



بازنگری در نقش حاکمیت در توسعه کسب‌وکارهای کوچک (۲): «بنگاه بارشد بالا (HGE)، معرفی و مروری بر سیاستگذاری در کشورهای پیشرو»



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:
۱۴۰۳/۱۰/۱۶



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۲۰۳۲۸
کد موضوعی: ۲۲۰

عنوان گزارش:

بازنگری در نقش حاکمیت در توسعه کسب و کارهای کوچک (۲):
«بنگاه بارشد بالا (HGE)، معرفی و مروری بر سیاستگذاری در کشورهای پیشرو»

نوع گزارش: طرح/ لایحه راهبردی نظارتی

نام دفتر:

مطالعات اقتصادی (گروه مطالعات محیط کسب و کار و تنظیم‌گری بخشی)

تهیه و تدوین کننده:

مریم احمدیان

ناظران علمی:

موسی شهبازی گیاشی، میلاد بیگی، سیدمهدی بنی‌طبا، حسین درودیان

گرافیک و صفحه‌آرایی:

منیره حاجی محمدی

ویراستار ادبی:

زهره عطاردی

واژه‌های کلیدی:

۱. کارآفرینی
۲. رشد اقتصادی
۳. اشتغال
۴. بنگاه بارشد بالا

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۲/۱۱/۰۲



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. تعاریف و روش اندازه‌گیری.....	۹
۳. پیشینه نظری.....	۱۱
۴. ویژگی‌های «بناگاه بارشد بالا» و سیاستگذاری کشورهای پیشرو در حمایت از HGE.....	۱۵
۴-۱. کره جنوبی.....	۱۵
۴-۲. اسکاتلند.....	۱۸
۴-۳. ترکیه.....	۲۱
۵. جمع‌بندی و درس‌هایی برای ایران.....	۲۲
منابع و مأخذ.....	۲۴

فهرست جدول

جدول ۱. مقایسه یافته‌های مطالعه دمیرز (۲۰۱۶) در ترکیه و مطالعات قبلی در سایر کشورها.....	۲۱
--	----



بازنگری در نقش حاکمیت در توسعه کسب‌وکارهای کوچک: (۲) «بنگاه‌بارشد بالا (HGE)، معرفی و مروری بر سیاستگذاری در کشورهای پیشرو»

چکیده



گزارش حاضر به معرفی پدیده جدید ادبیات کارآفرینی نوین یعنی «بنگاه‌بارشد بالا (HGE)»^۱ و مروری بر تجربیات کشورهای پیشرو در تلاش برای تمایز این گروه از بنگاه‌ها و سیاستگذاری به‌منظور رشد و ترویج آنها می‌پردازد. در این رویکرد، درصد کمی از بنگاه‌ها که سطوح بالایی از اشتغال و رشد اقتصادی ایجاد می‌کنند، مورد حمایت دولت قرار می‌گیرند. مرور ادبیات و تجربیات کشورهای پیشرو در ترویج بنگاه‌های بارشد بالا، نشان می‌دهد:

■ شواهد ضعفی برای ارتباط فرضی بین شرکت‌های مبتنی بر فناوری و دانش‌بنیان با بنگاه‌های بارشد بالا وجود دارد. HGE ها در همه بخش‌ها وجود دارند.

■ مطالعات نشان می‌دهد اینکه بنگاه بارشد بالا به‌صورت یک بنگاه نوپا یا استارت‌آپ ظهور می‌کند، فرض نادرستی است.

■ بنگاه کوچک و قدیمی، فاقد نوآوری و با انگیزه‌های خوداشتغالی و معطوف به ارائه خدمات محدود و محلی نباید در زمره بنگاه‌های بارشد بالا و مورد حمایت دولت محسوب شود، چراکه این گروه از بنگاه‌ها نتوانسته‌اند پتانسیل رشد و پیشرفت را در سال‌های فعالیت خود نشان دهند.

■ «نوآوری» ویژگی کلیدی رشد HGE ها است. بنگاه‌های بارشد بالا در اکثر مطالعات، بنگاه‌های نوآور، جوان، اما دارای تجربه کسب‌وکار و دارای نیروی انسانی کارآمد هستند.

لذا دلالت نتایج مطالعات این حوزه برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در حمایت از SME ها در ایران با هدف اشتغال و رشد اقتصادی می‌تواند این باشد که از تأکید بیش از حد بر حمایت از بنگاه کوچک نوپا، بنگاه کوچک قدیمی و فاقد نوآوری و انگیزه رشد، بنگاه با فناوری پیشرفته (دانش‌بنیان) و خوداشتغالی باید اجتناب شود.



بیان / شرح مسئله

رویکرد حمایت از «بنگاه با رشد بالا (HGE)» به عنوان ابزاری نوین برای اهداف افزایش رشد اقتصادی و اشتغال در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای مورد توجه سیاستگذاران قرار گرفته است. مطالعات بنگاه‌های با رشد بالا بینش‌های مفیدی را ارائه می‌کنند که به نظر می‌رسد سیاست‌های حمایت از کارآفرینی و کسب و کار را به طور چشمگیری تغییر می‌دهد. بنا به تعریف OECD، تمامی بنگاه‌هایی که میانگین رشد سالیانه آنها، در یک دوره سه ساله، بیش از ۲۰ درصد در سال است، باید به عنوان بنگاه‌های با رشد بالا در نظر گرفته شوند. رشد را می‌توان با تعداد کارکنان یا گردش مالی اندازه‌گیری کرد.

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

مرور ادبیات و تجربیات کشورهای پیشرو در ترویج بنگاه‌های با رشد بالا، نشان می‌دهد:

- ۱** برخی ویژگی‌ها و عوامل مؤثر بر رشد بنگاه‌های با رشد بالا، به صورت نتایج مشابه و مشترک در مطالعات مختلف مورد تأیید قرار گرفته‌اند که در سیاستگذاری با هدف رشد اقتصادی و اشتغال در ایران نیز می‌تواند لحاظ شود:
 - تمرکز اصلی سیاستگذاری در برخی کشورها بر شرکت‌های با فناوری پیشرفته و دانشگاه‌ها یا حمایت از تحقیق و توسعه قرار گرفته، در حالی که مطالعات نشان می‌دهد؛ شواهد ضعیفی برای ارتباط فرضی بین شرکت‌های مبتنی بر فناوری و دانش بنیان با بنگاه‌های با رشد بالا وجود دارد. HGE ها در همه بخش‌ها وجود دارند.
 - مطالعات نشان می‌دهد اینکه بنگاه با رشد بالا به صورت یک بنگاه نوپا یا استارت‌آپ ظهور می‌کند، فرض نادرستی است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها در سال‌های اولیه فعالیت خود از چرخه کسب و کار خارج می‌شوند. تجربه کارآفرینی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و عوامل موفقیت وی در رشد کسب و کار است.
 - بنگاه کوچک و قدیمی نباید در زمره بنگاه‌های با رشد بالا و مورد حمایت دولت محسوب شود، چراکه این گروه از بنگاه‌ها نتوانسته‌اند پتانسیل رشد و پیشرفت را در سال‌های فعالیت خود نشان دهند و بهتر است از حمایت از کسب و کارهای قدیمی فاقد نوآوری و با انگیزه‌های خوداشتغالی و معطوف به ارائه خدمات محدود و محلی اجتناب شود.
 - «نوآوری» ویژگی کلیدی رشد HGE هاست. بنگاه‌های با رشد بالا در اکثر مطالعات، بنگاه‌های نوآور، جوان اما دارای تجربه کسب و کار و دارای نیروی انسانی کارآمد هستند. بنگاه جدید نیز در صورت دارا بودن ویژگی‌هایی مانند نوآور بودن، داشتن انگیزه رشد و تجربه کسب و کار باید مورد توجه قرار گیرد.

- ۲** بنگاه‌های با رشد بالا دارای ویژگی‌هایی متناسب با شرایط جغرافیایی و اقتصاد هر کشور و متمایز از دیگر مناطق و اقتصادها نیز می‌باشند. برای درک عوامل مؤثر بر رشد HGE در ایران و سیاستگذاری دقیق، نیاز به اطلاعات و داده در سطح بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است. با توجه به ضعف اطلاعات و در دسترس نبودن داده‌های مورد نیاز برای تحلیل، شناسایی ویژگی‌های بنگاه‌های با رشد بالا در ایران در حال حاضر امکان‌پذیر نیست و تنها می‌توان به ارائه توصیه‌های سیاستی کلی مبتنی بر نتایج مشترک مطالعات خارجی اکتفا کرد.
- ۳** مطالعات نشان می‌دهد کسب و کارهای خرد و کوچک، به طور ناخالص اشتغال بیشتری ایجاد می‌کنند، بدین معنی که مشاغل این گروه ناپایداری بیشتری دارند و با احتمال بیشتری در کوتاه‌مدت از بین می‌روند. اگرچه خوداشتغالی از بیکاری بهتر است و می‌تواند تأثیر مثبتی بر تأمین معیشت داشته باشد، اما بنگاه با رشد بالا تأثیرات به مراتب قوی تری بر اشتغال و رشد اقتصادی در سطح کلان خواهد داشت.



۴ در حالی که حوزه ادبیات کارآفرینی و کسب و کار در دنیا به سرعت در حال تحول و پیشرفت است، اما در ایران همچنان و تنها رویکرد «محیط کسب و کار» در پژوهش، سیاستگذاری و قانونگذاری در مرکز توجه قرار دارد و مطالعه و بررسی پیشرفت‌های نظری این حوزه در کشور مغفول مانده است.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

- دلالت نتایج مطالعات این حوزه برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در حمایت از SME ها در ایران با هدف اشتغال و رشد اقتصادی می‌تواند این باشد که از تأکید بیش از حد بر حمایت از بنگاه کوچک نوپا، بنگاه کوچک قدیمی و فاقد نوآوری و انگیزه رشد، بنگاه با فناوری پیشرفته (دانش‌بنیان) باید اجتناب شود.
- حمایت از بنگاه با رشد بالا با توجه به تأثیر قابل توجه بر رشد و اشتغال در مقایسه با حمایت از خوداشتغالی و کسب و کارهای خرد با تأثیر اندک بر رشد و اشتغال باید در قوانین، برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی در اولویت قرار گیرد.
- شناسایی ویژگی‌های بنگاه‌های با رشد بالا در ایران در حال حاضر امکان‌پذیر نیست و گردآوری داده مورد نیاز باید در برنامه‌ریزی‌های آتی لحاظ شود.

۱. مقدمه

بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs)^۱ نقش قابل توجهی در اقتصادهای سراسر جهان دارند و کشورها غالباً به‌نوعی از آنها حمایت می‌کنند. رویکرد بهبود محیط کسب و کار در دو دهه اخیر توسط بانک جهانی به کشورهای در حال توسعه توصیه می‌شود که بر مبنای آن، بر تسهیل محیطی به‌منظور تولد و رشد SME ها تأکید شده و با تقویت نهادها، زیرساخت‌ها و سیاست‌هایی که موانع محیطی را رفع می‌کند می‌توان بر عملکرد همه بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌صورت عام تأثیر گذار بود. اما نتایج برخی مطالعات، حمایت از تمامی بنگاه‌های کوچک و متوسط را رویکرد بهینه نمی‌داند، به‌طور مثال بررسی‌ها نشان می‌دهد اکثر شرکت‌های جدید نه نوآوری می‌کنند و نه رشد خواهند کرد و حتی قصد انجام این کار را هم ندارند [۱]. همچنین بسیاری از شرکت‌های جدید در واقع هیچ فرد دیگری غیر از مؤسس را استخدام نمی‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد که بیشتر شرکت‌های جدید برای توسعه محصولات و فناوری‌های جدید یا تسخیر بازارهای جدید نوآوری نمی‌کنند. اکثر کسب و کارهای جدید به یک بازار محلی خدمات می‌دهند که اغلب بر کسب و کار در مقیاس کوچک با محصولات کاملاً جا افتاده یا حتی قدیمی تمرکز می‌کنند [۲].

