فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی
سال دوم، شماره 8، زمستان 1393، صفحات 146-125

شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران طی سال‌های (1391-1387)

زهره مدرسی‌عالم
کارشناس‌ارشد اقتصاد (نویسنده مسئول)
z.modaresi@yahoo.com

آزاده داودی
دانشجوی دکترای علوم اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد
az.davodi@gmail.com

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار در هر اقتصاد توجه به کارآفرینی است.کنسرسیوم دیده‌بان جهانی کارآفرینی به‌عنوان مهم‌ترین مرجع از سال 1999 هر ساله فعالیت‌های کارآفرینانه را در کشورهای مختلف مورد ارزیابی قرار داده و در قالب گزارش سالانه منتشر می‌نماید. این مقاله که با استفاده از گزارشات دیده‌بان جهانی کارآفرینی تهیه شده است ضمن معرفی شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی و بررسی وضعیت ایران در 5 سال (1391-1387) به جایگاه ایران در مراحل توسعه و مقایسه وضعیت کشور با کشورهای هم‌تراز اقتصادی می‌پردازد.نتایج گزارش جهانی دیده‌بان کارآفرینی نشان می‌دهد ایران اغلب از نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی استفاده می‌نماید و مشکلاتی مانند عدم ثبات در بسترها و حمایت‌های فرهنگی، اجتماعی، رسانه‌ها، شاخص کارآفرینی بین‌المللی و پیچیدگی فرایندهای اداری صادرات و واردات دارد، همچنین تولیدات ایران اغلب نوآورانه، محصول محور و فناورانه نمی‌باشد، بلکه بیشتر سنتی بوده و نمی‌تواند ارزش‌افزوده زیادی برای اقتصاد ایجاد نماید. نتایج نظرسنجی از خبرگان در رابطه با چالش‌های کارآفرینی در ایران نشان می‌دهد ایران در تمام مؤلفه‌ها بجز دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدمات وضعیت مناسبی در مقایسه با متوسط جهانی ندارد. در این میان، شاخص‌های کارامدی حقوق مالکیت فکری، حمایت از کسب و کارهای با رشد بالا، برنامه‌های دولت، شبکه همکاری بین شرکتی و ارزش اجتماعی کارآفرینان بدترین وضعیت را در مقایسه با متوسط جهانی دارند. در انتها توصیه‌هایی در این خصوص ارائه شده است.

طبقه‌بندی JEL: JO8, L26, O34, O31.
واژه‌های کلیدی: محیط کسب و کار ایران، کارآفرینی، دیده‌بان جهانی کارآفرینی.

* تاریخ دریافت: 1393/4/3 تاریخ پذیرش: 1393/10/30

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

1. مقدمه

فضای کسب‌وکار هر کشور را می‌توان از طریق شاخص‌های مختلف مورد تحلیل قرار داد. به‌رغم قوت‌ها و کاستی‌هایی که هر یک از شاخص‌های محیط کسب‌وکار دارند نباید از این مهم غفلت نمود که این شاخص‌ها از ابعاد متعددی حائز اهمیت هستند. نخست آنکه شاخص‌های محاسبه‌شده توسط نهادهای بین‌المللی تا حدودی می‌توانند بیانگر مسیر و وضع مقایسه‌ای فضای کسب‌وکار کشور به‌ویژه در مقایسه با دیگر کشورهای جهان باشند. دوم اینکه این شاخص‌ها می‌توانند نمایانگر برخی گلوگاه‌های بازدارنده کشور برای سیاستگذاری‌های اقتصادی باشند. سوم آنکه کنش نظام بین‌المللی با کشور از نتایج شاخص‌های منتشرشده توسط نهادهای بین‌المللی تأثیر می‌پذیرد و عموماً سیاستگذاران بین‌المللی و فعالان اقتصادی نتایج این شاخص‌ها را به‌عنوان معیار تصمیم‌گیری در ارزیابی محیط کسب‌وکار کشورها مورد استفاده قرار می‌دهند، همچنین سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی خارجی به این رتبه‌بندی‌ها توجه داشته و همواره بر مبنای این شاخص‌ها و آمارها دست به انتخاب می‌زنند.

امروزه در سراسر جهان تغییرات جمعیت، فناوری، تورم، بیکاری، عدم توسعه‌یافتگی و دیگر عوامل محیطی جامعه بشری را به‌صورت بسیار متفاوت از گذشته تغییر داده و چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی را پیش‌رو نهاده است. بین واکنش‌ها و پاسخ‌هایی که به این نیروهای در حال تغییر داده شده است تأکید بسیاری بر کارآفرینی از ناحیه دولت‌ها، سازمان‌ها و افکار عمومی وجود دارد[1] و به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود.[2] از این منظر کارآفرینی مفهومی است که همواره همراه بشر بوده و به‌عنوان پدیده نوین نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است، به طوری‌که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دارای عامل کلیدی است، از این رو تضمین حیات و بقاء کشورها نیازمند نوآوری، ابداع و خلق محصولات و خدمات جدید است.

در شرایط کنونی به فراخور تأکید بر این بعد از فضای کسب‌وکار شاخص‌های مختلفی در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی جهت مقایسه وضعیت فضای فعالیت واحدهای اقتصادی

1. Entrepreneurship

2. این ایده که کارآفرینان کلید توسعه و بهبود اقتصادی یک کشور هستند توسط متخصصان برجسته‌ای مانند شومپیتر (1934)، استیونسون و جاریلو (1990) در این حوزه مورد تأکید قرار گرفته است.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

کشورهای مختلف به‌کار گرفته می‌شود. این شاخص‌ها ماهیت ترکیبی داشته و از شاخص‌های متعددی حاصل شده‌اند. ضمن اینکه در کشور موضوع استخراج شاخص‌های بومی نیز مدنظر قرار گرفته است.

با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی که عنوان شد در این مقاله ضمن اشاره به موضوع کارآفرینی و رشد اقتصادی ومعرفی شاخص‌های دیده‌بان جهانی وضعیت ایران در 5 سال گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرد و وضعیت ایران در مقایسه با کشورهای هم‌تراز اقتصادی و کشورهای منطقه بر اساس گزارش سال 2012 مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

2. کارآفرینی و رشد اقتصادی

در قرن حاضر در ادبیات رشد اقتصادی مباحث نظری و تجربی مربوط به کارآفرینی از اهمیت بالایی برخوردار است که در ذیل برخی از آنها مرور می‌گردد:

2-1. مباحث نظری

در اواخر قرن 20 بر اساس پژوهش‌های پیشین ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی از دیدگاه‌های متفاوت مورد بررسی قرار گرفت که مهم‌ترین آنها دیدگاه شومپیتر و بامول است. شومپیتر(1934) کارآفرینی را موتور توسعه اقتصادی معرفی نموده است. به عقیده وی کارآفرینی مجموعه ابداع‌ها و نوآوری‌هایی است که به اقتصاد انرژی جدیدی برای رشد و موفقیت تزریق می‌کند. وی معتقد است نقش کارآفرین تخصیص مجدد منابع با برهم زدن تعادل‌های موجود است.

