا رواج دارد. در اغلب جوامع کسب و کارهای خانوادگی وجود دارند که همه یا تعدادی از افراد خانواده درگیر انجام مسئولیت‌های آنند. کسب و کار خانوادگی در مناطق روستایی، شهری و حتی در کمپانی‌های بزرگ جهان دیده می‌شود. چیزی که کمتر به آن توجه شده است این است که کارآفرینان خانوادگی با چه سرمایه‌ای کار را شروع می‌کنند. نکته مورد توجه اینست که برخی تجارت‌ها برای پا گرفتن و سرپاشدن به اعضای خانواده نیاز دارند، اما در ادامه برای نگهداری یا پیشبرد آن دیگر نیازی به حضور آنها نیست. در نمونه‌های دیگر اعضای خانواده ممکن است در مراحل پس از آغاز به کار گرفته شوند. در ایران ۲۰٪ از کارآفرینان از

انتظارات رشد در گستره کارآفرینی شامل آفرینش کسب و کار و شغل است؛ زیرا شغل می‌تواند رفاه و سلامت را در جامعه گسترش دهد. در مناطق کم برخوردار به طور خاص، کارآفرینی نقش عمده‌ای در پیشرفت جامعه و اقتصاد دارد. در جدول بعد نشان داده خواهد شد کارآفرین چند شغل در ۵ سال آینده ایجاد خواهد کرد. تولید ۶ شغل و بیشتر به معنای موفقیت کارآفرینی است.

درصد اشتغالزایی میان فعالان ۱۸-۶۴ سال در خاورمیانه و شمال آفریقا



در مورد نوآوری، چنانچه کارآفرینی ۲۵٪ یا بیشتر از محصولش را در بازارهای جهانی بفروشد بین المللی محسوب می‌شود. فروش بین المللی با عواملی از جمله قوانین تجارت آزاد، تسهیل فرآیند، قوانین کافی و مقررات اقتصادی، مرزهای مشترک، و همکاری در فرهنگ مشابه و زبان تجاری مشترک فعالیت می‌شود. اقتصادهای متکی بر کارآفرینانی است که توانمندی و اهداف فروش بین المللی داشته باشند. بر این اساس جایگاه ایران در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا پایین‌ترین و تقریباً معادل یک درصد است.

اگرچه تصویر عمومی در مورد انواع کارآفرینی یک شغل دسته جمعی است، و کارآفرین کسی است که یک حرفه را مستقلاً دنبال می‌کند، اما این امکان را برای افراد فراهم می‌کند تا در رشته‌ها و دسته‌های بسیار متفاوتی مشغول باشند. برای مثال ممکن است افراد طبق نظر خودشان عمل کنند، ممکن است ایده‌های کارآفرینانه شان را در سازمان‌هایی که در آنها مشغولند عملی کنند، ممکن است با افراد فامیل شرکت تاسیس کنند، یا قراردادهای کوتاه مدت ببندند. همه این موقعیت‌ها همیشه قابل رویت و بررسی نیست،

در بخش توجه رسانه ها به کارآفرینی ایران یکی از پایین ترین رتبه ها را دارد. ۵۲٪ هم تراز هند، ترکیه و فرانسه و بالاتر از بلغارستان، آرژانتین و پانامه آلمان، یونان، اسپانیا، لوکزامبورگ، روسیه، سوئیس و لهستان است.