لذا برخی کشورها نیز در حمایت از SME رویکردی گزینشی دارند و با انتخاب اهداف و معیارهایی تحت برنامه‌های خاص، از بخش ویژه‌ای از SME ها حمایت می‌کنند. یکی از جدیدترین رویکردها، حمایت از «بنگاه‌های با رشد بالا (HGE)» است که به‌طور فزاینده‌ای در سال‌های اخیر توجه سیاستگذاران را با عملکرد برجسته خود به‌عنوان ابزار سیاست جدید جلب کرده است. در پدیده نسبتاً جدید ادبیات کارآفرینی، یعنی بنگاه‌های با رشد بالا، فرض اصلی این است که نه همه بنگاه‌ها، بلکه درصد کمی از آنها، سطوح بالایی از شغل و رشد اقتصادی ایجاد می‌کنند و جذابیت اصلی HGE ها به توانایی آنها برای ایجاد «شغل» مربوط می‌شود [۳]؛ در تحقیق بنیاد نوآوری انگلستان، با بررسی تمام شرکت‌های بریتانیا از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۸، مشخص شد که ۶ درصد از کل شرکت‌ها ۵۴ درصد از مشاغل را ایجاد کردند [۴].

1. Small & Medium Enterprises (SMEs)

در این تحقیق، یک بنگاه با رشد بالا به‌عنوان شرکتی با ۱۰ کارمند یا بیشتر و با نرخ رشد سالیانه متوسط بیش از ۲۰ درصد برای ۳ سال یا بیشتر تعریف می‌شود. طبق مطالعه دیگری، HGE ها، ۴ درصد از کل شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند و ۷۰ درصد مشاغل را ایجاد می‌کنند [۵]. از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۶ HGE ها ۵۳ درصد از اشتغال خالص را در اتحادیه اروپا ایجاد کرده‌اند، این رقم بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵، در حدود ۹۰ درصد بوده است در حالی که آنها ۱۱ درصد از کسب‌وکارهای اتحادیه اروپا بوده‌اند. در مجموع، در مطالعات دیگری نیز، نسبت HGE ها از ۱ تا ۱۰ درصد کل شرکت‌ها تغییر می‌کنند و سهم شغلی آنها ۵۰ تا ۸۰ درصد است [۸].

کارآفرینی در اقتصاد به‌عنوان منبع کلیدی مشاغل جدید و تولید ثروت در نظر گرفته می‌شود و نه همه شرکت‌ها، بلکه «کارآفرینان مبتکر» رشد ایجاد می‌کنند. اما مسئله چالش برانگیز برای محققان و سیاستگذاران پاسخ به این سؤال است که کدام نوع کسب‌وکار باعث ایجاد شغل و رشد بیشتر می‌شود؟ شرکت‌های مستقر یا تازه‌وارد، شرکت‌های کوچک یا بزرگ، شرکت‌های با فناوری پیشرفته یا کم‌تکنولوژی؟ سؤال مهم دیگری که باید به آن پاسخ داد این است که چگونه دولت‌ها می‌توانند به‌طور مؤثر مداخله کنند و پیشرفت طبیعی کارآفرینان را تحریک نمایند؟ تحقیقات جدید در زمینه بنگاه‌های با رشد بالا در تلاش است به سؤالات فوق پاسخ دهد. در این گزارش به مرور تعاریف، ویژگی‌ها، عوامل مؤثر بر رشد بنگاه‌های با رشد بالا و اقدامات سیاستی کشورهای پیشرو پرداخته خواهد شد تا دلالت‌هایی برای سیاستگذاری در حمایت از SME ها در ایران استخراج شود.

۲. تعاریف و روش اندازه‌گیری



تعریف یا روش اندازه‌گیری واحد برای **بنگاه‌های با رشد بالا (HGE)** که مورد توافق کلی باشد وجود ندارد. یکی از تعاریف که به‌طور گسترده‌ای پذیرفته شده تعریف پیشنهادی Eurostat-OECD به این شرح است: «تمامی بنگاه‌هایی که میانگین رشد سالیانه آنها، در یک دوره سه‌ساله، بیش از ۲۰ درصد در سال است، باید به‌عنوان بنگاه‌های با رشد بالا در نظر گرفته شوند. رشد را می‌توان با تعداد کارکنان یا گردش مالی اندازه‌گیری کرد» [۶].

همچنین در این دستورالعمل توصیه می‌شود که آستانه اندازه بنگاه‌ها برای جلوگیری از افزایش ناچیز تنظیم شود، مانند زمانی که یک بنگاه تنها با داشتن یک کارمند، یک کارمند دیگر اضافه می‌کند. در این صورت افزایش کارکنان ۱۰۰ درصد محاسبه می‌شود که بیشتر از آستانه رشد برای HGE است. بنابراین، بنگاه‌هایی با کمتر از ۱۰ کارمند در ابتدای دوره باید از اندازه‌گیری بنگاه‌های با رشد بالا که برحسب اشتغال یا فروش اندازه‌گیری می‌شود، حذف شوند. لذا تعریف نهایی HGE بدین صورت تکمیل می‌شود: «بنگاه‌هایی با متوسط رشد سالیانه بالای ۲۰ درصد در تعداد کارمندان یا گردش مالی برای سه سال متوالی و با ۱۰ یا بیشتر کارمند در ابتدای دوره رشد» [۶].^۱

با این حال باید توجه داشت که تعریفی که مورد توافق همگان باشد از چستی HGE وجود ندارد. به‌عنوان مثال، میسون تعریف HGE ها را مورد بحث قرار می‌دهد. طبق دسته‌بندی وی، تعاریف متعددی از HGEs در ادبیات کارآفرینی با رشد بالا با استفاده از معیارهای زیر ارائه شده است:

۱. این تعریف تا حد زیادی مترادف با اصطلاح افزایش مقیاس «Scale-up» است.



۱ انتخاب شاخص رشد،

۲ اندازه‌گیری رشد،

۳ بعد زمان،

۴ فرایندی که از طریق آن بنگاه‌ها رشد می‌کنند.

تعاریف HGE ها ممکن است در انتخاب شاخص‌های رشد بنگاه متفاوت باشد. اشتغال، سهم بازار، بازده فیزیکی، سود و فروش معیارهایی هستند که معمولاً در ادبیات موجود در مورد کارآفرینی با رشد بالا مورد استفاده قرار می‌گیرند. رشد بنگاه را می‌توان به صورت مطلق و نسبی اندازه‌گیری کرد. علاوه بر این، برخی از مطالعات ترجیح می‌دهند هر دورا با هم ترکیب کنند. در حالی که شاخص‌های رشد مطلق، شرکت‌های بزرگ را به جلو می‌آورند، شاخص‌های رشد نسبی شانس بیشتری به بنگاه‌های کوچک برای شرکت در گروه HGEs می‌دهند. انتخاب با توجه به دوره زمانی بر تعریف HGE ها تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، برخی از محققان از رشد سالیانه استفاده و برخی دیگر از رشد بین سال اولیه و پایانی استفاده می‌کنند. در نهایت، تعریف HGEs ممکن است تحت تأثیر فرایندی باشد که از طریق آن بنگاه‌ها رشد خواهند کرد. به طور خاص، رشد می‌تواند از گانیک باشد، یعنی در نتیجه تغییرات در محیط اقتصادی یا می‌تواند نتیجه ادغام و تملک باشد [۷].

HGE ها را باید از بنگاه‌های با پتانسیل رشد بالا^۱ متمایز کرد. در حالی که HGE ها بنگاه‌هایی هستند که قبلاً رشد اشتغال پایدار را تجربه کرده‌اند، لذا شناسایی بنگاه‌هایی با پتانسیل تبدیل شدن به HGE دشوار است. این بنگاه‌ها به دلایل مختلف به احتمال زیاد در تحقق پتانسیل رشد مورد انتظار خود شکست می‌خورند. متداول‌ترین دلایل عبارتند از: فقدان تجربه قبلی از بازارهایی که فناوری جدید در آنها استفاده خواهد شد، ناتوانی آنها در استفاده از فناوری‌های خود برای ایجاد بازارهای جدید، ناتوانی آنها در دفاع از مزیت خود در برابر مقلدین، ناتوانی آنها در تبدیل مزیت تکنولوژیکی خود به محصولات یا فرایندهای تجاری قابل دوام و ناتوانی آنها در تأمین مالی بیشتر برای توسعه و رشد [۷].

به طور کلی، واژه‌های غزال^۲ و HGE به جای یکدیگر استفاده می‌شوند، اما کتابچه راهنمای Eurostat-OECD بنگاه‌های جوان را از سایر HGE ها و اصطلاحات آنها را جدا می‌کند. اگرچه دیوید برچ^۳ اصطلاح غزال را برای HGE ها ابداع کرد، اما هرگز از غزال‌ها به عنوان بنگاه‌های جوان یا نوپا یاد نکرده است. تعریف توصیه شده از غزال در راهنمای Eurostat-OECD به این شرح است: کلیه بنگاه‌های تا ۵ سال با میانگین رشد سالیانه بیش از ۲۰ درصد در سال، در یک دوره سه ساله، باید به عنوان غزال در نظر گرفته شوند [۸]. در واقع غزال یک بنگاه با رشد بالا با کمتر از ۵ سال سابقه فعالیت است.

تک شاخ^۴ نیز که در واقع نوعی از بنگاه با رشد بالاست به اشکال مختلف تعریف می‌شود، اما به طور کلی به عنوان شرکتی دارای ارزش بیش از یک میلیارد دلار در ۱۰ سال پس از تأسیس تعریف می‌شود.

همچنین تعریف واحد و جامعی از بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) در دنیا وجود ندارد و تعاریف متنوعی در کشورها براساس معیارهایی مانند تعداد کارکنان، میزان گردش مالی، ارزش دارایی‌ها و میزان سرمایه ارائه شده است. به طور مثال مرکز آمار ایران، بنگاه‌ها را به چهار گروه: بنگاه‌های خرد (۹-۱۰ کارکن)، کوچک (۴۹-۱۰ کارکن)، متوسط (۹۹-۵۰ کارکن) و بزرگ (بیش از ۱۰۰ کارکن) طبقه‌بندی کرده، اما طبق تعریف برنامه توسعه سازمان ملل (UNDP)، بنگاه کوچک و متوسط با تعداد کارکنان کمتر از ۲۰۰ نفر تعریف می‌شود.

