

نگاهی به نقش عوامل مؤثر اقتصاد کلان در ترکیب انگیزشی کارآفرینان

Komijani@ut.ac.ir

اکبر کمبجانی

استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران،

(نویسنده مسئول)

حبیب سهیلی احمدی

کارشناس ارشد اقتصاد

پوریا قربانی

کارشناس ارشد اقتصاد

پذیرش: ۱۳۹۱/۰۶/۰۱

دریافت: ۱۳۹۰/۱۰/۰۱

چکیده: شناخت ترکیب انگیزشی کارآفرینان در هر جامعه، می‌تواند کمک فراوانی به درک بهتر چگونگی شکل‌گیری و پیامدهای فعالیت‌های کارآفرینانه کند. با توجه به تفاوت‌های بسیار زیاد در ترکیب انگیزشی کارآفرینان در کشورهای مختلف و اهمیت ترکیب مذکور، این پرسش نیز مطرح می‌شود که چه عواملی بر این ترکیب اثرگذارند. در پژوهش حاضر، با استفاده از داده‌های شصت کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی و روش داده‌های پانل، عوامل کلان اقتصادی مؤثر بر نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری بررسی شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که سطح توسعه‌یافتگی کشورها، میزان رشد اقتصادی، بیکاری، مشارکت زنان در نیروی کار، سطح توسعه فنی و آموزش عمومی، تأثیر معنی‌داری بر این نسبت دارد. بنابراین در هر پژوهشی که با هدف مقایسه وضعیت کارآفرینی در جوامع یا مکان‌های مختلف انجام می‌شود و نیز در برنامه‌هایی که با هدف گسترش کارآفرینی در سطح ملی تدوین می‌گردد، این عوامل کلان نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، ترکیب انگیزشی، عوامل کلان اقتصادی، دیده‌بان جهانی کارآفرینی، اقتصاد کلان

مقدمه

کارآفرینی پدیده‌ای است که بر زندگی افراد در سطح خرد و نیز بر اقتصاد یک جامعه در سطح کلان تأثیرگذار است. اما با اینکه از اوایل قرن بیستم درباره کارآفرینی و آثار آن بر اقتصاد جامعه، مباحث فراوانی مطرح شده است، هنوز تعریف جهانی و فراگیری برای آن وجود ندارد. رویکردهای متفاوتی درباره کارآفرینی وجود دارد که از رشته‌های مختلف علوم ناشی می‌شود. از یک دیدگاه بین‌رشته‌ای، کارآفرینی از جنبه‌های مختلف اقتصادی، تاریخی، روان‌شناختی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی برخوردار است. در هر یک از دیدگاه‌های مذکور، بر جنبه‌های متفاوتی از کارآفرینی تمرکز می‌گردد. برای مثال، در پژوهش‌های مربوط به رشته روانشناسی بر انگیزه‌ها و ویژگی‌های شخصیتی افراد تمرکز می‌گردد، در حالی که در پژوهش‌های جامعه‌شناختی، بر زمینه اجتماعی کارآفرینان تأکید می‌شود. اما پژوهش‌های اقتصادی در این حوزه، بیشتر درباره نحوه تصمیم‌گیری درباره تخصیص منابع، عملکرد بنگاه‌ها، صنایع و اقتصاد کشورهاست.

در ادبیات اقتصادی، دیدگاه‌های متفاوتی درباره کارآفرینی بیان شده است که از سه مکتب فکری اصلی نشأت می‌گیرد. مکتب اول، مکتب سنتی اتریش-آلمان^۱ است. در این مکتب، مشارکت دو اقتصاددان با نام‌های تانن^۲ و شومپیتر^۳ بیش از همه مشاهده می‌شود. تانن در محاسبه سود حاصل از کارآفرینی در مدل نظری خود، عوامل مخاطره و عدم اطمینان را وارد کرد. وی بازرگان را به عنوان فردی که عایدی ثابتی دارد، در نظر نمی‌گرفت، بلکه به عنوان فردی می‌پنداشت که به توانایی ابداعی خود اتکاء دارد. این عامل بعدها به عنوان توانایی نوآوری در هسته نظریه شومپیتر قرار گرفت. شومپیتر نیز نظریه‌های بوهن-باثرک^۴ را با نظریه‌های منگر^۵ و وایزر^۶ که هر دو عضو مکتب اتریشی بودند و نیز با نظریه‌های مارکس^۷، وبر^۸ و والراس^۹ در هم آمیخت و مفاهیم و برداشت‌های اندیشمندان مذکور را در برداشت‌ها و قالب تفکر خود ادغام کرد (Hebert and Link, 1989: 39). به اعتقاد شومپیتر، فعالیت نوآورانه کارآفرینان، فرایند تخریب خلاق^{۱۰} را به وجود می‌آورد و با ایجاد اختلال در

1. German-Austrian Tradition
2. Thunen
3. Schumpeter
4. Bohm-Bawrek
5. Menger
6. Wiser
7. Marx
8. Weber
9. Walras
10. Creative destruction

یک اقتصاد تعادلی، باعث ایجاد فرصت برای کسب رانت می‌شود (Wennekers et al, 2002:28). مکتب دوم، مکتب اتریشی جدید^۱ است. کیرزرنر و میزس^۲ دو تن از اقتصاددانان این مکتب هستند. به اعتقاد کیرزرنر، کارآفرینی به معنی ایجاد هماهنگی و سازگاری متقابل بیشتر در عملیات بازار است. میزس نیز که بر اهمیت کارآفرینی در اقتصاد بازار تأکید داشت، معتقد بود که کارآفرین به تغییرات در اطلاعات بازار، حساس است. در این مکتب بر توانایی‌های کارآفرین در درک فرصت‌های سودآور تمرکز می‌شود. فرصت‌های سودآور نیز در صورتی پیش می‌آید که تناسبی بین قیمت محصول در بازار کالا و قیمت عوامل تولیدکننده این کالا در بازار عوامل تولید وجود نداشته باشد. کارآفرین قبل از دیگران متوجه این عدم تناسب می‌شود و عاملی که کارآفرین را از فرد واسطه‌گر متمایز می‌کند، این است که خرید نهاده، مقدم بر فروش محصول است. در زمان تصمیم‌گیری برای تولید محصول، قیمت محصول هنوز تعیین نشده است و کارآفرین حدس می‌زند که قیمت محصولات در آینده با قیمت فعلی عوامل تولید مطابقت ندارد (Kirzner, 1982: 59). مکتب سوم، مکتب نئوکلاسیک است. نظریه نئوکلاسیک بیشتر بر مبنای اندیشه‌های مارشال شکل گرفته است. مارشال تفاوتی بین کارآفرینی و سایر کسب‌وکارها قائل نمی‌شود. در الگوی نئوکلاسیک، کارآفرینان نیز همانند سایر کسب‌وکارها در چارچوب الگوی رقابت کامل و تحت فروش آن فعالیت می‌کنند. (Wennekers et al, 2002:28). بیان مباحث گوناگون درباره کارآفرینی در مکاتب مختلف در یک قرن اخیر، بیانگر نقش مهمی است که مکاتب مذکور برای کارآفرینی قائل شده است. دلیل اهمیت روزافزون بررسی پدیده کارآفرینی را می‌توان در پژوهش‌های تجربی جستجو کرد که در آنها آثار کارآفرینی بر متغیرهای اقتصادی بررسی شده است. یافته‌های برخی پژوهش‌های تجربی نشان داده است که تغییرات میزان رشد اقتصادی را می‌توان با نرخ‌های کارآفرینی گوناگون توضیح داد (Global Entrepreneurship Monitor Report, 1999:43). همچنین بیان شده است که کارآفرینی می‌تواند نوآوری و رقابت را افزایش دهد (Audretsch and Keil bach, 2004: 20-22). با این حال، اثر فعالیت‌های کارآفرینانه بر رشد اقتصادی، نه تنها بین کشورهایی با سطوح مختلف توسعه متفاوت است (Wennekers et al, 2005:20)، بلکه بین کشورهای با سطح توسعه مشابه نیز متفاوت است (Carree & et. al, 2007: 288-289). این تفاوت‌ها می‌تواند ناشی از دو موضوع باشد، نخست، تفاوت میزان کارآفرینی در کشورهای مختلف و سپس تفاوت ماهیت فعالیت‌های کارآفرینان در این کشورها. بنابراین، اگر بخواهیم به بررسی اثر فعالیت‌های کارآفرینانه بر اقتصاد کشورهای مختلف بپردازیم، ناگزیر هستیم

