

The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of Iran and Selected Countries in the Vision Document based on the General Employment Policies



*Akbar Khodabakhshi¹ , Zeinab Golzari² 

1. Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics and Social Science, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran

2. Master of Economics, Faculty of Economics and Social Science, Bu Ali Sina University, Hamedan, Iran



Citation: Khodabakhshi, A., & Golzari, Z. (2022). [The Impact of Entrepreneurship on the Economic Growth of Iran and Selected Countries in the Vision Document based on the General Employment Policies]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 10 (3), 564-585. <https://doi.org/10.30507/JMSP.2022.313382.2331>

 <https://doi.org/10.30507/JMSP.2022.313382.2331>

 20.1001.1.23452544.1401.10.39.5.0



Funding: See Page 582

Received: 03/12/2021

Accepted: 19/03/2022

Available Online: 23/09/2022

Article Type: Research paper

Key words:

Entrepreneurship;
global entrepreneurship
index; economic
growth; start-up;
growth center;
accelerator center.

ABSTRACT

Entrepreneurship can have an impact on the economic growth through innovation, invention, and competition. Entrepreneurship gives space to new ideas in the process of production to open the door for technology, product, and service. Entrepreneurship provides a condition for efficient economy, economic productivity, and technological advancement. This study investigates the impact of entrepreneurship on the economic growth. Accordingly, the global entrepreneurship index was employed to measure it. Other variables such as economic growth, GDP, the interaction of global entrepreneurship index and three sub-indexes of tendency, capability, and entrepreneurship motivation in the GDP of central Asia countries from 2017 to 2019 were analyzed as well. The econometrics model was suggested through PANTEL data approach via OLS method. So far as the main assumption is concerned, the findings showed a significantly positive impact of entrepreneurship on economic growth; however, the potentiality of entrepreneurship did not show a significant relationship with the economic growth. The results indicated a more comprehensive approach towards productive entrepreneurship for achieving economic development in the related countries.

JEL Classification: L26, L2, L29.

* Corresponding Author:

Akbar Khodabakhshi, PhD

Address: Bu Ali Sina University, Hamedan

Tel: +98 (912) 3465339

E-mail: akbarkh2006@gmail.com

تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران و کشورهای منتخب حوزه سند چشم‌انداز؛ مبتنی بر سیاست‌های کلی اشتغال

* اکبر خدابخش^۱، زینب گلزاری^۲

۱. استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران
 ۲. کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

 20.1001.1.23452544.1401.10.39.5.0

چیکید

تاریخ دریافت: ۱۲ آذر ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۸ اسفند ۱۴۰۰

تاریخ انتشار: ۱ مهر ۱۴۰۱

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

کلیدواژه‌ها:

کارآفرینی، شاخص جهانی کارآفرینی، رشد اقتصادی، کسب‌وکار نوپا، مرکز رشد، مرکز شتاب‌دهنده.

کارآفرینی از طریق نوآوری، اختراع و رقابت‌پذیری بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. کارآفرین با خلق ایده‌های نو در فرایند تولید، سبب پیدایش فناوری، محصولات و خدمات می‌شود. کارآفرینی عامل ایجاد فضای سالم اقتصادی، رونق اقتصادی و عامل انتقال فناوری است. در این پژوهش، اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی مورد بررسی قرار گرفت. بدین منظور از متغیر شاخص جهانی کارآفرینی (GEI) به‌عنوان سنجشی از کارآفرینی استفاده شد. در کنار شاخص جهانی کارآفرینی، متغیرهای رشد اقتصادی و درآمد ناخالص ملی سرانه و متغیرهای تعاملی حاصل ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و سه زیرشاخص گرایش‌ها، قابلیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه در درآمد ناخالص ملی سرانه برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی، در دوره زمانی ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ م به کار گرفته شد. تصریح الگوی اقتصادسنجی پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد پانل دیتا با روش حداقل مربعات معمولی (OLS) صورت گرفت. نتایج آن در بخش فرضیه اصلی حاکی از اثر مثبت و معنادار کارآفرینی بر رشد اقتصادی بود. در حالی که نتایج بیانگر رابطه مثبت و معنادار گرایش کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه با رشد اقتصادی است، قابلیت کارآفرینانه ارتباط معناداری با رشد اقتصادی نشان نداد. نتایج بیانگر لزوم اتخاذ رویکرد جامع‌نگر در توسعه کارآفرینی مولد به هدف تحقق رشد اقتصادی در کشورهای مورد مطالعه است.

طبقه‌بندی JEL: L29، L12، L26.

* نویسنده مسئول:

دکتر اکبر خدابخش

نشانی: همدان، دانشگاه بوعلی سینا

تلفن: ۳۴۶۵۳۳۹ (۹۱۲) +۹۸

پست الکترونیک: akbarkh2006@gmail.com

۱. مقدمه

شومپتر با وارد کردن بحث نوآوری در علم اقتصاد، اولین تلاش‌ها برای بررسی نقش فناوری در رشد اقتصادی را رقم زد؛ اگرچه چارچوب نظری اثرات نوآوری بر کارایی، بهره‌وری و رشد اقتصادی بر پایه نظریه رشد درون‌زای لوکاس^۱، رومر^۲، آرو^۳ و سولو^۴ توسعه یافت. نوآوری نیز خود شامل دو بخش تحقیق و توسعه است. تحقیق به تولید اطلاعات و توسعه به استفاده از آن‌ها برای ایجاد کالاها و محصولات جدید می‌پردازد (Carree & Thurik, 2010). تجاری‌سازی نیز به بنگاه نوآور نیاز دارد تا ترکیبی از دارایی‌ها را به همراه فناوری به کار گیرد و این دانش عمومی (فناوری) را به کالا تبدیل کند و مزیت رقابتی را به وجود آورد.

کارآفرینی از مسیرهای مختلفی بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد؛ برای مثال ایجاد اشتغال (Salgado, 2014)، افزایش رقابت‌پذیری (Eliasson, 2006; Kirzner, 2009)، پیشرفت فناوری (Schumpeter, 2014) و بهبود بهره‌وری (Aghion & Howitt, 1992). در کشورهای آسیای مرکزی و ایران، همانند دیگر کشورها، سهم چشمگیری از رشد اقتصادی به کارآفرینانی نسبت داده می‌شود که با به‌کارگیری سرمایه‌گذاری ملی در خلق دانش نقش ایفا می‌کنند؛ در حالی که در این کشورها این اثر دیده نمی‌شود. نوآوری و ایجاد کسب‌وکار در قالب انتظارات بالای کارآفرینانه، از عوامل برجسته رشد اقتصادی در کشورهای آسیای مرکزی است. کارآفرینی در کشورهای آسیای مرکزی عمدتاً مبتنی بر ضرورت است تا مبتنی بر فرصت و انتظارات بالا؛ زیرا در کشورهای آسیای مرکزی و حتی بیشتر کشورهای در حال توسعه، منافع اقتصادی از نواقص بازار^۵ (انحصار، عدم شفافیت اطلاعات و...) حاصل می‌شود تا اینکه با استفاده از موجودی دانش و اطلاعات به‌دست آید (Valliere & Peterson, 2009). بر این اساس، دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۶ ضرورت^۷، فرصت^۸ و انتظارات بالای کارآفرینانه^۹ را این‌گونه تعریف می‌کند:

ضرورت کارآفرینانه به فعالیت بخشی از افراد که به دلیل نداشتن گزینه‌های کاری دیگر به کارآفرینی روی آورده‌اند، گفته می‌شود. فرصت کارآفرینانه به فعالیت بخشی از افراد که قادر به دستیابی به شغل و انتخاب شغل هستند ولی اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌کنند، گفته می‌شود و انتظارات بالای کارآفرینانه نیز به فعالیت درصدی

1. Locus
2. Rumer
3. Arrow
4. Solow
5. Market imperfection
6. Global entrepreneurship monitor
7. Necessity entrepreneurial activity
8. Opportunity entrepreneurial activity
9. High-expectation entrepreneurial activity

از افراد اطلاق می‌شود که در پنج سال آتی بیش از پنج نفر را به کار گیرند (Bosma & Kelley, 2019).

