

تحلیل شاخص‌های فرهنگی هافستد و بررسی تأثیر آن بر اکوسیستم کارآفرینی دانش بنیان (مطالعه موردی: استان سیستان و بلوچستان)

مهیم شیپکی تاش^{۱*}
لقمان منصوری^۲

چکیده

اکوسیستم کارآفرینی ترکیبی از عناصر فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی درون یک منطقه است که محیطی مساعد برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را به وجود می‌آورد. این تحقیق با هدف تحلیل ماهیت فرهنگ جامعه مورد مطالعه و تاثیرپذیری عوامل مؤثر فرهنگی از هم به منظور بررسی اثرات آن‌ها در فرآیند کارآفرینی بر اساس ابعاد فرهنگی هافستد در استان سیستان و بلوچستان صورت گرفته است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی و گردآوری اطلاعات به روش پیمایشی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده که توزیع آن با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی ساده صورت گرفته است. جامعه مورد پژوهش جمعیت استان سیستان و بلوچستان در نظر گرفته شد، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورده شد، ۴۵۰ عدد پرسشنامه توزیع شد و تعداد ۳۹۰ مورد که به صورت صحیح پاسخ داده شده بود مورد استفاده قرار گرفت. روایی پرسشنامه بر اساس تحلیل عاملی و پایایی کل آن با آلفای کرونباخ ۰/۹۶ مورد تایید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهند جامعه مدنظر مردسالار، فردگرا و دارای نگرش کوتاه‌مدت به آینده، با سطح ریسک‌پذیری بالا می‌باشند و توزیع قدرت در جامعه را نسبتاً عادلانه می‌دانند. در خصوص وجود همبستگی میان ابعاد پنج‌گانه فرهنگی هافستد به غیر از وجود ارتباط میان شاخص «مردسالاری/زن‌سالاری» و «جمع‌گرایی/فردگرایی» و ارتباط میان شاخص نگرش به آینده و مردسالاری که مورد تایید قرار نگرفت بقیه همبستگی‌ها میان عوامل تایید شده، بر اساس این نتایج فرهنگ استان پشتیبان فرآیندهای کارآفرینی است.

واژگان کلیدی: اکوسیستم، فرهنگ، ابعاد فرهنگی هافستد، اکوسیستم کارآفرینی دانش بنیان

مقدمه

ایجاد کارآفرینی دانش‌بنیان^۱ مستلزم ایجاد اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان است (انتظاری، ۱۳۹۴: ۲). اکوسیستم کارآفرینی سیستمی پیچیده و بسیار پویاست که از زیرمجموعه‌هایی تشکیل شده و به نحوی خاص برای تحقق اهداف ویژه (تولید ثروت اقتصادی) باهم ترکیب شده‌اند. شناسایی عوامل اکوسیستم و ارتباط و تعاملات آن‌ها باهم اولین گام در ایجاد اکوسیستم است. آیزنبرگ در دیدگاه اخیر خود این عوامل را در ۶ مورد سیاست، تأمین مالی، فرهنگ، حمایت و پشتیبانی، سرمایه انسانی و بازار خلاصه کرده است (آیزنبرگ، ۱۳۹۱: ۳).

در رویکرد اکوسیستم کارآفرینی، کارآفرینان فقط یک خروجی سیستم محسوب نمی‌شوند بلکه آنها نقش مهمی در ایجاد اکوسیستم و حفظ سلامتی آن دارند. اکوسیستم‌ها منحصر به فرد هستند و در مناطق مختلفی که ظهور می‌کنند برگرفته از عناصر و عوامل محلی هستند، بنابراین، تقلید از یک اکوسیستم در یک منطقه دیگر اگرچه ممکن است در زمان ساخت اکوسیستم‌ها در دیگر مناطق مثمر ثمر واقع شوند ولی ماهیت آن‌ها خاص جغرافیای بومی خود خواهد بود، در ایجاد و ساخت اکوسیستم‌های دانش‌بنیان در مناطق مختلف باید عوامل و عناصر شکل‌دهنده و تأثیرگذار بومی همان مناطق را در نظر گرفت. یکی از این عوامل شکل‌دهنده که به شدت وابسته به نگرش‌ها و باورهای بومی مردم یک منطقه می‌باشد عامل فرهنگی است.

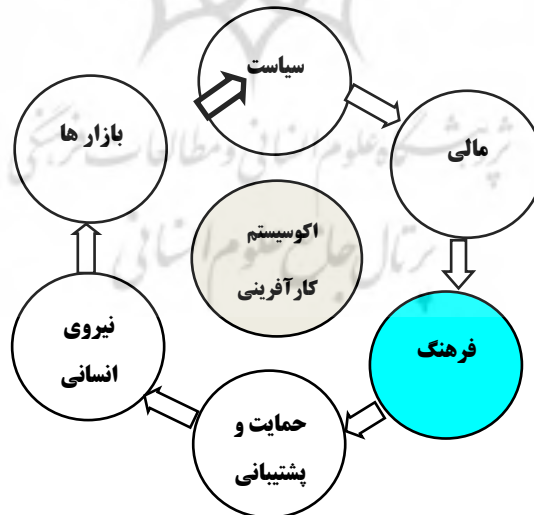
هافستد فرهنگ را یک ارزش می‌داند و در بررسی فرهنگ ملی از ابعاد: ۱- مردسالاری / زن‌سالاری ۲- فردگرایی / جمع‌گرایی ۳- فاصله از قدرت ۴- اجتناب از عدم اطمینان و ۵- گرایش بلندمدت، استفاده نموده است (کاسیوتی و هایتون، ۱۳۹۶: ۳). کارآفرینی یک پدیده نظام‌مند است که به افرادی نیاز دارد تا خود را در معرض ریسک و چالش‌های ایجاد یک شرکت جدید قرار دهند و نیازمند محیطی برای ارتقاء این ابتکار فردی هستند. در میان نظریه‌های جاری و مهم، نظریه نهادی اقتصاد بیان می‌کند که عوامل رسمی و غیررسمی بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارند و فرهنگ، که بخشی از عوامل غیررسمی است، یکی از عناصر کلیدی کسب و کار است (Palacio, et al. 2017: 2).