1. High-Growth-Potential Entrepreneurs

2. Gazelle

3. David Birch

4. Unicorn



ادبیات مربوط به HGE با گزارش «فرایند تولید شغل» توسط دیوید برچ استاد دانشگاه ام آی تی آغاز شد، که ادعا می‌کرد شرکت‌های کوچک مسئول اکثر مشاغل جدید در ایالات متحده هستند [۵]. در واقع، در زمان انتشار این گزارش، اقتصاد ایالات متحده و جهان با رکود اقتصادی، بحران‌های نفتی و نرخ بالای بیکاری دستخوش دگرگونی بزرگی بودند. بنابراین، این گزارش تأثیر زیادی بر سیاستگذاری و مطالعات اقتصادی داشت. کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان ابزار اصلی برای بازآفرینی رشد و مشاغل، به‌ویژه توسط ریگان و تاچر به‌ترتیب در ایالات متحده و بریتانیا در نظر گرفته شدند. باین حال، برچ در سال‌های بعد در استدلال خود تجدید نظر کرد و اظهار داشت که نه همه شرکت‌های کوچک، بلکه تنها تعداد محدودی از شرکت‌های کوچک با رشد بالا، که او آنها را به‌صورت استعاری «غزال» نامید، مسئول بیشترین اشتغال‌زایی هستند [۸]. پس از انتشار مطالعه برچ در سال ۱۹۷۹، محققان و اقتصاددانان به نقد و بررسی ادعای وی پرداختند. آرمینگتون^۱ (۱۹۸۶) دریافت که بین سال‌های ۱۹۷۶ و ۱۹۸۲، سهم شرکت‌های کوچک از اشتغال‌زایی در آمریکا ۵۲ درصد بوده است که با بیش از ۸۰ درصد موارد گفته شده در مطالعه برچ فاصله زیادی دارد. همچنین برخلاف ادعای برچ، دیویس و همکاران (۱۹۹۶) دریافتند که شرکت‌های کوچک‌تر نرخ خالص^۲ ایجاد شغل بالاتری ندارند، بلکه نرخ ناخالص ایجاد شغل بالاتری را نشان می‌دهند. در مطالعات متعددی تلاش شد رابطه بین اندازه بنگاه و رشد (و اشتغال‌زایی) بنگاه بررسی شود. به‌طور مثال، وین، داونفلد و الرت^۳ (۲۰۱۰) به این نتیجه رسیدند که قانون گیبرات^۴ زمانی که در سطح کل تجزیه و تحلیل شود، رد می‌شود. شرکت‌های کوچک سریع‌تر از شرکت‌های بزرگ رشد می‌کنند. باین حال، هنگامی که آنها تجزیه و تحلیل خود را در سطح صنعت انجام دادند، قانون گیبرات تقریباً در نیمی از صنایع تأیید شد. بنابراین، در مطالعه آنها، رشد یک فرایند نسبتاً تصادفی در تحلیل سطح صنعت به‌نظر می‌رسید [۹]. تحقیقات دیگری نشان می‌داد شرکت‌های «جدید» و نه صرفاً شرکت‌های «کوچک» اشتغال‌زایی بالایی دارند. هالتیوانگر^۵ (۲۰۰۶) در ارتباط با این موضوع دریافت که سن شرکت به‌جای اندازه آن با رشد ارتباط دارد. او ادعا می‌کند که وقتی سن کنترل می‌شود، هیچ رابطه سیستماتیکی بین رشد خالص اشتغال و اندازه وجود ندارد. شرکت‌های جدیدتر نسبت به هم‌تایان قدیمی خود احتمال بیشتری برای رشد بالا دارند. باین وجود، ۷۰ درصد HGE ها حداقل پنج‌ساله هستند. داونفلد و همکاران (۲۰۱۰) در مطالعه جامع خود با اعمال تعاریف مختلف از رشد بالا، دریافتند که سن شرکت تأثیر منفی قابل توجهی بر احتمال HGE بودن تقریباً در همه رگرسیون‌ها دارد. این بدان معناست که شرکت‌های جوان به احتمال بیشتری نسبت به بنگاه‌های مسن‌تر HGE هستند [۸]. طبق مطالعه دکر و همکاران (۲۰۱۴)، شرکت‌هایی که کوچک و قدیمی هستند، شرکت‌هایی با پتانسیل رشد بالا نیستند. برای شرکت‌های باقی مانده، ایجاد شغل خالص در بین شرکت‌هایی که هم کوچک و هم قدیمی می‌باشند منفی است، به‌ویژه در بین شرکت‌هایی که بیش از پنج سال عمر دارند و کمتر از ۱۰ کارمند دارند. بنابراین، به‌طور متوسط، شرکت‌های کوچک و قدیمی در حال انقباض هستند، حتی اگر شکست نخورند [۱۰].

1. Armington

۲. منظور از نرخ خالص ایجاد شغل، مابه‌التفاوت شغل‌های ایجاد شده و شغل‌های از دست رفته است.

3. Vein, Daunfeldt and Elert

4. Gibrat's Law or Gibrat's Rule

یکی از نظریه‌های مهم در مورد رابطه اندازه و رشد، قانون گیبرات بوده که ادعا می‌کند نرخ رشد شرکت مستقل از اندازه آن و تصادفی است. رابرت گیبرات این نظریه را در سال ۱۹۳۱ بیان کرده است.

5. Haltiwanger

۶. قانون یووانویچ (Jovanovic)، ۱۹۸۲، بیان می‌کند که سن و نرخ رشد یک شرکت رابطه منفی دارند.



هنرکسون و جوهانسون^۱ در سال ۲۰۱۰، یک فراتحلیل انجام دادند. آنها ۲۰ مطالعه را از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰ شناسایی کردند و برخی از ویژگی‌های مشترک را در میان HGE‌ها یافتند. آنها در تجزیه و تحلیل خود به این نتیجه رسیدند که HGE‌ها لزوماً کوچک و جوان نیستند، اما به طور متوسط، جوان‌تر و کوچک‌تر از سایر بنگاه‌ها هستند. همان‌طور که پایه ادبیات توسعه می‌یابد، به‌طور فزاینده‌ای آشکار شده است که مفروضات سیاستی در مورد سن و اندازه HGE همیشه صادق نیستند [۲]. برچ تأکید کرده است که «غزال‌ها به سرعت بین کوچک و بزرگ حرکت می‌کنند- در زمان‌های مختلف در هر جهت و طبقه‌بندی آنها براساس اندازه‌شان به معنای از دست دادن ویژگی‌های منحصر به فردشان است». در بررسی اخیر ادبیات رشد بالا، یکی از محققین نشان داد که HGE‌هایی که بیشترین رشد اشتغال را به خود اختصاص می‌دهند، مایلند بزرگ‌تر و بالغ‌تر باشند [۱۱]. تحقیقات در ایالات متحده نشان داد که HGE‌ها به‌طور متوسط ۲۵ سال سن دارند و حتی HGE‌های کوچک‌تر (با استخدام ۱-۱۹ کارمند) میانگین سنی بیشتر از ۱۷ سال دارند [۱۲]. در بریتانیا، مشخص شده است که ۷۰ درصد HGE‌ها حداقل پنج سال سن دارند [۴]. تحقیقات در اسکاتلند نشان داد که برخی از HGE‌ها بیش از ۲۵ سال سن دارند. در سراسر اروپا، یافته‌های مشابهی رخ داده است، HGE‌های دانمارکی با میانگین سنی ۱۳ سال و یک مطالعه اسپانیایی هیچ تعصبی نسبت به شرکت‌های جوان در میان HGE‌های اسپانیایی پیدا نکرد [۱۳].

مطالعه بنیاد کافمن نشان می‌دهد؛ کل رشد خالص از شرکت‌هایی با عمر کمتر از یک سال یا به بیان دیگر استارت‌آپ‌ها نشئت نمی‌گیرد و مشکل اصلی اینجاست که بسیاری از این شرکت‌های جدید به دلایل متعددی خیلی زود از چرخه کسب و کار خارج شده شغل‌های زیادی را هم نابود می‌سازند و همان‌طور که رایان دکر و همکاران می‌نویسند «بسیاری از استارت‌آپ‌ها در ۱۰ سال اول عمر خود از چرخه کسب و کار خارج می‌شوند و اغلب این کسب و کارهای جوان مشغول به فعالیت کوچک باقی خواهند ماند» [۱۴]. با توجه به تحقیق اکس و آرمینگتون (۲۰۰۴)، بنگاه‌هایی با حداقل یک کارمند و کمتر از دو سال سابقه، تنها ۱ درصد از کل اشتغال در ایالات متحده را تشکیل و در مقابل، بنگاه‌هایی با حداقل یک کارمند که بیش از ۱۰ سال سن دارند، ۶۰ درصد از کل اشتغال در ایالات متحده را تشکیل می‌دهند. دیویس و هالتیوانگر (۱۹۹۲) دریافتند که در تولید ایالات متحده، شرکت‌های یک‌ساله ۶٫۴ درصد از مشاغل جدید خالص را ایجاد کردند، برآوردی که در صنایع، مناطق، اندازه شرکت و نوع مالکیت شرکت سازگار است. بنگاه‌های جدید اقلیت ایجاد شغل ناخالص و خالص را تشکیل می‌دهند. در واقع، برای رسیدن به ۵۰ درصد از مشاغل جدید خالص که توسط بنگاه‌های جدید ایجاد می‌شوند، باید تمام بنگاه‌هایی که ۹ سال یا کمتر از عمرشان می‌گذرد، «جدید» در نظر گرفته شوند [۱۵]. بیشتر مطالعات بر روی مجموعه داده‌های مقطعی^۲ انجام شده است و مطالعات کمتری در مورد HGEs در بلندمدت وجود دارد. در این رابطه، اکس و مولر^۳ (۲۰۰۸) اثرات اشتغال شرکت‌های جدید را در بلندمدت تحلیل کردند. شواهد تجربی نشان می‌داد که تأثیر کلی اشتغال استارت‌آپ‌ها در سالی که وارد می‌شوند مثبت و بسیار قوی است، اما این تأثیر در ۶ سال کاهش می‌یابد و از بین می‌رود. آنها همچنین تفاوت‌های قابل توجهی از نظر اندازه شرکت پیدا کردند. مطابق با ادبیات HGE، اکثر شرکت‌های کوچک، به اصطلاح موش‌های (شرکت‌هایی با کمتر از ۲۰ کارمند) کوچک می‌مانند و اثرات منفی شغلی دارند. علاوه بر این، فیل‌ها (شرکت‌هایی با بیش از ۵۰۰ کارمند) در سه سال اول تأثیر اشتغال **U** شکل منفی دارند و سپس به مثبت تبدیل می‌شوند. با این حال، غزال‌ها (شرکت‌هایی با ۲۰ تا ۵۰۰ کارمند) تنها شرکت‌هایی هستند که پس از سال ورود، اثر اشتغال بلندمدت قوی ایجاد می‌کنند.

1. Henrekson & Johansson

2. Cross Section Data

3. Acs & Mueller

داده‌های مقطعی در اصطلاح به داده‌هایی از یک مقطع از جامعه آماری در یک زمان مشخص گفته می‌شود.

اسکات شین^۱ استاد اقتصاد و کارآفرینی در مقاله معروف خود در سال ۲۰۰۹ با عنوان «چرا تشویق افراد بیشتر به کارآفرین شدن یک سیاست عمومی بد است؟» با تبیین تمایز میان یک استارت‌آپ معمولی و یک کسب‌وکار با پتانسیل رشد بالا، به نقد باور عمومی تأثیر مثبت کسب‌وکارهای جدید و نوپا بر رشد اقتصادی و اشتغال می‌پردازد. از نظر شین، استارت‌آپ معمولی نوآورانه نیست، مشاغل کمی ایجاد و ثروت کمی تولید می‌کند. اکثریت افرادی که کسب‌وکارهای جدید را تأسیس می‌کنند، کارآفرین نیستند، بلکه آنها در حال تأسیس مشاغل جایگزین دستمزد هستند که بیشتر با خوداشتغالی مشترک است تا ایجاد شرکت‌های با رشد بالا. این صرفاً پدیده‌ای در ایالات متحده نیست. در میان ۳۴ کشور موجود در مجموعه داده دیده‌بان جهانی کارآفرینی، یک استارت‌آپ معمولی که بین سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۳ تأسیس شده بود، به ۱۱۴۰۰ دلار سرمایه نیاز داشت. بنابراین حتی در زمانی که شرکت‌های بزرگ و با رشد بالا مانند SAP، Google یا EasyJet تأسیس شدند، با توجه به داشتن سرمایه اولیه فراتر از این مقدار، چیزی شبیه به یک کسب‌وکار جدید معمولی نبودند. برای دستیابی به رشد اقتصادی بیشتر با داشتن استارت‌آپ‌های بیشتر، شرکت‌های جدید باید بهره‌وری بیشتری نسبت به شرکت‌های موجود داشته باشند؛ اما لزوماً این‌گونه نیست. هالتیوانگر، لین و اسپلتزر (۱۹۹۹)، داده‌های سرشماری ایالات متحده و سایر منابع را برای بررسی رابطه بین بهره‌وری شرکت و سن شرکت ترکیب کردند. نتایج نشان داد که بهره‌وری شرکت با افزایش سن شرکت افزایش می‌یابد. این بدان معناست که حداقل در ایالات متحده، متوسط شرکت‌های جدید بدتر از میانگین شرکت‌های موجود از منابع استفاده می‌کنند، لذا نباید تصور شود استارت‌آپ‌های معمولی با افزایش سن، بهره‌وری ضعیف خود را جبران می‌کند، زیرا یک استارت‌آپ معمولی در ایالات متحده پنج سال دیگر می‌میرد.

