

چرا تشویق مردم به کارآفرین شدن یک سیاست عمومی نادرست است!!!

نویسنده: اسکات شن
ترجمه: وحید فعالیت

تشویق

به تشکیل شرکت‌های

با کیفیت و رشد بالا حاصل می‌گردد. سیاستگذاران باید اعطای یارانه به شرکت‌های نوپای معمولی را متوقف سازند و بر روی ایجاد مجموعه‌های با پتانسیل رشد بالا تمرکز نمایند. اگرچه دولتمردان قادر به انتخاب بهترین‌ها نیستند؛ اما در عوض آنها می‌توانند شرکت‌های نوپایی که پتانسیل اندکی برای ایجاد شغل و بهبود رشد اقتصادی دارند؛ را شناسایی کنند و بوسیله‌ی حذف مشوق‌های ایجاد این گونه شرکت‌ها، موجب بهبود میانگین عملکرد کسب و کارهای جدید شوند.

۱- مقدمه

سیاستگذاران به یک افسانه پرخاطر معتقد هستند. آنها فکر می‌کنند که شرکت‌های نوپا در حکم یک نسخه جادویی هستند که اقتصاد منطقه را از حالت رکود خارج خواهند ساخت، باعث خلق نوآوری و ایجاد شغل خواهند شد و بصورت اعجاب‌آوری اقتصاد را به حرکت در خواهند آورد. حتی اقتصاددان برجسته‌ای نظیر ادوارد لیزیر (۲۰۰۴، ص ۶۴۹) نیز بیان می‌کند: "کارآفرین، تنها بازیگر مهم در اقتصاد مدرن است". بنابراین دولت‌ها با ارائه‌ی تسهیلاتی نظیر پرداخت وجوه، وام، یارانه‌ها، معافیت‌های مقرراتی و مالیاتی مردم را تشویق به راه‌اندازی کسب و کار (هر نوع آن) می‌نمایند. برای مثال اظهارات رئیس جمهور سابق ایالات متحده آمریکا، جرج بوش، در کنفرانس مربوط به هفته کسب و کارهای کوچک را مدنظر قرار دهید (بوش، ۲۰۰۶):

"کسب و کارهای کوچک برای نیروی کار ما حیاتی است... به همین دلیل، منطقی است که کسب و کارهای کوچک را به عنوان شالوده‌ی سیاست‌های اقتصادی محرک رشد

توضیحات مترجم:

در سال‌های اخیر کارآفرینی به شدت مورد توجه محققان و سیاستگذاران قرار گرفته است که این مساله اغلب منتج از این دیدگاه است که کارآفرینی می‌تواند یکی از راهبردهای مناسب برای رشد اقتصادی و رفع بیکاری باشد. دیدگاه مذکور بطور زیادی مورد توجه مسئولان کشور ما نیز قرار گرفته است که نمود بارز این مساله را از سخنرانی‌ها، مکاتبات و مصوبات مقامات ذینفوذ کشور می‌توان مشاهده نمود. این مقاله نگاه نقادانه و عمیق‌تری به سیاست‌های کارآفرینی رایج دارد و می‌تواند در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های آتی سیاستگذاران حوزه‌های مربوطه بسیار مفید باشد.

در اهمیت این مقاله باید اشاره کرد که اسکات شن برنده "جایزه جهانی برای تحقیقات حوزه کارآفرینی" در سال ۲۰۰۹ است. همچنین منبع اصلی این مقاله کتاب اخیر او با عنوان "توهم کارآفرینی: افسانه پرهزینه‌ای که کارآفرینان، سرمایه‌داران و سیاستگذاران با آن زندگی می‌کنند" است و این مقاله در مراسم اهدای جایزه، در استکهلم سوئد توسط وی ارائه گردیده است.

چکیده

سیاستگذاران اغلب بر این عقیده هستند که ایجاد شرکت‌های نوپای بیشتر، موجب خروج از رکود اقتصادی و کسادی و ایجاد شغل و خلق نوآوری می‌گردد. این دیدگاه دارای نقص است و کاستی این تفکر در این است که شرکت‌های نوپای معمولی نوآورانه نیستند و اشتغال و ثروت اندکی ایجاد می‌کنند. رشد اقتصادی و ایجاد شغل از طریق کارآفرینی، تنها یک بازی شانس و تصادفی نیست؛ بلکه از طریق

نگاه

کنیم... سازمان

کسب و کارهای کوچک بطور جدّ تلاش می‌کند که فرآیند ایجاد شرکت را برای مردم آسانتر سازد. ما می‌دانیم که بعضی وقت‌ها، مردم ایده‌های خوبی دارند؛ اما آنها مطمئن نیستند که چگونه باید آنها شروع کنند... و بنابراین تعداد وام‌ها در SBA نسبت به زمان شروع ریاست جمهوری من، دوبرابر شده است."

آقای گوردن براون، نخست وزیر انگلیس، در سخنرانی خود در صندوق بین‌المللی پول چنین بیان کرده است (براون، ۱۹۹۸): "در حالی که سطح بهره‌وری در بریتانیا، ۴۰ درصد پایین‌تر از آمریکا و ۲۰ درصد کمتر از فرانسه و آلمان است، نمی‌توان بستر و تجهیزات را در بریتانیا مناسب توصیف کرد. بنابراین ما قصد داریم با مشارکت صنایع مختلف در طول سال آینده، وظیفه برطرف‌سازی هر نوع مانع در مقابل بهره‌وری، رونق و ایجاد شغل را آغاز کنیم. این کار نیازمند سیاست‌هایی در جهت توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک است."

این یک سیاست نادرست است. تشویق مستمر مردم برای شروع کسب و کار موجب تقویت رشد اقتصادی یا ایجاد شغل بیشتر نخواهد شد، چرا که در حالت کلی، شرکت‌های نوپا، منبع تحرک رشد یا ایجاد اشتغال نیستند.