بامول (1990) نیز همانند شومپیتر با دید نوآوری کارآفرینی را مورد بررسی قرار می‌دهد. به عقیده وی کارآفرین از قوه ابتکار و خلاقیت در یافتن روش‌هایی برخوردار است که منجر به افزایش دارایی‌ها، قدرت و اعتبار وی شود.

نئوکلاسیک‌ها نیز در مدل رشد برون‌زا کارآفرینی را مورد توجه قرار داده‌اند که بیشتر در قالب مدل رشد سولو (1956) توضیح داده می‌شود. کارآفرینی در مدل سولو به‌طور مستقیم وجود ندارد، اما از طریق وجود عامل دانش نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی بیان می‌شود. عامل دانش در مدل مذکور به‌طور دقیق تعریف نشده است و به‌عنوان عاملی برون‌زا در نظر گرفته می‌شود.

دیدگاه اتریشی نیز در پژوهش‌های مربوط مورد توجه قرار گرفته است. در دیدگاه مذکور کارآفرینی فرایند شناسایی فرصت‌هاست. به اعتقاد کرزنر (1973)کارآفرین کسی است که فرصت‌های

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

جدید سودآور را در بازار ایجاد نماید. وی معتقد است ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی زمانی به‌وجود می‌آید که کارآفرین از طریق بهبود بازارهای بی‌کفایت و ناکارا در وضعیت عدم تعادل سود موردنظر خود را دریافت نماید.

دیدگاه دیگری که در ادبیات مربوط به کارآفرینی و رشد اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است دیدگاه نهادگرایی است. به‌عقیده نورث (1990) چارچوب نهادی تعین‌کننده اصلی ظهور کارآفرینی مؤثر بر رشد اقتصادی خوهد بود. در واقع، رشد زمانی پدید می‌آید که سازمان‌ها و نهادهای موجود در اقتصاد کارا باشد.

2-2. مباحث عملی

پژوهش‌های تجربی در خصوص تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی انجام شده است که در ادامه به مهم‌ترین آنها اشاره شده است.

گالیندو مارتین و همکاران (2010) اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی 25 کشور منتخب در دوره (2006-2000) را مورد آزمون قرار دادند. آنها که از شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی (TEA) به‌عنوان شاخص کارآفرینی استفاده نمودند با برآورد مدل‌های رگرسیونی مطرح‌شده با روش آثار ثابت نتیجه گرفتند کارآفرینی از طریق رونق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثر مثبت غیرمستقیمی بر رشد اقتصاد دارد.

لی و همکاران (2009) با در نظر گرفتن ثبت اختراعات به‌عنوان معیار کارآفرینی به بررسی ارتباط میان کارآفرینی و رشد اقتصادی در کشور چین پرداختند. آنها این ارتباط را با استفاده از داده‌های پانلو تخمین‌زننده GMM[1] برای 29 استان کشور چین در دوره 20 ساله (2003- 1983) مورد تجزیه‌وتحلیل قرار دادند و نتیجه گرفتند در دوره مورد بررسی کارآفرینی بر رشد اقتصادی چین اثر مثبت و معناداری داشته است.

وان استل و همکاران (2004) اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی 36 کشور جهان را در دوره (2003- 1999) مورد بررسی قرار دادند. آنها شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی (TEA) را به‌عنوان شاخص کارآفرینی در نظر گرفتند و پس از برآورد مدل رگرسیونی موردنظر با روش GMM نتیجه گرفتند که کارآفرینی بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد، اما این تأثیر به سطح

1. Generalized Method of Moments

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

درآمد سرانه کشورها بستگی دارد. به‌عبارتی، در کشورهای فقیر بین سطح کل فعالیت‌های کارآفرینی و رشد اقتصادی رابطه منفی وجود دارد، در حالی‌که ارتباط برای کشورهای ثروتمند و با درآمد سرانه بالا مثبت است. بر این اساس، ادعا شد که اثر کل فعالیت‌های کارآفرینی بر رشد اقتصادی پیچیده است و برای بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی می‌بایست تأثیر انواع کارآفرینی به‌طور مجزا بررسی شوند.

بلانچفلور (2000) با استفاده از داده‌های سری زمانی مربوط به 23 کشور عضو OECD به بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورهای مذکور در دوره (1996-1966) پرداخت. این پژوهشگر خوداشتغالی را معیاری برای کارآفرینی در نظر گرفت و با برآورد مدل نتیجه گرفت که رابطه معناداری بین خوداشتغالی و رشد اقتصادی وجود ندارد.

نجارزاده نوش‌آبادی (1391) در مقاله‌ای تحت عنوان "نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی" نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی کشورها از طریق 2 شاخص خوداشتغالی به‌عنوان شاخصی برای کارآفرینی غیرمولد و نوآوری به‌عنوان شاخصی برای کارآفرینی مولد بررسی نموده‌اند و نتایج برای 60 کشور منتخب توسعه‌یافته و در حال توسعه برای دوره (2008-1996) نشان می‌دهد خوداشتغالی اثر منفی و نوآوری اثری مثبت بر رشد اقتصادی دارد.

آقاجانی (1391) در مقاله‌ای تحت عنوان "رائه مدلی مفهومی از شاخص‌های GEM در کارآفرینی" ضمن مرور ادبیات موضوعی مربوط به ارائه مدل مفهومی از نقش کارآفرینی در رشد اقتصاد ملی کشورها بر اساس الگوی دیده‌بان جهانی کارآفرینی و تشریح اجزای مدل پرداخت و پیشنهاداتی از جمله تدوین سند راهبردی توسعه کارآفرینی در کشور و تأسیس مراکز توسعه کارآفرینی جهت اجرای هر چه بهتر برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی در تمام شهرهای کشور ارائه داد.

ربیعی (1388) با استفاده از مدل رشد درون‌زای رومر اثر کارآفرینی و نوآوری را با استفاده از آمار سری زمانی اقتصاد ایران در دوره (1383-1347) بر رشد اقتصادی ایران مورد بررسی قرار داد و نتیجه گرفت به‌ترتیب کالاهای واسطه‌ای، نیروی کار، سرمایه انسانی، سرمایه فیزیکی و واردات ماشین‌آلات باعث افزایش تولید در اقتصاد ایران می‌شود.

مداح (1387) با ارائه مدلی با عنوان آموزش عالی، کارآفرینی و رشد اقتصادی نقش کارآفرینی را در رشد اقتصادی 14 کشور منتخب مورد بررسی قرار داد. وی با محاسبه ضریب همبستگی خطی

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

میان نرخ رشد شرکت‌های تازه تأسیس به‌عنوان شاخص جانشین فعالیت‌های کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی در 14 کشور نتیجه گرفت که ضریب همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی 0/79 است.

3. نگاهی به تاریخچه گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی

نخستین گزارش شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال 1999 در رابطه با 14 کشور تهیه و منتشر شد و پس از آن کشورهای بیشتری به این گزارش افزوده شدند.[1] در گزارش سال 2012 این شاخص برای 69 کشور محاسبه شد که تقریباً 74 درصد جمعیت جهان و 87 درصد کل تولید ناخالص داخلی جهان را پوشش می‌داد.