از نظر شین «این الگو منطقی است؛ زیرا نباید همبستگی مثبتی بین رشد اقتصادی و نرخ‌ی که استارت‌آپ‌های معمولی در بلندمدت شکل می‌گیرند وجود داشته باشد. با ثروتمندتر شدن کشورها، نرخ ایجاد شرکت‌های نوپا کاهش می‌یابد. ثروت اجتماعی منجر به افزایش متوسط دستمزدها می‌شود، که صاحبان مشاغل را تشویق می‌کند تا از ماشین‌آلات برای جایگزینی کارهایی که قبلاً با دست انجام می‌شد استفاده کنند. سرمایه (ماشین‌آلات) نسبت به نیروی کار در معرض صرفه‌جویی در مقیاس بزرگ‌تر است. در نتیجه، افزایش استفاده از سرمایه باعث می‌شود شرکت‌ها از نظر اندازه رشد و افرادی را استخدام کنند که در غیر این صورت برای خودشان وارد کسب‌وکار می‌شدند همبستگی بین نرخ‌های تشکیل شرکت‌های جدید و رشد اقتصادی در میان مدت تا بلندمدت نشان می‌دهد با افزایش رشد اقتصادی، تشکیل شرکت کاهش می‌یابد. به عنوان مثال، همبستگی بین نرخ رشد واقعی GNP و نرخ خوداشتغالی در فرانسه، آلمان غربی و ایتالیا بین سال‌های ۱۹۵۳ و ۱۹۸۷ و در سوئد بین سال‌های ۱۹۶۲ و ۱۹۸۷ منفی است. همان‌طور که همبستگی در ۱۹ کشور OECD با داده‌ها از سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۶ نیز تأیید می‌شود [۱۵]. همچنین شواهد زیادی وجود دارد که نشان می‌دهد وقتی دولت‌ها برای تشویق ایجاد کسب‌وکارهای جدید مداخله می‌کنند، افراد بیشتری را تشویق خواهند کرد تا شرکت‌های جدید را به‌طور نامتناسب در صنایع رقابتی با موانع کمتر برای ورود و نرخ بالای شکست راه‌اندازی کنند. این به این دلیل است که کارآفرین معمولی در انتخاب صنایع و انتخاب آنهایی که راحت‌تر هستند، بسیار بد عمل می‌کند. مشکل این است که افرادی که بیکار هستند نیز در هنگام راه‌اندازی بنگاه نسبت به افرادی که شغل خود را برای راه‌اندازی کسب‌وکار رها می‌کنند، عملکرد بدتری دارند. سیاست‌هایی که برای افزایش تعداد کل کسب‌وکارهای جدید طراحی شده‌اند، بدترین کارآفرینان را به‌صورت نامتناسب جذب می‌کنند. زولتن اکس و آرمینگتون با نگاهی به بررسی شکل‌گیری شرکت‌ها بین سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۸ در ۳۹ کلان‌شهر آمریکا دریافتند؛ در مناطقی که رشد درآمد سرانه بالاتری در سال قبل داشته‌اند، شرکت‌های بیشتری شکل گرفته است.

1. Scott Shane



به عبارتی دیگر، شکل‌گیری شرکت‌ها نتیجه رشد است و نه علت آن. دلیل این امر، اغلب رشد شرکت‌های بزرگ و وابسته به صادرات است که پول بیشتری به اقتصاد محلی برای خرج در بخش‌های کوچک محلی مانند خشک‌شویی‌ها، نجاری‌ها و رستوران‌ها تزریق کرده است. به بیان دیگر شرکت‌های بزرگ، محرک شرکت‌های کوچک هستند [۱۶]. در حدود سه چهارم افرادی که یک کسب‌وکار را شروع می‌کنند، می‌خواهند کسب‌وکار آنها کوچک باقی بماند [۱۴]. مطالعات همچنین نشان می‌دهد که بیشتر شرکت‌های جدید با هدف توسعه محصولات و فناوری‌های جدید یا تسخیر بازارهای جدید نوآوری نمی‌کنند. اکثر کسب‌وکارهای جدید به یک بازار محلی خدمات می‌دهند که اغلب بر کسب‌وکار در مقیاس کوچک با محصولات کاملاً جا افتاده یا حتی قدیمی تمرکز می‌کنند [۲]. در فنلاند، تنها حدود ۵ تا ۱۰ درصد از شرکت‌های جدید را می‌توان نوآورانه در نظر گرفت [۱۷]. در حالی که خوداشتغالی برای کارآفرینان به وضوح بهتر از بیکاری است، مشخص نیست که خوداشتغالی بر اشتغال ارجحیت داشته باشد. در واقع، کار فرد شاغل اغلب از نظر اجتماعی و اقتصادی بر خوداشتغالی ارجحیت دارد. شرکت‌های بزرگ‌تر هنوز در مقایسه با شرکت‌های تک‌نفره یا خرد دارای مزایای زیادی هستند و مطالعات نشان می‌دهد که کیفیت مشاغل، حداقل در ابتدا، به‌عنوان تابعی از اندازه شرکت بهبود می‌یابد. در مطالعه دیده‌بان جهانی کارآفرینی، «کارآفرین‌ترین» کشورهای جهان، که به‌عنوان میزان خوداشتغالی سنجیده می‌شود، اقتصادهای در حال توسعه‌ای مانند پرو و اوگاندا هستند. در این کشورها، تبدیل شدن به یک کارآفرین اغلب یک موضوع ضروری است تا یک انتخاب. در چنین کشورهایی، بنگاه‌های جدید به سختی موتوری برای رشد اقتصادی هستند. اگرچه خوداشتغالی احتمالاً در تأمین معیشت بخش‌های مهمی از جمعیت اهمیت زیادی دارد، اما مطالعات تجربی اهمیت شرکت‌های با رشد بالا را برای ایجاد شغل تأیید می‌کند [۱۴].

کادر ۱. خلاصه‌ای از سیر تحولات ادبیات نظری حوزه بنگاه با رشد بالا (HGE)

ادبیات HGE با انتشار گزارشی توسط دیوید برچ در سال ۱۹۷۹ آغاز شد که ادعا می‌کرد بنگاه‌های کوچک مسئول ایجاد اکثر مشاغل جدید در ایالات متحده هستند. این گزارش تأثیر زیادی بر سیاست‌گذاری اقتصادی در آمریکا و بریتانیا گذاشت؛ به نحوی که کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان ابزار اصلی ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در مرکز توجه قرار گرفتند. اما در سال‌های بعد مطالعات متعددی به نقد این موضوع و بررسی رابطه «اندازه بنگاه» و «رشد بنگاه» در سطح خرد و تأثیر سیاست‌های حمایت از کسب‌وکارهای کوچک بر اشتغال و رشد اقتصادی در سطح کلان پرداختند. در حالی که مطالعات بعدی نشان می‌داد در تأثیر مثبت اندازه کوچک بنگاه، بر اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی بزرگ‌نمایی شده است، متغیر «سن بنگاه» نیز در پژوهش‌های علمی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج برخی مطالعات در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ نشان می‌داد، بنگاه‌های جوان‌تر یا استارت‌آپ‌ها، پتانسیل رشد بالاتری دارند. این رابطه مثبت نیز در پژوهش‌های بعدی مورد انتقاد قرار گرفت. در دهه ۲۰۰۰، اساتید کارآفرینی از جمله اسکات شین، با افزودن متغیر «نوآوری» در تحلیل‌های خود و تفکیک استارت‌آپ‌ها به «استارت‌آپ معمولی (فاقد نوآوری)» و «استارت‌آپ با پتانسیل رشد بالا (دارای نوآوری)»، سیاست تشویق دولت به ایجاد کسب‌وکارهای جدید را زیر سؤال بردند. لذا طبق آخرین تحولات ادبیات حوزه HGE، صرفاً اندازه و سن بنگاه عوامل تعیین‌کننده اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی نیستند؛ بلکه عواملی مانند نوآوری و تجربه یا مهارت کارآفرینی را نیز باید به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده رشد بالای بنگاه لحاظ کرد و در نتیجه در حوزه سیاست‌گذاری بر اولویت حمایت از بنگاه نوآور بر استارت‌آپ معمولی، خوداشتغالی یا کارآفرینی مبتنی بر ضرورت، تأکید داشت.

ماخذ: یافته‌های تحقیق.



۴. ویژگی‌های «بنگاه با رشد بالا» و سیاستگذاری کشورهای پیشرو در حمایت از HGE

در حالی که ادبیات تجربی پیرامون HGEs به‌طور قابل توجهی در دهه گذشته گسترش یافته است، مفروضات در مورد این شرکت‌ها در سیاست عمومی نتوانسته‌اند با شواهد در حال گسترش مواجه شوند. این مسئله ممکن است به این واقعیت بستگی داشته باشد که بخش عمده‌ای از تحقیقات کارآفرینی همچنان بر روی کسب‌وکارهای با رشد بالا، فناوری پیشرفته و دارای پشتوانه سرمایه خطرپذیر مانند اپل، گوگل و آمازون متمرکز است. محققان از تأکید بیش از حد بر «مدل کارآفرینی سیلیکون ولی» انتقاد می‌کنند که در واقع «گروه کوچکی از عوامل پرت» را تشکیل می‌دهد و در عین حال عمدتاً «جهت سیاست‌های عمومی اخیر» را هدایت می‌کند [۱۳].

ماهیت ناهمگون رشد HGEs، عدم توافق نظر در مورد تعریف و روش اندازه‌گیری و در نتیجه قابلیت اندک مقایسه‌پذیری مطالعات کشورهای در این حوزه، سیاستگذاری HGE را دشوار کرده است. سؤالات اصلی تحقیق در مطالعات کشورهای مختلف این است که ویژگی‌های HGEs چیست و آیا دارای ویژگی‌های مشترک با HGEs در سایر کشورها هستند؟ چگونه گروه HGEs با استفاده از تعاریف مختلف از سایر کسب‌وکارها متمایز می‌شود و در نهایت چگونه باید برای این گروه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری شود؟ عواملی که باعث شروع و ارتقای عملکرد رشد HGEs می‌شود کدامند تا زمینه‌های رشد بالقوه درک شود و سیاست‌های عمومی مؤثر رشد، بیشتر توسعه یابند؟ برای درک عوامل مؤثر بر رشد و تسهیل‌کننده توسعه بنگاه باید ویژگی‌های صنعت، کارآفرین (سن، تحصیلات، تجربه، جنسیت)، بنگاه (سن، اندازه، نوآوری، مالی، مالکیت، منشأ) و ... بررسی شوند. در این بخش به مرور مطالعاتی در پاسخ به سؤالات فوق در برخی کشورهای پیشرو در زمینه سیاستگذاری در حوزه HGE پرداخته خواهد شد.

۴-۱. کره جنوبی

سیاستگذاران کره جنوبی حداقل از دهه ۱۹۹۰، محدود کردن سلطه شرکت‌های بزرگ و تقویت قابلیت‌های بخش SME را در اولویت قرار داده‌اند، اما پیشرفت محدود بوده و از سال ۲۰۱۰، رشد تولید ناخالص داخلی کند شده است [۱۸]. در سال ۲۰۱۳، بنگاه‌های کوچک و متوسط ۹۹٫۹ درصد از کل بنگاه‌ها و ۸۶٫۸ درصد از اشتغال را در کره تشکیل می‌دادند، اما تنها ۰٫۰۱ درصد از بنگاه‌های کوچک طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۱ به بنگاه‌های متوسط تبدیل شدند. فقدان پویایی رشد در بخش SME تا حد زیادی نشان‌دهنده سطوح پایین نوآوری پروژه‌های کارآفرینی است [۱۹].