شاید شما شگفت‌زده شوید؛ چرا که این مساله در تضاد با مباحث رایج است و حتی شاید به نظر غیرمنطقی برسد. با تمام این مسائل، شرکت‌هایی نظیر SAP در صنعت نرم‌افزار،

Google

در اینترنت و Genentech در بیوتکنولوژی همه مثال‌های موفقی از شرکت‌های نوپا هستند و این فهرست به این شرکت‌ها محدود نمی‌گردد. EasyJet و Wal-Mart نیز شرکت‌های نوپایی هستند که زمان طولانی از عمرشان نمی‌گذرد. بنابراین آیا بطور حتم این شرکت‌ها در رشد اقتصادی می‌توانند موثر باشند؟

۲- افسانه رشد اقتصادی

شرکت‌های نوپای ذکر شده بطور یقین در رشد اقتصادی موثر هستند اما این شرکت‌ها از نوع معمولی نیستند. در ایالات متحده، شرکت نوپای رایج، شرکتی است که در حوزه خدمات شخصی یا خردفروشی فعالیت می‌کند و حدود ۲۵۰۰۰ دلار در آن توسط مؤسس بنگاه‌گذاری صورت پذیرفته است (هورست و لوساردی، ۲۰۰۴) و به احتمال زیاد این کسب و کارها خانگی هستند (پرات، ۱۹۹۹) و مؤسس بنگاه در آرزوی بدست آوردن ۱۰۰۰۰۰۰ دلار درآمد در پنج سال است. (هاینس، ۲۰۰۱). اکثریت افرادی که اقدام به تاسیس کسب و کار جدید می‌کنند، جزو شرکت‌های رشدکننده و مولد اشتغال و ثروت به شمار نمی‌آیند، بلکه این کسب و کارها بیشتر در راستای جایگزینی یابی برای شغل دستمزددبگیری تاسیس شده‌اند و اغلب آنها به جای آنکه با هدف ایجاد شرکت‌های با رشد بالا تاسیس شده باشند، بیشتر با خوداشتغالی همخوانی دارند.

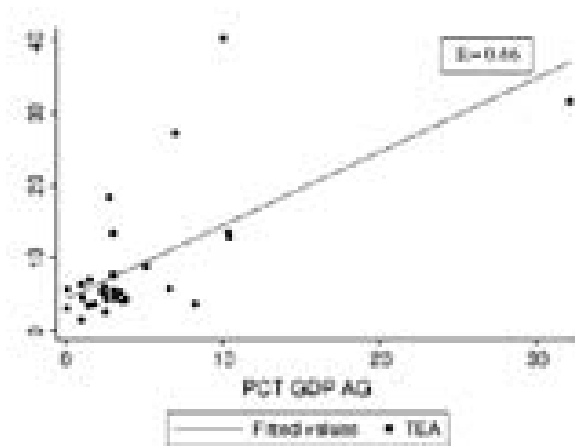
این پدیده منحصر به ایالات متحده

نیست. با نگاهی به مجموعه داده‌های مربوط به ۳۴ کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) مشخص می‌گردد که تأسیس یک شرکت نوپای معمولی در بین سال‌های ۱۹۹۸ و ۲۰۰۳ به ۱۱۴۰۰ دلار سرمایه‌گذاری نیاز داشته است، بنابراین حتی در آن زمان که شرکت‌های معروفی همچون Google یا EasyJet تأسیس شده‌اند؛ به هیچ‌وجه شبیه کسب و کارهای جدید معمولی نبوده‌اند.

برای برخورداری از رشد اقتصادی بیشتر از طریق ایجاد شرکت‌های نوپای بیشتر، شرکت‌های جدید باید بهره‌وری بیشتری نسبت به شرکت‌های موجود داشته باشند، اما این موضوع اغلب اتفاق نمی‌افتد. هالتی وانگر، لین و اسپیلترز (۱۹۹۹) با استفاده از داده‌های سرشماری ایالات متحده و سایر داده‌ها، رابطه بین بهره‌وری و طول عمر بنگاه را مورد آزمون قرار دادند و نشان دادند که بهره‌وری بنگاه با بیشتر شدن طول عمر بنگاه افزایش می‌یابد. این موضوع بدین معنی است که حداقل در ایالات متحده، بطور میانگین بنگاه‌های جدید نسبت به بنگاه‌های موجود استفاده ناکارایی از منابع می‌کنند و این مسئله نشانگر آن است که توسعه بنگاه‌های موجود، بیشتر از ایجاد بنگاه‌های جدید برای رشد اقتصادی مفید و موثر واقع می‌گردد. توجه کنید که بهره‌وری اندک شرکت‌های نوپای مورد بحث، زمانی که سابقه آنها زیادت می‌شود، بهبود نخواهد یافت؛ زیرا اغلب این نوع شرکت‌ها در طول پنج سال اول از بین خواهند رفت.

این الگو بدلیل آنکه رابطه مثبتی بین رشد اقتصادی و نرخ تشکیل شرکت‌های نوپای معمولی در بلندمدت وجود ندارد، به نظر صحیح می‌رسد. با ثروتمند شدن کشورها، نرخ ایجاد شرکت‌های نوپا کاهش می‌یابد. ثروت اجتماعی موجب افزایش میانگین دستمزدها می‌گردد و این مساله سبب می‌گردد صاحبان کسب و کارها ماشین‌آلات را جایگزین نیروی انسانی کنند. سرمایه‌ها (ماشین‌آلات) نسبت به نیروی کار از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس بیشتری برخوردار است. در نتیجه، افزایش استفاده از سرمایه موجب بزرگتر شدن بنگاه و استخدام افراد بیشتری می‌گردد که در غیر اینصورت این افراد در کسب و کارهای خودشان فعالیت می‌کرده‌اند (نیلز نوردرهاون و دیگران، ۲۰۰۴).

