

عوامل نهادی رسمی و غیررسمی، کارآفرینی فرصت‌گرا و رشداقتصادی به روش گشتاور تعمیم‌یافته

مهديه مودتی¹ - تقی ترابی^{2*} - محمود محمودزاده³ - عباس معمارنژاد⁴

1. دانشجوی دکتری اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات،

تهران، ایران

2. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

3. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده اقتصاد، واحد فیروزکوه، ایران

4. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ دریافت: 1397/5/29

تاریخ پذیرش: 1397/9/14

چکیده

بر اساس مطالعات نظری موجود، کارآفرینی و محیط نهادی با کیفیت به‌عنوان بسترهای لازم برای رشداقتصادی، نتایج مطلوب یک اقتصاد توسعه‌یافته را رقم می‌زنند. در این پژوهش، نقش محیط نهادی در اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی بررسی شده است. در این راستا تاثیر عوامل نهادی تاثیرگذار بر اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه در دو دسته عوامل نهادی رسمی و غیررسمی، و فعالیت‌های کارآفرینانه در دو گروه انگیزشی کارآفرینی فرصت‌گرا و کارآفرینی ضرورت‌گرا بر رشد اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی ارتباط کارآفرینی و محیط نهادی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب است. برای این منظور از داده‌های مربوط به 30 کشور منتخب، طی دوره زمانی 2009-2017 و با استفاده از داده‌های تلفیقی پویا از طریق روش گشتاورهای تعمیم‌یافته استفاده شده است. داده‌های تحقیق نیز از گزارش‌های سالانه دیده‌بان جهانی کارآفرینی و بانک جهانی استخراج شده است. نتایج برآوردها بیانگر وجود ارتباط معنادار میان کارآفرینی فرصت‌گرا و نهادهای رسمی و غیررسمی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب بوده، طوری که میزان اثرگذاری کارآفرینی فرصت‌گرا و نوع نهادهای موثر، بنابر میزان توسعه یافته‌گی کشورها متفاوت است. بنابراین برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی، توجه هرچه بیشتر به کیفیت محیط نهادی و نوع انگیزش کارآفرینان باید در دستور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی فرصت‌گرا، رشد اقتصادی، نهاد رسمی، نهاد غیررسمی

مقدمه

کارآفرینی یک پدیده چندبُعدی است که در سطوح مختلف بر اقتصاد یک جامعه تاثیرگذار است. در ادبیات اقتصادی، نگرش درباره کارآفرینی از سه مکتب اصلی نشأت می‌گیرد. اول، مکتب سنتی اتریش-آلمان¹ است. به اعتقاد شومپتر، کارآفرینان نوآور باعث ایجاد فرصت برای کسب رانت می‌شوند. دوم، مکتب اتریش جدید است. در این مکتب بر توانایی‌های کارآفرین در تشخیص فرصت‌های سودآور تمرکز می‌شود. سوم، مکتب نئوکلاسیک است. در این مکتب، کارآفرینان نیز مانند سایر کسب‌وکارها در قالب الگوی رقابت کامل فعالیت می‌کنند (Wennekers et al., 2007). یافته‌های برخی پژوهش‌های تجربی نشان داده است که تغییرات میزان رشد اقتصادی را می‌توان با نرخ‌های گوناگون کارآفرینی توضیح داد (گزارش سازمان جهانی کارآفرینی²، 1999). همچنین بسیاری از اقتصاددانان بر این عقیده‌اند که کارآفرینی بر رشد تولید ناخالص داخلی اثر مثبت و معنادار دارد (Carree & Thurik, 2007). تفاوت در میزان رشد اقتصادی کشورها می‌تواند ناشی از دو عامل باشد: میزان کارآفرینی، نوع فعالیت‌های کارآفرینانه (کمیجانی، سهیلی احمدی و قربانی، 1391). در پژوهش‌ها بیان شده است که در گرایش به سوی کارآفرینی نیز تفاوت قابل توجهی میان کشورها وجود دارد (پاداش و نیکونستی، 1387). طبق مطالعات انجام شده، نهادها تعیین‌کننده اساسی رفتار اقتصادی (North, 1990) و مبادلات اقتصادی (Williamson, 1998) هستند و می‌توانند تأثیر زیادی بر تعداد و نوع کارآفرینان بگذارند. آسم اوغلو و راینسون³ (2001)، معتقدند نهادهای اقتصادی در مسیر رشد اقتصادی اهمیت دارند، زیرا انگیزه فعالان اقتصادی را شکل می‌دهند. از سوی دیگر، انگیزه افراد کارآفرین یکسان نیست. کارآفرینان به طور معمول با انگیزه کسب سود، یافتن استقلال شغلی و یا نداشتن گزینه شغلی مناسب به سوی کارآفرینی هدایت می‌شوند. توجه به انگیزه‌های کارآفرینان از آن رو اهمیت دارد که یافته‌های

1 German-Austrian Tradition

2 Global Entrepreneurship Monitor Report

3 Acemoglo & Robinson

پژوهش‌های تجربی زیادی نشان داده است که تفاوت در انگیزه‌های کارآفرینان، پیامدهای کلان اقتصادی متفاوتی در پی خواهد داشت.

