

تاثیر اکوسیستم کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران

محسن محمدی خیاره^۱، حسین ترابی^۲،^۱ استادیار گروه اقتصاد و علوم اداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران

چکیده

توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است که از این شبکه به عنوان اکوسیستم کارآفرینی نام می‌برند. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر - افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات - خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. این مقاله یک مطالعه اکتشافی در مورد اکوسیستم کارآفرینی در ایران با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) در دوره زمانی ۲۰۰۷-۲۰۱۷ را ارائه می‌دهد. بر اساس مبانی نظری رابطه بین اکوسیستم کارآفرینی و رشد اقتصادی، مفهوم اکوسیستم کارآفرینی شامل محیط مالی، سیاست‌های مالیاتی و حمایتی دولت، برنامه‌های دولت، زیرساخت‌ها، پویایی و گنجایش بازار، تحصیلات پایه و عالی، تحقیق و توسعه و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بیانگر این است که بهبود اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند از طریق افزایش انگیزه برای کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط باعث رشد و توسعه اقتصادی شود. علاوه بر این، مشکلات اکوسیستم کارآفرینی در ایران بررسی و در آخر پیشنهاداتی در راستای حل مشکلات ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: اکوسیستم کارآفرینی، رشد اقتصادی، تولید ناخالص داخلی، انتقال تحقیق و توسعه، محیط مالی، مالیات، سیاست دولت

۱. مقدمه

رابطه‌ی کارآفرینی و رشد اقتصادی بر کسی پوشیده نیست ولی رابطه‌ی اکوسیستم کارآفرینی و رشد اقتصادی نیاز به بررسی بیشتری دارد. توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف است که از این شبکه به‌عنوان اکوسیستم کارآفرینی نام می‌برند. هرچه اکوسیستم کارآفرینی قوی‌تر باشد، تکنولوژی در تولید مؤثرتر خواهد بود و از این رو تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی قوی‌تر خواهد بود. بدین ترتیب کارآفرینان به عنوان عواملی عمل می‌کنند که با تجاری سازی نوآوری، مکانیزم انتقال دانش پیشرفته به سمت رشد اقتصادی را فراهم می‌کنند. با این حال، حتی اگر کارآفرینی به‌صورت پویا وجود داشته باشد، فرآیند انتقال دانش ممکن است توسط محیط سازمانی تضعیف یا تسهیل شود (اعتمادی، ۱۳۸۸). واژه اکوسیستم به معنی محیط نزدیک است و در مورد روابط پیچیده میان ارگانیسم‌های زنده و محیط آن و تأثیر فعالیت‌های انسان بر این روابط است (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۸). قرار دادن این دو واژه با یکدیگر، یک واژه جدید به نام اکوسیستم کارآفرینی خلق می‌کند که به‌عنوان عنصری - اعم از افراد، سازمان‌ها یا نهادها - تعریف می‌شود (ابونوری و متوسل، ۱۳۹۱). اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسساتی اشاره دارد که می‌توانند همچون محرک یا مانعی در جهت کارآفرین شدن افراد عمل کنند. چنین اکوسیستمی دربرگیرنده صدها عنصر است که می‌توانند در شش قلمرو اصلی بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایتها و سرمایه انسانی گروه‌بندی شوند (میرزا محمدی و همکاران، ۱۳۸۷). همچنین در تعریفی دیگر، اکوسیستم کارآفرینی به عناصر - افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات - خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (مهدوی، ۱۳۸۰). پژوهشگران نقطه نظرات گوناگونی را در باب اکوسیستم کارآفرینی بیان نموده‌اند که اشتراکاتی را نیز باهم دارا می‌باشد، ازجمله می‌توان از منحصربه‌فرد بودن هر اکوسیستم و همچنین وجود آن در یک منطقه جغرافیایی مشخص نام برد. کوهن نیز اکوسیستم را این‌گونه تعریف می‌کند: اکوسیستم کارآفرینانه مجموعه‌ای متفاوت از فعالان به هم وابسته در یک منطقه جغرافیایی که تحت تأثیر ترکیب تمام فعالان گروه و پتانسیل اقتصادی منطقه می‌باشد را نشان می‌دهد. اکوسیستم‌ها مجموعه‌ای از اجزا به هم وابسته و در تعامل باهم می‌باشند که در پی خلق کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز در طول زمان می‌باشند. کوهن اکوسیستم را به‌عنوان گروهی از فعالان به هم وابسته در یک منطقه جغرافیایی محلی که به توسعه پایدار با حمایت و تسهیل کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز پایدار تعهد دارند تعریف کرده است (موحدی، ۱۳۷۴). اکوسیستم کارآفرینی نتیجه‌ی تعامل مردم، نقش‌ها، زیرساخت‌ها، سازمان‌ها و حوادثی است که محیطی را برای بالا بردن سطوح فعالیت کارآفرینانه ایجاد می‌کنند. هفت مؤلفه مشخص جهت یک اکوسیستم قدرتمند کارآفرینی، شامل: دسترسی به سرمایه، وجود برنامه‌های کارآفرینی دولت‌مدار، آموزش کارآفرینی، سیاست‌های مساعد، تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های تجاری - قانونی و سهولت قوانین ورود به کار است (بامول، ۲۰۰۷).

گرچه دانش موجود در مورد کارآفرینی افزایش یافته است، اما مراحل مختلف کارآفرینی در طی روند توسعه یافتگی کشورها متفاوت است. موانع اجتماعی، فرهنگی و ایدئولوژیک می‌توانند بر کارآفرینی تأثیر گذاشته و درنهایت بر تمایل افراد برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر بگذارند. همان‌طور که کشورها به سمت مراحل بالاتر توسعه اقتصادی حرکت می‌کنند، نرخ فعالیت‌های کارآفرینی کاهش می‌یابد. هرچه مراحل کارآفرینی در مراحل با بلوغ کامل‌تر و ثبات بیشتر باشد، نرخ کاهش در کارآفرینی کمتر خواهد بود. هرچه کشورها به مراحل بالاتر توسعه می‌رسند؛ انگیزه فعالیت‌های کارآفرینی، رابطه قوی و منفی با توسعه اقتصادی خواهند داشت. در حالی که سطوح کارآفرینی تثبیت شده کمترین میزان کاهش را در صورت توسعه یافتگی بیشتر اقتصادها، در پی خواهند داشت (کریستین، ۲۰۰۹). بنابراین، در مقاله‌ی حاضر با استفاده از گزارش‌های سازمان دیده بانی جهانی کارآفرینی عوامل اکوسیستم کارآفرینی و چگونگی تأثیر آنها بر رشد اقتصادی در ایران و سایر کشورهای عضو این سازمان مورد بررسی قرار می‌گیرد. باعث توسعه اقتصادی می‌شوند مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- رابطه بین عناصر اکوسیستم کارآفرینی و عملکرد اقتصادی