بعلاوه زمانی که کشورها ثروتمندتر می‌شوند و دستمزدهای واقعی افزایش می‌یابد، هزینه فرصت مدیریت کسب و کارهای شخصی افزایش می‌یابد (چون که میزان دستمزدی که افراد از طریق کار کردن برای دیگران بدست می‌آورند، زیادت شده است) و این افزایش هزینه فرصت سبب می‌گردد مردم نسبت به زمانی که دستمزدهای واقعی کمتر



شکل ۱. همبستگی بین "درصد تولید ناخالص داخلی ناشی از کشاورزی یک کشور" و "سطح فعالیت‌های کارآفرینانه"

است، بیشتر برای افراد دیگر کار کنند (کاری و دیگران، ۲۰۰۲).

در نهایت با ثروتمندتر شدن کشورها، نحوه ایجاد ارزش افزوده در آنها تغییر می‌یابد (از کشاورزی به صنعت و سپس از صنعت به خدمات). دیوید بلو (۱۹۸۷) بیان می‌کند: زمانی که منبع ارزش افزوده ناشی از فعالیت‌هایی که خوداشتغالی در آنها رایج است (مانند کشاورزی) به سمت فعالیت‌هایی که در آنها خوداشتغالی رواج چندانی ندارد (مانند صنعت) تغییر پیدا می‌کند، نسبت افرادی که در کسب و کارهای خودشان فعالیت می‌کنند، کاهش می‌یابد. در ایالات متحده، کاهش اهمیت کشاورزی نسبت به کل اقتصاد منجر به کاهش نرخ خوداشتغالی ثبت نشده (فاقد شخصیت حقوقی) از ۱۲ درصد در سال ۱۹۴۸ به ۷/۵ درصد در سال ۲۰۰۳ گردیده است (هیپل، ۲۰۰۴). نمونه‌های مشابه در اغلب کشورهای OECD نیز قابل مشاهده است.

بنابراین اگر کمیت کارآفرینان مورد نظر باشد، باید کشورهای آفریقایی یا آمریکای جنوبی را مدنظر قرار بدهیم. همانطور که شکل شماره (۱) نشان می‌دهد همبستگی بین "درصد تولید ناخالص داخلی ناشی از کشاورزی یک کشور" و "سطح فعالیت‌های کارآفرینانه" برابر ۰/۶۶- است که نشان دهنده یک رابطه نسبتاً قوی است.

کشورهای ثروتمند، به دلیل آنکه نرخ رشد اقتصادی زیادتری در گذشته داشته‌اند، ثروتمندتر از کشورهای فقیر هستند. بنابراین اگر میزان ایجاد کسب و کارهای جدید و رشد اقتصادی در طول یک دوره بلندمدت به منظور بررسی تفاوت در رشد اقتصادی بین کشورها مورد بررسی قرار گیرد، متوجه خواهیم شد که کشورهایی که رشد اقتصادی مستمری را تجربه کرده‌اند (کشورهای ثروتمند) در حقیقت

افراد جهت ایجاد کسب و کارها، در حقیقت تشویق‌هایی برای شروع کسب و کارهایی معمولی ارائه می‌شود. کسب و کارهایی که در طول چندسال کوتاه از بین می‌روند.

چه کسانی با احتمال زیاد به چنین تشویق‌هایی علاقه نشان می‌دهند و کسب و کار جدیدی را شروع می‌کنند؟ مسلماً این افراد کارآفرینان ممتاز نیستند. مشخص است که افراد بی‌کار بدلیل آنکه چیزهای کمتری برای از دست‌دادن در مسیر کارآفرینی دارند (یا همان هزینه فرصت اندک) به احتمال زیاد بیشتر از افراد شاغل به راه‌اندازی کسب و کار گرایش دارند. به عبارت دیگر شروع کسب و کار جدید برای کسی که بیشتر وقتش را برای نگاه کردن تلویزیون صرف می‌کند نسبت به کسی که حقوق ثابت از شغل خاصی دریافت می‌کند، کمتر هزینه‌بر خواهد بود.

مشکل دیگری نیز که وجود دارد این است که عملکرد افراد بی‌کار در تأسیس شرکت بدتر از افرادی است که به منظور شروع کسب و کار، از شغل قبلی خود استعفا می‌دهند و احتمالاً این مساله مربوط به ضعیف بودن قدرت شناسایی کسب و کارهای موفق توسط آنها است. بنابراین سیاست‌های طراحی شده برای افزایش مجموع کسب و کارهای جدید، بطور نامتناسبی ضعیف‌ترین کارآفرینان را جذب می‌کند.

۳- افسانه ایجاد شغل

ممکن است این بحث مطرح گردد که علیرغم غیرمثمر بودن تشکیل بنگاه‌های جدید در تقویت رشد اقتصادی، بنگاه‌های جدید بطور یقین مشاغل بیشتری از بنگاه‌های موجود ایجاد می‌کنند. همانطور که جان کیس (۱۹۹۵) بیان می‌کند:

"منشا بیشتر از ۲۰ میلیون شغل جدید ایجاد شده در طول ۱۵ سال اخیر ناشی از بنگاه‌های عظیم با سابقه (شرکت‌هایی که منبع رشد اقتصادی آمریکا تا آن زمان بوده‌اند) نیست، بلکه منشا این شغل‌ها شرکت‌های کوچکتر و یا جدید هستند. به عبارت دیگر این شغل‌ها از بخش کارآفرینانه مستقل ناشی می‌شوند."

علیرغم سخنان آقای کیس و افراد دیگری که مباحث مشابهی مطرح می‌کنند، این مساله نادرست است و افراد بسیار اندکی در بنگاه‌های جدید شاغل هستند. برطبق یافته‌های اسز و آرمینگتون (۲۰۰۴)، شرکت‌هایی که حداقل یک کارکن دارند و کمتر از دو سال سابقه فعالیت دارند، تنها یک درصد اشتغال در ایالات متحده را پوشش می‌دهند. برعکس، شرکت‌هایی که حداقل یک کارکن دارند و بیش از ده سال سابقه دارند، ۶۰ درصد مجموع اشتغال ایالات متحده آمریکا را تشکیل می‌دهند.