1. New Austrian School
2. Kirzner and Mises

عوامل مؤثر بر میزان و ماهیت فعالیت‌های کارآفرینانه را بررسی کنیم. بامول بیان می‌کند که مانند آن بخش از ادبیات اقتصادی که به‌طور سنتی تخصیص نهاده‌ها را بررسی می‌کند، طبیعی به نظر می‌رسد که بدانیم چه چیزی تخصیص استعدادهای کارآفرینانه را بین فعالیت‌های مختلف تعیین می‌کند (Bamul, 1999: 918-919). اهداف سیاست‌گذاران به‌طور معمول با انگیزه افراد کارآفرین یکسان نیست، به ندرت اتفاق می‌افتد فردی کسب و کاری را به منظور ایجاد نوآوری، افزایش اشتغال یا رشد اقتصادی در سطح ملی انجام دهد. کارآفرینان به‌طور معمول، با انگیزه کسب سود بیشتر، یافتن استقلال شغلی یا به دلیل نداشتن گزینه شغلی دیگر، به سمت کارآفرینی هدایت می‌شوند (Shane & et. al, 2003: 263-269). اهمیت توجه به انگیزه‌های کارآفرینان از آنجا ناشی می‌شود که یافته‌های پژوهش‌های تجربی زیادی نشان داده است که تفاوت در انگیزه‌های کارآفرینان، موجب تفاوت در عملکرد آنها می‌شود. در واقع، نحوه عملکرد افراد بر مبنای انگیزه‌هایشان در سطح خرد است که پیامدهای کلان اقتصادی کارآفرینی را تعیین می‌کند. بنابراین، برای سیاست‌گذاران، ضرورت دارد که بدانند کدام یک از متغیرهای سیاستی تحت کنترل آنها، با انگیزه‌های کارآفرینان در ارتباط است و چگونه آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ یک تشکل دانشگاهی مرکب از گروه‌های علمی- پژوهشی است که هدف اصلی آن، ارزیابی و ارائه داده‌های پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی درباره فعالیت‌های کارآفرینانه است. این نهاد از سال ۱۹۹۹، به ارائه داده‌های سالیانه درباره کارآفرینی در کشورهای متفاوت پرداخته است. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، طبقه‌بندی‌های متفاوتی را از کارآفرینان ارائه می‌کند. یکی از شاخص‌های اصلی این نهاد، میزان کارآفرینی نوپا (TEA)^۲ است. این شاخص بیانگر درصد جمعیت بالغ ۶۴-۱۸ ساله هر کشور است که درگیر مدیریت یا صاحب کسب‌وکاری با سابقه کمتر از ۴۲ ماه هستند. دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کارآفرینان نوپا را بر مبنای انگیزه‌هایشان، به دو گروه عمده کارآفرینان اجباری^۳ و کارآفرینان بهبودگرا^۴ تقسیم می‌کند.

در پژوهش حاضر، ضمن مرور ادبیات تجربی درباره پدیده کارآفرینی و آثار کارآفرینی اجباری و بهبودگرا بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، عوامل کلان اقتصادی تأثیرگذار بر نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری یا به عبارت دیگر، عوامل کلان تبیین‌کننده ترکیب انگیزشی کارآفرینان در

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
2. Total Early-Stage Entrepreneurial Activity
3. Necessity-Driven
4. Improvement-Driven Opportunity

کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد. این امر ما را قادر می‌کند که دلایل تفاوت کشورها را در زمینه این نسبت بهتر درک کنیم و به سیاست‌گذاران نیز توانایی می‌دهد تا بهتر به شناسایی عواملی بپردازند که به آنها کمک می‌کند تا جریان کارآفرینی را در راستای اهداف اقتصاد ملی هدایت کنند.

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

تقسیم‌بندی کارآفرینان بر مبنای انگیزه‌های آنها

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، یکی از گونه‌های تقسیم‌بندی کارآفرینان در پژوهش‌های تجربی پیشین و گزارش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، تقسیم‌بندی آنها به لحاظ انگیزه‌های ایجاد کسب‌وکار است. کارآفرینان با انگیزه‌های مختلفی کسب‌وکار ایجاد می‌کنند. شاپرو و سکل^۱ (۱۹۸۲) و گیلاد و لوین^۲ (۱۹۸۶) بیان کرده‌اند که برخی از عوامل مثبت^۳، افراد را به سمت کارآفرینی جذب می‌کند و برخی از عوامل منفی^۴ افراد را به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهد. برای مثال، میل به استقلال و موفقیت، افراد را به سمت کارآفرینی جذب می‌کند و نارضایتی از وضعیت کنونی و بیکاری، افراد را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهد (Verheul & et. al, 2010: 6-7). فرصت‌های بازار، کسب سود و شأن اجتماعی نیز به عنوان انگیزه‌های جاذب^۵ معرفی شده است (Giacomin & et. al, 2007: 16) 20-). گروهی از پژوهشگران نیز میل به موفقیت، استقلال، ارتقای شخصی^۶، بهبود وضعیت رفاهی و افزایش ثروت را از عوامل جذب افراد به سمت کارآفرینی دانسته‌اند (Birley and Westhead, 1994: 15-17).

درباره عوامل فشاری^۷ نیز اکسن فلت^۸ (۱۹۴۳) یکی از اولین افرادی بود که بیان کرد افراد بیکار یا افرادی که امیدی به دست‌مزدبگیر شدن ندارند، ممکن است برای ادامه زندگی خود به ایجاد کسب‌وکار مجبور شوند. بسیاری از پژوهشگران دیگر نیز درباره نقش فشاری بیکاری صحبت کرده‌اند

1. Shapero and Sokol
2. Gilad and Levine
3. Positive factors
4. Negative Factors
5. Pull Motivations
6. Personal Development
7. Push Factors
8. Oxenfeldt

(Verheul & et. al, 2010: 6-7). عوامل فشاری، اغلب به عنوان رانش بیکاری شناخته می‌شود، اما علاوه بر بیکاری، عوامل دیگری نیز می‌تواند به عنوان انگیزه فشاری عمل کند. برای مثال، گیاکومین و همکاران در کنار بیکاری، فشار خانواده را نیز یکی از عوامل فشاری کارآفرینان ذکر کرده‌اند (Giacomin & et. al, 2007: 16-21).

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، دیده‌بان جهانی کارآفرینی نیز دو گروه عمده کارآفرینان اجباری و بهبودگرا را از کارآفرینان نوپا تفکیک می‌کند. بر اساس تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی، نسبت کارآفرینان اجباری از کارآفرینان نوپا، بیانگر آن بخش از کارآفرینان نوپایی است که به دلیل نداشتن گزینه دیگری برای کسب درآمد، مجبور به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌شوند. از طرف دیگر، نسبت کارآفرینان بهبودگرا از کارآفرینان نوپا، بیانگر آن بخش از کارآفرینان نوپایی است که با انگیزه استقلال یا افزایش درآمد، وارد حوزه کارآفرینی می‌شوند. البته تا سال ۲۰۰۶، دیده‌بان جهانی کارآفرینی، دو گروه کارآفرینان اجباری و فرصت‌گرا^۱ را از کارآفرینان نوپا تفکیک می‌کرد، که بر اساس تعریف، کارآفرینی فرصت‌گرا آن بخش از کارآفرینان نوپا را شامل می‌شد که برای کسب استقلال، افزایش درآمد یا حفظ آن، به ایجاد کسب‌وکار پرداخته بودند. اما از سال ۲۰۰۷ به بعد، دیده‌بان جهانی کارآفرینی، داده‌های کارآفرینی بهبودگرا را منتشر می‌کند که در واقع، بخشی از کارآفرینی فرصت‌گرا است. با توجه به اینکه دیده‌بان جهانی کارآفرینی یگانه نهادی است که داده‌های فراگیر و قابل اطمینانی را درباره کارآفرینی منتشر می‌کند و ایران نیز از سال ۲۰۰۷ از اعضای آن است، در پژوهش حاضر نیز از داده‌های این نهاد استفاده می‌کنیم، و بحث را با توجه به تقسیم‌بندی دیده‌بان جهانی کارآفرینی ادامه می‌دهیم.