از سال 1387 در ایران دفتر دیده‌بان جهانی ایران در دانشکده کارآفرینی تشکیل شد و مطابق با برنامه زمانی اعلام‌شده و همزمان با سایر کشورها برای نخستین بار این پروژه تحقیقاتی را در ایران در سال 1387 به اجرا درآورد. از آن زمان تاکنون در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی وضعیت ایران در مقایسه با سایر کشورها از نقطه‌نظر کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

4. تعریف شاخص کارآفرینی از منظر شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی

کارآفرینی پدیده‌ای چندوجهی با معانی و تعاریف گوناگون است، با این حال در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی این پدیده به‌عنوان هر نوع تلاش برای ایجاد یا مدیریت کسب‌وکار جدید (حتی خوداشتغالی) یا توسعه کسب‌وکار موجود توسط فرد یا گروه یا سازمان تعریف شده است. در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی دو مؤلفه راه‌اندازی کسب‌وکار (کارآفرینی نوظهور) و کارآفرینی جدید به‌عنوان کارآفرینی نوپا تعریف می‌شود که این شاخص معیار اصلی در مقایسه کشورها با یکدیگر می‌باشد. با این حال، دیده‌بان جهانی کارآفرینی مراحل بعدی یعنی تثبیت کسب‌وکار و گرایش‌ها و پتانسیل‌های کارآفرینی و خروج از کسب‌وکار را نیز مدنظر قرار می‌دهد.

1. دیده‌بان جهانی کارآفرینی توسط پروفسور پاول رینولدز و بر اساس ایده مایکل هی در سال 1997 با مشارکت دانشجویان برجسته کشورهای انگلیس، آمریکا، فنلاند و ایرلند در بابسون کالج و دانشکده کسب‌وکار لندن و با حمایت قوی بنیاد کارآفرینی کافمن ایجاد شد و به‌عنوان شاخص استاندارد جهانی کسب‌وکار قلمداد گردید. هدف رینولدز ارائه مدلی مکمل مدل رقابت‌پذیری جهانی بود که از سوی اجلاس جهانی اقتصادی منتشر می‌شد.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

5. چارچوب نظری و رویکرد شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی

دیده‌بان جهانی کارآفرینی فعالیت‌های کارآفرینانه در جهان را که بر 3 محور گرایش‌ها، فعالیت‌ها و اشتیاق به توسعه کسب‌وکار استوار است سنجش و ارزیابی می‌کند.[1]

5-1. گرایش‌ها و ادراکات کارآفرینانه

این محور بیانگر دیدگاه عموم مردم در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان و درک قابلیت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه است، به طوری‌که درک مردم و هنجارهای اجتماعی مؤلفه‌های اصلی آن می‌باشند. هوشیاری نسبت به فرصت‌های مناسب برای آغاز کسب‌وکار در محیط فردی، اعتماد به مهارت‌ها و تجربیات فردی برای راه‌اندازی کسب‌وکار و جهت‌گیری فردی نسبت به شکست از مؤلفه‌های درک مردم نسبت به محیط کارآفرینی می‌باشد، همچنین راه‌اندازی کسب‌وکار به‌عنوان گزینه شغلی مناسب منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان در جامعه و توجه رسانه‌ها به کارآفرینی به‌عنوان هنجارهای اجتماعی مرتبط با کارآفرینی در این محور مدنظر قرار می‌گیرد.

5-2. فعالیت‌های کارآفرینانه

این محور شامل انواع فعالیت‌های مربوط به راه‌اندازی یا مدیریت کسب‌وکار جدید و با سابقه است که می‌تواند به‌تنهایی یا به کمک دیگران انجام پذیرد. در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه میزان اجرایی شدن ایده‌های کارآفرینی و به فعلیت رساندن آنها در کانون توجه قرار دارد. کارآفرینی نوظهور، کارآفرینی نوپا، کارآفرینی نوپا- فرصت‌گرا، کارآفرینی نوپا- اجباری، کارآفرینی تثبیت‌شده و خروج از کسب‌وکار از شاخص‌های مختلف این حوزه هستند.

1. در این راستا کشورهای عضو از برنامه مشترک استاندارد سالانه استفاده می‌کنند و تیم پژوهشی هر یک از کشورها دو مطالعه را سرپرستی می‌نماید: یکی مطالعه جمعیت بزرگسال 18 تا 64 ساله (APS) که شامل حداقل 200 نفر است و دیگری نظرسنجی از خبرگان ملی (NES) که نظرات دقیق خبرگان منتخب ملی را در خصوص عواملی که بر کارآفرینی در هر اقتصاد اثرگذار است ارزیابی می‌کند.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

3-5. اشتیاق کارآفرینانه

اشتیاق کارآفرینانه در ارتباط با فعالیت های کارآفرینان پس از راه‌اندازی کسب‌وکار جدید است و شاخص‌های این محور جهت‌گیری‌های سیاستی یک اقتصاد را برای اشتغال‌زایی در آینده و توسعه اقتصادی مشخص می‌نماید. از شاخص‌های این محور کارآفرینی نوپا با رشد بالا، نوآوری، کارآفرینی بین‌المللی و ... می‌باشند.

6. روند شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ایران[1]

دیده‌بان جهانی کارآفرینی وضعیت ایـران را از نقطـه‌نظـر گـرایش‌هـا و ادراکـات کارآفرینانـه، فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه طی 5 سال‌های (1391-1387) به شرح جدول (1) گزارش نموده است.

جدول 1 شاخص‌های دیده‌بانی جهانی کارآفرینی ایران طی سال‌های (1391-1387)

(درصد)

گرایش‌ها و اداراکات کارآفرینانه					
1391	1390	1389	1388	1387	
39	32	42	31	34	درک فرصت کارآفرینانه
54	46	66	58	61	درک قابلیت کارآفرینانه
40	33	30	32	20	نرخ ترس از شکست
22	29/9	31/4	22/3	35/8	قصد کارآفرینانه
61	58	62	61	53	توجه رسانه‌ای به کارآفرینی
73	73	85	78	82	منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق
60	61	64	56	57	کارآفرینی به‌عنوان گزینه کاری خوب

1. بر اساس داده‌های APS (Adult Population Survey)

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

ادامه جدول 1.

فعالیت‌های کارآفرینانه					
1391	1390	1389	1388	1387	
11	14/5	12/3	12/1	9/2	نرخ کارآفرینی نوپا (TEA)
4	10/8	4/8	8/3	5/9	نرخ کارآفرینی نوظهور
6	3/9	7/7	4/1	3/4	نرخ کارآفرینی جدید
5	8	5	4	3	کارآفرینی نوپا اجباری
6	6	7	7	6	کارآفرینی نوپای فرصت‌گرا
10	11/2	12/2	6/5	6/8	کارآفرینی تثبیت‌شده
3	5	4	4	3	نرخ خروج از کسب‌وکار
اشتیاق کارآفرینانه					
1391	1390	1389	1388	1387	
0/3	11	--	--	--	کارآفرینی نوپای با انتظار رشد بالا
2	2	1	1	3	کارآفرینی نوپای بین‌المللی
11	16	38	53	24	کارآفرینی نوپای نوآورانه
7	4/2	5	4/1	3/2	سرمایه‌گذاری غیررسمی

* تعریف هر یک از شاخص‌های جدول فوق در پیوست (1) آمده است.