هدف این مقاله آن است که رابطه نهادها (رسمی - غیررسمی)، کارآفرینی به تفکیک نوع انگیزش و رشد اقتصادی تبیین و تحلیل شود. به‌منظور بررسی اثر محیط نهادی و انواع کارآفرینی بر رشد اقتصادی، از روش گشتاور تعمیم‌یافته برای 30 کشور توسعه یافته و در حال توسعه، در بازه زمانی 2009-2017 استفاده می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی و رشد اقتصادی با دید نهادی

کارآفرینی یک مفهوم چند بُعدی است. مک کلند (1961)، بیان می‌کند که سطح کارآفرینی در یک کشور به ویژگی‌های روان‌شناختی افراد بستگی دارد. نایت¹ معتقد است، بدون احتساب زمینه‌های نهادی و فرهنگی در تصمیم‌گیری‌های افراد، نمی‌توان در مورد عقلانیت اعمال آن‌ها قضاوت کرد. عمل کارآفرینی در داخل یک جامعه و فرآیند فعالیت‌های کارآفرینانه توسط آن جامعه شکل می‌گیرد (Anderson and Smith, 2007; Anderson and Miller, 2003) گاگیاردی² تمام فعالیت‌های اقتصادی را تحت تاثیر نهادها می‌داند. اندرسون³ (2002)، بیان می‌کند از آنجا که نهادها شکل‌دهنده ساختارند و در واقع ساختار نهادها در قالب یک رابطه عمل می‌کنند، ساختار می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذار باشد و تفاوت در سطح کارآفرینی را توضیح دهد. محققان معتقدند، برای مطالعه کارآفرینی، یک چارچوب تئوریک بر پایه دیدگاه اجتماعی - فرهنگی می‌تواند نسبت به دیدگاه‌های اقتصادی و روان‌شناسی معمول، مناسب‌تر باشد (Lafuente & Vaillant, 2008). شومپتر کارآفرینی را موتور توسعه اقتصادی معرفی می‌کند. بامول⁴ (1990) اعتقاد دارد، با آنکه

1 Knight

2 Gagliardi

3 Anderson

4 Baumol

کشورهای مختلف در میزان فعالیت‌های کارآفرینانه متفاوت هستند، اما تفاوت اصلی به سهم کارآفرینی در فعالیت‌های مولد یا غیرمولد مربوط می‌شود. نوع فعالیت‌های افراد کارآفرین بر اساس کیفیت نهادهای اقتصادی، سیاسی و قانونی حاکم بر جامعه شکل می‌گیرد (نजारزاده، نوش‌آبادی و همکاران، 1391). نویسندگانی از قبیل اکس و همکاران¹ (2012) و آدرتچ و همکاران² (2008)، شواهدی در مورد اهمیت کارآفرینی دانش‌بنیان برای رسیدن به رشد اقتصادی بالاتر ارائه می‌کنند. یکی از نتایج مهم حاصل از این مطالعات، توجه به ساختار نهادی در نحوه شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهاست. همچنین بوجرونسکوف و فاس³ (2013) دریافتند که نهادها، به‌ویژه نهادهای رسمی، بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارند. محققان نشان می‌دهند که استفاده از اقتصاد نهادی برای یافتن عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی فرصت‌گرا به‌منظور افزایش نرخ رشد اقتصادی، دارای اهمیت است (Bruton et al., 2010). به گفته این نویسندگان، مطالعاتی که اهمیت عوامل غیررسمی در زمینه کارآفرینی با هدف دستیابی به رشد اقتصادی بالاتر را لحاظ کند، وجود ندارد. با توجه به مطالعه اوربانو و آوارز⁴ (2014)، نهادهای غیررسمی نسبت به نهادهای رسمی تأثیر بیشتری در کارآفرینی دارند. رویکرد مطرح شده توسط محققان، پنج بُعد برای محیط کارآفرینی⁵ در نظر می‌گیرد: الف) سیاست‌ها و رویه‌های دولت، ب) عوامل اجتماعی و اقتصادی، ج) مهارت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار، د) کمک‌های مالی به کسب‌وکار، ه) کمک‌های غیرمالی. منطبق با رویکرد نورث (1990، 2005)، سیاست‌ها و رویه‌های دولت و کمک‌های مالی و غیرمالی به کسب‌وکار به نهادهای رسمی مربوط می‌شود، در حالی که شرایط اجتماعی، مانند اعتماد به نفس و ادراک محیط زیست، مربوط به نهادهای رسمی است (Fogel & Gnyawali, 1994).

1 Acs et al

2 Audretsch et al

3 Bjornskov and Foss

4 Urbano & Alvarez

5 Entrepreneurial Environment

انواع انگیزش کارآفرینانه

دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینان نوپا را بر مبنای انگیزه‌های شان به دو گروه ضرورت‌گرا¹ و فرصت‌گرا² تقسیم می‌کند. در واقع کارآفرینان انگیزه‌های متفاوتی برای کارآفرینی دارند؛ یا مجبور به کارآفرینی هستند یا خود برای آن تمایل دارند. برخی خود را مجبور به کارآفرینی می‌بینند، زیرا گزینه بهتری نمی‌یابند. دیده‌بان جهانی کارآفرینی به این دسته از کارآفرینان، ضرورت‌گرا می‌گوید. برخی دیگر برای بهره‌برداری از یک فرصت دست به کارآفرینی می‌زنند. دیده‌بان جهانی این افراد را کارآفرین فرصت‌گرا می‌نامد. محققان عواملی مانند فرصت‌های بازار، کسب سود و شأن اجتماعی را به‌عنوان انگیزه‌های کارآفرینی مطرح می‌کنند (Giacomin et al., 2011). دلیل توجه به انگیزه‌های کارآفرینان از آنجا ناشی می‌شود که یافته‌های پژوهش‌های تجربی فراوانی نشان داده است که تفاوت در انگیزه‌های کارآفرینان، موجب تفاوت در عملکرد آن‌ها می‌شود (کميجانی، سهیلی‌احمدی، 1391). طبق یافته‌های بوسما و همکاران³ (2008)، در اقتصادهایی با تولید ناخالص داخلی پایین، نرخ کارآفرینی نوپا⁴ بیش‌تر بوده که بیش‌تر متعلق به کارآفرینی نوپای ضرورت‌گرا است. همچنین در اقتصادهای با درآمد بالا به دلیل دسترسی بیش‌تر به منابع و بازارها، میزان کارآفرینی نوپای فرصت‌گرا بیش‌تر است. در نتیجه میزان تولید ناخالص داخلی هر کشور، امکان می‌دهد درباره سطح و نوع کارآفرینی آن کشور گمانه‌زنی کنیم.

