

A Comparative-Quantitative Study of the Impact of Macro and Structural Factors on Entrepreneurship

Mohsen Shahab Samani 

Ph.D. Student in Sociology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Amir Akbari Ghamsari * 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Mohammad Yazdaninasab 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Introduction

Today, our country is grappling with various issues and problems in various fields, and these issues, considering the dynamic environmental changes and the increasing complexity and fierce competition, cannot be solved with past measures and strategies, but rather require new methods that depend on innovation, invention, creation of new products or services, processes and methods. In these circumstances, entrepreneurship is highly needed in a multi-faceted interaction, both in the concept of creating employment, and in the concept of creating transformation through innovations and improving processes, and as a key factor in economic growth and development.

In Iran, attention to entrepreneurship and innovation has been considered simultaneously with the Fourth Development Plan. In fact, the economic, social, and cultural conditions of Iran have become such that it requires attention to solving problems and bottlenecks in the present and future. Politicians in the nation are forced to consider a dependable source of energy other than oil due to a number of issues, and that source will undoubtedly be entrepreneurship.

However, despite the adoption of various policies, there are still numerous obstacles to entrepreneurship in Iran. According to an international report in 2019, Iran ranked

* Corresponding Author: amir221045@yahoo.de **How to Cite:** Shahab, M; Akbari Ghamsari, A; Yazdaninasab, M. (2025). A comparative-quantitative study of the impact of macro and structural factors on entrepreneurship, *Journal of Social Development and Welfare Planning*, 15(61), 313-349.

64th out of 137 countries in the entrepreneurship index and 11th out of 14 countries in the Middle East and North Africa, which indicates the unfavorable state of entrepreneurship. The focus of research conducted in Iran has been more on the micro and medium levels and less attention has been paid to macro factors. However, from a sociological perspective, the structural prerequisites for entrepreneurship must first be in place. Macro factors, with their significant role in policymaking and policy creation, both directly affect entrepreneurship and have significant indirect effects on entrepreneurship through their extensive effects on the micro and medium sectors. Therefore, in this article, we seek to examine macro factors and determine whether these factors are limiting or enabling in Iran.

Literature Review

The word entrepreneurship has its roots in the French language and means to commit. By examining the theories in the field of entrepreneurship, they can be divided into three general approaches: psychology, sociology, and economics. Psychologists pay more attention to the categories of education and culture. Economists have paid attention to issues such as free trade, competition, free markets, and property rights. Meanwhile, sociologists have taken a more societal view of the factors affecting entrepreneurship and have listed political, economic, social, and cultural structures as factors affecting entrepreneurship. However, by examining the research conducted, we find that most research in the field of entrepreneurship is at the micro and medium levels and less attention has been paid to the macro levels. Furthermore, research at the macro level has taken a reductionist view and has only paid attention to one structure. Therefore, this research has paid attention to all macro areas.

Materials and Methods

In this study, a comparative-quantitative research method consisting of three steps was employed. Thus, data related to the research variables for a wide range of 132 countries were gathered and examined using the secondary analysis approach. The first step involved classifying the various nations into six categories: The Middle East and North Africa, Western and English-speaking Europe, Eastern Europe, Asia, Africa, and Latin America; these regions were then compared concerning their entrepreneurial environments. In this step, the unit of observation was the countries, and the unit of analysis was the regions. In the second step, the relationship between the dependent variable and the independent variables was examined and analyzed, and the effect of macro factors on entrepreneurship was examined using stepwise multiple linear regression. The unit of observation and analysis in the second and

third steps were the countries. In this study, SPSS software was used to analyze the data. Finally, in the third step, by combining the independent variables, the impact of each area was examined by combining the four macro variables: political, economic, cultural, and social.

Results

The findings of the study narrate the unfavorable situation of entrepreneurship in Iran. Therefore, the necessary conditions must be provided for entrepreneurship development in Iran. These conditions are relevant in four political, cultural, economic, and social areas. According to the research, there is a strong relationship between entrepreneurship and political factors such as good governance, democracy, and the rule of law. The existence of democracy provides the conditions for the establishment of good governance, and when good governance based on the rule of law exists, it creates an appropriate platform for entrepreneurs and economic activists. The favorable situation of entrepreneurship in Western European and English-speaking countries confirms this. In the economic field, the results of the study indicate a strong relationship between entrepreneurship and lack of corruption, property rights, and economic freedom. Social networks and trust are closely related to entrepreneurship in the social sphere. Interpersonal relationships and collaboration are facilitated by the presence of trust and social networks. Finally, the findings of the study indicate a strong relationship between cultural factors and entrepreneurship. Comprehensive and appropriate education provides the necessary human resources; and values lead individuals toward innovative and entrepreneurial activities, preparing them to accept change and transformation.

Keywords: Entrepreneurship, Structural Factors, Political Factors, Social Factors, Cultural Factors, Economic Factors



مطالعه تطبیقی - کمی تأثیر عوامل کلان و ساختاری بر کارآفرینی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.



محسن شهاب سامانی

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.



امیر اکبری قمصری*

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.



محمد یزدانی نسب

چکیده

امروزه، کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه تبدیل شده است و در یک تعامل چند سویه هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرآیندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد توجه قرار گرفته است. اما برای تحقق و تداوم کارآفرینی آنچه بیش از هر چیزی مهم است زمینه ساختاری است که گاهی تسهیلگر کارآفرینی و گاهی مانع آن می‌شود. بر همین اساس در این تحقیق با استفاده از روش تطبیقی - کمی و تحلیل ثانویه به بررسی وضعیت کارآفرینی ۱۳۲ کشور پرداخته و عوامل کلان و ساختاری مؤثر بر آن را مورد مطالعه قرار داده‌ایم. به این منظور از آزمون‌های همبستگی، رگرسیون و تحلیل واریانس بهره گرفته‌ایم. آزمون همبستگی روابط قوی و مستقیم متغیرهای مستقل تحقیق (حکمرانی خوب، حاکمیت قانون، دموکراسی، آزادی اقتصادی، حقوق مالکیت، نبود فساد، ارزش‌ها، آموزش، اعتماد اجتماعی و شبکه اجتماعی) را با کارآفرینی نشان داد. همچنین تحلیل رگرسیون برای ۱۳۲ کشور جهان نشان می‌دهد، عوامل سیاسی (حکمرانی خوب، حاکمیت قانون و دموکراسی) و اقتصادی (آزادی اقتصادی، حقوق مالکیت، ادراک فساد)، با ضرایب استاندارد ۰/۴۰۱ و ۰/۳۹۶ تأثیر بیشتری نسبت به عوامل فرهنگی (ارزش‌ها، آموزش) و اجتماعی (اعتماد اجتماعی، شبکه اجتماعی) با ضرایب استاندارد ۰/۲۱۲ و ۰/۱۹۶ داشته‌اند. یعنی حتی عوامل سیاسی بیش از عوامل اقتصادی بر کارآفرینی تأثیر گذارند. همچنین منطقه بندی و مقایسه مناطق مختلف جهان نیز نتایج فوق را تأیید و اهمیت عوامل سیاسی و اقتصادی را نشان داد. بنا بر یافته‌ها می‌توان گفت هرچقدر هم بر آموزش یا فرهنگ کارآفرینی تأکید گردد، تا زمانی که بستر اقتصاد سیاسی کشور آماده نباشد، کارآفرینی نمی‌تواند محقق گردد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، عوامل ساختاری، عوامل سیاسی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی

مقدمه و بیان مسئله

شرایط اجتماعی، صنعتی، اقتصادی و فرهنگی کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. مسائل سازمان‌های کنونی کشور با توجه به تحولات پویای محیطی و افزایش پیچیدگی‌های روزافزون و رقابت شدید، با تدابیر و استراتژی‌های گذشته حل‌شدنی نیست، بلکه برای تضمین تداوم حیات و بقایشان نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدیدی هستند که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات یا خدمات، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی دارد. سازمان‌های کنونی باید به قدر کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی تمام شرایط ممکن باشند (احمدپور، ۱۳۹۰: ۳۷۲).

در عصر حاضر که با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان‌ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند و در پی آن، پیچیدگی آن‌ها نیز رو به فزونی است، کارآفرینی در یک تعامل چند سویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و بهبود فرآیندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است؛ حتی می‌توان بحث کارآفرینی را در عصر مدرن امروزی یکی از اصلی‌ترین راهبردهای بنیادی هر کشور محسوب کرد. یکی از معیارهای مهم تمایز کشورهای توسعه‌یافته و جهان سوم را می‌توان در میزان کارایی و عملیاتی کردن کارآفرینی در مفاهیم مختلف آن برشمرد (ناهید، ۱۳۸۸).

سرعت تغییرات کنونی به گونه‌ای است که شناسایی و پیش‌بینی تغییرات از حالت یکنواخت و همسان خارج‌شده و تجارب و دستاوردهای گذشته الزامی در تضمین موفقیت آینده نیست؛ یعنی می‌توان گفت عصر حاضر، عصر عدم تداوم و عدم پیش‌بینی و انتقاد است و حاکم شدن این انگاره در اساس تغییرات جوامع امروزی، این جوامع را بیش از پیش به سوی خلاقیت و نوآوری و پذیرش تفاوت و تغییر سوق داده است که می‌توان این مهم را در میزان کارآفرین بودن آن‌ها یافت؛ در نتیجه هر کشور که توان برقراری رابطه منطقی و معقول بین موارد یادشده را داشته باشد و در جهت تغییرات جهانی گام بردارد، می‌تواند ادعا کند که در این دریای خروشان به سوی ساحل بقا و پیشرفت گام برداشته است (ناهید، ۱۳۸۸).

در ایران نیز توجه به کارآفرینی و نوآوری هم‌زمان با برنامه چهارم توسعه مدنظر قرار گرفته و به‌مرورزمان در سایر اسناد بالادستی به این مهم اشاره شده است. در برنامه چهارم به دولت اجازه داده می‌شود، حداکثر معادل ۵۰ درصد مانده موجودی حساب ذخیره ارزی برای سرمایه‌گذاری و تأمین بخشی از اعتبار موردنیاز طرح‌های تولیدی و کارآفرینی صنعتی، معدنی، کشاورزی، حمل‌ونقل، خدمات (ازجمله گردشگری و ...)، فناوری و اطلاعات و خدمات فنی - مهندسی بخش غیردولتی که توجیه فنی و اقتصادی آنها به تأیید وزارتخانه‌های تخصصی ذی‌ربط رسیده است، از طریق شبکه بانکی داخلی و بانک‌های ایرانی خارج از کشور به صورت تسهیلات با تضمین کافی استفاده نماید (قانون برنامه چهارم، ۱۳۸۳).

