

## بررسی نرخ رشد اقتصادی در شرایط عدم اطمینان بازار با تاکید بر نقش کارآفرینی

محمد رضا زاهدی<sup>۱</sup>، مسعود بصیرنژاد<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> عضو هیئت علمی و استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه علم و صنعت ایران

mailto:Zahedy<sup>۱۸۲</sup>@gmail.com

### چکیده

در عصر حاضر، کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا، موتور رشد اقتصادی محسوب می‌شوند و بسیاری از دولت‌ها اعم از توسعه یافته، در حال توسعه یا توسعه نیافته، افزایش میزان کارآفرینی را در سیاست‌های کلان خود پیگیری می‌کنند. این در حالی است که در بسیاری از موارد ارتباط دقیق میان کارآفرینی و رشد اقتصادی، به علت عدم وجود رابطه مستقیم، دقیقاً درک نشده است. در این راستا این مطالعه با هدف بررسی نقش کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی با تاکید بر شرایط عدم اطمینان بازار انجام گردیده است. مسأله این است که آیا همبستگی مثبتی بین افزایش نرخ رشد اقتصادی و کارآفرینی وجود دارد؟ به بیان دیگر آیا کندی نرخ رشد اقتصادی کشورها را می‌توان به توسعه نیافتگی کارآفرینی نسبت داد؟ در این چارچوب بررسی رابطه توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی اهمیت می‌یابد. بی تردید کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است که بدون آن هیچ کشوری نمیتواند به توسعه اقتصادی دست یابد. بنابراین آیا کارآفرینی اساساً برای رشد اقتصادی امر مفیدی محسوب می‌شود یا خیر؟ این تحقیق از جمله تحقیقات توصیفی-همبستگی است و از نظر طبقه بندی روش، از نوع پیمایشی (زمینه یابی) می باشد.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، نرخ رشد اقتصادی، عدم اطمینان بازار، کسب و کارهای نوپا

## ۱. مقدمه

در جهان امروز کشورهای مختلف توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد به کارآفرینی اقتصاد مدار و کارآفرینان می شود. هر چند کارآفرینی قدمتی به اندازه تاریخ بشر دارد اما واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. کارآفرین و کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاد دانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های اقتصادی خود تشریح نموده اند. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه ی اقتصادی از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. بر مبنای بیانیه ی جهانی کارآفرینی، یک هم بستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ی ملی و سازمانی وجود دارد. هیچ عاملی را در اقتصاد، مهم تر از نرخ رشد اقتصادی نمی توان یافت که دلالت مستقیم بر افزایش رفاه اقتصادی بلندمدت یک ملت داشته باشد. رشد بالای اقتصادی و توسعه ی بهتر اقتصادی از جمله اهدافی است که همه ی اقتصادها به دنبال آن هستند و علت آن وجود منافع و مزایایی می باشد که رشد اقتصادی به ارمغان می آورد که مهم ترین آنها را می توان سطح بالاتر رفاه جامعه نام برد و این هدف نهایی سیاست گزاران هر کشوری است. کارآفرینی می تواند در زمینه ی پیشرفت جامعه و رشد اقتصادی به عنوان معیاری از آن مثرم ثمر بوده و گسترش آن به افزایش تولید و در نتیجه بالاتر رفتن سطح درآمد سرانه در جامعه بیانجامد. اما عدم اطمینان محیطی نیز که نتیجه غیرقابل پیش بینی بودن تغییرات آینده محیط است معیار آینده نگری در تشخیص میزان تلاطم محیطی را با مشکل مواجه ساخته است؛ از این رو بسیاری از پژوهشگران به دنبال راه کارهای کاهش عدم اطمینان مسایل آینده به منظور اتخاذ تصمیمات استراتژیکی اثربخش هستند. بنابراین شناخت توانمندی های سازمان برای کاهش عدم اطمینان های محیطی در تصمیمات استراتژیکی امری بسیار ضروری و مهم است. در عصر حاضر که با افزایش جمعیت، جوامع و سازمان ها به سرعت در حال گسترش و پیشرفت هستند و در پی آن، پیچیدگی آن ها نیز رو به فزونی است، کارآفرینی در یک تعامل چند سویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری ها و بهبود فرایندها و هم به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است. حتی می توان بحث کارآفرینی را در عصر مدرن امروزی یکی از اصلی ترین راهبردهای بنیادی هر کشور محسوب کرد. یکی از معیارهای مهم تمایز کشورهای توسعه یافته و جهان سوم را می توان در میزان کارایی و عملیاتی کردن کارآفرینی در مفاهیم مختلف آن برشمرد. سرعت تغییرات کنونی به گونه ای است که شناسایی و پیش بینی تغییرات از حالت یکنواخت و همسان خارج شده و تجارب و دستاوردهای گذشته الزامی در تضمین موفقیت آینده نیست. یعنی می توان گفت عصر حاضر، عصر عدم تداوم و عدم پیش بینی و انقیاد است و حاکم شدن این انگاره در اساس تغییرات جوامع امروزی، این جوامع را بیش از پیش به سوی خلاقیت و نوآوری و پذیرش تفاوت و تغییر سوق داده است که می توان این مهم را در میزان کارآفرین بودن آن ها یافت (بابایی هزه جان، ۱۳۹۵).

