



توسعه اکوسیستم کارآفرینی از طریق سرمایه‌گذاری خارجی

آیت حسینی

مشاور توسعه و سرمایه‌گذاری کسب و کارهای نوآور و فناوری

Hosseini.ayat@gmail.com

در سال‌های اخیر صحبت در مورد اکوسیستم کارآفرینی شدت زیادی گرفته است و همه بازیگران عرصه کارآفرینی به نوعی به آن اشاره می‌کنند. اگر چه وقتی در مورد اکوسیستم صحبت می‌کنیم باید مدنظر داشته باشیم که اکوسیستم شامل اجزا و عوامل بسیاری است و در صورتی می‌توانیم در مورد اکوسیستم بحث کنیم که تعامل همزمان همه‌ی اجزا و عوامل در آن وجود داشته باشد و در نظر گرفته بشود. اغلب اوقات نهادها و افراد تصمیم گیر تنها یک یا دو عنصر از اکوسیستم کارآفرینی را مورد تاکید قرار می‌دهند که باعث می‌شود بسیاری از تلاش‌ها در جهت رشد و توسعه کارآفرینی نتیجه‌ی مورد انتظار را نداشته باشد. با وجود پیشرفت‌هایی که در سال‌های اخیر ایجاد شده است، برخی از عناصر اکوسیستم کارآفرینی در کشور هنوز توسعه نیافته‌اند، پیوندهای حیاتی خاصی فراموش شده‌اند و بعضی عوامل کلیدی هنوز غایب هستند. یکی از اجزایی که تأثیر زیادی بر توسعه اکوسیستم کارآفرینی در کشور دارد سرمایه‌گذاری خارجی است. جریان‌های سرمایه‌ای و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم در راستای توسعه اقتصاد، نقش مهمی را در زمینه رشد و توسعه‌ی کارآفرینی در کشورها دارد.

براساس برنامه‌ی ششم توسعه برای تحقق به اهداف تعیین شده نیازمند رشد اقتصادی متوسط سالانه‌ی 8 درصدی در اقتصاد ایران هستیم. با توجه به ظرفیت کشور به‌طور طبیعی بخشی از رشد اقتصادی هدف‌گذاری شده باید از طریق سرمایه‌گذاری خارجی پوشش داده شود که برآوردهای انجام شده در مورد حجم این سرمایه‌گذاری عددی بین 28 تا 50 میلیارد دلار در سال¹ است. با توجه نوع اقتصاد کشور تمرکز این سرمایه‌گذاری نیز باید بیشتر بر بنگاه‌های کوچک و متوسط باشد. منظور از بنگاه‌های کوچک و متوسط در این‌جا بنگاه‌های دارای مالکیت خصوصی است که نیروی انسانی شاغل در آن‌ها کم‌تر از 50 نفر (برای بنگاه‌های کوچک) یا بین 50-99 نفر (برای بنگاه‌های متوسط) هستند و مدل کسب‌وکار آن‌ها، مبتنی بر تولید محصولات یا ارائه‌ی خدمات است.

وجود مشکلات متعدد در روابط تجاری خارجی باعث شده است تاکنون اهداف مورد نظر تحقق نیابند و رکود اقتصادی همچنان ادامه داشته باشد. اما وجود فرصت‌های جذاب در حوزه‌ی کسب و کارهای نوپا (start up) یکی از راه‌هایی است که می‌توان از آن طریق سرمایه‌گذاری خارجی در کشور را افزایش داد و به رشد ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در کشور کمک کرد.