همچنین دولت بر اساس این قانون مکلف به توسعه قابلیت‌های فناوری و ایجاد شرایط بهره‌مندی از جریان‌های سرریز فناوری در جهان و تأکید ویژه بر حوزه‌های دارای توان توسعه‌ای بالا در صنایع نوین از یک‌سو، و از سوی دیگر اصلاح و تقویت نهادهای پشتیبانی‌کننده توسعه کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط می‌باشد (قانون برنامه چهارم، ۱۳۸۳). در حقیقت شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ایران به گونه‌ای شده است که لزوم توجه به حل مشکلات و تنگناها در حال و آینده را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و روند مستمر کاهش نقش نفت در اقتصاد کشور، سه عامل مهمی هستند که موجب می‌شوند، سیاست‌گذاران کلان کشور به منبع قابل‌اتکایی به جز نفت بیندیشند و بدون شک آن منبع، تنها کارآفرینی و مؤلفه‌های آن خواهد بود (امینی و دیگران، ۱۳۹۳).

با این وجود و علیرغم تصویب خط‌مشی‌های گوناگونی همچون مقررات زدایی، توانمندسازی بخش غیردولتی، اصلاح نظام بانکی، افزایش سرمایه‌گذاری در بنگاه‌ها، افزایش بهره‌وری و تأسیس صندوق کارآفرینی امید که در برنامه‌های توسعه مورد تأکید و توجه بوده است، همچنان موانع متعدد در حوزه کارآفرینی در ایران وجود دارد. هرچند تحلیل اهداف و سیاست‌های مرتبط با حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد، این برنامه‌ها به

صورت جسته گریخته به دنبال نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی و نوآوری و تسهیل فضای کسب‌وکار در جامعه بوده‌اند، ولی بسیاری از این خط‌مشی‌ها به صورت کامل اجرانشده و یا رهاشده است.

طبق گزارش موسسه توسعه جهانی کارآفرینی^۱ در سال ۲۰۱۹ ایران در بین ۱۳۷ کشور رتبه ۶۴ام را در شاخص کارآفرینی کسب کرده است و در بین ۱۴ کشور حوزه خاورمیانه و شمال آفریقا رتبه ۱۱ام را کسب کرده که نشان می‌دهد، متأسفانه گلوگاه‌های موجود در کارآفرینی کشور کماکان در وضعیت نامطلوبی به سر می‌برند و ایران را از هدف چشم‌انداز بیست‌ساله مبنی بر رسیدن به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه دورتر خواهد کرد. تمرکز تحقیقات صورت گرفته در ایران بیشتر بر سطوح خرد و میانه بوده است و کمتر به عوامل کلان توجه شده است.

حال آنکه از منظر جامعه‌شناسی در ابتدا باید شرایط ساختاری کارآفرینی مهیا باشد تا سپس بتوان به مدیریت صحیح آن در سطح سازمانی پرداخت. عوامل کلان با نقش قابل توجهی که در سیاست‌گذاری‌ها و ایجاد خط‌مشی دارند هم به صورت مستقیم بر کارآفرینی اثرگذار هستند و هم با اثرگذاری‌های گسترده بر حوزه‌های خرد و میانه، تأثیرات غیرمستقیم قابل توجهی بر کارآفرینی دارند. فلذا در این مقاله به دنبال بررسی عوامل کلان و تعیین تحدیدکنندگی و یا تجهیز کنندگی این عوامل در ایران هستیم.

پیشینه تحقیق

روسل سوبل^۲ (۲۰۰۸) در مطالعه خود، نظریه بامول را مبنی بر اینکه افراد کارآفرین بسته به نهادهای اقتصادی، سیاسی و قانونی حاکم بر جامعه تلاش‌های خود را در مسیرهای مختلفی به پیش می‌برند، مورد تأیید قرارداد. وی در تحقیق خود به نقش عوامل سیاسی در توسعه کارآفرینی اشاره می‌کند. کاسمین میهای و آواسیلکای^۳ (۲۰۱۴) نیز در تحقیق خود با

1. Entrepreneurship and Development Institute (GEDI)

2. Sobel, R.S

3. Cosmin Mihai Nacu & Avasilcai,S

عنوان عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فن آوری، دو دسته عوامل مشتمل بر خصوصیات فردی و حرفه‌ای کارآفرینان و عوامل محیطی، به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی تکنولوژیک مورد بررسی قرار داده است. نتایج تحقیق وی عوامل محیطی شامل محیط جغرافیایی و طبیعی، ویژگی‌های جمعیت شناختی محیط، محیط اقتصادی، قوانین و مقررات و محیط سیاسی را مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تکنولوژیک نشان داده است.

استرین^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در مقاله خود با عنوان کدام نهادها آرزوهای رشد کارآفرینی را تشویق می‌کنند؟ استدلال کرده‌اند که کمبودهای نهادی در سطح قانون اساسی پیش‌بینی‌ناپذیری عمیقی را در محیطی که کارآفرینان با آن روبرو هستند، ایجاد می‌کند. ضمن اینکه نتایج قویاً نشان می‌دهد که حقوق مالکیت ضعیف و فساد اداری رشد اشتغال کارآفرینان را به‌طور مستقل محدود می‌کنند. آلوارس^۲ و همکاران (۲۰۱۱) به نقش حمایت دولت و خط‌مشی دولت در توسعه کارآفرینی اشاره کردند. کاریلوف^۳ (۲۰۰۰) در تحقیقی با عنوان کاوش درک موانع پیشینی کارآفرینی: در رویکرد چند رشته‌ای به بررسی موانع کارآفرینی پرداخته است. یافته‌های وی نشان می‌دهد که موانع مهم‌تر تا حد زیادی غیراقتصادی هستند. وی به نقش دولت در پرورش کارآفرینی تأکید کرده است و دولت را علت چندین موانع مهم معرفی می‌کند.

شیرواند و دیگران (۱۳۹۷) در تحقیق خود به بررسی تأثیر عوامل نهادی رسمی و غیررسمی بر کارآفرینی و نتیجه آن بر رشد اقتصادی می‌پردازند: در این پژوهش آنها سعی کرده‌اند، تأثیر حاکمیت قانون و کنترل فساد (عوامل نهادی رسمی) و هم‌چنین ترس از شکست و درک قابلیت کارآفرینانه (عوامل نهادی غیررسمی) را بر کارآفرینی، و نتیجه این تأثیر بر رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه منا (کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا)، طی دوره زمانی ۲۰۰۸-۲۰۱۵ مورد مطالعه قرار دهند. نتایج به‌دست‌آمده نشان

1. Estrin
2. Alvarez
3. Kouriloff

می‌دهد که حاکمیت قانون و کنترل فساد تأثیر مثبت و معنادار و ترس از شکست رابطه منفی و معنادار بر کارآفرینی دارند. همچنین درک قابلیت کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار بر کارآفرینی نداشته و در نهایت کارآفرینی بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت داشته است.

تکسیرا^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان اهداف کارآفرینی و کارآفرینی در کشورهای اروپایی، به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در کشورهای اروپایی پرداخته‌اند. هدف مطالعه آنها پی بردن به درک و بررسی بهتر عاملی که می‌تواند بر سطح فعالیت کارآفرینی تأثیر بگذارد، است. یافته‌های آنها نشان می‌دهد که عوامل اصلی تعیین‌کننده قصد کارآفرینی در کشورهای مورد مطالعه، عوامل دولتی و سیاسی است. امانی، محمد و دیگران (۱۳۸۹) نیز نقش دولت و حمایت‌های دولتی در فعالیت‌های کارآفرینی را پشتیبانی پررنگ و بارز دانسته‌اند. با بررسی ادبیات موضوع عوامل دولت خوب، حاکمیت قانون و نوع نظام سیاسی از مهم‌ترین عوامل سیاسی اثرگذار بر روی کارآفرینی بودند.

جوه و کریستین^۲ (۲۰۱۷) عوامل مؤثر بر کارآفرینی در دبی را مورد بررسی و شناسایی قرار داده‌اند. به همین منظور تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی در اقتصادهای نوظهور: موردی از دبی انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق آنها نشان می‌دهد که ایجاد موفقیت کارآفرینی نیاز به رهبری بصیرتی، حمایت دولت از مشاغل جدید، فرصت‌هایی برای ایجاد سرنوشت خود، فرصت‌های کسب سود قابل توجه و کمک به جامعه دارد. مانگوم^۳ (۲۰۱۲) نیز اقدامات ضد رقابتی و تبعیض‌آمیز در بازارهای اعتبار و سرمایه را عاملی می‌داند که فعالین اقتصادی را دلسرد می‌کند و در نتیجه امکان کارآفرین شدن را از آنها سلب می‌نماید. عیسی زاده (۱۳۹۰) عنوان می‌کند: آزادی تجاری و بوروکراسی پایین در بازار اعتباری، بازار کار و فضای کسب‌وکار اثری منفی بر نرخ خوداشتغالی دارند.

1. Teixeira
2. Gouhe & Christian
3. Mangum

وجود اقتصاد مبتنی بر بازار بر کشورهای مختلف بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیرگذار بوده است، و زمینه‌های لازم برای کارآفرینی را فراهم کرده است. کشتی^۱ (۲۰۰۷) به بررسی ادغام چین در اقتصاد جهانی و تأثیر آن بر سطوح مختلف سیاسی- فرهنگی پرداخته است. وی تغییرات نهادی اثرگذار بر کارآفرینی در کشور چین را مورد بررسی قرار داده است. وی ذکر می‌کند که مؤسسات مؤثر بر کارآفرینی در چین دست‌خوش تحولات اساسی شده‌اند. در دوران مائو، کارآفرینی خصوصی عملاً ریشه کن شد و یک تابو سیاسی بود. مجموعه‌ای از عوامل مرتبط با ادغام جهانی چین باعث ایجاد تغییرات اساسی در نهادهای مرتبط با کارآفرینی در چین شده است.

آل هربی و اندرسن^۲ (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان نهادها و شکل دادن اشکال مختلف کارآفرینی به این موضوع اشاره کرده‌اند. این مطالعه به کشورهای عضو OECD^۳ اختصاص دارد و به بررسی تأثیر عوامل نهادی بر کارآفرینی می‌پردازد. آنها در این مطالعه که به روش داده‌های تابلویی و برای دوره ۲۰۰۶-۱۹۹۵ انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که آزادی کسب‌وکار و نبود فساد در کنار آزادی سرمایه‌گذاری اثر مثبتی بر نرخ خوداشتغالی دارند.

اگر در یک جامعه حقوق مالکیت وجود نداشته و یا اینکه ضعیف باشد، افراد کمتر به سمت فعالیت‌های کارآفرینی سوق داده می‌شوند. استرین و همکاران^۴ (۲۰۱۳) در مقاله خود با عنوان کدام نهادها آرزوهای رشد کارآفرینی را تشویق می‌کنند؟ به بررسی تأثیرات نهادها بر روی کارآفرینی پرداخته‌اند. نتایج آن‌ها تأثیر منفی سطوح بالاتر فساد، حقوق مالکیت ضعیف‌تر و فعالیت بیشتر دولت بر خواسته‌های کارآفرینان برای افزایش اشتغال را

1. Kshetri

2. El Harbi, Sana. Anderson Alistair R

3. Organization for Economic Co-operation and Development، (شامل کشورهای اتریش،

بلژیک، کانادا، دانمارک، فرانسه، آلمان، یونان، ایسلند، ایرلند، لوکزامبورگ، هلند، نروژ، پرتغال، اسپانیا، سوئد،

سوئیس، ترکیه، انگلیس و آمریکا و...)