از مهمترین ویژگی های جهان امروز، افزایش پیچیدگی و رقابت است. سازمان های امروزی در محیطی پیچیده و درعین حال پویا فعالیت می کنند. به منظور بهره گیری از ظهور فرصتهای کسب و کار و باقی ماندن در عرصه رقابت، شرکت ها مجبور به اتخاذ استراتژی های نوآورانه هستند تا بتوانند پاسخگوی تغییرات سریع نیازهای مشتریان و همچنین عدم اطمینان های محیطی و بازار باشند. شرایط پیچیده و پویای محیط امروزی اهمیت به کار گیری فن آوری های نوین و کارآمد در سازمان ها را انکار ناپذیر می نماید (صوفیه، ۱۳۹۰).

یکی از عواملی که در کنار کار و سرمایه به عنوان منبع رشد و توسعه اقتصادی مطرح است، وجود کارآفرینان با ویژگیهای پیش برنده ای مانند خلاقیت و نوآوری هستند. گسترش روحیه کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان در جامعه اثر مطلوبی بر رشد اقتصادی و اجتماعی دارد. چرا که کارآفرینان با استفاده صحیح از امکانات اقتصادی و خلق فرصتهای تجاری جدید موجب بهبود عملکردبنگاه هایی تولیدی و خدماتی می شوند. امروزه سازمان ها نمی توانند با دل بستن به توان بالای تولیدی و اجرای چند طرح ابتکاری ساده بر رقبای منعطف، نوآور، فرصت گرا و کم هزینه فایق آیند. بنابراین سازمان ها باید شرایطی را فراهم

کنند که کارکنان و مدیران بتوانند استعداد و خلاقیت خودشان را بارور کنند و به راحتی فعالیتهای نوآورانه خود را در جهت موفقیت سازمان به اجرا درآورند. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت ها و موقعیت ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه موقعیت ها دارند، پیشگامان حقیقی در تحقق این اهداف محسوب می شوند. ساماندهی این پژوهش بدین صورت می باشد که در ابتدا مساله مورد نظر را تشریح می کنیم، پس از آن پیشینه تحقیق را ارائه می کنیم سپس روش تحقیق، برآورد مدل و در انتها نتیجه گیری ارائه می گردد.

## ۲. مبانی نظری

از دلایل مهم در توجه به موضوع کارآفرینی تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. بنابراین در جوامع امروزین لازم است انقلاب کارآفرینی رخ دهد به گونه ای که این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد. زیرا این پدیده نوین، نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشور ها ایفا می کند و در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می باشند (فولادی و ستایش، ۱۳۹۲).

کارآفرینی فرایند پویایی در جهت افزایش و ایجاد سرمایه است و فراگرد شکار فرصت ها به وسیله افراد، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار می باشد و در اصل بر این مهم استوار است که کارآفرینان به هنگام تصور فرصت های جدید، محدودیت های منابع جاری را نادیده بگیرند. در این میان با بررسی روند رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، مشخص می شود که کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغال زایی نقش زیادی داشته اند. ایجاد اندیشه کارآفرینی سبب می شود تا فرصتهای اشتغال در جامعه افزایش یابد و اشتغال، پیشرفت و توسعه و افزایش نرخ اقتصادی کشور را به دنبال داشته باشد. (پور داریانی، ۱۳۸۵).