شرکت‌هایی که سال قبل وجود نداشتند، کارکن‌های جدید استخدام می‌کنند در حالی که

نرخ کاهش‌دهنده از تشکیل بنگاه‌های جدید را داشته‌اند. به بیان دیگر، اگر همبستگی بین نرخ تشکیل بنگاه‌های جدید و رشد اقتصادی در طول میان مدت و بلندمدت مورد ارزیابی قرار گیرد، شاهد آن خواهیم بود که نرخ تشکیل بنگاه‌های جدید با افزایش رشد اقتصادی کاهش می‌یابد. برای مثال، همبستگی بین نرخ واقعی رشد اقتصادی و نرخ خوداشتغالی در فرانسه، آلمان غربی و ایتالیا بین سال‌های ۱۹۵۳ تا ۱۹۸۷ و در سوئد بین سال‌های ۱۹۶۲ تا ۱۹۸۷ منفی بوده است (بوگنپولد و استابور، ۱۹۹۱) و همچنین برای ۱۹ کشور OECD (که داده‌های آن از سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۶ وجود دارد) نیز این رابطه منفی وجود دارد (پلاتیچفلور، ۲۰۰۰).

همچنین شواهد مناسبی وجود دارد که نشان می‌دهد زمانی که دولت‌ها با دخالت خود موجب ایجاد کسب و کارهای جدید می‌شوند، آنها در حقیقت با تحریک افراد بیشتر سبب می‌گردند کسب و کارهای جدید نامناسبی در صنایع رقابتی ایجاد شوند که دارای موانع کمتری برای ورود هستند و نرخ شکست آنها بالا است.

چرا که کارآفرینان معمولی در انتخاب صنایع مناسب، خوب عمل نمی‌کنند و معمولاً به جای انتخاب بهترین و مناسب‌ترین مورد، آسانترین از جهت ورود را انتخاب می‌نمایند (جوهانسون، ۲۰۰۴). اغلب کارآفرینان بیشتر از آنکه صناعی را برگزینند که شرکت‌های جدید در آنها موفق هستند، صناعی را برای ورود انتخاب می‌کنند که در آنها شرکت‌های نوپا اغلب شکست می‌خورند. در بخش صنایع ایالات متحده، همبستگی بین نرخ شرکت‌های نوپا و نرخ شکست شرکت‌های نوپا، رقم بزرگ ۰/۷۷- است.

بنابراین بطور کلی با ایجاد انگیزه برای

جدول ۱. میزان اشتغال بنگاه‌های تاسیس شده در سال ۱۹۹۸ در ایالات متحده

بخش	۱۹۹۸	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲
مجموع	۷۹۸۰۶۶	۷۹۲۱۳۱	۷۸۱۵۰۶	۷۳۱۱۰۳	۶۷۰۱۱۱
منابع طبیعی و معدن	۲۱۸۰۹	۱۹۷۸۱	۱۹۹۴۵	۱۷۶۳۶	۱۶۷۸۹
ساختن	۹۸۷۵۰	۹۴۴۶۸	۸۴۵۵۰	۷۵۲۵۶	۶۹۴۳۶
صنعت	۴۵۶۷۰	۵۱۲۷۱	۵۲۰۵۵	۵۰۰۷۳	۴۵۷۳۳
تجارت، حمل و نقل و تامین آب، برق و گاز	۱۳۹۱۲۵	۱۴۰۴۷۳	۱۳۷۴۴۸	۱۳۷۱۳۵	۱۱۸۲۶۶
اطلاعات	۱۷۷۹۴	۲۲۰۶۴	۲۵۰۸۵	۲۲۱۳۱	۱۸۲۴۱
فعالیت‌های مالی	۴۶۰۹۸	۴۷۷۴۵	۴۶۳۱۴	۴۳۸۵۵	۴۱۶۶۵
خدمات کسب و کار و حرفه‌ای	۱۳۷۹۰۸	۱۵۲۱۶۰	۱۷۰۰۱۶	۱۵۸۲۸۱	۱۴۷۶۱۸
خدمات بهداشتی و آموزشی	۵۷۰۶۸	۶۴۵۹۴	۶۷۰۱۷	۶۵۵۳۴	۶۴۸۸۱
تفریحی و رفاهی	۱۵۶۶۶۸	۱۳۹۰۴۱	۱۲۶۳۳۳	۱۱۴۱۵۴	۱۰۵۹۴۱
سایر خدمات	۶۹۷۳۶	۵۵۶۶۴	۴۹۶۳۹	۴۵۰۲۷	۳۹۹۳۳

می‌دهد که در سال ۲۰۰۴ تنها ۲۳/۲ درصد بنگاه‌های جدید ایالات متحده به کارکنان تمام‌وقت خود بیمه درمانی تهیه کرده‌اند.

احتمال پایداری شغل‌ها در بنگاه‌های جدید کمتر از اشتغال بنگاه‌های موجود است، که دلیل اصلی این مساله نرخ بقای اندک بنگاه‌های جدید است. احتمال اینکه شغل‌های ایجاد شده توسط بنگاه‌های جدید در بخش خدمات ایالات متحده آمریکا همچنان بعد از ۴ سال پابرجا باشد، ۱۰٪ و ۱۳٪ درصد کمتر از احتمال آن در کل کسب و کارها (جدید و استقرار یافته) در آن بخش است. در بخش صنعت، ارقام وضعیت نامناسب‌تری دارد. احتمال آنکه یک شغل ایجاد شده در بنگاه جدید تا ۴ سال دیگر برقرار باشد ۲۰٪ درصد کمتر از مشاغل ایجاد شده در کل کسب و کارها است (آرمینگتون و اسز ۲۰۰۳).