از آنجا که دلیل طرح هر موضوع یافتن فرضیه‌هایی است که در ذهن محقق شکل می‌گیرد، در این پژوهش نیز این فرضیه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین دغدغه‌های ذهنی پژوهشگر طرح شده است:

۱. فعالیت‌های کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورهای منتخب آسیای مرکزی اثر مثبت و معنادار دارد؛

۲. گرایش‌ها، قابلیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار بر رشد اقتصادی ایران و کشورهای حوزه سند چشم‌انداز دارد.

دستاورد راهبردی سیاست کارآفرینانه دو پیامد مهم ایجاد اشتغال و ایجاد رفاه است که این دو با هم در خدمت توسعه اجتماعی خواهد بود. از سوی دیگر دگرگونی‌های شگرف و عظیمی که به دلیل رشد فزاینده دانش، صنعت و فناوری در سطح زندگی کشورهای منطقه رخ داده، موجب شده تا کشورهای مختلف راهکارهای مناسب و مؤثری را برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از این تحولات بیابند و آن‌ها را به کار گیرند. ارزیابی کارآفرینی نیز یکی از راه‌های مقایسه کشورهای موفق در زمینه توسعه کارآفرینی است؛ از این رو در این تحقیق، با استفاده از شاخص‌های کارآفرینی به مقایسه شاخص‌های کارآفرینی در ایران و کشورهای حوزه سند چشم‌انداز و مقایسه آن‌ها پرداخته شده است.

حال که دسترسی به آمار فعالیت کارآفرینی از طریق محاسبات دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال‌های اخیر فراهم شده است، با اتکا به نظریه‌های رشد درون‌زا، به بررسی نقش فعالیت کارآفرینی به‌عنوان سرریز دانش در رشد اقتصادی کشورهای منتخب آسیای مرکزی (ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان، افغانستان و ایران) خواهیم پرداخت.

۲. پیشینه تحقیق

مطالعات مربوط به کارآفرینی سابقه طولانی در ایران ندارد. در این زمینه، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی - سازمان آموزشی و پژوهشی وابسته به وزارت کار و امور اجتماعی، با ترجمه مجموعه مقالاتی درباره اشتغال آزاد و خوداشتغالی با همکاری دفتر بین‌المللی کار (ILO) نخستین بار طرح «آموزش کارآفرینی» را در سال ۱۳۶۷ مطرح کرد. شورای عالی آموزش و پرورش برای اجرای طرح‌های خوداشتغالی در سال ۱۳۶۸ دروس کارآفرینی را در برخی از رشته‌ها پیشنهاد کرد (هزارجریبی، ۱۳۹۳).

در زمینه تجارب توسعه کارآفرینی در سایر کشورها نیز، مطالعه‌ای در دو طرح تحقیقاتی (احمدپور داریانی و مفیمی، ۱۳۹۵) صورت گرفته و نتایج آن در کتابی با عنوان تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب (۱۳۹۷) به چاپ رسیده است.

صباحی، ناجی‌میدانی و سلیمانی (۱۳۹۲) در پژوهشی کاربردی با عنوان بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب، به واکاوای اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب با وارد کردن متغیر کارآفرینی در مدل رشد درون‌زای رومر^{۱۰} در کنار سایر متغیرهای مهم اثرگذار بر رشد اقتصادی پرداختند. نتایج حاصل از برآورد مدل به‌روش حداقل مربعات معمولی برای داده‌های مقطعی در هر سه شاخص حاکی از اثر معنادار کارآفرینی بر رشد اقتصادی است. البته میزان و نوع اثرگذاری عامل کارآفرینی بر رشد اقتصادی برای کشورهای کم‌درآمد و نسبتاً فقیر منفی و برای کشورهای با درآمد سرانه بالا مثبت است. کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته به‌خصوص باید براساس جنبه نوآوری آن مورد تأکید قرار گیرد و در کشورهای در حال توسعه سیاست‌های تشویقی دولت‌ها برای افزایش مشارکت در اقتصاد به‌شکل کارآفرینی لازم است.

کیان‌پور (۱۳۹۲) در بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز، به این نتیجه رسید که مطابق برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ایران با شاخص کارآفرینی نوپا در میان کشورهای عضو این سازمان، در رتبه نزدیک به متوسط جهانی آن قرار داشته است. این شاخص طی پنج سال گذشته تقریباً روند صعودی داشته و مقدار آن بیش از سایر کشورهای خاورمیانه بوده است. همچنین رتبه شاخص قصد کارآفرینانه ایران در میان کشورهای عضو در جایگاهی پایین‌تر از متوسط جهانی آن قرار گرفته است. شاخص کارآفرینی فرصت‌گرا در میان شاخص‌های فعالیت‌های کارآفرینانه، در مقایسه با سال‌های گذشته رشد پیدا کرده است. این به‌معنای آن است که کارآفرینی اجباری کاهش یافته است. بر این اساس، شاخص درک فرصت‌های کارآفرینانه نیز افزایش یافته و اینکه رتبه ایران در شاخص ترس از شکست حاکی از تمایل کم‌خطرپذیری ایرانیان برای راه‌اندازی کسب‌وکار است.

شهبازی، حسن‌زاده و جعفرزاده (۱۳۹۳) در مطالعه اثر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی، به بررسی سی کشور در طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۱ م، با بهره‌گیری از تکنیک داده‌های پانل پرداختند. الگوی مورد استفاده در این پژوهش مدل رشد گسترش‌یافته نئوکلاسیک براساس یک تابع تولید کاب - داگلاس با بازده ثابت نسبت به مقیاس است. شاخص TEA در مطالعات GEM به‌عنوان معیار کارآفرینی و تعداد اختراعات ثبت‌شده از سازمان جهانی

10. The endogenous growth theory

مالکیت معنوی^{۱۱} به‌عنوان معیار نوآوری لحاظ شده است. نتایج این تحقیق بیانگر اثر مثبت و معنادار کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی است.