تأثیر تفاوت در انگیزه‌های کارآفرینان بر عملکرد آنها

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. به اعتقاد امیت و مولر، هزینه فرصت کارآفرین در تصمیم‌گیری برای بهره‌برداری از یک فرصت، اهمیت فراوانی دارد. کارآفرینان اجباری به دلیل موقعیت نامناسب شغلی، هزینه فرصت کمتری از کارآفرینان فرصت‌گرا دارند. با فرض ثابت بودن سایر شرایط، این وضعیت باعث افزایش احتمال بهره‌برداری از فرصت‌های کم سودتر توسط آنها می‌شود. یافته‌های دو پژوهشگر مذکور نشان می‌دهد

کارآفرینانی که به سمت فعالیت کارآفرینی جذب شده‌اند، به لحاظ موفقیت سرمایه‌گذاری (فروش به ازای هر کارگر) و درآمد شخصی، نسبت به کارآفرینانی که به سمت فعالیت کارآفرینی رانده شده‌اند، موفق‌تر بوده‌اند (Muller and Amit, 1995: 68). هسل^۱ و همکاران نتیجه گرفته‌اند هنگامی که افراد کسب‌وکاری را با انگیزه اولیه افزایش درآمد راه‌اندازی کنند، در ایجاد شغل و جهت‌گیری به سمت صادرات موفق‌تر عمل می‌کنند. نتیجه پژوهش آنها سیاست‌گذاران را از این موضوع آگاه کرده است که کارآفرینانی که با انگیزه نیاز و استقلال، به ایجاد کسب‌وکار می‌پردازند، انتظار فراوانی از کسب‌وکارشان ندارند و احتمال دارد که نتوانند به نوآوری، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی کشورشان کمک فراوانی کنند (Hessel & et, al, 2008: 335). موریس^۲ و همکاران در پژوهش خود دریافته‌اند از آنجایی که کارآفرینان اجباری به احتمال زیاد در اقشار کم‌درآمد هستند، دسترسی کمی به سرمایه انسانی، سرمایه مالی و فناوری دارند. بنابراین، توانایی آنها در ایجاد نوآوری، افزایش اشتغال و ایجاد مزیت رقابتی برای صادرات کم خواهد بود (Morris & et. al, 2006: 239-241). اکس و ورگا^۳ در پژوهش خود نشان داده‌اند کارآفرینی فرصت‌گرا، تأثیر مثبتی بر تغییرات فنی دارد، اما کارآفرینی اجباری تأثیری بر آن ندارد (Acs and Verga, 2005: 331-332). اکس در پژوهش دیگری نتیجه گرفته است که رابطه مثبتی بین میزان درآمد و نسبت کارآفرینی فرصت‌گرا به کارآفرینی اجباری در یک کشور وجود دارد (Acs, 2005: 101).

وونگ^۴ و همکاران علائم مورد انتظار مثبت و منفی را به ترتیب برای تأثیر کارآفرینی فرصت‌گرا و کارآفرینی اجباری ر رشد اقتصادی به دست آورده‌اند، هر چند این یافته‌ها به لحاظ آماری معنی‌دار نبوده است (Wong, 2005: 344). بلاک و واگنر^۵ نشان داده‌اند که فرصت‌های بهره‌برداری شده توسط کارآفرینان فرصت‌گرا، به‌طور متوسط سودآورتر از فرصت‌های بهره‌برداری شده توسط کارآفرینان اجباری است (Block and Wagner, 2010: 16). بلاک و ساندر^۶ نیز در پژوهش خود دریافتند که ماندگاری کسب‌وکارهای اجباری، کمتر از کسب‌وکارهای فرصت‌گرا است (Block and Sander, 2009: 15). ویواریلی^۷ نتیجه گرفته است که عملکرد بنگاه‌هایی که افراد با آزادی انتخاب تأسیس کرده‌اند، نسبت به بنگاه‌هایی که به دلیل فرار از بیکاری تأسیس شده است، بهتر است (Vivarelli, 2004: 43).

1. Hessel
2. Morris
3. Acs and Verga
4. Wong
5. Block and Wagner
6. Block and Sander
7. Vivarelli

دیده‌بان جهانی کارآفرینی در گزارش سال ۲۰۰۵ خود بیان کرده است که بین نسبت کارآفرینی فرصت‌گرا به کارآفرینی اجباری و میزان گذار کارآفرینان از کارآفرینی نوپا به کارآفرینی تثبیت شده^۱ رابطه مثبت وجود دارد. به عبارت دیگر، میزان شکست کسب‌وکارهای نوپا در کشورهایی که کارآفرینی آنها بیشتر به صورت فرصت‌گرا است، کمتر است. بنابراین، بین انگیزه شروع کسب و کار و شانس موفقیت آن، رابطه نظام‌مندی وجود دارد. همچنین در این گزارش بیان شده است، در کشورهایی که کم‌درآمد هستند و تأمین اجتماعی کمی دارند، میزان فراوانی از کارآفرینی اجباری وجود دارد. در این کشورها نبود گزینه‌های جایگزین برای کسب درآمد، افراد را وادار می‌کند که به سمت ایجاد کسب‌وکار بروند، حتی اگر آینده بنگاه آنها نیز بسیار مطلوب نباشد. اما در کشورهای با درآمد بالا و میزان فراوان تأمین اجتماعی، کمتر احتمال دارد که کسب‌وکاری با چشم‌انداز نامطلوب ایجاد شود. این وضعیت در کشورهای مذکور، موجب ایجاد میزان کمی از کارآفرینی نوپا و کارآفرینی اجباری می‌شود (گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۰۵:۲۳).

بنابراین با توجه به مباحث بالا، پیامدهای اقتصادی کارآفرینی در هر جامعه‌ای، به نحو آشکاری به انگیزه‌هایی منوط است که کارآفرینان بر مبنای آن، کسب‌وکار ایجاد کرده‌اند. شناخت ترکیب انگیزشی کارآفرینان در هر جامعه و کشف دلایل تفاوت این ترکیب در جوامع، می‌تواند کمک فراوانی به بررسی پیامدهای کارآفرینی برای اقتصاد ملی کند. توجه به میزان مطلق فعالیت‌های کارآفرینانه در هر کشور مفید است، ولی اگر بدون توجه به محتوای فعالیت‌ها انجام شود، حتی می‌تواند گمراه‌کننده نیز باشد. در جدول (۱) با استفاده از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی برای ایران و سه کشور مسلمان عربستان، ترکیه و مالزی، کشور برزیل به عنوان یک اقتصاد نوظهور و دو کشور توسعه‌یافته سوئیس و انگلستان، محاسباتی انجام شده است.

جدول (۱): مقایسه میزان کارآفرینی و ترکیب انگیزشی آن در هفت کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی

کشور	ایران	ترکیه	عربستان	مالزی	برزیل	انگلستان	سوئیس
۱ TEA رتبه در	۱۸	۲۷	۲۴	۴۶	۱۰	۳۹	۴۷
۲ کارآفرینی بهبودگرا کارآفرینی اجباری	۱/۱۲	۱/۱۶	۶/۳۷	۲/۵۹	۱/۳۷	۳/۳۱	۶/۹۲
۳ رتبه در نسبت انگیزه‌ها	۴۵	۳۸	۳	۱۱	۳۴	۱۰	۸

منبع: محاسبات پژوهش با استفاده از داده‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۸ دیده‌بان جهانی کارآفرینی

در ردیف (۱) رتبه کشورها بر حسب میزان کل کارآفرینی نوپا در بین ۵۸ کشور در گزارش سال ۲۰۱۰ دیده‌بان جهانی کارآفرینی بیان شده است. اگر فقط به میزان مطلق کارآفرینی توجه داشته باشیم، برزیل و ایران وضعیت و رتبه بهتری نسبت به انگلستان و سوئیس دارد و شاید این برداشت اشتباه صورت گیرد که شرایط کارآفرینی یا استعداد و انگیزه‌های آن در ایران و برزیل، بهتر از کشورهای توسعه‌یافته است، اما توجه به ترکیب کارآفرینان، دلالت‌های متفاوتی دارد. در ردیف (۲) متوسط نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری در دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۸ برای این کشورها مشاهده می‌شود. در دوره مذکور، در ایران به طور متوسط به ازای هر کارآفرین اجباری، حدود یک کارآفرین بهبودگرا وجود داشته است، در حالی که این نسبت برای مالزی ۲/۵ و برای عربستان بیش از ۶ است. در ردیف (۳) رتبه کشورها در بین ۵۸ کشور گزارش سال ۲۰۱۰ بر حسب نسبت کارآفرینان بهبودگرا به کارآفرینان اجباری بیان شده است و ملاحظه می‌شود که رتبه‌ها بسیار متفاوت از رتبه‌های ردیف (۱) است. چه عواملی باعث می‌شود ترکیه و عربستان که رتبه‌های نزدیکی در میزان کل کارآفرینی دارند، در ترکیب انگیزشی کارآفرینان تا این حد از هم دور باشند؟ در بخش بعد، این عوامل بررسی خواهد شد.