مأخذ: www.gemiran.ir.

بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی روند شاخص‌های کارآفرینی در ایران به‌شرح ذیل بوده است:

- در حوزه گرایش‌ها و ادراکات کارآفرینانه که بسترهای فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، روانی و مخاطره‌پذیری برای کارآفرینی در جامعه را نشان می‌دهد شاخص‌ها نوسان قابل توجهی داشته‌اند که این امر از عدم ثبات حمایت‌های هنجاری، فرهنگی، رسانه‌ای و آموزشی در جامعه از کارآفرینی حکایت می‌کند. این شاخص ها طی 5 سال (1391-1387) روندی نوسانی داشته است.

- در حوزه فعالیت‌های کارآفرینانه که مهم‌ترین بخش گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی را تشکیل می‌دهد شاخص نرخ کارآفرینی نوپا که تلفیقی از شاخص نرخ کارآفرینی نوظهور و جدید می‌باشد در کشورهای مختلف اندازه‌گیری و گزارش می‌شود. شاخص نرخ کارآفرینی نوپا در ایران از سال 1387 با طی روندی افزایشی از 9/2 به 14/5 درصد رسیده، اما در سال 1391 با کاهش قابل‌توجهی به 11 درصد تنزل یافته است که این امر حاکی از کاهش فعالیت‌های کارآفرینانه کشور در سال 1391 می‌باشد. احتمالاً کاهش رشد فعالیت‌های اقتصادی، افزایش قیمت

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

حامل‌های انرژی و قیمت دیگر عوامل تولید و چشم‌انداز نامناسب اقتصاد کشور تأثیر جدی را متوجه این شاخص نموده است. به‌علاوه، روند نسبتاً ثابت شاخص نرخ کارآفرینی فرصت‌گرا طی این دوره نشان می‌دهد که فرصت‌های کارآفرینی برای کارآفرینان طی دوره مورد بررسی تغییر محسوسی نداشته، ضمن آنکه طی سال‌های 1390 و 1391 نیز کاهش محدودی را تجربه نموده است. افزایش نرخ کارآفرینی اجباری 1390 نیز عملاً حاکی از افزایش کارآفرینی در اثر شرایط اجباری محیطی از جمله اجرای قانون هدفمند نمودن یارانه‌ها بوده است.

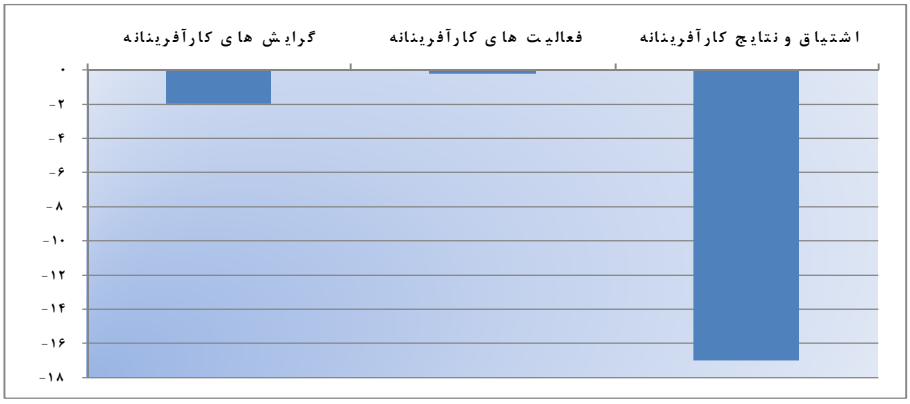
- در حوزه اشتیاق کارآفرینانه در عمل کارآفرینی نوپای با رشد بالا که شاخصی برای چشم‌انداز اشتغال‌زایی از ناحیه کارآفرینی است در سال 1391 کشور کاهش بسیار شدیدی را تجربه نموده است. کارآفرینی نوپای بین‌المللی به‌دلیل عدم گشایش محسوسی در روند تعاملات بین‌المللی بلا تغییر مانده است. در زمینه کارآفرینی نوآورانه که ناظر بر خلق مزیت‌های رقابتی و ارائه محصولات جدید به بازار می‌باشد روند کاهشی بسیار شدید از سال 1388 بر کشور حاکم گردیده است. به‌علاوه، رشد شاخص سرمایه‌گذاری غیررسمی در سال 1391 به تعبیری می‌تواند به‌عنوان کاهش تأمین مالی رسمی در حوزه‌های کارآفرینانه و ورود سرمایه‌گذاران غیررسمی به بازار سرمایه تلقی شود. بخش قابل‌توجهی از این روند به عملکرد ضعیف صندوق نوآوری و شکوفایی قابل انتساب است.

7. شاخص‌های کارآفرینی و توسعه‌یافتگی ایران در مقیاس بین‌المللی

7-1. جایگاه ایران در شاخص‌های کارآفرینی

بر اساس مدل الفبای کارآفرینی این مقوله را می‌توان در 3 بعد اساسی گرایش‌ها، رفتارها و نتایج کارآفرینانه تجزیه‌وتحلیل نمود. مقایسه میانگین این شاخص‌ها در ایران با متوسط جهانی حاکی از تفاوت قابل‌توجه ایران با میانگین جهان در هر 3 مؤلفه کارآفرینی است، به طوری‌که میانگین کل گرایشات کارآفرینی در ایران 42/5 درصد و در جهان 44/5 درصد می‌باشد. شکاف بین میانگین رفتار کارآفرینانه (اعم از کارآفرینی نوپا و تثبیت‌شده) در ایران منفی، اما بسیار محدود است، اما شکاف آشکاری در بخش نتایج کارآفرینانه که به فعالیت‌های پس از کارآفرینی بازمی‌گردد (به‌ویژه کارآفرینی بین‌المللی و انتظارات رشد بالا) با متوسط جهانی وجود دارد، به طوری‌که این میزان معادل 17 درصد می‌باشد.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]



Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

نمودار 1. شکاف کارآفرینان در ایران و جهان در سال 2012

2-7. جایگاه ایران در مراحل توسعه‌یافتگی

در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی کشورهای عضو (بر اساس نظریه مراحل توسعه اقتصادی مایکل پورتر) به 3 دسته اقتصادهای مبتنی بر عوامل تولید (اقتصادهای سنتی)، اقتصادهای کارایی محور و اقتصادهای نوآوری محور تقسیم شده است. الزامات اساسی مرحله اول توسعه‌یافتگی شامل ثبات اقتصاد کلان کشور، نهادها، زیرساخت‌ها، سلامت و تحصیلات ابتدایی شرایط زیربنایی می‌باشد که عملاً برای عملکرد مناسب یک محیط کسب‌وکار خوب حیاتی است. این الزامات معمولاً نقطه تمرکز تلاش‌ها برای توسعه در کشورهای عوامل تولید محور هستند. زمانی‌که این عوامل به‌طور نسبی برقرار شوند کشور به مرحله بعدی (اقتصاد کارایی محوری) صعود خواهد نمود، در این زمان تلاش‌های مالی و توسعه‌ای می‌بایست بر عوامل توسعه چون تحصیلات عالیه و آموزش، کارایی بازار کالا و نیروی کار، پیچیدگی بازار مالی، آمادگی فناورانه و اندازه بازار متمرکز شود، در حالی‌که برای رسیدن به مرحله سوم توسعه (نوآوری محور) می‌بایست بر عواملی که فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه را تهییج می‌کند تکیه کرد.