محمدی‌خیاره (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در مراحل مختلف توسعه اقتصادی به این نتیجه رسید که هرچه کشورها به سمت مراحل بالاتر توسعه اقتصادی حرکت می‌کنند، نرخ فعالیت‌های کارآفرینی ابتدا کاهش و سپس افزایش می‌یابد و هر اندازه فعالیت کارآفرینی دارای ثبات بیشتر باشد، با افزایش توسعه‌یافتگی کشورها، نرخ کاهش در فعالیت‌های کارآفرینانه کمتر خواهد بود. هرچه کشورها به مراحل بالاتر توسعه می‌رسند، انگیزه فعالیت‌های کارآفرینانه رابطه قوی و منفی با توسعه اقتصادی خواهد داشت؛ در حالی که سطوح کارآفرینی تثبیت‌شده کمترین میزان کاهش را در صورت توسعه‌یافتگی بیشتر اقتصادها در پی خواهد داشت.

احمدخانی، قلاوندی و مهاجران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی موانع کارآفرینی دانشگاهی، به بررسی و جمع‌بندی مصاحبه‌ها و پایان فرایند کدگذاری دو دسته از موانع کارآفرینی دانشگاهی در قالب عوامل داخلی و عوامل محیطی پرداختند. موانع داخلی شامل مشکلات مربوط به مأموریت دانشگاه، فقدان نیروی انسانی ماهر، نبود منابع آموزشی، نبود برنامه‌های کارآفرینی، وجود فساد مدیریتی و نبود فرهنگ کارآفرینانه و موانع محیطی شامل عدم حمایت دولت، مشکلات امنیتی، مشکلات اقتصادی، ضعف آموزش عالی، نبود فرهنگ کارآفرینی در جامعه و گسست دولت از دانشگاه است. بر این اساس، از میان موانع داخلی نبود برنامه‌های کارآفرینی رتبه اول را به خود اختصاص داد و از میان عوامل محیطی نیز عدم حمایت دولت و ضعف آموزش عالی به ترتیب در رتبه دوم و سوم قرار گرفت.

کری و توریک^{۱۲} (۲۰۱۰) در کتاب *نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی* به تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای مختلف توسعه‌یافته و در حال توسعه پرداخته است. آن‌ها در این کتاب به ماهیت بین‌رشته‌ای کارآفرینی، آگاهی و درک مشارکت‌ها و بینش‌های پیشرو در توسعه اقتصادی کشورها پرداخته و به گردآوری مجموعه‌ای از راهنمایی‌ها که هر کدام به موضوع خاصی در کارآفرینی اختصاص دارد، همت گماشته‌اند. هدف کتاب راهنمای بین‌المللی کارآفرینی جهت ارائه پوششی پیشرفته از آنچه درباره کارآفرینی آموخته شده، است و در آن، کارآفرینی رشته آکادمیک در حال ظهور معرفی شده است.

گالیندو، نورنها وز و نتو^{۱۳} (۲۰۱۰) اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ۲۵ کشور منتخب در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ م بررسی کردند. آن‌ها که از شاخص کل فعالیت‌های کارآفرینی

11. World Intellectual Property Organization

12. Carree & Thurik

13. Galindo, Noronha Vaz & Neto

(TEA) به‌عنوان شاخص کارآفرینی استفاده کردند، با برآورد مدل‌های رگرسیونی مطرح‌شده با روش آثار ثابت نتیجه گرفتند کارآفرینی از طریق رونق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی اثر مثبت غیرمستقیم بر رشد اقتصاد دارد.

گالیندو و مندز^{۱۴} (2014) در پژوهش خود ارتباط میان کارآفرینی، نوآوری و رشد اقتصادی را تجزیه و تحلیل کرده و وجود اثرات بازخورد^{۱۵} در این ارتباطات را نشان داده‌اند. بدین منظور در بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ م و برای سیزده کشور توسعه‌یافته، با استفاده از روش داده‌های پانل با روش اثرات ثابت تجزیه و تحلیل تجربی انجام دادند. برای سهولت تجزیه و تحلیل‌های صورت‌گرفته رویکرد شومپیتری به کار رفت. یافته‌های پژوهش نشان داد کارآفرینی و نوآوری هر دو دارای رابطه مثبت با رشد اقتصادی است. بدین ترتیب، باعث اثر دایره‌ای می‌شود که به موجب آن، متغیرها آثار مثبت بر هم خواهد گذاشت. فعالیت‌های کارآفرینی و نوآوری فعالیت‌های اقتصادی را افزایش می‌دهد و فعالیت‌های اقتصادی نیز اثر مثبت بر نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه می‌گذارد. افزون بر این، نتایج تجزیه و تحلیل‌ها حاکی از تأثیر مثبت سیاست‌های پولی و وضعیت اجتماعی بر نوآوری و کارآفرینی است.

کریتیکوز^{۱۶} (2015) در پژوهش خود فعالیت‌های کارآفرینان را یکی از محرک‌های پویایی‌های اقتصاد می‌شمارد. کارآفرینان وظایف حیاتی در اقتصاد عهده‌دار می‌شوند. آن‌ها ایجادکننده فرصت‌های شغلی نه‌فقط برای خود، بلکه برای دیگر افراد هستند؛ فراتر از ایجاد شغل، فعالیت‌های کارآفرینانه عملکرد کلی اقتصاد را از چند طریق تحت تأثیر قرار می‌دهد: ۱. کارآفرینان با محصولات و فناوری‌های جدید و فرایندهای تولید نو وارد بازار می‌شوند؛ ۲. کارآفرینان بهره‌وری و رقابت را افزایش می‌دهند؛ ۳. کارآفرینی به تغییرات ساختاری شتاب می‌بخشد. بنابراین ایجاد کسب‌وکارهای جدید به‌واسطه کارآفرینی منبع مهم رشد اقتصادی است.

زکی و رشید^{۱۷} (2016) به‌منظور بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای نوظهور،^{۱۸} داده‌های مقطعی هفت کشور نوظهور را در بازه زمانی ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴ م مطالعه کرده‌اند. نتایج این پژوهش بیانگر وجود رابطه منفی و معنادار میان کارآفرینی و رشد اقتصادی در این کشورهاست؛ در حالی که ارتباط میان بهره‌وری نیروی کار و سطح توسعه‌یافتگی با رشد اقتصادی مثبت است. بنابراین کشورهای نوظهور در وهله اول باید بر سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی به‌منظور افزایش بهره‌وری متمرکز گردند. تشویق دولت‌ها

-
14. Galindo & Méndez
15. Feedback effects
16. Kritikos
17. Zaki & Rashid
18. Emerging countries

به راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا بدون فراهم و تقویت کردن اکوسیستم کارآفرینانه و محیط کسب‌وکار مساعد، تأثیر معکوسی بر رشد خواهد داشت.

