

مؤلفه‌های تعیین‌کننده کارآفرینی در اقتصاد ایران

نویسندگان:

محمد اردهالی*

زینب هاشم‌پور**

چکیده

در ادبیات اخیر اقتصادی، کارآفرینی، عاملی مهم در رشد اقتصادی کشورها محسوب شده است. از این رو، ترویج کارآفرینی در سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها توصیه شده است. تأثیر سرمایه کارآفرینی در کنار سرمایه فیزیکی و نیروی کار در تابع تولید ملی، بسیار حایز اهمیت است. سرمایه کارآفرینی، ظرفیت یک اقتصاد برای ایجاد رفتار کارآفرینانه است. رشد سرمایه مذکور، موجب افزایش تعداد کارآفرینان می‌شود. کارآفرینان با نوآوری و ایجاد رقابت، موجب افزایش بهره‌وری و اشتغال می‌شوند که این وضعیت، در نهایت به رشد اقتصادی می‌انجامد. در مقاله حاضر، با بررسی موضوع کارآفرینی از بعد کلان اقتصادی،

پیشنهادهایی کاربردی به منظور افزایش کارآفرینی در اقتصاد ایران بیان شده است. تعلیم کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان، به منظور افزایش آن در کوتاه‌مدت پیشنهاد شده است. همچنین استفاده از کارآفرینان موفق و پرهیز از مدرک‌گرایی در تعلیم کارآفرینان توصیه شده است. در بلندمدت، اجرای سیاست‌هایی که موجب رشد سرمایه کارآفرینی شوند، به میزان بسیاری رشد اقتصادی کشور را افزایش می‌دهد. از جمله سیاست‌های مذکور، فرهنگ‌سازی برای ایجاد گرایش به کار و خوداشتغالی، تولید دانش‌های جدید و وضع قوانین مناسب به منظور تسهیل کسب و کار است.

کلیدواژه‌ها: سرمایه کارآفرینی، تربیت کارآفرین، رشد اقتصادی، اشتغال کامل،

میزان بهره‌وری

طبقه‌بندی JEL: O4, O3, EO, L26

مقدمه

در دهه‌های اخیر، کارآفرینی، نوش‌داروی رشد و توسعه اقتصادی کشورها در مباحث اقتصادی مطرح شده و توجه به آن در سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها توصیه شده است (هولسینک و دوانس^۱، ۲۰۰۸). در چند دهه اخیر، کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی، در رشد اقتصادی و اشتغال کامل کشورهای توسعه‌یافته مؤثر بوده و در واقع توانسته است موتور محرکه اقتصاد آنها محسوب گردد (آدریش^۲، ۲۰۰۷). لیکن در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، همواره سرمایه فیزیکی و نیروی کار در تولید ملی و رشد اقتصادی مورد توجه بوده و به سرمایه‌های انسانی و مهم‌تر از آن سرمایه کارآفرینی^۳، توجه کمتری شده است.

با ارائه مدل رشد سولو^۴ (۱۹۵۶) و بیان تأثیر بسیار بهره‌وری کل عوامل تولید (TFP)^۵ بر رشد اقتصادی نسبت به نیروی کار و سرمایه فیزیکی، عوامل مؤثر بر بهره‌وری در تابع رشد اقتصادی

-
1. Hulsink & Doans
 2. Audretsch
 3. Entrepreneurship Capital
 4. Robert Solow
 5. Total Factor Productivity (TFP)

کشورها مورد بررسی قرار گرفت. در برخی پژوهش‌های انجام شده از جمله بامول^۱ (۲۰۰۲)، کارآفرینی از عوامل مهم مؤثر بر بهره‌وری کل عوامل تولید محسوب شده است، زیرا کارآفرین‌ها از دانش‌های جدید، در تولید محصولات جدید و به عبارت دیگر، تجاری سازی دانش‌ها استفاده می‌کنند.

کارآفرینی، هر نوع فعالیت فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد کسب و کار جدید یا ایجاد سرمایه‌گذاری پرسود با احتمال کم مانند خوداشتغالی، سازماندهی کسب و کار جدید یا بسط کسب و کار موجود است (رینولد و همکاران^۲، ۲۰۰۰). سرمایه کارآفرینی نیز پذیرش اجتماعی و ارزش نهادن به کارآفرینی است. همچنین نگرش مخاطره‌پذیری و قبول شکست در محیط کسب و کار را شامل می‌شود (آدریش، ۲۰۰۷).

رشد اقتصادی فراوان همراه با توسعه اقتصادی، در ایران نیز مهم است. در ایران ظرفیت فراوان سرمایه انسانی وجود دارد. توجه به سرمایه‌گذاری در کارآفرینی، در کنار سرمایه‌گذاری فیزیکی، می‌تواند تأثیر فراوانی در رشد اقتصادی و به‌ویژه افزایش اشتغال در کشور داشته باشد. علاوه بر این، توسعه کارآفرینی برای تحقق اهداف دولت در زمینه خصوصی‌سازی و توسعه بخش خصوصی، تأثیر مهمی دارد و این امر، موجب افزایش سهم بخش خصوصی در تولید ملی می‌شود.

هدف پژوهش حاضر، بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر افزایش میزان کارآفرینی در ایران و چگونگی تأثیرگذاری کارآفرینی بر میزان بهره‌وری، اشتغال و رشد اقتصادی است. همچنین پیشنهادهایی به منظور افزایش کارآفرین‌ها در کل جمعیت بیان می‌شود که آنها را می‌توان در برنامه‌ریزی‌های کلان اقتصادی مورد استفاده قرار داد.

پس از بیان مقدمه، مبانی نظری و پیشینه پژوهش بیان می‌شود. با توجه به روش پژوهش حاضر که توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای است، در ادامه فعالیت‌هایی به منظور پیشرفت و بهسازی اقتصاد ایران بیان می‌شود. در بخش بعد، چگونگی روش تعیین، تربیت و کارآموزی کارآفرین در اقتصاد ایران بررسی می‌شود. سپس به منظور افزایش کارآفرین‌ها و رشد اقتصادی بلندمدت، توصیه‌های

1. Baumol
2. Reynolds

سیاستی مربوط به بخش عمومی بیان می‌شود. در نهایت، نتیجه‌گیری و پیشنهادها بیان می‌شود.