برای ارتقای فرهنگ کارآفرینانه باید بر بهبود شاخص‌های آن تأکید کرد (یزدان‌شناس، ۱۳۹۲: ۱). توجه به پایه‌های فرهنگی و اجتماعی یکی از مهمترین ارکان فرآیند توسعه اقتصادی است (ادهمی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱). بدیهی است با شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی قدرتمند و

نظام یافته روند رشد و توسعه اقتصادی منطقه حوزه‌ی اکوسیستم از وضعیت بهتری نسبت به قبل برخوردار خواهد شد. به همین منظور، در این تحقیق اکوسیستم کارآفرینی استان سیستان و بلوچستان از حیث تاثیر عامل فرهنگی مدل آیزنبرگ، با استفاده از ابعاد پنج‌گانه فرهنگی هافستد مورد پژوهش قرار گرفته است و همبستگی میان این ابعاد مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس با تحلیل ویژگی‌های هر بعد به تحلیل اثرات آن بر فرآیند کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه در اکوسیستم کارآفرینی استان پرداخته خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

اکوسیستم یک مفهوم نسبتاً جدید در زمینه پژوهش‌های حوزه کسب‌وکار است. پژوهشگران اکوسیستم‌های مختلفی را که باهم در رقابت و با اقتصاد در ارتباط هستند را مورد بررسی قرار می‌دهند مانند: اکوسیستم صنعتی (Frosch & Gallopoulos, 1989; Korhonen, 2001)، اکوسیستم کسب‌وکار (Iansiti & Levien, 2004)، (Moore, 1993)، اکوسیستم کسب‌وکار دیجیتال (Nachira, 2002)، اکوسیستم نوآوری (Ander, 2006; Wessner, 2007; Yawson, 2009). یکی از شناخته شده‌ترین مدل‌ها در مورد اکوسیستم کارآفرینی مدل آیزنبرگ است که در شکل ۱ شش دامنه‌ی مدل مذکور مشاهده می‌شود.



شکل ۱- مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ

شناخت اکوسیستم و اجزای آن روشی کاربردی برای فهم شیوه‌های ارتباطی مختلف میان ویژگی‌های اکوسیستم و عناصر شکل دهنده آن و همچنین تاثیر آن‌ها بر کارآفرینان می‌باشد.

پیشینه اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان به آن دسته از مطالعاتی بر می‌گردد که روی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر توسعه کارآفرینی تمرکز دارند. رویکرد اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان بر عواملی که دارای مزیت رقابتی پایدار هستند و کارآفرینی را در یک منطقه توسعه می‌دهند تمرکز می‌نماید. یک اکوسیستم موفق الزاما به وسیله نرخ بالای کارآفرینی شناخته نمی‌شود بلکه چگونگی تعامل میان اجزای اکوسیستم است که تعیین‌کننده یک محیط و منطقه‌ای حامی در جهت افزایش رقابت‌های سرمایه‌گذاری جدید می‌باشد و آشکار است که این تعاملات در بستر فرهنگ و نظام ارزشی حاکم بر اکوسیستم رخ خواهد داد. تفکر در مورد اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان برگرفته از یک پیشینه است که چندان خالی از اشکال نیست که شامل مطالعه در مورد خوشه‌ها، نظام نوآوری، جغرافیای اقتصادی، سرمایه اجتماعی و شبکه‌ها می‌باشد. اگرچه این رویکردها به لحاظ روش‌شناختی باهم تفاوت دارند اما در همه آن‌ها یک اعتقاد مشترک مبنی بر وجود داشتن ویژگی‌های خاص در مرز شرکت‌ها در داخل منطقه اکوسیستم که در رقابتی نمودن سرمایه‌گذاری‌های جدید سهمیم هستند، وجود دارد به‌طور کلی این دیدگاه‌ها به سه عامل اصلی منطقه‌ای که در افزایش و رشد کارآفرینی سهمیم هستند اشاره دارند:

نخست: ادراکات فرهنگی به اشتراک گذاشته شده و محیط‌های نهادی که همکاری درون‌سازمانی و اقدامات هنجار شده‌ای از قبیل انتقال دانش و تحرک شرکت را تسهیل می‌کنند و یا بررسی و از سر راه برداشتن اقداماتی که به نوعی مانعی برای این فعالیت‌ها می‌باشند.

دوم: شبکه‌های اجتماعی در محدوده منطقه که راه‌هایی برای نشر و نشت دانش بین شرکت‌ها و دانشگاه‌ها ایجاد می‌کنند و همچنین در کمک به گسترش اطلاعات در مورد فرصت‌های کارآفرینی و برقراری ارتباط کارآفرینان با سرمایه‌گذاران مؤثر عمل می‌کنند.

سوم: سیاست‌های دولتی و دانشگاه‌هایی که به‌وسیله برداشتن موانع نهادی از سر راه کارآفرینان، آموزش دادن کارکنان ماهر و کارآفرینان، سرمایه‌گذاری در برنامه‌های پشتیبان مانند رخدادهای شبکه‌ای و تسهیلات رشد دهنده می‌توانند حامی این فرهنگ و شبکه‌ها باشند (Spigel, 2017: 3).

بررسی پیشینه موضوع نشان می‌دهد که اصطلاح "اکوسیستم کارآفرینی" به صراحت توسط والدز^۱ (۱۹۸۸) به کار برده شده است، وی این‌چنین بیان می‌کند که: رفتار انسانی حاصل تعامل فرد با محیط اطرافش می‌باشد و نظری مطابق با مدل‌های اکوسیستم ارائه می‌دهد. اجزایی که در این چارچوب برای بررسی شکل کسب‌وکارها جدید یا استارت‌آپ‌ها در نظر گرفته می‌شود حاوی