4. Estrin, Saul & Korosteleva, Julia & Mickiewicz, Tomasz

نشان می‌دهد. آن‌ها استدلال کرده‌اند که کمبودهای نهادی در سطح قانون اساسی پیش‌بینی‌ناپذیری عمیقی را در محیطی که کارآفرینان با آن روبرو هستند، ایجاد می‌کند. ضمن اینکه نتایج قویاً نشان می‌دهد که حقوق مالکیت ضعیف و فساد اداری رشد اشتغال کارآفرینان را به‌طور مستقل محدود می‌کنند. آنها نبود فساد در جامعه را عاملی اثرگذار در توسعه کارآفرینی می‌دانند.

فستوس و همکارانش^۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان کارآفرینی، فساد و چالش توسعه در نیجریه، بیان داشته‌اند که در جوامع در حال توسعه عواملی مانند فساد سبب می‌شوند، کارآفرینی کمتر در این کشورها اتفاق بیافتد. انوخین و همکاران^۲ (۲۰۰۹) در پژوهش خود با عنوان کارآفرینی، نوآوری و فساد، عنوان کرده‌اند که کنترل بهتر فساد می‌تواند با افزایش سطح نوآوری و کارآفرینی همراه باشد.

ارزش‌ها و باورهایی که در یک جامعه وجود دارند، نقش مؤثری در سوق دادن افراد به سمت کارآفرینی دارند. داویدسون^۳ (۱۹۹۵) در مقاله‌ای تحت عنوان فرهنگ، ساختار و سطوح منطقه‌ای کارآفرینی به بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر کارآفرینی پرداخته است. در این مطالعه، ارزش‌ها و باورهای فرض شده مربوط به رفتار کارآفرینانه و همچنین مقاصد کارآفرینی، در میان جمعیت عمومی در شش خوشه ساختاری متفاوت از مناطق در سوئد مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که شیوع ارزش‌های خاص بر سطوح کارآفرینی اندازه‌گیری شده تأثیر می‌گذارد. کاستانو^۴ به همراه همکاران (۲۰۱۵) و آراستی^۵ و همکاران (۲۰۱۲) نیز به نقش ارزش‌ها و باورها در خلق و بسط کارآفرینی در جامعه اشاره کرده‌اند.

-
1. Festus, N., Bassey, G. E., & Uyang, F. A.
 2. Anokhin, S & Schulze, W
 3. Davidsson
 4. Castaño
 5. Arasti

وجود آموزش مناسب در یک جامعه زمینه لازم برای خلق و توسعه کارآفرینی را فراهم می‌کند. وی و همکارانش^۱ (۲۰۱۹) ذکر کرده‌اند که آموزش کارآفرینی ممکن است با تأثیرگذاری بر خودکارآمدی کارآفرینان، بر یادگیری کارآیی تأثیر بگذارد. تورکر^۲ همراه با همکارانش (۲۰۰۹) به دنبال پاسخ به این سؤال هستند که چه عواملی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه تأثیر می‌گذارد؟ نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد که دو زیرمجموعه از مدل پیشنهادی پیش‌بینی کننده‌های مهم قصد کارآفرینی است. اولین عامل پشتیبانی آموزشی است که نشان‌دهنده عمدتاً یک محیط دانشگاهی حمایتی است. با توجه به نتایج، اگر دانشگاهی دانش کافی و الهام بخشی از کارآفرینی را فراهم کند، امکان انتخاب شغل کارآفرینی در بین جوانان افزایش می‌یابد. بدیهی است که این نتیجه نقش اصلی تحصیلات در توسعه قصد کارآفرینی را تأیید می‌کند.

لینان^۳ و همکاران (۲۰۱۱) عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده‌اند و نقش آموزش در ارتقا این عوامل را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. آن‌ها اشاره می‌کنند که آموزش کارآفرینی یکی از ابزارهای اصلی برای افزایش نگرش کارآفرینی کارآفرینان بالقوه و نوپا است. امینی، مرجان و دیگران (۱۳۹۳) به اولویت‌بندی موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان تربیت بدنی با استفاده از روش TOPSIS پرداخته‌اند، یافته‌ها حاکی از آن بود که بیشترین وزن از نظر دانشجویان به موانع آموزشی و سپس فردی اختصاص یافت. محتوای درسی دانشجویان در دوره تحصیلی و روش تدریس از مهم‌ترین عواملی بودند که در تحقیق حاضر شناسایی شد.

شبکه‌های اجتماعی در یک جامعه امکان دسترسی به منابع مختلف در یک جامعه را افزایش می‌دهد و در نتیجه شرایط مناسب‌تری برای کارآفرینی به وجود می‌آورد. همدانی^۴ (۲۰۲۱) اظهار می‌دارد که روابط تجاری کارآفرینان را با دیگر افراد، منابع ایجاد یک

1. Wei, Jiangru & Chen, Yuting & Zhang, jing & Gong, Yonghua

2. Turker

3. Linan

4. Hamdani

شبکه اجتماعی (قوی/ضعیف) را نشان می‌دهد. با استفاده از این شبکه اجتماعی، کارآفرین می‌تواند دانش و مهارت‌های لازم برای انجام پروژه خود را بیاموزد و متعاقباً آن را کسب کند. تورنتون و همکاران^۱ (۲۰۱۱) نیز در تحقیق خود در اسپانیا، شبکه‌های اجتماعی مهاجران و برداشت آن‌ها از فرهنگ جامعه میزبان را مهم‌ترین عوامل در تسهیل توسعه فعالیت‌های کارآفرینی ملی دانسته‌اند.

استرین و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیق خود به دنبال پاسخ به این پرسش بوده‌اند که آیا شبکه‌های اجتماعی افراد، نقاط ضعف نهادهای ملی را جبران می‌کنند یا خیر. آن‌ها رابطه بین رشد کارآفرینان مشتاق و نهادهای پیچیده می‌دانند آن‌ها به‌طور هم‌زمان از دولت قوی (به مفهوم اجرای حقوق مالکیت) و دولت کوچک‌تر سود می‌برند، اما توسط فساد محدود می‌شوند و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند میانجی برخی از کمبودهای سازمانی باشد، اما نه همه آن‌ها. ضمن اینکه ذکر کرده‌اند که در سطح پایین ساختار نهادی، نه تنها ساختارهای حکمرانی رسمی بلکه ساختارهای اجتماعی محلی و شبکه‌های اجتماعی نیز مهم هستند. نتایج نشان‌دهنده این است که در صورت تقویت روابط اجتماعی محلی، تأثیر نهادهای سطح کلان، به ویژه فساد و حقوق مالکیت، ضعیف‌تر است. وجود اعتماد اجتماعی مناسب در هر جامعه زمینه لازم برای فعالیت‌های کارآفرینی و توسعه و بسط آن را فراهم خواهد کرد.

هاسیو^۲ و همکاران (۲۰۱۵) به دنبال بررسی این موضوع هستند که آیا منبع کنترل، کارآفرینی را از طریق مکانیزم‌های واسطه افزایش سرمایه اجتماعی در شبکه‌های بین فردی و بهبود سرمایه انسانی در توسعه فردی افزایش می‌دهد؟ به همین جهت تحقیقی با عنوان تأثیر قانون کنترل درونی بر کارآفرینی: مکانیزم‌های واسطه‌ای سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی انجام داده‌اند. هاسیو و همکارانش اظهار می‌کنند که با استفاده از نظریه مبادله اجتماعی به این نتیجه رسیده‌اند که تقویت روابط بین فردی می‌تواند پیشرفت شغلی را

1. Thornton, Patricia H & Domingo, Ribeiro-Soriano & Urbano, David
2. Hsiao

تسهیل نماید. با استفاده از اعتماد اجتماعی به عنوان مکانیسم‌های اصلی واسطه، تأثیرات کنترل داخلی را در کارآفرینی را بررسی کرده‌اند.

با بررسی تحقیقات صورت گرفته در ایران و حتی جهان پی می‌بریم، این تحقیقات عمدتاً در سطوح خرد و میانه بوده‌اند و کمتر به سطوح کلان توجه کرده‌اند. درحالی‌که عوامل کلان از یک جهت با تأثیر مستقیم بر روی پدیده‌های اجتماعی و از جهت دیگر با اثرگذاری بر عوامل خرد و میانه، عوامل مهمی در ایجاد و زوال یک پدیده ازجمله کارآفرینی هستند. ما در پیشینه این مقاله صرفاً مقالات محدودی را مورد بررسی قرار دادیم که به بررسی عوامل کلان در حوزه کارآفرینی پرداخته‌اند.

با بررسی این مقالات نیز متوجه می‌شویم، که آن‌ها نیز در توجه به عوامل کلان، نگاه تقلیل‌گرایانه داشته و صرفاً یک بخش و حوزه را مورد توجه قرار داده‌اند. به‌عنوان مثال سوبل، استرین، شیرواند، آلوارس، کاریلوف، تکسیر، کریستین و در نهایت امانی صرفاً به عوامل سیاسی و نقش دولت بر تقویت و تحدید کارآفرینی توجه کرده‌اند و نقش دیگر حوزه‌ها را نادیده گرفته‌اند. درحالی‌که برای محققانی همچون کشتی، مانگوم، عیسی زاده، آل هربی و اندرسن، فستوس صرفاً عوامل اقتصادی مورد توجه بوده است. عوامل فرهنگی برای محققانی همچون داوودسون، کاستانو، آراستی مورد توجه بوده، و برای دیگرانی همچون همدانی، هاسیو، تورنتون، عوامل اجتماعی حائز اهمیت بوده است. درحالی‌که ما در تحقیق خود در تلاشیم با یک نگاه کلان به همه ابعاد و حوزه‌های مؤثر بر کارآفرینی پردازیم و تأثیر و اهمیت هر حوزه را نیز موردسنجش و ارزیابی قرار دهیم.

چارچوب نظری

واژه کارآفرینی ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد. (کرباسی و همکاران، ۱۳۸۱: ۲۷، اعرابی، ۱۳۸۲: ۱۷) و از اصطلاح و کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای «واسطه و دلال» و یا اصطلاح انگلیسی *To undertake* به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده است. (احمدپور

داریانی، ۱۳۷۸: ۴) که در سال ۱۸۴۸ توسط استوارت میل^۱ به کارآفرینی در زبان انگلیسی ترجمه شد. او کارکرد و عمل کارآفرین را شامل هدایت، نظارت کنترل و مخاطره‌پذیری می‌دانست و عامل متمایزکننده مدیر و کارآفرین را مخاطره‌پذیری معرفی می‌کند.

مفهوم کارآفرینی را در معنا و مفهوم فعلی اولین بار ژوزف شومپتر^۲ به کار برد. این اقتصاددان اتریشی الاصل ساکن آمریکا که او را پدر علم کارآفرینی می‌نامند بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و کار روش‌ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راه‌کارهای ناکارآمد و کهن قبل شود. بر طبق نظر ژوزف شومپتر (۱۹۳۴) کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد است. از دیدگاه شومپتر نوآوری ملاک کارآفرینی است (شاه‌حسینی، ۱۳۸۸).