مبانی نظری

تعریف کارآفرین^۱ و کارآفرینی^۲

در این قسمت، کارآفرین و کارآفرینی تعریف می‌شود. به اعتقاد ناندا و سورنسن^۳ (۲۰۰۸)، «کارآفرین شخصی است که کسب و کار جدید یا سرمایه و عقیده جدید دارد و مسئول خطرات ذاتی و نتایج کسب و کار مذکور است». کرفت و سوبل^۴ (۲۰۰۳) نیز معتقد هستند «کارآفرین شخصی است که مخاطره مالی توسعه کسب و کار یا مدیریت کسب و کار جدید را تقبل می‌کند و در کسب و کار وی، عقیده جدید و نوآوری وجود دارد». در مجله دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۵ نیز کارآفرینی «اقدام فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد کسب و کار جدید یا ایجاد سرمایه‌گذاری پرسود با احتمال کم مانند خوداشتغالی، سازماندهی کسب و کار جدید یا بسط کسب و کار موجود»^۶ تعریف شده است. **سرمایه کارآفرینی**: سرمایه کارآفرینی، پذیرش اجتماعی و ارزش نهادن به کارآفرینی است. همچنین نگرش مخاطره‌پذیری و قبول شکست در محیط کسب و کار را شامل می‌شود. سرمایه کارآفرینی، مفهومی متمایز از سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به چگونگی روابط بین افراد جامعه، عضویت در نهادهای اجتماعی و اعتماد عمومی مربوط است. ولیکن سرمایه کارآفرینی، طیف وسیعی از جنبه‌های قانونی، نهادی^۷ و عوامل اجتماعی را شامل می‌شود که محرک کارآفرینی و افزایش کسب و کار در جامعه است. به عبارت دیگر، سرمایه کارآفرینی ظرفیت یک اقتصاد برای ایجاد رفتار کارآفرینانه^۸ است (آدریش، ۲۰۰۷: ۶۹-۷۰). گسترش این سرمایه در سطح شهر، استان، منطقه یا کشور موجب افزایش تعداد شرکت‌های تولیدی می‌شود.

-
1. Entrepreneur
 2. Entrepreneurship
 3. Nanda & Sorensen
 4. Kreft & Sobel
 5. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
 6. Bosma & Harding
 7. Institutional
 8. Entrepreneurial Behavior

آثار سرمایه کارآفرینی در میزان بهره‌وری، اشتغال و رشد و توسعه اقتصادی

سولو (۱۹۵۶) مدلی را ارائه کرده است که در آن تولید ملی و در نتیجه رشد اقتصادی، به غیر از دو عامل نیروی کار و سرمایه فیزیکی، تابعی از فناوری است. پس از سولو، رومر (۱۹۸۶)^۱ و افرادی دیگر به گسترش این مدل و عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی پرداخته‌اند. در مدل رومر، سرمایه علمی یا دانش^۲ عامل مهم رشد اقتصادی است.^۳

$$Y = A(t)F(K,L)$$

$$A(t) = e^{gt}$$

Y تولید ملی است. K و L به ترتیب سرمایه فیزیکی و نیروی کار هستند. A سطح فناوری و g میزان رشد فناوری است. پیشرفت فناوری در این مدل، موجب افزایش تولید ملی، بیش از افزایش سرمایه فیزیکی و نیروی کار می‌شود (سولو، ۱۹۵۶: ۸۵). همان طور که آمارهای مربوط به رشد تولید ملی برخی از کشورها بیانگر این موضوع بوده است. بنابراین، ظاهراً بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت فناوری و افزایش سطح بهره‌وری در تابع تولید ملی، ضروری است.^۴

در برخی از پژوهش‌های اخیر، «سرمایه کارآفرینی» بر بهره‌وری و رشد اقتصادی، مؤثر شناخته شده است. پژوهش‌های بوانته و همکاران^۵ (۲۰۰۸)، سالمن^۶ (۲۰۱۱) و آدریش و کیلباخ^۷ (۲۰۰۴) از جمله این پژوهش‌ها هستند که با استفاده از فرم کابداگلاس تابع رشد اقتصادی، چگونگی تأثیر سرمایه کارآفرینی را بر بهره‌وری و تولید ملی نشان داده‌اند.

$$Y_t = A_t L_t^\alpha K_t^{1-\alpha}$$

$$TFP_t = A_t = \frac{Y_t}{L_t^\alpha K_t^{1-\alpha}}$$

1. Romer

2. Knowledge Capital

۳. در مدل رشد اقتصادی سولو، فناوری در نیروی کار جلوه کرده است. برای دریافت اطلاعات بیشتر درباره مدل‌های رشد، به

فصول اول کتاب اقتصاد کلان پیشرفته (۱۹۹۶) مراجعه شود. مشخصات کتاب مذکور، در فهرست منابع بیان شده است.

۴. سولو (۱۹۵۷) نشان داده است که بهره‌وری کل عوامل تولید، موجب ۸۸ درصد رشد اقتصادی کشور آمریکا شده و نیروی

کار و سرمایه فیزیکی در ۱۲ درصد رشد اقتصادی این کشور، مؤثر بوده است (سالمن، ۲۰۱۱: ۴).

5. Boente

6. Salman

7. Audretsch & Keilbach

TFP بهره‌وری کل عوامل تولید است. بهره‌وری نیز تابعی از سرمایه کارآفرینی (E_t) و متغیرهای دیگر (X_{it})^۱ در نظر گرفته شده است که فرم کلی آن به صورت زیر است.

$$TFP_t = \beta + \gamma E_t + \delta X_{1t} + \theta X_{2t} + \dots + X_{nt} + \varepsilon_t$$

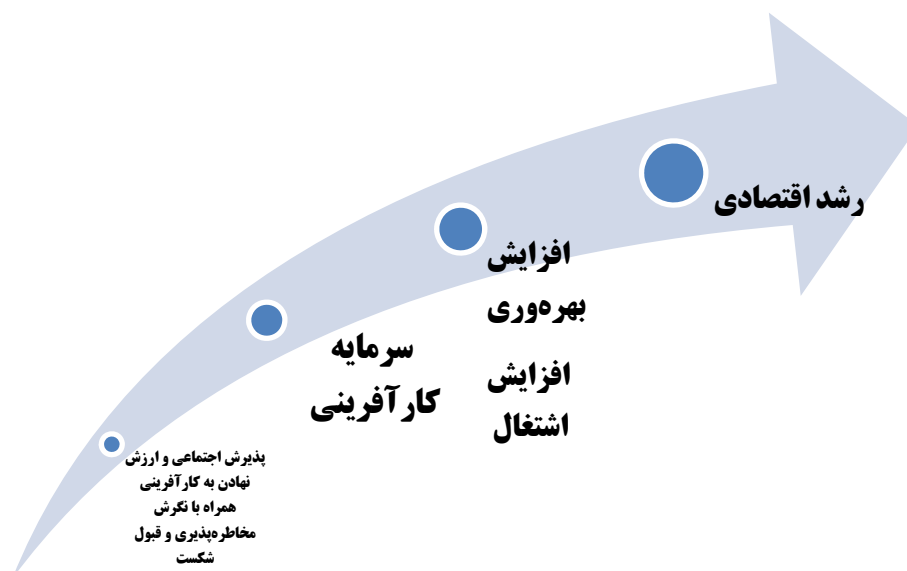
بنابراین، افزایش "سرمایه کارآفرینی" موجب رشد بهره‌وری، تولید ملی و در نتیجه رشد اقتصادی می‌شود. در مجموع، در پژوهش‌های انجام شده، عوامل مؤثر بر سطح بهره‌وری جوامع، پژوهش و توسعه توسط بخش خصوصی و عمومی، سرمایه انسانی، فناوری و به ویژه کارآفرینی بیان شده است. افزایش کارآفرین‌ها نسبت به کل جمعیت جامعه و حتی افزایش زمانی که آنها به فعالیت کارآفرینی می‌پردازند، موجب ارتقای نحوه مدیریت در جامعه می‌شود و در نهایت، میزان بهره‌وری در اقتصاد افزایش می‌یابد (باجونا و لوکی^۲، ۲۰۰۹).