دو بعد پویا یعنی کارآفرین و محیط پیرامونش می‌باشد (Valdez, 1988:1). بنا بر مطالعات برخی از محققین، کوهن^۱ (۲۰۰۶) اولین بار مفهوم اکوسیستم را بکار برد و آن را به این شکل تعریف کرد: اکوسیستم مجموعه‌ای از عناصر متعامل باهم است که در یک منطقه جغرافیایی می‌باشند (Alvedalen & Boschma, 2017: 4) و از طریق حمایت‌های تسهیل‌گرانه و سرمایه‌گذاری‌های پایدار و جدید به مفهوم توسعه پایدار متعهد می‌باشند. اکوسیستم کارآفرینی ترکیبی از عناصر فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در درون یک منطقه است که از توسعه و رشد یک محیط پشتیبان از استارت‌آپ‌های نوآور و همچنین تشویق کارآفرینان نوپا و دیگر عناصر به منظور پذیرفتن ریسک راه‌اندازی، سرمایه‌گذاری کردن و یا دیگر روش‌های کمک کردن به انجام سرمایه‌گذاری با ریسک بالا حمایت می‌کند و محیط مساعد را به وجود می‌آورد (Spigel, 2017: 2). در خصوص ایجاد اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان باید از تقلید دیگر اکوسیستم‌ها و پیاده‌سازی آن‌ها در سایر مناطق خودداری نمود چراکه هر اکوسیستم دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که ممکن است در یک اکوسیستم دیگر وجود نداشته باشد. یکی از ابعاد تشکیل‌دهنده اکوسیستم کارآفرینی، فرهنگ و نظام ارزشی حاکم بر آن است، به‌زعم محقق تأثیرات این بخش بر تعاملات اکوسیستم در کوتاه‌مدت بسیار گسترده‌تر از تأثیرات سایر بخش‌ها می‌باشد چراکه فرهنگ به‌صورت رفتار نهادینه‌شده در تعاملات انسان‌ها در منطقه جغرافیایی خود جلوه می‌کند که تغییر دادن آن در کوتاه‌مدت تقریباً ناممکن بوده و در بلندمدت هم فرآیندی دشوار است. کاسیوتی و هایتون^۲ با بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در مورد فرهنگ دو نوع نگاه به فرهنگ را از هم تمیز داده و بیان می‌کنند. برخی محققین فرهنگ را به‌عنوان ارزش، و برخی هم به‌عنوان هنجار در نظر می‌گیرند. فرهنگ ملی به‌عنوان ارزش، احتمالاً شناخته شده‌ترین مفهوم در میان دانش‌پژوهان کارآفرینی است (Cacciotti & Hayton, 2017: 3). از نظر هافستد، فرهنگ ملی به ارزش‌ها، باورها و رفتارهای مورد انتظار برای گروهی از مردم که در یک منطقه یا کشور زندگی می‌کنند، اطلاق می‌شود (Hofstede, 1984). با توجه به اینکه ابعاد فرهنگی هافستد در سطح ملی بیان‌شده و یکی از نظریه‌های مهم و جامع در زمینه‌ی چارچوب فرهنگ‌ها است (جمی و اعتباریان، ۱۳۹۵: ۶)، در این مطالعه برای بررسی فرهنگ در جامعه موردنظر، شاخص‌های هافستد به کار برده شد، از این‌رو با انتخاب این شاخص‌ها نوع نگاه ارزشی به فرهنگ انتخاب می‌شود به این معنی که ارزش یک مطلوب است که باید به آن دست‌یافت. افراد نه در یک خلاء اجتماعی، بلکه در بطن مجموعه‌ای از ارزش‌ها و استانداردهای فرهنگی که نیازها،

1. Cohen

2. Gabriella Cacciotti and James C. Hayton

انگیزه‌ها، باورها، شناخت و رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند عمل می‌کنند (Fink, et al., 2007: 15). کاسیوتی و هایتون (۲۰۱۷) معتقدند که بر حسب یک سنت طولانی‌مدت در مطالعات کارآفرینی، ارزش‌های فرهنگی را با استفاده از ابعاد فرهنگی هافستد ارزیابی می‌کنند. مدل هافستد در ابتدا شامل چهار بعد فاصله قدرت، فردگرایی در برابر جمع‌گرایی، مردسالاری در برابر زن‌سالاری و اجتناب از عدم اطمینان بود سپس هافستد بُعد گرایی بلندمدت / گرایی کوتاه‌مدت را هم به این مدل افزود (جدول شماره ۱). بر همین اساس مدل مفهومی تحقیق با اقتباس از مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ و مدل فرهنگی هافستد تبیین شد (شکل شماره ۲)، به این معنی که رفتارهای کلیه عوامل یک اکوسیستم در محیط فرهنگی و نظام ارزشی حاکم بر آن انجام خواهند شد. در جدول شماره ۲ مولفه‌های اکوسیستم کارآفرینی شرح داده شده‌اند.

جدول ۱: تعاریف و مفاهیم شاخص‌های فرهنگی هافستد

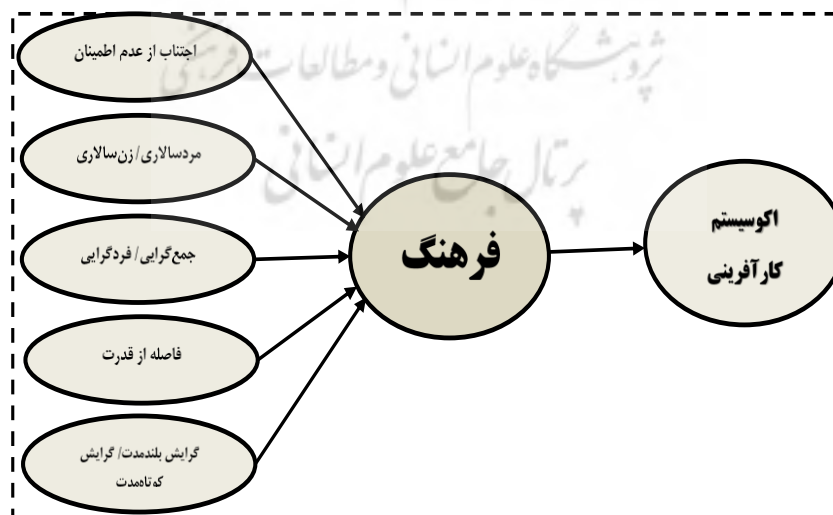
شرح	ابعاد فرهنگی هافستد
فردگرایی یعنی درجه‌ای که افراد یک کشور ترجیح می‌دهند به‌جای عضویت و بودن در جمع و گروه به‌طور فردی عمل کنند در مقابل جمع‌گرایی، یعنی این که افراد دوست دارند گروهی عمل کنند.	فردگرایی / جمع‌گرایی ^۱
ابهام‌گریزی میزان درجه‌ای است که افراد جامعه موقعیت‌های ساختاریافته و روشن را بر موقعیت‌های مبهم و غیرقابل پیش‌بینی ترجیح می‌دهند.	اجتناب از عدم اطمینان ^۲
درجه‌ای از نابرابری قدرت و ثروت در میان افراد که مردم آن جامعه آن را پذیرفته‌اند و عادی تلقی می‌کنند.	فاصله از قدرت ^۳
مردسالاری اشاره به ارزش‌های مردانه شامل ابزار وجود، عملکرد، قاطعیت، موفقیت و رقابت مورد تأکید هستند، در برابر زن‌سالاری اشاره به ارزش‌هایی مانند کیفیت زندگی، حفظ روابط صمیمی و شخصی، خدمات، مراقبت و همبستگی دارد.	مردسالاری / زن‌سالاری ^۴ زن‌سالاری ^۴
جامعه‌ای با جهت‌گیری بلندمدت بر آینده تمرکز می‌کند، برعکس، یک جامعه با یک هدف کوتاه‌مدت بر سنت‌های کنونی و ارزش و اجرای تعهدات اجتماعی متمرکز است	گرایی بلندمدت / گرایی کوتاه‌مدت ^۵