توسعه و بسط نظریه‌های مربوط به کارآفرینی در رشته‌های زیادی ریشه دارد، مثل روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد سازمانی، کسب‌وکار و مدیریت دولتی، روان‌شناسی، هر یک از آنها به علل و ماهیت اقدامات کارآفرینانه توجه نشان داده‌اند. دسته‌بندی و طبقه‌بندی واحدی پیرامون این نظریات صورت نگرفته است، البته می‌توان این نظریات را به سه رویکرد کلی روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و اقتصادی تقسیم کرد (Webb & Ireland, 2007: 917).

روان‌شناسان عمدتاً به ویژگی‌ها فردی کارآفرینان توجه کرده‌اند. مک‌کلند^۳ از روان‌شناسانی است که به مقوله آموزش و تأثیر آن بر کارآفرین شدن افراد توجه کرده است. به باور وی نیاز موفقیت برای افزایش توسعه و رفاه در کشورهای توسعه‌نیافته از ضروریات است و یکی از طرق افزایش این انگیزه از طریق آموزش و فرهنگ مناسب

1. John Stuart Mill
2. Joseph Schumpeter
3. McClelland

است (Mohanty, 2007: 44-46) یوهان اچ کانکل^۱ نیز همچون وی ساختار فرهنگی را از عوامل مهم و اثرگذار بر کارآفرینی می‌داند و فرهنگ معنویت‌گرایی را از موانع کارآفرینی برمی‌شمرد (Mohanty, 2007: 51).

به باور اقتصاددانان ساختار اقتصادی تأثیر ویژه‌ای بر روی کارآفرینی دارد. در نظریه‌های کلاسیک اقتصاد مفاهیمی مانند تجارت آزاد، رقابت و بازار آزاد مطرح است. رقابت در میان صنایع به پویایی فعالیت‌های اقتصادی افزوده و سبب شده است که کارآفرینان فرصت‌های بدیع را کشف کنند. این موضوع موجب شده کارآفرینان نقش مهم و ویژه را در یک محیط و بازار رقابتی ایفا کنند (Brown, 2007: 16).

فریدریش هایک^۲ عنوان کرده است که بازارها ابزارهای کلیدی هستند که به کارآفرینان برای ابلاغ کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز خود یا اکتشافات خود به دیگران کمک می‌کنند. به باور هارپر^۳ وجود حقوق مالکیت و محیط آزاد، باورهای حیطه کنترل درونی و آگاهی بیشتری برای کارآفرینان ایجاد می‌کند. وی به نقش عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و قانونی اشاره می‌کند و ویژگی‌هایی چون، یک حکومت باثبات، وجود امنیت خارجی و حفاظت از فرد و دارایی تحت نظارت قانون را از عوامل اساسی ایجاد کارآفرینی می‌داند (Mohanty, 2007).

جامعه‌شناسان نگاه جامع‌تری به کارآفرینی داشته‌اند. لیپست^۴ متأثر از وبر بر این باور است که ارزش‌های مبتنی بر عقلانیت منجر به کارآفرینی می‌شود (نوذری، ۱۳۹۶). نظریه پردازان نهادی به عوامل محیطی و نهادی توجه ویژه‌ای کرده‌اند. از نگاه آن‌ها نهادها می‌توانند سنت‌ها و رسومات، قواعد بازی در یک جامعه باشند و یا به‌طور رسمی‌تر محدودیت‌هایی تعبیه‌شده انسانی هستند که تعامل انسانی را شکل می‌دهند. از دیگر عوامل نهادی که بر روی تعاملات انسانی اثر می‌گذارد، قواعد رسمی شامل قوانین سیاسی، قوانین

1. John H kunkel
2. Friedrich Hayek
3. Harper
4. Lipset

اقتصادی و قراردادها است. این قوانین از قانون اساسی گرفته تا آیین‌نامه‌ها و قوانین عادی، و از قوانین محلی خاص گرفته تا قراردادهای فردی را شامل می‌شود و موجب محدودیت و فرصت‌هایی بر تعاملات و کنش انسانی می‌شوند. نقش اقتصادی، حقوق مالکیت معنوی و قراردادهای خصوصی را تعریف می‌کند که حاوی مقرراتی برای توافق در مبادله است (North, 1990: 47).

همچنین تعاملات روزانه افراد با دیگران چه در درون خانواده، و چه در روابط خارجی و اجتماعی و یا در فعالیت‌های کسب‌وکار، ساختار حاکم بر روابط و تعاملات به وسیله کدها و هنجارهای رفتاری و قراردادهای اجتماعی تعیین می‌شود. بامول^۱ معتقد است، تلاش‌ها و فعالیت‌های افراد کارآفرین بر اساس کیفیت نهادهای اقتصادی، سیاسی و قانونی حاکم بر جامعه شکل می‌گیرد. در واقع، اگر مجموعه نهادها، تولید و نوآوری را تشویق کنند، مسیر توسعه را هموار می‌نمایند. اگر فعالیت‌های با بهره‌وری فزاینده، بالاترین منفعت را داشته باشند، آنگاه اقتصاد رشد می‌کند (North, 2000: 22).

در دیدگاه شبکه اجتماعی عملکرد کارآفرینی در شبکه‌ای از روابط اجتماعی توسعه و گسترش می‌یابد. خلق کسب‌وکار جدید به واسطه مجموعه پیچیده‌ای از روابط بین کارآفرین آینده، منابع و فرصت‌ها ترغیب یا محدود شده است. همچنین روابط موجود در شبکه مبتنی بر اعتماد است (Jaafar & Abdul-azazi, 2009: 103) در نهایت به باور آیزنبرگ^۲ وجود یک اکوسیستم کارآفرینی بر ایجاد و بسط کارآفرینی ضروری است. آیزنبرگ اکوسیستم کارآفرینی را "مجموع‌های از اجزاء مشخص نظیر رهبری، فرهنگ، منابع مالی و سرمایه که به نحو پیچیده‌ای به یکدیگر تنیده شده‌اند؛ که هر یک از این اجزاء برای فعالیت‌های کارآفرینانه لازم است و بدون هر یک از آنها پایداری اکوسیستم کارآفرینی ممکن نیست" تعریف می‌کند (Isenberg, 2010). پس در نگاه اکوسیستمی مجموعه‌ای از عوامل در همه ابعاد و حوزه برای روی کارآفرینی اثرگذار هستند.

1. Baumol
2. Isenberg

ادبیات تحقیق به وضوح عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی را در حوزه‌های چهارگانه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نشان می‌دهند. به همین جهت در این تحقیق از چارچوب نظام چهارگانه (آجیل) پارسونز جهت دسته‌بندی ترسیم مدل نظری بهره می‌بریم. ساختارهای چهارگانه توانایی آن را دارند که گزینه‌ها، مضایق و امکانات (اعم از مادی و نمادی) را برای افعال کنشگران فردی و جمعی (در ابعاد معیشتی، تمشیتی، معاشرتی و تربیتی) شکل دهد. در یک معنا، ساختار اجتماعی شکل و الگویی است که بعضی از افعال را برای برخی کنشگران ترغیب و تجهیز می‌کند (چلبی، ۱۳۹۵: ۳۹).

پس ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌توانند زمینه لازم برای ایجاد هر نوع کنش و فعالیت را فراهم کنند و یا از آن کنش جلوگیری نمایند. این ساختارها می‌توانند انواع فعالیت‌های اقتصادی از جمله کارآفرینی را ترغیب و یا تحدید نمایند. ساختار اقتصادی بیانگر نسبت‌ها و روابطی است که مشخص‌کننده مجموعه اقتصادی در زمان و مکان معین است. یعنی نشانگر و ویژگی‌های است که به واحد اقتصادی معین سیمای ویژه خودش را می‌بخشد (هادوی نیا، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر ساختار اقتصادی را می‌توان مجموعه مرتبط و منظم در رابطه با تولید، شیوه تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات دانست.

ساختار سیاسی کیفیت و تنظیم نظام‌مند نهادها و مقامات عالی حکومت برای جریان افتادن قدرت و اداره امور کلان یک اجتماع به نام دولت شامل جمعیت، سرزمین و حاکمیت است (قاضی، ۱۳۸۳: ۲۸۵-۲۸۶). در واقع ساختار سیاسی کیفیت تنظیم و نحوه چارچوب بندی نهادها اعم از قوای مختلف و همچنین رابطه بین آنها است که ساختار یک حکومت را شکل می‌دهند و قاعدتاً می‌توان آن را در نوع نظام سیاسی نظاره کرد.

پارسونز معتقد است که نظام فرهنگی به مردم اجازه می‌دهد که با یکدیگر رابطه برقرار نمایند و کنش‌های خود را هماهنگ کنند (اسمیت، ۱۳۸۷). استراوس نیز فرهنگ را مجموعه‌ای از نظام‌های نمادی دانسته که در ردیف نخست آن‌ها زبان، مقررات زناشویی، روابط اقتصادی، هنر، علم و مذهب جای دارد. همه این نظام‌ها به اعتقاد او، بیان جنبه‌هایی

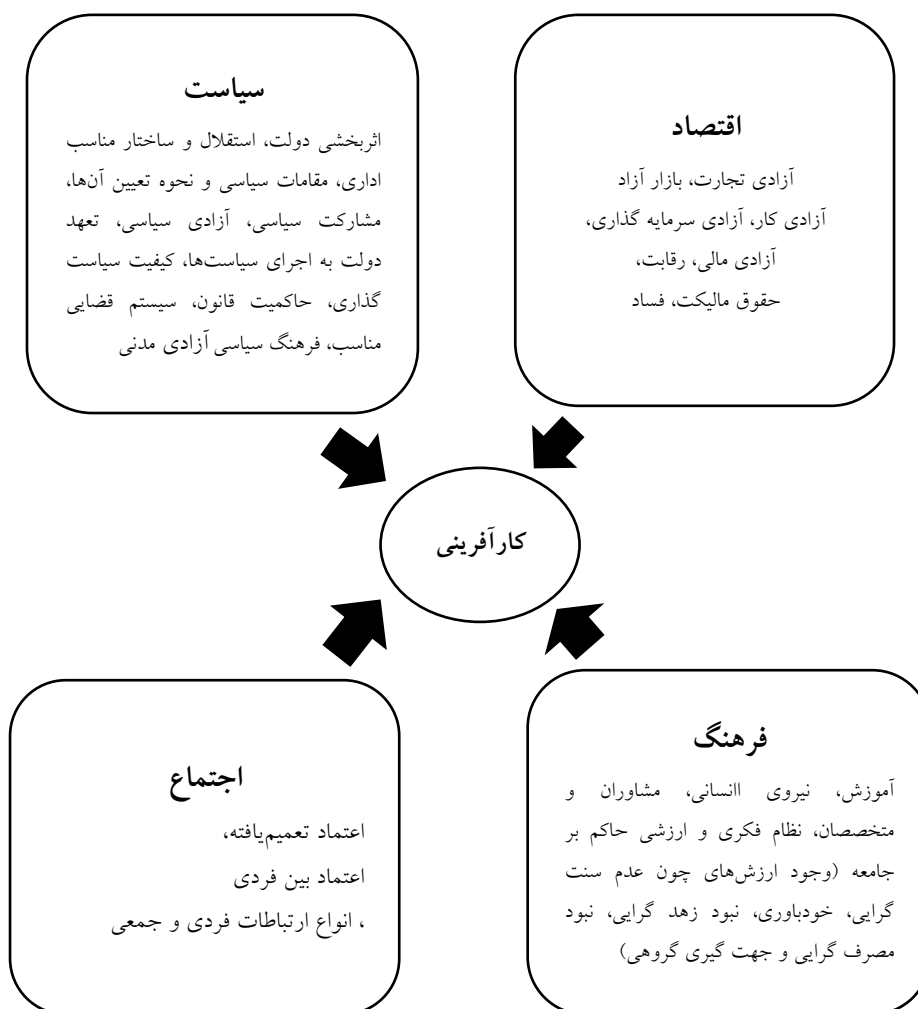
از واقعیت فیزیکی و واقعیت اجتماعی را هدف قرارداده و حتی از این هم بیشتر، بیان روابطی که این دو نوع واقعیت میان خود ایجاد کرده‌اند و همچنین روابطی که نظام‌های نمادین با یکدیگر برقرار کرده‌اند نیز در هدف آنها قرار می‌گیرد (مهری، ۱۳۸۶: ۴۶). در این تحقیق ما متأثر از این دو نگاه، ساختار فرهنگی را چگونگی در هم بودن و تعامل ارزش‌ها و معانی یک جامعه که برون داد کارکردی آن متأثر از عواملی از جمله همین چگونگی است، تعریف کردیم. در واقع منظور ما از ساختار فرهنگی نظام ارزشی و فکری در هر جامعه است.