Global Entrepreneurship Monitor



اعضای خانواده استفاده نمی کنند، ۲۰٪ به طور محدودی از افراد خانواده استفاده می کنند و ۶۰٪ مشاغل به طور خانوادگی راه اندازی شده اند. ثبات کارآفرینی هم از نکات قابل توجه است. نرخ فعالیت های آغازین کارآفرینی در ایران ۱۰٪ و نرخ کسب و کارهای ایجاد شده و تثبیت شده ۱۲٫۵٪ است. مشاغل رها شده هم بخشی از سرفصل کارآفرینی است که می تواند دلایل بسیاری داشته باشد. ممکن است کارآفرین نتواند به سودآوری برسد یا نتواند سودآوری را حفظ کند یا ممکن است تولیدی خارج از ظرفیت بازار داشته باشد. به هر حال شرایط محیطی (همانند بوروکراسی افراطی که مانع حمایت درازمدت است) در این مورد بسیار مهم تلقی می شوند. از طرف دیگر، کسی ممکن است یک تجارت را راه بیندازد، بازنشسته شود، کسب و کار را بفروشد یا به دیگری واگذار کند، یا به راحتی کارش را رها کند تا تجربه های دیگری به دست بیاورد. در نتیجه دلایل ترک کارآفرینی بسیار متعدد هستند. در ۱۰ کشور نرخ ترک کسب و کار معادل نیمی از تعداد کل و بیشتر است. شش کشور از افریقا و خاورمیانه (آنگولا، مصر، ایران، مراکش، سودان و عربستان سعودی)، سه تا در اروپا (قبرس، یونان و سوئد) و تایوان در آسیاست. بررسی ها در مورد دلایل ترک کار نشان می دهد در ۴۵٪ موارد به دلیل عدم سودآوری یا کمبود سرمایه کسب و کار را رها کرده اند. این دلیل بیش از نیمی از کسانی است که در آنگولا، لبنان، ایران، مصر، امارات متحده عربی و قطر اقدام به ایجاد کسب و کار کرده بودند. در کشورهای همانند ترکیه، اوروگوئه و کلمبیا نیمی و در هند ۳/۴ کارآفرینان با مشکل سرمایه و نبود سودآوری مواجهند.

در ادامه به انتخاب کارآفرینی به عنوان یک جایگاه والا می پردازیم و دو مساله را در جامعه ۴۷ کشور بررسی می کنیم؛ نخست موفقیت کارآفرینان و سپس انتخاب کارآفرینی به عنوان یک جایگاه شغلی مطلوب. جایگاه برجسته کارآفرینان در ایران ۸۰٪ و پس از ایرلند، کلمبیا، سودان و اسرائیل در جایگاه چهارم جهانی است. ولی ۳۸٪ مردم کارآفرینی را به عنوان شغل انتخاب می کنند. منطقه افریقا و خاورمیانه از نظر بالا بودن هر دو شاخص گفته شده مخصوصا نگاه جامعه به کارآفرینی بسیار قابل توجه است. نمرات پایین تر مربوط به انتخاب کارآفرینی به عنوان شغل است که اغلب کشورها در این دسته جای می گیرند. ایران چنانکه گفتیم تفاوت قابل ملاحظه ای بین دو فاکتور فوق دارد و یکی تقریبا نصف دیگری است.

بخش مهمی از گزارش امسال به شاخص سهولت ایجاد کسب و کار مربوط است؛ که به واسطه آن می توان محاسبه کرد مردم ایجاد شغل را چقدر ساده می پندارند. بررسی ها دایره وسیعی از نظرات را در هر منطقه نشان می دهد. مخصوصا در اروپا آمار افرادی که به سهولت راه اندازی کسب و کار اعتقاد دارند، دامنه از ۱۲٪ جمعیت در یونان به ۷۵٪ در هلند می رسد. در برخی موارد، رابطه ای بین سهولت ایجاد کسب و کار و تفکر عمومی در مورد انتخاب کارآفرینی است. برخی مواقع این رقم منعکس کننده اینست که مردم برای ایجاد کسب و کار هیچ محدودیتی ندارند و این بهترین ایده برای کسب درآمد است. اما این مساله همچنین بازگو کننده و نمایانگر اهمیت کاهش موانع کارآفرینی و تسهیل تلاشها برای افزایش گرایش طبیعی مردم به کارآفرینی برای انتخاب آن به عنوان شغل است.

دو سوم بزرگسالان در اندونزی و تایلند فکری کنند ایجاد کسب و کار ساده است و تعداد بیشتری بر این باورند که کارآفرینی گزینه خوبی برای انتخاب شغل است. همچنین در هلند و لهستان، اغلب افراد باور دارند که می توانند به سادگی کارآفرین شوند و کارآفرینی گزینه جذابی برای ادامه زندگی است. برعکس، در ایران سختی راه اندازی یک شغل دلیل درصد کم انتخاب کارآفرینی به عنوان شغل می باشد.