عوامل مؤثر بر میزان کارآفرینی

همان‌طور که پیش‌تر در مقدمه بیان شد، در رشته‌های مختلف علوم، جنبه‌های متفاوتی از پدیده کارآفرینی بررسی شده است. در هر یک از رشته‌های مذکور، از دیدگاه تخصصی عوامل مؤثر بر میزان کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. در ادبیات اقتصادی، عوامل مؤثر بر میزان کارآفرینی بر حسب سطح تحلیل عوامل تقسیم‌بندی گردیده و پژوهش‌ها در سطح عوامل خرد، میانه و کلان انجام شده است. در پژوهش‌های مربوط به عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی در سطح خرد، بر فرایند تصمیم‌گیری توسط افراد^۱ و انگیزه خوداشتغالی در آنها تمرکز شده است. برای مثال، عوامل فردی نظیر ویژگی‌های روانشناختی^۲، آموزش رسمی و نیز میزان دارایی‌های مالی، زمینه خانوادگی و تجربه‌های کاری قبلی، بر تصمیم‌های افراد درباره خوداشتغالی تأثیر می‌گذارد که برای نمونه، می‌توان آثار بلانچ فلاور و اسوالد^۳ (۱۹۹۸) و ون پراگ^۴ (۱۹۹۶) را نام برد. از پژوهش‌های مهم انجام شده

1. Decision Making Process
2. Psychological traits
3. Blanchflower and Oswald
4. Van praag

در سطح میانه می‌توان پژوهش کری و تاریک^۱ (۱۹۹۶) و بوسما^۲ و همکاران (۱۹۹۹) را نام برد. آنها نتیجه گرفته‌اند که عوامل ویژه بخش‌های صنعت و بازار، نظیر فرصت‌های سودآوری و ورود و خروج در یک صنعت خاص، تعیین‌کننده‌های مهم کارآفرینی در سطح میانه است. در پژوهش‌ها در سطح کلان تلاش می‌شود تا سطوح خرد و میانه با هم تلفیق شود و بر دامنه‌ای از عوامل فنی، اقتصادی، فرهنگی و نهادی تأکید می‌گردد. یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌هایی که در سطح کلان برای عوامل مذکور انجام می‌شود، تقسیم آنها به دو گروه عوامل طرف تقاضا و عوامل طرف عرضه کارآفرینی است. از این تقسیم‌بندی به میزان زیادی در پژوهش‌های تجربی پیرامون موضوع استفاده شده است.

طرف تقاضای کارآفرینی، بیانگر فرصت‌های در دسترس برای شروع یک کسب‌وکار است، به عبارت دیگر، طرف تقاضای کارآفرینی بیانگر فرصت‌هایی است که افراد را در فعالیت‌های کارآفرینی به کار می‌گیرد. طرف تقاضای کارآفرینی، تحت تأثیر عواملی نظیر توسعه فنی، تنوع در تقاضای مصرف‌کننده، ساختار صنعتی اقتصاد، قانون‌گذاری دولت و سطح توسعه اقتصادی قرار می‌گیرد. طرف عرضه کارآفرینی، بیانگر افرادی است که به راه‌اندازی کسب‌وکار تمایل دارند و از توانایی در این حوزه برخوردار هستند. عواملی نظیر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، میزان درآمد، وضعیت اشتغال، دسترسی به آموزش، ارزش‌های فرهنگی و محیط نهادی (یعنی دسترسی به منابع مالی، فضای اداری^۳، میزان مالیات و غیره) مهم‌ترین عوامل مؤثر بر طرف عرضه کارآفرینی است (Wennekers et al, 2008: 35-48). نکته‌ای که در اینجا باید بیان کرد، این است که طرف‌های عرضه و تقاضای کارآفرینی، همیشه منطبق بر طرف عرضه و تقاضای بازار نیست. در حقیقت "تقاضای" کارآفرینی می‌تواند تحت تأثیر عوامل عادی طرف عرضه محصول قرار گیرد. برای مثال، در حالی که توسعه فنی و ظهور فناوری‌های جدید، بر طرف عرضه محصول تأثیر می‌گذارد، با ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید، طرف تقاضای کارآفرینی را نیز تحریک می‌کند.

عوامل مؤثر بر سهم کارآفرینی بهبودگرا و کارآفرینی اجباری از کارآفرینی نوپا

سطح توسعه یافتگی و رفاه اقتصادی

فعالیت‌های اجباری در کشورهای کمتر توسعه‌یافته که در آن سهم بخش‌های کشاورزی و

1. Carree and Thurik
2. Bosma
3. Administrative Burdens

استخراج منابع، بیشتر از سایر بخش‌هاست، سهم فراوانی از کارآفرینی نوپا را به خود اختصاص می‌دهد. در این کشورها تقاضای شغل بیشتر از چیزی است که کارفرماها قادر به فراهم کردن آن هستند و بسیاری از مردم باید به‌منظور کسب درآمد، برای خود شغل ایجاد کنند. کسب‌وکارهای کوچک و تعداد زیاد آنها، مسئله رایج در این سطح از توسعه است. همراه با افزایش سطح توسعه اقتصادی و سهم بخش صنعت از اقتصاد، ظرفیت اشتغال در کشورها گسترش می‌یابد و این امکان را می‌دهد که افراد بیشتری در کارخانه‌های صنعتی به کار مشغول شوند. این وضعیت، باعث افزایش جذابیت دستمزد بگیری و هزینه فرصت ایجاد کسب‌وکار می‌شود و کارآفرینی اجباری را کاهش می‌دهد. همزمان با آن، افزایش ثروت و توسعه زیرساخت‌ها و آموزش، امکان رشد و شکوفایی را برای کسب‌وکارهای بهبودگرا فراهم می‌کند و ماهیت فعالیت‌های کارآفرینی را تغییر می‌دهد. در این سطح از توسعه، همراه با افزایش درآمد در سمت تقاضا و افزایش تنوع در تقاضای مصرف‌کننده، به ویژه در مورد خدمات، سهم اشتغال بخش صنعت، شروع به کاهش می‌کند، در حالی که سهم اشتغال در بخش خدمات افزایش می‌یابد و موجب افزایش کارآفرینی بهبودگرا می‌شود. در این زمینه، کری و همکاران (۲۰۰۲) و ونکرز و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهش‌های جداگانه خود، تغییر ماهیت و میزان فعالیت‌های کارآفرینی همراه با افزایش سطح توسعه، به نحوی که ذکر شد، را تأیید کرده‌اند. در سمت عرضه کارآفرینی، همان‌طور که در روانشناسی اجتماعی فرض شده است، سلسله مراتبی از نیازهای انسانی وجود دارد که در آن نیازهای جسمانی در انتها و خودشناسی در صدر قرار دارد (Maslow, 1970). هنگامی که نیازهای اساسی تأمین شد، نیازهای غیرمادی مانند نیاز به استقلال، باعث می‌شود که کارآفرینی بهبودگرا مورد توجه افراد جامعه قرار گیرد. بنابراین، به دلایلی که ذکر شد، انتظار می‌رود همگام با افزایش میزان توسعه اقتصادی، نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری افزایش یابد (Stel & et. al, 2004: 9).

پیشرفت فنی و استفاده از فناوری‌های نوین

پیشرفت‌های فنی، یکی از عوامل ایجاد تقاضای کارآفرینی است، زیرا فناوری جدید می‌تواند موجب تولید کالاها و خدمات نوین شود و فرصت‌هایی را برای ایجاد بنگاه‌های جدید فراهم کند. علاوه بر این، بیان شده است که پیشرفت فنی می‌تواند رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای کوچک و جدید را افزایش دهد. به اعتقاد ونکرز، یکی از عوامل مهم تجدید ساختار اقتصادهای نوین، مربوط به

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است. این فناوری‌ها موجب کاهش بنیادی هزینه‌های مبادلات شده و حداقل مقیاس کارا را در بسیاری از صنایع کاهش داده است. کاهش هزینه‌های مبادلاتی و آثار مربوط به مقیاس کارای صنایع، فرصت رقابت را برای بسیاری از کسب‌وکارهای کوچکی فراهم کرده است که پیش از این قادر به فعالیت نبوده‌اند. بنابراین، انتظار می‌رود همراه با پیشرفت فنی در یک کشور، سهم کارآفرینی بهبودگرا از فعالیت‌های کارآفرینی آن کشور نیز افزایش یابد. همچنین از آنجایی که میزان اشتغال و رفاه، به‌طور معمول همراه با پیشرفت فنی و رشد صنعتی در جوامع، افزایش می‌یابد، سهم کارآفرینی اجباری نیز همراه با پیشرفت فنی کاهش می‌یابد (Wennekers et al, 2005:7). ویناتا^۱ نیز در پژوهش خود دریافت که همزمان با پیشرفت فنی، سهم کارآفرینی اجباری از فعالیت‌های کارآفرینی کاهش می‌یابد (Winata, 2008: 77). بنابراین، انتظار می‌رود در کشورهایی که به لحاظ فنی پیشرفته‌تر هستند، سهم کارآفرینی بهبودگرا نسبت به کارآفرینی اجباری بیشتر باشد. این بدان معناست که حتی اگر دو کشور به لحاظ سطح فعالیت‌های اقتصادی و رفاه اقتصادی، وضعیت مشابهی داشته باشد، در کشوری که محصولات مبتنی بر فناوری‌های نوین، سهم بیشتری از تولید را به خود اختصاص می‌دهد، سهم کارآفرینی بهبودگرا بیشتر خواهد بود.