ارتقای فرهنگ جامعه و خلق دانش‌های جدید، در افزایش سرمایه کارآفرینی مؤثر است. کارآفرین‌ها از دانش‌های جدید، در تولید محصولات جدید و به عبارت دیگر در تجاری‌سازی دانش‌ها استفاده می‌کنند. عقاید و فناوری جدید، بلافاصله به افزایش میزان بهره‌وری و رشد اقتصادی منجر نمی‌شوند^۳. بلکه کارآفرین است که عقاید جدید یا کاربرد آن عقاید را درک می‌کند و محصولات جدید و امکان آوردن چنین محصولاتی را به بازار زودتر تشخیص می‌دهد^۴. این مرحله یا مسیری که کارآفرین‌ها طی می‌کنند و عقیده را به کالا و محصول یا خدمت تبدیل می‌نمایند، مسیری است که نقش کارآفرین‌ها را در رشد و توسعه اقتصادی جوامع نشان می‌دهد (آدریش، ۲۰۰۷).

۱. این متغیرها در پژوهش‌های مختلف، متفاوت بوده‌اند و با توجه به هدف و الگوی مقاله و نیز داده‌های مورد استفاده، انتخاب شده‌اند.

2. Bajona & Locay
3. Knowledge Filter
4. Knowledge Spillover

در نمودار زیر، چگونگی تأثیرگذاری سرمایه کارآفرینی بر رشد اقتصادی نشان ملاحظه می‌شود.



با افزایش پذیرش اجتماعی و ارزش نهادن به کارآفرینی، سرمایه کارآفرینی در جامعه و در نتیجه تعداد کارآفرینان افزایش می‌یابد. همچنین مخاطره‌پذیری و پذیرفتن شکست در محیط کسب و کار در راستای افزایش سرمایه کارآفرینی مؤثر است. افزایش تعداد مالکان کسب و کار و کارآفرین‌ها، موجب افزایش رقابت در جامعه می‌شود. افزایش رقابت در جامعه، موجب رشد نوآوری^۱ و تنوع محصولات می‌شود و در نهایت، به رشد اقتصادی می‌انجامد (سالمن، ۲۰۱۱).

کارآفرین‌ها با ایجاد کسب و کارهای جدید، به نحوی عمل می‌کنند که واحدهای کسب و کار به طور سریع رشد می‌کنند و ده‌ها هزار نفر یا تعداد بیشتری به کار مشغول می‌شوند و این ده‌ها هزار نفر، میلیون‌ها تومان درآمد و دارایی‌های هنگفت ایجاد می‌کنند که خود میلیاردها تومان ارزش بازاری^۲ ایجاد می‌کند. این کسب و کارهای جدید را عوامل و نماینده‌های دولت به وجود نیاورده‌اند،

1. Innovation
2. Market Value

بلکه کارآفرینانی به ایجاد کسب و کارهای فوق پرداخته‌اند که دیدگاهی قوی و بالنده دارند و از پشتکار و صبر فراوان برخوردار هستند.

همچنین نظم و انضباط در اقتصاد آزاد یا اقتصاد بازاری، ناشی از فعالیت کارآفرین‌ها در افزایش بهره‌وری مؤثر است (لی^۱، ۱۹۹۹). استفاده بسیار از کامپیوتر و پیشرفت‌های فراوان بنگاه‌های اقتصادی در فناوری اطلاعات^۲ نیز در این زمینه مؤثر بوده است.

افزایش فعالیت‌های کارآفرینی، یک نوع سرمایه‌گذاری زیربنایی محسوب می‌شود. زیرا همانند سایر سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی، موجب ورود سرمایه و در دوره‌های بعدی، موجب فعالیت‌های کارآفرینی بیشتر و افزایش کسب و کار در بخش خصوصی می‌شود. به عبارت دیگر، به جای اینکه فقط به افزایش عادی سرمایه فیزیکی توجه شود، بهتر است برای توسعه اقتصادی در هر منطقه، تعداد کارآفرین‌ها افزایش یابد.

مروری بر پژوهش‌های پیشین

به طور کلی، پژوهش‌های پیشین در زمینه کارآفرینی، در دو بخش خرد و کلان انجام شده است. پژوهش‌های انجام شده در بخش خرد، در زمینه آموزش کارآفرینی و بیان اصول کارآفرینی همراه با بیان تجربه‌های کارآفرینان موفق است. پژوهش‌های پیشین در سطح کلان نیز درباره آثار افزایش کارآفرینان بر متغیرهای کلان اقتصادی همراه با پیشنهاد‌های سیاستی است.

در برخی از پژوهش‌ها، آثار افزایش سرمایه کارآفرینی بر اقتصاد کلان مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش آدریش (۲۰۰۷) از این جمله است. وی به طور نظری بیان کرده است که مدل رشد سولو، چهارچوب مناسبی برای پیوند سرمایه کارآفرینی و رشد اقتصادی دارد. همچنین معتقد است که کارآفرینی موجب می‌شود از دانش‌های جدید در تولید محصولات جدید و تجاری‌سازی آنها استفاده شود که این موضوع، به رشد اقتصادی می‌انجامد.

در پژوهشی دیگر، چانگ^۳ (۲۰۱۱) به بررسی این موضوع پرداخته است که چه عواملی از سرمایه

1. Lee
2. Information Technology
3. Chang

کارآفرینی، محرک رشد اقتصادی بخش خصوصی مناطق مختلف کشور آمریکا است. وی نتیجه گرفت که افزایش موقعیت‌های کسب و کار جدید و میزان بازدهی در بخش‌های صنعتی، موجب افزایش کسب و کار در بخش خصوصی کشور آمریکا می‌شود.