درک فرصت کارآفرینی و توانمندی شخصی در اغلب موارد رابطه ای مستقیم با آغاز کارآفرینی مخصوصا در کشورهایی چون تایلند و اندونزی، جنوب شرق آسیا، امریکا و کانادا، شیلی، کلمبیا، پرو، گواتمالا و کشورهای حوزه کارائیب، آنگولا و سودان دارد. در سایر کشورها نرخ پایین کارآفرینی ممکن است نتیجه کمبود فرصتها، یا کمبود افرادی باشد که بتوانند این فرصتها را تشخیص دهند. لازم به ذکر است که مردم یک جامعه ممکن است تصویر متفاوتی از کسب و کار و تجارت نسبت به مردمی در کشور دیگر داشته باشند. مطابق این شاخص در ایران تنها نیمی از افرادی که توانمندیهای خود را درک می کنند، فرصتهای ایجاد شغل را می شناسند و برای مشغول شدن اقدام می کنند (۲۲٪ در برابر ۵۴٪). ترس از شکست یکی از دیگر عواملی است که آمار کارآفرینی

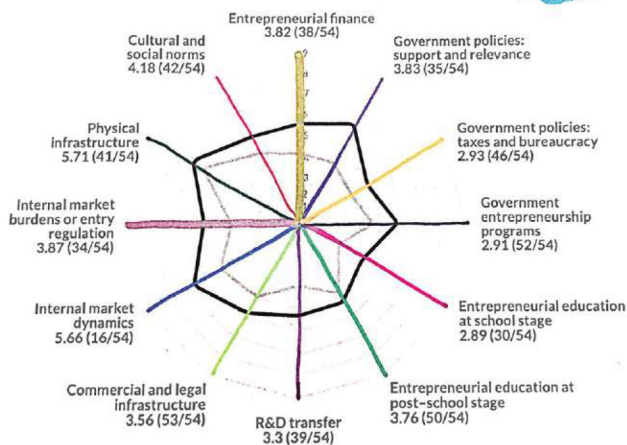


است که شرکتها قادر باشند مزایای رقابتی شان را در بازارهای جهانی عرضه کنند. بنابراین، تدوین و تصویب قوانین مربوط به شرکتهای خصوصی و دولتی و مالکیتهای شخصی برای بهره برداری هرچه بهتر از منابع موجود باید لحاظ شود.

درک شخصی از کارآفرینی		
رتبه جهانی	میزان	فرصتهای درک شده
۴۶	۲۲,۳	توانمندیهای درک شده
۱۷	۵۳,۱	ترس از شکست
۳۵	۳۰,۴	قصد کارآفرینی
۱۰	۳۵,۰	
فعالیت های آغازین کارآفرینی		
۲۹/۴۹	۹,۷	۲۰۱۸
۱۹ T/۵۴	۱۳,۳	۲۰۱۷
۲۲/۶۵	۱۲,۸	۲۰۱۶
۹/۴۹	۱۲,۳	میزان مالکیت کسب و کارهای خصوصی
۴۲/۴۹	۰,۹	فعالیت های کارآفرینانه کارمندان
فهرست انگیزشی		
۳۹T	۱,۳	ارتقای فرصت/ضرورت فعالیت
نسبت جنسیتی		
۴۰T	۰,۵۰	نسبت زنان و مردان
T ۲	۱,۱۰	فرصت برابر مردان و زنان
اثر کارآفرینی		
۶/۴۹	۳۶,۰	ایجاد ۶ شغل و بیشتر
۳۹	۱۷,۲	نوآوری
۱۳	۲۳,۵	صنعت (درصد بخشهای خدماتی)
ارزش کارآفرینی در جامعه		
۷T	۸۰,۵	علاقتمندی زیاد به کارآفرینی
۴۵	۳۹,۳	گزینه خوبی برای کار