ساختار اجتماعی با ساختار فرهنگی دارای ارتباط وثیقی است. ساختار فرهنگی معمولاً به نظام فکری و ارزشی جامعه مربوط می‌شود، ولی ساختار اجتماعی بیشتر در رابطه با سازمان اجتماعی و گروه‌های درون جامعه توجه دارد. در حقیقت ساختار فرهنگی به محتوا و ماهیت نظام ارزش و فکری جامعه و گروه‌هایی که درون آن قرار دارند، توجه دارد. درحالی‌که ساختار اجتماعی نوع روابط درون گروهی (سلسله مراتبی، افقی، دستوری....) و بین گروهی (تضاد، وفاق) را مورد توجه قرار می‌دهد و به شبکه روابط درون گروهی و بین گروهی و سازمان اجتماعی را مدنظر قرار می‌دهد (کرایب، ۱۳۹۳).

بررسی تحقیقات نظری انجام‌شده نشان می‌دهد که کارآفرینی تحت تأثیر چهار ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. رابطه‌ای ساختار اقتصادی با کارآفرینی به معنای تحت تأثیر قرار گرفتن فعالیت‌های کارآفرینانه از ویژگی‌های ساختار اقتصادی است. رابطه ساختار سیاسی با کارآفرینی حاکی از نوع نگرش نظام سیاسی مسلط به مقوله کارآفرینی و سیاست‌گذاری‌های مختلف در این عرصه می‌باشد. بدیهی است که نوع و عملکرد نظام سیاسی می‌تواند بستر لازم را برای فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم نماید و یا از آن جلوگیری کرده، و امکان فعالیت را تحدید نماید.

همچنین در مورد ارتباط کارآفرینی با ساختار اجتماعی باید بررسی کرد که نوع روابط درون گروهی و بین گروهی افراد فعالیت‌های کارآفرینانه را تسهیل و ترغیب می‌نماید و یا آنکه با آن مغایرت دارد. و در نهایت در ارتباط کارآفرینی با ساختار فرهنگی

باید آموزش، ارزش‌ها، هنجارها، باورها و نمادهای موجود در فرهنگ متناسب با فعالیت خلاق کارآفرینان باشد. به این ترتیب کارآفرینی در یک محیط متشکل از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی رخ می‌دهد. با توجه به توضیحات ارائه‌شده می‌توان مدل تحقیق را به صورت زیر صورت‌بندی کرد.



نمودار ۱- مدل تحقیق

روش تحقیق

روش تحقیق در مطالعه حاضر تطبیقی-کمی بوده و در ۳ گام انجام شده است. بنابراین با استفاده از داده دست دوم و روش تحلیل ثانویه، ابتدا داده‌های مربوط به متغیرها تحقیق برای طیف گسترده‌ای از ۱۳۲ کشورها (تمامی ۱۳۲ کشوری که در خصوص متغیرهای تحقیق دارای داده بودند) در طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ جمع‌آوری و سعی شد با بررسی میانگین داده‌های مذکور و نحوه پراکندگی آن‌ها در بین کشورهای نمونه، امکان مطالعه تطبیقی بین کشورهای مختلف فراهم گردد.

در گام اول کشورهای مختلف را به شش دسته کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، اروپای غربی و انگلیسی‌زبان، اروپای شرقی، آسیا، آفریقا و امریکای لاتین تقسیم کردیم و وضعیت کارآفرینی را در این مناطق مورد مقایسه قرار دادیم. در این گام واحد مشاهده کشورها، و واحد تحلیل مناطق بودند. در گام دوم رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت و در نهایت در گام سوم با ترکیب متغیرهای مستقل به چهار متغیر کلان سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی رسیده (جدول ۱ ملاحظه شود) و با استفاده از رگرسیون خطی چندگانه گام به گام میزان اثرگذاری عوامل کلان بر کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. واحد مشاهده و واحد تحلیل در گام دوم و سوم کشورها بوده است. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

با توجه به اینکه روش این پژوهش مبتنی بر داده‌های ثانویه است، اعتبار و روایی تحقیق وابسته به اعتبار و مرجعیت مراکز داده‌ای است که محقق از آن‌ها بهره می‌گیرد (Olbode et al, 2019). مراکزی که داده‌ها از آن‌ها جمع‌آوری شد در جدول شماره ۱ آورده شده است. تمام این مراکز از مهم‌ترین و معتبرترین مراکز داده می‌باشند که در سطح جهانی مرجعیت دارند. همچنین برای اثبات اعتبار سازه متغیر کارآفرینی بر اساس روابط درونی اجزای سازنده کارآفرینی (نوآوری و پذیرش ریسک) با اجرای برنامه Reliability و محاسبه همبستگی درونی جزء با جزء و رابطه اجزاء با کل ($r=0.756$)

(Sig=0.000)، انجام گرفت که روابط قوی، مثبت و با معنی‌داری کامل به دست آمد. میزان آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۶ و کاملاً معنی‌دار شده است.

جدول ۱- عوامل مورد بررسی همراه با شاخص‌های مورد استفاده

منبع	شاخص		حوزه
موسسه توسعه جهانی کارآفرینی	شاخص کارآفرینی	کارآفرینی	متغیر وابسته
موسسه هریتیج	آزادی تجارت، آزادی کارگر، آزادی پولی، آزادی مالی، آزادی سرمایه‌گذاری	آزادی اقتصادی	عوامل اقتصادی
گزارش ادراک فساد	شاخص ادراک فساد	عدم فساد	
بانک جهانی	حقوق مالکیت	حقوق مالکیت	
شاخص دموکراسی	مشارکت سیاسی، آزادی سیاسی، فرهنگ سیاسی، نحوه تعیین مقامات سیاسی	دموکراسی	عوامل سیاسی
بانک جهانی	اثربخشی دولت، استقلال و ساختار مناسب اداری، تعهد دولت به اجرای سیاست‌ها، کیفیت سیاست‌گذاری	حکمرانی خوب	
بانک جهانی	حاکمیت قانون	حاکمیت قانون	
لگاتوم	اعتماد تعمیم‌یافته، اعتماد بین فردی	اعتماد اجتماعی	عوامل اجتماعی
لگاتوم	شبکه اجتماعی	شبکه اجتماعی	
یونسکو	درصد ثبت‌نام در آموزش عالی و سهم رشته‌های مهندسی	توسعه آموزش عالی	عوامل فرهنگی
ارزش‌های جهانی	نقشه فرهنگی ارزش‌های جهانی	ارزش‌های فرهنگی	

یافته‌ها

بر اساس جدول شماره (۲) میانگین کارآفرینی برای ۱۳۲ کشور بر اساس داده‌های موسسه توسعه جهانی کارآفرینی برابر با ۰/۳۵ می‌باشد. کشورهای اروپای غربی و انگلیسی‌زبان، و کشورهای آفریقایی به ترتیب با میزان ۰/۷۵ و ۰/۱۵ دارای بالاترین و پایین‌ترین میزان کارآفرینی در جهان هستند. میزان کارآفرینی در کشور ایران برابر با ۰/۱۱ می‌باشد که از میانگین جهانی کارآفرینی بسیار کمتر است. وضعیت کارآفرینی در ایران حتی در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه خاورمیانه و آفریقایی نامطلوب می‌باشد. فلذا با توجه به نیاز ایران به توسعه کارآفرینی، توجه به عوامل مؤثر بر آن از ضروریات است.

عوامل اقتصادی: در حوزه اقتصادی عواملی همچون آزادی تجارت، آزادی کارگر، آزادی پولی، آزادی مالی، آزادی سرمایه‌گذاری، فساد و حقوق مالکیت مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفت. بر اساس یافته‌های جدول شماره ۲ بالاترین و پایین‌ترین میزان حقوق مالکیت به ترتیب متعلق به منطقه اروپای غربی و انگلیسی‌زبان، و کشورهای آفریقا می‌باشد. وضعیت حقوق مالکیت در ایران برابر با ۰/۳۴ می‌باشد که از میانگین جهانی بسیار پایین‌تر است. وضعیت حقوق مالکیت در ایران حتی در مقایسه با کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز نامطلوب و پایین می‌باشد.

برای سنجش فساد از گزارش ادراک فساد استفاده کردیم. بر اساس این گزارش امتیاز بیشتر، بیانگر فساد کمتر در کشور می‌باشد. بر اساس این گزارش کشورهای اروپای غربی و انگلیسی‌زبان از کمترین میزان فساد برخوردار هستند و دیگر مناطق تفاوت عمده‌ای با میانگین جهانی فساد ندارند. میزان فساد در کشور ایران نیز بسیار نامطلوب و برابر با ۲۷/۲۲ می‌باشد. همچنین از شاخص آزادی اقتصادی برای سنجش آزادی تجارت، آزادی کارگر، آزادی پولی، آزادی مالی و آزادی سرمایه‌گذاری استفاده شد. بر اساس داده‌های جدول شماره ۲ منطقه اروپای غربی و انگلیسی‌زبان دارای بالاترین آزادی اقتصادی و کشورهای آفریقایی از کمترین آزادی اقتصادی برخوردار هستند. آزادی اقتصادی در

ایران از میانگین جهانی بسیار پایین تر بوده است و حتی وضعیت آن در مقایسه با کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نیز نامطلوب می باشد.