۳. چارچوب نظری

کشورهای منطقه آسیای میانه و کشورهای همسایه از دیرباز رقبای ایران در منطقه محسوب می‌شدند. در مقایسه با این کشورها، ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری، با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقای نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل. کشورهای مورد نظر در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ باید در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های سالیانه مورد توجه قرار گیرند. نقش کارآفرینی و تأثیر آن در رشد و توسعه اقتصادی، رقابت، شغل‌آفرینی، اشتغال‌زایی پایدار، استقرار و توسعه عدالت اجتماعی، حضور گسترده و فعال در بازارهای جهانی، فقرزدایی و افزایش امید به زندگی، شادزیستی و سایر آرمان‌های اجتماعی موضوعات مهمی در کشورهای مورد بررسی است. از سوی دیگر در دهه‌های گذشته، علاقه و گرایش به مفاهیم رشد و توسعه اقتصادی و کارآفرینی به‌شدت مورد توجه کشورها قرار گرفته و مطالعات متعددی هم در این باب انجام شده است. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که اگرچه می‌توان استدلال کرد که نظریه توسعه اقتصادی فاقد نظریه عمومی کارآفرینی است که بتواند دربرگیرنده پیامدهای متنوع توسعه باشد؛ اما پیشرفت‌هایی برای گسترش مفهوم و درک کارآفرینی در توسعه اقتصادی انجام شده است (Naude, 2019). در سمت دیگر، سازمان‌های بین‌المللی، دولت‌ها و سیاست‌گذاران توجه بیشتری به نقش کارآفرینی در ایجاد رشد و توسعه اقتصادی نشان داده‌اند. کارشناسان اقتصادی رویکرد سنتی خود را به رشد و توسعه اقتصادی عمدتاً براساس استخدام شرکت‌های بزرگ با انگیزه‌های مختلف مالی و اعتباری رها کرده‌اند. امروزه آن‌ها بیش از پیش به تشکیلات اقتصادی کوچک و متوسط^{۱۹} و کسب‌وکارهای جدید با مخاطره^{۲۰} اتکا دارند.

بررسی‌های ونکرز و توریک^{۲۱} (1999) درباره کارآفرینی، رشد اقتصادی و آنچه که این دو را پیوند می‌دهد، در قالب یک چارچوب تعیین و ارائه شده است. دلیل به‌دست دادن چنین چارچوبی این است که معمولاً ارتباط مستقیمی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی وجود ندارد و کارآفرینی مفهومی است که به‌خوبی تعریف نشده است؛ به همین علت برای توضیح چگونگی اثرگذاری کارآفرینی بر رشد اقتصادی به متغیر واسطه^{۲۲} یا رابط^{۲۳} نیاز

19. Small and Medium Enterprises (SMEs)

20. New Ventures

21. Wennkers & Torrick

22. Intermediate variables

23. Linkage

است. نوآوری و رقابت نمونه‌های از این متغیرهاست. در بررسی ارتباط میان کارآفرینی و رشد اقتصادی، سه سطح تجزیه و تحلیل مشخص می‌شود: سطح فردی^{۲۴} که در آن، کارآفرینان برای خود یا به صورت تیمی، سطح بنگاه^{۲۵} و سطح کل^{۲۶} صنایع، مناطق و در سطح ملی فعالیت می‌کنند. اساساً کارآفرینی با فعالیت‌های فردی همراه است و مفهوم رشد اقتصادی با سطوح بنگاه‌ها، صنایع و ملل ارتباط دارد. ایجاد ارتباط میان کارآفرینی و رشد اقتصادی به معنای مرتبط کردن سطح فردی به سطوح کل است؛ به بیان دیگر ایجاد ارتباط میان کارآفرینی و رشد اقتصادی به معنای مرتبط کردن سطح فردی به سطح بنگاه و سطح کلان است. فعالیت‌های کارآفرینانه ما را به سطح بنگاه می‌برد. کارآفرینی مترادف با کسب و کار کوچک نیست. کارآفرین باید به‌طریقی ایده‌های خود را واقعی سازد؛ کسب و کار کوچک که کارآفرین کنترل بیشتری بر آن دارد، این امکان را برای او فراهم می‌کند.

بنگاه‌های بزرگ‌تر کوچک بودن را به‌منظور بنیاد نهادن کارآفرینی سازمانی^{۲۷} شبیه‌سازی می‌کنند (با به‌کارگیری اشکال سازمانی مانند واحدهای تجاری^{۲۸}، شرکت‌های تابعه^{۲۹} و کسب و کار مشترک^{۳۰}). دستاورد این مظاهر کارآفرینانه در سطح بنگاه عموماً با تازگی همراه است. تازگی به‌واسطه محصول، فرایند، نوآوری‌های سازمانی، ورود به بازارهای جدید و کسب و کارهای نوآور رخ می‌دهد. در سطوح کل از صنایع، مناطق و اقتصادهای ملی، فعالیت‌های کارآفرینانه فردی تجربیات جدیدی ایجاد می‌کنند که می‌توان آن‌ها را تنوع بخشید. فرایند رقابت میان این ایده‌های جدید و ابتکارات به‌گزینش قابل دوام‌ترین بنگاه‌ها و صنایع منجر می‌شود. همچنین تنوع، رقابت، گزینش و تقلید^{۳۱} بسط و تحول پتانسیل‌های مولد منطقه‌ای و ملی را موجب می‌شود (به‌وسیله جایگزینی یا جابه‌جایی بنگاه‌های منسوخ، با بهره‌وری بالاتر یا بسط و توسعه صنایع جدید). دستاورد این زنجیره متغیرها که سطح فردی را به سطح کلان پیوند می‌دهد، رشد اقتصادی خواهد بود. در کنار مرتبط شدن سطح انفرادی به سطح کل، وجود مکانیسم‌های بازخورد محتمل است. رقابت و گزینش بدون شک افراد و بنگاه‌ها را قادر می‌سازد تا از موفقیت‌ها و شکست‌های خود و دیگران درس بگیرند. این فرایندهای یادگیری به افراد امکان می‌دهد مهارت‌های خود افزایش دهند. دستاورد این سرریز، فعالیت‌های کارآفرینانه جدید و ایجاد زنجیره ارتباطی بازگشتی است.

24. Individual level

25. Firm level

26. Aggregate levels

27. Corporate entrepreneurship

28. Business units

29. Subsidiaries

30. Joint ventures

31. Imitation

واضح است که دستاورد این فرایندهای پویا به مجموعه‌ای از شرایط وابسته است؛ بنابراین چندین شرط برای کارآفرینی مطرح می‌شود؛ زیرا منشأ و خاستگاه کارآفرینی بر ویژگی‌ها و صفات شخصی واقع شده و کارآفرینی مشخصه رفتاری افراد است. به‌علاوه کارآفرینی و عامل واسطه‌ای و مرتبط‌کننده به شرایط فرهنگی و نهادی محیط زندگی و کسب‌وکار وابسته است. با توجه به موهبت‌های روانی^{۳۲} جمعیت، این شرایط به محیطی بازمی‌گردد که افراد در آن فعالیت‌های کارآفرینانه خود را انجام می‌دهند؛ همانند فرهنگ محیطی ملی یا منطقه‌ای و فرهنگ درون‌سازمانی. ارتباط میان فرهنگ و کارآفرینی ارتباطی ساده نیست. چارچوب نهادی در سطح ملی و درون‌بنگامی انگیزه‌ها و محرک‌های فرد برای تبدیل ایده به واقعیت را مشخص و تعیین می‌کند که موانع غیرضروری تا چه حد مانع آن‌ها خواهد بود. نهادها در توسعه کارآفرینی از اهمیت بسیاری برخوردار است. چارچوب ارائه‌شده از سوی ونکرز و توریگ برگرفته از جمع‌بندی دیدگاه‌ها و منابع و پژوهش‌های حوزه‌های گوناگون راجع به ارتباط کارآفرینی و رشد اقتصادی است.