نمودار رتبه بندی کارشناسان از شرایط چارچوب کارآفرینی

EXPERT RATINGS OF THE ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS



EFCs scale: 1 = very inadequate insufficient status, 9 = very adequate sufficient status
Rank out of 54 recorded in brackets

را در میان کسانی که فرصت ها را تشخیص می دهند کاهش می دهد. در جنوب و شرق آسیا، نیمی از مردمی که در هند و تایلند فرصتهای خوب شغلی را می شناسند، به خاطر شکست خوردن از ایجاد کسب و کار باز می ایستند. آمار ایران در این مورد ۷/۲۲ است، چیزی نزدیک به یک سوم افراد از شکست خوردن می هراسند.

بیشترین و کمترین وابستگی به کارآفرینان، در افریقا و خاورمیانه دیده می شود. ۷۲٪ مردم در عربستان سعودی بسیار علاقه دارند به عنوان یک کارآفرین شناخته شوند، ولی در کشور همسایه مصر، تنها ۱۲٪ مردم چنین تمایلی دارند. ایران با ۴۵٪ از میانگین قابل قبولی برخوردار است. بررسی در مورد نیت های کارآفرینانه رابطه مستقیمی با نرخ آغاز کسب و کار دارد. برای کسانی که در حال حاضر کسب و کار یا تجارت تازه ای را راه اندازی کرده اند، این مهم است که چند نفر دیگر در سه سال آینده قصد دارند همین مسیر را بپیمایند. بررسی ها نشان می دهد قصد کارآفرینی در امریکای لاتین، کارائیب در خاورمیانه و افریقا به استثنای ژاپن، در غرب و جنوب شرق آسیا بیش از کسب و کارهای کارآفرینانه ای است که در مراحل آغازین قرار دارند. خاورمیانه و افریقا بیشترین عدم تعادل بین مقاصد کارآفرینانه و کارآفرینی های تازه تاسیس را نشان می دهد. بیشترین فاصله بین دو شاخص د رمراکش و مصر دیده می شود، جایی که به ازای راه اندازی کسب و کار شش فرد دارای اهداف کارآفرینانه وجود دارند. نسبت کسب و کارهای تازه تاسیس به افراد دارای اهداف کارآفرینی در چهار کشور دیگر در این منطقه (ایران، قطر، سودان و امارات متحده عربی) یک به سه است.

پروفايل ايران در ۲۰۱۸

جمعیت ۸۱,۴ میلیون

تولید ناخالص داخلی (درصد رشد سالانه) ۳,۷

سرانه تولید ناخالص داخلی (بین المللی به دلار) ۲۰,۱ هزار

میزان سهولت انجام تجارت در بانک جهانی ۵۶,۸٪ و رتبه ۱۲۸ از ۱۸۰

میزان سهولت راه اندازی کسب و کار در بانک جهانی

۶۷,۷۹٪ و رتبه ۱۷۳ از ۱۹۰

رتبه رقابتی در انجمن جهانی اقتصاد ۸۹/۱۴۰

میانگین گروه درآمدی در انجمن جهانی اقتصاد بالاتر از متوسط

علیرغم کاهش فعالیت استارت آپ ها از ۱۳٪ در سال ۲۰۱۷ به ۱۰٪ در سال ۲۰۱۸، جوامع کارآفرینی ایران همچنین با قوت به کار خود ادامه می دهند. در حال حاضر همانطور که دولتمردان فرهنگ کارآفرینی را در سطوح مختلف تحصیلی و سیستم آموزشی ترویج میکنند. میزان علاقمندی کارآفرینی در میان جوانان مخصوصا پس از آموزشهای دانشگاهی بسیار رشد داشته است. یکی از مهمترین استراتژی های اطلاعات کارآفرینی بر پایه توسعه توسعه مراکز نوآوری در دانشگاههاست. به همین علت کشور در همه روند آغازین فعالیت های کارآفرینی هستند و فرصتهای کارآفرینی بسیار ارتقا یافته اند. میزان کسب و کارهای تاسیس شده در سال ۲۰۱۸ ارتقا یافته و مستلزم این