عوامل سیاسی: در حوزه سیاسی عواملی همچون مشارکت سیاسی، آزادی سیاسی، فرهنگ سیاسی، نحوه تعیین مقامات سیاسی، اثربخشی دولت، استقلال و ساختار مناسب اداری، تعهد دولت به اجرای سیاست ها، کیفیت سیاست گذاری و حاکمیت قانون مورد ارزیابی قرار گرفت. از شاخص دموکراسی برای سنجش مشارکت سیاسی، آزادی سیاسی، فرهنگ سیاسی و نحوه تعیین مقامات سیاسی استفاده کردیم. بر اساس این شاخص کشورهای اروپای غربی و انگلیسی زبان، و کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا به ترتیب دارای بالاترین و پایین ترین میزان دموکراسی می باشند. میزان دموکراسی در ایران برابر با ۲/۲۸ می باشد که حاکی از وضعیت بسیار نامطلوب دموکراسی در ایران است. بر اساس این گزارش به طور کلی دموکراسی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا نامناسب می باشد و وضعیت ایران تا حدی تحت تأثیر این منطقه است.

حاکمیت قانون از عواملی است که در حوزه سیاسی مورد ارزیابی قرار گرفت. بر اساس داده های جدول شماره ۲ منطقه اروپای غربی و انگلیسی زبان، و منطقه آفریقا به ترتیب از بالاترین و پایین ترین حاکمیت قانون برخوردار هستند. میزان حاکمیت قانون در ایران برابر ۰/۳۳ می باشد که بیانگر وضعیت اسفناک حاکمیت قانون در کشور است. از شاخص حکمرانی خوب برای سنجش اثربخشی دولت، استقلال و ساختار مناسب اداری، تعهد دولت به اجرای سیاست ها و کیفیت سیاست گذاری استفاده کردیم. کشورهای آفریقایی دارای کمترین حکمرانی خوب، و کشورهای اروپایی و انگلیسی زبان دارای بالاترین حکمرانی خوب می باشند. وضعیت حکمرانی خوب در ایران برابر با ۰/۴۱ می باشد که از میانگین جهانی حکمرانی خوب و میانگین حکمرانی خوب در منطقه خاورمیانه کمتر است.

عوامل اجتماعی: در حوزه اجتماعی اعتماد بین افراد، اعتماد تعمیم یافته و شبکه اجتماعی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت. بر اساس گزارش لگاتوم به ترتیب میزان

اعتماد اجتماعی و شبکه اجتماعی در ایران برابر با ۴۴/۳۸ و ۵۷/۷۵ می‌باشد. میزان اعتماد اجتماعی در ایران تقریباً با میانگین جهانی برابر می‌باشد و حاکی از وضعیت متوسط اعتماد اجتماعی در ایران است. همچنین وضعیت شبکه اجتماعی در ایران در قیاس با دیگر کشورها متوسط رو به پایین است.

عوامل فرهنگی: در نهایت در حوزه فرهنگی، ارزش‌های فرهنگی و آموزش مورد ارزیابی قرار گرفتند. بر اساس داده‌های یونسکو وضعیت آموزش در ایران در مقایسه با دیگر کشورها دارای وضعیت نسبتاً مطلوبی است. همچنین برای بررسی ارزش‌های موجود در جوامع از سایت پیمایش ارزش‌های جهانی^۱ استفاده گردید. این سایت برای تعیین ارزش‌های جوامع از یک محور عمودی و یک محور افقی استفاده کرده است. محور عمودی ارزش‌های سنتی^۲ را در مقابل ارزش‌های سکولار-عقلانی^۳ می‌سنجد. ارزش‌های سنتی بر دین، پیوندهای خانوادگی، تبعیت از اقتدار و سنت‌های خانوادگی تأکید دارد و معمولاً با طلاق، سقط جنین، خودکشی مخالف است و تأکید بسیاری بر ملی‌گرایی و غرور ملی دارند. در صورتی که ارزش‌های سکولار-عقلانی عملاً در مقابل این ارزش‌ها هستند و به جزء خودکشی با باقی موارد مخالف هستند.

در محور افقی ارزش‌های بقاء^۴ در مقابل ارزش‌های خوداظهاری^۵ ترسیم شده است. ارزش‌های بقاء مربوط به تأکید بر امنیت فیزیکی و اقتصادی است و نگاه خودمحوری و اعتماد و تساهل پایین را به همراه دارد و در مقابل آن ارزش‌های خوداظهاری بر حمایت از محیط‌زیست، تساهل و مدارای بالا و تقاضای بالا برای مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سیاسی و اقتصادی تأکید دارد. بر همین اساس امتیازهای بالا بیانگر تسلط ارزش‌های سکولار-عقلانی، و ارزش‌های خود اظهاری می‌باشد و بالعکس. پس در کشورهای اروپای

-
1. World Values Survey
 2. Traditional Values
 3. Secular-Rational Values
 4. Survival Values
 5. Self-expression values

غربی و انگلیسی‌زبان که از امتیاز بالایی برخوردار هستند، ارزش‌های سکولار-عقلانی و ارزش‌های خود اظهاری رواج بیشتری دارد و در کشور ایران به ارزش‌های سنتی و ارزش‌های بقا توجه بیشتری می‌شود.

جدول ۲- میانگین هر یک از عوامل در مناطق مختلف و در ایران

منطقه عامل	ایران	خاورمیانه و شمال آفریقا	آفریقا	آسیا	اروپای شرقی	اروپای غربی و انگلیسی‌زبان	امریکای لاتین	میانگین جهانی
کارآفرینی	۰/۱۱	۰/۳۴	۰/۱۵	۰/۳۴	۰/۳۱	۰/۷۵	۰/۲۳	۰/۳۵
حقوق مالکیت	۰/۳۴	۰/۵۷	۰/۴۲	۰/۶	۰/۶۳	۰/۸۴	۰/۴۷	۰/۵۹
آزادی اقتصادی	۳۴/۱۳	۶۱/۵	۵۵/۰۷	۶۱/۹۴	۶۹/۶۳	۷۸/۰۹	۶۱/۴۷	۶۴/۶۱
ادراک فساد	۲۷/۲۲	۴۴/۲۵	۳۴/۳	۴۲/۲۹	۴۵/۹۳	۷۷/۰۸	۳۷/۵۶	۴۶/۹
دموکراسی	۲/۲۸	۴/۰۳	۴/۸۲	۵/۲۳	۶/۳۶	۸/۷۶	۶/۵۵	۵/۹۵
حکمرانی خوب	۰/۴۱	۰/۵۱	۰/۳۷	۰/۵۵	۰/۵۶	۰/۸	۰/۴۶	۰/۵۴
حاکمیت قانون	۰/۳۳	۰/۴۹	۰/۳۹	۰/۵	۰/۵۴	۰/۸۳	۰/۴۱	۰/۵۳
اعتماد اجتماعی	۴۴/۳۸	۴۸/۴۷	۴۳/۲۸	۴۸/۳۱	۳۴/۵۹	۵۹/۹۴	۳۲/۵۱	۴۴/۵۲
شبکه اجتماعی	۵۷/۷۵	۶۴/۱۷	۵۶/۶۶	۶۱/۹۷	۶۴/۲۶	۷۹/۴۴	۷۲/۱۳	۶۶/۴۳
آموزش	۰/۱۷	۰/۱	۰/۰۱	۰/۱	۰/۱۲	۰/۱۵	۰/۰۷۵	۰/۰۹۳
ارزش‌ها	۰/۳۵	۰/۳۴	۰/۲۹	۰/۴۵	۰/۵۱	۰/۷۴	۰/۳۹	۰/۴۵

مقایسه مناطق مختلف

بر اساس داده‌های جدول شماره سه تفاوت معناداری میان میانگین کارآفرینی مناطق مختلف وجود دارد. میزان میانگین کارآفرینی با توجه جدول شماره ۳ در مناطق خاورمیانه و شمال آفریقا، آفریقا، آسیا، اروپای شرقی، اروپای غربی و انگلیسی‌زبان و لاتین به ترتیب برابر با ۰/۳۴، ۰/۱۵، ۰/۳۴، ۰/۳۱، ۰/۷۵، ۰/۲۳ می‌باشد. در پاسخ به این سؤال که آیا بین میانگین‌های کارآفرینی در مناطق مختلف به صورت دو به دو تفاوت معنی‌داری مشاهده

خواهد شد، با استفاده از آزمون توکی^۱ و انجام تحلیل‌های پس آزمون یا آزمون تعقیبی^۲ تفاوت بین گروه‌های مناطق را در جدول ۳ انعکاس داده‌ایم.

همان‌طور که در این جدول ملاحظه می‌شود، میانگین کارآفرینی در منطقه اروپای غربی و انگلیسی‌زبان تفاوت معناداری با تمامی مناطق دیگر داشته و کارآفرینی در این منطقه از مناطق دیگر بسیار بیشتر است. در مقابل، منطقه آفریقا دارای وضعیت نامناسبی در حوزه کارآفرینی است و میانگین آن به صورت معناداری از دیگر مناطق کمتر می‌باشد. میانگین کارآفرینی در منطقه خاورمیانه با دو منطقه آفریقا و اروپای غربی تفاوت معناداری دارد، ولی با دیگر مناطق این تفاوت معنادار نیست.

به‌واقع از مقایسه میزان میانگین کارآفرینی در ایران و مناطق مختلف جهان که در جدول شماره ۲ انعکاس یافته است، سه سطح ضعیف (ایران ۰/۱۱، آفریقا ۰/۱۵، آمریکای لاتین ۰/۲۳)، سطح متوسط (اروپای شرقی ۰/۳۱، خاورمیانه و آسیا ۰/۳۴) و سطح قوی (اروپای غربی و انگلیسی‌زبان ۰/۷۵) قابل‌شناسایی می‌باشد. از تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سطح کلان به این نتیجه می‌رسیم که کلیه عوامل مؤثر بر کارآفرینی دارای میانگین بالایی برای ستون اروپای غربی و انگلیسی‌زبان می‌باشند. و برعکس کشورهای دارای میانگین ضعیف در کارآفرینی، میانگین نمرات حداقلی در عوامل کلان مؤثر بر کارآفرینی کسب کرده‌اند.

در یک کلام، با توجه به جداول ۲ و ۳ تفاوت در میزان میانگین کارآفرینی تابع تفاوت در میزان عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سطح کلان، یعنی در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. در نتیجه منطقه اروپای غربی و انگلیسی‌زبان شرایط مساعدی برای فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. به‌واقع با توجه با داده‌های تحقیق این منطقه در چهار حوزه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شرایط مساعدی دارد و بستر فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌آورد. میزان حکمرانی خوب، دموکراسی و حاکمیت قانون در

1. Tukey Test
2. Post-Hoc Analysis

حوزه سیاسی در این منطقه بالا می‌باشد. وجود آزادی اقتصادی، حقوق مالکیت و کمی فساد در حوزه اقتصادی زمینه‌های لازم برای کارآفرینی را فراهم کرده است. در حوزه اجتماعی، اعتماد و شبکه اجتماعی بالاتری نسبت به دیگر مناطق دارد و در نهایت در حوزه فرهنگی آموزش مناسب باعث تربیت نیروی انسانی موردنیاز شده است و ارزش‌های حاکم از فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه حمایت و پشتیبانی می‌کند.