نرخ راه‌اندازی کسب‌وکار در کره جنوبی، طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۰۶، بین ۱۴ تا ۱۸ درصد و بسیار بالاتر از میانگین ۱۱ درصدی OECD بوده است. اما پویایی کارآفرینی^۱ در کره عمدتاً توسط بنگاه‌های خرد هدایت می‌شود که به بنگاه‌های با رشد بالا تبدیل نمی‌شوند و بیشتر در بخش‌های با بهره‌وری پایین مانند خرده‌فروشی و غذا و نوشیدنی متمرکز هستند. این مسئله منجر به شکاف بهره‌وری رو به رشد نسبت به شرکت‌های بزرگ‌تر شده است. بهره‌وری در بنگاه‌های کوچک و متوسط از ۵۳٫۸ درصد نسبت به شرکت‌های بزرگ در سال ۱۹۸۸ به تنها ۳۰٫۵ درصد در سال ۲۰۱۴ کاهش یافته است. کره جنوبی یکی از بالاترین نرخ‌های فعالیت‌های کارآفرینی مبتنی بر ضرورت^۲ (یعنی کارآفرینی به دلیل نداشتن گزینه دیگری برای کار) را در میان کشورهای OECD در سال ۲۰۱۵ داشت. همچنین در سال ۲۰۱۳، در بخش صنعت کره، بنگاه‌های با رشد بالای ۴ درصد از بنگاه‌های با ۱۰ کارمند یا بیشتر را تشکیل می‌دادند که این نرخ پایین‌تر از اکثر کشورهای OECD، از جمله بریتانیا (۱۳ درصد)، آلمان (۱۰ درصد) و فرانسه (۸ درصد) است [۱۹].

1. Entrepreneurial Dynamics

2. Necessity-Driven Entrepreneurial Activities



پارک^۱، رئیس‌جمهور کره با شناخت نقاط ضعف مدل رشد سنتی کره در سال ۲۰۱۳ ابتکاری را برای تقویت یک «اقتصاد خلاق»^۲ با محوریت نوآوری، که در آن شرکت‌های نوپا و کسب‌وکارهای کوچک با رشد بالا نقش کلیدی ایفا می‌کنند، آغاز کرد. همچنین برنامه سه‌ساله نوآوری اقتصادی در سال ۲۰۱۴ با تمرکز بر اصلاحات نظارتی راه‌اندازی شد. پارک، ابتکار «اقتصاد خلاق» را با هدف ایجاد مشاغل و بازارهای جدید از طریق خلاقیت و نوآوری، تقویت رهبری جهانی کشور در اقتصاد خلاق و ترویج خلاقیت به‌طور کلی در جامعه کره آغاز کرد [۲۰]. به‌تازگی، حمایت دولت از رونق فعالیت بنگاه‌های با رشد بالا، این امید را برانگیخته است که شرکت‌های با رشد بالا می‌توانند پیشرو رشد در کره جنوبی باشند. تک‌شاخ‌های^۳ کره جنوبی در تجارت الکترونیک، فین‌تک (به‌عنوان مثال Toss)، بازی‌ها (Shift Up)، لوازم آرایشی (L&P Cosmetic)، هتل‌داری (Yanolja)، مشاغل عمده‌فروشی و خرده‌فروشی (Danggeun Market)، فضای ابری، نرم‌افزار و خدمات داده متمرکز هستند (مگازون ابر)؛ با این حال، به‌نظر می‌رسد که زمینه‌زبانی برای سرمایه‌گذاری شرکت‌ها از فرصت‌ها در علوم زیستی (مانند Aprogen)، در تجهیزات پزشکی، فناوری‌های سبز، رباتیک و زیرشاخه‌های ایجاد شده توسط هوش مصنوعی وجود دارد. منابعی که کره جنوبی برای تحقیق و توسعه (۴،۵ درصد تولید ناخالص داخلی) سرازیر می‌کند، نشان می‌دهد که ممکن است فرصت‌های فراوانی برای کارآفرینانی که مشتاق ایجاد تک‌شاخ بعدی هستند، وجود داشته باشد [۲۱]. استراتژی گسترش سرمایه‌گذاری که در سال ۲۰۱۹ برای کمک به پرورش ۲۰ تک‌شاخ تمام‌عیار راه‌اندازی شد، با اعلامیه وزارت علوم و فناوری اطلاعات و ارتباطات در ژانویه ۲۰۲۳ مبنی بر سرمایه‌گذاری ۱۲ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۷ برای کمک به ایجاد ۱۰ تک‌شاخ با فناوری عمیق تقویت شد. این پروژه تکمیل‌کننده پروژه K-Unicorn است که به دنبال شناسایی ۲۰۰ تک‌شاخ کوچک و کمک به آنها برای عبور از آستانه بزرگ‌سالی با تزریق ترکیبی از سرمایه‌های مخاطره‌آمیز دولتی و خصوصی است. علاوه بر این، وزارت بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوپا (MSS) برنامه‌های بزرگ‌تری برای این بخش در نظر گرفته است. لذا هدف این است که با غربالگری بسیاری از بنگاه‌های با رشد بالا، ۵۰۰ تک‌شاخ «مقدماتی»^۴ (به ارزش هر کدام ۵۰۰ میلیون دلار آمریکا) ایجاد شود [۲۱]. موضوع مهم دیگر این است که چه ترکیبی از سیاست‌ها ممکن است تعداد شرکت‌های با رشد بالا را افزایش دهد. بسیاری از کشورها در حال آزمایش مجموعه‌ای از سیاست‌ها هستند که می‌تواند غزال‌ها را چندبرابر کند. این سیاست‌ها شامل سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، مشوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر و تأمین مالی ریسک، ایجاد مناطق فناوری همراه با انگیزه‌های مالی، ایجاد ارتباط دانشگاه و صنعت، ایجاد انکوباتورها و شتاب‌دهنده‌ها، نوآوری‌های جمع‌سپاری و استفاده از مسابقات و جوایز برای پرورش ایده‌هاست. اما با سخت‌تر شدن یافتن ایده‌های خوب و فناوری‌های برهم‌زننده،^۵ سیاست‌های پراکنده ممکن است کمتر از یک استراتژی سیستماتیک مؤثر باشد که هدف آن ترویج شرکت‌های با رشد بالا در طیف وسیعی از صنایع تولیدی و خدماتی است. بستر این استراتژی باید سیستمی برای تولید ایده در داخل و جذب ایده‌ها از جاهای دیگر از طریق همکاری، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی هوشمند، صدور مجوز و سرمایه‌گذاری مشترک باشد. به‌عبارت دیگر، مشارکت فعال در یک سیستم نوآوری باز و جهانی شده که با سرمایه‌گذاری داخلی قابل توجه در تحقیقات پایه همراه شده، نویدبخش است. کره جنوبی تحقیقات زیادی انجام می‌دهد، اما لزوماً تحقیقات پایه‌ای برای تولید ایده جدید کافی نیست و همکاری بین‌المللی کم است [۲۱]. یک استراتژی قابل اجرا باید سیاست‌های هماهنگی را گردهم آورد که بر رقابت‌پذیری کلی بازار تأثیر بگذارد. به‌نظر بسیاری از تحلیلگران، بازار محصول کره جنوبی در مقایسه با بسیاری از اقتصادهای OECD بیش از حد تنظیم شده است. ارزیابی مجدد سیاست‌هایی که بر سرمایه ریسک، نحوه تخصیص آن و مقادیر در دسترس شرکت‌ها در مراحل مختلف کارشان تأثیر می‌گذارد، می‌تواند سودمند باشد.

1. Park Geun-Hye
2. Creative Economy
4. Preliminary
5. Disruptive

۳. اصطلاح «تک‌شاخ» برای بنگاه با رشد بالا با ارزش بیش از یک میلیارد دلار در ۱۰ سال پس از تأسیس به‌کار می‌رود.

به همان اندازه، خدمات هدایت و پشتیبانی ارائه شده به شرکت‌های بالقوه با رشد بالا برای ارتقای کیفیت کارآفرینی و بهبود قابلیت‌های مدیریتی مهم است. در بسیاری از محیط‌های موفق، اقداماتی که اقتصاد تراکم را در مراکز شهری تقویت می‌کنند، مثرتر بوده‌اند، زیرا بیشتر تک‌شاخ‌ها در مناطق بزرگ شهری متولد می‌شوند. این محیطی است که در آن طبقه خلاق، که بسیاری از خارج از کشور به آن می‌پیوندند و با مهارت‌های تخصصی می‌توانند با هم مجموعه بعدی تک‌شاخ‌ها را رشد دهند [۲۱].

همچنین OECD به سیاستگذاران کره‌ای مجموعه سیاست‌های زیر را برای ترویج رشد بنگاه‌های با رشد بالا توصیه می‌کند:

- بهبود کارآفرینی و آموزش مالی و مربی‌گری به‌ویژه در میان زنان و جوانان،
- به‌کارگیری رویه‌های ورشکستگی و سلب مالکیت که فرصت دوم را برای کارآفرینان غیرمتقلب تسهیل می‌کند،
- اجرای سیاست‌هایی برای تنوع بخشیدن به ابزارهای تأمین مالی شرکت‌های نوپا و شرکت‌های کوچک و متوسط، به‌ویژه از طریق ترویج تأمین مالی مبتنی بر بازار، استفاده از منابع خصوصی و توسعه سازوکارهای اشتراک ریسک مناسب با بخش خصوصی،
- تسهیل عرضه اولیه سهام در بازارها و تمرکز سرمایه مخاطره‌آمیز روی استارت‌آپ‌ها،
- برداشتن گام‌های بیشتری برای راه‌اندازی بازار ادغام و اکتساب (M&A) از طریق اصلاحات نظارتی،
- تسهیل مقررات ورود، به‌ویژه در بخش خدمات.

مطالعات دیگری با بررسی داده‌های شرکتی در کره جنوبی و تلاش برای شناخت ویژگی‌های بنگاه‌های با رشد بالا توصیه‌هایی برای بهبود رشد این بخش ارائه کرده‌اند.

چانگ (۲۰۲۲) مطالعه‌ای با هدف بررسی الگوهای رشد بلندمدت استارت‌آپ‌های با رشد بالا انجام داده است. شرکت‌های هدف، شرکت‌های غزال هستند که سالیانه توسط وزارت، شرکت‌های کوچک و متوسط و استارت‌آپ‌ها در کره اعلام می‌شوند. شرکت غزال توسط وزارت شرکت‌های کوچک و متوسط و استارت‌آپ‌ها در کره به شرکتی اطلاق می‌شود که توسط دولت با فروش ۱۰۰ میلیارد وون^۱ یا بیشتر و میانگین نرخ رشد فروش ۲۰ درصد یا بیشتر در طی سه سال به‌عنوان یک شرکت مخاطره‌آمیز^۲ معرفی شده است. برای شناخت الگوهای رشد بلندمدت و عوامل تعیین‌کننده استارت‌آپ‌های موفق، از داده‌های پانل ۱۵ ساله (۲۰۲۰-۲۰۰۶) شرکت استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل پانل، شدت تحقیق و توسعه، نسبت سود عملیاتی، اندازه و سن شرکت به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده رشد ذکر شده و حاشیه سود عملیاتی و شدت تحقیق و توسعه تأثیر مثبتی بر رشد دارند. قانون گیرات پشتیبانی نشده، اما **U** شکل معکوس مشاهده شده و قانون یووانویچ نیز تأیید شده است. اگرچه بسیاری از مطالعات به سودآوری به‌عنوان عامل تعیین‌کننده رشد بلندمدت اشاره نمی‌کنند، این یک عامل رشد بلندمدت مهم یک شرکت ذکر شده است [۲۲]. سنئونگ^۳ (۲۰۰۰) با قانون گیرات در کره جنوبی موافق بوده و مطالعه دیگری که توسط همین محقق انجام شده است نیز این قانون را رد می‌کند. همچنین مطالعاتی در مورد رابطه بین اندازه شرکت و نوآوری انجام شده است. نوآوری به‌عنوان عامل تعیین‌کننده رشد شرکت شناخته می‌شود. شومپیتر اشاره کرد که هرچه شرکت بزرگ‌تر باشد، نوآوری شرکت بیشتر است. در نتیجه تحقیقات زیادی برای تأیید این فرضیه انجام شده است. مطالعه شین، او و سانگ^۴ از این رابطه حمایت می‌کنند. علاوه بر این، شین (۱۹۹۹) اشاره کرد که یک رابطه **U** شکل معکوس در صنعت تولید کره و او (۲۰۲۰) در صنعت بهداشت زیستی وجود دارد. لی (۲۰۱۳) چندین محرک رشد مانند سن، تحقیق و توسعه و افزایش حاشیه سود عملیاتی را نشان می‌دهد. لی (۲۰۱۵) موضوعاتی مانند قابلیت نوآوری، مشتری‌مداری و مقیاس‌پذیری بازار را از طریق نظرسنجی بررسی می‌کند [۲۲].