در برخی از پژوهش‌های دیگر، آثار فعالیت کارآفرینان بر افزایش بهره‌وری مورد بررسی قرار است. سالمن (۲۰۱۱) با استفاده از داده‌های پانل، به بررسی اثر عواملی مانند کارآفرینی، پژوهش و توسعه، واردات و تورم بر بهره‌وری کل عوامل تولید پرداخته و نتیجه گرفته است که کارآفرینی تأثیر فراوانی بر بهره‌وری و رشد اقتصادی دارد. وی فعالیت‌های کارآفرینی را کسب و کارهای جدیدی دانسته است که با نوآوری همراه هستند.

همچنین باجونا و لوکی (۲۰۰۹) با توسعه مدل رشد اقتصادی سولو، به بررسی تأثیر فعالیت کارآفرینان بر بهره‌وری و رشد اقتصادی پرداخته‌اند و بر این موضوع تأکید کرده‌اند که افزایش تعداد کارآفرینان، به دلیل تأثیر در افزایش سطح دانش مدیریت در کسب و کار، موجب افزایش سطح بهره‌وری می‌شود.

ونگ^۱ (۲۰۰۵) در پژوهش دیگری، تأثیر کارآفرینی را بر رشد اقتصادی ۳۷ کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) مورد بررسی قرار داده است. وی نتیجه گرفت که در میان انواع فعالیت‌های کارآفرینانه، بنگاه‌هایی که به سرعت می‌توانند رشد کنند^۲، تأثیر فراوانی بر رشد اقتصادی داشته‌اند. در پژوهش مذکور، تأکید شده است که نوآوری کارآفرینان و استفاده آنها از فناوری جدید، در رشد اقتصادی مؤثر است.

در برخی از پژوهش‌های دیگر، از جمله بررسی اکس^۳ (۲۰۰۶)، سیاست‌های دولت در زمینه کارآفرینی و اثر آن بر رشد اقتصادی، مورد بررسی قرار گرفته است. در پژوهش اکس، سیاست‌های متفاوتی برای کشورها با سطوح متفاوت توسعه‌یافتگی، به منظور ترویج کارآفرینی پیشنهاد شده است. در پژوهش مذکور، بهبود فضای مناسب در کشورهای در حال توسعه به منظور انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توصیه شده و بهبود شرایط کسب و کار نیز در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم

1. Wong

2. High Growth Potential Total Entrepreneurial Activity (TEA)

3. Acs

خارجی^۱ مؤثر دانسته شده است.

مجمع جهانی اقتصاد^۲ (۲۰۰۹) گزارشی را به منظور بیان اهمیت آموزش کارآفرینی در جهان منتشر کرده است. در این گزارش، بر نقش مهم آموزش کارآفرینی در رشد اقتصادی و خروج از بحران مالی اخیر جهانی تأکید شده است. همچنین بیان شده است که خلاقیت و کارآفرینی از طریق ایجاد توسعه پایدار، اشتغال‌زایی، ایجاد رشد اقتصادی و ارتقای رفاه اجتماعی، در حل چالش‌های جهانی قرن بیست و یکم مؤثر است.

در مجموع، در ادبیات اقتصادی ایران و پژوهش‌های پیشین، به موضوع کارآفرینی و تأثیر آن بر متغیرهای کلان اقتصادی، کم توجه شده است. در پژوهش حاضر، با توجه به شرایط اقتصاد ایران، بررسی نظری آثار کارآفرینی از ابعاد کلان اقتصادی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور انجام شده است. پژوهش حاضر، با نگاهی جدید به مؤلفه‌هایی انجام شده است که می‌توانند بر کارآفرینی و رشد و توسعه اقتصادی ایران تأثیر بگذارند. در ایران، نقش بخش خصوصی در اقتصاد کمرنگ بوده و عمده فعالیت‌های اقتصادی ما، دولتی و حتی وابسته به نفت بوده است. بنابراین، در پژوهش حاضر، اثر کارآفرینی بر شکوفایی اقتصاد ایران، از بعد نظری مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین پیشنهادهایی کاربردی به منظور انتخاب و کارآموزی کارآفرین در اقتصاد ایران بیان شده است.

راهکارهایی به منظور پیشرفت و بهسازی اقتصاد ایران

در این قسمت، فعالیت‌های مهم و اولیه به منظور توسعه کارآفرینی در ایران بیان می‌شود. ظاهراً انجام این فعالیت‌ها، برای پیشرفت و بهسازی اقتصاد ایران ضروری است^۳. از آنجایی که در ایران، وضعیت اشتغال ناقص وجود دارد و بخش خصوصی هنوز نتوانسته است مشارکت فراوانی در اقتصاد داشته باشد، تربیت کارآفرین ضروری و حیاتی است. به عبارت دیگر، با انجام فعالیت‌های مذکور می‌توان به طور مستقیم غیرمستقیم، آثار افزایش کارآفرین‌ها را در گسترش بخش خصوصی و به‌ویژه

1. Foreign Direct Investment (FDI)

2. World Economic Forum (WEF)

۳. در این قسمت، از راهکارها و ایده‌های گزارش مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۰۹) استفاده شده است.

رشد سهم بخش مولد در درآمد ملی ملاحظه کرد.

سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی برای اقتصاد کارآفرینی: بحران اخیر در آمریکای شمالی و جنوبی، اروپا و هندوستان، موجب بیکاری بیش از حد نیروی کار و از دست دادن بسیاری از مشاغل و کاهش تولید ملی شده است. این بحران به سایر کشورهای کوچک جهان نیز سرایت کرده است. به منظور کاهش پیامدهای ناشی از بحران جهانی و نیز بهبود و ارتقای وضعیت اقتصادی کشور، دولت باید هر چه زودتر با حمایت از بخش خصوصی، به سرمایه‌گذاری‌هایی بپردازد که موجب توسعه کارآفرینی در ایران می‌شود. سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی در این زمینه، نوعی سرمایه‌گذاری زیربنایی محسوب می‌شود و موجب ایجاد تحولاتی در آینده اقتصاد ایران می‌گردد.

توسعه کارآفرینی و تربیت کارآفرین‌ها و حمایت از واحدهای کسب و کار کارآفرین‌ها: توسعه کارآفرینی، تأثیر مهمی را در اقتصاد ایران می‌تواند داشته باشد و در مرحله اول، دولت باید به دنبال تربیت کارآفرین و حمایت از آنها باشد. همچنین بایستی بیان کرد که کسب و کارهای کوچک، موتور محرک اقتصاد بسیاری از کشورهای پیشرفته در عصر حاضر هستند.