منبع: (Hofstede & Bond, 1988: 6)

1. Individualism vs. Collectivism
2. Uncertainty Avoidance
3. Power-Distance
4. Masculinity vs. Femininity
5. Long- Short-Term Orientation

جدول ۲: مؤلفه‌های مدل آیزنبرگ

مؤلفه	شرح
سیاست	سیاست‌ها و برنامه‌ها به منظور تشویق تلاش‌های کارآفرینی در غیاب مجموعه‌های کارآفرینان، مشاوران و کارکنانی که بالاتر و خارج از برنامه‌های حمایتی، فعالیت‌های پشتیبانی دارند، طراحی شده‌اند (Spigel, 2017: 7).
فرهنگ	ویژگی‌های فرهنگی چشم انداز و اعتقادات اساسی در مورد کارآفرینی درون یک منطقه می‌باشند
تأمین مالی	بر اساس یافته‌های آیزنبرگ (۲۰۱۰ و ۲۰۱۱) زیر بخش‌های وام‌های خرد، فرشتگان نجات‌بخش سرمایه‌گذار، خانواده و دوستان، صندوق‌های سرمایه‌گذاری بازارهای سرمایه عمومی و بازار سهام خصوصی تأمینات مالی را برای کارآفرینان فراهم می‌کنند.
حمایت و پشتیبانی	در بخش حمایت و امکانات پشتیبانی، کمک‌هایی تخصصی برای شروع فعالیت و راه‌اندازی مراحل اولیه شرکت‌ها ارائه می‌شود، شامل خدمات حسابداران و وکلای ثبت اختراع و همچنین مشاورین منابع انسانی که با چالش‌های منحصربه‌فردی که شرکت‌ها با آن‌ها برخورد دارند عادت کرده‌اند (Kenney & Patton, 2005: 4) و در صورت نیاز و به هنگام با مشاوره‌های صحیح صاحبان کسب‌وکار را راهنمایی می‌کنند.
سرمایه انسانی	در کارآفرینی چهار نوع سرمایه شامل؛ سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و سرمایه فرهنگی مطرح است (Firkin, 2001: 10). اهمیت نیروی انسانی به لحاظ اینکه دیگر سرمایه‌های شرکت را در دست خواهد داشت آشکار می‌گردد.
بازار	در دسترس بودن بازارهای قوی محلی بخش مهمی برای کسب فرصت در اکوسیستم کارآفرینی است و کارآفرینی غالباً در ارتباط با شرکت‌ها و بازارهای در حال ساخت می‌باشد (Beinhocker, 2007).



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق تاثیر عامل فرهنگ بر فرآیند رفتار کارآفرینانه در اکوسیستم کارآفرینی پرداخته خواهد شد و برای همین منظور از مدل معروف آیزنبرگ که فرهنگ را یکی از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در نظر گرفته است، بهره برده شده است. در خصوص بررسی و سنجش وضعیت موجود شاخص‌های فرهنگی جامعه مورد مطالعه، از مدل هافستد و برای بررسی همبستگی میان این ابعاد مدل نظری تحقیق به صورت زیر طراحی گردید و در شکل شماره ۳ تصویر شده است. با بررسی ارتباط میان این عوامل و همچنین اندازه‌گیری شاخص‌های فرهنگی در استان به ماهیت متناسب بودن یا نبودن فرهنگ جامعه مورد مطالعه در جهت حمایت از اقدامات و رفتارهای کارآفرینانه پرداخته خواهد شد.



شکل ۳: مدل نظری تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

- ۱- اجتناب از عدم اطمینان (ابهام‌گریزی) در افراد جامعه بر روی میزان فردگرایی جامعه اثر دارد.
- ۲- فصله از قدرت بر روی اجتناب از عدم اطمینان افراد جامعه اثر دارد.
- ۳- فصله از قدرت بر روی میزان فردگرایی جامعه اثر دارد.
- ۴- فصله از قدرت بر روی مردسالاری جامعه اثر دارد.

- ۵- فاصله از قدرت بر روی نگرش به آینده‌ی افراد جامعه اثر دارد.
- ۶- مردسالاری جامعه بر روی اجتناب از عدم اطمینان افراد اثر دارد.
- ۷- مردسالاری جامعه بر روی فردگرایی جامعه اثر دارد.
- ۸- نگرش به آینده‌ی افراد بر روی اجتناب از عدم اطمینان آن‌ها اثر دارد.
- ۹- نگرش به آینده‌ی افراد بر روی فردگرایی جامعه اثر دارد.
- ۱۰- نگرش به آینده‌ی افراد بر روی میزان مردسالاری جامعه اثر دارد.

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از منظر هدف کاربردی بوده، از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی و از نظر گردآوری اطلاعات پیمایشی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بوده با تلفیقی از نظریه هافستد (۲۰۱۱) و پروژه مطالعاتی گلوب^۱ می‌باشد که از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده می‌کند. جامعه مورد پژوهش شامل کل جمعیت استان سیستان و بلوچستان^۲ بوده، که در سطح اطمینان ۹۵٪ حجم نمونه از طریق فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۸۴ نفر برآورد گردید (با جایگذاری مقدار عددی حجم جامعه در فرمول کوکران در سطح خطای مورد انتظار حجم نمونه مشخص خواهد شد). به همین منظور ۴۵۰ عدد پرسشنامه توزیع شد و از این تعداد در نهایت ۳۹۰ مورد آن که به صورت صحیح و کامل پاسخ داده شده بودند مورد استفاده قرار گرفت. در سند آمایش^۳، برای استان سیستان و بلوچستان سه حوزه فرهنگی متفاوت در نظر گرفته شده که شامل مناطق سه‌گانه سیستان (شهرهای هامون، هیرمند، زابل، نیمروز و زهک)، بلوچستان شمالی یا سرحد (شامل: زاهدان، خاش و میرجاوه)، بلوچستان جنوبی (مکران) می‌باشد، از این رو، در این تحقیق این تقسیم‌بندی مورد استفاده قرار گرفت و پرسشنامه‌ها بر اساس میزان نسبت جمعیت مناطق به جمعیت کل استان توزیع گردید (جدول شماره ۳). ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بوده که بر اساس پیشینه تحقیق و نظرات کارشناسان مربوطه تهیه شده و از روایی محتوا برخوردار است. سپس با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS 22 پایایی پرسش‌هایی که بر اساس طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفته‌اند محاسبه شد. در مجموع، پایایی کل برابر ۹۶٪ محاسبه شده و برای هر کدام از ابعاد مورد نظر مطابق جدول شماره ۴ آلفای کرونباخ برآورد گردید.