۴- راهکار سیاستی

بطور روشن، ایجاد شرکت‌های نوپای معمولی، روش مناسبی برای تقویت رشد اقتصادی و ایجاد شغل نیست. بنابراین روش مناسب کدام است؟ پاسخ تقریباً مشخص است و آن توقف یارانه‌دهی به تشکیل بنگاه‌های نوپای معمولی و تمرکز بر کسب و کارهای با پتانسیل رشد بالا است. بدست آوردن رشد اقتصادی و ایجاد شغل از کارآفرینی یک نوع بازی شانس نیست بلکه ناشی از تشویق به ایجاد شرکت‌هایی با رشد و کیفیت بالا است.

شواهد موجود در خصوص شرکت‌های نوپای با رشد بالا یک موضوع منسجم و نامتناقض است. حجم زیادی از اشتغال ایجاد شده و رشد اقتصادی مدیون تعداد اندکی از شرکت‌های مبتنی بر فعالیت‌های کارآفرینانه است. این غزال‌ها عدم موفقیت شرکت‌های نوپای معمولی در ایجاد اشتغال و ثروت را جبران می‌کنند (هنرکسون و یوهانسون ۲۰۰۹). همچنین زمانی غزال‌ها به عنوان ایجادکننده‌های عمده ثروت و اشتغال مطرح می‌شوند که اغلب آنها نسبتاً با سابقه و بزرگ هستند و در نتیجه مساله برای شرکت‌های نوپا حادتر است. تعداد بسیار کمی از شرکت‌های جدید بطور غیرمتناسبی ایجادکننده‌ی ثروت و اشتغال هستند و بدلیل آنکه شناسایی آنها از قبل بسیار دشوار است، طبقه‌بندی این شرکت‌ها نیز پیچیده است؛ اما یکی از روش‌های شناسایی آنها، منبع تامین مالی آنها است. برطبق داده‌های انجمن ملی سرمایه‌های مخاطره‌پذیر، از سال ۱۹۷۰ سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر در ایالات متحده بطور متوسط هر سال ۸۲۰ شرکت جدید تاسیس کرده‌اند. این ۸۲۰ شرکت نوپا (از میان بیش از دو میلیون شرکتی که هر ساله در ایالات متحده تاسیس می‌شوند) تاثیر عظیمی بر اقتصاد دارند. گزارش موجود در وب‌سایت

این مساله به این صورت نیست. واگنر (۱۹۹۷) نشان می‌دهد که مشاغل در بنگاه‌های جدید، دارای پرداختی‌های اندک، مزایای جانبی ضعیف‌تر و امنیت شغلی کمتری نسبت به اشتغال بنگاه‌های موجود دارند. داده‌ها نشان‌گر آن است که اشتغال در بنگاه‌های جدید نسبت به بنگاه‌های موجود دارای اشتغال پاره‌وقت‌تری است و همچنین، میانگین پرداختی‌ها برای مشاغل در بنگاه‌های جدید کمتر از پرداختی‌های بنگاه‌های موجود است. رینالز و وایت (۱۹۹۷) نشان می‌دهند که در ایالات متحده، میانگین پرداختی مشاغل جدید در سال اول تاسیس حدود ۷۲ درصد میانگین دستمزدهای ایالتی است و دستمزدها در سال چهارم نیز پایین‌تر از میانگین ایالت است. همچنین شغل‌ها در بنگاه‌های جدید از مزایای جانبی کمتری نسبت به بنگاه‌های موجود برخوردار هستند. برطبق تجزیه و تحلیل تحقیقات پیمایشی کمیته فدرال رزرو در خصوص مسائل مالی کسب و کارهای کوچک، احتمال قرار گرفتن کارکنان کسب و کارهای ایالات متحده در پوشش برنامه‌های حقوق بازنشستگی و بیمه‌های درمانی با بیشتر شدن سابقه فعالیت شرکت‌ها افزایش می‌یابد. (برنستین ۲۰۰۲)

در رابطه با تمایل بنگاه‌های جدید و موجود، جهت زیرپوشش قرار گرفتن بیمه‌های درمانی نیز تفاوت‌های اساسی وجود دارد. در ایالات متحده، مردانی که برای دیگران کار می‌کنند سه برابر بیشتر از مردهایی که برای خود کار می‌کنند احتمال داشتن بیمه درمانی را دارند و این رقم برای زنان شش برابر است (ولینگتون ۲۰۰۱). همچنین داده‌های اولیه از تحقیقات پیمایشی کافمن (در سطح بنگاه) نشان

کارکن در سال اول استخدام کرده‌اند و در سال ۲۰۰۲، تنها ۶۷۰/۱۱۱ نفر را استخدام کرده‌اند (جدول شماره یک). به عبارت دیگر، تعداد مشاغل از دست رفته ناشی از بنگاه‌های جدیدی که در سال دوم، سوم، چهارم و... فعالیتشان متوقف شده بیشتر از مقدار اشتغال افزایش یافته‌ای است که توسط بنگاه‌های بقا یافته ایجاد شده است (کیرچوف ۱۹۹۴، پیرسون ۲۰۰۴، وانگر ۱۹۹۴). در مجموع، بنگاه‌های جدید در نمی‌توانند اشتغال ایجاد کنند. اشتغال نامید چون که پس از سال اول خالص شغل ایجاد شده در آنها رو به فنا است. همانند مورد قبلی این پدیده تنها به ایالات متحده محدود نمی‌گردد. مطالعات انجام شده در سوئد و آلمان نشان می‌دهد که مجموعه بنگاه‌های جدید، در سال اول فعالیت خود، افراد بیشتری را نسبت به سال‌های بعد فعالیت استخدام می‌کنند (کیرچوف ۱۹۹۴، پیرسون ۲۰۰۴، وانگر ۱۹۹۴). برای ایجاد یک شغل پایدار نیاز به کارآفرینان زیادی است. برای آنکه یک کسب و کار حداقل یک نفر در طول ۱۰ سال استخدام کند، نیاز است که ۴۳ کارآفرین فرایند تاسیس شرکت را آغاز کنند. بطور میانگین چه مقدار شغل آن شرکت نوپا بعد از ۱۰ سال خواهد داشت؟ برای ایالات متحده جواب ۹ نفر است. بطور خلاصه، ۴۳ نفر باید در جهت ایجاد شرکت اقدام نمایند تا ما بتوانیم در طول یک دهه‌ی آتی ۹ شغل داشته باشیم. این دستاورد جالبی برای کسانی که گزارش‌های مربوط به ایجاد شغل توسط شرکت‌های نوپا را می‌خوانند، نیست.