تجربه‌ی کشورهایی مانند چین و هند نشان‌دهنده‌ی اهمیت این موضوع است. گزارش 2016 اکوسیستم کارآفرینی هند نشان می‌دهد بیش از 3 هزار استارت‌آپ در سال 2015 در این کشور فعالیت داشته‌اند که موفق به جذب 3.5 میلیارد دلار سرمایه تنها در نیمه‌ی اول این سال شده‌اند. تعداد سرمایه‌گذاران فعال در این کشور از 220 عدد در سال 2014 به 490

¹. موتور معیوب رشد 8 درصدی (دنیای اقتصاد، شماره 3656)



عدد در سال 2015 افزایش یافته است که در میان این سرمایه‌گذاران، نام‌های بین‌المللی مانند سکویا کپیتال^۲، اینتل کپیتال، نسپر^۳، فیدلیتی گروث^۴ و ... حضور دارند.

تسهیل حضور سرمایه‌گذاران خارجی خطرپذیر علاوه بر رشد حجم سرمایه‌گذاری‌های خارجی در کشور می‌تواند تجربه‌ی انجام صحیح این نوع سرمایه‌گذاری را برای کشور به ارمغان آورد و چالش‌های این بخش را کاهش دهد.

این در حالی است در چند سال اخیر اگر چه کم‌کم فرهنگ کارآفرینی در حال شکل گرفتن در کشور است؛ اما وضعیت شاخص‌های کارآفرینی در کشور نشان از آن دارد که تا نقطه‌ی مطلوب هنوز فاصله‌ی بسیاری داریم. مرجع مناسب برای بررسی این موضوع گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۵ است.

دیده‌بان جهانی کارآفرینی شاخصی بین‌المللی برای سنجش وضعیت کارآفرینی در کشورهای جهان است که در سال 1997 ایجاد شده است. دیده‌بان جهانی کارآفرینی یک کنسرسیوم دانشگاهی متشکل از تیم‌های علمی - پژوهشی گوناگون است. مأموریت اصلی این کنسرسیوم جهانی، تحلیل و عرضه‌ی اطلاعات پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح ملی و در مقایسه کشورهای مختلف با یکدیگر است. ایران نیز از سال 2007 میلادی به این شاخص پیوست و دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران وظیفه‌ی پایش این شاخص را در ایران برعهده گرفت.

نتایج وضعیت ایران در زیرشاخص‌های مختلف دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال‌های 1393 و 1394 در جدول زیر با هم مقایسه شده‌اند:

شاخص‌ها	سال	درصد	رتبه ایران	شاخص‌ها	سال	درصد	رتبه ایران
درک فرصت‌های کارآفرینانه	1393	28	54	درک قابلیت‌های	1393	59	20
	1394	40	36	کارآفرینانه	1394	62	12
قصد کارآفرینانه	1393	25	21	نرخ ترس از شکست	1393	35	26
	1394	38	13		1394	40	32
توجه رسانه ای به کارآفرینان	1393	55	43	کارآفرینی نوپا	1393	16	21
	1394	58	41		1394	17	23
کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب	1393	52	49	کارآفرینی تثبیت‌شده	1393	11	14
	1394	56	43		1394	7	10
منزلت اجتماعی کارآفرینان	1393	76	13	نرخ خروج از کسب و کار	1393	6	56
	1394	82	5		1394	4	56