۴. روش تحقیق

پژوهش حاضر مبتنی بر روش تحلیلی و اقتصادسنجی، با استفاده از داده‌های پانل برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی در دوره زمانی ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ م است. در این پژوهش، از متغیرهای رشد اقتصادی، شاخص جهانی کارآفرینی، گرایش‌های کارآفرینانه، قابلیت‌های کارآفرینانه، اشتیاق کارآفرینانه، درآمد ناخالص ملی سرانه و همچنین حاصل‌ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و درآمد ناخالص ملی سرانه و حاصل‌ضرب هریک از سه زیرشاخص گرایش‌ها، قابلیت‌ها و اشتیاق کارآفرینانه در درآمد ناخالص ملی سرانه (متغیرهای تعاملی) استفاده شده است.

در پژوهش حاضر، شش کشور از کشورهای منتخب آسیای مرکزی (ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان و افغانستان) به‌همراه ایران با استفاده از اطلاعات مؤسسه توسعه کارآفرینی جهانی بررسی شده است. چارچوب سیاست‌ها، قوانین، نهادها و زیرساخت‌های کارآفرینی در اغلب کشورهای مورد بررسی در جهت ترویج، پرورش و حمایت فعالیت‌های کارآفرینانه نوآور به‌نحو کارآمدی در تعامل است. در این سطح از توسعه‌یافتگی، به‌دلیل نقش اساسی کارآفرینی در حفظ رقابت‌پذیری و وابستگی رشد و توسعه اقتصادی این کشورها به نوآوری، کارآفرینی مولد در سطح قابل قبولی قرار دارد. از این‌رو نتایج این پژوهش می‌تواند حاوی پیام‌ها و راهکارهایی برای کشورهای در مسیر توسعه از جمله ایران جهت ایجاد کارآفرینی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه و مبتنی بر نوآوری باشد. به‌منظور تبیین بهتر و دقیق‌تر ویژگی‌های کشورهای منتخب آسیای مرکزی (ازبکستان، تاجیکستان،

32. Psychological endowments

ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان، افغانستان و ایران) و وجوه تمایز این کشورها، سطوح توسعه‌یافتگی آن‌ها در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است.

۴-۱. معرفی متغیرهای مدل

در این پژوهش، از نمادهای زیر برای متغیرهای معرفی‌شده در بخش تحلیل داده‌ها استفاده شده است:

GR	رشد اقتصادی
GEI	شاخص جهانی کارآفرینی
ATT	زیرشاخص گرایش‌های کارآفرینانه
ASP	زیرشاخص اشتیاق کارآفرینانه
ABT	قابلیت‌های کارآفرینانه
GNIPC	درآمد ناخالص ملی سرانه
GEI*GNIPC	حاصل ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و درآمد ناخالص ملی سرانه
ATT*GNIPC	حاصل ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و گرایش‌های کارآفرینانه
ABT*GNIPC	درآمد ناخالص ملی سرانه و قابلیت‌های کارآفرینانه
ASP*GNIPC	درآمد ناخالص ملی سرانه و اشتیاق کارآفرینانه

با توجه به متغیرهای نام‌برده، شکل منطقی مدل تخمین‌زده‌شده در پژوهش جهت آزمون فرضیه اصلی به صورت زیر است:

$$GR = \alpha + \beta_1 GEI + \beta_2 \log(GNIPC) + \beta_3 GEI * \log(GNIPC) + \varepsilon_t$$

و شکل منطقی مدل‌های تخمین‌زده‌شده در پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌های فرعی به صورت زیر است:

$$GR = \alpha + \beta_1 ATT + \beta_2 ABT + \beta_3 ASP + \beta_4 \log(GNIPC) + \beta_0 ATT * \log(GNIPC) + \beta_1 ABT * \log(GNIPC) + \beta_7 ASP * \log(GNIPC) + \varepsilon_t$$

۵. یافته‌های تحقیق

در فرضیه اصلی پژوهش، ارتباط مثبت و معنادار اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی بررسی می‌شود. ابتدا F لیمر آزمون برای تأیید یا ردّ روش پانل دیتا به کار گرفت می‌شود.

جدول ۱. آزمون F لیمر برای کشورهای کشورهای منتخب آسیای مرکزی

Effect Test	Statistic	Prob
Cross Section-F	۹/۱۵۹۱۰۱	۰/۰۰۰۰
Cross Section X ²	۱۶۶/۳۱۷۴۸۲	۰/۰۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، مقدار آماره آزمون F بیشتر از کمیت بحرانی است (میزان ارزش احتمال کمتر از ۵ درصد است)؛ بنابراین فرضیه صفر به نفع فرضیه مقابل، مبنی بر اینکه استفاده از روش اثرات ثابت مناسب است، رد می‌شود. در نتیجه انجام آزمون هاسمن^{۳۳} مورد نیاز است.

جدول ۲. آزمون هاسمن برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی

Effect Test	Statistic	Prob
Cross- section random	۰/۲۷۷۶۶۲	۰/۳۵۰۸

(منبع: یافته‌های پژوهش)

متغیر آماره آزمون هاسمن کمتر از کمیت بحرانی است (مقدار ارزش احتمال بیشتر از ۵ درصد است)؛ بنابراین فرضیه صفر رد نمی‌شود. این بدان معناست که بین اجزای اخلاص و متغیرهای توضیحی هم‌بستگی وجود ندارد. بنابراین تخمین مدل با روش اثرات تصادفی انجام می‌شود.

بر اساس نتایج آزمون هاسمن در جدول ۲، روش مناسب تخمین مدل به صورت اثرات تصادفی پذیرفته می‌شود. اکنون پس از انتخاب و تعیین نوع مدل به تبیین و تشریح تخمین حاصل از مدل پرداخته می‌شود. لازم است یادآوری شود که مدل زیر برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی تخمین زده شده و همان‌طور که بیان شد، از متغیرهای نرخ رشد

33. Hausman

اقتصادی به‌عنوان متغیر وابسته و از شاخص جهانی کارآفرینی، درآمد ناخالص ملی سرانه و حاصل ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و درآمد ناخالص ملی سرانه (متغیر تعاملی) به‌عنوان متغیر توضیحی استفاده شده است.

جدول ۳. تخمین مدل با اثرات تصادفی کشورهای منتخب آسیای مرکزی

Variable	Coefficient	Prob
C	-۴۹/۴۷۳۶۸	۰/۰۰۰
CEI	۰/۷۵۲۲۸۰	۰/۰۰۰۶
Log (GNIPC)	۴/۸۹۶۱۲۱	۰/۰۰۰۰
GEI*log (GNIPC)	-۰/۰۷۱۲۶۰	۰/۰۰۰۴

(منبع: یافته‌های پژوهش)

در جدول ۴، برخی آماره‌های مهم تخمین فوق گزارش شده است.

جدول ۴. آماره‌های تخمین مدل کشورهای منتخب آسیای مرکزی

R-squared	۰/۰۵۲۶۴۶
Adjusted R-squared	۰/۰۲۱۷۵۴
S.E.of regression	۰/۶۹۴۸۳۹
Durbin-Watson stat	۰/۰۰۷۴۹۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق جدول ۴، رابطه شاخص اثر کارآفرینی (GEI) با رشد اقتصادی در سطح ۵ درصد معنادار است. همچنین رابطه سایر متغیرها، یعنی درآمد ناخالص ملی سرانه (GNIPC) و متغیر تعاملی (GEI*GNIPC)، در سطح ۵ درصد با رشد اقتصادی معنادار است.