تاکنون ما در مباحث فوق، کیفیت اشتغال ایجاد شده توسط شرکت‌های نوپا را همانند بنگاه‌های موجود فرض کرده‌ایم، در حالی که

شرکت‌های موجود سال گذشته ممکن است افزایش یا کاهش کارکن داشته باشند. بنابراین سوال این است که شرکت‌های جدید چه مقدار شغل ایجاد می‌کنند؟ داده‌های موجود در وب‌سایت اداره آمار نیروی کار ایالات متحده آمریکا نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۴، ۳۱.۴۷۲.۰۰۰ هزار شغل در ایالات متحده آمریکا ایجاد شده است. (اداره آمار نیروی کار ایالات متحده آمریکا، ۲۰۰۸)

در همان سال، ۵۸۰۹۰۰ شرکت جدید با حداقل یک کارکن تاسیس شده است که بطور میانگین هر کدام ۳/۸ کارکن داشته‌اند. بنابراین در سال ۲۰۰۴، شرکت‌های جدید ۲/۲۰۷/۴۳۰ شغل در ایالات متحده ایجاد کرده‌اند که این مقدار برابر ۷ درصد مجموع شغل‌های ایجاد شده در همان سال است. این مساله تنها به ایالات متحده محدود نمی‌شود. دلویدسون و دلمر (۲۰۰۰) نشان دادند که در طول ده سال، تنها ۱/۷ درصد رشد اشتغال ناشی از بنگاه‌های بقا یافته در سوئد توسط بنگاه‌های با طول عمر دو سال و کمتر ایجاد شده است. برعکس، ۷۴/۵ درصد رشد مشاغل توسط بنگاه‌های با طول عمر ۱۰ سال و بیشتر ایجاد گردیده است.

اندازه‌گیری خالص ایجاد شغل (شغل‌های جدید ایجاد شده منهای شغل‌های قدیمی از دست رفته) بسیار سخت‌تر از اندازه‌گیری ناخالص ایجاد شغل است. بنابراین تخمین‌های کمتری در این زمینه وجود دارد. اما تخمین‌های مربوط به خالص ایجاد شغل توسط بنگاه‌های جدید، بطور قابل توجهی شبیه تخمین‌های مربوط به ناخالص ایجاد شغل است. دیویس و هالتیوانگر (۱۹۹۲) نشان می‌دهند که در بخش صنعت ایالات متحده، بنگاه‌های با طول عمر یک سال ۶/۴ درصد خالص شغل‌های جدید را ایجاد کرده‌اند و این تخمین با توجه به نوع صنعت، مناطق، اندازه بنگاه و نوع مالکیت بنگاه ثابت است.

بنگاه‌های جدید جزء کوچکی از خالص و ناخالص ایجاد شغل را پوشش می‌دهند. در حقیقت، اگر بیان گردد که ۵۰ درصد خالص مشاغل جدید توسط بنگاه‌های جدید ایجاد گردیده است؛ باید تمام بنگاه‌هایی که نه ساله یا کمتر هستند را "بنگاه جدید" قلمداد کنیم و همه می‌دانیم که بنگاه‌ها نه سال سابقه فعالیت را نمی‌توان "جدید" نامید.

گروه بنگاه‌های جدیدی که هر سال تاسیس می‌شوند، حدود ۷ درصد ایجاد شغل در همان سال را پوشش می‌دهند. اما این بنگاه‌ها چه مقدار شغل در سال دوم فعالیتشان ایجاد می‌کنند؟ در سال سوم چه مقدار و در سال‌های بعد چقدر؟ بطور میانگین جواب هیچ است. برای نمونه ناپ (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که مجموعه بنگاه‌های جدید تاسیس یافته در سال ۱۹۹۸ در ایالات متحده، ۷۹۸۰۶۶ نفر

Venture Impact نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۳، شرکت‌های پشتیبانی شده توسط سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر حدود ۱۰ میلیون نفر را استخدام کرده‌اند که این رقم برابر ۹/۴ درصد نیروی کار شاغل در بخش خصوصی ایالات متحده است و ارزش فروش این شرکت‌ها ۱/۸ تریلیون دلار معادل ۹/۶ درصد کل فروش کسب و کارها در این کشور است. (Venture Impact ۲۰۰۴)

همچنین در سال ۲۰۰۰، ۲۱۸۰ شرکت سهامی عام که از حمایت سرمایه‌های مخاطره‌پذیر (در بین سالهای ۱۹۷۳ و ۲۰۰۰) برخوردار بودند، ۲۰ درصد کل شرکت‌های سهامی عام در ایالات متحده، ۱۱ درصد فروش، ۱۳ درصد سود، ۶ درصد اشتغال و یک سوم ارزش بازار (بیش از ۲/۷ تریلیون دلار) را تشکیل می‌دادند (گومپر و لرنر ۲۰۰۱). بطور خلاصه، داشتن تعداد اندکی از شرکت‌های نوپای بارش بالا همواره بهتر از داشتن شمار عظیمی از شرکت‌های نوپای معمولی است.