1. won

2. Venture Company

3. Seong

4. Song and Oh (2010) and Oh(2020), Shin (1999)

یکی دیگر از مطالعات برجسته در مورد رشد شرکت‌ها در کره، مجموعه مطالعاتی صندوق ضمانت اعتباری کره در سال ۲۰۰۸ است. این مطالعات براساس داده‌های ۵۴۴ هزار SME است که توسط صندوق ضمانت اعتباری کره برای دوره ۲۰۰۶-۱۹۹۰ گردآوری شده است. ابتدا کیم، چو و پارک (۲۰۰۸) ورود به مرحله رشد را به ترتیب براساس زمانی که نقطه سربه‌سر به دست می‌آید و زمانی که نرخ رشد فروش ۱۵ درصد به دست می‌آید، ارزیابی می‌کنند. در نتیجه مشخص می‌شود که حدود ۴ سال طول می‌کشد تا شرکت‌های کوچک و متوسط کره‌ای وارد مرحله رشد شوند و هرچه اندازه کوچک‌تر باشد، ورود به مرحله رشد سریع‌تر است. کیم و چو (۲۰۰۸). (نشان می‌دهند که SME ها ۴ سال پس از تأسیس، مرحله استارت‌آپ را ترک می‌کنند، سپس حدود ۱۰ سال بعد به مرحله بلوغ می‌رسند و پس از ۱۶ سال به مرحله نزول می‌رسند. شرکت‌های کوچک‌تر سریع‌تر وارد مرحله بعدی می‌شوند. همچنین مطالعه نشان می‌دهد که سودآوری و ثبات مالی شرکت عوامل مهمی هستند که برای رشد و بقای بلندمدت شرکت‌های کوچک و متوسط ضروری هستند. کیم و چو (۲۰۰۸). ویژگی‌های مالی هر مرحله را نشان می‌دهند [۲۲]. مطالعه دیگری در مورد رشد بالا، مطالعه انجمن ارزش‌گذاری کره است که به تجارت فناوری می‌پردازد. از آنجا که ارزش‌گذاری فناوری براساس درآمد کل دوره بقای یک کسب‌وکار با فناوری خاص برآورد می‌شود، علاقه زیادی به رشد بلندمدت کسب‌وکار فناوری محور وجود دارد. بنابراین، این گروه به عوامل مختلفی از جمله عوامل داخلی مانند قابلیت‌های تکنولوژیکی توسط سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و قابلیت‌های داخلی که با سود عملیاتی نشان داده می‌شود، اهمیت می‌دهند [۲۲]. چو^۱ داده‌های شرکت‌های با رشد بالا را با استفاده از داده‌های بزرگ و روش‌های یادگیری ماشین^۲ بررسی می‌کند. در این مطالعه متغیرهای مرتبط با استراتژی‌ها و فعالیت‌های کسب‌وکار مانند نوآوری، سیستم‌های اطلاعاتی، برون‌سپاری، اتحادهای استراتژیک و گسترش به بازارهای بین‌المللی اضافه شده است. رشد درآمد، مدیریت کارایی، سرمایه‌گذاری دارایی و مهارت‌های مدیریت منابع انسانی در افزایش شانس بنگاه برای تبدیل شدن به یک HGE مؤثر نشان داده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که به جای اینکه یک فرایند نامنظم باشد یا صرفاً توسط ویژگی‌های ساختاری هدایت شود، رشد شرکت توسط ویژگی‌های استراتژیک درون‌زای شرکت تعیین می‌شود [۲۳].

۲-۴. اسکاتلند

اسکاتلند از سال ۲۰۰۷، ابتکارات سیاستی برای ترویج بنگاه‌های با رشد بالا را آغاز کرده است. مطالعه شرکت‌های با رشد بالا در اسکاتلند در سال ۲۰۱۲، نشان داد که اسکاتلند از نظر کسب‌وکارهای با رشد بالا در جایگاهی بالاتر از کل بریتانیا است. اگرچه اسکاتلند از نظر تعداد ورود جدید کسب‌وکار در هر سال رتبه نهم را در بریتانیا (از ۱۲ منطقه اداری دولتی) دارد، اما چندین نمونه از شرکت‌های اسکاتلندی وجود دارد که به بازیگران بزرگ جهانی مانند Skyscanner، FanDuel و Rockstar تبدیل شده‌اند [۲۴]. در سال ۲۰۱۵، اسکاتلند دارای ۱۸۶۵ شرکت با رشد بالا بود که حدود یک درصد از کل شرکت‌های اسکاتلندی را شامل می‌شود. با استفاده از رشد براساس گردش مالی، اسکاتلند ۷،۳۱ درصد از کل شرکت‌های با رشد بالا در بریتانیا را در اختیار داشت. باچلر^۳ (۲۰۱۷) به بررسی عملکرد اسکاتلند در رشد شرکت‌های موفق و با رشد بالا پرداخته است. نتایج تحقیقات وی نشان می‌دهد:

1. Chae

۲. روش‌هایی مانند LASSO، LASSO تطبیقی و تجزیه و تحلیل تصادفی جنگل استفاده شده است.

3. Bachtler

■ شرکت‌های برتر اسکاتلند با رشد بالای نسبتاً قدیمی هستند و اکثر آنها قبل از سال ۱۹۶۰ و بسیاری از آنها قبل از سال ۱۹۰۰ تأسیس شده‌اند.
■ در مقایسه با بریتانیا و ایالات متحده، اسکاتلند نسبت بیشتری از شرکت‌های جوان تر و با رشد بالا دارد (شاید در نتیجه خرید مداوم HGE های اسکاتلندی).
■ اکثریت شرکت‌های با رشد بالا (۶۲ درصد) در اسکاتلند در گلاسکو و ادینبورگ (بزرگ‌ترین شهرها) واقع شده‌اند.
■ اکثریت (۶۵ درصد) شرکت‌های با رشد بالا در اسکاتلند در بخش‌های خدمات بازرگانی و استخدام، خدمات فناوری اطلاعات، مهندسی و تولید، خرده‌فروشی و بخش بهداشت هستند.

■ بیش از یک سوم از شرکت‌های با رشد بالا در اسکاتلند توسط شرکت‌های بریتانیایی و خارجی در دو دهه گذشته خریداری شده‌اند.
میسون^۱ در سال ۲۰۱۱ مطالعه‌ای در خصوص بنگاه‌های با رشد بالا در اسکاتلند بر اساس تعریف OECD از رشد بالا و بر اساس اطلاعات پایگاه داده FAME^۲ و مصاحبه حضوری با صاحبان بنگاه‌ها انجام داده است. وی بر طبق مطالعه HGE های اسکاتلندی و بررسی برخی مطالعات در سایر کشورها، سیاست‌های همگن ترویج HGE در برخی کشورهای OECD را مورد نقد قرار داده و راهکارهایی برای اصلاح سیاستگذاری در این حوزه ارائه می‌دهد. از جمله آنکه [۲۵]:

الف) تمرکز اصلی سیاستگذاری در برخی کشورها بر شرکت‌های با فناوری پیشرفته و دانشگاه‌ها قرار گرفته، در حالی که شواهد ضعیف برای ارتباط فرضی بین شرکت‌های مبتنی بر فناوری و HGE ها وجود دارد. HGE ها در همه بخش‌ها وجود دارند. به رغم علاقه قابل توجه دانشگاهی و سیاستگذاری به شرکت‌های مبتنی بر فناوری یا «فناوری پیشرفته» شواهد تجربی تأکید می‌کنند که HGE ها مترادف با صنایع فناوری پیشرفته نیستند؛ به عنوان مثال، در انگلستان، تحقیقات نشان می‌دهد که تنها حدود ۱۵ درصد از HGE ها در بخش‌های فناوری پیشرفته فعالیت می‌کنند (براون و میسون ۲۰۱۴). تحقیق مشابهی در بلژیک نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از HGE ها در صنایعی که عموماً با فناوری پایین تلقی می‌شوند، فعال هستند [واناکر و مانینگارت ۲۰۱۰]. توزیع گسترده HGE ها در بخش‌های مختلف، همراه با فقدان ارتباط بین HGEs و بخش‌های با فناوری پیشرفته، برای اکثر کشورها برقرار است [بلدا و همکاران ۲۰۱۳] و بنابراین تأکید بر ناهمگونی بخشی HGE ها مهم است [۱۳].

محققان در پژوهشی در خصوص اسکاتلند به این نتیجه رسیدند که «تعداد بسیار کمی از اسپین‌آف‌ها به شرکت‌هایی با رشد بالا تبدیل می‌شوند». در واقع، تحقیقات تطبیقی اخیر در مورد USOs^۳ و شرکت‌های CSOs^۴ نشان داد که عملکرد سازمان‌های مدنی از نظر رشد فروش و نرخ بقا به طور قابل توجهی بالاتر است. شرکت‌هایی که توسط شرکت‌های بزرگ ایجاد می‌شوند منبع بسیار مهم‌تری برای رشد بالا نسبت به USOs هستند، به ویژه زمانی که کارآفرینان در محیط‌های شرکتی بزرگ‌تر کار کرده‌اند. شواهد نشان می‌دهد که در اکثر انواع اکوسیستم‌های کارآفرینی، دانشگاه‌ها به کانون رشد سریع شرکت‌های کارآفرین تبدیل نخواهند شد [۱۳].

ب) پیوند ضعیف بین شدت تحقیق و توسعه و HGEs وجود دارد؛ بنگاه‌های با رشد بالا به ندرت در مرزهای علم قرار دارند. اگرچه HGE ها نوآورانه هستند، اما چنین نوآوری از آزمایشگاه‌های تحقیق و توسعه ناشی نمی‌شود.

1. Mason

3. University Spin-offs

4. Corporate Spin-offs

۲. شرکت انگلیسی که اطلاعات مربوط به شرکت‌های پیشروی خصوصی و دولتی انگلستان را گردآوری می‌کند.

ج) شرکت‌های «از پیش تأسیس شده»^۱ نسبت به شرکت‌های جدید شغل بیشتری ایجاد می‌کنند.

در اسکاتلند غزال‌های واقعی (زیر پنج سال) فقط ۳ درصد از جمعیت HGE را تشکیل می‌دهند. حتی شرکت‌های فناوری HGE معمولاً بیش از ۱۰ سال سن دارند. HGE‌های مسن‌تر با احتمال بیشتری از طریق اکتساب گسترش می‌یابند، در حالی که رشد HGE‌های جوان‌تر به‌طور کلی ارگانیک است.

د) اینکه HGE‌ها به‌عنوان یک شرکت نوپا ظهور می‌کنند فرض نادرستی است.

اکثر HGE‌های اسکاتلندی از قبل زمینه رشدشان در شرکت دیگری فراهم شده بود^۲ یعنی قبلاً بخشی از یک کسب‌وکار دیگر بودند. HGE‌ها مسیر رشد ثابتی را دنبال نمی‌کنند. شرکت‌های بالقوه با رشد بالا در سازمان‌های موجود زندانی می‌شوند که در صورت آزاد شدن شکوفا خواهند شد. اکثر پشتیبانی‌ها برای استارت‌آپ‌ها، نیاز به پشتیبانی برای MBIs، MBOS و سایر تحولات شرکتی دارند.

تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که تعداد قابل توجهی از HGE‌ها از شرکت‌های موجود که دوره‌ای از تغییرات سازمانی مانند «خرید به قصد خصوصی‌سازی توسط مدیران شرکت (MBO)»^۳ و «خرید سهام کنترلی با حفظ مدیران شرکت (MBI)»^۴ را انجام می‌دهند، پدید می‌آیند.^۵ در حالی که روش غالب برای رشد اکثر SME‌ها، رشد ارگانیک است و البته بسیاری از آنها رشد نمی‌کنند، ادبیات موضوع دریافته است که سایر مدل‌های رشد به‌طور فزاینده‌ای توسط HGE‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند.

به‌عنوان مثال، بخش قابل توجهی از HGE‌های بریتانیا در فعالیت تصاحب و ادغام شرکت نقش دارند. با نگاهی به دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۳، تقریباً ۲۰ درصد از HGE‌های شناسایی شده در یک مطالعه در انگلستان، یک یا چند خرید انجام داده بودند [۱۳].