براساس آماره‌های تخمین مدل در جدول ۴، توضیح‌دهندگی مدل (R^2) ۵ درصد است. همچنین آماره دوربین - واتسون (D-W) ۲/۰۰۷ است که عدم خودهم‌بستگی در مدل را نشان می‌دهد.

برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی ضریب GEI، ۰/۷۵۲۲۸۰ است (اثر مستقیم GEI). ضریب متغیر تعاملی GEI*GNIPC -۰/۰۷۱۲۶۰ بوده که منفی است؛ بنابراین اثر شاخص

GEI با افزایش GNIPC کاهش می‌یابد (اثر غیرمستقیم GEI). با وجود متغیر تعاملی تفسیر ضرایب به گونه‌ای دیگر خواهد بود؛ بدین ترتیب که اثر GEI بر رشد اقتصادی (GR) برحسب مقادیر مختلف درآمد سرانه متفاوت خواهد بود. پس اثر GEI بر GR را می‌توان به صورت $\log(\text{GNIPC}) = 0.752280 + (-0.071260) \times \text{GR}$ نوشت که مثبت بودن این عبارت بیانگر تأثیر مثبت اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی است؛ بدین معنا که ارتقای گرایش کارآفرینانه که حامی کسب و کارهای کارآفرینانه مولد و نوآور است، به افزایش رشد اقتصادی می‌انجامد که این خود تأییدکننده مبانی نظری و فرضیه اصلی پژوهش است.

ضریب مثبت ۴/۸۹۶۱۲۱ به دست آمده برای GNIPC اثر مثبت درآمد سرانه بر رشد اقتصادی را نشان می‌دهد.

در فرضیه‌های فرعی این پژوهش تأثیر مثبت و معنادار سه زیرشاخص تشکیل دهنده شاخص جهانی کارآفرینی (GEI) بر رشد اقتصادی مورد آزمون قرار می‌گیرد. شاخص GEI میانگین معمولی از سه زیرشاخص گرایش‌های کارآفرینانه، قابلیت‌های کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه است.

جدول ۵. F لیمر برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی (فرضیه‌های فرعی)

Effect Test	Statistic	Prob
Cross Section-F	۱۰/۱۰۶۹۹۸	۰/۰۰۰۰
Cross Section	۱۷۵/۴۹۵۹۹۰	۰/۰۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، مقدار آماره آزمون F بیشتر از کمیت بحرانی است (میزان ارزش احتمال کمتر از ۵ درصد است)؛ بنابراین فرضیه صفر به نفع فرضیه مقابل مبنی بر اینکه استفاده از روش اثرات ثابت مناسب است، رد می‌شود. بنابراین به برآورد آزمون هاسمن نیاز داریم.

جدول ۶. آزمون هاسمن برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی (فرضیه‌های فرعی)

Effect Test	Statistic	Prob
Cross-Section Random	۳/۱۲۳۹۸۰	۰/۵۳۷۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

مقدار آمارهٔ آزمون هاسمن کمتر از کمیت بحرانی است (به عبارت دیگر، مقدار ارزش احتمال بیشتر از ۵ درصد است)؛ بنابراین فرضیهٔ صفر رد نمی‌شود. این بدان معناست که بین اجزای اخلال و متغیرهای توضیحی هم‌بستگی وجود ندارد. بنابراین تخمین مدل با روش اثرات تصادفی انجام می‌شود.

براساس نتایج **جدول ۶**، روش مناسب تخمین مدل به صورت اثرات تصادفی است. پس از انتخاب و تعیین نوع مدل، به تبیین و تشریح تخمین حاصل از مدل پرداخته می‌شود. لازم است یادآوری شود که مدل زیر برای کشورهای منتخب آسیای مرکزی تخمین زده شده و همان‌طور که در سطور پیشین بیان شد، از متغیرهای نرخ رشد اقتصادی به‌عنوان متغیر وابسته و از زیرشاخص گرایش‌های کارآفرینانه، زیرشاخص قابلیت‌های کارآفرینانه، زیرشاخص اشتیاق کارآفرینانه، درآمد ناخالص ملی سرانه، حاصل‌ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و گرایش‌های کارآفرینانه (متغیر تعاملی)، حاصل‌ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و قابلیت‌های کارآفرینانه (متغیر تعاملی) و حاصل‌ضرب شاخص جهانی کارآفرینی و اشتیاق کارآفرینانه (متغیر تعاملی) به‌عنوان متغیر توضیحی استفاده شده است.

جدول ۷. تخمین مدل با اثرات تصادفی کشورهای منتخب (فرضیه‌های فرعی)

Variable	Coefficient	Prob
C	-۳۴/۸۴۷۴۷	۰/۰۰۰۰
ATT	۱۲/۵۵۷۱۲	۰/۰۰۳۲
ABT	-۷/۶۲۲۷۶۶	۰/۱۴۲۸
ASP	۲/۰۶۴۵۸۰	۰/۰۰۰۰
Log (GNIPC)	۱/۶۳۳۳۹۹	۰/۰۰۰۰
ATT*log (GNIPC)	-۰/۰۲۱۰۳۸	۰/۰۰۹۸
ABT*log (GNIPC)	۰/۰۱۰۰۶۳	۰/۱۱۴۲
ASP*log (GNIPC)	-۰/۰۰۲۸۸۱	۰/۰۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که در **جدول ۷** مشاهده می‌شود، در کشورهای منتخب آسیای مرکزی رابطهٔ تمام متغیرها با رشد اقتصادی به‌جز زیرشاخص قابلیت‌های کارآفرینانه (ABT) و حاصل‌ضرب قابلیت‌های کارآفرینانه و درآمد ناخالص ملی سرانه (متغیر تعاملی ABT*GNIPC) در سطح ۵ درصد معنادار است.

در جدول ۸، برخی آماره‌های مهم تخمین فوق گزارش شده است.

جدول ۸. آماره‌های تخمین مدل کشورهای منتخب آسیای مرکزی (فرضیه‌های فرعی)

R-squared	۰/۱۵۶۴۲۲
Adjusted R-squared	۰/۰۸۹۳۱۹
S.E.of regression	۰/۷۰۲۱۹۴
Durbin- Watson star	۱/۹۱۸۸۳۸

(منبع: یافته‌های پژوهش)

بر اساس آماره‌های تخمین مدل در جدول ۸، توضیح‌دهندگی مدل (R^2)، ۱۵ درصد است. همچنین آماره دوربین - واتسون (D-W) ۱/۹۱۸۸ بیانگر نبود خودهم‌بستگی در مدل است.

ضریب متغیر ATT برابر با ۱۲/۵۵۷۱۲ است که مثبت بودن آن نشان از اثر مثبت آن بر رشد اقتصادی است. ضریب متغیر تعاملی $\log(\text{GNIPC}) * \text{ATT}$ برابر با -۰/۰۲۱۰۳۸ است و اثر غیرمستقیم آن بر رشد اقتصادی (تأثیر آن بر رشد اقتصادی از کانال $\log(\text{GNIPC})$ را نشان می‌دهد. اثر گرایش کارآفرینانه (ATT) بر رشد اقتصادی برابر با $\log(\text{GNIPC})$ (-۰/۰۲۱۰۳۸) + ۱۲/۵۵۷۱۲ است؛ بنابراین ارتقای زیرشاخص گرایش‌های کارآفرینانه که یکی از ستون‌های کلیدی اثر کارآفرینی است، به افزایش رشد اقتصادی می‌انجامد.