فرهنگ‌سازی برای ایجاد گرایش به کار و کسب درآمد:

- فرهنگ‌سازی برای کار کردن

- فرهنگ‌سازی برای کسب درآمدهای گوناگون

- فرهنگ‌سازی برای سرمایه‌گذاری در محیط‌های کاری و در خانواده‌ها

دولت باید با سیاست و برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی، موضوع کارآفرینی را در سطح ملی به گونه‌ای مطرح و معرفی کند که طرز فکر^۱ جامعه را برای فعالیتهای اقتصادی یا کار و کسب درآمد تغییر دهد. به عبارت دیگر، طرز فکر و نگاه جامعه را به گرایش به انجام کار به صورت "پشت میز نشینی" و همچنین کسب درآمد به طور "فقط بخور و نمیر" کاملاً دگرگون کند. به طوری که برای مثال، تولید و فروش بستنی برای یک فرد تحصیل کرده خجالت‌آور نباشد. البته در شرایطی که بیشترین درآمد را نسبت به سایر فعالیتهایی ایجاد کند که می‌تواند انجام دهد. همچنین باید توجه

داشت که ترویج و ایجاد اشتغال در بخش مولد اقتصاد، انجام شود.

افزایش کارآفرین‌ها به منظور رقابت با کشورهای پیشرفته و افزایش نسبت کارآفرین‌ها به کل جمعیت^۱: افزایش تعداد کارآفرین‌ها با برنامه‌های گوناگون از طریق تربیت و تعلیم و کارآموزی کارآفرین‌ها یا برگزاری سمینارهای متعدد کارآفرینی و معرفی کارآفرین‌های کشورهای خارجی و درک اینکه کارآفرین‌ها چه نقشی در تولید کالاها و خدمات می‌توانند داشته باشند، اثر مهمی را در اقتصاد ایران دارد. افزایش فعالیت‌های کارآفرینی، موجب جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، و حتی سرمایه‌گذاری‌هایی با احتمال سود کم می‌گردد. در مجموع، افزایش تعداد کارآفرین‌ها در سطح ملی یا اقتصاد کشور، آثار زیر را دارد: (۱) کالاها و خدمات در سطح ملی افزایش می‌یابد، (۲) درآمد سرانه کشور افزایش می‌یابد، (۳) رفاه و آسایش در سطح ملی افزایش می‌یابد، (۴) موجب پیشرفت فناوری و رقابت با کشورهای دیگر می‌شود، (۵) به رشد تربیت و کارآموزی مدیران بخش خصوصی و افزایش بسیار تعداد مدیران کسب و کار^۲ در اقتصاد ملی می‌انجامد.

تعیین، تربیت و کارآموزی کارآفرین در اقتصاد ملی

در این قسمت، پیشنهادهایی به منظور تعیین و تربیت کارآفرین در اقتصاد ایران بیان می‌شود. از آنجایی که در ایران، وضعیت اشتغال ناقص وجود دارد، تربیت کارآفرین و توسعه بخش خصوصی به منظور رشد و توسعه اقتصاد ایران، ضروری و حیاتی است.

اهمیت تربیت و آموزش کارآفرینان در گزارش مجمع جهانی اقتصاد^۳ (۲۰۰۹: ۱۲) درباره آموزش جهانی کارآفرینی به صورت ذیل بیان شده است: «آموزش کارآفرینی، عامل بسیار مهمی در ایجاد تغییرات در همه بخش‌های اقتصاد است. کسانی از این آموزش بهره‌مند می‌شوند که روحیه و استعداد کارآفرینی داشته باشند. همه بخش‌های جامعه در ایجاد فضای مؤثر به منظور حمایت از فعالیت‌های اقتصادی جدید و همراه با مخاطره نقش دارند. بخش عمومی، بخش خصوصی، جامعه دانشگاهی و

1. Ratios

2. Business Man

3. Global Education Initiative (GEI) of World Economic Forum

بخش‌های غیرانتفاعی، از جمله این بخش‌ها هستند. ما نیازمند ایجاد فضاهایی هستیم که در آن نگرش و تفکر کارآفرینانه رشد و نمو کند».

مطالبی که در این بخش مطرح خواهد شد، حاصل بررسی‌های کلی نگارندگان و اندوخته اندک آنها و به‌ویژه نتیجه پژوهش‌های تجربی آنها در زمینه کارآفرینی در اقتصاد خرد است. همچنین حاصل بررسی نمونه‌های موفق کارآفرینان و چگونگی انتخاب مدیران کسب و کار در نقاط مختلف جهان است. البته از گزارش مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۰۹) و گزارش تخصصی مجله دیده‌بان جهانی کارآفرینی درباره تعلیم و تحصیل کارآفرینان^۱ (۲۰۱۰) نیز استفاده شده است.

انتخاب کارآفرین‌ها از طریق امتحان و آزمون: در مرحله انتخاب، باید قابلیت و توانایی

افراد از طریق آزمون برآورد گردد. هر کسی که تمایل به شرکت در آزمون داشته باشد، بدون توجه به مدرک تحصیلی می‌تواند در آزمون شرکت کند. در طراحی پرسش‌ها به منظور انتخاب کارآفرین‌ها، خصوصیات کارآفرین‌ها باید مورد توجه قرار گیرد.

خصوصیاتی مانند مخاطره‌پذیری، خوش‌بین بودن، سخت‌کوش و پرنرژی بودن از این جمله هستند. کارآفرین‌ها بسیار وقت‌شناس و آگاه به ارزش زمان هستند. همچنین کار را به طور فردی و بدون دخالت دیگران به پایان می‌رسانند و تمایل دارند رئیس خود باشند. در سن کودکی درصدد کسب درآمد هستند. به پول با دقت می‌نگرند و ارزش واقعی آن را تشخیص می‌دهند. آینده‌نگر، صبور و خلاق هستند. جستجوگرند و زیاد سؤال می‌کنند. افرادی انعطاف‌پذیر هستند. همیشه با رقابت به کار می‌پردازند و در جستجوی بازار جدید برای محصولات و خدمات جدید هستند. کارآفرین‌ها از صبر زیادی برخوردارند.^۲

همچنین تمایل افراد به کارآفرینی، تخصص و تجربه نیز در انتخاب آنها مهم است. در این قسمت، ممکن است افرادی که حداقل امتیاز را کسب کرده‌اند، انتخاب شوند. برای به دست آوردن

1. GEM Special Report: A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training

۲. این خصوصیات، برگرفته از متون اقتصاد خرد و سایت‌های کارآفرینی
<http://www.entrepreneur.com/article/29698>

و http://www.sideroad.com/Entrepreneur/become_an_entrepreneur_1.html حاصل بررسی
 شخصیت برخی از کارآفرینان موفق در نقاط مختلف جهان است.

حداکثر کارایی، پس از انتخاب اولیه در مرحله غربالگری، افراد با شرایط مناسب‌تر، باید پذیرفته شوند. **افزایش تعداد مشخصی کارآفرین:** در گزارش ۲۰۱۰ دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)، نسبت افراد ۱۸ تا ۶۴ ساله‌ای که به شروع کسب و کار جدید و کارآفرینی علاقه‌مند هستند، به جمعیت در ایران "یک نفر از ۲۱ نفر" است. همچنین نسبت تعداد کسب و کارهای موجود با کمتر از ۳.۵ سال فعالیت، "یک نفر از هر ۱۳ نفر" و نسبت تعداد کسب و کارهای موجود، با بیش از ۳.۵ سال فعالیت "یک نفر از هر ۸ نفر" گزارش شده است.