این موضوع از لحاظ مفهومی برای سیاستگذاران اهمیت زیادی دارد. سیاستگذاران به جای آنکه بطور ناآگاهانه‌ای بر این باور باشند که تمامی کارآفرینان خوب هستند و در جهت توسعه سیاست‌ها برای افزایش تعداد متوسط کارآفرینان باشند، باید در جهت شناسایی تعداد اندکی از کارآفرینان دارای خصوصیات مذکور تلاش کنند. این افراد کسب و کارهایی را ایجاد خواهند کرد که فقر را کاهش می‌دهد، مشوق نوآوری، ایجادکننده اشتغال، کاهنده بیکاری هستند و موجب رقابتی شدن بیشتر بازارها و موجب تقویت رشد اقتصادی می‌گردند. در نتیجه با وجود آنکه به نظر ناعادلانه می‌رسد، اما سیاستگذاران باید از بذل و بخشش یارانه خودداری کنند.

سیاستگذاران باید بدانند که همه کارآفرینان یکسان نیستند. آنها باید همانند سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر، زمان و پول را به کارآفرینان غیرمعمولی اختصاص دهند و کمتر نگران کسب و کارهای معمولی باشند. این موضوع به مفهوم شناسایی و سرمایه‌گذاری بر روی تعداد اندکی از کسب و کارهای جدید (از میان توده‌ای از بنگاه‌هایی که هر ساله ایجاد می‌شوند) است، که دارای بهره‌وری بالاتری از شرکت‌های موجود هستند.

چگونه؟ اولاً محرک و مشوق‌هایی که به کارآفرینان نهایی (حاشیه‌ای) برای شروع کسب و کار داده می‌شود باید کاهش یابد و این مساله با کاهش پرداخت وجوه وام، یارانه‌ها، معافیت‌های مقرراتی و مالیاتی برای کسب و کارهای معمولی می‌تواند انجام گیرد؛ چرا که بطور میانگین، بنگاه‌های موجود دارای بهره‌وری بالاتری از بنگاه‌های جدید هستند و اگر سیاست تشویق مردم به شروع کسب و کار به جای کار کردن برای دیگران، دنبال

نشود، در حقیقت تخصیص منابع اقتصادی تر خواهد بود.

برای مثال کاهش مالیات مشاغل خانگی را در ایالات متحده در نظر بگیرید. نصف تمام کسب و کارهای جدید، کسب و کارهای خانگی محور هستند. بنابراین مردمی که کسب و کار خود را در خارج از خانه راه‌اندازی کرده‌اند می‌توانند با انتقال آن به قسمتی از منزل خود، هزینه‌ها را کاهش دهند (این کاهش هزینه برای مردمی که برای افراد دیگر کار می‌کنند وجود ندارد) این سیاست مردم را تشویق به ایجاد کسب و کارهایی می‌کند که در تقویت رشد و ایجاد شغل نقش بسیار اندکی دارد.

بطور آترناتیو، سیاست فعال بازار کار در آلمان (که با هدف تبدیل افراد بیکار به کارآفرین دنبال می‌گردد) را در نظر بگیرید. دولت آلمان سالانه حدود ۱۲ میلیارد یورو برای این سیاست هزینه می‌کند (بامگارتنر و کالیندو ۲۰۰۷). این میزان با ۲۰ میلیارد دلاری که سرمایه‌گذاران بنگاه‌های مخاطره‌پذیر ایالات متحده در شرکت‌های نوپا می‌کنند، تفاوت خیلی زیادی ندارد. اما دستاورد این سرمایه‌گذاری برای دولت آلمان چه بوده است؟ بطور یقین این بنگاه‌ها با بنگاه‌های پشتیبانی شده توسط سرمایه‌های مخاطره‌پذیر ایالات متحده از لحاظ رشد فروش، ایجاد شغل و منافع اجتماعی قابل مقایسه نیست. در حقیقت، دستاورد این سیاست، کسب و کارهای حاشیه‌ای است که اشتغال اندکی ایجاد می‌کند و نرخ شکست بالایی دارد.

به وضعیت فرانسه نیز توجه کنید. براساس یک وب سایت (Justlanded.com) بیش از ۲۵۰ نوع کمک مالی دولتی و یارانه برای کسانی که می‌خواهند یک کسب و کار شخصی یا کوچک در فرانسه (بویژه در روستاها) آغاز کنند وجود دارد. این کمک‌ها شامل یارانه‌های اتحادیه اروپا، کمک‌های مالی از طرف دولت مرکزی، کمک‌های مالی توسعه‌های منطقه‌ای، کمک‌های مالی وزارتخانه‌ها و سازمان‌های محلی می‌باشد. این برنامه‌ها در مقایسه با حجم عظیم نیروهای استخدامی در بخش دولتی چه دستاوردی داشته است؟ جواب دادن به این سوال مشکل است؛ چرا که هیچ مطالعه‌ای در زمینه شرکت‌های حمایت شده با این یارانه‌ها و کمک‌های مالی انجام نشده است؛ اما فقدان شناسایی آسان شرکت‌های بارش بالا، مولد اشتغال زیاد و شرکت‌های Post-IPO که از طریق این برنامه‌ها حمایت شده‌اند؛ نشان می‌دهد که دستاورد شاخصی وجود نداشته است. بنابراین سیاستگذاران در عوض چه کاری باید انجام دهند؟

آنها باید برنامه‌هایی برای تخصیص مجدد منابع برای حمایت از شرکت‌های بارش بالا طراحی کنند. برای مثال در ایالات متحده،

سیاستگذاران می‌توانند منابع مالی را به سمت برنامه‌های تحقیقات نوآوری کسب و کارهای کوچک انتقال دهند که این مساله نیازمند این است که سازمان‌های دولتی قسمتی از بودجه خود را به پروژه‌های R&D در شرکت‌های کوچک تخصیص دهند. دریافت‌کنندگان این منابع مالی به احتمال زیاد تأثیر بیشتری در رشد اقتصادی و ایجاد شغل نسبت به شرکت‌های نوپای معمولی خواهند داشت.