رشد اقتصادی

علاوه بر میزان مطلق فعالیت‌های اقتصادی در یک جامعه (میزان توسعه‌یافتگی اقتصادی) نرخ تغییر در این فعالیت‌ها و سرعت حرکت اقتصاد نیز بر شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر مهمی دارد. باید توجه داشت که کشورهای با سطح توسعه‌یافتگی اقتصادی بالا و رفاه اقتصادی فراوان، لزوماً میزان رشد اقتصادی بیشتری ندارند. شواهد تجربی به ویژه در سالیان اخیر نشان می‌دهد که برخی کشورهای در حال توسعه (نظیر هند و برزیل) نرخ رشد اقتصادی بیشتری نسبت به بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته دارند. رشد اقتصادی و افزایش تقاضای کالاها و خدمات، عاملی مهم در افزایش ایجاد کسب‌وکارهای جدید است. رشد اقتصادی بالا در یک کشور، فرصت‌های بازاری که در مقابل کارآفرینان جدید قرار دارد و نیز درآمدهای انتظاری حاصله از کارآفرینی را افزایش می‌دهد (Reynolds & et. al, 1994: 449). در ضمن، رشد اقتصادی در یک کشور موجب بهبود چشم‌انداز فعالیت‌های کارآفرینی و کاهش عدم اطمینان به تقاضای آینده می‌شود، بنابراین افرادی که دستمزددبگیر هستند، انگیزه بیشتری برای کسب استقلال و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید می‌یابند،

1. Winata

که این امر موجب افزایش کارآفرینی بهبودگرا می‌شود. در پژوهش‌های اقتصادی نیز استل و همکاران نشان داده‌اند که نرخ رشد اقتصادی، تأثیر مثبتی بر کارآفرینی فرصت‌گرا دارد (Stel & et. al, 2007: 17). بنابراین انتظار می‌رود در کشورهایی که میزان رشد اقتصادی بیشتری دارند، نسبت بالای کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری نیز بالاتر باشد.

نرخ بیکاری

مفهوم کارآفرینی اجباری در ارتباط مستقیم با بیکاری قرار دارد، زیرا کارآفرین اجباری به فردی اطلاق می‌شود که به دلیل در اختیار نداشتن هیچ گزینه شغلی دیگری، به کارآفرینی پرداخته است. بنابراین، منطقی است که کشورهای با میزان بیکاری بیشتر، کارآفرینی اجباری بیشتری داشته باشد. ایوانز و لیتون^۱ (۱۹۹۰) و آدرچ و تاریک^۲ (۲۰۰۰) نیز در پژوهش‌های خود نتیجه گرفته‌اند که بیکاری به عنوان عامل فشار برای خوداشتغالی عمل می‌کند. بر اساس گزارش سال ۲۰۰۵ دیده‌بان جهانی کارآفرینی، افرادی که در کشورهایی زندگی می‌کنند که در آنها بازار کار سالم و متنوع و بنابراین میزان بیکاری کمتری وجود دارد، انتخاب‌های شغلی بیشتری در دسترس دارند و اگر بخواهند کسب و کاری را راه‌اندازی کنند، به احتمال زیاد فرصت‌هایی را انتخاب می‌کنند که چشم‌انداز و آینده مطلوبی داشته باشد و وضعیت آنها را بهبود دهد (گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۰۵: ۲۳). ویناتا نتیجه گرفته است که بیکاری بیشتر در ارتباط با درجه کمتری از فعالیت‌های کارآفرینانه فرصت‌گرا است. به اعتقاد وی، این حقیقت ناشی از آن است که افراد بیکار، سرمایه انسانی و استعداد‌های کارآفرینانه کمتری برای بکارگیری در این فرصت‌ها دارند (گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۰۵: ۷۴). بنابراین انتظار می‌رود که بین نرخ بیکاری و نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری، رابطه منفی وجود داشته باشد.

جنسیت

زنان نیز به دلایلی مشابه مردان، مانند نیاز مالی خود یا خانواده، انگیزه افزایش رفاه، کسب استقلال مالی از خانواده و غیره، می‌توانند به کارآفرینی بپردازند. با این حال، در دو حوزه می‌توان به بررسی تفاوت‌های جهانی در کارآفرینی مردان و زنان پرداخت. حوزه اول، تفاوت در میزان کارآفرینی زنان و مردان است. بر اساس آخرین گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، میزان کارآفرینی زنان در

1. Evans and Leighton
2. Audretsch and Thurik

کشورهای جهان بسیار متفاوت است، اما تقریباً در همه کشورهای عضو به جز غنا، کمتر از کارآفرینی مردان است. برای مثال، در کره جنوبی به ازای هر ۱۰۰ مرد کارآفرین، فقط ۲۰ زن کارآفرین وجود دارد، ولی در روسیه این نسبت، ۱۰۰ به ۸۰ است. حوزه دوم که در پژوهش حاضر بررسی می‌شود، تفاوت در ترکیب انگیزشی کارآفرینان مرد و زن است. در گزارشی که دیده‌بان کارآفرینی در سال ۲۰۰۷ درباره کارآفرینی زنان منتشر کرده، بیان شده است که به‌طور کلی در همه کشورهای عضو، میزان کارآفرینی بهبودگرا مردان بیشتر از زنان است، در حالی که تفاوت معنی‌داری بین میزان کارآفرینی اجباری در آنها دیده نمی‌شود. به بیان دیگر، در سطح جهانی، زنان به احتمال بیشتری کسب‌وکارهای اجباری راه‌اندازی می‌کنند و در مقایسه با مردان، با احتمال کمتری به ایجاد کسب‌وکارهای فرصت‌گرا می‌پردازند. راه‌اندازی کسب‌وکار در کشورهای کمتر توسعه‌یافته می‌تواند راهی برای گریز از فقر در بین زنان باشد، اما شواهد در کشورهای پیشرفته این مطلب را تأیید نمی‌کند (Global Entrepreneurship Monitor Report, 2007:1-4). ویناتا در بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجباری نتیجه گرفته است که مشارکت بیشتر زنان در نیروی کار، تأثیر مثبتی بر میزان کارآفرینی اجباری دارد (Global Entrepreneurship Monitor Report, 2007: 78). الیم^۱ نیز در کتاب خود بیان کرده است که زنان در اطراف جهان با احتمال بیشتری کسب‌وکارهای اجباری را راه‌اندازی می‌کنند و کمتر احتمال دارد کسب‌وکاری را به دلیل فرصت‌هایش دنبال کنند (Elam, 2008: 89).

کیفیت نهادها

نهادها قیود ابداع شده انسانی هستند که کنش‌های متقابل انسانی را ساختارمند می‌کنند. نهادها از محدودیت‌های رسمی (نظیر قواعد، قوانین، قانون اساسی و غیره) محدودیت‌های غیررسمی (نظیر هنجارهای رفتاری، عرف و غیره) و خصوصیات اجرایی آنها تشکیل شده است (North, 1994: 360). ساختار نهادی یک کشور "قواعد بازی"^۲ را برای کارآفرینان تعیین می‌کند و انتظار می‌رود که تخصیص منابع در یک اقتصاد (در اینجا تخصیص استعداد کارآفرینانه) تحت شرایط نهادی گوناگون، متفاوت باشد. فضاهای نهادی متفاوت (با فرض ثابت بودن سایر شرایط) آثار متفاوتی بر سطح یا انواع کارآفرینی دارد. کیفیت بالای نهادها، بیانگر مناسب بودن فضای کسب‌وکار است که این امر به‌طور معمول با افزایش تولید و توسعه اقتصادی همراه است و باعث کاهش کارآفرینی اجباری می‌شود و با

1. Elam
2. Rules of Game

ایجاد فرصت‌های مناسب برای ایجاد کسب‌وکار، کارآفرینی بهبودگرا را افزایش می‌دهد. بنابراین فضای کسب‌وکار، عاملی بسیار مهم در تعیین انگیزه‌های کارآفرینی است. آموروس در پژوهش خود نتیجه گرفت که بین کارآفرینی بهبودگرا، کنترل فساد و ثبات سیاسی، رابطه مثبت و نیز بین کارآفرینی اجباری و متغیرهای کارایی و اثربخشی دولت و حاکمیت قانون، رابطه منفی وجود دارد. بنابراین، انتظار می‌رود با بهبود کیفیت نهادی، نسبت کارآفرینان بهبودگرا به کارآفرینان اجباری افزایش یابد (Amoros, 2009: 15-16).

تحصیلات و آموزش

میزان تحصیلات افراد، یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده وضعیت کسب‌وکار آنها است. در ادبیات اقتصادی در چند پژوهش تأثیر آموزش بر سطح فعالیت‌های کارآفرینی بررسی شده، اما در تعداد کمی از پژوهش‌ها تأثیر آموزش بر انگیزه‌های کارآفرینان مورد توجه بوده است. ورهل و همکارانش در پژوهش خود بیان کرده‌اند که آموزش می‌تواند افراد را از دانشی برخوردار کند که از آن در توسعه فرصت‌های کارآفرینی جدید استفاده کنند، گستره دید آنها را افزایش دهد و از این طریق، امکان درک بهتر فرصت‌ها را فراهم کند. کارکرد دیگر آموزش، ایجاد میل به استقلال در افراد است که یکی از انگیزه‌های کارآفرینی بهبودگرا است و افزایش این نوع از کارآفرینی است (Verheul & et. al, 2001: 34). بنابراین، انتظار می‌رود هرچه میزان آموزش در کشوری بیشتر باشد، نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری در آن نیز بیشتر باشد.