جدول ۳- آزمون ANOVA مقایسه میانگین کارآفرینی بر حسب مناطق

متغیر	مناطق	میانگین	خروجی توکی	F	مقدار احتمال
کارآفرینی	خاورمیانه	۰/۳۴	تفاوت معنی‌دار با آفریقا و اروپای غربی	۳۱/۴۳۳	۰/۰۰۰
	آفریقا	۰/۱۵	تفاوت معنی‌دار با همه مناطق به جز لاتین		
	آسیا	۰/۳۴	تفاوت معنی‌دار با آفریقا و اروپای غربی		
	اروپای شرقی	۰/۳۱	تفاوت معنی‌دار با آفریقا و اروپای غربی		
	اروپای غربی و انگلیسی‌زبان	۰/۷۵	تفاوت معنی‌دار با دیگر مناطق		
	امریکای لاتین	۰/۲۳	تفاوت معنی‌دار با اروپای غربی		

همچنین برای تعیین رابطه متغیرهای مستقل با کارآفرینی از آزمون همبستگی استفاده شده است. یافته‌های جدول شماره (۴) بیانگر یک رابطه مستقیم و معنادار بین متغیرهای مستقل تحقیق (حقوق مالکیت، آزادی اقتصادی، عدم فساد، دموکراسی، حکمرانی خوب، حاکمیت قانون، اعتماد اجتماعی، شبکه اجتماعی، ارزش‌ها و آموزش) با کارآفرینی است. ($\text{sig} < 0/05$). بدین معنی که هر چه میزان متغیرهای مستقل ذکرشده در

یک جامعه افزایش یابد، میزان کارآفرینی نیز در جامعه افزایش خواهد یافت و بالعکس. در نتیجه بهبود و توجه به این متغیرهای مستقل از ملزومات هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای خلق و بسط کارآفرینی در جامعه می‌باشد.

جدول ۴- همبستگی متغیرهای مستقل با کارآفرینی

متغیر	میزان همبستگی	مقدار احتمال
حقوق مالکیت	۰/۸۴۲	۰/۰۰۰
آزادی اقتصادی	۰/۷۲۲	۰/۰۰۰
عدم فساد	۰/۸۷۹	۰/۰۰۰
دموکراسی	۰/۶۵۷	۰/۰۰۰
حکمرانی خوب	۰/۸۸۳	۰/۰۰۰
حاکمیت قانون	۰/۸۹۲	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۵۳	۰/۰۰۰
شبکه اجتماعی	۰/۵۱۸	۰/۰۰۰
ارزش‌ها	۰/۸۱۶	۰/۰۰۰
آموزش	۰/۵۷۵	۰/۰۰۰

در نهایت از رگرسیون چند متغیره به منظور تبیین عوامل مرتبط با کارآفرینی استفاده شده است. رگرسیون چند متغیره روشی آماری است که در آن تبیین تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار می‌گیرد و همچنین اثر هر یک از متغیرهای مستقل و وزن خالص آنها محاسبه می‌شود. برای رسیدن به چنین هدفی از روش رگرسیون گام به گام^۱ استفاده گردیده است.

یافته‌های جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که عوامل کلان از تبیین‌کنندگی بالایی برای کارآفرینی برخوردار هستند و ۷۸ درصد از واریانس کارآفرینی را به‌طور معنی‌داری پیش‌بینی می‌نمایند. در این مدل که برای کل ۱۳۲ کشور جهان محاسبه شده است، عوامل

1. Stepwise

مطالعه تطبیقی - کمی تأثیر عوامل کلان و ساختاری ... ، شهاب سامانی و همکاران | ۳۴۳

سیاسی (حکمرانی خوب، حاکمیت قانون و دموکراسی)، اقتصادی (آزادی اقتصادی، حقوق مالکیت، ادراک فساد)، فرهنگی (ارزش‌ها، آموزش) و اجتماعی (اعتماد اجتماعی، شبکه اجتماعی) به ترتیب دارای ضریب استاندارد ۰/۴۰۱، ۰/۳۹۶، ۰/۲۱۲ و ۰/۱۹۶ می‌باشند. در نتیجه عوامل سیاسی و اقتصادی به ترتیب بیشترین سهم را در تبیین کارآفرینی دارند.

جدول ۵- رگرسیون خطی گام به گام برای تبیین کارآفرینی

متغیر پیش بین	ضریب استاندارد شده Beta	T	مقدار احتمال	R	R^2
مقدار ثابت		-۵/۵۸	۰/۰۰۰	۰/۸۸۳	۰/۷۸
سیاسی	۰/۴۰۱	۴/۰۵۹	۰/۰۰۰		
فرهنگی	۰/۲۱۲	۲/۶۳۹	۰/۰۱۰		
اقتصادی	۰/۳۹۶	۳/۶۹۸	۰/۰۰۰		
اجتماعی	۰/۱۹۶	۲/۸۹۳	۰/۰۰۵		

نتیجه‌گیری

امروزه تغییرات گسترده‌ای در تمامی عرصه‌های کسب‌وکار صورت گرفته است. به طوری که بدون توجه به کارآفرینی امکان توسعه و پیشرفت اقتصادی در یک جامعه نیست. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای آن از ضروریات پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. یافته‌های تحقیق روایت‌کننده وضعیت نامطلوب کارآفرینی در ایران می‌باشد. فلذا برای توسعه کارآفرینی در ایران باید بسترهای لازم آن را فراهم کرد. بسترها در چهار حوزه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مطرح هستند. یافته‌های تحقیق بیانگر رابطه قوی عوامل سیاسی همچون وجود حکمرانی خوب، دموکراسی و حاکمیت قانون با کارآفرینی است. یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیقات روسل سوبل (۲۰۰۸)، کاسمین میهای و آواسیلکای (۲۰۱۴)، استرین و همکاران (۲۰۱۳)، شیرواند

و دیگران (۱۳۹۷)، آلوارس و همکاران (۲۰۱۱)، کاریلوف (۲۰۰۰)، تکسیرا و همکاران (۲۰۱۸)، جوه و کریستین (۲۰۱۷) و در نهایت امانی، محمد و دیگران (۱۳۸۹) همسو می‌باشد. همچنین با رویکردهای نظری بامول منطبق است. عوامل سیاسی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. وجود دموکراسی شرایط را برای ایجاد حکمرانی خوب فراهم می‌آورد و با وجود حکمرانی خوب مبتنی بر حاکمیت قانون بستر مناسبی برای کارآفرینان و فعالان اقتصادی فراهم می‌شود. وضعیت مطلوب کارآفرینی در کشورهای اروپای غربی و انگلیسی‌زبان مؤید همین مطلب است.

در عرصه اقتصادی، نتایج تحقیق بیانگر رابطه قوی بین کارآفرینی با عدم فساد، حقوق مالکیت و آزادی اقتصادی است. این نتایج با یافته‌های تحقیقات کشتی (۲۰۰۷)، مانگوم (۲۰۱۲)، عیسی زاده (۱۳۹۰)، فستوس و همکارانش (۲۰۱۴)، انوخین و همکاران (۲۰۰۹) و آل هربی و اندرسن (۲۰۱۰) همسو می‌باشد. اقدامات ضد رقابتی، انگیزه فعالیت کارآفرینان را کاهش داده و آن‌ها را دلسرد می‌نماید. آزادی اقتصادی و نبود فساد در کنار حقوق مالکیت اثر مثبتی بر نرخ خوداشتغالی و سوق دادن افراد به سمت کارآفرینی دارند.

در حوزه اجتماعی بین اعتماد و شبکه اجتماعی با کارآفرینی ارتباط وثیقی وجود دارد و مؤید تحقیقات همدانی (۲۰۲۱)، هاسیو و همکاران (۲۰۱۵) و تورنتون و همکاران (۲۰۱۱) است. وجود اعتماد و شبکه اجتماعی روابط افراد با یکدیگر را تسهیل می‌نماید و همکاری بین افراد را افزایش می‌دهد. همچنین شبکه‌های اجتماعی در یک جامعه امکان دسترسی به منابع مختلف در یک جامعه را افزایش می‌دهد و در نتیجه شرایط مناسب‌تری برای کارآفرینی به وجود می‌آورد.

در نهایت یافته‌های تحقیق بیانگر یک رابطه قوی بین عوامل فرهنگی با کارآفرینی است و با نتایج تحقیقات داوودیسون (۱۹۹۵)، آراستی و همکاران (۲۰۱۲)، وی و همکارانش (۲۰۱۹)، تورکر (۲۰۰۹)، لینان و همکاران (۲۰۱۱) و در نهایت امینی، مرجان و دیگران (۱۳۹۳) همسو است. آموزش فراگیر و مناسب، نیروی انسانی موردنیاز را فراهم می‌آورد و ارزش‌ها، افراد را به سمت فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه سوق می‌دهد و

آنها را برای پذیرش تغییر و تحول‌ها آماده می‌سازد. مناطقی همچون کشورهای اروپای غربی و انگلیسی‌زبان به دلیل توجه به همین بسترها، شرایط مناسبی در حوزه کارآفرینی دارند. در نتیجه برای خلق و بسط فعالیت‌های کارآفرینی در ایران، آماده سازی این بسترها از ضروریات است و سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها باید در این جهت و راستا باشد.

پیشنهاد‌های تحقیق

پیشنهادهایی در حوزه‌های مختلف برای ایجاد یک شرایط مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینی ارائه می‌گردد:

○ سیاست‌های مربوط به تحول اداری در دولت جزو ضروریات یک استراتژی منسجم در جهت پیشبرد اهداف کارآفرینانه در کشور می‌باشد. فلذا اصلاحات ساختاری و ایجاد بسترهای قانونی و حقوقی مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینان ضروری است.

○ سیاست‌های دولتی به‌طور مستمر و مداوم باید حامی شرکت‌های جدید باشد.

○ حمایت از شرکت‌های جدید و در حال رشد باید یکی از اولویت‌های سیاست‌گذاری در سطح دولت باشد.

○ حمایت از شرکت‌های جدید و در حال رشد باید یکی از اولویت‌های سیاست‌گذاری در سطح دولت محلی (استان) باشد.

○ باید فضایی فراهم شود که شرکت‌های دولتی مجوزها و مدارک لازم را نهایتاً ظرف یک هفته تهیه نمایند.

○ دولت باید برای ایجاد یک محیط کسب‌وکار از طریق عوامل انگیزشی قوی تأکید بیشتری داشته باشد. از طریق تشویق یک ذهنیت مستقل‌تر و انگیزه قوی‌تر برای افزایش اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری، دولت می‌تواند به‌طور عمده باعث ارتقا کارآفرینی شود.

○ در نظر گرفتن جایزه ملی برای کسانی که کارهای نوآورانه و پیشرو انجام می‌دهند.

○ جلوگیری از قرار گرفتن تحت تحریم‌های مختلف از جمله تحریم‌های اقتصادی.

○ سیاست‌گذاری‌های مناسب در جهت ثبات اقتصادی از ضروریات توسعه کارآفرینی است.

○ افزایش شفافیت و پاسخگویی دولت.

○ جهت توسعه خدمات اداری و حذف تداخلات، مراکز توسعه اقتصادی تشکیل گردد که خدمات مختلف را به کارآفرینان در زمینه‌های مختلف ارائه دهند و کارآفرینان مجبور به مراجعه به بخش‌های مختلف نباشند.