در فرانسه، سیاستگذاران با تعیین اعتبار مالیاتی R&D به میزان ۵۰ درصد سیاست معقولی را در پیش گرفته‌اند. حتی زمانی که این مقدار در سال سوم و سالهای بعدی به ۳۰ درصد کاهش می‌یابد (InvestinFrance.org) (۲۰۰۸) از اعتبار مالیاتی نامستمر ۲۰ درصدی مخارج تحقیق و توسعه ایالات متحده بیشتر است. اعتبار مالیاتی R&D محرک‌ها و مشوق‌هایی برای کارآفرینان است که اقدام به اجرای برنامه‌های R&D انجام دهند که در صورت فقدان این امتیاز، قادر به انجام آن نیستند. این بنگاه‌های جدید که اقدام به انجام برنامه‌های R&D می‌کنند، به احتمال زیاد نقش موثرتری در رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال نسبت به شرکت‌های نوپای معمولی خواهند داشت.

اینها تنها دو مورد از سیاست‌هایی است که ما قادر به تغییر آنها هستیم. اصل اساسی این است که منابع باید از برنامه‌های حامی تلاش‌های کارآفرینان معمولی به سمت حمایت از کسب و کارهای با پتانسیل بالا هدایت شود.

بعضی از صاحب‌نظران اظهار می‌کنند که بدلیل آنکه مشخص نیست کدام یک از شرکت‌های نوپا تبدیل به کسب و کارهای بارش بالا خواهند شد، نمی‌توان تنها بر روی شمار اندکی از شرکت‌ها تمرکز نمود. پاسخ مناسب برای این منتقدین این است: اگر به حد کافی تلاش کنید در نهایت به هدف اصلی خواهید رسید. این دیدگاه از لحاظ سیاسی جذاب به نظر می‌رسد ولی در حقیقت یک تفکر خام است. فرض این دیدگاه این است که ما توانایی شناسایی عوامل افزایش بقاء، تولید سود، افزایش فروش و استخدام نیروی انسانی را در کسب و کارهای جدید نمی‌دانیم. حتی در صورتی که الگوی مورد استفاده سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر و فرشتگان کسب و کار خیره را نادرست بدانیم، باز هم معیارهای متفاوتی برای تمرکز و تصمیم‌گیری وجود دارد. مواردی علاوه بر شاخص‌هایی همچون سرمایه‌انسانی موسس و انگیزه‌های آن، صنعتی که کسب و کار در آن راه‌اندازی می‌گردد، ایده‌های تجاری و استراتژی‌های آنها و ساختار حقوقی و سرمایه‌گذاری، ما به احتمال زیاد اطلاعات زیادتری داریم که در انتخاب شرکت‌های موفق از ناموفق موثر

است.

در حقیقت بسیاری از مردم چگونگی انتخاب شرکت‌ها را برای سرمایه‌گذاری می‌دانند. برای مثال دو نوع کسب و کار زیر را در نظر بگیرید:

شرکت شخصی در حوزه نظافت منازل و ادارت که توسط یک فرد دارای مدرک دیپلم تاسیس شده است و این شرکت بصورت دست دوم، کارهای مشتریان شرکت‌های قدیمی در این حوزه را انجام می‌دهد و سرمایه آن حدود ۱۰۰۰۰ دلار (ناشناسی از پس‌انداز موسس) است.

شرکت اینترنتی که توسط یک کارمند سابق SAP با ۱۵ سال سابقه در صنعت نرم افزار، دارای مدرک MBA و کارشناس ارشد علوم کامپیوتری تاسیس شده است و فعالیت اصلی آن در حوزه نسل جدیدی از موتورهای جستجو است و سرمایه اولیه آن حدود ۲۵۰،۰۰۰ دلار است که توسط موسس و گروهی از فرشتگان کسب و کار تامین گردیده است.

کدام یک را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟ روشن است که شانس کسب و کار دوم برای ایفای نقش در رشد اقتصادی و ایجاد شغل بسیار بهتر از کسب و کار اول است و ما علاقمند هستیم در کسب و کارهایی نظیر آن سرمایه‌گذاری کنیم.

در حقیقت، سیاستگذاران هم با این نوع انتخاب‌ها آشنا هستند. اگرچه به نظر می‌رسد نمونه‌های واقعی از انتخاب درست سیاستگذاران وجود نداشته باشد (انتخاب کسب و کارهای موفق و حمایت آنها)، اما باید اظهار کرد در این مورد مثال‌های متعددی وجود دارد. برای مثال همکاری سرمایه‌گذاری کسب و کارهای کوچک در ایالات متحده مثال بارزی در این زمینه است. این برنامه پول مالیات دهندگان را برای حمایت از شرکت‌های زیر مورد استفاده قرار داده است.

اغلب سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر انگیزه زیادی برای داشتن این شرکت‌ها در سبد سهام خود هستند. بنابراین چاره‌دولت‌ها به جای تمرکز به شرکت‌های بارش بالا، به تشویق و اعطای یارانه به تشکیل کسب و کارهای حاشیه‌ای می‌پردازند؟

سیاست ناموفق در قبال کارآفرینی در حقیقت یک مساله سیاسی است. بسیاری از رای‌دهندگان بطور مستقیم از این سیاست‌ها بیشتر از زمانی که تمرکز بر روی شرکت‌های پتانسیل بالا است؛ منتفع می‌شوند (با دریافت یارانه‌ها و منافع مالیاتی ناشی از شروع کسب و کار). اما نفع بیشتر از سیاست‌های بهتر ناشی می‌گردد زیرا حاصل آن شرکت‌های دارای رشد بالا و مولد شغل است. بنابراین سیاستگذاران یک انتخاب اساسی دارند: سیاست سودمند اقتصادی را دنبال کنند یا راهکار سیاسی سودمند؟