عوامل نهادی موثر بر کارآفرینی

نورث، نهادها را با عنوان «قواعد بازی در یک جامعه» تعریف می‌کند. این نهادها یا می‌توانند رسمی باشند مانند مقررات، قراردادهای، رویه‌ها، و غیره، یا غیررسمی مانند فرهنگ، ارزش‌ها یا هنجارهای اجتماعی یک جامعه خاص. فعالیت‌های کارآفرینانه فراتر از فعالیت‌های عادی به تأمین مالی وابسته است (Shumpeter, 1934). برخی محققان کمک‌های مالی را

1 Necessity-Driven TEA

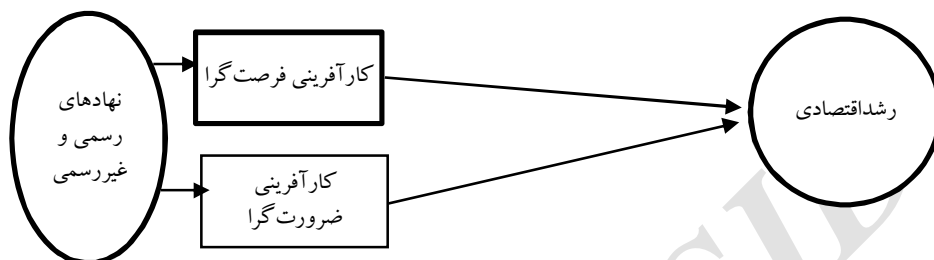
2 Opportunity-Driven TEA

3 Bosma et al

4 Early- Stage Entrepreneurial activity (TEA)

به عنوان یکی از نهادهای رسمی مهم مورد بررسی قرار دادند (Gnyawali & Fogel, 1994). عدم دسترسی به منابع، همواره از سوی افراد غیر کارآفرین به عنوان مانعی برای شروع کسب و کار مطرح می شود (Kouriloff, 2000). براساس مطالعات انجام شده، مقررات، مالیات و معضلات بازار کار در کنار هم مبنایی تحلیلی با عنوان "موانع شروع کسب و کار" ایجاد می کنند (Klapper et al., 2006). مقررات یکی از اجزای اصلی محیط کسب و کار بوده و موضوعات مرتبط با آن از مواردی است که کارآفرینان به عنوان موانع شروع کسب و کار مطرح می کنند (Grilo and Irigoyn, 2006). یکی از ابزارهای مقرراتی مهم برای اجرای سیاست های دولتی، مالیات است. شواهدی وجود دارد که به کارگیری صحیح سیاست های مالیاتی می تواند مشوق نوآوری و رشد شرکت ها باشد (McCarthy and Puffer, 2010). کارآفرینی نوآورانه، محصولات نوینی را عرضه می کند که نیازمند بازارهای جدید است. این بازارسازی ها به زیرساخت های حرفه ای و تجاری خاص نیاز دارد که محیط کسب و کار موظف به ایجاد آن ها است. در دسترس بودن خدمات کسب و کاری خوب، به کارآفرین اجازه می دهد بر فرایند اصلی کسب و کارش تمرکز کرده و به کارایی و بهره وری دست یابد (Levie and Autio, 2008). فرهنگ یکی از عوامل تعیین کننده کارآفرینی است (Zahra and George, 2002). مطالعات کارآفرینی نشان داده که فرهنگ یک کشور، ارزش ها، باورها و هنجارها، بر گرایش کارآفرینانه مردم تاثیر گذار است. نگرش منفی نسبت به کارآفرینی به عنوان مانعی برای فعالیت های کارآفرینانه در بسیاری از کشورها مانند روسیه (Kaufmann et al., 1995) و ژاپن (Helms, 2003) مورد مطالعه قرار گرفته است. منزلت اجتماعی کارآفرینان از دیگر عوامل برانگیزاننده کارآفرینی است. اعتماد به نفس یا درک قابلیت های کارآفرینانه نیز منعکس کننده درصد افرادی از جامعه است که باور دارند دارای مهارت، دانش و تجربه لازم برای راه اندازی کسب و کار جدید هستند. درک قابلیت نه تنها بیان گر مهارت های فرد است، بلکه اعتماد به نفس آن ها را برای راه اندازی کسب و کار نشان می دهد. اعتماد به نفس در مهارت ها با تصمیم گیری برای شروع یک کسب و کار، به ویژه کسب و کارهای جدید که به سطح بالایی

از دانش نیاز دارند، بسیار مرتبط است (Esrtin and Mickiewicz, 2012). بنابر مطالب ارائه شده در ادبیات موضوع، مدل مفهومی زیر ارائه می‌شود:



شکل (1)

مروری بر مطالعات انجام شده

ترقبان و مبارکی (1391)، به بررسی عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی ایران با تاکید بر میزان اثرگذاری کارآفرینی در شرایط عدم اطمینان پرداختند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی عبارتند از: تورم، نیروی کار، سرمایه‌گذاری دولت، کارآفرینی، صادرات، مخارج بهداشتی دولت، سرمایه‌گذاری در نفت و گاز و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی. صباحی، ناجی میدانی و سلیمانی (1392)، به بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورهای منتخب پرداختند. یافته‌های تحقیق، حاکی از اثر معنادار کارآفرینی بر رشد اقتصادی است. البته میزان و نوع تاثیر، به سطح درآمد سرانه کشورها بستگی دارد. کمیجانی و سهیلی احمدی (1391)، با استفاده از داده‌های 60 کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی، عوامل کلان اقتصادی موثر بر کارآفرینی بهبودگرا نسبت به کارآفرینی اجباری را بررسی کردند. آن‌ها نشان دادند که سطح توسعه‌یافتگی کشورها، میزان رشد اقتصادی، بیکاری، مشارکت زنان در نیروی کار، سطح توسعه فنی و آموزش عمومی، تاثیر معناداری بر این نسبت دارد. آپاریکو و همکاران¹ (2015)، به بررسی عوامل نهادی مشوق کارآفرینی