1. GLOBE Project

۲. بر اساس سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیت استان، ۲.۷۷۵.۰۱۴ نفر بوده است (منبع: مرکز آمار ایران).

۳. سند آمایش استان سیستان و بلوچستان (۱۳۸۷)، تهیه و تنظیم توسط: معاونت برنامه‌ریزی استانداری.

جدول ۳: توزیع پرسشنامه در بین مناطق

تعداد پرسشنامه صحیح	تعداد پرسشنامه دریافت شده	تعداد پرسشنامه توزیع شده	نسبت جمعیت به کل جمعیت استان	جمعیت (نفر)*	
۵۵	۵۸	۶۴	۰/۱۴	۳۹۴۰۲۹	ناحیه سیستان
۱۲۶	۱۳۲	۱۴۵	۰/۳۲	۸۹۱۷۶۷	منطقه سرحد
۲۰۹	۲۱۹	۲۴۱	۰/۵۴	۱۴۸۹۲۱۸	منطقه مکران
۳۹۰	۴۰۹	۴۵۰	۱	۲۷۷۵۰۱۴	جمعیت کل

*منبع: سرشماری جمعیت نفوس و مسکن ۱۳۹۵ - مرکز آمار ایران

جدول ۴: ضریب آلفای کرونباخ، AVE و CR^۱ برای متغیرها

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	قابلیت اطمینان ساختار ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
اجتناب از عدم اطمینان	۰/۶۹۳	۰/۹۱۸	۰/۸۹
مردسالاری / زن سالاری	۰/۷۳۵	۰/۸۹۳	۰/۸۱۹
جمع‌گرایی / فردگرایی	۰/۸۱۲	۰/۸۹۶	۰/۷۷
فاصله از قدرت	۰/۶۴۸	۰/۹۰۲	۰/۸۶۴
گرایش بلندمدت / گرایش کوتاه‌مدت	۰/۹۰۸	۰/۹۵۲	۰/۸۹۹

همچنین امتیاز شاخص‌های پنج‌گانه هافستد برای استان محاسبه گردید تا معلوم گردد که وضعیت جامعه در هریک از این شاخص‌ها به چه شکل می‌باشد. روش محاسبه به این شکل بوده که میانگین امتیاز داده شده از سوی پاسخ دهنده‌ها به سنجه مورد نظر را برای هر شاخص محاسبه نموده در صورتی که میانگین بیشتر از عدد ^۳ باشد شاخص‌ها به ترتیب جمع‌گرا، مردسالار، توزیع قدرت ناعادلانه، ابهام‌گریزی ضعیف و گرایش به آینده بلند مدت خواهد بود اگر میانگین ۳ باشد وضعیت متعادل است و اگر کوچکتر از ۳ باشد نشان دهنده وضعیت عکس است (جدول شماره ۵).

1. Composite Reliability

۲. معیار مورد استفاده در این پرسشنامه طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت بوده که از شماره ۱ تا ۵ عدد گذاری شده است. عدد ۱ کمترین مقدار و عدد ۵ بیشترین مقدار را در سنجش یک گویه به خود اختصاص می‌دهد و سایر مقادیر مابین از کمتر به بیشتر میل می‌کنند. در این پژوهش مقدار ۳ برای هر گویه حد وسط در نظر گرفته شده است.

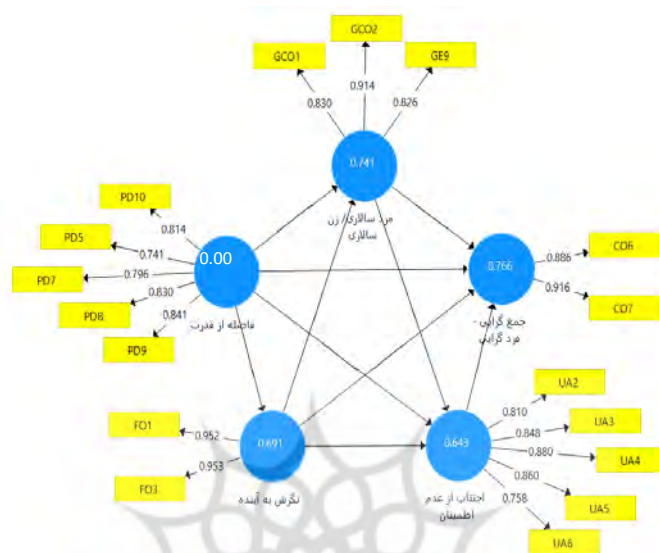
جدول ۵: محاسبه میانگین امتیاز ابعاد فرهنگی هافستد

متغیر فرهنگی	میانگین مجموع امتیازها	تعداد سنجه	میانگین	نوع فرهنگ از نظر متغیر
جمع‌گرایی/فردگرایی	۳/۱۸	۲	۱/۵۹	فردگرا
مردسالاری/زن‌سالاری	۱۱/۳۰	۳	۳/۷۷	مردسالار
فاصله از قدرت	۱۳/۱۸	۵	۲/۶۴	توزیع قدرت نسبتاً عادلانه
اجتناب از عدم اطمینان	۹/۸۰	۵	۱/۹۶	ابهام‌گریزی ضعیف
نگرش به آینده	۵/۲۶	۲	۲/۶۳	نگرش کوتاه‌مدت به آینده

در تحقیق حاضر، روایی واگرا برای مدل اندازه‌گیری از طریق معیار فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ارزیابی شده است. روایی واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل می‌سنجد. روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با سنجه‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. بر اساس معیار فورنل و لارکر روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود که تمام عناصر دارای اربیی بیشتر از عناصر غیر مورب نسبت به قطر در سطر و ستون مربوطه می‌باشند. مدل اندازه‌گیری در شکل ۴ نشان داده شده است.