در چارچوب مدل پورتر ایران به‌دلیل محوریت عوامل طبیعی در فرایندهای تولید، سطح پایین مهارت نیروی کار و عدم تولید محصولات نو در گروه کشورهای منابع محور طبقه‌بندی می‌شود.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

در جدول (2) انواع اقتصاد کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس نظریه مراحل توسعه اقتصادی پورتر دسته‌بندی شده‌اند.[1]

جدول 2. تقسیم‌بندی کشورها بر اساس مراحل توسعه اقتصادی پورتر در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی 2012

نوع اقتصاد	توضیح	کشورها
اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید	در این نوع اقتصادها، شرکت‌ها درگیر رقابت بر سر قیمتند و از نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی استفاده می‌کنند.	الجزایر، مصر، ایران، فلسطین، آنگولا، بوستوانا، مالاوی، غنا، اتیوپی، زامبیا، اوگاندا، نیجریه، پاکستان
اقتصاد کارایی محور	در این نوع اقتصادها روش‌های کارایی تولید به عملکرد بهتر کمک می‌کند. سطح آموزش بالاتر و توانایی بهره‌برداری از فناوری موجود منجر به رقابت‌پذیری می‌شود.	آرژانتین، باربادوس، برزیل، شیلی، کلمبیا، کاستاریکا، اکوادور، السالوادور، مکزیک، پاناما، پرو، ترینداد و تباکو، اروگوئه، تونس، نامیبیا، آفریقای جنوبی، چین، مالزی و تایلند، استونی، مجارستان، لاتونا، لیتوانی، لهستان و رومانی، بوسنی و هرزگوین، کراواسی، مقدونیه، روسیه و ترکیه
اقتصاد نوآوری محور	در این نوع اقتصادها، شرکت‌ها به کمک تکنولوژی‌های پیچیده ICT، محصولات نوآورانه تولید می‌کنند و نوآوری تنها راه بقای شرکت‌هاست.	اسرائیل، اتریش، بلژیک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، ایرلند، ایتالیا، هلند، پرتغال، اسلواکی، اسلونی، اسپانیا، سوئد، انگلیس نروژ، سوییس، ایالات متحده آمریکا

Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

3-7. طبقه‌بندی کشورها بر اساس مراحل توسعه و مناطق مختلف جهان

با توجه به افزایش تعداد کشورهای عضو در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال 2012 تقسیم بندی جغرافیایی علاوه بر طبقه‌بندی براساس مراحل توسعه صورت گرفته است. ایران در این تقسیم‌بندی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا و عوامل تولید محور قرار دارد اغلب کشورها از جمله الجزایر، مصر، فلسطین و ایران در این منطقه در دسته کشورهای عوامل تولید محور هستند و کشور تونس در مرحله کارایی محور و رژیم صهیونستی در مرحله نوآوری محور قرار دارد، همچنین غالب کشورهای زیر صحرای آفریقا و کشور پاکستان از کشورهای جنوب آسیا از جمله کشورهای در مرحله اول اقتصادی هستند. کشورهای آمریکای لاتین و حوزه کارائیب، چین، مالزی و تایلند از کشورهای منطقه جنوب آسیا، کشورهای استونی، مجارستان، لاتونا، لیتوانی،

1. لازم به ذکر است به‌دلیل افزایش تعداد کشورها در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی تقسیم‌بندی منطقه‌ای دیگری نیز انجام می‌گیرد.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

لهستان و رومانی از منطقه اتحادیه اروپا و بوسنی و هرزگوین، کراواسی، مقدونیه، روسیه و ترکیه از خارج اتحادیه اروپا در دسته کشورهای کارایی محور هستند و سایر کشورها در مرحله سوم توسعه (نوآوری محور) قرار گرفته است.

جدول 3. طبقه‌بندی کشورها بر اساس مراحل توسعه و مناطق در شاخص دیده‌بانی جهانی کارآفرینی 2012

شرح	عوامل تولید محور	کارایی محور	نوآوری محور
کشورهای آمریکای لاتین و حوزه کارائیب	-	آرژانتین، باربادوس، برزیل، شیلی، کلمبیا، کاستاریکا، اکوادور، السالوادور، مکزیک، پاناما، پرو، ترینداد و تباکو، اروگوئه.	-
منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا	الجزایر، مصر، ایران، فلسطین	تونس	اسرائیل
زیر صحرای آفریقا	آنگولا، بوستوانا، مالاوی، غنا، اتیوپی، زامبیا، اوگاندا، نیجریه	نامیبیا، آفریقای جنوبی	-
جنوب آسیا	پاکستان	چین، مالزی و تایلند	-
اتحادیه اروپا	-	استونی، مجارستان، لاتونا، لیتوانی، لهستان و رومانی	اتریش، بلژیک، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، ایرلند، ایتالیا، هلند، پرتغال، اسلواکی، اسلونی، اسپانیا، سوئد، انگلیس
خارج از اتحادیه اروپا	-	بوسنی و هرزگوین، کراواسی، مقدونیه، روسیه و ترکیه	نروژ، سوییس
ایالات متحده آمریکا	-	-	ایالات متحده آمریکا

Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

4-7. جایگاه ایران در مقایسه با کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA)

بر اساس آخرین آمار موجود در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال 2012 کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا شامل کشورهای الجزیره، مصر، ایران و فلسطین (عوامل تولید محور)، تونس (کارایی محور) و رژیم صهیونستی (نوآوری محور) می‌باشند. در جدول (4) مقایسه

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال 2012 آمده است. بین سایر شاخص‌هایی که در جدول ذیل نشان داده شده است شاخص کارآفرینی تثبیت‌شده، نوپا و نوپای اجباری رتبه ایران بین کشورهای مورد بررسی بهترین وضعیت را در منطقه داراست. در مقابل، در شاخص‌های درک قابلیت کارآفرینانه، نرخ ترس از شکست، کارآفرینی به‌عنوان گزینه کاری خوب، منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق و قصد کارآفرینانه که اغلب در رده گرایشات کارآفرینانه گنجانده می‌شود ایران در منطقه در رتبه‌های پایین قرار دارد.

جدول 4. مقایسه شاخص‌های دیده بان جهانی کارآفرینی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا 2012

شاخص‌ها	الجزایر	مصر	ایران	فلسطین	تونس	رژیم صهیونستی	میانگین منطقه	رتبه ایران*
درک فرصت کارآفرینانه	45	54	39	46	33	31	41	4
درک قابلیت کارآفرینانه	54	67	54	59	62	29	54	5
نرخ ترس از شکست	31	36	40	40	20	42	34	5
کارآفرینی به‌عنوان گزینه کاری خوب	95	83	60	85	88	59	78	5
توجه رسانه‌ای به کارآفرینی	47	64	61	71	48	47	56	3
منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق	81	87	73	80	94	72	81	5
قصد کارآفرینانه	22	44	22	37	24	14	27	5
نرخ کارآفرینی نوظهور	2	3	4	6	2	3/5	3	2
نرخ کارآفرینی نوپا (TEA)	9	8	11	10	5	7	8	1
کارآفرینی نوپا اجباری	3	3	5	4	2	1	3	1
کارآفرینی نوپا فرصت‌گرا	6	3	6	6	3	5	5	1
کارآفرینی تثبیت‌شده	3	4	10	3	4	4	5	1
نرخ خروج از کسب و کار	6	4	3	5	4	2/5	4	2

*: رتبه بر اساس اعداد قبل از گرد کردن تعیین می‌شود.

Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

5-7. مقایسه شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ایران و جهان در مراحل مختلف توسعه

در جدول (3) شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران و برخی دیگر از کشورهای جهان در مراحل مختلف توسعه در سال 2012 مورد مقایسه قرار است. به‌علاوه، میانگین رتبه هر یک از شاخص‌ها با متوسط جهانی مقایسه شده است.

جدول 5. مقایسه شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس تقسیم‌بندی اقتصادهای عوامل تولید محور، کارایی محور و نوع‌آوری محور 2012

شاخص‌ها	ایران	میانگین کل کشورها	میانگین کشورهای عوامل تولید محور	میانگین کشورهای کارایی محور	میانگین کشورهای نوآوری محور	رتبه ایران در کشورهای عوامل تولید محور	رتبه ایران در کل کشورها
درک فرصت کارآفرینانه	39	42	63	41/5	32	13 از 13	35 از 67
درک قابلیت کارآفرینانه	54	51	71	52	38	11 از 13	26 از 67
نرخ ترس از شکست	40	38	28	37	44	13 از 13	39 از 67
کارآفرینی به‌عنوان گزینه کاری خوب	60	66	76	70	55	10 از 10	39 از 57
توجه رسانه‌ای به کارآفرینی	61	60	68	60	56	8 از 10	28 از 57
منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق	73	71	80	69	70	9 از 10	30 از 57
قصد کارآفرینانه	22	27	49	29	13	13 از 13	35 از 67
نرخ کارآفرینی نوظهور	4	7	12	8	4	11 از 13	41 از 67
نرخ کارآفرینی نوپا (TEA)	11	13	24	13	7	10 از 13	30 از 67
کارآفرینی نوپای اجباری	5	4	8	3	1	9 از 13	17 از 67
کارآفرینی نوپای فرصت‌گرا	6	9	15	9	5	9 از 13	35 از 67
کارآفرینی تثبیت‌شده	10	8	11	8	7	6 از 13	13 از 67
نرخ خروج از کسب و کار	3	4	10	3	2	3 از 13	36 از 67

Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

مقایسه شاخص‌های ایران و متوسط جهان در جدول (3) نشان می‌دهد ایران از نقطه‌نظر گرایشات و فعالیت‌های کارآفرینانه در حد متوسط جهانی قرار دارد. بین کشورهای عوامل تولید محور ایران در کاهش نرخ خروج از کسب‌وکار و میزان کارآفرینی تثبیت‌شده رتبه

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

بهتری را داراست، اما در شاخص‌های درک فرصت‌های کارآفرینانه نرخ ترس از شکست و قصد کارآفرینانه بدترین رتبه را احراز نموده است. در شاخص‌های فعالیت‌های کارآفرینانه ایران حتی بین کشورهای منابع محور نیز از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و عدد شاخص نرخ کارآفرینی نوپا (TEA) حتی از نصف متوسط کشورهای عوامل تولید نیز کمتر است.[1]

8. شناسایی نقاط قوت و ضعف ایران بر اساس نظرسنجی از نخبگان

جمع‌آوری نظرات خبرگان (NES)[2] در سطح ملی به‌منظور حصول بینشی برای درک راه‌های اثرگذاری مؤثر عوامل بر محیط کارآفرینی صورت می‌گیرد، از این رو شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی هر ساله نظرات دقیق خبرگان منتخب ملی را در خصوص عواملی که بر کارآفرینی در هر اقتصاد اثرگذار است می‌سنجد و اعلام می‌نماید.

شرایط و چارچوب‌هایی که در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی بر اساس نظر خبرگان بررسی می‌شود شامل پشتیبانی مالی، سیاست‌های دولت، برنامه‌های دولت، تحصیلات و آموزش، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت تجاری، باز بودن بازار داخلی، زیرساخت فیزیکی و هنجارهای اجتماعی فرهنگی می‌باشند. در این خصوص، 18 عنوان در نظر گرفته شده است که در نمودار (2) میزان تفاوت این شاخص‌ها با متوسط جهانی نشان داده شده است.

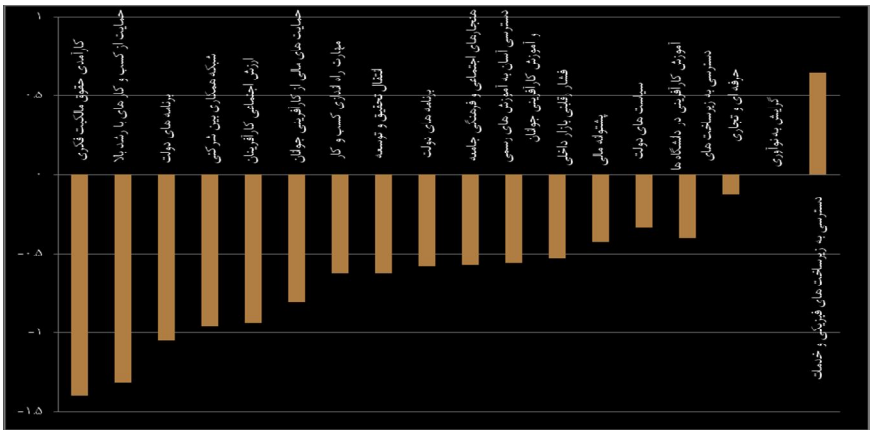
همانطور که در نمودار مشخص است در تمام موارد بجز دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدمات ایران تفاوت معناداری با متوسط جهانی دارد. در این میان، در شاخص‌های کارامدی حقوق مالکیت فکری، حمایت از کسب‌وکارهای با رشد بالا، برنامه‌های دولت، شبکه همکاری بین شرکتی و ارزش اجتماعی کارآفرینان بیشترین تفاوت با متوسط جهانی مشاهده می‌شود.

---

1. مقایسه شاخص‌های کارآفرینی بر اساس مراحل توسعه حاکی از آنست که همواره متوسط تمام شاخص‌ها در قسمت گرایش‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه میان اقتصادهای منبع محور بالاتر از اقتصادهای کارایی محور و نوآوری محور می‌باشد، دلیل این امر آن است که در کشورهای توسعه‌یافته فرصت‌های بهره‌برداری‌نشده کمتری برای ایجاد کسب‌وکار جدید وجود دارد، به طوری‌که با افزایش تعداد و انواع کسب‌وکارهای جدید و نوآور میدان رقابت برای افراد با توانمندی و مهارت کارآفرینی تنگ و بسیار دشوار است. در واقع، در اقتصادهای پیشرفته فرصت‌های مختلف کارآفرینی به‌ظهور رسیده است و ورود به این عرصه دشوار است. یکی از تفاوت‌هایی که در کشورهای با اقتصاد سطح بالا ملاحظه می‌شود آنست که تفاوت کارآفرینی فرصت‌گرا و اجباری در این اقتصادها بیشتر است و دلیل آن است که این کشورها دسترسی بیشتری به منابع بازارها دارند که این خود باعث ایجاد کارآفرینی فرصت‌گرا می‌گردد.