ه) اینکه HGE‌ها عمدتاً دارای پشتوانه VC هستند، فرض نادرستی است.

شواهد تجربی اخیر از انگلستان نشان می‌دهد که تنها بخش کوچکی از HGE‌های بریتانیا دارای پشتوانه VC هستند. معمولاً ۱ تا ۲ درصد از SME‌های بریتانیا به‌دنبال VC یا سایر اشکال سرمایه مالی هستند. مطالعه‌ای بر روی استارت‌آپ‌های با رشد بالا در سال ۲۰۰۲ نشان داد که تنها ۴ درصد از آنها از سرمایه خطرپذیر استفاده می‌کردند، در حالی که اکثریت یا از منابع مالی داخلی خود یا از تأمین مالی معمولی مانند وام استفاده می‌کردند. مطالعه‌ای که HGEs را در ایالات متحده و بریتانیا بررسی می‌کرد، به صراحت به این نتیجه رسید که سرمایه‌گذاری‌های سهام «مناسب‌ترین نوع تأمین مالی برای شرکت‌های با رشد بالا» است [۱۳].

در نهایت مطالعه میسون در سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد HGE‌ها در همه طیف‌های سنی و اندازه، همه بخش‌ها و همه اشکال سازمانی یافت می‌شوند؛ بنابراین باید قوانین واجد شرایط بودن را تا حد امکان انعطاف‌پذیر نگه داشت.

همچنین یکی از عوامل رشد، پیشینه کارآفرینان با رشد بالاست. میسون و براون (۲۰۱۳) روی ۲۲ شرکت با رشد بالا در اسکاتلند مطالعه کردند. آنها دریافتند که تجربه کسب‌وکار یک عامل بسیار ضروری در موفقیت شرکت است. زمینه رشد ۱۳ شرکت از آنها قبلاً در کسب‌وکار دیگری فراهم شده بود و کارآفرینی نو در گروه HGE نسبتاً نادر بود [۲۵].

1. Stablished
2. Were Pre-Incubated
3. Management Buy Out (MBO)
4. Management Buy-in (MBI)

۵. ترجمه عبارات Management buyout (MBO) و Management buy-in (MBI) از منبع فرهنگ اصطلاحات مالی و سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاری (investopedia.ir) آورده شده است.

۳-۴. ترکیه

در ترکیه، به‌عنوان یک کشور در حال توسعه، HGE ها در هسته سیاست‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) قرار گرفته‌اند. در برنامه راهبردی ملی ترکیه (برنامه دهم توسعه، ۲۰۱۸-۲۰۱۴)، هدف اصلی سیاست‌های SME و کارآفرینی، اولویت‌بندی و حمایت از شرکت‌های بارشد بالا، شرکت‌های دارای پتانسیل رشد و همچنین SME های نوآور و کوچک و متوسط تعریف شده است [۸]. با وجود تلاش برای تدوین برنامه‌های خاصی به‌منظور حمایت از HGE ها، به‌دلیل جدید بودن ادبیات موضوع، مطالعات کمی در این زمینه در ترکیه وجود دارد. گوزل و گیرای (۲۰۱۴) ادبیات و اجرای سیاست‌ها را از سایر کشورها و انتشارات OECD گردآوری کرده‌اند. در مطالعه کانسیز (۲۰۱۳) ^۱ پیشینه اجتماعی ۳۲ کارآفرین بارشد بالا در مناطق توسعه فناوری در ترکیه تجزیه و تحلیل شده است. براساس این مطالعه، کارآفرینان HGE به احتمال زیاد دارای تجربه کسب و کار قبلی، تحصیلات عالی، ^۲ تحصیلات پیش دبستانی، تجربه صادرات، فعال در برنامه‌های شبکه اجتماعی و آماده همکاری هستند [۸]. مطالعه دمیرز (۲۰۱۶) ^۴ به تجزیه و تحلیل ویژگی‌های HGE در ترکیه و اینکه آیا HGEs در ترکیه ویژگی‌های مشترکی با سایر HGEs در کشورهای دیگر دارند، پرداخته است. در بخش تجربی این مطالعه، دو دوره انتخاب شده است: داده‌ها شامل ۷۹۵۰ بنگاه کوچک و متوسط برای سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۶ و ۱۴۳۷۲ بنگاه کوچک و متوسط برای سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۰، بوده است تا تداوم رشد بلندمدت نیز بررسی شود. لذا ابتدا بررسی شده که آیا یافته‌های این مطالعه و ویژگی‌های مشترک HGEs سازگار هستند یا خیر و سپس تداوم رشد بالا در دوره‌های چهارساله و بین آنها مطالعه شده است. این موضوع نشان می‌دهد که چگونه HGE ها می‌توانند به‌عنوان یک ابزار سیاست استفاده شوند [۸].

جدول ۱. مقایسه یافته‌های مطالعه دمیرز (۲۰۱۶) در ترکیه و مطالعات قبلی در سایر کشورها

ویژگی‌های رایج HGEs در سایر مطالعات	ویژگی‌های رایج HGEs در مطالعه ترکیه
HGE ها نسبتاً جوان و کوچک، اما به‌ندرت نوپا هستند.	HGE ها نسبتاً جوان و کوچک هستند. در حالی که سهم عمده رشد توسط شرکت‌ها با کمتر از ۲۰ کارمند ایجاد می‌شود، شرکت‌های بزرگ‌تر مشاغل بیشتری از دست می‌دهند.
نسبت کوچکی از شرکت‌ها به‌صورت نامتناسب، مشاغل و ثروت بیشتری ایجاد می‌کنند (۱ تا ۱۰٪ از شرکت‌ها از ۵۰٪ تا ۱۰۰٪ خالص شغل را ایجاد می‌کنند).	نسبت کوچکی، اما به‌طور قابل‌توجهی بیشتر از نتایج مطالعات قبلی خالص اشتغال‌زایی را ایجاد می‌کنند (۱۰٪ تا ۳۹٪ از شرکت‌ها از ۵۰٪ تا ۱۰۰٪ خالص اشتغال‌زایی).
HGE ها را می‌توان در تمام صنایع و مناطق یافت.	HGE در هر منطقه و صنعت وجود دارد و متناسب با توزیع کلی صنعتی و جغرافیایی است.
شرکت‌های با فناوری بالا در گروه HGE ها بیش از حد حضور ندارند.	نمایندگی HGE در صنایع با فناوری پیشرفته کمی بالاتر از نمایندگی کلی شرکت است، اما به‌طور قابل‌توجهی در صنایع خدماتی بالاتر است.
رشد HGE خطی نیست، بلکه نامنظم است.	رشد بالا خطی نیست، اما آن‌گونه که در مطالعات قبلی دیده شده است، یک رویداد یک‌باره نیست. HGEs در این مطالعه تمایل به ماندگاری بالاتری در عملکرد برجسته خود دارند.

مآخذ: [۸]

1. Cansız
2. Highly Educated
3. Preschool Educated
4. Demirez



در مطالعه دیگری در خصوص عوامل تعیین‌کننده رشد بنگاه‌های با رشد بالا در بخش تولید^۱ ترکیه، با استفاده از آمار بخش کسب و کار مؤسسه آمار ترکیه،^۲ طی دوره ۲۰۱۴-۲۰۰۳ تلاش شده تا ویژگی‌های HGES در بخش تولید ترکیه بررسی و عوامل مؤثر بر عملکرد آنها شناسایی شود. یافته‌های تحقیق در مورد عواملی که به رشد شرکت‌های با عملکرد بالا در بخش تولید ترکیه کمک می‌کند تا حد زیادی با ادبیات موجود و در نتیجه با انتظارات قبلی مطابقت دارد. در بین عوامل مورد تجزیه و تحلیل، سرمایه انسانی در مقایسه با سایر عوامل، بیشترین تأثیر را بر عملکرد رشد شرکت‌ها دارد. همچنین عملکرد رشد قبلی شرکت‌ها به‌طور قابل توجهی بر پتانسیل رشد آینده شرکت‌های بزرگ، متوسط و کوچک تأثیر می‌گذارد [۲۶].

در این مطالعه هم توزیع HGES و هم نتایج تجربی رابطه مثبت اندازه کوچک و عملکرد رشد بالا را حمایت می‌کند. یکی دیگر از یافته‌های مهم تحلیل اقتصادسنجی این است که HGES در بخش تولید ترکیه تمایل به سرمایه انسانی با تحصیلات و آموزش عالی دارند. عمدتاً سه مفهوم سیاستی وجود دارد که این مطالعه به سیاستگذاران پیشنهاد می‌کند. در تشویق رشد بالای شرکت‌ها در بخش تولید، اولین و مهم‌ترین بینش این است که شرکت‌ها در حفظ عملکرد رشد بالای خود با مشکل مواجه هستند. بنابراین، سیاستگذاران باید بر حوزه‌هایی تمرکز کنند که شرکت‌ها در تقویت قابلیت‌ها با مشکلاتی مواجه هستند و ابزاری برای غلبه بر این مشکلات برای آنها فراهم کنند. دومین مفهومی که سیاستگذاران باید در نظر بگیرند، اهمیت تفاوت‌ها در عوامل خاص شرکت (یعنی اندازه) است. برای شرکت‌های بخش تولید ترکیه، به‌نظر می‌رسد که شرکت‌های کوچک و متوسط پتانسیل رشد بالاتری دارند و به‌نظر می‌رسد تأثیر عوامل رشد بسته به اندازه متفاوت است. به‌عنوان مثال، تحقیق و توسعه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد رشد شرکت‌های بزرگ دارد و در مورد شرکت‌های با اندازه‌های مختلف تأثیر حداقلی (شرکت‌های متوسط) یا منفی (شرکت‌های کوچک) دارد. مفهوم سوم این است که سرمایه انسانی در میان سایر عوامل بیشترین سهم را در عملکرد رشد همه انواع شرکت‌ها به‌استثنای شرکت‌های خرد دارد. بنابراین، سیاستگذاران باید در اقداماتی سرمایه‌گذاری کنند که قابلیت‌های سرمایه انسانی را در بخش تولید ترکیه افزایش دهد. محدودیت اصلی این مطالعه این است که به تجزیه و تحلیل HGES در بخش کلی تولید می‌پردازد. از این رو، مطالعات آینده باید عملکرد HGES را در بخش‌های فرعی تجزیه و تحلیل کند تا مشخص شود به‌طور نمونه آیا نتایج بین بخش‌های تولیدی با فناوری پیشرفته و غیرفناوری پیشرفته متفاوت است یا خیر [۲۶].

۵. جمع‌بندی و درس‌هایی برای ایران



رویکرد حمایت از «بنگاه با رشد بالا (HGE)» به‌عنوان ابزاری نوین برای اهداف افزایش رشد اقتصادی و اشتغال در سال‌های اخیر مورد توجه سیاستگذاران قرار گرفته است. مطالعات بنگاه‌های با رشد بالا بینش‌های مفیدی ارائه می‌کنند که به‌نظر می‌رسد سیاست‌های حمایت از کارآفرینی و کسب و کار را به‌طور چشمگیری تغییر می‌دهد. بررسی ادبیات و تجربیات کشورهای پیشرو در ترویج بنگاه‌های با رشد بالا، حاوی دلالت‌هایی برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در حمایت از SME ها در ایران با هدف ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی است:

۱- اهمیت معیار «نوآوری» در حمایت از کسب و کارها در مقایسه با معیارهایی همچون اندازه بنگاه، سن بنگاه و مبتنی بر دانش و فناوری بودن:

با مروری بر تحولات ادبیات نظری «بنگاه با رشد بالا» از دهه ۱۹۸۰ میلادی تاکنون می‌توان دریافت تمایز ساختارهای تولید به دو گروه بنگاه بزرگ و بنگاه کوچک و لذا تأکید صرف بر اندازه بنگاه و تأثیر آن بر رشد اقتصادی و اشتغال کم‌رنگ شده و سیر پیشرفت مطالعات حوزه نظری و تجربی نشان داده است که ویژگی‌های دیگری مانند سن بنگاه، نوآوری، مهارت و تجربه کارآفرین و ... نیز باید در کنار ویژگی اندازه بنگاه

1. Manufacturing

2. Turkish Institute of Statistics (Turkstat)

مورد توجه قرار گیرد. برخی ویژگی‌های بنگاه‌های با رشد بالا، به صورت نتایج مشابه و مشترک در مطالعات کشورهای مختلف مورد تأیید قرار گرفته‌اند که در سیاستگذاری با هدف رشد اقتصادی و اشتغال در ایران نیز می‌تواند لحاظ شود. از جمله:

● تمرکز اصلی سیاستگذاری در برخی کشورها بر شرکت‌های با فناوری پیشرفته و دانشگاه‌ها یا حمایت از تحقیق و توسعه قرار گرفته، در حالی که مطالعات نشان می‌دهد شواهد ضعیفی برای ارتباط فرضی بین شرکت‌های مبتنی بر فناوری و دانش بنیان با بنگاه‌های با رشد بالا وجود دارد. HGE ها در همه بخش‌ها وجود دارند.