جدول ۶: ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی متغیرها (روایی واگرا)

متغیر	اجتناب از عدم اطمینان	مرد/زن‌سالاری	جمع/فردگرایی	فاصله از قدرت	نگرش به آینده
اجتناب از عدم اطمینان	۰/۸۳۲				
جمع‌گرایی / فردگرایی	۰/۷۰۲	۰/۹۰۱			
فاصله از قدرت	۰/۷۱۷	۰/۸۱۲	۰/۸۵		
مردسالاری/زن‌سالاری	۰/۷۸۴	۰/۷۴۹	۰/۸۰۵	۰/۸۵۷	
نگرش به آینده	۰/۷۱۹	۰/۸۵۲	۰/۸۳۱	۰/۷۸۳	۰/۹۵۳

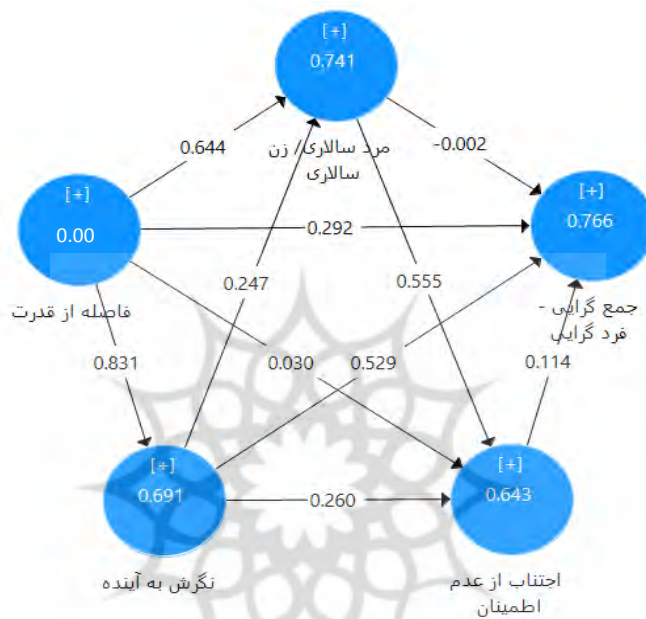


شکل ۴: مدل اندازه‌گیری تحقیق

مدل ساختاری و آزمون فرضیه

طبق الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS بعد از برازش مدل اندازه‌گیری نوبت به برازش مدل ساختاری می‌رسد. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه‌ی بین سازه‌ها در مدل، اعداد معناداری t^1 است. در صورتی که مقدار این اعداد از $1/96$ ، $2/58$ و یا $3/27$ بیشتر باشند به ترتیب با ضریب اطمینان‌های 95% ، 99% و 99.9% نشان از صحت برقراری روابط بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش خواهد بود. در جدول شماره ۶ مقدار آماره t برای متغیرها گزارش شده است. همان‌طور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود با توجه به ضرایب رگرسیون، متغیر فاصله از قدرت 69% از تغییرات متغیر نگرش به آینده و 74% تغییرات متغیر «مردسالاری / زنسالاری» را تبیین می‌کند، همچنین این متغیر از طریق متغیرهای مردسالاری / زنسالاری و نگرش به آینده 64% تغییرات متغیر اجتناب از عدم اطمینان را تبیین می‌کند. بعد از بوت استرپ اهمیت ضرایب مسیر مورد بررسی قرار گرفت، نتایج حاصل از روابط در جدول شماره ۷ گزارش گردیده است. علاوه بر این شکل شماره ۵ آزمایش نتایج این فروض در SEM می‌باشد، بنابراین پارامترهای تخمین زده‌شده تحلیل شد تا نشان دهد که آیا فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌گردند و یا خیر. با انجام محاسبات همه فروض به غیر از فرض شماره ۷ و ۱۰ تأیید گردید، فرضیه‌های شماره ۲ و ۸ در

سطح اطمینان ۹۵٪، فرضیه‌های ۱ و ۳ و ۴ در سطح اطمینان ۹۹٪، فرضیه‌های ۵ و ۶ و ۹ با سطح اطمینان ۹۹/۹٪ تأیید گردید.



شکل ۵: مدل ساختاری

جدول ۷: نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	مسیر ارتباط	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه
فرضیه ۱	اجتناب از عدم اطمینان ← جمع‌گرایی/فردگرایی	-۰/۱۱۴	۲/۰۵۹**	تایید شد
فرضیه ۲	فاصله از قدرت ← اجتناب از عدم اطمینان	-۰/۰۳۰	۰/۲۲۷*	تایید شد
فرضیه ۳	فاصله از قدرت ← جمع‌گرایی/فردگرایی	-۰/۲۹۲	۲/۹۳۳**	تایید شد
فرضیه ۴	فاصله از قدرت ← مردسالاری/زن‌سالاری	-۰/۶۳۴	۲/۱۵۷**	تایید شد
فرضیه ۵	فاصله از قدرت ← نگرش به آینده	-۰/۸۳۱	۲/۴۳۵***	تایید شد
فرضیه ۶	مردسالاری/زن‌سالاری ← اجتناب از عدم اطمینان	-۰/۵۵۵	۶/۶۶۹***	تایید شد
فرضیه ۷	مردسالاری/زن‌سالاری ← جمع‌گرایی/فردگرایی	-۰/۰۰۲	۰/۰۲۰	تایید نشد
فرضیه ۸	نگرش به آینده ← اجتناب از عدم اطمینان	-۰/۲۶۰	۲/۴۰۸*	تایید شد
فرضیه ۹	نگرش به آینده ← جمع‌گرایی/فردگرایی	-۰/۵۲۹	۲/۸۷۳***	تایید شد
فرضیه ۱۰	نگرش به آینده ← مردسالاری/زن‌سالاری	-۰/۲۳۷	۱/۷۵۵	تایید نشد