با توجه به جمعیت جوان و فعال جویای کار در کشور و تلاش برای افزایش توسعه‌یافتگی اقتصادی ایران، انتخاب، تربیت و افزایش تعدادی کارآفرین در ایران مناسب است و نسبت کارآفرین را به جمعیت ایران به میزان بسیاری افزایش دهد.

از آنجایی که جمعیت فعلی ایران، حدود ۷۵ میلیون نفر است^۱، برای مثال، اگر ۱۵۰,۰۰۰ فرد برای کارآفرینی انتخاب و تربیت شوند^۲، یک کارآفرین به ازای هر ۵۰۰ نفر جمعیت ایران افزایش می‌یابد. با توجه به این موضوع که در جمعیت فعلی ایران، تعدادی کارآفرین وجود دارد و تربیت ۱۵۰,۰۰۰ کارآفرین به جمعیت فعلی کارآفرین‌های ایران اضافه می‌کند. شایسته است این نسبت یا میزان در طول زمان افزایش یابد. همچنین با توجه به جمعیت و ویژگی‌های جمعیتی هر استان، سهم هر استان از تعلیم و کارآموزی ۱۵۰,۰۰۰ کارآفرین مشخص شود.

تعلیم و کارآموزی کارآفرین‌ها: مرحله تعلیم و تربیت، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آشنایی با نمونه‌های کارآفرینی، می‌تواند مؤثر باشد. مدت زمان کلاس‌های درسی حداکثر شش ماه باشد. کلاس‌های آشنایی با کارآفرین‌ها و مدیران موفق صنایع کسب و کار برگزار شود. وجود رشته تحصیلی با عنوان کارآفرینی، مناسب نیست. همچنین اعطای مدرک ضروری نیست و حتی اشتباه است. کلاس‌های آموزشی نیز با کیفیت بالا برگزار شود. کیفیت بالای آموزش‌ها، می‌تواند در نتیجه‌گیری طرح مؤثر باشد. ترجیحاً افرادی به تدریس کارآفرینی پردازند که تجربه کارآفرینی و کسب و کار را نیز داشته باشند.

۱. مرکز آمار ایران <http://www.amar.org.ir/default-386.aspx>

۲. با فرض اینکه همه افراد تربیت شده مذکور، به فعالیتهای کارآفرینی مشغول شوند.

آگاهی به زبان انگلیسی در مرحله انتخاب و تقویت آن در مرحله تعلیم کارآفرین‌ها لازم است. از آنجایی که افرادی که به زبان انگلیسی آگاهی دارند، می‌توانند دانش جدید کسب کنند و از وضعیت بازارهای بین‌المللی اطلاع داشته باشند، تقویت زبان انگلیسی در کارآفرین‌ها به طرق مختلف باید انجام شود. در طول دوره تعلیم و کارآموزی، اصطلاحات تخصصی مورد نیاز کارآفرین‌ها آموزش داده شود. آموزش زبان انگلیسی برای رقابت با تولیدکنندگان خارجی باید انجام شود. همچنین تقویت زبان انگلیسی برای آشنایی با نظام‌های تولید و توزیع کالاها و خدمات در کشورهای پیشرفته باید انجام شود.

ارزیابی، ثبت پروژه و حمایت از کارآفرین‌ها: سازمانی به منظور ارزیابی و ثبت پروژه کارآفرین‌ها وجود داشته باشد. سازمان مذکور، باید حمایت‌های لازم را برای کاهش دیوانسالاری اداری و اجرای سریع‌تر پروژه کارآفرین‌ها انجام دهد. برقراری عدالت و انصاف در ارزیابی پروژه‌ها و نیز رعایت حق مالکیت^۱ در مورد پروژه‌های کارآفرین‌ها ضروری است. همچنین حمایت مالی در مراحل مختلف و تحویل به‌موقع منابع مالی به کارآفرین‌ها، از ضروریات و شرایط اساسی افزایش تعداد کارآفرین‌ها است. حذف فرایندهای غیرضروری در تأمین منابع مالی نیز لازم است. عادلانه بودن دولت و مأموران دولت در اجرای قوانین و مقررات مربوط به تعیین، تربیت و کارآموزی و نیز اجرای حمایت‌های مالی و غیرمالی کارآفرین‌ها در مؤثر بودن طرح‌ها بسیار تأثیر دارد. اگر انتخاب کارآفرین‌ها از بین دوستان و نزدیکان انجام شود، به جز اتلاف وقت، پول و بودجه، کاری انجام نشده است، بلکه آثار بدتری برای اقتصاد جامعه خواهد داشت.

تعادل در توزیع کارآفرین‌ها بین صنایع و استان‌های مختلف: تعادل در توزیع کارآفرین‌ها در بخش‌های مختلف، موجب رشد اقتصادی متوازن می‌شود. به عبارت دیگر، کارآفرینی در همه بخش‌های صنعت، کشاورزی، خدمات و بازرگانی گسترش یابد. همچنین میزان کارآفرینی در استان‌هایی که از فعالیت‌های اقتصادی محروم‌تر هستند، به میزان بیشتری افزایش یابد. استان‌هایی که تعداد بیشتری فرد بیکار دارند و مناطقی که از نظر سیاسی مهم هستند نیز مورد توجه بیشتری قرار گیرند.

می‌توان شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی را به طور اختیاری برگزار کرد. به عبارت دیگر، انتخاب کارآفرینان از مراحل بالا حذف شود و دولت برگزاری دوره‌های آموزشی و سرمایه‌گذاری در زمینه آموزش کارآفرینان را بسیار مورد توجه قرار دهد. علاوه بر این، بخشی از هزینه‌های برگزاری دوره‌های آموزشی را افراد متقاضی بپردازند و بقیه را دولت پرداخت کند. این کار موجب می‌شود هزینه‌های مذکور کاهش یابند و تعداد بیشتری از افراد، در دوره‌های آموزشی مذکور شرکت کنند. توجه به کیفیت فراوان کلاس‌های آموزشی و پرهیز از مدرک‌گرایی نیز بسیار مورد تأکید قرار گیرد.