2. National Expert Survey

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]



Source: Global Entrepreneurship Monitor Report, 2012.

نمودار 2. تفاوت شاخص‌های محیط کارآفرینانه از نظر خبرگان در ایران و متوسط جهانی در سال 2012

9. جمع‌بندی و توصیه‌های سیاستی

- در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی شاخص‌های کارآفرینی در 3 حیطه گرایش‌ها و ادراکات، فعالیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه تقسیم‌بندی می‌گردد، همچنین کشورها بر اساس مراحل توسعه طبقه‌بندی می‌شوند که از این منظر با توجه به اینکه در کشور اغلب از نیروی کار غیرماهر و منابع طبیعی استفاده می‌شود و الزامات اساسی نظیر نهادها، زیرساخت‌ها و ... برای محیط کسب‌وکار وجود دارد ایران در مرحله اول توسعه یعنی اقتصاد مبتنی بر عوامل تولید طبقه‌بندی می‌شود.

- بر اساس شاخص‌های کارآفرینی روند شاخص‌ها در بخش گرایشات و ادراکات در 5 سال (1387-1391) در کشور نوسانی بوده است که نشان از عدم ثبات در بسترها و حمایت‌های فرهنگی، اجتماعی، رسانه‌ها و ... در کارآفرینی دارد. در این بخش شاخص‌های درک و قصد فرصت‌های کارآفرینانه در ایران بدترین عملکرد بین کشورهای عوامل تولید محور را داراست. در شاخص ترس از شکست ایران گرچه بین کشورهای هم‌سطح اقتصادی (عوامل تولید محور) وضعیت مناسبی دارد، اما طی 5 سال گذشته این شاخص به 2 برابر افزایش یافته است و این موضوع نشان از 2 برابر شدن ترس کارآفرینان از شکست دارد.

- در بخش فعالیت‌های کارآفرینانه در شاخص کارآفرینی نوپا که یکی از مهم‌ترین شاخص‌های کارآفرینی است ایران در سال 2012 تقریباً عملکردی نصف کشورهای عوامل تولید محور را دارا بوده است.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

- بین شاخص‌های اشتیاق و نتایج کارآفرینانه بدترین شاخص ایران در شاخص کارآفرینی بین‌المللی بوده است که دلیل آن پیچیدگی فرایندهای اداری صادرات و واردات می‌باشد. در دیگر شاخص‌های مربوط به نتایج کارآفرینانه از جمله کارآفرینی نوپای با انتظار رشد بالا و نوآوری شکاف آشکاری در مقایسه با متوسط جهانی وجود دارد. این نکته حاکی از آنست که کارآفرینی در ایران چندان نوآورانه، محصول محور و فناورانه نیست، بلکه بیشتر سنتی بوده و نمی‌تواند ارزش‌افزوده زیادی برای اقتصاد ایجاد نماید.

- نتایج نظرسنجی از خبرگان در رابطه با چالش‌های کارآفرینی در ایران نشان می‌دهد که ایران در تمام مؤلفه‌ها بجز دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدمات وضعیت مناسبی در مقایسه با متوسط جهانی ندارد. در این میان، شاخص‌های کارامدی حقوق مالکیت فکری، حمایت از کسب‌وکارهای با رشد بالا، برنامه‌های دولت، شبکه همکاری بین شرکتی و ارزش اجتماعی کارآفرینان بدترین وضعیت را در مقایسه با متوسط جهانی دارا هستند. در خصوص شتاب دادن توسعه کارآفرینی در ایران دیده‌بان جهانی کارآفرینی توصیه‌های زیر را ارائه نموده است:

- حمایت از قانون مالکیت فکری و تجاری‌سازی بهینه اختراعات

- حمایت در جهت توسعه کارآفرینی با رشد بالا و کشف پتانسیل‌های موجود با هدف افزایش اشتغال و ارزش‌افزوده

- ایجاد شبکه میان شرکت‌ها با هدف برقراری رابطه فعالان اقتصادی و کسب‌وکارهای زنجیره خود

- توجه جدی به کارآفرینی جوانان از طریق ایجاد امکاناتی از قبیل آموزش مناسب کارآفرینی و کمک و پشتیبانی مالی

- توسعه شرکت‌های دانشگاهی و دانش‌بنیان از طریق ایجاد ارتباط دانشگاه با صنعت و تجاری‌سازی تحقیقات

- اختصاص پارک‌هایی در سطح شهرها به بازارچه‌های کارآفرینی جهت ایجاد شبکه برای کارآفرینان خانگی یا تولیدکنندگان کوچک

- برپایی بازارچه‌های کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها جهت تشویق خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی عملی

- برگزاری دوره‌های آموزشی راه‌اندازی کسب‌وکار در جهت خلق ایده و توانمندسازی افراد

- اتخاذ برنامه‌های مناسب و عملیاتی از سوی دولت در جهت تحقق سیاست‌های کلی تدوین‌شده

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

به‌طور کلی، برای رفع چالش‌های پیش‌روی توسعه کارآفرینی در کشور راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- جدی گرفتن بحث کارآفرینی در دانشگاه‌ها: دانشگاه‌ها بهترین مکان برای شناسایی کارآفرینان می‌باشند. در شرایط فعلی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به‌عنوان کارآفرین وارد جامعه نمی‌شوند و انتخاب رشته در دانشگاه بسیاری از افراد با توجه به علاقه آنها نیست و مهارت‌های لازم جهت کارآفرینی را کسب نمی‌کنند.

- انجام اقدامات مؤثر برای فرهنگ‌سازی در زمینه کارآفرینی در ایران: اقداماتی نظیر بررسی تاریخچه و ادبیات کارآفرینی، وارد نمودن مضامین کارآفرینی در کتب درسی وتحقیق میدانی و تعریف بومی این مفهوم درکشور می‌بایست مورد توجه قرار گیرد.

- ایجاد سازمان یا مرکز مسئول و متولی واحد سیاستگذاری توسعه کارآفرینی در کشور: ایجاد چنین سازمانی از موازی‌کاری‌ها و پراکندگی امور و فعالیت‌ها جلوگیری نموده و ثبات تصمیم‌گیری‌ها و مواجه بودن کارآفرینان با نهادی واحد رادر پی خواهد داشت.

- اتخاذ تدابیری برای توسعه کارآفرینی تکنولوژیک از طریق مطالعات عمیق و گسترده در سطح ملی: در این راستا برقراری تناسب بسیاری از سیاست‌های کشورهای دیگر با شرایط بومی ما از اهمیت بالایی برقرار است که گنجاندن این مقوله در دروس دانشکده‌های مهندسی می‌تواند مدنظر قرار گیرد.