1 Aparicio et al.

فرصت گرا در رسیدن به نرخ رشد اقتصادی بالاتر پرداختند. آن‌ها بیان کردند که نهادها ممکن است اثر خودکار نداشته باشند. بنابراین به مکانیسمی برای انتقال آثار نهادها بر رشد اقتصادی نیاز است. کارآفرینی فرصت گرا یکی از این مکانیسم‌های شناخته شده است. یافته‌های آن‌ها حاکی از آن است که نهادهای غیررسمی نسبت به نهادهای رسمی، اثر بیشتری بر کارآفرینی فرصت گرا دارند. همچنین بیان کردند که امکان دستیابی به رشد اقتصادی بالاتر از طریق نهادهای مناسب مشوق کارآفرینی فرصت گرا وجود دارد. فونتلساز و همکاران¹ (2018)، به بررسی اثر انواع نهادها بر کارآفرینی فرصت گرا و ضرورت گرا در 189 کشور منتخب توسعه یافته و در حال توسعه پرداختند. مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که بهبود نهادها اثر منفی بر کارآفرینی ضرورت گرا دارد. آکس و همکاران (2018)، رابطه رشد اقتصادی با عوامل تولید، نهادها و کارآفرینی را بررسی کردند. آن‌ها به این موضوع پرداختند که آیا ارتباط کارآفرینی و نهادها و ترکیب آن‌ها در اکوسیستم اقتصادی، باید در تابع تولید مورد استفاده برای بررسی رشد اقتصادی لحاظ شود یا خیر. یافته‌های آن‌ها از نقش اکوسیستم کارآفرینی در رشد اقتصادی حمایت می‌کند.

روش شناسی

در پژوهش حاضر برای استخراج نتایج تجربی، داده‌های پانل از طریق روش گشتاورهای تعمیم یافته روابط بین متغیرها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. انتخاب این روش به دلیل عدم دسترسی به داده‌های کارآفرینی در بازه زمانی طولانی است که مانع استفاده از مدل‌های سری زمانی می‌شود. دلیل دیگر، توان این روش در اندازه‌گیری و شناسایی بهتر آثاری است که تنها با داده‌های سری زمانی قابل تشخیص نیست. داده‌هایی که از آن‌ها استفاده شده، داده‌های کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دوره زمانی 2009-2017 است. از آنجا که برخی اعضای دیده‌بان جهانی کارآفرینی در طول این دوره به تدریج به آن پیوسته و

1 Fuentelsaz & et al.

اطلاعات برخی از اعضا برای برخی سال‌ها در دسترس نیست، از مدل پانل نامتوازن¹ برای تخمین استفاده شده است. همچنین برای حل مشکل درونزا بودن شاخص‌های نهادی و همبستگی بین متغیرها، تخمین مدل با استفاده از گشتاورهای تعمیم‌یافته² (GMM) داده‌های تابلویی پویا³ انجام شد. در واقع در معادلاتی که برای تخمین آن‌ها اثرهای غیرقابل مشاهده خاص هر کشور و وجود وقفه متغیر وابسته در متغیرهای توضیحی مشکل اساسی است، از تخمین زن گشتاور تعمیم‌یافته که مبتنی بر الگوهای پویای تابلویی است، استفاده می‌شود (Barro and Lee, 1996). کاسلی و همکاران⁴ (1996)، برای نخستین بار از شیوه برآورد GMM داده‌های تابلویی پویا در برآورد مدل‌های رشد اقتصادی استفاده کردند. به کار بردن روش GMM پنل دیتای پویا دارای مزیت‌هایی مانند لحاظ کردن ناهمسانی فردی و اطلاعات بیش‌تر، و حذف تورش‌های موجود در رگرسیون‌های مقطعی است که نتیجه آن تخمین‌های دقیق‌تر، کارایی بالاتر و هم‌خطی کم‌تر خواهد بود (ندیری و محمدی، 1390). با پیروی از مطالعات آپاریکو و همکاران (2015) و فونتلساز و همکاران (2018)، مدلی که برای تحقیق حاضر در نظر گرفته شده، به شرح ذیل است:

$$\text{Log}(\text{gdppc}_{it}) = \beta_1 \text{teaopp}_{it} + \beta_2 \text{teanec}_{it} + \beta_3 \text{fin}_{it} + \beta_4 \text{inf}_{it} + \beta_5 \text{bur}_{it} + \beta_6 \text{pc}_{it} + \beta_6 \text{norm}_{it} + \varepsilon_{it}$$

$\text{Log}(\text{gdppc}_{it})$: نشان‌دهنده‌ی لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه مقطع i در زمان t است که از آن با عنوان رشد اقتصادی استفاده شده است. همچنین برای لحاظ کردن متغیر جمعیت و ایجاد همگنی، از متغیر تولید ناخالص داخلی سرانه به‌جای تولید ناخالص داخلی استفاده شده است.

-
- 1 Unbalanced Panel
 - 2 Generalized Method of Moments
 - 3 Dynamic Panel Data
 - 4 Caselli et al.
 - 4 Sautet al.

teaopp_{it}: نشان‌دهنده‌ی درصدی از جمعیت کارآفرینان نوپا است که به دلیل تشخیص فرصت‌ها اقدام به کارآفرینی کرده‌اند، نه فقدان گزینه مناسب دیگر. آن‌ها دلیل اصلی راه‌اندازی کسب‌وکار را دستیابی به استقلال و افزایش درآمد عنوان می‌کنند.

teanec_{it}: درصدی از جمعیت کارآفرینان نوپا را نشان می‌دهد که به دلیل نبود گزینه شغلی مناسب، به اجبار دنبال خلق کسب‌وکار جدید هستند.

fin_{it}: میزان دسترسی به منابع مالی را نشان می‌دهد که شامل کمک هزینه‌ها و یارانه برای کارآفرینان کوچک و متوسط است. براساس مطالعات یادشده، از این متغیر به‌عنوان مولفه مربوط به نهادهای رسمی استفاده شده است.

inf_{it}: بیانگر میزان وجود حقوق و قوانین مالکیت، تجاری، حسابداری و سایر خدمات قانونی و نظارتی و نیز نهادهای رسمی است که نقش حمایتی و ترویجی برای کارآفرینان نوپای کوچک و متوسط ایفا می‌کنند.

bur_{it}: میزان بوروکراسی حاکم از قبیل قوانین و مقررات دولتی و مالیات‌ها را نشان می‌دهد. pc_{it}: نشانگر درصدی از جمعیت 18-64 سال است که بر داشتن مهارت‌ها و دانش موردنیاز برای شروع کسب‌وکار جدید تأکید دارند.

norm_{it}: بیانگر میزان نُرُم‌های اجتماعی و فرهنگی مشوق خلق کسب‌وکارهای جدید در جامعه است که جامعه را به سمت روش‌های خلق کسب‌وکار جدید و فعالیت‌های کارآفرینی هدایت می‌کند. باید یادآوری کرد که در کنار متغیرهای اصلی، متغیرهای کنترلی مانند سرمایه فیزیکی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و سرمایه انسانی نیز حضور دارند. براساس مطالعات، از متغیر تشکیل سرمایه ناخالص به‌منظور سنجش متغیر سرمایه فیزیکی، و از ثبت‌نام در آموزش متوسطه برای سنجش سرمایه انسانی استفاده شده است (Coe, Helpman & hoffmaister, 1994).

یافته‌ها

مدل پژوهش حاضر برای 15 کشور در حال توسعه و 15 کشور توسعه‌یافته، براساس عضو بودن آن‌ها در دیده‌بان جهانی کارآفرینی و موجود بودن داده‌های موردنیاز طی دوره‌ی زمانی

2009-2017، با استفاده از روش GMM برآورد شده است. کشورهای منتخب براساس تقسیم‌بندی بانک جهانی در دو گروه توسعه یافته¹ و در حال توسعه² لحاظ شده‌اند. داده‌های مربوط به کارآفرینی و محیط نهادی از گزارش‌های سالانه سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی، شده و متغیرهای رشد اقتصادی، سرمایه فیزیکی و نرخ ثبت‌نام در آموزش متوسطه از سایت بانک جهانی استخراج شده است. برای متغیر کارآفرینی، از متغیرهای کارآفرینی فرصت‌گرا و ضرورت‌گرا استفاده شده است. برای متغیر رشد اقتصادی نیز از لگاریتم تولید ناخالص داخلی مورد تایید متخصصان، بهره گرفته شده است. متغیرهای مستقل نهادی به کار گرفته شده در این تحقیق، شامل 5 متغیر براساس استفاده در مقالات منتشر شده و اثرگذار بودن بر رشد اقتصادی است. براساس مطالعات صورت گرفته، ابتدا لازم است مانایی و ایستایی تمام متغیرهای استفاده شده در پژوهش مورد بررسی قرار گیرد. از جمله موضوعاتی که باید قبل از برآورد الگو بررسی شود، مانایی سری زمانی متغیرهاست. برای الگوهای داه‌های تابلویی نیز مسئله رگرسیون کاذب الگوهای سری زمانی مصداق دارد. به‌طور کلی آزمون‌های معمول ریشه‌واحد در پانل دیتا، شامل آزمون‌های LLC³، ADF و IPS⁴ هستند که از بین آن‌ها LLC در اغلب مطالعات به‌عنوان آزمون مناسب‌تر انتخاب می‌شود. براساس نتایج حاصله، تمام متغیرهای پژوهش براساس آزمون ریشه‌واحد LLC در سطح مانا هستند. به بیان دیگر، برای همه رگرسیون‌ها در تمام آزمون‌ها فرضیه صفر که وجود ریشه‌واحد را بیان می‌کند، رد می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که پسماندها در تمام رگرسیون‌ها انباشته از درجه صفر بوده و احتمال ایجاد رگرسیون کاذب در مدل نهایی منتهی است.

در پژوهش حاضر به برآورد مدل نقش نهادهای رسمی و غیررسمی و فعالیت‌های کارآفرینی به تفکیک نوع انگیزش، بر رشد اقتصادی در دو گروه کشورهای در حال توسعه و

1. آلمان، هلند، اسپانیا، فنلاند، ایتالیا، آمریکا، انگلستان، سوئد، سوئیس، ایرلند، لوکزامبورگ، فرانسه، پرتغال، اسلونی، ژاپن.

2. آفریقای جنوبی، ایران، بوسنی و هرزگوین، آرژانتین، برزیل، شیلی، اکوادور، پرو، پاناما، کلمبیا، تایلند، چین، اروگوئه، مالزی،

کرواسی.

3 Levin, Lin & Chut

4 Im, Pesaran and Shin Wstat

توسعه یافته، با استفاده از شیوه اقتصادسنجی گشتاور تعمیم یافته پرداخته شده است. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش GMM در جدول 1 ارائه شده است. در این جدول، مقدار آماره آزمون سارگان (J) برابر با 31/76 محاسبه شده و سطح احتمال معناداری این آماره برابر با 0/47 است. سطح احتمال آماره آزمون سارگان حاکی از عدم رد فرضیه صفر بوده و در نتیجه پذیرش سازگاری، تخمین زنده GMM در الگوی برآوردی است. براین اساس می توان گفت، کل مدل برآورد شده از نظر آماری معتبر بوده و نتایج کاذب نیستند.

جدول 1. برآورد مدل کشورهای درحال توسعه

| متغیر مستقل | ضریب | انحراف معیار | آماره t | سطح احتمال |
|-------------------|---------|-------------------------|---------|------------|
| $\log(gdppc(-1))$ | 0/37 | 0/069631 | 5/38 | 0/000 |
| $teaopp_{it}$ | 0/0012 | 0/000465 | 2/71 | 0/0086 |
| $teanec_{it}$ | 0/00084 | 0/000634 | 1/33 | 0/1864 |
| fin_{it} | -0/0065 | 0/008713 | -0/75 | 0/455 |
| inf_{it} | 0/0010 | 0/007848 | 0/130 | 0/89 |
| bur_{it} | -0/007 | 0/0026 | -2/76 | 0/0078 |
| pc_{it} | 0/0002 | 0/000622 | 0/464 | 0/64 |
| $norm_{it}$ | 0/0158 | 0/0075 | 2/11 | 0/038 |
| | | آماره سارگان | | |
| | | 31/76 | | |
| | | سطح احتمال آماره سارگان | | |
| | | 0/47 | | |

ماخذ: یافته های پژوهش

همان گونه که ملاحظه می شود، متغیرهای $\log(gdppc(-1))$ ، $teaopp_{it}$ ، bur_{it} و $norm_{it}$ در سطح خطای 5 درصد معنادار هستند، و نتایج نشان می دهد که رشد اقتصادی در کشورهای درحال توسعه از مقدار گذشته خود تاثیر مثبت می پذیرد. به بیان دیگر، عمل کرد مناسب اقتصادی این کشورها از منظر تولید ناخالص داخلی در یک سال، منجر به این می شود که در سال بعد نیز از محل این عملکرد منتفع شوند. از سوی دیگر، در حالی که کارآفرینی فرصت گرا تاثیر مثبت و معنادار اندکی بر رشد اقتصادی کشورهای درحال توسعه داشته، کارآفرینی ضرورت گرا ارتباط معناداری با رشد اقتصادی این کشورها نداشته است. این

موضوع نشان می‌دهد، کارآفرینی مبتنی بر فرصت در کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه در حال گسترش و بهبود است و افراد تنها به دلیل نداشتن گزینه کاری دیگر به کارآفرینی روی نمی‌آورند. بنابر ادبیات نظری موجود، نوع فعالیت کارآفرینی و میزان تاثیر گذاری آن به سطوح توسعه اقتصادی و همچنین کیفیت نهادهای رسمی و غیررسمی در این کشورها بستگی دارد. از میان نهادهای رسمی تنها متغیر بوروکراسی و مالیات ارتباط منفی معنادار با رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه دارد. سایر متغیرهای مربوط به نهادهای رسمی مانند زیرساخت‌های قانونی و تجاری و تأمین مالی کارآفرینان، ارتباط معناداری با رشد اقتصادی این کشورها نداشته است. از میان عوامل مربوط به نهادهای غیررسمی نیز تنها متغیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی ارتباط مثبت و معنادار بر رشد اقتصادی این کشورها دارد و اعتماد به نفس فردی تاثیر معناداری نداشته است.

جدول 2. برآورد مدل کشورهای توسعه‌یافته

| متغیر مستقل | ضریب | انحراف معیار | آماره t | سطح احتمال |
|-------------------------|----------|--------------|---------|------------|
| $\log(gdppc(-1))$ | 0/57 | 0/038 | 14/91 | 0/000 |
| $teaopp_{it}$ | 0/543 | 0/045 | 11/86 | 0/000 |
| $teanec_{it}$ | -0/00055 | 0/0005 | -0/94 | 0/34 |
| fin_{it} | 0/0158 | 0/007 | 2/202 | 0/0307 |
| inf_{it} | 0/0013 | 0/006 | 0/203 | 0/83 |
| bur_{it} | -0/011 | 0/0048 | -2/320 | 0/023 |
| pc_{it} | 0/0019 | 0/0009 | 2/129 | 0/0365 |
| $norm_{it}$ | 0/0032 | 0/0056 | 0/577 | 0/0565 |
| آماره سارگان | | 44/220 | | |
| سطح احتمال آماره سارگان | | 0/703 | | |

ماخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از برآورد مدل به روش گشتاور تعمیم‌یافته مربوط به کشورهای توسعه یافته در جدول 2 ارائه شده است. در این جدول، مقدار آماره آزمون سارگان (J) برابر با 31/76 محاسبه شده و سطح احتمال معناداری آن برابر با 0/47 است. سطح احتمال آماره آزمون سارگان حاکی از عدم رد فرضیه صفر، و در نتیجه پذیرش سازگاری تخمین زنده GMM در

الگوی برآوردی است. براین اساس می‌توان گفت، کل مدل برآورد شده از نظر آماری معتبر بوده و نتایج کاذب نیستند.

بر اساس نتایج جدول 2، آماره سارگان و سطح احتمال آن حاکی از معتبر بودن نتایج و تخمین مدل است. رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته تحت تاثیر مقادیر گذشته خود بوده و این میزان حتی بیشتر از کشورهای در حال توسعه است. از بین فعالیت‌های کارآفرینی، کارآفرینی فرصت‌گرا تاثیر مثبت، معنادار و به مراتب قوی‌تری بر رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته نسبت به کشورهای در حال توسعه دارد. کارآفرینی ضرورت‌گرا نیز ارتباط معناداری با رشد اقتصادی این کشورها نداشته است. از بین نهادهای رسمی، تأمین مالی کارآفرینان ارتباط مثبت و معنادار، و بوروکراسی تاثیر منفی معنادار بر رشد اقتصادی این کشورها دارد. در نهادهای غیررسمی نیز بحث اعتماد به نفس فردی تاثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی این کشورها دارد. در واقع آنچه واضح به نظر می‌رسد، نقش پررنگ‌تر کارآفرینی فرصت و نهادهای رسمی در کشورهای توسعه یافته نسبت به کشورهای در حال توسعه است.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر ابتدا سعی شد ارتباط کارآفرینی و رشد اقتصادی از دید نهادی بیان شود. سپس با توجه به تفاوت پیامدهای کارآفرینی فرصت‌گرا و ضرورت‌گرا برای اقتصاد ملی، انواع انگیزش کارآفرینانه مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه این پرسش مطرح شد که آیا کیفیت محیط نهادی و نوع انگیزش کارآفرینان باعث می‌شود میزان رشد اقتصادی در کشورهای مختلف متفاوت باشد؟ برای پاسخ‌گویی به این پرسش، پس از بیان ادبیات اقتصادی و نتایج پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، با استفاده از داده‌های سی کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دوره 2009-2017 و روش GMM و با توجه به محدودیت‌های آماری موجود، تاثیر برخی از عوامل نهادی رسمی و غیررسمی (به‌عنوان شاخصی برای سنجش محیط نهادی رسمی و غیررسمی) و کارآفرینی به تفکیک نوع انگیزش بر رشد اقتصادی در دو گروه کشوری مورد آزمون قرار گرفت. پس از آن نتایج تخمین مدل در تایید مطالعاتی هم‌چون

فونتلسازو همکاران¹ 2010 و آپاریکو و همکاران (2015)، نشان داد که شکل‌گیری نوع فعالیت‌های کارآفرینی و نحوه تاثیرگذاری آن، به نهادهای رسمی و غیررسمی و سطح توسعه‌یافتگی کشورها بستگی دارد. طبق نتایج به‌دست آمده از هر دو گروه مورد بررسی، کارآفرینی فرصت‌ارتباط مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد؛ ارتباطی که در کشورهای توسعه‌یافته به مراتب قوی‌تر است. کارآفرینی ضرورت‌گرا نیز در هر دو گروه ارتباط معناداری بر رشد اقتصادی ندارد. این موضوع با نتایج مطالعات مینیتی² و همکاران (2006) و والری و پیترسون³ (2009)، همخوانی و مطابقت دارد. در واقع در مطالعات آن‌ها به این موضوع اشاره شده است که کارآفرینی ضرورت‌گرا در کشورهای توسعه‌یافته جایگاهی ندارد و کارآفرینی موجود در این کشورها عمدتاً نوآورمحور بوده و دارای ارزش افزوده بالا است. همچنین طبق نتایج، معنادار بودن متغیر بوروکراسی و مالیات به‌عنوان شاخص نهاد رسمی و متغیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان شاخص نهاد غیررسمی در کشورهای در حال توسعه، مبین ارتباط معنادار نهاد رسمی و غیررسمی بر رشد اقتصادی این کشورهاست. در کشورهای توسعه‌یافته نیز معنادار بودن متغیر تأمین مالی، بوروکراسی و اعتماد به‌نفس نشان‌دهنده تاثیر مهم نهادهای رسمی و غیررسمی محیط کسب و کار بر رشد اقتصادی است. نتایج تحقیق دلالت‌های سیاستی زیادی به همراه دارد که به چند نمونه اشاره می‌شود: نخست آنکه محیط نهادی، حوزه و گستره کارآفرینی را تعیین می‌کند. از این رو ارزیابی سیاست‌های کارآفرینی مستلزم ارزیابی محیط نهادی است. با توجه به معنادار بودن نهاد رسمی بوروکراسی در کشورهای در حال توسعه، لازم است سیاست‌گذاران در راستای بهبود کیفیت بوروکراسی در کشور قدم بردارند. ثانیاً تحول محیط نهادی و به‌طور خاص محیط نهاد غیررسمی، زمان‌بر و دشوار است. بنابراین یکی از مهم‌ترین مسائل، بررسی روش‌هایی برای وقوع و سهولت این کار است که باید در مطالعات آینده مورد توجه قرار گیرد. همچنین با توجه به معنادار بودن نهاد غیررسمی

1 Fuentelsaz and et al.

2 Minniti & et al.

3 Valliere & Peterson

هنجارهای فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، در مطالعات آینده باید به بررسی دقیق‌تر نقش فرهنگ کارآفرینانه در کشور پرداخت. ثالثاً، برخلاف تصور غالب در اقتصاد که به ارتباط نهادها بر رشد اقتصادی بی‌توجهی می‌کند، نهادها و از جمله نهادهای مرتبط با فضای کسب‌وکار، تاثیر مهمی بر رشد اقتصادی دارند. همان‌طور که رودریک اشاره می‌کند، شناسایی موانع رشد و توسعه اقتصادی مقدم بر هر اقدامی است و هنگام سیاست‌گذاری باید به امکانات و شرایط بومی توجه شود. رابعاً با توجه به اثر معناداری کارآفرینی فرصت‌گرا بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، از سیاست‌گذاران انتظار می‌رود برنامه‌های مدونی برای شکل‌گیری هرچه بیشتر کارآفرینی فرصت‌گرا در مقابل کارآفرینی ضرورت‌گرا در کشور اجرا کنند تا اهداف توسعه موردانتظار از کارآفرینی محقق شود.

Archive of SID

منابع

- پاداش، حمید و نیکونستی، علی. (1387). نقش نهادها در توسعه کارآفرینی، برنامه‌ریزی و بودجه، 13(1): 129-154.
- صباحی، احمد؛ ناجی میدانی، علی اکبر و سلیمانی، الهه (1392). بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب. پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، 3 (11): 9-18.
- زبیری، هدی (1396). ریسک سیاسی، نهادها و کارآفرینی، اقتصاد مقصداری، 14 (2): 207-173.
- کاظمی ترقبان، مریم و مبارکی، محمدحسن (1391). بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران با استفاده از رویکرد میانگین‌گیری بیزی. توسعه کارآفرینی، 5(3): 125-144.
- کمیحانی، اکبر و سهیلی احمدی، حبیب (1391). نگاهی به نقش عوامل موثر اقتصاد کلان در ترکیب انگیزشی کارآفرینان. برنامه و بودجه، 17(1): 49-72.
- نجم‌زاده نوش آبادی، ابوالفضل؛ مهرانفر، جهانبخش و طبرسی محبوبه (1391). نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی، برنامه و بودجه، 17 (2): 115-130.
- ندیری، محمد و محمدی، تیمور (1390). بررسی تأثیر ساختارهای نهادی بر رشد اقتصادی با روش GMM داده‌های تابلویی پویا. مدل‌سازی اقتصادی، شماره 3 (2): 24-1.
- Audretsch, D. (2008). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford review of Economic policy*, 23(2): 63-78.
- Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J. (2001). The colonial of comparative Development: An Empirical Investigation. *The American Economic Review*, 91 (5): 1396- 1401.
- Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Bus.Econ*, 39 (2): 289-300.
- Anderson, A. & Smith, R. (2007). The moral space in entrepreneurship: An exploration of ethical imoratives and the moral legitimacy of being enterprising. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6): 479-497.
- Aparicio, S., Urbano, D. & Audretsch, D. (2015). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting & Social Change*, 102 (1): 45-61.
- Anderson, A. & Miller, C. (2003). Human and social capital in the entrepreneurial process. *The journal of socio-economics*, 3(1): 17-36.
- Barro, R. & Lee. J. (1996). International measures of schooling years and shoolding quality. *American economic reveiw*, 86(2): 23-218.

- Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, & N., Servais, I. (2008). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation. *Small Business Economics*, 24(3): 205-231.
- Bjornskov, C. & Foss, N. (2013). How Strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth. *Strategic entrepreneurship journal banner*, 7(1):50-69.
- Caselli, F., Esquivel, G. & Lefort, F. (1996). Reopening the convergence Debate: A new look at Cross- Country Growth Empirics. *Journal of Economic Growth*, 1(3): 89-263.
- Bruton, G., Ashlstrom, D. & Han-lin, L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship theory and practice banner*, 34(3): 421-440.
- Carree, M., van Stel, A., Thurik, R., & Wennekers, S. 2007. The relationship between economic development and business ownership revisited. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(3): 281-291.
- Ertin, S., Mickiewicz, T. & Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 7(3), 479-504.
- Fuentelsaz, L., Maricas, J. & Monteri, J. (2018). Entrepreneurs and Innovation: the contingent role of institutional factors. *International small business Journal*, 36 (4): 72- 87.
- Helms, J. (2003). A Pragmatic View of social justice. *The counseling Psychologist*, 31 (3): 222- 301.
- Grilo, I., Irigoyen, J. M., (2006). Entrepreneurship in the EU: To Wish and not to be. *Small Business Economics*, 26(4): 305-318.
- Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M. & Rachel, S. (2011). Entrepreneurial intentions, motivations and Barriers: Differences Among Smerican, Asian and European Students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2): 219-238.
- Gnyawali, D. & Fogel, D. (1994). Environment for Entrepreneurship Development, key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 11(1): 43-62.
- Kaufman, p., Welsh, D. & Bushmarin, N. (1995). Locus of control and Entrepreneurship in the Russian Republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (1): 43-56.
- Klapper, L., Luc Laevena, B., Rajanc, R. (2006). Entry Regulation as a barrier to Entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82 (3): 591-629.
- Lafuente, M. & Vaillont, Y. (2008). Generationally driven influence role-models on entrepreneurship: institutional memory in a transition economy. *CEBR working paper series*, 03.
- Levie, J.D. and Autio, Erko (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31 (3): 235-263.
- Minniti, M., Levesque, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21 (2): 177- 194.
- North, D. 1990. *Institutions Institutional Changes and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge.

- Puffer, s. & McCarthy, A. (2010). Entrepreneurship in Russia and china: The impact of formal institutional voids. *Entrepreneurship theory and Practice*, 34(3): 441-467.
- Robertson, M., Collons, A., Medeira, N., James, S., (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education & traninig*, 45(6): 308-316.
- Salimath, M., Cullen, J., (2000). Formal and Informal institutional effects on entrepreneurship: A synthesis of nation-level research. *International Journal of Organizational Analysis*, 18 (3): 358-385.
- Urbano, D. & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: an international study. *Small business economies*, 42(4): 703-716.
- Valliere D. & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidance from emerging and developed countries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 21(5): 459-480.
- Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, A. R., & Reynolds, P. 2005. Nascent entrepreneurship and the level of economidevelopment. *Small Business Economics*, 24(3): 293-309.
- Williamson, O. E. 1998. The institutions of governance. *The American Economic Review*, 88(2): 75-79.
- Zahra, Z. & George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconcep tualization and extension. *The academy of Management Review*, 27 (2): 133-157.

Archive of SID