توسعه کارآفرینی نقش قابل توجهی در رشد و توسعه اقتصادی دارد بصورتی که امروزه کارآفرینی یکی از ابزارهای مهم برای ایجاد نوآوری و توسعه اشتغال و رفع بیکاری به حساب می آید. افزایش فرصت‌های کارآفرینی، افزایش علاقه و انگیزه افراد برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی، ایجاد مکانیزم‌های حمایت و هدایت کارآفرینانه، بیانگر اقدامات توسعه‌ای در یک کشور است. این عوامل می‌تواند افراد را به گونه‌ای ترغیب نماید که برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه با میل و اشتیاق بیشتری عمل نمایند. در واقع، اکوسیستم کارآفرینی یکی از عوامل تعیین‌کننده و ترغیب‌کننده انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در یک کشور است. به عبارت دیگر، اکوسیستم کارآفرینی، مجموعه‌ای از عوامل فرهنگی، حمایت مالی، سیاست‌های اقتصادی و .. هستند که محیط مناسبی برای شکل‌گیری کسب‌وکارها ایجاد می‌نمایند. کارآفرینی نقش مهمی را در توسعه اقتصادی بازی می‌کند، اما تصمیم‌گیری برای کارآفرینی در محیطی ایزوله و خارج از بستر محلی یا منطقه‌ای که فرد در آن حضور دارد، انجام نمی‌پذیرد. به عبارت دیگر برای درک این پدیده باید در کنار فعالیت کارآفرینانه افراد، عوامل زمینه‌ای را نیز در نظر گرفت. امروزه سیاست‌گذاران و محققان اجزا و عوامل زیادی را در راستای حمایت از کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز، با رویکردی جامع شامل توسعه فرهنگ کارآفرینانه، دستیابی به شبکه‌های کاری و کسب‌وکار، اطلاعات و تأمین مالی و همچنین دست‌یابی به زیرساخت‌های مناسب را شناسایی نموده‌اند (ایزنبرگ، ۲۰۱۰). در سال‌های اخیر مفهوم "اکوسیستم کارآفرینی" مورد توجه سیاست‌گذاران و تحلیل‌گران اقتصادی قرار گرفته است. منظور از این اصطلاح، مجموعه عواملی است که بر اداره یا عملکرد بنگاه‌ها اثر دارند، اما تقریباً خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها هستند؛ نظیر تأمین مالی و ثبات اقتصاد کلان، قوانین و مقررات، فرهنگ و اقلیم جغرافیایی. از طرفی عوامل اکوسیستم کارآفرینی را می‌توان به دو گروه عوامل محیط اقتصادی و محیط نهادی تقسیم کرد. عوامل محیط اقتصادی شامل محیط اقتصاد کلان، محیط مالی، محیط جغرافیایی (زیرساختار و خوشه‌های صنعتی) و ساختار تولید (صنایع و کشاورزی) و عوامل محیط نهادی شامل محیط سیاسی، محیط حقوقی، محیط فرهنگی، محیط آموزشی و علمی، محیط فناوری و نوآوری و ساختار دولت می‌شود. این دو مجموعه عوامل بر کسب‌وکارهای موجود و بر فرایند کارآفرینی، اثر می‌گذارند. هرچه اکوسیستم کارآفرینانه شرایط بهتری داشته باشد، زمینه برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیشتر و در نتیجه، عملکرد اقتصاد و خلق ارزش و ثروت در آن جامعه بیشتر می‌شود.

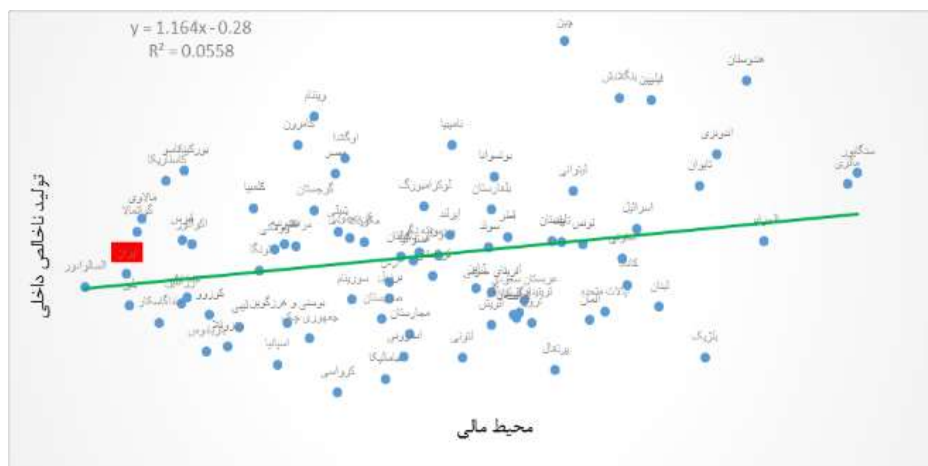
عوامل دخیل در اکوسیستم کارآفرینانه مانند اندازه و رشد اقتصاد، ثبات اقتصادی (تورم و تعادل بودجه) و نظام بودجه می‌تواند عملکرد کسب‌وکارهای موجود در یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. نظام بودجه نیز می‌تواند به نظامی انگیزشی برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی تبدیل شود. به‌ویژه، کاهش مالیات بر سود شرکت‌ها، می‌تواند انگیزه‌های برای ایجاد شرکت‌های جدید و افزایش منافع قابل دسترس برای پروژه‌های کارآفرینانه شود. علاوه بر این، بودجه به مثابه ابزار سیاست مالی دولت از طریق تأثیر بر مؤلفه‌های مهم محیط کسب‌وکار بر فرایند کارآفرینی و کسب‌وکار اثر می‌گذارد و محیط مالی مناسب از جمله مؤلفه‌های مهمی است که بودجه دولت و شرکت‌های دولتی به طور مستقیم بر آن اثر دارد. در اقتصاد، حجم منابع مالی در دسترس کارآفرینان برای سرمایه‌گذاری محدود است و طبق مطالعات مختلف انجام گرفته، مهمترین مسئله کارآفرینان، تأمین مالی برای رشد و توسعه و حتی حفظ وضع موجود کسب‌وکارشان است. لذا کسری بودجه دولت و شرکت‌های دولتی که از طریق استقراض از بانک‌ها، فروش اوراق مشارکت و سایر اوراق مالی تأمین مالی می‌شود، حجم منابع مالی در دسترس کارآفرینان را کاهش داده و محیط مالی را برای کارآفرینان نامساعد می‌کند.

با توجه به موارد مذکور، محیط مساعد کسب‌وکار به عنوان یکی از عوامل اصلی و مؤثر بر رشد اقتصادی و تولید کالا و خدمات به‌شمار می‌رود. محیط کسب‌وکار در قالب محورهای مختلفی نظیر مقررات‌زدایی و کیفیت مقررات‌گذاری، افزایش رقابت‌پذیری، تضمین حقوق مالکیت، تضمین امنیت سرمایه‌گذاری، مبارزه با فساد اداری و افزایش شفافیت، فرایند تصویب و تدوین قوانین اقتصادی و شاخص‌های بین‌المللی ارزیابی کسب‌وکار بررسی می‌شود. لذا ایجاد بستر لازم برای تسهیل محیط کسب‌وکار از

طریق حفظ ثبات اقتصادی، عدم تغییر قوانین و مقررات، حمایت مؤثر از بنگاهها به ویژه بنگاههای کوچک و متوسط، دسترسی آسان به منابع تأمین مالی، افزایش شفافیت در عملکرد دولتی و کاهش بار مقررات می تواند زمینه ساز شکل گیری کسب و کارها و عملکرد مناسب اقتصاد کلان باشد.

۲-۲- تأمین مالی

در لغتنامه‌ی تخصصی اینوستوپدیا به عمل فراهم کردن اعتبارها برای فعالیتهای کسب و کار، خرید یا سرمایه گذاری، تأمین مالی گفته می‌شود. کسب و کار نهادهای مالی و بانکها، تأمین مالی است؛ به طوری که سرمایه مورد نیاز برای کسب و کارها، مصرف کنندگان و سرمایه گذاران به منظور دستیابی به اهداف آنها را فراهم می‌کنند. استفاده از تأمین مالی در هر نظام اقتصادی ضروری است؛ زیرا این امکان را برای کسب و کارها و شرکتها فراهم می‌کند تا فعالیتهای آنها با سرعت و سازوکار آسان تری انجام شود. هر مؤسسه به منابع مالی نیاز دارد و بررسی و ارزیابی منابع مورد نیاز مؤسسه، مستلزم پیمودن چهار گام مهم است. تعریف قابلیت‌های مورد نیاز برای مؤسسه، فراهم کردن طرح کلی نیروی انسانی برای تحقیق قابلیت‌های مورد نیاز، توسعه‌ی برنامه ریزی منابع و برنامه ریزی مالی. بحث انتخاب منابع مالی و توجیه انتخاب بهترین ساختار سرمایه در شرایط مختلف کسب و کار، زمینه را برای بررسی نگرش مدیریت در انتخاب و توزیع مناسب منابع مالی در ادبیات مالی گشوده است (هشواریا و اینگرام، ۲۰۱۸). هدف از تأمین مالی، سرمایه گذاری، سودآوری، کاهش ریسک و برطرف کردن نیازهای اقتصادی و اجتماعی کسب و کار است (ایزنبرگ، ۲۰۱۰).



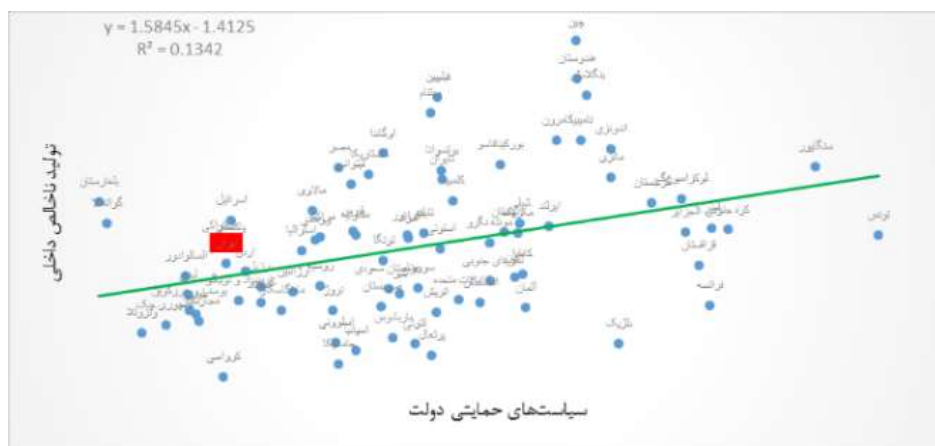
شکل ۱- رابطه‌ی محیط مالی و تولید ناخالص داخلی

همان طور که در شکل (۱) مشخص است (محور عمودی نشان دهنده‌ی رشد تولید ناخالص داخلی و محور افقی نشان دهنده‌ی محیط مالی کشورها است) محیط مالی دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. این بدان معنی است که کشورهایی که دارای محیط مالی بهتری هستند رشد اقتصادی بیشتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشور ایران که در شکل با رنگ قرمز مشخص شده است دارای شرایط مطلوبی نمی‌باشد.

۲-۲- سیاست و حمایت دولت

در دهه‌های گذشته سیاست‌گذاران، سیاست‌های کارآفرینی را برای رشد اقتصادی تدوین کرده‌اند. سیاست‌های دولتی، قوانین و راهبردهایی هستند که دولت برای هدایت و مدیریت برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، اداری و غیره تدوین می‌کند. دولت‌ها سه نوع سیاست نسبت به کارآفرینی اجرا کرده‌اند. نخست با ارائه‌ی کمک‌های مالی و ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک، محیط تنظیمی خود را برای کارآفرینی بهبود داده‌اند. دوم از طریق ارائه‌ی برنامه‌هایی برای اشاعه‌ی دانش و مهارت لازم برای کارآفرینان، محیط شناختی کشور را بهبود داده‌اند که این امر می‌تواند توانایی درک افراد از فرایندهای راه اندازی

کسب و کار را افزایش دهد. سوم از طریق فعالیت‌های لازم برای بهبود برداشت جامعه نسبت به بخش کارآفرینی، محیط هنجاری خود را تقویت کرده‌اند که این امر می‌تواند انگیزه‌ی افراد را برای تبدیل شدن به کارآفرین بهبود دهد (فورفاس، ۲۰۰۹).



شکل ۲- رابطه‌ی سیاست‌های حمایتی دولت و تولید ناخالص داخلی

شکل (۲) بیانگر ارتباط مثبت سیاست‌های حمایتی دولت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. این بدان معنی است که کشورهایی که دولت‌های آن‌ها سیاست‌های حمایتی کارآمدتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشور ایران نیز که در شکل با رنگ قرمز مشخص شده است سطح پایینی از میزان حمایت دولت از فعالیت‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد.

۲-۳- مالیات‌ها و سیاست دولت

قوانین مالیاتی باید به گونه‌ای باشد که در جهت شفاف‌سازی اقتصادی، ایجاد بانک‌های جامع اطلاعات اقتصادی، تقویت دستگاه‌های نظارتی در مراحل صادرات و واردات و همچنین کاهش بار مالیاتی بر اقتصاد باشد. در غیر این صورت قوانین مالیاتی باعث عدم شفاف‌سازی در اقتصاد و به دنبال آن افزایش هزینه‌های مبادله و در نتیجه کاهش میزان سرمایه‌گذاری، تولید و کارآفرینی خواهد شد (کوهن، ۲۰۰۶).

سیاست‌های مالیاتی اثر نامشخصی بر فعالیت‌های کارآفرینانه دارد؛ یافته‌های برخی از مطالعات نشان دادند که افزایش نرخ مالیات باعث افزایش کارآفرینی در اقتصاد شده اما یافته‌های برخی مطالعات نشان‌دهنده اثر منفی نرخ مالیات بر فعالیت‌های کارآفرینانه است (کوهن، ۲۰۰۶). این تفاوت در نتایج را می‌توان ناشی از تعریف کارآفرینی در مطالعات مختلف دانست. کارآفرینی در مطالعات مختلف به روش‌های متفاوتی تعریف و اندازه‌گیری شده است. برخی از مطالعات، کارآفرینی را تأسیس یک بنگاه تعریف کرده‌اند. برخی از مطالعات، کارآفرینی را تأسیس یک بنگاه تعریف کرده‌اند. در تعدادی از مطالعات به بررسی ارتباط بین اثر مالیات‌های محلی بر فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته شده است و به این نتیجه رسیده‌اند که مالیات‌ها می‌توانند به صورت محدود کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهند و گذشته از این، نرخ نهایی مالیات اثر مثبت و معنی‌داری بر خوداشتغالی داشته و با افزایش نرخ مالیات، افراد ترجیح می‌دهند که به خوداشتغالی روی بیاورند (رگله و همکاران، ۲۰۱۲؛ کارتر و الینور، ۲۰۰۶).



شکل ۳- تأثیر سیاست‌های مالیاتی دولت بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۳) سیاست‌های مالیاتی دولت دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. بدین مفهوم که کشورهایی که سیاست‌های مالیاتی کارآمدتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. با این حال کشور ایران دارای شرایط مطلوبی نمی‌باشد.

۲-۴- برنامه‌های دولت

برنامه‌های دولتی یا خدمات حرفه‌ای (به عنوان مثال حسابداران، بانکداران، وکلا و / یا مشاوران کسب و کار) که ارائه‌دهنده خدمات و کمک هستند، می‌توانند ظرفیت‌های کارآفرینی را در میان اقتصادها افزایش دهند (میتال و ویاس، ۲۰۱۱). دولت می‌تواند کارآفرینان را با برنامه‌های آموزش کسب و کار که یارانه‌ها، مواد و مشاوره را برای شرکت‌های جدید که توسط اتاق‌های بازرگانی یا از طریق انکوباتورهای تحت حمایت عمومی حمایت کند (بارتیک، ۱۹۸۹)، چنین برنامه‌هایی هزینه‌های معامله را برای سازمان‌ها به حداقل می‌رساند؛ درحالی‌که سرمایه انسانی مؤسسات را افزایش می‌دهد (بلاثو، ۱۹۸۷). چنین برنامه‌هایی هزینه‌های معامله برای سازمان‌ها را کاهش می‌دهد و سرمایه انسانی مؤسسات را افزایش می‌دهد (بلاثو، ۱۹۸۷). برنامه‌های دولتی با اصلاح شکست بازار، آن را هدایت می‌کنند. هنگامی که محیطی قوی برای حمایت از کارآفرینی وجود دارد، سطح بالاتری از کارآفرینی وجود خواهد داشت.



شکل ۴- تأثیر برنامه‌های دولت بر تولید ناخالص داخلی

شکل (۴) بیانگر آن است که کشورهایی که دولت‌های آن‌ها برنامه‌های کارآمدتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای لوکزامبورگ و سنگاپور برنامه‌های بهتر دولت و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند. با این حال ایران در قسمت پایینی نمودار و شرایط مناسبی را دارا نمی‌باشد.

۲-۵- تحصیلات پایه کارآفرینی

آموزش، با فراهم آوردن مهارت‌های کاربردی برای شروع کسب‌وکار، (کلاریس و برونیل، ۲۰۰۷) از طریق بهبود توانایی درک و تشخیص فرصت‌های کارآفرینی و از طریق تشویق فعالیتهای ریسکی به‌عنوان یک گزینه شغلی، موجب افزایش تعداد کارآفرینان میشود (کیوشنیک و سورن، ۲۰۰۴). تحقیقات پیشین نشان میدهند که رابطه مثبت بین آموزش کارآفرینی و یا برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و درک جذابیت و امکان‌پذیر بودن کارآفرینی وجود دارد (بلائو، ۱۹۸۷). انتظار بر این است که کشورهایی که برنامه‌های آموزشی قوی‌تری برای حمایت از کارآفرینی دارند میزان بالاتری از مشارکت کارآفرینان را شاهد باشند.



شکل ۵- تأثیر تحصیلات پایه بر تولید ناخالص داخلی

شکل (۵) ذکر می‌کند که کشورهایی که تحصیلات پایه کارآمدتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای فیلیپین و سنگاپور تحصیلات پایه مناسب‌تر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند. ایران دارای شرایط مطلوبی نمی‌باشد.

۲-۶- تحصیلات عالی در زمینه کارآفرینی

محیط آموزشی و بالأخص برنامه‌ریزی آموزش عالی از حوزه‌های مهمی است که می‌تواند نقش نهادینه کردن کارآفرینی و ارتباط بازار کار و دانش‌آموختگان را به‌خوبی ایفا کند. رابطه میان نظام آموزشی و نیاز بخش‌های مختلف اقتصادی به نیروی کار متخصص، همواره از مسائل عمده در برنامه‌ریزی آموزشی بوده است. درواقع یکی از دلایل اصلی مطرح‌شدن ضرورت تدوین برنامه‌های آموزشی، تطابق هر چه بیشتر میان فارغ‌التحصیلان سطوح مختلف و رشته‌های متفاوت نظام آموزشی با نیازها و قابلیت‌های اقتصادی بوده است. لذا اگر برنامه‌های آموزشی رشته‌های مختلف در یک نظام آموزشی، هماهنگ با محتوای موردنیاز بازار کار باشد، برنامه‌های آموزشی و برنامه‌ریزی آموزشی صورت گرفته، روند مطلوبی را طی کرده است و حتی می‌توان مهم‌ترین کار برنامه‌ریزی آموزشی را ایجاد توازن و رابطه هماهنگ بین آموزش دانشگاهی و مهارت‌های کاری موردنیاز جامعه قلمداد کرد (دلمار و اسکات، ۲۰۰۶).



شکل ۶- تأثیر تحصیلات عالی بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۶) تحصیلات عالی دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. این بدان معنی است که کشورهایی که تحصیلات عالی کارآمدتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای فیلیپین و اندونزی تحصیلات عالی مناسب‌تر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند.

۷-۲- انتقال تحقیق و توسعه

طبق تعریف یونسکو، تحقیق و توسعه در حقیقت انجام هر کار خلاق و نظام‌یافته به‌منظور توسعه ذخیره علمی از جمله دانش انسانی، فرهنگی، اجتماعی و استفاده از این دانش برای اختراع و طرح کاربردهای جدید است (دیتین و گیلن، ۲۰۰۴). در یک تعریف جامع دیگر، تحقیق و توسعه به‌عنوان مجموعه فعالیت‌های بدیع، نوآورانه و نظام‌یافته و برنامه‌ریزی‌شده‌ای که به‌طور کلی باهدف گسترش مرزهای شناخت علمی و گنجینه دانش انسان و جامعه انسانی و کاربرد این دانش در عرصه‌های گوناگون برای بهبود زندگی انسان و به‌طور خلاصه در جهت نوآوری و ایجاد فرآیندها، ابزار، نظام‌ها، خدمات و روش‌های جدید صورت پذیرد، تعریف می‌شود. نوآوری فناوری روشی است که شرکت‌ها برای به‌کارگیری فناوری سودآور استفاده می‌کنند در صورتی که تحقیق و توسعه فعالیت‌های یک بخش را توصیف می‌کند. یکی از دلایلی که تخصیص منابع سازمان را به نظام تحقیق و توسعه توجیه می‌کند، این باور است که تحقیق و توسعه با تولید نوآوری، در پایداری و سودآوری بنگاه مؤثر است. تحقیق و توسعه امروزه به‌عنوان مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی و رمز موفقیت بنگاه‌های اقتصادی و کشورها در عرصه رقابت جهانی در تجارت و اقتصاد شناخته شده است. اقتصاددانان بر این باورند که علم و تکنولوژی به‌عنوان ابزاری مؤثر و قوی می‌تواند نقش کلیدی در فرایند توسعه ایفا کند. در دنیای حاضر کشورهایی در زمره کشورهای توسعه‌یافته محسوب می‌شوند که از سطح بالای علم و تکنولوژی برخوردار باشند. از این رو بسیاری از محصولات، روش‌ها، ابزارها و تکنولوژی‌های پیشرفته، ناشی از توسعه و پیشرفت این کشورها در عرصه علم و تکنولوژی است. با مطالعاتی که اقتصاددانان بر روی کشورهای پیشرفته انجام داده‌اند مشخص شده است که نرخ بالای رشد در این کشورها در اثر کاربرد وسیع بسیاری از نوآوری‌های تکنولوژیکی صورت گرفته است. به‌علاوه در سطح خرد نیز رشد و موفقیت بنگاه‌ها با ارتقای سطح تکنولوژی امکان‌پذیر است (پترمن و کندی، ۲۰۰۳).

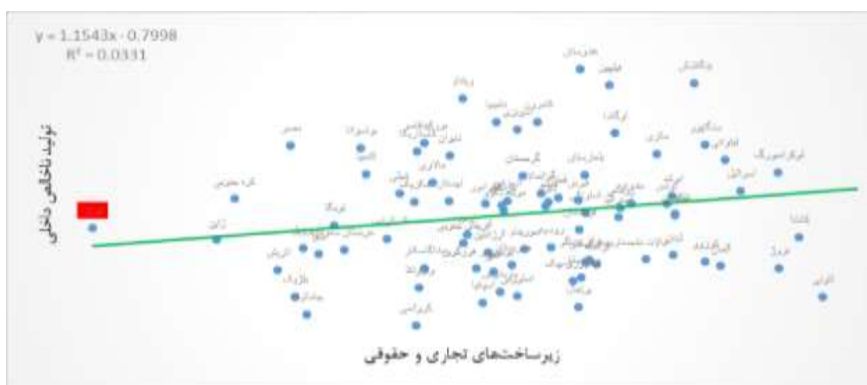


شکل ۷- تأثیر انتقال تحقیق و توسعه بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۷)، انتقال تحقیق و توسعه دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. این بدان معنی است که کشورهای که انتقال تحقیق و توسعه مناسب‌تری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای سنگاپور و لوکزامبورگ انتقال تحقیق و توسعه مناسب‌تر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند.

۲-۸- زیرساخت تجاری و حقوقی

زیرساخت‌های تجاری و حقوقی شامل خدمات تجاری است که برای مدیریت شرکت‌های کارآفرینی لازم است. خدمات تجاری شامل در دسترس بودن پیمانکاران، تأمین‌کنندگان، مشاوران و خدمات حقوقی شامل حسابداری، تبلیغات، امور مالی، مخابرات، اینترنت و خدمات بانکی است. خدمات کسب‌وکار یا حرفه‌ای در طول فرآیند کارآفرینی، به‌ویژه در مدیریت و بهره‌برداری از شرکت‌ها مفید است (سوزوکی و همکاران، ۲۰۰۲). در دسترس بودن مناسب خدمات کسب‌وکار، بنگاه‌های کارآفرین را قادر می‌سازد تا بر کسب‌وکار اصلی خود تمرکز کنند و در نتیجه بهره‌وری و صرفه‌ی ناشی از تخصص به دست آورند. ازجمله خدمات موردنیاز در طول فرآیند تشکیل شرکت خدمات حقوقی است. از آنجاکه کمبود خدمات حقوقی وجود دارد، این وضع می‌تواند مانع کارآفرینی شود (رووف، ۲۰۰۵).



شکل ۸- تأثیر زیرساخت تجاری و حقوقی بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۸) مشخص است که زیرساخت‌های تجاری و حقوقی دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. این بدان معنی است که کشورهای که زیرساخت‌های تجاری و حقوقی مناسب‌تری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند.

کشورهای اسرائیل و کانادا زیرساخت‌های تجاری و حقوقی مناسب‌تر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند. با وجود این ایران در این شاخص نیز وضعیت مناسبی را دارا نمی‌باشد.