● مطالعات نشان می‌دهد اینکه بنگاه با رشد بالا به صورت یک بنگاه نوپا یا استارت‌آپ ظهور می‌کند فرض نادرستی است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها در سال‌های اولیه فعالیت خود از چرخه کسب و کار خارج می‌شوند. تجربه کارآفرین یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و عوامل موفقیت وی در رشد کسب و کار است.

● بنگاه کوچک و قدیمی نباید در زمره بنگاه‌های با رشد بالا و مورد حمایت دولت محسوب شود، چراکه این گروه از بنگاه‌ها نتوانسته‌اند پتانسیل رشد و پیشرفت را در سال‌های فعالیت خود نشان دهند و از حمایت از کسب و کارهای قدیمی فاقد نوآوری و با انگیزه‌های خوداشتغالی و معطوف به ارائه خدمات محدود و محلی باید اجتناب شود.

● «نوآوری» ویژگی کلیدی رشد HGE ها است. بنگاه‌های با رشد بالا در اکثر مطالعات، بنگاه‌های نوآور، جوان، اما دارای تجربه کسب و کار و دارای نیروی انسانی کارآمد هستند. بنگاه جدید نیز در صورت دارا بودن ویژگی‌هایی مانند نوآور بودن داشتن انگیزه رشد و تجربه کسب و کار باید مورد توجه قرار گیرد.

لذا دلالت نتایج مطالعات این حوزه برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در حمایت از SME ها در ایران با هدف اشتغال و رشد اقتصادی می‌تواند این باشد که از تأکید بیش از حد بر حمایت از بنگاه کوچک نوپا، بنگاه کوچک قدیمی و فاقد نوآوری و انگیزه رشد، بنگاه با فناوری پیشرفته (دانش بنیان) باید اجتناب شود.

۲ لزوم اولویت‌گذاری در حمایت از «بنگاه با رشد بالا» نسبت به حمایت از خوداشتغالی، بنگاه فاقد نوآوری و بنگاه خرد:

سیاست‌های کارآفرینی عمومی و SME، شرکت‌های معمولی را از شرکت‌های با پتانسیل بالا متمایز نمی‌کند. در سیاستگذاری با هدف تقویت رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال باید این واقعیت در نظر گرفته شود که بیشتر بنگاه‌ها رشد نمی‌کنند یا شغل جدید ایجاد نخواهند کرد. مطالعات نشان می‌دهد با ثروتمندتر شدن کشورها، نرخ ایجاد بنگاه‌های نوپا و خوداشتغالی کاهش می‌یابد. لذا باید میان مفهوم استارت‌آپ معمولی، خوداشتغالی یا کارآفرینی مبتنی بر ضرورت با استارت‌آپ نوآور و با رشد بالا تفاوت قائل شد. اگرچه خوداشتغالی از بیکاری بهتر است و می‌تواند تأثیر مثبتی بر تأمین معیشت داشته باشد، اما بنگاه با رشد بالا تأثیرات به مراتب قوی‌تری بر اشتغال و رشد اقتصادی در سطح کلان خواهد داشت. در واقع سیاستگذاران باید تلاش کنند مانند سرمایه‌گذاران خطرپذیر فکر کنند و زمان و پول را روی کارآفرینان خارق‌العاده متمرکز کنند و کمتر نگران کارآفرینان معمولی باشند.

حمایت از بنگاه با رشد بالا با توجه به تأثیر قابل توجه بر رشد و اشتغال در مقایسه با حمایت از خوداشتغالی و کسب و کارهای خرد با تأثیر اندک بر رشد و اشتغال باید در قوانین، برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی در اولویت قرار گیرد.

۳ نیاز به گردآوری داده در سطح بنگاه‌های اقتصادی کوچک برای برنامه‌ریزی دقیق‌تر در حوزه کارآفرینی:

ممکن است ویژگی‌های HGEs در کشورهای مختلف متفاوت باشند و در عین حال ویژگی‌های مشترکی نیز با HGEs در سایر کشورها داشته باشند. لذا باید برای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری، عواملی که باعث شروع و ارتقای عملکرد رشد HGEs در هر کشور می‌شود، بررسی گردد تا زمینه‌های رشد بالقوه درک شود و سیاست‌های عمومی مؤثر بر رشد، توسعه یابد. برای درک عوامل مؤثر بر رشد و تسهیل‌کننده توسعه بنگاه با رشد بالا باید ویژگی‌های صنعت، کارآفرین (مانند سن، تحصیلات، تجربه، جنسیت)، بنگاه (مانند سن، اندازه، نوآوری، ثبات مالی، مالکیت، فرایند رشد بنگاه) و ... بررسی شوند و تمام تعاریف، روش‌ها و سیاست‌های رشد باید بر اساس ویژگی‌های منطقه‌ای یا ملی



طراحی شوند تا سیاست‌های موفق HGE تنظیم شود. برای درک عوامل مؤثر بر رشد HGE در ایران و سیاست‌گذاری دقیق، نیاز به اطلاعات و داده در سطح بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است. ضعف مطالعات در حوزه بنگاه بارش بالا در ایران عمدتاً ناشی از ضعف اطلاعات در سطح داده خرد شرکت‌هاست و گردآوری داده باید در برنامه‌ریزی‌های آتی لحاظ شود.

۴ لزوم ترویج ادبیات جدید حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار در جهت تقویت سیاست‌گذاری:

در حالی که حوزه ادبیات کارآفرینی و کسب‌وکار در دنیا به سرعت در حال تحول و پیشرفت است و ادبیات تجربی پیرامون HGEs به‌طور قابل توجهی در دهه گذشته گسترش یافته، اما در ایران همچنان و تنها رویکرد «محیط کسب‌وکار» در پژوهش، سیاست‌گذاری و قانونگذاری در مرکز توجه قرار دارد و مطالعه و بررسی پیشرفت‌های نظری این حوزه در کشور مغفول مانده است. ترویج ادبیات جدید کارآفرینی و بینش جدید در حوزه مطالعات کسب‌وکار می‌تواند به بهبود سیاست‌گذاری و عملکرد در این حوزه منجر شود، اما اصلاح سیاست‌های عمومی شکست خورده در قبال کارآفرینی در نهایت نیازمند اراده سیاسی است.

منابع و مآخذ

- [1]. Autio E. 2005. GEM 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor: London.
- [2]. Hyvärinen, J., and A-M. Rautiainen (2006). Innovaatio toiminnalla kilpailukykyä, kasvua. Tekes Teknologia katsaus 188/2006.
- [3]. Henrekson, M., & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation, Small Business Economics, 35:227–244.
- [4]. NESTA. (2009). The Vital 6 Percent: How High-Growth Innovative Businesses Generate Prosperity and Jobs, London, National Endowment for Science, Technology and the Arts.
- [5]. Birch, D. L. (1979). The Job Generation Process. Cambridge, M.A.: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- [6]. Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics, 2007 edition.
- [7]. F. FLACHENECKER J. GAVIGAN X. GOENAGA BELDARRAIN, High growth Enterprises: demographics, finance & policy measures, 2020.
- [8]. Demirez, Murat, “High Growth Firms: As a Policy Option in Turkey,” 2016, Accessed: 00, 2021. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/11511/92082>.
- [9]. Davis, S. J., Haltiwanger, J., & Schuh, S. (1996). Small Business and Job Creation: Dissecting the Myth and Reassessing the Facts. Small Business Economics 8:, 297-315.
- [10]. Decker, R., J. Haltiwanger, R. Jarmin, and J. Miranda. “The role of entrepreneurship in U.S. job creation and economic dynamism.” Journal of Economic Perspectives 28:3 (2014): 3–24.
- [11]. Audretsch, David B, Determinants of High-Growth Entrepreneurship, Report prepared for the OECD/DBA International Workshop on High-growth firms: local policies and local. determinants II Copenhagen, 28 March 2012 University of Indiana – United States
- [12]. Acs, Z. J., & Mueller, P. (2008). Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants. Small Business Economics, 30:85–100.
- [13]. Brown, R., Mawson, S., and Mason, C. (2017) Myth-busting and entrepreneurship, policy: the

case of high growth firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, (doi:10.1080/08985626.2017.1291762).

[14]. اتکینسون، رابرت و مایکل لند، «بزرگ زیباست، اسطوره‌زدایی از کسب‌وکارهای کوچک»، ترجمه حمید پاداش، علی نیکونستی و بهمن خدایانه، نشر نهادگرا، ۱۳۹۹.

[15]. Scott Shane, Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy, *Small Bus Econ* (2009) 33:141–149 DOI 10.1007/s11187-009-9215-5.

[16]. Carlson, Richard, The Small Firm Exemption and the Single Employer Doctrine in Employment Discrimination Law, *St. John's Law Review*, 2012.

[17]. KTM – The Ministry of Trade and Industry in Finland (2004b). *Kasvuyrittäjyyden, neuvonantoryhmn muistio. KTM Julkaisuja 34/2004*.

[18]. Petersen, Ditte Rude and Nadim Ahmad, High-Growth Enterprises and Gazelles – Preliminary And Summary Sensitivity Analysis, available at: HIGH-GROWTH ENTERPRISES AND GAZELLES – SENSITIVITY ANALYSIS (oecd.org).

[19]. OECD, PROMOTING INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP, Korea Policy Brief, October 2016.

[20]. OECD, Better Policies” Series KOREA Policy priorities for a dynamic, inclusive and creative economy OCTOBER 2015.

[21]. Yusuf, Shahid, (2022), Farming Unicorns: Can South Korea Reboot Its Growth Strategy? Available at: Farming Unicorns: Can South Korea Reboot Its Growth Strategy? > Articles | (globalasia.org).

[22]. Chang-Ryong Ko, Jong Yun Lee, Sung-Soo, Long-term Growth Patterns and Determinants of High-growth Startups – Focusing on Korean Gazelle Companies during 2006-2020, *Asian Journal of Innovation and Policy* (2021) 10.3:330-354.

[23]. Chae, HC. In search of gazelles: machine learning prediction for Korean high-growth firms. *Small Bus Econ* 62, 243–284 (2024). <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00760-8>.

[24]. Bachtler, Viktoria, Fraser of Allander Institute (2017) The performance of Scotland's high growth companies. *Fraser of Allander Economic Commentary*, 41 (4). pp. 68-78. ISSN 2046-5378.

[25]. Mason, Colin, Creating Good Public Policy to Support High Growth Firms Hunter Centre for Entrepreneurship University of Strathclyde Glasgow, Scotland, UK EPRC Seminar 16th February 2011.

[26]. Utku-ismihan, Fatma M and M. Teoman Pamukçu, Determinants of Growth Performance of High Growth Firms: An Analysis of The Turkish Manufacturing Sector, *The Economic Research Forum (ERF)*, 2020.

گزیده سیاستی

در برنامه‌ها و سیاست‌های حمایت از تولید و اشتغال باید از تأکید بیش از حد بر حمایت از بنگاه کوچک نوپا و فاقد تجربه، بنگاه کوچک قدیمی و فاقد نوآوری و انگیزه رشد، بنگاه با فناوری پیشرفته (دانش‌بنیان) اجتناب شود و بر نوآور بودن بنگاه تأکید شود.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir