



ارزیابی تاثیر نهادهای غیررسمی در ایجاد کارآفرینی فرصت‌گرا با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

مهدیه مودتی

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

دکتر تقی ترابی (مسئول مکاتبات)

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
torabi100@yahoo.com

دکتر محمود محمودزاده

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

دکتر عباس معمارنژاد

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

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۶/۱۹

چکیده

کارآفرینی فرصت‌گرا مکانیسم مهمی در مسیر تحول دانش جدید که منجر به رشد اقتصادی است. اگر چه کارآفرینان عاملان تغییر هستند، ما نمی‌توانیم از ساختار چشم‌پوشی کنیم. در این پژوهش نقش نهادهای غیررسمی در اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه و شکل‌گیری کارآفرینی فرصت‌گرا با رویکرد نهادی و با دیدگاه نورث بررسی شد و عوامل نهادی غیررسمی تاثیرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینی فرصت‌گرا، در دو دسته هنجارهای اجتماعی و اعتمادبنفس فردی از طریق داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی با استفاده از روش GMM برای شصت کشور در دو گروه توسعه‌یافته و در حال توسعه در بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۱۷ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینی فرصت‌گرا به مقدار قابل توجهی به وضعیت کیفی نهادهای غیررسمی بستگی دارد. بنابراین در پژوهش‌های کارآفرینی و نیز برنامه‌هایی که به منظور گسترش کارآفرینی فرصت‌گرا در سطح ملی تدوین می‌شود باید این عوامل نهادی غیررسمی در کنار عوامل نهادی رسمی مورد توجه قرار گیرند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی فرصت‌گرا، نهادهای غیررسمی، کارآفرینی الزامی، روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

۱- مقدمه

داشته باشد باعث ایجاد فرهنگ مشوق کارآفرینی شده و منابع مالی را به سوی فعالیت‌های کارآفرینی سوق می‌دهد. وجود گرایش‌های کارآفرینانه در جامعه بیانگر دیدگاه عمومی مردم در خصوص کارآفرینی و کارآفرینان است. به طور کلی جامعه از حضور افرادی که دارای توان درک فرصت‌های کارآفرینی و مهارت‌های لازم جهت بهره برداری از آن‌ها می‌باشند سود خواهند برد. هوشیاری نسبت به فرصت‌های مناسب برای آغاز کسب و کار، اعتماد به مهارت‌ها و تجربیات فردی در مسیر راه اندازی کسب و کار، جهت‌گیری افراد نسبت به شکست، اعتماد به نفس و وجود درک مناسب نسبت به ظرفیت‌ها و توانایی‌های لازم برای کارآفرینی عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در یک جامعه می‌باشند.

نویسندگانی مانند رینولدزو همکاران^۹ (۲۰۰۵) نشان می‌دهند که کارآفرینی دانش بنیان این ظرفیت را دارا می‌باشد که یک فرصت را به یک کسب و کار واقعی دارای ارزش افزوده بالا تبدیل نماید. این رفتار کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی فرصت‌گرا شناخته شده است (رینولدز و همکاران، ۲۰۰۵). آدریتچ و همکاران استدلال می‌کنند که کارآفرینان نوآور که در ایجاد محصولات جدید بر اساس دانش جدید به عنوان یک فرصت کسب و کار سرمایه گذاری می‌کنند، نسبت به کارآفرینان نوع دیگر بهره بالایی بدست می‌آورند. در نتیجه، کارآفرینی فرصت‌گرا مکانیسم مهمی در مسیر تحول دانش جدید که منجر به رشد اقتصادی است، در نظر گرفته شده است (آدریتچ و همکاران، ۲۰۰۸).

در پژوهش حاضر نهادهای غیررسمی تاثیرگذار بر کارآفرینی فرصت‌گرا در دو گروه کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای این منظور، ابتدا به بیان ادبیات موضوع و خلاصه‌ای از مطالعات پیشین مربوط به بحث کارآفرینی و نهادهای پرداخته می‌شود و

امروزه کارآفرینی یکی از مهمترین عوامل پیش‌برنده رشد اقتصادی به شمار می‌رود. در دهه‌های اخیر کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین عامل در زمینه ایجاد کسب و کار در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مطرح می‌باشد. از یک دیدگاه بین رشته‌ای، کارآفرینی از جنبه‌های مختلف اقتصادی، تاریخی، روانشناختی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برخوردار است. مک کلند^۱ (۱۹۶۱) بیان می‌کند که میزان کارآفرینی در یک جامعه به ویژگی‌های روان‌شناسانه افراد بستگی دارد و مجموع قابلیت‌های کارآفرینانه افراد تعیین کننده سطح کارآفرینی می‌باشد. نایت^۲ معتقد است، ما نمی‌توانیم بدون احتساب زمینه‌های نهادی و فرهنگی در مورد تصمیم‌گیری‌های افراد قضاوت کنیم. بامول^۳ بیان می‌کند که مانند آن بخش از ادبیات اقتصادی که به طور سنتی تخصیص نهادهای تولید را بررسی می‌کند، طبیعی است که عوامل تعیین کننده در تخصیص استعدادهای کارآفرینانه را بین فعالیت‌های مختلف بررسی کنیم (بامول، ۱۹۹۹). از دیدگاه اقتصاددانان نهادگرا، نهادها نقش محوری در جامعه دارند و هم‌چنین آن‌ها می‌توانند محدودیت‌های حاکم بر روابط انسانی را توضیح دهند. این نهادها می‌توانند رسمی^۴ از قبیل مقررات، قراردادهای، رویدادها و غیررسمی^۵ از قبیل ارزش‌های فرهنگی و نرم‌های اجتماعی باشند (نورث، ۱۹۹۰). براساس مطالعات صورت گرفته، اقتصاد نهادی برای بررسی میزان نوآوری دارای کاربرد می‌باشد، زیرا میزان نگرش نوآورانه افراد به زمینه‌های موجود اجتماعی مرتبط بوده و می‌تواند رشد متفاوتی را در پی داشته باشد (براتون و همکاران، ۲۰۰۰). بنابراین تصمیمات و رفتارهای بهره‌ورانه و نوآورانه افراد از طریق عوامل نهادی تحت الشعاع قرار می‌گیرد (تورنتون و همکاران، ۲۰۱۱).

کارآفرینانه در افراد ایجاد می‌کنند (ورهول و همکاران^۴، ۲۰۱۰). گیاکومین^{۱۵} و همکاران (۲۰۰۷) عواملی مانند فرصت‌های بازار، کسب سود و شان اجتماعی را به عنوان انگیزه‌های کارآفرینی مطرح می‌کنند (برلی و وستد^{۱۶}، ۱۹۹۴). همچنین گیاکومین بیکاری و فشار خانواده را به عنوان عوامل منفی جاذب کارآفرینی مطرح می‌کند (گیاکومین و همکاران، ۲۰۰۷).

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، ۱۳۹۱). کارآفرینی فرآیندی پیوسته است، این فرآیند با فعالیت کارآفرینان نوظهور^{۱۷}، آغاز می‌گردد. کارآفرینان نوظهور کارآفرینانی هستند که درگیر ایجاد کسب و کار می‌باشند. در مرحله بعد کارآفرینانی که مالک و یا مدیر یک کسب و کار جدید هستند و کارآفرینان نوپا نامیده می‌شوند و سپس کارآفرینانی که مالک و یا مدیر یک کسب و کار تثبیت شده می‌باشند. البته بیشترین توجه همواره به کارآفرین نوپا در هر کشوری می‌باشد و این مرحله، مرحله ای حیاتی برای کارآفرینان است، چرا که از دیدگاه کلان اغلب پویایی‌ها، ایجاد اشتغال و نوآوری‌ها از این گروه کارآفرینان انتظار می‌رود. طبق یافته‌های بوسما^{۱۸} و همکاران (۲۰۰۸)، در اقتصادهایی با تولید ناخالص داخلی پایین نرخ کارآفرینی نوپا^{۱۹} بیشتر است و این میزان بیشتر متعلق به کارآفرینی نوپای الزامی^{۲۰} است. همانطور که درآمد سرانه افزایش می‌یابد کسب و کارهای تثبیت شده نقش مهم‌تری را در اقتصاد ایفا می‌کنند، چرا که باعث پایداری استخدام شده و افراد دیگر تمایلی به راه اندازی کسب و کار ندارند. همچنین در اقتصادها با درآمد بالا به دلیل دسترسی بیشتر به منابع و بازارها، میزان کارآفرینی نوپای فرصت‌گرا^{۲۱} بیشتر می‌باشد. در نتیجه میزان

سپس به معرفی متغیرها و ارایه مدل سنجی می‌پردازیم. بخش آخر به تحلیل یافته‌ها و نتیجه‌گیری اختصاص دارد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- کارآفرینی فرصت‌گرا

دیده‌بان جهانی کارآفرینی یک کنسرسیوم دانشگاه مرکب از گروه‌های علمی-پژوهشی است که هدف اصلی آن، ارزیابی و ارائه داده‌های پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه است. داده‌های کمی و کیفی حاصله در گزارش‌های جهانی این نهاد، منبع ارزشمندی از اطلاعات برای تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان کشورهای عضو است. یکی از شاخص‌های اصلی این نهاد، میزان کارآفرینی نوپا^{۱۰} است. این شاخص بیانگر درصد جمعیت ۶۴-۱۸ ساله هرکشور است که مدیریت یا مالکیت کسب‌وکاری با سابقه کمتر از ۴۲ ماه را بر عهده دارند. این نهاد کارآفرینان نوپا را بر مبنای انگیزه‌هایشان، به دو گروه کارآفرینان الزامی^{۱۱} و کارآفرینان فرصت‌گرا^{۱۲} تقسیم می‌کند. در واقع کارآفرینان انگیزه‌های متفاوتی برای کارآفرینی دارند، به طور خلاصه آن‌ها یا مجبور به کارآفرینی هستند یا خود برای آن تمایل دارند. برخی خود را مجبور به کارآفرینی می‌بینند زیرا گزینه بهتری برای خود نمی‌یابند و نیازمند منابع مالی هستند. دیده‌بان جهانی کارآفرینی به این دسته از کارآفرینان، کارآفرینان الزامی می‌گوید. برخی دیگر برای بهره برداری از یک فرصت دست به کارآفرینی می‌زنند. دیده‌بان جهانی این افراد را کارآفرین فرصت‌گرا می‌نامد. این افراد خواهان استقلال بیشتر در کار خود بوده یا به دنبال حفظ و یا افزایش درآمد خود می‌باشند. برخی محققان از جمله شاپرو و سکل^{۱۳} (۱۹۸۲) بیان کرده‌اند که برخی از عوامل مثبت و همچنین برخی عوامل منفی افراد را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهند. برای مثال، میل به استقلال و موفقیت و نیز نارضایتی از وضعیت کنونی و بیکاری تمایلات

آدریتچ و همکاران استدلال می‌کنند که کارآفرینان نوآور که در ایجاد محصولات جدید بر اساس دانش جدید به عنوان یک فرصت کسب و کار سرمایه گذاری می‌کنند نسبت به کارآفرینان نوع دیگر بهره بالایی بدست می‌آورند. در نتیجه، کارآفرینی فرصت‌گرا مکانیسم مهمی در مسیر تحول دانش جدید که منجر به رشد اقتصادی است، در نظر گرفته شده است (آدریتچ و همکاران، ۲۰۰۸). وانگ و همکاران (۲۰۰۵) نتیجه گیری مشابهی داشتند، نشان می‌دهند که نرخ کارآفرینی فرصت‌گرا منعکس کننده میزان خلق دانش و فن آوری است، که می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد اقتصادی بگذارد (اکس و همکاران، ۲۰۱۲؛ نوزلیت، ۲۰۱۳؛ والیر و پترسون^{۲۶}، ۲۰۰۹).

۲-۲- کارآفرینی از دیدگاه نهادگرایی

کارآفرینی پدیده‌ای چند وجهی با معانی و تعاریف گوناگون است، کرزنر^{۲۷} (۱۹۷۳) افرادی را که فرصت‌های جدید سودآور ایجاد می‌کنند، کارآفرین می‌نامد. شومپیتر کارآفرینی را موتور توسعه اقتصادی معرفی می‌کند و معتقد است که کارآفرینی، مجموعه ابداعات و نوآوری‌هایی است که به اقتصاد، انرژی جدیدی برای رشد و توسعه تزریق می‌کند. کارآفرینان اشخاصی هستند که از طریق ایجاد یا توسعه فعالیت‌های اقتصادی (یا اجتماعی) به وسیله شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از محصولات، خدمات و بازارهای جدید، در جستجوی ایجاد ارزش هستند (بوسما و همکاران^{۲۸}، ۲۰۰۶). در گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی^{۲۹}، این پدیده به عنوان هر نوع تلاشی برای ایجاد یا مدیریت کسب و کار جدید (حتی خوداشتغالی) یا توسعه کسب و کار موجود توسط فرد یا گروه یا سازمان تعریف شده است.

اهمیت کارآفرینی در راه رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی در ادبیات اقتصادی مورد تاکید بسیار قرار گرفته است (شومپیتر، ۱۹۳۴، اکس و آدریتچ^{۳۰}، ۱۹۸۸، بامول،

تولیدناخالص داخلی هر کشور به ما امکان گمانه زنی درباره سطح و نوع کارآفرینی آن کشور را می‌دهد. در گزارش‌های دیده‌بان جهانی نشان داده شده است که کارآفرینی‌های فرصت‌گرا مشارکت بیشتری در اقتصاد خود داشته‌اند. کارآفرینی الزامی زمانی اتفاق می‌افتد که فرصت مناسب کارآفرینانه ای شناسایی نشده و اغلب نوآوری خاصی صورت نگرفته در نتیجه دارای رشد بالا در اکثر موارد نیز نمی‌باشد و بر توسعه یافتگی یک جامعه به لحاظ اقتصادی کمتر موثر است. اما کارآفرینی فرصت‌گرا نوعی از کارآفرینی است که به دنبال شناسایی یک فرصت مناسب یا ایجاد آن انجام می‌شود. در نتیجه احتمال موفقیت آن و امکان رشد آن نیز بیشتر می‌باشد. این نوع از کارآفرینی به دلیل ویژگی‌های خود در خدمت به توسعه یک اقتصاد از اولویت‌های بیشتری برخوردار می‌باشد. لذا توسعه این نوع کارآفرینی از اهداف مهم دولت‌ها می‌باشد.

مطالعات انجام شده توسط اکس^{۳۲} و همکاران (۲۰۱۲) و آدریتچ و کیلباخ (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که به طور خاص کارآفرینی دانش بنیان نسبت به انواع دیگر کارآفرینی بدون دانش (به عنوان مثال، کارآفرینی الزامی) تأثیر بیشتری بر رشد اقتصادی دارد است. نویسندگانی مانند رینولدز^{۳۳} و همکاران (۲۰۰۵) نشان می‌دهند که کارآفرینی دانش بنیان این ظرفیت را دارا می‌باشد که یک فرصت را به یک کسب و کار واقعی دارای ارزش افزوده بالا تبدیل نماید. این رفتار کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی فرصت‌گرا شناخته شده است (رینولد و همکاران، ۲۰۰۵). به گفته این نویسندگان، کارآفرینی فرصت‌گرا می‌تواند به عنوان نتیجه تصمیمات فردی برای ایجاد طرح‌های کارآفرینی دانش بنیان در نظر گرفته شود. نویسندگانی مانند آگاروال^{۳۴} و همکاران (۲۰۰۷)، آدریتچ (۲۰۰۷)، آدریتچ و کیلباخ (۲۰۰۸)، نوزلیت^{۳۵} (۲۰۱۳)، از کارآفرینی فرصت‌گرا به عنوان کانال اثر گذار دانش استفاده کرده‌اند. علاوه بر این،

قانون و مقررات است، در حالی که نهادهای غیررسمی عدم اطمینان در تصمیم‌گیری‌های افراد را کاهش می‌دهد (نورث، ۲۰۰۵). نهادهای غیررسمی عملکرد نهادهای رسمی را محدود می‌کند و بالعکس. ضمن اینکه نهادهای رسمی برای تغییر نیاز به زمان کوتاه‌تری دارد نسبت به نهادهای غیررسمی (ویلیامسون، ۲۰۰۰). ویلیامسون نهادها را به چهار دسته کلی تقسیم نموده است. او مبنای قرار گرفتن نهادها در یک سطح را ارتباط میان نهادها و همچنین مدت زمان لازم برای تغییر عنوان می‌کند. سطح نخست را شامل نهادهای غیررسمی مانند آداب و رسوم و هنجارها می‌داند. به اعتقاد وی، در این سطح، نهادها بسیار آرام تغییر می‌یابند. سطح دوم، شامل نهادهای رسمی مانند قانون اساسی و قوانین حقوق مالکیت است و نهادهای سیاسی مانند قوه مجریه، قضاییه، مقننه و عملکرد دیوان سالارانه دولت را در برمی‌گیرد. در سطح سوم، نهادهای مرتبط با حاکمیت قرار می‌گیرند، در نهایت سطح چهارم که به مباحث نئوکلاسیکی مانند تابع تولید بنگاه اختصاص دارد. ویلیامسون سطوح چهارگانه نهادها را به عنوان عوامل شکل‌دهنده محیط نهادی معرفی می‌نماید و معتقد است محیط نهادی در شکل دادن به عملکرد بسیار موثر است (هاجسن^{۳۴}، ۲۰۰۷).

گاگیاردی^{۳۵} می‌گوید، در تمام فعالیت‌های اقتصادی که ما به عنوان عاملان اقتصادی عمل می‌کنیم، فعالیت‌های ما موثر از نهادها است. از آنجا که نهادها شکل‌دهنده ساختارند و در واقع ساختار و نهادها در قالب یک رابطه پویا عمل می‌کنند، ساختار می‌تواند بر فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذار باشد و تفاوت در سطح کارآفرینی را توضیح دهد (جک و اندرسن^{۳۶}، ۲۰۰۲). بامول بیان می‌کند که اگر شرایط موجود در یک جامعه مناسب باشند، کارآفرینی باعث ایجاد ثروت خواهد شد، اما اگر شرایط مناسبی بر جامعه حاکم نباشد کارآفرینان در خلق ثروت با شکست

(۲۰۰۲). شومپتر (۲۰۰۵) توسعه را تغییرات اساسی می‌داند که به علت ظهور پدیده نوآورانه، ایجاد می‌شود. به عقیده وی، توسعه تخریب و برهم زدن یک شرایط با ثبات و تعادل ایستا است، که منجر به تعادلی نامعین در آینده می‌شود، درحالی که رشد تغییرات تدریجی است. به عقیده شومپتر، کارآفرین منشاء اصلی تغییرات توسعه بشمار می‌رود (زبیری، ۱۳۹۶).

از منظر رویکرد نهادگرا، محیط نهادی که اقتصاد را شکل می‌دهد تعیین‌کننده اساسی رفتار اقتصادی هستند و در پویایی‌های کارآفرینی در درون هر کشور، نقش کلیدی را ایفا می‌کنند. پویایی‌های کارآفرینی با توجه به زمینه نهادی و سطح توسعه می‌تواند به طور وسیعی متفاوت باشند. در گرایش به سمت کارآفرینی نیز تفاوت قابل توجهی میان کشورها وجود دارد. در واقع ماهیت و ساختار فعالیت‌های کارآفرینی در بین کشورهای مختلف نیز متفاوت است (باداش و نیکونستی، ۱۳۹۶). محیطی که اقتصاد را شکل می‌دهد، بر پویایی‌های کارآفرینی در درون هر کشور اثر می‌گذارد. این محیط از طریق ویژگی‌های اقتصادی و نهادها شناخته می‌شود که بر انگیزش و ادراکات کارآفرینان اثر می‌گذارد. نهادها تعیین‌کننده‌های اساسی رفتار اقتصاد (نورث، ۱۹۹۰) و مبادلات اقتصادی (ویلیامسون^{۳۱}، ۱۹۹۸) هستند و می‌توانند آثار مستقیم و غیرمستقیمی بر عرضه و تقاضای کارآفرینان بگذارند.

نورث نهادها را به عنوان قواعد بازی در یک جامعه تعریف می‌کند و یا محدودیت‌هایی که تعامل انسان‌ها را در جامعه شکل می‌دهند (نورث، ۱۹۹۰). این نهادها می‌توانند رسمی^{۳۲} مانند مقررات، قراردادهای، رویه‌ها و غیره و یا غیررسمی^{۳۳}، مانند فرهنگ، ارزش‌ها و یا هنجارهای اجتماعی یک جامعه خاص باشند. نورث نشان می‌دهد، هدف نهادهای رسمی کاهش هزینه‌های معامله بر اساس

یک کشور، ارزش ها، باورها، و هنجارها بر گرایش کارآفرینانه مردم تاثیرگذار است. در سطح فردی، مطلوبیت اجتماعی رفتارهای کارآفرینانه بر قصد افراد تاثیر میگذارد (آجنز ۴^۱، ۱۹۹۱). گرایش مثبت، استقلال، نوآور بودن و تلاش فردی احتمالاً بر درک مطلوبیت و به تبع آن تخصیص فرهنگی نسبت به ابتکارات فردی و تلاش ها در جهت کارآفرینی تاثیر خواهد گذاشت. نگرش منفی نسبت به کارآفرینی به عنوان مانعی برای فعالیتهای کارآفرینانه در بسیاری از کشورها مانند روسیه (کافمن و همکاران ۴^۲، ۱۹۹۵) و ژاپن (هلمس ۴^۳، ۲۰۰۳) مورد مطالعه قرار گرفته است. برای سنجش این بعد از شرایط چارچوب کارآفرینانه، میزان حمایت هنجارهای اجتماعی و فرهنگی و اجازه ابتکار عمل کارآفرینان در زمینه راه اندازی کسب و کارهای جدید و فعالیتهایی که می تواند برای شخص ثروت و افزایش درآمد به همراه داشته باشد، بررسی می شود (بوسما و همکاران، ۲۰۰۸).

۲-۳-۲- اعتماد به نفس ۴۴

اعتمادبنفس یا درک قابلیت های کارآفرینانه منعکس کننده درصد افرادی از جامعه است که باور دارند دارای مهارت، دانش و تجربه لازم برای راه اندازی کسب و کار جدید می باشند. درک قابلیت ممکن است نه تنها بیانگر مهارت های فرد باشد بلکه اعتماد به نفس آن ها در راه اندازی کسب و کار را نیز نشان می دهد. اگر فرد نسبت به مسائل کارآفرینانه آگاه باشد و همچنین قابلیت های خود را طوری درک کرده باشد که صاحب دانش مناسب کارآفرینی است و همچنین افراد دیگر نیز او را به عنوان فردی مطلع مورد اقبال دهند. اعتماد به نفس در مهارت ها با تصمیم گیری برای شروع یک کسب و کار، به ویژه آن دسته از کسب و کارهای جدید که نیاز به سطح بالایی از دانش دارند بسیار مرتبط است (استرین و میکویز ۴^۵، ۲۰۱۲). افرادی که به توانایی ها و مهارت خود باور دارند به احتمال بالاتر از داشتن اعتماد به نفس بیشتر و سطح پایین تری از عدم اطمینان به عنوان کارآفرینان در راستای راه اندازی کسب و کار جدید استفاده می کنند. (استرین و میکویز، ۲۰۱۲). گارتنر ۴^۶ (۱۹۸۵) ادعا می کند که فرآیند کارآفرینی مستلزم تلاش های مکرر عمدی برای رسیدن به موفقیت در هر اقدام کارآفرینی است. شکل گیری کسب و

مواجه خواهند شد، زیرا در این حالت، فعالیتهای آنها می تواند به سمت فعالیتهای غیرمولد و حتی مخرب حرکت کند (عیسی زاده و مهرانفر، ۱۳۹۰). سوبل ۳^۷ (۲۰۰۸) کارآفرینی مولد را بنیان رشد اقتصادی و خلق ثروت معرفی می کند. بامول معتقد است فعالیتهای کارآفرینانه براساس کیفیت نهادهای حاکم بر جامعه شکل می گیرد. در واقع، این ساختار نهادی است که به تلاش های کارآفرینانه در راستای فعالیتهای مولد و غیرمولد جهت می دهد. گاردنر ۳^۸ (۲۰۰۵) بیان می کند که چارچوب نهادی کارآمد موجب می شود، افراد، نهادها، سازمانها و گروه های مختلف اجرایی قابلیت همکاری با یکدیگر را پیدا کنند، به قوانین موجود احترام بگذارند و با استفاده از امکانات و منابع در دسترس، قابلیت های خود را در اختیار جامعه قرار دهند و بتوانند ظرفیت ها و توانایی های جامعه را توسعه دهند. هنگامی که نهادها کارآمد باشند، سودآوری کارآفرینی در فعالیتهای غیرمولد کاهش می یابد و در این شرایط افراد خلاق به سمت ایجاد نوآوری و خلق ثروت از طریق کارآفرینی در فعالیتهای مولد گرایش پیدا می کنند.



شکل شماره ۱

۲-۳-۳- نهادهای غیررسمی موثر بر کارآفرینی

۲-۳-۱- نرم های اجتماعی و فرهنگی ۳۹

فرهنگ یکی از عوامل تعیین کننده کارآفرینی است (زاهرا و جرج ۴^۰، ۲۰۰۲) بر اهمیت فرهنگ در مشروعیت بخشی و توانمندسازی رفتار کارآفرینانه تاکید کرده اند. مطالعات بین المللی کارآفرینی نشان داده است که فرهنگ

کوچک دولت، ساختار بهتر قانون و حمایت از حقوق مالکیت افراد، باعث افزایش خوداشتغالی می شوند. همچنین نشان دادند که آزادی تجاری و بروکراسی پایین در بازار اعتباری، بازار کار و فضای کسب و کار اثری منفی بر خوداشتغالی دارند.

کميجانی و سهیلی احمدی (۱۳۹۱) با استفاده از داده های ۶۰ کشور عضو دیده بان جهانی کارآفرینی و روش داده های پانل، عوامل کلان اقتصادی موثر بر نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرین اجباری را بررسی کردند. آن‌ها نشان دادند که سطح توسعه یافتگی کشورها، میزان رشد اقتصادی، بیکاری، مشارکت زنان در نیروی کار، سطح توسعه فنی و آموزش عمومی، تاثیر معنی داری بر این نسبت دارد.

زبیری (۱۳۹۶) به بررسی اثر محیط سیاسی به عنوان یکی از ابعاد چارچوب نهادی کشورها بر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌پردازد. او بیان می‌کند ریسک سیاسی اثر منفی بر شفافیت و قابل پیش‌بینی بودن محیط کلان اقتصادی و اجتماعی، نرخ سرمایه‌گذاری، مدت زمان روی کار ماندن سیاست‌گذار و قابلیت دوام سیاست‌های عمومی می‌گذارد که مجموعه این عوامل مانع رشد خلاقیت، کارآفرینی و تصمیمات بلندمدت سرمایه‌گذاری می‌شوند. وی اثر شاخص ریسک سیاسی بر توسعه کارآفرینی در ۴۵ کشور در حال توسعه و توسعه‌یافته را طی دوره ۲۰۱۵-۲۰۰۸ بررسی می‌کند. نتایج حاکی از آن است که ریسک سیاسی تاثیر منفی و معنی‌دار بر کارآفرینی فرصت‌گرا داشته است در حالی که این متغیر دارای اثر مثبت و معنی دار بر کارآفرینی الزامی می‌باشد.

مرادی و همکاران (۱۳۹۶) با استفاده از داده‌های مربوط به ۵۹ کشور در حال توسعه به روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهند که نهادهای هدایت‌گر بر نرخ کارآفرینی بین‌المللی، در کشورهای در حال توسعه

کار جدید یک کار پیچیده و طاقت فرسا و خواستار پشتکار است. کارآفرینان و غیر کارآفرینان در چنین ویژگی‌هایی متفاوت هستند، و کارآفرینان نسبت به سایر افراد از اعتماد به نفس بیشتری برخوردار هستند (مارکمن و همکاران^{۴۷}، ۲۰۰۲ و ۲۰۰۵). در این حوزه، اعتماد به نفس فرد، به عنوان باور افراد در مهارت‌ها و توانایی خود در انجام وظایف تعریف می‌گردد و بر توسعه رفتار کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (بوید و ووزیکیس^{۴۸}، ۱۹۹۴؛ مینیتی و ناردون^{۴۹}، ۲۰۰۷). مطابق با مطالعه ورهیلو^{۵۰} و همکاران (۲۰۰۵)، فرد با اعتماد به نفس در مهارت‌ها و توانایی خود به یک کارآفرین با افزایش هوشیاری در کارآفرینی تبدیل می‌شود و در نتیجه، این کارآفرینی به ایجاد کسب و کار جدید منجر می‌شود. به طور کلی، اعتماد به نفس و مهارت‌ها در فرآیندی که در آن افراد زندگی می‌کنند حاصل می‌شود و در برخی موارد، منجر به تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه می‌شود. مطالعه اشتنهولم^{۵۱} و همکاران (۲۰۱۳) بر اثر آموزش و پرورش و اعتماد به نفس در توانایی‌ها و مهارت در راستای کارآفرینی فرصت‌گرا تمرکز دارد. آنها افراد، در اقتصادهای نوظهور را افرادی با سطح بالای آموزش عالی، اما توانایی‌ها و مهارت‌های کمتر در کارآفرینی عنوان کرده اند. آرنیوس^{۵۲} و مینیتی^{۵۳} (۲۰۰۵)، استدلال می‌کنند که افراد با سطح تحصیلات کمتر می‌توانند با بازار کار جریحه شونند که این کار منجر به کارآفرینی الزامی می‌گردد. به طور کلی، کشورهایی با سطوح بالاتری از اعتماد به نفس در مهارت‌های خود می‌تواند کارآفرینی فرصت‌گرا را تشویق کنند.

۳- مروری بر مطالعات انجام شده

۳-۱- مطالعات داخلی

عیسی‌زاده و مهرانفر (۱۳۹۱) به بررسی نقش نهادها و عوامل نهادی در شکل دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب جهان پرداختند. بدین منظور، از پنج شاخص آزادی اقتصادی به عنوان عوامل نهادی و از نرخ خوداشتغالی به عنوان شاخص کارآفرینی استفاده کردند. نتایج حاصل از تخمین مدل رگرسیونی به روش داده های تابویی^{۵۴} در دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۰ حاکی از آن است که اندازه

و تحصیل کارآفرینی در سطوح راهنمایی به بعد در کشورهای پردرآمد، فعالیت‌های کارآفرینانه را تقویت می‌کند و در کشورهای پردرآمد، آموزش و تحصیل کارآفرینی، از طریق تقویت درک فرصت بر فعالیت کارآفرینانه اثر می‌گذارد نه از طریق تقویت اعتماد بنفس.

رینولدزهای و کامپ (۱۹۹۹) به بررسی نقش نهادها در فعالیت کارآفرینانه در قالب یک مدل عمومی و با استفاده از داده‌های دیدهبان جهانی کارآفرینی پرداختند. آنها بیان می‌دارند که فعالیت کسب و کار در سطح ملی، با تغییر در شرایط عمومی چارچوب ملی تغییر میکند، در حالی که فعالیت کارآفرینانه از چارچوب کارآفرینانه اثر می‌پذیرد.

۴- روش‌شناسی

در پژوهش حاضر، برای استخراج نتایج تجربی، از روش داده‌های پانل استفاده شده 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 خواهد شد، داده‌های کشورهای عضو دیدهبان جهانی کارآفرینی در دوره زمانی ۲۰۱۷-۲۰۰۹ است. از آنجا که برخی اعضای دیده‌بان جهانی کارآفرینی در طول این دوره به تدریج به آن پیوسته و اطلاعات برخی از اعضا برای برخی سال‌ها در دسترس نیست از مدل پانل نامتوازن^{۵۸} برای تخمین استفاده خواهد. همچنین برای حل مشکل درونزا بودن شاخص‌های نهادی و همبستگی بین متغیرها، تخمین مدل با استفاده از گشتاورهای تعمیم یافته (GMM)^{۵۹} داده‌های تابلویی پویا^{۶۰} صورت خواهد گرفت. در واقع در معادلاتی که در تخمین آنها اثرهای غیرقابل مشاهده خاص هر کشور و وجود وقفه متغیر وابسته در متغیرهای توضیحی مشکل

تاثیر مثبت دارند. همچنین، بررسی نقش تعدیل‌گری ریسک‌پذیری در رابطه بین عوامل نهادی و کارآفرینی بین‌المللی نشان می‌دهد که در کشورهایی که ریسک‌پذیری بیشتر است، تاثیر نهادهای شناختی و قانونی بر نرخ کارآفرینی بین‌المللی به صورت منفی تعدیل می‌شود.

۳-۲- مطالعات خارجی

آپاریکو و همکاران^{۵۵} (۲۰۱۵) به بررسی عوامل نهادی رسمی و غیررسمی تشویق‌کننده کارآفرینی فرصت‌پرदाختند. آنها بیان کردند که کارآفرینی فرصت‌گرا یکی از مکانیسم‌های اثرگذاری نهادها بر رشد اقتصادی می‌باشند. ایشان از روش حداقل مربعات سه مرحله‌ای برای ۴۳ کشور در بازه ۲۰۱۲-۲۰۰۴ استفاده نمودند. نتایج نشان داد که نهادهای غیررسمی دارای تاثیر بیشتری بر کارآفرینی نسبت به نهادهای رسمی می‌باشد و همچنین کارآفرینی فرصت‌گرا دارای اثر مثبت و معنی‌دار بر رشد اقتصادی است. آنها از متغیرهایی مانند اعتماد به نفس، کنترل فساد، تامین مالی و سیاست‌های دولت برای سنجش محیط نهادی استفاده کردند.

فونتلساز^{۵۶} و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی اثر انواع نهادهای رسمی مانند حقوق مالکیت، آزادی کسب و کار، آزادی مالی، سرمایه مالی، سرمایه آموزشی بر کارآفرینی فرصت‌گرا و الزامی در ۱۸۹ کشور توسعه یافته و در حال توسعه طی سالهای ۲۰۱۲-۲۰۰۵ پرداختند. نتایج ایشان نشان می‌دهد که افزایش و بهبود نهادهای رسمی اثر مثبت بر توسعه کارآفرینی فرصت‌گرا در جامعه دارد در حالی که بهبود نهادهای رسمی دارای اثر منفی بر کارآفرینی الزامی می‌باشد.

لویه و اتیو^{۵۷} (۲۰۰۸) به آزمون تئوریک مدل دیده‌بان جهانی کارآفرینی و تعیین رابطه تجربی بین شرایط چارچوب کارآفرینانه و فعالیت کارآفرینانه ملی با تمرکز ویژه بر آموزش و تحصیل پرداختند. آنها دریافتند آموزش

PC_{it} : درصدی از جمعیت ۱۸-۶۴ سال که بر داشتن مهارت‌ها و دانش مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار جدید باور دارند.

$norm_{it}$: میزانی که نرم‌های اجتماعی و فرهنگی مشوق خلق کسب و کارهای جدید هستند و یا جامعه را به سمت روش‌های خلق کسب و کار جدید، فعالیت‌های کارآفرینی هدایت می‌کنند.

β : ضرایب معادله هستند.

ϵ : جزء اخلال بوده و شامل تمام تاثیرات مشاهده نشده اقتصادی است.

شایان ذکر است در کنار متغیرهای اصلی متغیرهای کنترلی مانند سرمایه فیزیکی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و سرمایه انسانی نیز حضور دارند. براساس مطالعات کوهلپمن و هافمایستر^{۶۶} (۱۹۹۴) از متغیر تشکیل سرمایه سرمایه ناخالص به منظور سنجش متغیر سرمایه فیزیکی و از ثبت نام در آموزش متوسطه نیز به منظور سنجش سرمایه انسانی استفاده گردیده است.

۵- برآورد مدل و تجزیه و تحلیل

مدل پژوهش حاضر برای ۱۵ کشور در حال توسعه و ۱۵ کشور توسعه یافته بر اساس عضو بودن کشورها در دیده‌بان جهانی کارآفرینی و موجود بودن داده‌های مورد نیاز طی دوره‌ی زمانی ۲۰۱۷-۲۰۰۹ با استفاده از روش GMM برآورد خواهد شد. کشورهای منتخب براساس تقسیم بندی بانک جهانی در دو گروه توسعه یافته^{۶۷} و در حال توسعه^{۶۸} می‌باشد.

براساس تمامی مطالعات در ابتدای امر لازم است مانایی و ایستایی تمام متغیرهای مورد استفاده در پژوهش مورد بررسی قرار گیرد.

۵-۱- آزمون ریشه واحد متغیرهای پژوهش

اساسی است، از تخمین زن گشتاور تعمیم یافته که مبتنی بر الگوهای پویای تابلویی است استفاده می‌شود (برو و لی^{۶۱}، ۱۹۹۶). کاسلی^{۶۲} و همکارانش (۱۹۹۶) برای اولین بار از شیوه برآورد GMM داده‌های تابلویی پویا در برآورد مدل‌های رشد اقتصادی استفاده کردند. به کاربردن روش GMM پنل دیتای پویا دارای مزیت‌هایی همانند لحاظ نمودن ناهمسانی فردی و اطلاعات بیشتر، حذف تورش‌های موجود در رگرسیون‌های مقطعی است که نتیجه آن تخمین‌های دقیق‌تر، با کارایی بالاتر و هم‌خطی کمتر خواهد بود (ندیری و محمدی، ۱۳۹۰).

به پیروی از مطالعات بوسنیتز و همکاران^{۶۳} (۲۰۰۰)، ونکرز و همکاران^{۶۴} (۲۰۰۲)، سیلویکز و گالوین گالوین^{۶۵} (۲۰۱۰)، اکس و زرب (۲۰۱۱) مدل‌هایی که برای تحقیق حاضر در نظر گرفته شده است به شرح ذیل است:

$$Teaopp_{it} = \beta_1 tea_{it} + \beta_2 fin_{it} + \beta_3 inf_{it} + \beta_4 bur_{it} + \beta_5 pc_{it} + \beta_6 norm_{it} + \epsilon_{it}$$

tea_{it} : درصدی از جمعیت کارآفرینان نوپا که به دلیل تشخیص فرصت‌ها اقدام به کارآفرینی نموده‌اند نه به دلیل نبود گزینه مناسب دیگر، آن‌ها دلیل اصلی راه اندازی کسب و کار را دستیابی به استقلال و افزایش درآمد عنوان می‌کنند.

fin_{it} : میزان دسترسی به منابع مالی شامل کمک هزینه‌ها و یارانه برای کارآفرینان کوچک و متوسط براساس مطالعات مذکور، از این متغیر به عنوان یک مولفه مربوط به نهادهای رسمی استفاده شده است.

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

bur_{it} : میزان بروکراسی حاکم از قبیل قوانین و مقررات دولتی و مالیات‌ها می‌باشد.

رد می‌شود و لذا می‌توان نتیجه گرفت که پسماندها در تمامی رگرسیون‌ها انباشته از درجه صفر بوده و احتمال ایجاد رگرسیون کاذب در مدل نهایی منتفی است.

۵-۲- برآورد مدل و تحلیل نتایج

در پژوهش حاضر بنابر فرضیات موجود با استفاده از شیوه اقتصادسنجی GMM به بررسی نقش نهادهای رسمی و غیررسمی در انواع فعالیت‌های کارآفرینی به تفکیک گروه کشورها پرداخته می‌شود.

همان‌طور که بیان شد، همه متغیرها در سطح مانا هستند، بر همین اساس می‌توان مدل تحقیق را برای سطح متغیرها برآورد کرد. نتایج حاصل از برآورد مدل به روش GMM در جدول ۱ ارائه شده است. برای ایجاد اطمینان در خصوص مناسب بودن استفاده از این روش برای برآورد مدل، آزمون سارگان^{۲۴} مطرح است که برای اثبات شرط تشخیص بیش از حد یعنی صحت و اعتبار متغیرهای ابزاری به کار می‌رود. در جدول ۱، مقدار آماره آزمون سارجنت (J) که برابر با ۴۷/۴۰۱ محاسبه شده است و سطح احتمال معناداری این آماره که برابر با ۰/۵۳۸ است. سطح احتمال آماره آزمون سارجنت حاکی از عدم رد فرضیه صفر و در نتیجه پذیرش سازگاری تخمین زنده GMM در الگوی برآوردی است. بر این اساس می‌توان گفت کل مدل برآورد شده از نظر آماری معتبر بوده و نتایج کاذب نیستند.

از جمله موضوعاتی که لازم است قبل از برآورد الگو بررسی شود، موضوع مانایی سری زمانی متغیرهاست. برای الگوهای داده‌های تابلویی نیز مساله رگرسیون کاذب الگوهای سری زمانی مصداق دارد. بنابراین کاربرد آزمون ریشه واحد همگرایی در الگوهای داده‌های تابلویی برای تضمین صحت و اعتبار نتایج ضروری و لازم است که آزمون ریشه واحد برای تک تک متغیرهای وابسته و جمله پسماند الگو صورت می‌گیرد تا از وجود همگرایی اطمینان حاصل شود.

مقالات متعددی پیشنهاد کرده‌اند که آزمون‌های ریشه واحد پانل در مقایسه با آزمون‌های ریشه واحد سری‌های زمانی، توانایی بیشتری دارند. بطور کلی آزمون‌های معمول ریشه واحد در پانل دیتا شامل آزمون‌های ADF، LLC^{۶۹} و IPS^{۷۰} هستند که از بین آنها آزمون LLC^{۷۱} در اغلب مطالعات به عنوان آزمون مناسب‌تر انتخاب می‌شود. این انتخاب به دلیل مناسب بودن این آزمون برای پنل‌های دارای دوره زمانی کوچک می‌باشد به علاوه وسترلاند و بریتانگ^{۷۲} (۲۰۰۹) نشان می‌دهند که قدرت LLC از IPS^{۷۳} بیشتر است، ضمن آنکه ADF نیز متناسب با ویژگی‌های داده‌های سری زمانی است نه داده‌های تابلویی (پانل دیتا). بر اساس نتایج حاصل تمامی متغیرهای پژوهش بر اساس آزمون ریشه واحد LLC در سطح مانا هستند. به بیان دیگر برای تمامی رگرسیون‌ها در تمامی آزمون‌ها فرضیه صفر که وجود ریشه واحد را بیان می‌دارد،

جدول ۲: نهادهای رسمی و غیررسمی و کارآفرینی فرصت‌گرا در کشورهای در حال توسعه

متغیر مستقل	ضریب	انحراف معیار	آماره t	سطح احتمال
$teaopp(-1)$	۰/۰۱۹	۰/۰۶۹	۰/۲۷۴	۰/۷۸۴
fin_{it}	۶/۴۱۳	۴/۰۰۶	۱/۶۰۰	۰/۱۱۳
inf_{it}	-۳/۲۱۲	۳/۰۵۶	-۱/۰۵۱	۰/۲۹۶
bur_{it}	-۱۱/۲۰۰	۳/۵۹۶	-۳/۱۱۵	۰/۰۰۲۶
pc_{it}	۰/۳۲۹	۰/۲۶۹	۱/۲۲۳	۰/۲۲۵
$norm_{it}$	۵/۴۴۰	۲/۵۵۹	۲/۱۲۵	۰/۰۳۴۲

ارزیابی تاثیر نهادهای غیررسمی در ایجاد کارآفرینی فرصت‌گرا با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

۴۲	تعداد ابزارها
۳۲/۳۷۱	آماره سارگان
۰/۶۴۱	سطح احتمال آماره سارگان

بین نهادهای غیررسمی هنجارهای اجتماعی و فرهنگی تاثیر مثبت و معنادار بر کارآفرینی فرصت در این کشورها دارد و از بعد شخصی و روانی نیز اعتماد به نفس تاثیر معناداری بر کارآفرینی فرصت‌گرا این کشورها ندارد.

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌گردد سطح آماره (J) یا سارگان نشان از معتبر بودن نتایج حاصل از مدل می‌دهد. کارآفرینی فرصت‌گرا تحت تاثیر مقادیر گذشته خود نمی‌باشد و در هر دوره بسته به شرایط نهادی و اقتصادی تعیین می‌گردد. آنچه که حائز اهمیت است از

جدول ۴: نهادهای رسمی و غیررسمی و کارآفرینی فرصت در کشورهای توسعه یافته

متغیر مستقل	ضریب	انحراف معیار	آماره t	سطح احتمال
$teaopp(-1)$	-۰/۵۱۰	۰/۱۳۵	-۳/۷۶۳	۰/۰۰۰۳
fin_{it}	۳/۵۲۰	۱/۵۷۴	۲/۲۳۵	۰/۰۲۳
inf_{it}	۲/۷۲۳	۳/۲۴۳	۰/۸۳۹	۰/۴۰۳
bur_{it}	-۱/۸۴۵	۲/۷۰۰	-۰/۶۸۳	۰/۴۹۶
pc_{it}	۱/۶۴۰	۰/۵۸۹	۲/۷۸۳	۰/۰۰۶۸
$norm_{it}$	-۴/۰۵۸	۴/۱۸۳	-۰/۹۷۰	۰/۳۳۵۱
تعداد ابزارها		۴۲		
آماره سارگان		۲۹/۶۰۹		
سطح احتمال آماره سارگان		۰/۷۶۵		

ماخذ: یافته‌های پژوهش

رسمی مانند تامین مالی کارآفرینان می‌باشد. در شرایط وجود نهاد رسمی قوی مانند تامین مالی مناسب کارآفرینان، نهاد غیررسمی مانند اعتماد به نفس فردی نیز به خوبی ایفای نقش نموده و موجبات ارتقای کیفی فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد کارآفرینی فرصت‌گرا و متعاقبا رشدهای مناسب اقتصادی را فراهم می‌آورد. آنچه از نتایج اقتصادسنجی استنباط می‌گردد این است که شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینی و نوع آن به طرز قابل توجهی به وضعیت کیفی نهادهای غیررسمی و بستگی دارد و وجود نهادهای رسمی با کیفیت موجبات شکل‌گیری نهادهای غیررسمی مناسب و تاثیرگذاری هرچه بیش‌تر آن بر رشد اقتصادی کشورهای مورد مطالعه را به دنبال دارد. نکته دیگری که بایست بدان اشاره نمود متغیرهای کنترلی

نتایج حاصل از جدول ۴ نشان می‌دهد که نتایج حاصله با توجه به آماره و سطح احتمال سارگان از اعتبار کافی برخوردار می‌باشد. نکته جالب توجه تاثیر معنادار و قوی اعتماد به نفس فردی بر کارآفرینی فرصت‌گرا در کشورهای توسعه یافته می‌باشد و این مهم در کشورهای در حال توسعه به چشم نمی‌خورد و اما نکته جالب توجه دیگر تاثیرگذاری قوی تامین مالی کارآفرینان بر کارآفرینی فرصت‌گرا در کشورهای توسعه‌یافته می‌باشد و در واقع نقش و اهمیت این مقوله را به تصویر می‌کشد. در حالی که در کشورهای در حال توسعه تامین مالی تاثیر معناداری بر کارآفرینی فرصت‌گرا نداشته است و اما آنچه که از جدول فوق هم‌چنین استنباط می‌شود وابستگی نهادهای غیررسمی مانند اعتماد به نفس فردی به شرایط نهادهای

دارا است. و در کشورهای توسعه یافته، اعتماد بنفیس فردی عامل نهادی غیررسمی تاثیرگذار بر کارآفرینی فرصت‌گرا می‌باشد. همچنین از پژوهش حاضر استنباط می‌شود که وجود نهادرسمی قوی موجب می‌گردد که نهادهای غیررسمی به خوبی ایفای نقش نموده و موجبات ارتقای کیفی فعالیت‌های کارآفرینی و شکل‌گیری کارآفرینی فرصت‌گرا را فراهم آورند. در واقع شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینی فرصت‌گرا به طرز قابل توجهی به وضعیت کیفی نهادهای رسمی و غیررسمی بستگی دارد. وجود نهادهای رسمی با کیفیت موجبات شکل‌گیری نهادهای غیررسمی مناسب را بدنبال دارد.

تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین در تاکید بر تاثیر عوامل نهادی غیررسمی و استفاده از شاخص‌های دیده‌بان جهانی به عنوان شاخص محیط نهادی می‌باشد. با توجه به میزان بالای بیکاری در کشور، پدیده کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، اما مشاهده می‌شود که در اغلب تحلیل‌ها و اظهارنظرها فقط میزان فعالیت‌های کارآفرینانه بیان می‌شود. شایسته است که مسئولان و پژوهشگران این حوزه در بررسی‌های خود نوع کارآفرینی (فرصت‌گرا- الزامی) را نیز مورد توجه قرار دهند و کیفیت نهادهای رسمی و غیررسمی در راستای شکل‌گیری کارآفرینی فرصت‌گرا مورد توجه قرار گیرد. سیاست‌گذاران نیز بایستی به این نکته توجه داشته باشند که در صورت ایجاد فضای مساعد نهادی، استعدادهای بیش‌تری به سمت نوآوری و کارآفرینی فرصت‌گرا جذب خواهد شد و فعالیت‌های کارآفرینی به میزان بیش‌تری به تحقق رشد و ایجاد اشتغال کمک خواهد کرد.

به عنوان متغیر ابزاری در مدل اقتصادسنجی مورد استفاده قرار گرفته و به همین دلیل در تفسیر نتایج بدان‌ها اشاره‌ای نگردیده است.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در پژوهش حاضر ابتدا سعی شد پدیده کارآفرینی از دید نهادی بیان شود، سپس با توجه به تفاوت پیامدهای کارآفرینی فرصت‌گرا برای اقتصاد ملی، این نوع کارآفرینی بررسی گردید. سپس این پرسش مطرح شد که کیفیت نهادهای غیررسمی باعث می‌شود میزان کارآفرینی فرصت‌گرا در کشورهای مختلف تا این اندازه متفاوت باشد؟ برای پاسخ‌گویی به این پرسش پس از بیان ادبیات اقتصادی و نتایج پژوهش‌های مرتبط انجام شده در این حوزه، با استفاده از داده‌های شصت کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دوره ۲۰۱۷-۲۰۰۹ و روش GMM و باتوجه به محدودیت‌های آماری موجود تاثیر برخی از عوامل نهادی رسمی و غیررسمی به عنوان شاخصی از محیط نهادی رسمی و غیررسمی بر کارآفرینی فرصت‌گرا مورد آزمون قرار گرفت و نتایج تخمین مدل در تایید مطالعاتی هم‌چون (فونتلسازو همکاران^{۷۵}، ۲۰۱۶؛ سالیماس و کولن^{۷۶}، ۲۰۱۰ و آپاریکو و همکاران^{۷۷}، ۲۰۱۵) نشان داد که شکل‌گیری نوع فعالیت‌های کارآفرینی و نحوه تاثیرگذاری آن، به نهادهای غیررسمی و رسمی و سطح توسعه‌یافتگی کشورها بستگی دارد. طبق نتایج، کارآفرینی فرصت‌گرا تحت تاثیر مقادیر گذشته خود نمی‌باشد و در هر دوره بسته به شرایط نهادی و اقتصادی تعیین می‌گردد. همچنین مشاهده گردید که نهادهای غیررسمی بر میزان کارآفرینی فرصت‌گرا در هر دو گروه کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته تاثیرگذار می‌باشد و آنچه که متفاوت است نوع نهاد غیررسمی موثر در هر گره کشوری می‌باشد. بطوریکه در کشورهای در حال توسعه، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی تاثیر مثبت و معنادار بر کارآفرینی فرصت‌گرا را

- منابع**
9. Arellano, M., Bond, S., 1991, Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations, *Review of Economic Studies* 58, 277-297. Aidis, R., Estrin, S. & Mickiewicz, T. (2010). Size Matters: Entrepreneurial Entry and Government. *Small Business Economics*. 12: 64-80
 10. Arpanson, R., (1991). Labor Economics: The Contingent Economy: The Growth of Temporary, Part-time, and Subcontracted Workforce.
 11. Acs, Z. J., Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy. *Small Business Economics*. 28: 109-122
 12. Baltagi, B.H. 2000, *Econometric Analysis of Panel Data*, London: Wiley
 13. Bosma, Niels, Acs, Zoltan J, Autio, Erkki, Coduras Alicia & Levie Jonathan (2012), "Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report", London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College
 14. Dubini, P., (1989). The Influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*. 4: 11-26
 15. Davidsson, p. (1995). Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development Journal*, 7: 41-62
 16. Green, W.H. (2003), *Econometric Analysis*, New Jersey, Prentice-Hall Inc
 17. Giacomini, O., Guyot, J. L., Janssen, F. & Lohest, O. (2007). Novice creators: personal identity and push
 1. اشرف زاده، حمیدرضا، مهرگان، نادر (۱۳۸۷)، *اقتصادسنجی پانل دیتا: نشر موسسه تحقیقات تعاون دانشگاه تهران*.
 2. زبیری، هدی (۱۳۹۶)، *ریسک سیاسی، نهادها و کارآفرینی، فصلنامه اقتصاد مقداری، ۱۴: ۲۰۷-۱۷۳*
 3. کمیحانی، اکبر و سهیلی احمدی، حبیب (۱۳۹۱). *نگاهی به نقش عوامل موثر اقتصاد کلان در ترکیب انگیزشی کارآفرینان. فصلنامه پژوهشی برنامه ریزی و بودجه، سال هفدهم، شماره ۱: ۴۹-۷۲*
 4. عیسی زاده، سعید و مهرانفر، جهانبخش (۱۳۹۱). *نقش نهادها در شکل دهی کارآفرینی در کشورهای منتخب. فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، سال دوازدهم، شماره ۴۴: ۱۹۹-۲۱۲*
 5. ندیری، محمد و محمدی، تیمور (۱۳۹۰). *بررسی تاثیر ساختارهای نهادی بر رشد اقتصادی با روش GMM داده های تابلویی پویا. فصلنامه مدل سازی اقتصادی، ۳: ۱-۲۴*
 6. Aparicio, S., Urbano, D. & Audretsch, D. (2015). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting & Social Change*, 102: 45-61
 7. Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Bus.Econ*, 39: 289-300
 8. Audretsch, D.B., Keilbach, M. (2004). Does entrepreneurship capital matter?. *Enterp. Theory Pract*, 28: 419-429

27. Sobel, R.S. (2008). Testing Baumol: Institutional Quality and the Productivity of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23: 641-655
28. Schumpeter, J., (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Publishers.
29. Shane, S., Locke, E. A. & Collins, C.J., (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13: 257-279
30. Salimath, M., Cullen, J., (2000). Formal and Informal institutional effects on entrepreneurship: A synthesis of nation-level research. *International Journal of Organizational Analysis*. 18:358-385
31. Timmons, J. F., (2005). The Fiscal Contract: States, Taxes, and Public Services. *World Politics*. 57: 530-567
32. Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J. & Zwan, P. V. (2010). Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs. *EIM Business and Policy Research*. No. H201011.
- pull dynamics. Center for Research in Change.
18. Gartner, W.B. (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits & characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall, 14(1), 27-38.
19. Grilo, I., Irigoyen, J. M., (2006). Entrepreneurship in the EU: To Wish and not to be. *Small Business Economics*. 26: 305-318
20. Klappera, L., Luc Laevena, B., Rajanc, R. (2006). Entry Regulation as a barrier to Entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*. 82: 591-629
21. Lundstrom, A. & Stevenson, A., Loise, A. (2005). Entrepreneurship Policy: Theory and Practtice. *International Studies in Entrepreneurship*.
22. Levie, J.D. and Autio, Erkkko (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*. 31 (3): 235-263
23. McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Free press, New York.
24. North, D. (1990). *Institutions Institutional Changes and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge.
25. Puffer, S. M., McCarthy, D.J., Boisot, M. (2002). Entrepreneurship in Russia and China: The impact of formal institutional Voids. *Small Business Economics*. 19: 81-104
26. Robertson, M., Collons, A., Medeira, N., James, S., (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education & traninig*. 45: 308-316

1. *McClelland*
2. *Knight*
3. *Baumol*
4. *Formal*
5. *Informal*
6. *North*
7. *Bruton et al.*
8. *Thornton et al.*
9. *Reynolds et al.*
10. *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity(TEA)*
11. *Necessity-Driven TEA*
12. *Opportunity-Driven TEA*
13. *Shapero and Sokol*
14. *Verheul et al.*
15. *Giacomin*
16. *Birely and Westhead*
17. *Nascent Entrepreneurs*
18. *Bosma*
19. *Early Stage Entrepreneurial activity(TEA)*
20. *Necessity_Driven TEA*
21. *Oppurtunitu_Driven TEA*
22. *Acs*
23. *Reynolds*
24. *Agarwal*
25. *Noseliet*
26. *Vallier and Peterson*
27. *Kirzner*
28. *Bosma et al.*
29. *Global Entrepreneurship Monitoring*
30. *Acs and Audretsch*
31. *Williamson*
32. *Formal*
33. *Informal*
34. *Hodgson.*
35. *Gagliardi*
36. *Jac and Anderson*
37. *Sobel*
38. *Gardner*
39. *Cultural and Social Norms*
40. *Zahra and George*
41. *Ajzen*
42. *Kaufmann.,et al.*
43. *Helms*
44. *Perceived capabilities*
45. *Estrin and Mickiewicz*
46. *Gartner*
47. *Markman et al.*
48. *Boyd and Vozikis*
49. *Mimiti and Nardone*
50. *Verheul*
51. *Stenholm*
52. *Arenius*
53. *Mimiti*
54. *Panel Data*
55. *Aparicio et al.*
56. *Fuentelsaz*
57. *Levie & Autio*
58. *Unbalanced Panel*
59. *Generalized Method of Moments*
60. *Dynamic Panel Data*
61. *Barro and Lee*
62. *Caselli*
63. *Busenitz et al.*
64. *Wennekers et al*
65. *Syzliwicz Galvin*
66. *Coe, Helpman & hoffmaister*
67. آلمان، هلند، اسپانیا، فنلاند، ایتالیا، آمریکا، انگلستان، سوئد، سوئیس، ایرلند، لوگزامبورگ، فرانسه، پرتغال، اسلونی، ژاپن.
68. آفریقای جنوبی، ایران، بوسنی و هرزگوین، آرژانتین، برزیل، شیلی، اکوادور، پرو، پاناما، کلمبیا، تایلند، چین، اروگوئه، مالزی، کرواسی.
69. *Levin, Lin & Chut*
70. *Im, Pesaran and Shin Wstat*

- 71. *Levin, Lin & Chu*
- 72. *Westerlund & Breitung*
- 73. *Im, Pesaran & Shin*
- 74. *Sargent Test*
- 75. *Funtelsaz and et al.*
- 76. *Salimath and Cullen*
- 77. *Aparicio and et al.*