۹-۲- پویایی بازار داخلی

یعنی سطح تغییر سالانه‌ی بازار. با توجه به شکاف ورود به صنعت و فرصت‌های موجود، شرایط انگیزشی درون شرکت، درجه‌ای را که شرکت‌ها در برابر کشش به فرصت‌های کسب سود و فشار ترس از عقب افتادن از شرکت‌های رقیب، تعیین کند. شرایط انگیزشی درون شرکت خودش، توسط تعداد شرکت‌های حاضر در صنعت، ماهیت ساختار بازار، و انرژی و اهداف کارآفرینان در این شرکت‌ها تعیین می‌شود که به نوبه خود میزان رقابت بین شرکت‌ها را تعیین می‌کند (لیبنشتاین، ۱۹۶۸).



شکل ۹- تأثیر پویایی بازار داخلی بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۹) مشخص است که پویایی بازار داخلی دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. یعنی کشورهایی که بازار داخلی پویاتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای چین و کره جنوبی بازار داخلی پویاتر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند. ایران نیز که در شکل با رنگ قرمز مشخص شده است شرایط نسبتاً بهتری دارد.

۱۰-۲- گنجایش بازار داخلی

گنجایش بازار داخلی (باز بودن بازار داخلی) سهولت ورود به بازار را در بر می‌گیرد. یافته‌ها درباره‌ی گنجایش بازار مبهم هستند و به نتیجه واحدی نرسیده است. تحقیقات نشان می‌دهد که موانع ورود به بازار با فعالیت کارآفرینانه در کلیه اقتصادها به طور منفی در ارتباط هستند. با وجود این نتایج تعدادی از مطالعات نشان داده است که موانع ورود بر توزیع فعالیت تجاری بین اقتصاد رسمی و غیررسمی تأثیر می‌گذارد، نه بر حجم کل فعالیت در سطح ملی. در سایر مطالعات، موانع ورودی به جای حجم کل فعالیت در سطح ملی بر توزیع فعالیت تجاری بین اقتصاد رسمی و غیررسمی تأثیر می‌گذارد. نرخ بالای کارآفرینی در یک اقتصاد، به احتمال زیاد، دارای تأثیر مثبت بر ورود به بازار جدید است (رینولدز، ۲۰۰۵).



شکل ۱۰- تأثیر گنجایش بازار داخلی بر تولید ناخالص داخلی

شکل (۱۰) بیانگر ارتباط مثبت بین گنجایش بازار داخلی با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. بدان معنی که کشورهایی که بازار داخلی بازتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای سنگاپور و استونی بازار داخلی بازتر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند. ایران نیز که در شکل با رنگ قرمز مشخص شده است دارای شرایط مطلوبی نمی‌باشد.

۲-۱۱- دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدماتی

سهولت دسترسی به منابع فیزیکی مانند ارتباطات، آب و برق، حمل و نقل، زمین و فضا در ازای مبلغ متناسب برای کسب و کارهای کوچک و متوسط (گزارش سالانه ^۱GEM). در مقایسه با زیرساخت‌های تجاری و قانونی و مقررات، زیرساخت‌های فیزیکی از سوی محققین کارآفرینی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. زیرساخت‌های فیزیکی مانند حمل و نقل، زمین و یا فضای عملیاتی و امکانات ارتباطی مانند اینترنت، تلفن و خدمات پستی برای موفقیت در فعالیتهای کارآفرینی و سرمایه‌گذاری و رشد استارت‌آپ‌ها حیاتی است. برای ایجاد یک کسب و کار، معمولاً نیاز به دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی مانند فضای اداری و عملیاتی، تجهیزات و خدمات عمومی است. در دسترس بودن چنین خدماتی، راه‌اندازی مشاغل جدید را تشویق خواهد کرد (سالیاماس و جان، ۲۰۱۰).



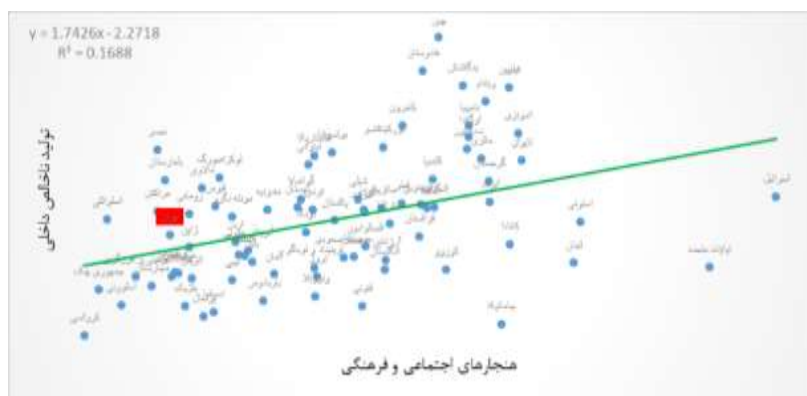
شکل ۱۱- تأثیر دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدماتی بر تولید ناخالص داخلی

^۱ Global Entrepreneurship Monitor

در شکل (۱۱) دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدماتی دارای رابطه‌ی مثبت با تولید ناخالص داخلی می‌باشد. کشورهای که به زیرساخت‌های فیزیکی و خدماتی دسترسی بهتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای سنگاپور و استونی به زیرساخت‌های فیزیکی و خدماتی دسترسی بهتری داشته‌اند. ایران نیز در این شاخص دارای شرایط نسبتاً مطلوبی می‌باشد.

۲-۱۲- هنجارهای اجتماعی و فرهنگی

فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهند. کارآفرینان به‌عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می‌توان به آن خرده‌فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود. بر اساس اصل تأثیر متقابل حوزه‌های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه‌های دیگر فرهنگ، ازجمله حوزه اخلاق و مذهب، ارزش‌ها، عقاید اقتصادی و سیاسی تأثیر می‌پذیرد. از این رو ریشه‌های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله‌مراتب ارزش‌ها، جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند و در تعارض و تقابل با کار و یا هم‌نوا و همساز با کارآفرینی هستند. با توجه به استدلال برخی محققان، نقش کارآفرینی در جوامع مختلف با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت است. منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد، اما آنچه باید در درک تفاوت رفتار، موردتوجه قرار گیرد، عواملی است همچون: عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی و مکاتب دینی (مک‌گوایر و همکاران، ۱۹۶۲). بنابراین اگرچه کارآفرینان، ارزش‌ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند، ولی فرهنگ کارآفرینی، متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است. درواقع هرچه ارزش‌ها و عقاید موجود در جامعه، افراد جامعه را به کار، تولید مداوم، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهند، در آن جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می‌شود و یا به عبارتی، در آن جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌زنند و افراد کارآفرین بیشتری موفق می‌شوند که ایده‌های نوین خود را در جامعه محقق سازند.



شکل ۱۲- تأثیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بر تولید ناخالص داخلی

در شکل (۱۲) مشخص است که کشورهایی که هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بهتری داشته‌اند رشد اقتصادی بهتری را نیز تجربه کرده‌اند. کشورهای اسرائیل و آمریکا هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بهتر و رشد اقتصادی بیشتر را داشته‌اند.