***: P < 0.01, **: P < 0.05, *: P < 0.1

نتیجه‌گیری

فرهنگ کارآفرینانه فرآیند اجتماعی مثبتی در ایجاد رویکردهای کارآفرینانه فراهم می‌نماید (Grigore and Mitroi, 2012). ابعاد فرهنگ ملی، نقشی اساسی در بسط ذهنیت افراد جامعه دارد و رفتار خاصی در تصمیم‌گیری و زندگی روزمره ایجاد می‌کنند، پتانسل کارآفرینی از هنجارهای اجتماعی تأثیرپذیر است (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴). فرهنگ ملی از طریق ارزش‌هایی که ترویج می‌کند، بر نگرش‌ها در مورد کارآفرینی و ریسک‌پذیری، نوآوری یا رکود تأثیر می‌گذارد (Roman & Maxim, 2017: 17). اقدامات کارآفرینی نتیجه اثر پیشران روحیه افراد کارآفرین و تعامل فرد با نهادهای موجود در اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد. اکوسیستم کارآفرینی و اقدامات کارآفرینانه بسته به تفاوت‌های فرهنگی و جغرافیایی موجود در یک کشور متفاوت است (Parnell & Menefee, 1995). استان سیستان و بلوچستان، استانی قومیت‌نشین است که از موقعیت جغرافیایی ویژه‌ای نیز بهره‌مند است. همسایگی با دو کشور افغانستان و پاکستان و قرارگیری نوار جنوبی آن بر کناره دریای عمان ساختارهای فرهنگی و اجتماعی آن را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. شکاف موجود در جامعه مبنی بر ناکارآمدی تعاملات نهادی و عدم تمایل جامعه در گرویدن به سمت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه ناشی از مردود دانستن انجام این اقدامات از سوی افراد جامعه نیست. این خلأ نتیجه ترکیبی از عوامل ساختاری، اداری و فرهنگی است که مانعی برای روحیه کارآفرینی می‌باشند (Roman & Maxim, 2017: 2). همان‌طور که مشاهده شد همبستگی روابط میان عوامل فرهنگی از طریق فرضیات تحقیق تأیید گردید به عبارتی فرهنگ از ویژگی پویایی برخوردار است. روحیه کارآفرینی افراد مستقل از ویژگی‌های فرهنگی آن‌ها نیست و اگر افزایش اقدامات کارآفرینانه لازم باشد، توسعه ویژگی‌های شخصیتی خاص (انگیزه، خلاقیت و ابتکار) که با این روحیه مرتبط است، نیازمند حمایت می‌باشد. یکی از ویژگی‌های فرهنگی استان «پدر تباری» می‌باشد و مفهومی است که در خود مفهوم مردسالاری را جای‌داده است که مردسالار بودن جامعه را توجیه می‌نماید از منظر کارآفرینی این عامل خصیصه‌ای است که انگیزاننده کارآفرینی فرصت‌طلبانه خواهد بود، ویژگی مردسالاری جامعه خود مشوق ویژگی فردگرایی خواهد بود که در این تحقیق هم به‌درستی تأیید گردیده، فردگرایی نشان‌دهنده نیاز به استقلال مالی است (Roman & Maxim, 2017: 20)، از طرفی ریسک‌پذیری بالا در میان افراد جامعه مورد تأیید قرار گرفت که متناسب با روحیات افراد کارآفرین می‌باشد، نتایج مطالعه نشان می‌دهد که جامعه مورد پژوهش توزیع قدرت را نسبتاً عادلانه می‌بینند و این نشان می‌دهد روحیه اطاعت‌پذیری تام از مافوق در میان افراد پایین است، این روحیه مناسب برای شروع کارهای تیمی می‌باشد که با کاهش قوانین و

دستورالعمل‌های دست‌وپا گیر و تحت آموزش قرار گرفتن جامعه و یاد دادن چگونگی راه‌اندازی کسب‌وکارهای شخصی می‌توان افراد را به سمت اقدامات کارآفرینانه سوق داد. نتایج مطالعه‌ای نشان می‌دهد که یک جامعه فردگرا با سطح بالایی از مردسالاری، کاهش ابهام و کاهش فاصله از قدرت برای کارآفرینی مطلوب است، در واقع بیشتر تحقیقات در مورد فرهنگ ملی و کارآفرینی بر ارتباط فردگرایی در مقابل با جمع‌گرایی در تسهیل ورود به کارآفرینی تاکید کرده است (Mueller & Thomas 2000: 18) و صفاتی نظیر سطح بالاتر در ابهام‌گریزی، سنت جمعیت‌گرایی و فاصله از قدرت، موانع فرهنگی در راه خصوصی‌سازی را نشان می‌دهند (Roman & Maxim, 2017: 18). بر اساس یافته‌های تحقیق شاخص «نگرش بلندمدت» در استان به لحاظ امتیاز نمره پایینی دارد، این نشان می‌دهد که رضایت از وضعیت موجود به برنامه‌ریزی برای آینده ارجحیت دارد. در توصیف خصوصیات فرهنگی استان از ویژگی مهم دیگری به نام «فقدان همدلی» می‌توان نام برد به این معنی که فرد از تصور خویش بجای افرادی در موقعیت‌ها و یا شرایط دیگر عاجز است. دانیل لرنر یکی از ذهنیت‌های منفی و مانع در برابر امر توسعه را عدم وجود خصلتی در فرد می‌داند که از آن تحت عنوان «عدم همدلی» یاد می‌شود، چنین افرادی به دلیل عدم برخورداری از نوعی ویژگی شخصیتی که لرنر آن را (شخصیت) انتقالی می‌داند؛ از فضای ذهنی و نظام فکری لازم جهت پذیرش نوآوری و تجدید بی‌بهره‌اند. این مفاهیم شبیه به مفاهیمی است که ادوارد مک کله لند آن‌ها را در قالب احساس نیاز در انسان تحت عنوان «نیاز به پیشرفت» عنوان کرده است، به نظر با ارائه‌ی آموزش‌های مفاهیم راه‌اندازی کسب‌وکار و متعادل‌سازی مهارت افراد جامعه می‌توان در راستای ترغیب به گرایش‌های کارآفرینانه گامی مؤثر برداشت. کارآفرینی نیاز به تخصص در نقش‌های مختلف دارد درحالی‌که استخدام در دیگر مشاغل نیازی به داشتن تخصص‌های متعدد ندارند بنابراین، افرادی که دارای مهارت‌های چندگانه هستند نیز بیشتر به کارآفرینان تبدیل می‌شوند. تک مهارتی بارآوردن افراد مناسب فعالیت‌های کارآفرینانه نیست، از اینرو با ارائه آموزش صرفاً تخصصی در یک رشته افراد به سمت تمایل به استخدام‌های دولتی سوق داده شده و از قصد کارآفرینی دور می‌گردند.