سیاست‌های دولت به منظور تشویق کارآفرینی در بلندمدت

با توجه به شرایط ایران و میزان توسعه‌یافتگی آن، سیاست‌هایی به منظور تشویق کارآفرینی و افزایش سرمایه کارآفرینی در بلندمدت در اقتصاد ایران پیشنهاد می‌شود. اجرایی شدن این سیاست‌ها، می‌تواند موجب افزایش ظرفیت اقتصاد کشور به منظور ایجاد و گسترش رفتار کارآفرینانه^۱ شود. تشویق کارآفرینی در خانواده‌ها و در مناطق و استان‌های مختلف برای تولید کالاها و خدمات مورد نیاز منطقه یا اقتصاد ملی، **از جمله این سیاست‌ها است**. اعطای امتیازهای مالیاتی و سایر امتیازها برای کارآفرین‌ها در مناطق مختلف و شهرهای کوچک و مناطقی که فعالیت‌های اقتصادی در سطح معینی نیست یا در محرومیت قرار گرفته‌اند، در تشویق کارآفرین‌ها مؤثر است (کرفت و سوبل، ۲۰۰۳: ۱۱). این سیاست‌ها می‌توانند اثر مهمی در تولید کالاها و خدمات آن نواحی داشته باشد و علاوه بر افزایش تولید کالا و خدمات، میزان اشتغال و درآمد سرانه آن نواحی را افزایش دهد.

همچنین خانواده‌ها و مصرف‌کننده‌ها، به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف برای بازنشستگی تشویق شوند. البته باید قوانین و مقررات سخت برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری تدوین شود تا این شرکت‌ها از خانواده‌ها سوءاستفاده و بهره‌برداری نکنند و سازمان‌هایی^۲ برای کنترل این مؤسسات وجود داشته باشد. با افزایش پس‌انداز در خانواده‌ها، آنها می‌توانند از منابع مالی خود به منظور

1. Entrepreneurial Behavior
2. Watch Dog

کارآفرینی و عملی کردن پروژه‌های خود در آینده استفاده کنند. کارآفرین‌ها و به‌ویژه کارآفرین‌های جوان نیز می‌توانند از منابع مالی این صندوق‌ها استفاده کنند و با تولید کالاها و خدمات، درآمد کسب کنند و در مرحله بعد، آنها نیز بخشی از درآمد خود را برای آینده پس‌انداز نمایند.

وضع قوانین و مقررات مناسب به منظور حق مالکیت در تولید کالاها و خدمات نیز برای رشد کارآفرینی در کشور ضروری است (همان منبع، ۲۰۰۳: ۱۱).

ایجاد قوانین و مقررات برای حفظ و حمایت از حقوق افرادی که در کسب و کار و کارآفرینی وارد می‌شوند و تولیدکننده هستند، در ترویج و افزایش کارآفرینی مؤثر است. از طرف دیگر، تولیدکنندگان و کارآفرینان باید در قبال کالای تولیدی و محیط زیست، مسئول و پاسخگو باشند. به عبارت دیگر، مسئولیت اجتماعی واحدهای کسب و کار در تولید و توزیع کالاها و خدمات وجود داشته باشد. برای مثال، تولیدکننده نوعی نوشیدنی یا بستنی، در قبال محتویات موجود در محصول تولیدی خود، پاسخگو باشد.

پس از تأسیس و راه‌اندازی یک مؤسسه تولیدی یا خدماتی، حمایت‌های قانونی به منظور تشکیل فرنچایز^۱ یا امتیاز و در مرحله بعد تبدیل شدن به شرکت سهامی عام و در نهایت، وارد شدن به بازارهای بورس، موجب گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود.

آزادی اقتصادی و ایجاد محیط مناسب نیز در جلب، جذب، تشویق و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی مؤثر است. یکی از اهداف دولت، باید مداخله کمتر در اقتصاد و سوق دادن اقتصاد جامعه به سمت اقتصاد آزاد^۲ یا بازار کسب و کار باشد (کرفت و سوپل، ۲۰۰۳: ۱۱). تشکیل بازار آزاد اقتصادی همراه با نظم و اصول معین، باعث افزایش میزان بهره‌وری می‌شود و در نهایت، منافع بازار آزاد عاید کشور یا اقتصاد ملی می‌گردد.

توسعه و کارایی بازارهای مالی و انعطاف‌پذیری بازار نیروی کار نیز از جمله سیاست‌هایی هستند که در تسهیل و افزایش فعالیت کارآفرین‌ها مؤثر هستند (اکس، ۲۰۰۶). کارایی بازارهای مالی، موجب می‌شود امکان اتخاذ تصمیم‌های سریع‌تر و آگاهانه بخش خصوصی درباره چگونگی تأمین

1. Franchise
2. Market Economy

منابع فراهم گردد. در بازار اثربخش مالی، شفافیت اطلاعات وجود دارد. هر چه بازار مالی از ثبات بیشتری برخوردار باشد و کارایی بیشتری داشته باشد، امکان تأمین منابع مالی برای کارآفرینان بیشتر می‌شود.

انعطاف‌پذیری بازار نیروی کار به منظور افزایش میزان اشتغال در کشور و رشد کسب و کار بسیار مهم است. در این دهه که به دلیل رکود جهانی شرکت‌های بزرگ، کشورهای جهان با مشکلات اقتصادی مواجه هستند، این سیاست موجب کاهش هزینه بنگاه‌ها و تسهیل تأمین نیروی کار بنگاه‌ها می‌شود. بنابراین، می‌توان با عوامل تولید موجود در کشور، سریع‌تر به بازارهای جدید دست یافت و در درجه اول، تولید ملی و سپس میزان اشتغال را در اقتصاد افزایش داد.

تولید دانش‌های جدید و استفاده کارآفرینان از آن در تولید نیز در افزایش سرمایه‌های کارآفرینی در جامعه و رشد اقتصادی مؤثر است. پژوهش و توسعه^۱ در بخش صنعت، پژوهش‌های دانشگاهی و افزایش سرمایه‌های انسانی، ابزارهایی هستند که موجب تولید دانش‌های جدید در جامعه می‌شوند (آدریش، ۲۰۰۷: ۷۳). البته ظاهراً خلق دانش‌های جدید پس از دستیابی به دانش‌های موجود یا در کنار تلاش برای دستیابی به دانش‌های موجود، در تولید کالاهایی مناسب است که اقتصاد ایران در تولید آنها مزیت دارد.

در نهایت، باید بیان کرد که وجود زیرساخت‌های مناسب مانند راه‌های ارتباطی و صنایع مادر در کشور ضروری است تا سرمایه‌گذاری دولت در زمینه آموزش کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینان به نتیجه مطلوب برسد (مارتینز و همکاران^۲، ۲۰۱۰: ۴۳).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که در مقاله حاضر بحث و بررسی شد، ایران با شرایط اشتغال ناقص مواجه است. با توجه به بحران اقتصادی اخیر در جهان، شناخت عوامل مؤثر بر تولید ملی و رشد و توسعه اقتصادی و دستیابی به آنها مهم است. همچنین با توجه به اینکه کارآفرینی عاملی مهم و مؤثر در بهره‌وری،

1. R & D

2. Martinez, C. A. et al.

اشتغال و رشد اقتصادی است، افزایش میزان کارآفرینی در ایران و توسعه بخش خصوصی به منظور رشد و توسعه اقتصاد ایران، ضروری و حیاتی است.