○ اصلاحات فرهنگی برای افزایش ارزش‌گذاری اجتماعی کارآفرینی.

○ در کشور باید برای کارآفرینان موفق، احترام و منزلت بالایی قائل بود.

○ در کشور باید شرح‌حال‌هایی از طریق رسانه در مورد کارآفرینان موفق ارائه گردد.

○ افزایش سطح ظرفیت کارآفرینانه نیازمند تعهد اساسی دولت برای معرفی

کارآفرینی به درون سطح سوم آموزش یعنی دانشگاه به ویژه در میان دانشجویان علوم و مهندسی باشد.

○ در آموزش بالأخص در آموزش ابتدایی باید به تحریک خلاقیت، خودکفایی و ابتکارات فردی توجه ویژه‌ای شود.

○ در آموزش کشور در مقاطع ابتدایی و دبیرستان باید دستورالعمل‌های کافی را برای

آموزش اقتصاد بازار فراهم نماید.

○ باید تبادل بین مدارس و صنعت افزایش یابد. فعالیت‌هایی همچون آموزش معلمان،

بازدید و آموزش عملی در زمینه کسب‌وکار برای دانش‌آموزان و معلمان، ایجاد و حمایت از تأسیس شرکت‌هایی نوپا توسط بخش آموزشی از موارد کمک‌کننده است.

○ ایجاد شبکه‌سازی و ارتباط بین کارآفرینان با یکدیگر و تمام گروه‌ها، نهادها،

مؤسسات تحقیقاتی، دانشگاه‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات غیرانتفاعی و انتفاعی داخل و خارج کشور به گردش اطلاعات در بین کارآفرینان و نیز افزایش توان رقابتی آن‌ها مؤثر است.

لازم است این سیاست‌ها در قالب برنامه منسجمی ارائه و تدوین گردد.

ORCID

Mohsen Shahab Samani  <https://orcid.org/0009-0002-8165-2328>

Amir Akbari Ghamsari  <https://orcid.org/0009-0002-3561-9068>

Mohammad Yazdaninasab  <http://orcid.org/0000-0002-9186-6672>

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۷۸)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، انتشارات پردیس، چاپ اول، تهران.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۹۰)، کارآفرینی پیشرفته، چاپ اول، انتشارات راه دان.
- اسمیت، فیلیپ. (۱۳۸۷)، درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- امینی، مرجان؛ جمشیدی، رحیم؛ حیدری نژاد، صدیقه. (۱۳۹۳)، اولویت‌بندی موانع کارآفرینی از نظر دانشجویان با استفاده از روش TOPSIS، پژوهش در ورزش/دانشگاهی، شماره ۶، بهار و تابستان، ص ۱۵-۳۲.
- چلبی، مسعود. (۱۳۹۵)، تحلیل نظری و تطبیقی در جامعه‌شناسی، تهران، نشر نی، چاپ سوم.
- شاه حسینی، علی و میرآخوری، علی (۱۳۸۸)، تعیین سطح کارآفرینی فردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، مجله مدیریت فرهنگی، سال سوم، شماره پنجم.
- شیرواند، فاطمه؛ مظهری، رضا؛ محمدی خیاره، محسن؛ توماج، عبدالسعید. (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر عوامل نهادی رسمی و غیررسمی بر کارآفرینی و نتیجه آن بر رشد اقتصادی: شواهدی از کشورهای منا (۲۰۰۸-۲۰۱۵)، تحقیقات اقتصادی، دوره ۵۴، شماره ۱، ص ۲۰۹-۲۳۳.
- عیسی زاده، سعید و جهانبخش، مهرانفر. (۱۳۹۱)، نقش نهادها در شکل‌دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب جهان، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی-ایرانی)، سال دوازدهم، شماره ۴۴، بهار ۱۳۹۱، ص ۱۹۹-۲۱۲.
- قاضی، سید ابوالفضل. (۱۳۸۳)، حقوق اساسی و نهادهای سیاسی، تهران، نشر میزان، چاپ دوازدهم.

- قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳)
- کرایب، یان. (۱۳۹۳)، *نظریه اجتماعی مدرن*، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر آگه.
- کرباسی، علی؛ شرافت، مهرداد؛ ولدخانی، محمد؛ عظیم زادگان، حامد. (۱۳۸۱) *مروری بر ادبیات کارآفرینی، فصلنامه صنایع*، شماره ۳۳.
- مهری، بهار. (۱۳۸۶)، *مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی*، تهران، نشر سمت، چاپ اول.
- ناهید، مجتبی. (۱۳۸۸)، *چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه*، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۴۴.
- هادوی نیا، علی اصغر. (۱۳۸۹)، *نظریه نظام‌مندی معرفت‌های مکاتب اقتصادی (مطالعه موردی اقتصاد کلاسیک و اقتصاد اسلامی)*، فصلنامه علمی پژوهشی *اقتصاد اسلامی*، سال دهم، شماره ۳۸.

- Alvarez, Claudia and Urbano, David and Coduras, Alicia and Ruiz-Navarro, José. (2011). "Environmental Conditions and Entrepreneurial Activity: A Regional Comparison in Spain". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1).
- Anokhin, Sergey and Schulze, William. (2009). "Entrepreneurship, innovation, and corruption". *Journal of Business Venturing*, 2009, vol. 24, issue 5, 465-476.
- Arasti, Zahra and Ahmadi Pasvishe, Fatemeh and Motavaseli, Mahmoud. (2012). "Normative Institutional Factors Affecting Entrepreneurial Intention in Iranian Information Technology Sector". *Journal of Management and Strategy*, Vol. 3, No. 2; April 2012.
- Brown, Christopher Russell. (2007). "Economic theories of the entrepreneur: A Systematic Review of the Literature Master's Thesis". <http://hdl.handle.net/1826/2152>.
- Castaño, María-Soledad and Méndez, María-Teresa and Galindo, Miguel-Ángel. (2015). "The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship". *Journal of Business Research*, Volume 68, Issue 7, Pages 1496-1500.
- Corruption Perceptions: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021>.
- Cosmin Mihai Nacu and Avasilcai, Silvia. (2014). "Environmental Factors Influencing Technological Entrepreneurship: Research Framework and Results". *January Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109(1-2):1309-

1315cultural

values.:<https://www.worldvaluessurvey.org/WVSNewsShow.jsp?ID=428>

- Davidsson, Per. (1995). " culture, structure and regional levels of Entrepreneurship". January Entrepreneurship and Regional Development, 7(1), 41-62.
- democracy: <https://www.eiu.com/n/>.
- economic freedom: <https://www.heritage.org/index/explore#top>.
- Education: <https://uis.unesco.org/>
- El Harbi, Sana and Anderson, Alistair R. (2010). " Institutions and the Shaping of Different Forms of Entrepreneurship". Journal of Socio-Economics, Volume 39, Issue 3, June 2010, Pages 436-444
- Entrepreneurship: <http://thegedi.org/>
- Estrin, Saul and Korosteleva, Julia and Mickiewicz, Tomasz. (2013). " Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations?". Journal of Business Venturing, Volume 28, Issue 4, July 2013, Pages 564-580.
- Festus, Nkpoyn and Abul, Francis. (2014). "Entrepreneurship, Corruption and the Challenge of Development In Nigeria". European Journal of Business and Social Sciences, 3(3), 104-112.
- Gouhe, Ahmed And Christian Tabi, Amponsah. (2017). "Factors affecting entrepreneurship in emerging economies: a case of Dubai". Journal for International Business and Entrepreneurship Development, Volume 10, Issue 2.
- Hamdani, Jihen. (2021). " Factors affecting entrepreneurial dynamics". Journal of Global Economics, Volume 9:2.
- Hsiao, Chan and Lee, Yi-Hsuan and Chen, Hsiang-Heng. (2015). " The effects of internal locus of control on entrepreneurship: the mediating mechanisms of social capital and human capital". The International Journal of Human Resource Management, Volume 27, Issue 11, pp1158-1172.
- Ireland, D.R and Webb, J.W. (2007). "Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation". Business Horizons, 50, 49-59.
- Isenberg, Daniel J. (2010). " How to start an entrepreneurial revolution". Harvard business review, 88(6), 40-50.
- Jaafar, Mastura and Abdul-azizi, A.R. (2009). "The use of social network theory on entrepreneurs linkage development". Theoretical and Empirical Researches in Urban Manage, Special Number 1S/April 2009: Urban Issues in Asia. PP. 1-19.
- Kouriloff, Michail. (2000). " Exploring Perceptions of A Priori Barriers to Entrepreneurship: A Multidisciplinary Approach". Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 25, Issue 2.

- Kshetri, Nir. (2007). "Institutional Changes Affecting Entrepreneurship in China". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(4), 415–432.
- Linan, Francisco and Rodriguez-Cohard, Juan C and Rueda-Cantuche, Jose M. (2011). "Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role For Education". *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol 7, pp 195-218.
- Mangum, Vincent E. (2012). "Public Contracting, Political Barriers and the Role of Political Capital in the Growth of Black Entrepreneurship". *Journal of Public Management & Social Policy*, Vol. 16 Issue 2, p33-48. 16p.
- Mohanty, Sangram Keshari. (2007). *Fundamentals of Entrepreneurship*, Prentice-Hall of India Pvt.Ltd, ISBN, 978-81-203-2867-9, 200 Pages.
- North, Douglass C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Harvard University Press, Cambridge, M. A.
- Olabode, Segun Oluwaseun and Olateju Olawale Ibrahim and Bakare Akeem Abayomi. (2019). "An Assessment of The Reliability of Secondary Data in Management Science Research". *International Journal of Business and Management Review*, Vol.7, No.3, pp.27-43.
- rule of law, good governance, property rights
<https://databank.worldbank.org/source/worldwide-governance-indicators#>.
- Sobel, Russell S. (2008). "Testing Baumol: Institutional Quality and the Productivity or Entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, Vol.23: 641-655.
- social trust, social network: <https://www.prosperity.com/about/resources>.
- Teixeira, Sergio and Casteleiro, Carla and Rodrigues, Ricardo Gouveia. (2018). "Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries". *International Journal of Innovation Science*, Vol. 10 No. 1, pp. 22-42.
- Thornton, Patricia H and Domingo, Ribeiro-Soriano and Urbano, David. (2011). "Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview". *International Small Business Journal*, 29(2) 105–118.
- Turker, Duygu and Sonmez Selcuk, Senem. (2009). "Which factors affect the entrepreneurial intention of university students?". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 33 No. 2, pp. 142-159.
- Wei, Jiangru and Chen, Yuting and Zhang, Jing and Gong, Yonghua. (2019). "Research on Factors Affecting Entrepreneurial Learning from Failure: An Interpretive Structure Model". *Front. Psychol.* 10:1304.

استناد به این مقاله: شهاب، محسن؛ اکبری قمصری، امیر و یزدانی نسب، محمد. (۱۴۰۳). مطالعه تطبیقی- کمی تاثیر عوامل کلان و ساختاری بر کارآفرینی، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۵(۶۱)، ۳۴۹-۳۱۳.



Social Development and Welfare Planning Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.