با در نظر گرفتن این تفکر که کارآفرینان ذاتاً کارآفرین متولد نمی‌شوند بلکه می‌توان در روند اجتماعی شدن، افراد کارآفرین را پرورش داد یک شکل از یادگیری تدریجی اجتماعی بروز می‌کند که در یک مرحله بسیار ابتدایی در تکامل فرد شروع می‌شود و به‌شدت به ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی وابسته است. شیوه‌ای که شخص به آن عمل می‌کند بستگی به کدهای اجتماعی خاصی دارد که مخصوص هر زمینه فرهنگی است، بنابراین رصد تغییرات فرهنگی و در قدم بعد مهندسی فرهنگی یکی از وظایفی است که مدیریت اکوسیستم کارآفرینی باید در جهت

نیل به اهداف خود بر عهده بگیرد و فعالانه در این جهت حرکت نماید، بنابراین، اصلاح ساختار نهادی (نهادهای مالی، قانونی، حمایتی و ...) و استراتژی محور نمودن آنها، تلاش در جهت ارائه آموزش‌های مداوم با مبانی کارآفرینی در سطوح اجتماعی قبل از ورود به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش کارآفرینی و مشارکت دادن قوی بخش خصوصی در خصوص ورود به این حوزه از جمله اقدامات مهمی می‌باشد که پیشنهاد می‌شود نهادهای اکوسیستم کارآفرینی استان باید در پیشبرد آن گام بردارند. همچنین در پاسخ به این پرسش احتمالی که با وجود فرهنگ حامی اقدامات کارآفرینانه، چرا این استان شاهد فعالیت‌های کارآفرینانه در خورد توجه نبوده است؟ باید اذعان داشت که عامل فرهنگی تنها یکی از عوامل موثر بر بروز رفتارهای کارآفرینانه است و تنها در صورتی منجر به ظهور اقدامات کارآفرینانه خواهد شد که زمینه بروز این اقدامات در سایر وجوه اکوسیستم کارآفرینی (مالی، سیاست، نیروی انسانی، بازارها و حمایت و پشتیبانی) هم مشاهده گردد. به عبارتی دیگر، داشتن فرهنگ کارآفرینانه شرط لازم هست، نه کافی، بنابراین حتی اگر فرهنگ ملی پشتیبانی نیز وجود نداشته باشد، سیاستگذاران همیشه می‌توانند از نهادهای رسمی برای ترویج کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینی بهره‌مند شوند، از اینرو سیاست‌گذاری‌های صحیح در مورد سایر وجوه اکوسیستم کارآفرینی توصیه می‌شود چرا که نیل به انجام اقدامات کارآفرینانه در جامعه را بیشتر گسترش خواهد داد.

منابع

- ادهمی، عبدالرضا؛ هاتفی، عباس؛ (۱۳۹۶) زمینه‌های فرهنگی توسعه اقتصادی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن. *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال ششم، شماره دوم، ص ۲۵-۱
- جمی، مجتبی؛ اعتباریان، اکبر؛ (۱۳۹۵). مدیریت به اقتضای فرهنگ در سازمان‌های ایرانی بر اساس شاخص‌های فرهنگی هافستد (مورد مطالعه: ادارات مرکزی مخابرات استان‌های اصلی ایران). *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۴، شماره ۴، ص ۱۰۹۱-۱۱۱۰.
- صالح نیا، نرگس؛ دهنوی، جلال؛ حق نژاد، امین؛ (۱۳۸۸). نقش فرهنگ در توسعه اقتصادی. *مهندسی فرهنگی*، دوره ۴، شماره ۴۳، ص ۶۶-۷۹.
- عباس‌زاده، محمد؛ علیزاده اقدم، محمداقبر؛ میرزایی، مجتبی؛ (۱۳۹۴). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تبریز). *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال چهارم، شماره دوم، ص ۱۰۳-۷۵
- یزدان‌شناس، مهدی؛ (۱۳۹۲). بررسی وضعیت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در بخش دولتی ایران و پیشنهاد راهکارهایی برای ارتقای آن، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۱، شماره ۴، ص ۱۵۸-۱۳۷.
- Adner, R. (2006). Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*, 84(4), 98.
- Alvedalen, J., & Boschma, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: *towards a future research agenda*. *European Planning Studies*, 25(6), 887-903.
- Beinhocker, E. D. (2007). The origin of wealth: The radical remaking of economics and what it means for business and society: *Harvard business school Press*.
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2017). National Culture and Entrepreneurship. *The Wiley Handbook of Entrepreneurship*, 401-422.
- Castillo-Palacio, M., Batista-Canino, R. M., & Zúñiga Collazos, A. (2017). The relationship between culture and entrepreneurship: from cultural dimensions of GLOBE project. *Espacios*.
- Entezari, Y. (2015). Building Knowledge- Based Entrepreneurship Ecosystems: Case of Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1206-1215. doi:10.1016/j.sbspro.2015.06.242
- Fink, G., Neyer, A.-K., & Kölling, M. (2007). Understanding cross-cultural management interaction: Research into cultural standards to complement cultural value dimensions and personality traits. *International Studies of Management & Organization*, 36(4), 38-60.
- Firkin, P. (2001). Entrepreneurial capital: A resource-based conceptualisation of

- the entrepreneurial process: *Labour Market Dynamics Research Programme, Massey University*.
- Frosch, R. A., & Gallopoulos, N. E. (1989). *Strategies for manufacturing. Scientific American*, 261(3), 144-152.
- Hofstede, G. (1984). Culture's consequences: *International differences in work-related values* (Vol. 5): sage.
- Hofstede, G., & Bond, M. H. (1988). The Confucius connection: From cultural roots to economic growth. *Organizational dynamics*, 16(4), 5-21.
- Iansiti, M., & Levien, R. (2004). Strategy as ecology. *Harvard Business Review*, 82(3), 68-81.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Grigore, A.M. and Mitroi, A. (2012). Romanian Culture and Its Attitude Towards Entrepreneurship, *Review of International Comparative Management*, 13 (1), pp.149-157.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of business venturing*, 16(1), 51-75.
- Kenney, M., & Patton, D. (2005). Entrepreneurial geographies: Support networks in three high-technology industries. *Economic Geography*, 81(2), 201-228.
- Korhonen, J. (2001). Four ecosystem principles for an industrial ecosystem. *Journal of Cleaner Production*, 9(3), 253-259.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-83.
- Nachira, F. (2002). Towards a network of digital business ecosystems fostering the local development.
- Parnell, J.-J.-C., & Menefee, M. (1995). M., "Examining the Impact of Culture on Entrepreneurial Propensity: An Empirical Study of Prospective American and Egyptian Entrepreneurs". *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1(1).
- Roman, T., & Maxim, A. (2017). National culture and higher education as pre-determining factors of student entrepreneurship. *Studies in Higher Education*, 42(6), 993-1014.

- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.
- Valdez, J. (1988). The entrepreneurial ecosystem: toward a theory of new business formation. *Small Business Institute Director's Association. SBIDA.*
- Wessner, C. W. (2007). Innovation policies for the 21st century: *Report of a symposium: Natl Academy Pr.*
- Yawson, R. M. (2009). The ecological system of innovation: A new architectural framework for a functional evidence-based platform for science and innovation policy.