ضریب متغیر ASP برابر با ۲/۰۶۴۵۸ است که مثبت بودن آن اثر مثبت اشتیاق کارآفرینانه بر رشد اقتصادی را نشان می‌دهد. ضریب متغیر تعاملی $\log(\text{GNIPC}) * \text{ASP}$ برابر با -۰/۰۲۸۸۱ است و اثر غیرمستقیم آن بر رشد اقتصادی (تأثیر آن بر رشد اقتصادی از کانال $\log(\text{GNIPC})$) را نمایان می‌سازد. اثر اشتیاق کارآفرینانه (ASP) بر رشد اقتصادی برابر با $\log(\text{GNIPC})$ (-۰/۰۲۸۸۱) + ۲/۰۶۴۵۸ است؛ بنابراین ارتقای زیرشاخص اشتیاق کارآفرینانه که یکی از ستون‌های کلیدی اثر کارآفرینی است، با افزایش رشد اقتصادی همراه است. ضریب حاصل‌شده برای GNIPC برابر با ۱/۶۳۳۳۹۹ است و رابطه مثبت درآمد سرانه با رشد اقتصادی را نشان می‌دهد.

۶. نتیجه

در پی لزوم اتخاذ رویکرد جامع‌نگر به مقوله ترویج کارآفرینی مولد که به رشد اقتصادی می‌انجامد، در پژوهش حاضر ضمن تبیین ارتباط کارآفرینی و رشد اقتصادی و تشریح مؤلفه‌ها و ماهیت اثر کارآفرینی، ارتباط کارآفرینی و رشد اقتصادی بررسی شد. همچنین با

توجه به ماهیت کارآفرینی و ضرورت ایجاد تغییرات سیستمی و همه‌جانبه در این رویکرد، تأثیر سه زیرشاخص گرایش کارآفرینانه، قابلیت کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه نیز بر رشد اقتصادی از چارچوب سنجش کارآفرینی مؤسسه توسعه کارآفرینی جهانی استفاده شد. نتایج بررسی‌های اقتصادسنجی فرضیه اصلی پژوهش، یعنی تأثیر مثبت و معنادار اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی، را تأیید می‌کند و با یافته‌های تحقیقات صباحی و دیگران (۱۳۹۲)، کیان‌پور (۱۳۹۲)، شهبازی و دیگران (۱۳۹۳)، محمدی‌خیاره (۱۳۹۷)، دیوسالار و بزرگی (۱۳۹۱) و کریتیکوز (2015) همسو بوده است.

فرضیه‌های فرعی، مبتنی بر تأثیر مثبت و معنادار هرکدام از سه زیرشاخص بر رشد اقتصادی، مورد بررسی و آزمون قرار گرفت و رابطه مثبت و معنادار گرایش کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه با رشد اقتصادی تأیید شد؛ اما رابطه قابلیت کارآفرینانه با رشد اقتصادی رد شد. این موضوع به‌خوبی لزوم تغییرات سیستمی و همه‌جانبه در ستون‌های کلیدی اثر کارآفرینی را به‌منظور گسترش کارآفرینی مولد و نیل به رشد اقتصادی نشان می‌دهد. این شاخص‌ها در عین استقلال، مکمل یکدیگر نیز هستند؛ بنابراین برای بهبود عملکرد هریک از عناصر، رشد و تقویت توأمان همه زیرشاخص‌ها ضروری است. البته ممکن است تقویت هریک از عناصر کلیدی به‌طور مجزا به کارآفرینی و رشد اقتصادی منجر شود، اما برای حفظ و تقویت اثر کارآفرینی کافی نیست. نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیقات کریمی و رحمانی (۱۳۹۴)، زالی، رضایی و عیوضی (۱۳۹۲)، کاردون، وین‌سنت، سینگ و درنوووسکی^{۳۴} (2005)، برنیک، کرس‌رود، الفوینگ و کروگر^{۳۵} (2006)، بروگست (2011) و مورنیک (2012) همسو بوده و در پرتو آن‌ها و نتایج این تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که شاخص اثر کارآفرینی میانگین معمولی از سه زیرشاخص گرایش‌های کارآفرینانه، قابلیت‌های کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه است. ایزنبرگ^{۳۶} استدلال می‌کند که توسعه واقعی کارآفرینی زمانی به‌وقوع می‌پیوندد که اجزای مختلف اکوسیستم توأمان عملی شود؛ اگرچه لزومی ندارند به‌دنبال تغییر یک‌باره همه‌چیز در درجه کمال باشیم. پس در نظر گرفتن ماهیت به‌هم پیوستن عناصر اثر کارآفرینی ضروری است. به بیان دیگر، تغییر یک جنبه از اثر کارآفرینی چندان مفید نیست و تقویت عناصر باید به‌طور همگام و موازی صورت گیرد. همان‌گونه که در نتایج بررسی فرضیه‌های اصلی و فرعی در یافته‌های پژوهش مشاهده شد، زمانی که همه اجزای کارآفرینی با بهره‌گیری از شاخص اثر کارآفرینی (GEI) توأمان لحاظ می‌شود، اثر این شاخص ترکیبی بر رشد اقتصادی مثبت است.

به‌طور کلی در کشورهای پیشرفته، سیاست‌گذاران می‌توانند با ترویج آموزش و تعلیم

34. Cardon, Wincent, Singh & Drnovsek

35. Brannback, Carsrud, Elfving & Krueger

36. Isenberg

کارآفرینی، تحریک سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیرونی^{۳۷} و تجارت بین‌المللی برای تسهیل سرریزهای صادرات^{۳۸} به‌طور مثبت بر کارآفرینی اثر بگذارند. کشورهای منتخب آسیای مرکزی باید با تمرکز بر دستیابی به فضای نهادی و محیط کلان اقتصادی باثبات و پایدار و افزایش ظرفیت‌های کارآفرینانه (برای مثال با قادر ساختن افراد و کسب‌وکارها به جذب سرریزهای دانش^{۳۹}) برای کارایی‌محور شدن تلاش کنند (Acs, Desai & Hessels, 2008).

نتایج ارزیابی دیده‌بان جهانی کارآفرینی (Bosma & Kelley, 2019) نشان می‌دهد کشور ایران در وضعیت مطلوبی قرار ندارد؛ به‌طوری که رتبه ایران در همه زیرشاخص‌ها و مؤلفه‌های کارآفرینی پایین‌تر از متوسط جهانی آن است؛ در حالی که کارآفرینی طی دهه گذشته روند رو به رشد و مناسبی را برای مؤلفه‌های کارآفرینی نشان نمی‌دهد؛ به‌جز استارت‌آپ‌ها که روند متوسط و رو به رشدی داشته است. اهمیت این موضوع، ضرورت تحقیق و پژوهش در موضوع کارآفرینی در ایران و مقایسه با کشورهای با ویژگی‌های مشترک را دوچندان می‌کند.