۳- مشکلات اکوسیستم کارآفرینی در ایران:

با توجه به نتایج حاصل شده می‌توان به مشکلات زیر در مورد اکوسیستم کارآفرینی ایران اشاره کرد:

- ۱- محیط مالی در کشورمان با مشکلات فراوانی مانند عدم اعتماد به کارآفرینان، نرخ بالای بهره و زیاده‌خواهی تأمین‌کنندگان مواجه است. همین مشکلات باعث می‌شود کارآفرینان با یک‌بار شکست انگیزه‌ی خود را از دست بدهند.
- ۲- سیاست‌های دولت در حمایت از کارآفرینان کارآمد نیست و بعضاً سیاست‌های ضدونقیض باعث سردرگمی کارآفرینان می‌شود.
- ۳- سیاست‌های مالیاتی در کشور نیز به ضرر تولیدکنندگان و کارآفرینان و به سود دلالان است که به انتقال کارآفرینان و تولیدکنندگان به سمت واسطه‌گری و واردات منجر می‌شود.
- ۴- برنامه‌های دولت نیز با سیاست‌ها همخوانی ندارند و کاملاً کوتاه‌مدت هستند و به‌جای در نظر گرفتن خط‌مشی بلندمدت کشور از تحولات روزانه و هیجانات بازار پیروی می‌کنند. به‌همین خاطر پیش‌بینی بازار برای شروع کسب‌وکار جدید دشوار است. همین دلایل باعث کاهش رشد اقتصادی می‌شود.
- ۵- تحصیلات پایه و عالی در کشور بسیار مستهلک‌شده و هدف اصلی خود که آماده کردن نیروی کار مفید برای جامعه است را فراموش کرده و فقط تعدادی علوم قدیمی و تکراری را به کودکان و نوجوانان می‌آموزند که همان علوم نیز پس از مدتی فراموش می‌شوند و دانش‌آموزان و دانشجویان پس از فارغ‌التحصیلی توانایی تلفیق علوم فراگرفته با تجربیات کاری را ندارند و به همین دلیل اکثراً در زمینه‌ای غیر از زمینه‌ی تحصیلی خود مشغول به کار می‌شوند که این موضوع باعث می‌شود که زمانی را که فرد می‌تواند صرف ایده‌پردازی در زمینه‌ی شغلی خود داشته باشد صرف یادگیری مسائل کاری پیش‌پاافتاده بکند.
- ۶- به دلیل عدم ارتباط صنعت و مراکز علمی در کشور انتقال تحقیق و توسعه بسیار ضعیف است و همین عامل باعث شده که صنایع از فناوری‌های قدیمی‌تر استفاده کنند که منجر به از دست رفتن مزیت رقابتی شده است.
- ۷- به دلیل در دسترس نبودن مناسب خدمات کسب‌وکار مانند پیمانکاران، تأمین‌کنندگان، مشاوران و خدمات حقوقی شامل حسابداری، تبلیغات، امور مالی، مخابرات، اینترنت و خدمات بانکی، بنگاه‌های کارآفرین قادر نیستند که به‌درستی بر کسب‌وکار اصلی خود تمرکز کنند و در نتیجه بهره‌وری و صرفه‌ی ناشی از تخصص را از دست می‌دهند.
- ۸- پویایی ضعیف بازار باعث شده که رقابت در صنعت کاهش یابد که همین موضوع منجر به کاهش انگیزه‌های کارآفرینانه و نوآوری می‌شود.
- ۹- موانع ورود به صنایع در کشور باعث شده که امکان ورود به هر صنعتی به‌سادگی امکان‌پذیر نباشد؛ این موضوع باعث هدر رفتن استعدادها و کاهش انگیزه‌ی کارآفرینانه و نوآوری می‌شود.
- ۱۰- در چند سال اخیر سهولت دسترسی به منابع فیزیکی مانند ارتباطات، آب و برق، حمل‌ونقل، زمین و فضا در ازای مبلغ متناسب برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کاهش یافته است. این موضوع باعث افزایش هزینه‌های کارآفرینی می‌شود.
- ۱۱- به دلیل فساد اداری در کشور تصور مردم به افرادی که در کوتاه‌مدت ثروتمند می‌شوند تصویری منفی‌گرایانه شده است. این موضوع در بلندمدت می‌تواند باعث از بین رفتن شأن اجتماعی کارآفرینان و عدم تمایل برای کارآفرینی شود.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به‌منظور بررسی رابطه بین غنی‌سازی شغل، تعهد سازمانی، و عملکرد شغلی کارکنان بانک ملت استان مازندران صورت گرفته است. مطالعات پیشین به بررسی هر یک از متغیرهای فوق با دیگر متغیرها پرداخته‌اند، اما خلاء مطالعاتی مربوط به چگونگی روابط این سه متغیر، دلیل اصلی انجام این تحقیق گردید. علاوه بر این، از آن جا که افزایش عملکرد شغلی کارکنان، نهایتاً منجر به افزایش عملکرد و بهره‌وری سازمان می‌گردد، همواره مطالعه موارد و موضوعاتی که باعث افزایش

عملکرد شغلی افراد در سازمان های مختلف خصوصاً سازمان های خدماتی که عنصر اصلی آنان کارکنان هستند می شوند، مورد توجه محققین و دانشمندان رشته های مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی بوده است و این دلیل نیز خود موید مستحکم تری برای انجام این تحقیق بود.