تحولات و تغییرات سریع و شتابان جامعه بین المللی، گذر از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی و همچنین تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی، نیازمند راهکارهای مختلفی جهت فراهم کردن امکان افزایش نرخ رشد اقتصادی در جامعه می باشد. اهمیت نرخ رشد اقتصادی نشان دهنده ی این است که هر اقتصادی چگونه و در چه مدتی به رشد اقتصادی می رسد. در بین شاخص های رشد اقتصادی، نرخ رشد تولید سرانه از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا این نرخ تعیین کننده میزان درآمد سرانه یک کشور در آینده است.

حال مسأله مهم این است که آیا همبستگی مثبتی بین افزایش نرخ رشد اقتصادی و کار آفرینی وجود دارد؟ به بیان دیگر آیا کندی نرخ رشد اقتصادی کشور ها را می توان به توسعه نیافتگی کارآفرینی نسبت داد؟ در این چارچوب بررسی رابطه توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی اهمیت می یابد. بی تردید کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است که بدون آن هیچ کشوری نمیتواند به توسعه اقتصادی دست یابد. در نظام اقتصادی توسعه یافته نوآوران، صاحبان فکر و ایده، سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل اصلی توسعه پایدار محسوب می شوند. کارآفرینان، پیشگامان موفقیت های تجاری در جامعه هستند. آن ها از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره وری و تشکیل شرکت های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند (احسانی و همکاران، ۱۳۹۶).

از طرفی مساله مهم دیگری تحت عنوان ارزیابی از فرصت مطرح می شود. ارزیابی فرصت ها یکی از ابعاد حیاتی کنش کارآفرینی می باشد و به کارآفرین اجازه ارزیابی بازده محصول یا خدمت را در مقایسه با منابع مورد نیاز می دهد. نقش محوری در ارزیابی فرصت های کسب کار برعهده فرد کارآفرین است که فرصت های کشف شده را ارزیابی و سبک و سنگین می کند و نتیجه آن به وجود آمدن نتایجی است که به نوبه خود مورد ارزیابی افراد دیگر (سرمایه گذاران مخاطره پذیر) در سازمان های سرمایه گذار (یا شبکه ها) قرار می گیرند. از طرفی وقتی سازمانی، محصول جدیدی را به بازار ارائه می کند، از عدم اطمینان نسبت به پذیرش این محصول توسط بازار اطلاعی ندارد از طرف دیگر هم ارزیابی فرصت به دلیل رایج بودن عدم اطمینان بازار بالا، اطلاعات پایین و نیاز به تصمیم گیری سریع، اهمیت بیشتری می یابد. سوال اینجاست که آیا راه حل بهینه ای برای

مدیریت عدم اطمینان بازار در کسب و کار وجود دارد؟ می توان اصولی را تعریف کرد که به بهینه کردن عملکرد سازمان ها در شرایط عدم اطمینان کمک کنند. برای این منظور می توان عدم اطمینان و منابع و عوامل تأثیرگذار بر آن را شناسایی کرد و ماهیت تصمیمات استراتژیک، فرآیند تصمیم گیری استراتژیک و عدم اطمینان هایی که در تصمیمات استراتژیک رخ می دهند را مشخص کرد و به استراتژی های کاهش آن پرداخت.

### ۳. پیشینه تحقیق

#### ۳-۱. مطالعات داخلی

تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی بیشتر به طور نظری مورد بررسی قرار گرفته و پژوهش های تجربی کمتری درباره آن انجام شده است. در ادامه، مهمترین پژوهش های پیشین درباره این موضوع به طور خلاصه مرور شده است. احمدی (۱۳۹۶) در تحقیقی نقش کارآفرینی مولد و غیرمولد در رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار داد. بدین منظور، از خوداشتغالی به عنوان شاخصی برای کارآفرینی غیرمولد و از نوآوری به عنوان شاخصی برای کارآفرینی مولد استفاده شده است. نتایج حاصل از تخمین الگو رگرسیونی برای شصت کشور منتخب توسعه یافته و در حال توسعه، با روش داده های تابلویی در دوره ۲۰۰۴-۲۰۱۴، بیانگر آن است که خود اشتغالی اثر منفی و نوآوری اثری مثبت بر رشد اقتصادی دارد. از این رو، در پژوهش حاضر، نظریه های شومپیتر و بامول مورد تأکید قرار گرفته و لازمه نیل به رشد اقتصادی بلندمدت، کارآفرینی بر مبنای نوآوری دانسته شده است.