داده‌ها و روش پژوهش

داده‌ها

در این قسمت، متغیرها و منابع اطلاعاتی مورد استفاده در پژوهش معرفی می‌شود. همان‌طور که در مقدمه نیز بیان شد، تا پیش از تأسیس دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۱۹۹۷، داده‌های معتبر و فراگیری درباره فعالیت‌های کارآفرینی در کشورها وجود نداشت. فعالیت اصلی دیده‌بان جهانی کارآفرینی، این است که سالیانه به گردآوری داده‌های فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای مشارکت‌کننده در آن می‌پردازد. این کار بر مبنای نمونه‌های حداقل ۲۰۰۰ نفری افراد بزرگسال در کشورهای عضو انجام می‌شود. اولین گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، در سال ۱۹۹۹، با داده‌هایی درباره ۱۰

کشور منتشر شد. به تدریج تعداد اعضای دیده‌بان جهانی کارآفرینی، افزایش یافت، به نحوی که گزارش سال ۲۰۱۰ این نهاد با داده‌هایی درباره فعالیت‌های کارآفرینانه در ۵۸ کشور عضو منتشر شده است. دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی در ایران، از بدو تأسیس دانشکده کارآفرینی شروع به کار کرده است و از سال ۲۰۰۸، داده‌های مربوط به کشورمان در گزارش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی منتشر می‌شود. با توجه به این نکته که داده‌های مربوط به سهم کارآفرینی بهبودگرا و کارآفرینی اجباری از کارآفرینی نوپا در کشورها، از سال ۲۰۰۵ منتشر می‌شود، در پژوهش حاضر، عوامل تعیین‌کننده نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری در شصت کشور^۱ عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در بازه زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۵ بررسی می‌شود. داده‌های مربوط به سهم کارآفرینی بهبودگرا و اجباری از کارآفرینی نوپا، از گزارش‌های سالانه دیده‌بان جهانی کارآفرینی استخراج شده است.

در پژوهش حاضر، همانند تعداد زیادی از پژوهش‌های تجربی گذشته، از تولید ناخالص داخلی سرانه به عنوان متغیر بیانگر وضعیت میزان توسعه‌یافتگی و رفاه اقتصادی استفاده شده است. هر چند این گزینش، محدودیت‌هایی نیز دارد، زیرا توسعه‌یافتگی پدیده‌ای نیست که در سطح درآمد سرانه خلاصه شود و درآمد سرانه نیز معیار کاملی از سطح رفاه نیست، زیرا چگونگی توزیع درآمد را نشان نمی‌دهد و بیشتر معیاری برای سنجش میزان گسترش کمی فعالیت‌های اقتصادی در یک جامعه است. از نرخ بیکاری به عنوان متغیر نشانگر وضعیت بیکاری در کشورها استفاده شده است. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر، از داده‌های مربوط به طیف متنوعی از کشورها در سطوح متفاوت توسعه استفاده شده است، برای بیان وضعیت میزان پیشرفت فنی کشورها، از شاخص "سرانه استفاده از اینترنت" استفاده شده است. این شاخص تصویری کامل از وضعیت پیشرفت شاخه‌های گوناگون فناوری در یک کشور ارائه نمی‌کند، ولی می‌تواند بیانگر گسترش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به عنوان بخش مهمی از فناوری مدرن باشد. در ضمن این مزیت را نیز دارد که برای همه کشورهای نمونه ما در دسترس است. شاخص مذکور، بیانگر تعداد افراد استفاده‌کننده از اینترنت در هر ۱۰۰ نفر جمعیت است. از نرخ رشد تولید ناخالص داخلی کشورها نیز به عنوان متغیر نشانگر وضعیت رشد اقتصادی استفاده شده است. نرخ مشارکت زنان در نیروی کار، بیانگر نسبت تعداد زنان مشارکت‌کننده در بازار کار به کل نیروی کار است که از آن به عنوان متغیری استفاده شده است که با آن

۱. اسامی کشورها: آرژانتین، اتریش، استرالیا، بلژیک، بولیوی، بوسنی و هرزگوین، برزیل، کانادا، چک، شیلی، چین، کلمبیا، کرواسی، دانمارک، دومینیک، اکوادور، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، هنگ کنگ، مجارستان، ایسلند، اندونزی، ایران، ایرلند، رژیم صهیونیستی، ایتالیا، جامائیکا، ژاپن، اردن، قزاقستان، کره جنوبی، لتونی، مقدونیه، مالزی، مکزیک، نیوزیلند، هلند، نروژ، پرو، فیلیپین، پرتغال، رومانی، روسیه، عربستان، اسلونی، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سوئد، سوئیس، تایلند، تونس، ترکیه، امارات، انگلستان، آمریکا، اروگوئه، ونزوئلا.

می‌توان اثر حضور بیشتر زنان را در نیروی کار بر ترکیب انگیزشی کارآفرینان سنجید. برای سنجش سطح عمومی آموزش در کشورها نیز از نسبت ثبت نام در مقطع متوسطه استفاده شده است. این نسبت بیانگر تعداد افراد ثبت‌نام کرده در مقطع متوسطه، تقسیم به کل افرادی است که در سن ثبت نام در این مقطع قرار دارند. البته این شاخص این محدودیت را دارد که کیفیت آموزش را نشان نمی‌دهد و آموزش‌های تخصصی را نیز تفکیک نمی‌کند، ولی با توجه به میزان دسترسی به داده‌ها در نمونه گسترده، همان‌طور که بیان شد، فقط به عنوان معیاری برای سنجش سطح عمومی آموزش به کار می‌رود.

به منظور سنجش وضعیت نهادی کشورها از شاخص‌های حکمرانی بانک جهانی استفاده شده است. این شاخص معیاری کامل از وضعیت نهادی کشورها به ویژه نهادهای غیررسمی نیست، لیکن تصویری جامع را از وضعیت نهادهای رسمی و کیفیت اجرای قوانین در کشورها ارائه می‌کند. بانک جهانی حکمرانی خوب را بر اساس شش شاخص تعریف می‌کند^۱ و بر اساس این شاخص‌ها، وضعیت حکمرانی را به‌طور سالانه مورد ارزیابی قرار می‌دهد. شاخص‌های مذکور عبارت است از: (۱) حق اظهارنظر و پاسخگویی^۲؛ (۲) ثبات سیاسی و عدم خشونت^۳؛ (۳) کارایی و اثربخشی دولت^۴؛ (۴) کیفیت مقررات^۵؛ (۵) حاکمیت قانون^۶؛ (۶) کنترل فساد^۷. هر کدام از این شاخص‌ها، عددی بین ۲/۵ - تا ۲/۵ + را اختیار می‌کند که عدد بزرگ‌تر، بیانگر وضعیت بهتر است. در پژوهش حاضر، با میانگین گرفتن از شش شاخص مذکور به شاخص کلی می‌رسیم که از آن به عنوان شاخص وضعیت نهادی کشورها استفاده می‌کنیم. منبع داده‌های مربوط به تولید ناخالص داخلی سرانه، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، سرانه استفاده از اینترنت، نرخ مشارکت زنان در نیروی کار، نرخ بیکاری، میزان ثبت نام در مقطع متوسطه و شاخص‌های حکمرانی، داده‌های منتشر شده توسط بانک جهانی است و از سایت بانک جهانی استخراج شده است.^۸

1. World Governance Indicators
2. Voice And Accountability
3. Political Instability And Violence
4. Government Effectiveness
5. Regularity Quality
6. Rule Of Law
7. Control Of Corruption
8. www.Worldbank.com