برای افزایش سریع‌تر کارآفرینی و با توجه به جمعیت جوان و فعال جویای کار در کشور و تمایل آنان به شروع کسب و کار جدید و کارآفرینی، انتخاب، تربیت و افزایش تعدادی کارآفرین در ایران مناسب است. جمعیت فعلی ایران، حدود ۷۵ میلیون نفر است، برای مثال، اگر ۱۵۰،۰۰۰ فرد برای کارآفرینی تربیت شوند و همه آنها به کسب و کار بپردازند، یک کارآفرین به ازای هر ۵۰۰ نفر جمعیت ایران افزایش می‌یابد. بنابراین، برای دستیابی به میزان قابل توجهی از کارآفرینی در ایران و درصد فراوان جمعیت جوان و جویای کار، نیاز به سرمایه‌گذاری دولت در تعلیم و آموزش کارآفرینی در کشور بیشتر می‌شود. کیفیت کلاس‌های آموزشی، پرهیز از مدرک‌گرایی و استفاده از کارآفرینان موفق و تجربیات آنها در مرحله تعلیم و تربیت، به منظور به ثمر رسیدن هر چه بهتر این طرح توصیه می‌شود.

با توجه به توصیه‌های سیاستی مطرح شده در مقاله حاضر، به منظور افزایش کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینی در بلندمدت، ظاهراً انجام اقدامات و سیاست‌هایی که موجب افزایش سرمایه کارآفرینی و انگیزه و روح کارآفرینی در جامعه شود، لازم است. دولت باید با سیاست و برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی، موضوع کارآفرینی را در سطح ملی به گونه‌ای معرفی کند که بتواند طرز فکر جامعه را به سمت خوداشتغالی، کار و کسب درآمد در بخش خصوصی جلب کند. به عبارت دیگر، فرهنگ پشت میزنشینی را در جامعه تغییر دهد.

همچنین وجود قوانین و مقررات به منظور حق مالکیت در تولید و توزیع کالا و خدمات و کاهش محدودیت‌های قانونی می‌تواند در این زمینه مؤثر باشد. آزادی اقتصادی و ثبات بازارها نیز موجب تسهیل در فعالیت کارآفرینان می‌گردد. امتیازات مالیاتی برای کارآفرینان در مناطق مختلف و به‌ویژه در شهرهای کوچک و نقاط محروم موجب جلب، جذب، تشویق و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی می‌شود. افزایش زیرساخت‌های مناسب در کشور نیز در به ثمر رسیدن سیاست‌های دولت به منظور افزایش فعالیت کارآفرینان ضرورت دارد.

منابع

الف) فارسی

- ویسی، رضا و کریمزاده، پریسا (۱۳۸۹). توسعه فرهنگ کارآفرینی: عوامل و راهکارها، مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران. *دو فصلنامه برنامه و بودجه*، ۱۱۱، ۱۵۹-۱۸۱.
- درگاه ملی آمار ایران (۱۳۹۰). ساعت جمعیتی ایران در ۹۰/۶/۱. معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری. <http://www.amar.org.ir/default-386.aspx>

ب) منابع انگلیسی

- Acs, Z. J. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth?. *Innovations*, Winter, 97-106.
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship Capital and Economic growth. *Oxford Review Economic Policy*, 23, 63-78.
- Audretsch, D. B. & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship Capital and Economic Performance. *Regional Studies*, 38(8), 949-959.
- Bajona, C. & Locay, L. (2009). Entrepreneurship and Productivity: The Slow Growth of the Planned Economies. *Review of Economic Dynamics*, 12(3), 505-522.
- Baumol, J. (2002). *Free Market Innovation Machine: Analyzing The Growth Miracle of Capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Boente, W., Hebllich, S., & Jarosch, M. (2008). Entrepreneurship Capital, Knowledge Spillovers and Regional Productivity. Intangible Assets and Regional Economic Growth (IAREG), Seventh Framework Programme & European Commission. IAREG Working Paper WP3/05. Retrieved from http://www.iareg.org/fileadmin/iareg/media/papers/WP3_05.pdf.
- Bosma, N. & Harding, R. (2007). *Global Entrepreneurship: GEM 2006 Summary Results*. Babson College and London Business School.
- Chang, E. (2011). *Exploring the effects of Entrepreneurship Capital on The Economic Impact of American Countries*. USASBE 2011 Proceedings. 1402-1419.
- Gerber, M. E. (2008). *Awakening the Entrepreneur Within: How Ordinary People Can Create Extraordinary Companies*. Harper Business.
- Hulsink, W. & Doans. H. (2008). *Pathways to High-Tech Valley and Research Triangles*. Springer.
- Kelley, D. J., Bosma, N., & Amorš, J. E. (2011). *GEM 2010 Global Report*. Babson College and London Business School.
- Kreft, S. F. & Sobel. R. S. (2003). *Public Policy, Entrepreneurship, and Economic Growth*. Retrieved from www.be.wvu.edu/phd_economics/pdf/03-02.pdf
- Lee, D. R. (1991). The Seeds of Entrepreneurship. *The Journal of private Enterprise*, 7, 20-35.
- Martinez, C. A., Levie, J., Kelley, D. J., Saemundsson, R. J., & Schott, T. (2010). *GEM Special Report: A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training*.

- Babson College, Universidad Del Desarrollo and Reykjavik University.
- Nanda, R. & Sorensen, J. (2008). *Workplace Peers and Entrepreneurship*. Harvard Business School. Retrieved from <http://www.hbs.edu/research/pdf/08-051.pdf>.
- Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (2000). *GEM 1999 Global Report*. Babson College, London Business School & Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Romer, D. (1996). *Advanced Macroeconomics*. McGraw Hill.
- Romer, P. (1986). Increasing returns and Long run Growth. *Journal of Political Economy*, 94, 1002-37.
- Salman, D. S. (2011). *Linking Entrepreneurship and Total Factor Productivity. What are the economic setting required?*. Politics and economic Development. ERF 17th Annual Conference.
- Solow, R. (1956). A contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 39, 312-20.
- Solow, R. (2000). *Growth theory: an exposition*. Oxford University Press. New York.
- Volkman, C., Wilson, K. E., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S., & Sepulveda, A. (2009). *Educating the Next Wave of Entrepreneurs: Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century*. A Report of the Global Education Initiative. Switzerland: World Economic Forum.
- Wong, P. K. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM. *Small Business Economics*. 24, 335-350.
(http://www.sideroad.com/Entrepreneur/become_an_entrepreneur_1.html> 2011/5/5).
(<http://www.entrepreneur.com/article/29698>> 2011/5/5).