یکی از واقعیت‌های مربوط به پدیده کارآفرینی در ایران این است که اغلب فعالیت‌های کارآفرینی در ایران نوآورانه نیست و چندان از فناوری‌های سطح بالا برخوردار نیست. شاید به همین دلیل است که با اینکه بیش از ۹۰ درصد کسب‌وکارهای ایرانی کوچک و متوسط است، سهم زیادی در رشد اقتصاد کشور (تولید ناخالص داخلی) ندارد. زیرشاخص‌های کارآفرینی قصد کارآفرینانه، درک فرصت و درک قابلیت، کارآفرینی نوپا و نوآورانه در ایران و بررسی رشد کارآفرینی در ایران در مقایسه با کشورهای حوزه سند چشم‌انداز (علاوه بر کشورهای آسیای مرکزی) وضعیت مناسب و مطلوبی را نشان نمی‌دهد؛ اگرچه طی دهه گذشته روند رو به رشد و افزایشی را در زیرشاخص‌های کارآفرینی برای کشور شاهد بوده‌ایم که این روند امیدبخش آینده خوبی را برای شاخص‌های کارآفرینی نوید می‌دهد.

کاربرد مدیریتی و سیاست‌گذاری این تحقیق بر بررسی ابعاد مختلف کارآفرینی به‌عنوان عامل مولد و اثرگذار بر رشد اقتصادی کشور تأکید می‌کند. مطالعه درباره کارآفرینی و مؤلفه‌های آن بیش از دو دهه در کشورهای توسعه‌یافته شکل گرفته است؛ ولی توجه به موضوع مهم کارآفرینی و عضویت ایران در سازمان جهانی کارآفرینی عمر کوتاهی دارد. این پژوهش به سیاست‌گذاران این حوزه یادآوری می‌کند که ضعف‌های موجود در موضوع کارآفرینی کشور و همچنین کشورهای منطقه ناشی از چه عوامل ساختاری و مدیریتی است؛ به‌علاوه اینکه درخصوص سیاست‌گذاری راهبردی در کارآفرینی به چه عواملی باید بیشتر

37. Outward FDI (FDI: Foreign Direct Investment)

38. Export spillovers

39. Knowledge spillovers

توجه کرد. نتایج این پژوهش نشان داد میان کارآفرینی از طریق مؤلفه‌های کارآفرینی با رشد اقتصادی رابطه تنگاتنگی وجود دارد؛ به‌طوری که بیش از هر عامل دیگری می‌تواند موتور محرک جهش رشد اقتصادی را تضمین کند. تحریم‌های غرب در سال‌های اخیر و دیگر مشکلات داخلی اقتصاد کاهش تولید و رشد اقتصادی کشور را تشدید کرده است. این مسئله هشدار است برای سیاست‌گذاران اقتصادی کشور که به‌دنبال بررسی عوامل و تصمیماتی باشند که بتواند از شدت اثر روند کاهش تولید و رشد اقتصادی بکاهد. براساس یافته‌های این تحقیق، کارآفرینی یکی از گلوگاه‌هایی است که باعث جبران این نقیصه می‌شود و فرصتی را فراهم می‌کند که سیاست‌گذاران در برنامه‌ریزی‌های خود، به موضوع کارآفرینی به‌عنوان پیش‌برنده رشد اقتصادی بیشتر توجه کنند.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.

References

- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Bus Econ*, 31, 219-234. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9>
- Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 60, 323-351.
- AhmadKhani, E., Ghalavandi, H., & Mohajeran, B. (2019). Prioritizing the entrepreneurship barriers for students in the higher education. *Interdisciplinary Studies on Strategic Knowledge*, 9(37), 305-330. (Persain)
- Ahmadpour Dariani, M., & Moghimi, M. (2016). *The principles of entrepreneurship*. Tehran: Farandish Press. (Persain)
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). Global entrepreneurship monitor 2018/2019 global report. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Brannback, M., Carsrud, A., Elfving, J., & Krueger, N. (2006). Sex, Drugs and Entrepreneurial Passion? An Exploratory Study. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 26, 217-236.
- Breugst, N. (2011). *Entrepreneurial behavior in social contexts: the role of families, teams and employees for entrepreneurial individuals*. Doctoral dissertation, Jena, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Diss.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2005). Entrepreneurial passion: The nature of emotions in entrepreneurship. Paper Presented at Academy of Management Best Conference.
- Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2010). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. *Handbook of Entrepreneurship Research*, 557-594.
- Divsalar, S., & Bozorgi, F. (2012). *Analyzing the role of entrepreneurship on economic and sustainable development*. National Conference on Entrepreneurship and Business Management of Knowledge-based Companies. (Persain)
- Eliasson, G. (2006). Spillovers, integrated production and the theory of the firm. *Journal of Evolutionary Economics*, 6(2), 125-140.
- Galindo, M.-T., & Mendez, M. T. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?. *Journal of Business Research*, 67(5), 825-829.
- Galindo, P. V., Noronha Vaz, T., & Neto, P. (2010). The asymmetric use of incentives in Portugal: The example of PRIME. *CIEO—Research Center for Spatial and Organizational*

Dynamics, 1, 8-24.

- Hezarjeribi, J. (2014). *Entrepreneurship*. Tehran: Economic Affairs Research Publication. (Persain)
- Karim, A., & Rahmani, S. (2015). The role of entrepreneurship tendencies on business performance considering the mediating role of knowledge creation: the case of small and medium businesses. *Innovation and Creativity in Humanities, 5*(3), 143-171. (Persain)
- Kianpour, S. (2013). The role of entrepreneurs in Iran in comparison with countries in the prospective document. *Science and Technology Parks and Incubators, 9*(34), 106-119. (Persain)
- Kirzner, I. M. (2009). *Competition and entrepreneurship*. Publisher University of Chicago press.
- Kritikos, S. A. (2015). Entrepreneurship and economic growth. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (Second Edition). Elsevier. pp. 675-680.
- Mohammadkhari, M. (2018). The role of tax deviation and corruption on entrepreneurship: the case of OECD. *Entrepreneurship Development, 11*(3), 501-520. (Persain)
- Naudé, W. (2013). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. *Evidence and Policy. IZA Discussion Paper, (7507)*.
- Sabahi, A., Naji Meidani, A., & Soleimani, E. (2013). Analyzing the role of entrepreneurship on economic development of some countries. *Economic Growth and Development Research, 3*(11), 9-18. (Persain)
- Salgado-Banda, H. (2014). Measures and determinants of entrepreneurship. An empirical analysis discussion paper in economics-birkbeck college. University of London.
- Schumpeter, J. A. (2014). *Capitalism, socialism, democracy*. New York: Harper and Row, pp. 1-460.
- Shahbazi, K., Hassanadeh, A., & Jafarzadeh, B. (2014). Analyzing the role of entrepreneurship and innovation on economic development. *Innovation and Value Creation, 3*(5), 43-56. (Persain)
- Valliere, D., & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship & Regional Development, 21*(5), 459-480.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics, 13*(1), 27-56.

Zaki, I. M., & Rashid, N. H. (2016). Entrepreneurship impact on economic growth in emerging countries. *The Business & Management Review*, 7(2), 31-39.

Zali, M., Rezaee, S., & Ayouzi, F. (2013). The role of entrepreneurship enthusiasm on decisions regarding benefiting entrepreneurship opportunities. *Rahbord*, 22(69), 195-214. (Persian)