² . Sequoia Capital

³ . Naspers

⁴ . Fidelity Growth Partners

⁵ Global Entrepreneurship Monitor



نکته‌ی مهمی که در تحلیل جدول فوق به چشم می‌خورد این است که اگر چه در سال‌های اخیر وضعیت ایران از نظر توجه به کارآفرینی و آغاز کسب‌وکارهای نوآورانه در قالب استارت‌آپ‌ها بهبود قابل توجهی یافته است؛ اما هنوز از نظر نرخ تبدیل استارت‌آپ‌ها به کسب‌وکارهای تثبیت شده و موفق فاصله‌ی بسیاری با کشورهای برتر جهان داریم. این امر اگر چه به شاخص‌های اقتصاد کلان کشور و وضعیت رکودی کنونی نیز مرتبط است و اگر چه نیازمند خلق یک مدل بومی در زمینه‌ی چگونگی توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک نوپا و تبدیل آن‌ها از استارت‌آپ به کسب‌وکارهای تثبیت شده هستیم؛ اما در عین حال نباید فراموش کرد که نیازی به اختراع دوباره‌ی چرخ در بسیاری از حوزه‌ها نیست و استفاده از تجارب موفق خارجی در قالب جلب سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند باعث سرعت بخشیدن به روند رو به رشد کارآفرینی در کشور شود. هر چقدر ورود سرمایه‌گذاران خارجی در دو سال اخیر در حوزه‌های صنایع سنتی و کارخانه‌محور مورد استقبال قرار گرفته، بهره‌گیری از سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه‌های دانش‌بنیان نیز می‌تواند مطلوبیت‌های خاص خود را داشته باشد.

برای درک بهتر موضوع اجازه دهید تا برخی از مزایای ناشی از ورود سرمایه‌گذاران خارجی به کشور در حوزه‌های دانش‌بنیان را بررسی کنیم. یکی از چالش‌های موجود در این زمینه سرمایه‌گذاری در دوره‌های مختلف بر روی یک استارت‌آپ توسط سرمایه‌گذاران مختلف است که با روش‌های بسیار کارآمد در خارج از کشور انجام می‌گیرد و ما هنوز تجربه‌ی موفق‌تری از این نوع سرمایه‌گذاری‌های چند جانبه را در کشور نداشته‌ایم. هر کدام از سرمایه‌گذارها می‌توانند ارزش خاصی برای استارت‌آپ ایجاد کنند؛ اما مشکل از جایی آغاز می‌شود که بیشتر فعالان سرمایه‌گذاری در این حوزه در کشور به دنبال انحصار در سهام برای خودشان - و نهایتاً شرکای تجاری محدود خود - هستند. به همین دلیل است که استفاده از تجربه‌ی متخصصان خارجی در این زمینه می‌تواند به توسعه و رشد هر چه بیش‌تر اکوسیستم کمک کند.

مسئله‌ی دیگر ورود شتاب‌دهنده‌های کسب‌وکاری خارجی به بازار استارت‌آپ‌های کشور است. واقعیت این است که حضور شتاب‌دهنده‌های خارجی با همکاری مشترک بازی‌گران داخلی در کشور می‌تواند نحوه‌ی اداره مؤثر گروه‌های نخبه و جوانی که در قالب استارت‌آپ‌ها دور هم جمع می‌شوند را به ما بیاموزد. گوگل و مایکروسافت دو غول فناوری دنیا در سال‌های اخیر حضور فعالی در کشور هند داشته‌اند که این حضور فعال منجر به توسعه‌ی هر چه بیش‌تر اکوسیستم کارآفرینی در این کشور شده است.

در عین حال نباید از مزایای ناشی از اتصال به زنجیره‌های بین‌المللی دانش‌بنیان برای صادرات محصولات دانش‌بنیان کشور غافل شد. همان‌طور که در قراردادهای سرمایه‌گذاری خارجی در صنایع سنتی از جمله خودروسازی، شرط ورود به بازار ایران برای سرمایه‌گذار خارجی پذیرش صادرات بخشی از محصولات تولید شده در ایران در نظر گرفته شده، در حوزه‌های دانش‌بنیان نیز می‌توان در قراردادها با در نظر گرفتن چنین شروطی زمینه‌ساز ورود کسب‌وکارهای دانش‌بنیان ایران به بازار بین‌المللی شد.

آموزش‌های بین‌المللی در زمینه‌ی رشد کسب‌وکار و نحوه‌ی برنامه‌ریزی برای رشد سریع، سازماندهی رویدادهای مفید برای استارت‌آپ‌ها و تعیین مسیر رشد آن‌ها نیز از جمله دستاوردهای مشارکت خارجی در توسعه‌ی اکوسیستم استارت‌آپی ایران خواهد بود.