- حمایت‌های لازم برای تمام جنبه‌های سیستم اقتصادی جهت هدایت و محرک افزایش سطوح فعالیت‌های کارآفرینی از سوی دولت نظیر اصلاح سیاست‌ها و قوانین دست و پاگیر دولتی

- از دیگر راهکارهای ترویج کارآفرینی در ایران می‌توان به ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی کارآفرینان نمونه از طریق مطبوعات و قدردانی از آنها، برگزاری سمینار، نشر مقاله و ارائه سخنرانی به‌منظور تغییر دانش و معرفت مدیران و سیاستگذاران و کارگزاران مؤسسات و گسترش فرهنگ کارآفرینی در بخش دولتی و تعاونی و حمایت‌های دولتی و خصوصی جهت فعالیت بیشتر و مطلوب‌تر کارآفرینان اشاره نمود.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

منابع

آقاجانی، حسنعلی و صابر خلیلی‌اسبوئی (1391)، "ارائه مدلی مفهومی از شاخص‌های GEM در کارآفرینی"، *مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار دانش‌بنیان*، دانشگاه مازندران.

ربیعی، مهناز (1388)، "اثر نوآوری و سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی ایران"، *دانش و توسعه*، شماره 26.

زالی، محمدرضا و سیدمصطفی رضوی (1391)، *ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران براساس نتایج مدل GEM*، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.

مداح، مجید (1387)، "آموزش عالی، کارآفرینی، رشد اقتصادی:ارائه یک مدل نظری و تحلیل تجربی"، *کار و جامعه*.

مقیمی، محمد (1387)، *دایره‌المعارف کارآفرینی*، انتشارات همپا، تهران: وزرات تعاون.

نجارزاده نوش‌آبادی، ابوالفضل و همکاران (1391)، "نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی"، *مجله برنامه‌ریزی و بودجه*، شماره 118.

Baumol, William J. (1990), "Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive", *Journal of Political Economy*, Vol. 805, PP. 893-921.

Blanchflower, David G. (2000), "Self-Employment in OECD Countries", *Labour Economics*, Vol. 7, PP. 471-505.

Bosma, Niels, Acs, Zoltan J, Autio, Erkko, Coduras Alicia & Levie Jonathan (2012), "Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report", London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

Galindo, Martin, M. Méndez Picazo, M. & J. Alfaro Navarro (2010), "Entrepreneurship, Income Distribution and Economic Growth", Intentrep Manag, PP. 131–141.

Global Entrepreneurship Monitor Report (2008-2012).

Kirzner, I. M. (1973), "Competition & Entrepreneurship", The University of Chicago Press, Chicago.

Li, H., Yang, Z., Yao, X. & J. Zhang (2009), "Entrepreneurship and Growth: Evidence from China", National Natural Science Foundation of China No. 70233003.

North, D. C. (1990), "Institutions, Institutional Change and Economic Performance", Harvard University Press, Cambridge, M. A.

Schumpeter, Joseph (1934), "The Theory of Economic Development", Cambridge, Mass, Harvard University Press.

Solow, R. M. (1956), "A Contribution to the Theory of Economic Growth", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 70, PP. 65–94.

Vanstel, A., Carree, M. & R. Thurik (2004), "The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: An Analysis Using the GEM Database", Max Planck Institute for Research into Economic Systems Entrepreneurship, Growth and Public Policy.

Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, A. R. & P. Reynolds (2005), "Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development", *Small Business Economics*, Vol. 24, No. 3.

www.gemconsortium.org

www.gemiran.ir

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

پیوست:

تعاریف و مفاهیم اجزای شاخص دیده‌بان کارآفرینی

گرایش‌ها و اداراکات کارآفرینانه	
درک فرصت کارآفرینانه	درک فرصت‌های خوب راه‌اندازی کسب‌وکار در محل زندگی در 6 ماه بعدی را نشان می‌دهد.
درک قابلیت کارآفرینانه	برخورداری از دانش، مهارت و تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در این بخش سنجیده می‌شود.
ترس از شکست	نشان‌دهنده خطرپذیری در کسب‌وکار است.
قصد کارآفرینانه	این شاخص عبارتست از درصد افراد (64-18 سال) که در 12 ماه آینده در صدد راه‌اندازی کسب‌وکار جدیدی هستند.
توجه رسانه‌ای به کارآفرینی	رسانه‌ها عامل مهمی در ارتقای سطح فرهنگی در جهت ایجاد شناخت کارآفرینی به مردم محسوب می‌شوند.
منزلت اجتماعی کارآفرینان موفق	این شاخص به شأن و منزلت کارآفرینی در فرهنگ ملی کارآفرینانه توجه دارد.
کارآفرین بودن به‌عنوان گزینه شغلی خوب	این شاخص میزان در جذابیب فعالیت‌های کارآفرینانه از لحاظ فرهنگی جامعه و برتری گرایش به کارآفرینی بجای کارمندی را نشان می‌دهد.
فعالیت‌های کارآفرینانه	
کارآفرین نوظهور	این شاخص بیانگر فردی است که طی 42 ماه گذشته فعالیت قابل‌ملاحظه‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید انجام داده و شخصاً صاحب تمام یا بخشی از آن است و برای هیچ کارمندی حقوقی بیش از 3 ماه پرداخت نکرده است.
کارآفرین جدید	بیانگر فردی است که هم‌اکنون به‌طور فعال یک کسب‌وکار جدید را مدیریت می‌کند، شخصاً مالک تمام یا بخشی از آن کسب‌وکاری است که بیش از 42 ماه عمر ندارد و حداقل بیش از 3 ماه و کمتر از 42 ماه حقوق به کارکنان پرداخت نموده است.
کارآفرین نوپا	این شاخص یک شاخص ترکیبی است که به مجموع شاخص‌های کارآفرینی نوظهور و کارآفرینی جدید در جمعیت بزرگسال 64-18 سال گفته می‌شود.
کارآفرینی نوپای اجباری	به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که از روی اجبار و به‌دلیل عدم وجود سایر گزینه‌های کاری به‌وجود آمده‌اند.
کارآفرین تثبیت‌شده	فرد کارآفرینی است که هم‌اکنون کسب‌وکاری را مدیریت می‌کند و شخصاً مالک تمام یا بخشی از آن کسب‌وکار یا شرکت است که بیش از 42 ماه سابقه فعالیت دارد.
اشتیاق کارآفرینانه	
کارآفرینی نوپای با انتظار رشد بالا	این شاخص بیانگر آن است که چه میزان از کارآفرینان نو پا در 5 سال آینده می‌توانند بیش از 20 شغل ایجاد نمایند.
کارآفرینی نوپای بین‌المللی	این شاخص میزان کارآفرینان نوپا که محصول خود را به خارج از مرزهای اقتصادی می‌فروشند (درصد مشتریان خارجی کسب‌وکار) نشان می‌دهد.
کارآفرینی نوپای نوآورانه	این شاخص نمایانگر کارآفرینان نوپایی است که دارای نوآوری هستند.
سرمایه‌گذاری غیررسمی	این شاخص نشان‌دهنده ورود سرمایه‌گذارانی بجز بانک‌ها به حوزه کارآفرینی است.

مأخذ: نتایج تحقیق.

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]

[Downloaded from qjfep.ir on 2026-11-24]