روش پژوهش

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 انتخاب روش مذکور، توان روش پانل در شناسایی و اندازه‌گیری بهتر آثاری است که فقط با داده‌های سری زمانی تشخیص‌پذیر نیست. همچنین ساختار روش پانل به گونه‌ای است که احتمال بروز رگرسیون کاذب^۱ نیز کاهش می‌یابد. همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، داده‌هایی که از آنها استفاده خواهد شد، داده‌های کشورهای عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۵ است. از آنجایی که برخی از اعضای دیده‌بان جهانی کارآفرینی در طول این دوره، به تدریج به آن پیوسته و اطلاعات برخی اعضا در دوره مذکور، به‌طور گسسته و فقط برای برخی سال‌ها منتشر شده است، از مدل "پانل نامتوازن"^۲ برای تخمین استفاده خواهد شد. مزیت مدل پانل نامتوازن این است که حتی اگر اطلاعات برخی متغیرها برای یک کشور در برخی از سال‌های دوره مورد بررسی در دسترس نباشد، باز هم بتوان آن کشور را در مدل منظور کرد. مدل مورد استفاده در پژوهش حاضر، مشابه مدل به کار گرفته شده توسط آموروس (۲۰۰۹)، ون استل و همکاران (۲۰۰۴) و آیدیس^۳ و همکاران (۲۰۱۰) است؛ با این تفاوت که متغیرهای توضیحی مدل با توجه به پژوهش‌های ذکر شده در بخش ۲-۴ گسترش یافته است. بنابراین، مدل اقتصادسنجی ما به صورت زیر تصریح شده است:

$$RIN_{it} = \beta_0 + \beta_1 GDP_{i,t-1} + \beta_2 GDPG_{i,t-1} + \beta_3 GOV_{i,t-1} + \beta_4 EDU_{i,t-1} + \beta_5 UE_{i,t-1} + \beta_6 FLSH_{i,t-1} + \beta_7 INT_{i,t-1} + \beta_8 DUM_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t}$$

$$i = 1 \dots 60 \quad t = 2005 \dots 2010$$

که در آن i بیانگر کشورها و t سال مورد بررسی است. RIN بیانگر نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری است. GDP تولید ناخالص داخلی سرانه، $GDPG$ بیانگر میزان رشد تولید ناخالص داخلی، GOV کیفیت حکمرانی، EDU نسبت ثبت‌نام در مقطع متوسطه، UE نرخ بیکاری، $FLSH$ نرخ مشارکت زنان در نیروی کار و INT تعداد استفاده‌کننده از اینترنت به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت است. همچنین با مقایسه گزارش‌های چند سال گذشته دیده‌بان جهانی کارآفرینی متوجه می‌شویم که برخی کشورها پس از وقوع بحران مالی جهانی به مدت یک یا دو دوره، شاهد افزایش

1. Spurious regression
2. Unbalanced Panel
3. Aidis

در نسبت کارآفرینی اجباری یا کاهش در نسبت کارآفرینی بهبودگرا بوده‌اند. با توجه به اینکه بحران مالی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، بیشترین اثرگذاری را در فضای اقتصاد جهانی داشته است، یک متغیر مجازی (DUM) برای این سال‌ها در نظر می‌گیریم. انتظار می‌رود وقوع بحران مالی جهانی، تأثیر منفی بر نسبت کارآفرینی بهبودگرا بر اجباری داشته باشد. نکته آخر این است که همانند آیدیس و همکاران (۲۰۱۰) و ویناتا (۲۰۰۸)، همه متغیرهای توضیحی را با یک دوره وقفه، در مدل وارد کرده‌ایم. این کار به این دلیل اتفاق می‌افتد که فرض می‌شود کارآفرینی در دوره t ، به عنوان پدیده‌ای که یک بازه زمانی طول می‌کشد تا انجام شود، بیشتر تابع شرایط دوره $t-1$ است تا همان دوره. به بیان دیگر، بیشتر افرادی که امسال درگیر کسب‌وکاری جدید یا فعالیت‌های کارآفرینانه هستند، با توجه به شرایط دوره قبل تصمیم به این کار گرفته‌اند. از جمله پژوهش‌هایی که در آن رابطه پویا بین کارآفرینی و شرایط اقتصادی بررسی شده است، اثر کولینگر و تاریک^۱ (۲۰۰۹) است. آنها نیز نتیجه گرفته‌اند که فعالیت‌های کارآفرینی در دوره t ، بیشتر از شرایط اقتصاد کلان در دوره $t-1$ و $t-2$ تأثیر می‌پذیرد.

یافته‌ها

به منظور انتخاب بین روش‌های آثار ثابت و آثار تصادفی، از آزمون هاسمن^۲ استفاده شد. میزان آماره کای دو این آزمون (۳/۶۶۷) به دست آمد که بیانگر استقلال آثار فردی کشورها از متغیرهای توضیحی مدل است و لزوم برآورد مدل با آثار تصادفی را بیان می‌کند. نتایج تخمین‌ها برای دوره ۲۰۰۵-۲۰۱۰ با استفاده از نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری، به عنوان شاخصی از ترکیب انگیزشی کارآفرینان به عنوان متغیر وابسته، در جدول (۲) بیان شده است. ضریب β_1 که بیانگر رابطه بین تولید ناخالص داخلی سرانه و نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری است، علامت مثبت دارد و به لحاظ آماری معنی‌دار است. با توجه به اینکه میزان بیشتر تولید ناخالص داخلی سرانه، بیانگر میزان توسعه و رفاه بیشتر است، مثبت بودن این ضریب، طبق انتظار بیانگر این است که در سطوح بالاتر توسعه و رفاه، کارآفرینی بهبودگرا سهم بیشتری از فعالیت‌های کارآفرینانه را به خود اختصاص می‌دهد. ضریب β_2 نیز که تأثیر رشد تولید ناخالص داخلی را نشان می‌دهد، مثبت و در سطح یک درصد معنی‌دار است. این ضریب، بیانگر تأیید این مطلب است که وجود رونق در اقتصاد و بهبود چشم‌اندازها، موجب افزایش سهم کارآفرینی بهبودگرا از کل کارآفرینی می‌شود.

1. Koellinger and Thurik
2. Husman Test

جدول (۲): نتایج برآورد مدل

ضرایب	متغیرهای توضیحی
۰/۰۰۳۸۲ (۱/۷۰)***	تولید ناخالص داخلی سرانه (β_1)
۰/۱۱۸ (۲/۶۸۶)°	نرخ رشد تولید ناخالص داخلی (β_2)
۰/۰۶۷ (۰/۱۶۱)	کیفیت حکمرانی (β_3)
۰/۰۷۷ (۴/۶۸)°	تحصیلات و آموزش (β_4)
-۰/۰۷۵ (-۲/۳۷)**	نرخ بیکاری (β_5)
-۰/۰۷۳ (-۲/۶۹۵)°	سهم زنان از نیروی کار (β_6)
۰/۰۵ (۳/۵۹)°	سرانه استفاده از اینترنت (β_7)
-۱/۳۴۲ (-۳/۳۷)°	متغیر مجازی وقوع بحران مالی (β_8)

اعداد داخل پرانتز، بیانگر مقادیر آماره آزمون t برای بررسی معنی داری ضرایب برآورد شده است. علامت (*) بیانگر معنی داری در سطح یک درصد، (***) بیانگر معنی داری در سطح ۵ درصد و (***) بیانگر معنی داری در سطح ۱۰ درصد است.

نتایج بیانگر ارتباط مثبت بین کیفیت نهادهای جامعه (کیفیت نهادی) و نسبت کارآفرینی بهبودگرا به کارآفرینی اجباری است که مطابق انتظار است، ولی معنی داری رابطه مذکور در مدل حاضر تأیید نشده است. ضریب β_4 بیانگر تأثیر میزان سطح عمومی آموزش بر ترکیب انگیزشی کارآفرینان است و مطابق انتظار، مثبت و به لحاظ آماری معنی دار است. این ضریب نشان می‌دهد که با افزایش سطح عمومی آموزش در کشور، سهم کارآفرینی بهبودگرا نسبت به کارآفرینی اجباری افزایش می‌یابد. ضریب β_5 که تأثیر بیکاری بر نحوه تخصیص استعدادهای کارآفرینانه را نشان می‌دهد، منفی و معنی دار است. بر اساس انتظار، افزایش بیکاری موجب افزایش کارآفرینی اجباری می‌شود و بنابراین، سهم کارآفرینی اجباری را از فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش می‌دهد. ضریب β_6 که بیانگر رابطه جنسیت و انگیزه‌های کارآفرینی است، منفی و معنی دار است و به این معنی است که هر چه مشارکت زنان در نیروی کار افزایش یابد، نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری کاهش می‌یابد. زیرا

مشارکت زنان در کارآفرینی اجباری، بیشتر از مشارکت آنها در کارآفرینی بهبودگرا است. ضریب β_7 که بیانگر رابطه بین میزان توسعه فنی و نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری است، علامت مثبت و معنی‌دار دارد و به این معنی است که هرچه میزان توسعه فنی بیشتر باشد، نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری افزایش می‌یابد. ضریب β_8 نیز که بیانگر تأثیر بحران مالی جهانی بر انگیزه‌های کارآفرینی است، منفی و معنی‌دار است و نشان می‌دهد که در سال‌های بعد از وقوع بحران جهانی، نسبت کارآفرینی بهبودگرا به اجباری، نسبت به سال‌های قبل به نحو معنی‌داری کاهش یافته است. شایان ذکر است مدلی که از آن برای استخراج نتایج تجربی استفاده گردید، محدودیت‌هایی نیز دارد، از جمله اینکه با استفاده از داده‌های همه کشورهای نمونه در یک معادله، به‌طور ضمنی فرض شده است که آثار متغیرهای مستقل آورده شده بر ترکیب انگیزشی کارآفرینان در کشورهای مختلف یکسان است. در صورتی که ممکن است این‌گونه نباشد. مورد دیگر، محدودیت دسترسی به داده‌های کارآفرینی در سطح کلان، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه است. در حال حاضر، یگانه منبع موجود در این خصوص، داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی است که برای تعداد محدودی از کشورها در سالیان اخیر وجود دارد. اگر در آینده داده‌های مرتبط با کارآفرینی در سطح کلان، برای بازه زمانی طولانی‌تری و با تنوع بیشتری در دسترس باشد، امکان بررسی روابط در نمونه‌های کوچک‌تر و حتی یک کشور ویژه وجود خواهد داشت و نتایج تجربی نیز به لحاظ آماری از استحکام بیشتری برخوردار خواهد بود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پژوهش حاضر، ابتدا سعی شد مبانی تقسیم‌بندی کارآفرینان بر اساس انگیزه ایجاد کسب و کار آنها بیان شود، سپس با توجه به تفاوت پیامدهای کارآفرینان بهبودگرا و اجباری برای اقتصاد ملی، اهمیت توجه به ترکیب انگیزشی کارآفرینان، علاوه بر میزان مطلق فعالیت‌های کارآفرینانه بیان شد. با در نظر گرفتن اهمیت ترکیب انگیزشی کارآفرینان برای اقتصاد ملی، این پرسش مطرح شد که چه عوامل کلانی باعث می‌شود ترکیب انگیزشی کارآفرینان در کشورهای مختلف تا این اندازه متفاوت باشد؟ برای پاسخگویی به این پرسش، پس از بیان ادبیات اقتصادی موجود و نتایج پژوهش‌های مرتبط انجام شده در این حوزه، با استفاده از داده‌های شصت کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی در دوره (۲۰۱۰-۲۰۰۵) و روش داده‌های پانل، تأثیر عوامل کلان اقتصادی بر ترکیب انگیزشی کارآفرینان مورد آزمون قرار گرفت. نتایج تخمین مدل نشان داد که تفاوت کشورها در

ترکیب انگیزشی کارآفرینان آنها می‌تواند از طریق میزان توسعه‌یافتگی آنها، نرخ رشد اقتصادی، نرخ بیکاری، میزان مشارکت زنان در نیروی کار، میزان پیشرفت فنی و آموزش عمومی توضیح داده شود. تفاوت پژوهش حاضر، با پژوهش‌های پیشین در سطح کلان درباره عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری کارآفرینی بهبودگرا و اجباری این است که در پژوهش‌های پیشین، عوامل مؤثر بر میزان شکل‌گیری فعالیت‌ها مورد بررسی قرار گرفته و اغلب فقط بر یک عامل خاص، نظیر میزان توسعه‌یافتگی و کیفیت نهادی تمرکز شده است. در حالی که در پژوهش حاضر، ضمن تأکید بر نسبت و ترکیب این فعالیت‌ها در مجموعه فعالیت‌های کارآفرینی تلاش شده است که مجموعه‌ای از مهم‌ترین عوامل کلان مؤثر بر این ترکیب انگیزشی به دست آید. با توجه به میزان بالای بیکاری در کشور، پدیده کارآفرینی توجه خاصی را به خود معطوف کرده 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 ترکیب فعالیت‌های انجام شده را نیز مورد توجه قرار دهند. به‌طور ویژه لازم است در پژوهش‌های تطبیقی با سایر کشورها در کنار سایر متغیرهای تأثیرگذار، عوامل کلان اقتصادی نیز به عنوان عوامل مهم که فضای کسب‌وکار و کارآفرینی را تعیین می‌کند، مورد توجه قرار گیرد. سیاست‌گذاران نیز بایستی به این نکته توجه داشته باشند که در صورت ایجاد فضای مساعد و باثبات کلان اقتصادی، استعدادهای بیشتری به سمت کسب و کارهای بهبودگرا جذب می‌شود و فعالیت‌های کارآفرینی به میزان بیشتری به تحقق اهداف رشد و ایجاد اشتغال کمک می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- Acs, Zoltan (2006). *How Is Entrepreneurship Good For Economic Growth?* Innovations. Columbia University.
- Acs, Zoltan J. & Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change. *Small Business Economics*, 24, 323-334.
- Aidis, R., Estrin, S. & Mickiewicz, T. (2010). Size Matters: Entrepreneurial Entry and Government. *Small Business Economics*, 35, 1-56.
- Amit, R. & Muller, E. (1995). Push and Pull Entrepreneurship. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 12(4), 64-80.
- Amoros, Ernesto J. (2009). *Entrepreneurship and Quality of Institutions*. World Institute For Development Economics Research. Research Paper. 7.

- Audretsch, David B. & Thurik, A. R. Roy (2000). *Impeded Industrial Restructuring: The Growth Penalty*. CEPR Discussion Papers 2648.
- Audtrech, David B. & Keilbach, Max (2004). *Entrepreneurship Capital-Determinants Impact On Regional Economic Performance*. Discussion Papers on Entrepreneurship. Max Planck Institute of Economics.1-24.
- Baumol, William J. (1999). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *The Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
- Bierley, S. & Westhead, P. (1994). A Taxomy of Business Start-up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size. *Journal of Business Venturing*. 9, 7-31.
- Blanchflower, D. & Oswald, A. (1998). What Makes an Entrepreneur?. *Journal of Labour Economics*, 16, 26-60.
- Block, J. H. & Sander, P. (2009). *Necessity and Opportunity Entrepreneurs and Their Duration in Self Employment: Evidence from German Micro Data*. The German Socio-Economic Panel (SOEP) Papers. 191.
- Block, J. H. & Wagner, M. (2010). Opportunity Recognition and Exploitation by Necessity and Opportunity Entrepreneurs: Empirical evidence from earnings equations. *Schmalenbach Business Review. LMU Munich School of Management*, 62(2), 154-174.
- Bosma, N., Wennekers, S., Wit, G. & Zwinkels, W. (2000). *Modelling Business Ownership in The Netherlands*. Scales Research Report H199911. EIM Business and Policy Research.
- Carree, M. A. & Thurik, A. R. (1996). Entry and Exit in Retailing: Incentives, Barriers, Displacement and Replacement. *Review of Industrial Organization*, 11(2), 155-172.
- Carree, M. A., Stel, A. J. Van, Thurik, A. R. & Wennekers, S. (2002). Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 OECD Countries in The Period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19, 271-290.
- Carree, M. A., Stel, A. J. Van, Thurik, A. R. & Wennekers, S. (2007). The Relationship Between Economic Development and Business Ownership Revisited. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 281-291.
- Elam, Amanda Brickman (2008). *Gender And Entrepreneurship A Multilevel Theory And Analysis*. US, Edward Elgar.
- Evans, D. S. & Leighton, L.S. (1990). Small Business Formation By Unemployment and Employed Workers. *Small Business Economics*, 2, 319-330.
- Giacomin, O., Guyot, J. L., Janssen, F. & Lohest, O. (2007). *Novice creators: personal identity and push pull dynamics*. CRECIS Working Paper 072007/. Center for Research in Change. Innovation and Strategy. Louvain School of Management Global Entrepreneurship Monitor Annual Reports (1999-2010).
- Hebert, R. F. & Link, A. N. (1989). In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39-49.
- Hessels, J., Gelderen, M. van & R. Thurik (2008). Entrepreneurial Motivations, Aspirations and Their Driver. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Kirzner, Israel M. (1982). *Competition, Regulation, and the Market Process: An Austrian Perspective*. Washington, DC: Cato Institute. Cato Policy Analysis, 18.

- Koellinger, P. & Thurik, A. R. (2009). *Entrepreneurship in The Business Cycle*. Tinbergen Institute Discussion Paper TI09-0323/.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E. & Coombes, S. M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-224.
- North, Douglass (1994). Economic Performance Through Time. *American Economic Review*, 84(3), 359-368.
- Reynolds, P. D., Storey, D. J. & Westhead, P. (1994). Regional Variation In New Firm Formation Rates. *Regional Studies*, 28, 443-456.
- Shane, S., Locke, E. A. & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- Stel, A. Van., Storey, D. & Thurik, A. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 171-186.
- Stel, A. Van., Wennekers, S., Thurik, R., Reynolds, P. (2004). *Explaining Variation in Nascent Entrepreneurship*. EIM Business and Policy Research. No. H200401.
- Van Praag, Mirjam (1996). *Determinants of Successful Entrepreneurship*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- 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.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D.B., Thurik, A.R. (2001). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*. EIM Business and Policy Research. TI 0303/.
- Vivarelli, Marco (2004). Are All the Potential Entrepreneurs So Good?. *Small Business Economics*, 23, 41-49.
- Wennekers, S., Stel, A. J. van, Thurik, A. R. & Reynolds, P. (2005). Nascent Entrepreneurship and The Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24, 293-309.
- Wennekers, S., Uhlaner, L. M., & Thurik, A. R. (2002). Entrepreneurship and its Conditions: A Macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1, 25-64.
- Winata, Sherly. (2008). *The Economic Determinants of Entrepreneurial Activity: Evidence from a Bayesian Approach*. A Thesis for The Degree of Master of Business Studies in Financial Economic at Massey University.
- Wong, P. K., Ho, Y. P. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24, 335-350