نتایج تحقیق حاکی از آن است غنی سازی شغل کارکنان و تعهد سازمانی آن ها رابطه مثبت و معناداری برقرار است. سازمان ها باید با افزایش اختیارات و مسئولیت ها و نیز با واگذاری وظایف با اهمیت به کارکنان تعهد آن ها را به سازمان تقویت کنند. افزایش تعهد کارکنان به سازمان منجر به افزایش رضایت شغلی، رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، و نیز کاهش تنبلی اجتماعی، ترک خدمت کارکنان می شود که نتیجه نهایی این عوامل افزایش کیفیت خدماتی است که کارکنان به مشتریان بانک ارائه می کنند. علاوه بر این، نتایج تحقیق وجود رابطه مثبت و معنادار بین غنی سازی شغل و تعهد سازمانی را با عملکرد شغلی کارکنان تأیید می کند. تأیید این دو فرضیه به این معنی است غنی سازی شغل و تعهد سازمانی کارکنان باعث می شود تا آن ها وظایف خود را به درستی انجام دهند و از انجام دادن درست کار شانه خالی نکنند و تمام توانایی خود را صرف دستیابی به نتایج مطلوب برای سازمان می کنند. لذا، بر سازمان ها است تا با غنی سازی شغل کارکنان از نتایج مثبت آن در سازمان بهره مند شوند. سازمان ها می توانند با انجام فعالیت هایی در غنی سازی شغل کارکنان بکوشند. سازمان ها باید اطمینان حاصل کنند که تمام اهداف سازمان به درستی تعریف شده است و به وسیله کارکنان به درستی درک شده است. و نیز، به کارکنان باید آگاهی لازم در مورد نقش حیاتیشان در سازمان داده شود و اینکه بقای سازمان در گرو ارائه خدمات مطلوب به مشتریان توسط آن هاست. سازمان ها باید منابع کافی در اختیار کارکنان برای عملکرد مطلوب آن ها قرار بدهند؛ این منابع شامل اطلاعات، منابع مادی، آموزش و توسعه کارکنان می شود. علاوه بر این، سازمان ها باید تعریف روشنی از پاداش برای کارکنان ارائه کنند و رابطه بین عملکرد مطلوب کارکنان و حقوق دریافتی را برای آن ها تشریح کنند. موارد فوق الذکر باعث می شوند که کارکنان سازمان ها مخصوصاً کارکنان بانک ها که به انجام وظایف تکراری مشغول می باشند، از انجام کاری غنی در بانک لذت ببرند و تمام تلاش خود را در انجام وظایف محوله بکار گیرند و به اهداف سازمانی متعهد باشند و عملکرد بهتری در بانک از خود نشان دهند و خدماتی با کیفیت بهتر به مشتریان ارائه دهند که نتیجه آن سودآوری بیشتر برای بانک خواهد بود.

منابع

۱. اعتمادی، کاوه (۱۳۸۸)، ارزیابی مقایسه ای نگرش های کارآفرینانه دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی و مهندسی برق دانشگاه تهران)، توسعه کارآفرینی. دوره ۲، شماره ۲.
۲. دانایی فرد، حسن؛ فروهی، مهشید؛ صالحی، علی (۱۳۸۶)، ارتقا کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۲.
۳. ابونوری، عباسعلی؛ متوسل، شهرزاد (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر حقوق مالکیت کارآمد و مالیات بر کارآفرینی در اقتصاد کشورهای منتخب و ایران، پژوهشنامه مالیات، شماره ۱۶، صص ۱۶۳-۱۸۹.
۴. میرزامحمدی، محمد حسن؛ پورطهماسبی، سیاوش؛ تاجور، آذر (۱۳۸۷)، موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران. کار و جامعه، شماره ۱۴، صص ۳۴-۴۷.
۵. مهدوی، محمدنقی (۱۳۸۰)، فرهنگ توصیفی تکنولوژی، انتشارات چاپار، تهران.
۶. موحدی سبحانی، فرزاد (۱۳۷۴)، طراحی سیستم تحقیق و توسعه در شرکت های بزرگ، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۷. Baumol, W. J., & Strom, R. J. (۲۰۰۷). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, ۱ (۳-۴), ۲۳۳-۲۳۷.
۸. Christian, R. R. (۲۰۰۹). Concepts of ecosystem, level and scale. *Ecology-Volume I*, ۳۴.
۹. Hechavarría, D. M., & Ingram, A. E. (۲۰۱۹). Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: a ۱۴-year panel study of GEM. *Small Business Economics*, ۵۲(۲), ۴۳۱-۴۵۸.
۱۰. Isenberg DJ., (۲۰۱۰), How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review*, No. ۸۸, pp. ۴۰-۵۰.

۱۱. Forfas, F. (۲۰۰۹). Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis.
۱۲. Cohen, B. (۲۰۰۶). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, ۱۵(۱), ۱-۱۴.
۱۳. Regele, M. D., & Neck, H. M. (۲۰۱۲). The Entrepreneurship Education Subecosystem in the United States: Opportunities to Increase Entrepreneurial Activity. *Journal of Business and Entrepreneurship*, ۲۳(۲), ۲۵.
۱۴. Carter, S. L., & Shaw, E. (۲۰۰۶). Women's business ownership: Recent research and policy developments.
۱۵. Mittal, M., & Vyas, R. K. (۲۰۱۱). A study of psychological reasons for gender differences in preferences for risk and investment decision making. *IUP Journal of Behavioral Finance*, ۸(۳).
۱۶. Bartik, T. J. (۱۹۸۹). Small business start-ups in the United States: Estimates of the effects of characteristics of states. *Southern economic journal*, ۱۰۰۴-۱۰۱۸.
۱۷. Blau, D. M. (۱۹۸۷). A time-series analysis of self-employment in the United States. *Journal of political economy*, ۹۵(۳), ۴۴۵-۴۶۷.
۱۸. Clarysse, B., & Bruneel, J. (۲۰۰۷). Nurturing and growing innovative start-ups: the role of policy as integrator. *R&d Management*, ۳۷(۲), ۱۳۹-۱۴۹.
۱۹. Keuschnigg, C., & Nielsen, S. B. (۲۰۰۴). Start-ups, venture capitalists, and the capital gains tax. *Journal of Public Economics*, ۸۸(۵), ۱۰۱۱-۱۰۴۲.
۲۰. Delmar, F., & Shane, S. (۲۰۰۶). Does experience matter? The effect of founding team experience on the survival and sales of newly founded ventures. *Strategic Organization*, ۴(۳), ۲۱۵-۲۴۷.
۲۱. DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (۲۰۰۴). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of management learning & education*, ۳(۳), ۲۴۲-۲۵۷.
۲۲. Peterman, N. E., & Kennedy, J. (۲۰۰۳). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, ۲۸(۲), ۱۲۹-۱۴۴.
۲۳. Suzuki, K. I., Kim, S. H., & Bae, Z. T. (۲۰۰۲). Entrepreneurship in Japan and Silicon Valley: a comparative study. *Technovation*, ۲۲(۱۰), ۵۹۵-۶۰۶.
۲۴. Ruef, M. (۲۰۰۵). Origins of organizations: The entrepreneurial process. In *Entrepreneurship* (pp. ۶۳-۱۰۰). Emerald Group Publishing Limited.
۲۵. Leibenstein, H. (۱۹۶۸). Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, ۵۸(۲), ۷۲-۸۳.
۲۶. Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (۱۹۹۹). Global entrepreneurship monitor. *Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*.
۲۷. Salimath, M. S., & Cullen, J. B. (۲۰۱۰). Formal and informal institutional effects on entrepreneurship: a synthesis of nation-level research. *International Journal of Organizational Analysis*, ۱۸(۳), ۳۵۸-۳۸۵.
۲۸. McGuire, J. W., Chiu, J. S., & Elbing, A. O. (۱۹۶۲). Executive incomes, sales and profits. *The American Economic Review*, ۷۵۳-۷۶۱.