احسانی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی تأثیر سیاست های پولی و مالی بر نوسانات اشتغال با تأکید بر اشتغال بخش خصوصی را مورد بررسی قرار دادند. این مطالعه تلاش می کند با تعدیلاتی در یک مدل تعادل عمومی پویای تصادفی کینزی جدید برای اقتصاد ایران، آثار اجرای سیاست های پولی و مالی بر نوسانات بازار کار را بررسی کند. پس از تخمین مدل با استفاده از روش بیزین الگو شبیه سازی شد. نتایج حاصل از تجزیه واریانس نشان می دهد که استخدام دولت بیشترین سهم را در تبیین نوسانات بیکاری و تکانه پولی بیشترین نقش را در اشتغال بخش خصوصی ایفا می کند. همچنین بررسی توابع عکس العمل آنی نشان می دهد که تکانه پولی، تکانه استخدام بخش دولتی و تکانه درآمد نفتی بیکاری کل را کاهش می دهد.

ترقبان و مبارکی (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصادی ایران با استفاده از رویکرد میانگین گیری بیزی انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان می دهد که نتایج به دست آمده نشان می دهد که عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی عبارتند از: تورم، نیروی کار، سرمایه گذاری دولت، کارآفرینی، صادرات، مخارج بهداشتی دولت، سرمایه گذاری در نفت و گاز و سرمایه گذاری مستقیم خارجی. نتایج به دست آمده نشان می دهد که کارآفرینی در کنار وجود ۲۷ متغیر دیگر اثر معنی داری بر رشد اقتصادی داشته است. این نتیجه نشان می دهد که می بایست به ایجاد زمینه ی کارآفرینی در کشور در کنار سایر عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی توجه ویژه ای شود.

نजारزاده (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان نقش کارآفرینی مولد و غیر مولد در رشد اقتصادی با روش داده های تابلویی برای شصت کشور منتخب توسعه یافته در دوره ۱۶۶۹-۲۰۰۸ به این نتیجه دست یافته است که خود اشتغالی اثر منفی و نوآوری اثری مثبت بر رشد اقتصادی دارد.

طالبی و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله ای با عنوان مقایسه تصمیم گیری کارآفرینان و غیرکارآفرینان در شرایط عدم اطمینان محیطی مطرح کرده است که این پژوهش با به کارگیری انواع سوء گیری های شناختی در حسابداری ذهنی با موضوع های گوناگون، قضاوت و تصمیم گیری کارآفرینان را به چالش کشیده است و یافته های ارزشمند را در مورد شهود کارآفرینانه ارائه می دهد. دو متغیر عمده این تحقیق اثرات حسابداری ذهنی به عنوان متغیر مستقل و تصمیم گیری و قضاوت کارآفرینان و غیر کارآفرینان به عنوان متغیر مستقل وابسته می باشد. اطلاعات لازم به وسیله روش تحقیق کمی از ۱۲۰ نفر گردآوری و تحلیل شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد میزان تاثیر اثرات حسابداری ذهنی بر تصمیم کارآفرینان کم است.

## ۳-۲. مطالعات خارجی

سولداد و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی تأثیر سیاست های عمومی بر فعالیت های کارآفرینی و رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار دادند. برای رسیدن به این هدف، یک تحلیل تجربی از ۱۳ کشور اتحادیه اروپا را به دو روش مکمل تقسیم می کند: با روش حداقل مربعات جزئی (PLS) و fsQCA. fsQCA فرضیات مورد آزمون قرار گرفته و نتایج نشان می دهد. سیاست های عمومی بر فعالیت های کارآفرینی و رشد اقتصادی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

آکس و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۶)؛ در مطالعه ای با عنوان رشد و کارآفرینی نتایج نشان می دهد که انتشار دانش ممکن است به طور خودکار به همان صورت که در مدل های رشد درونی رخ می دهد نباشد. یک مکانیزم نیاز است که تا بتوان تجاری سازی دانش و انتشار آن را در منبع ایجاد کننده ی آن انجام داد تا شرکت ها بتوانند ایده های جدید خود تجاری سازی نمایند. در این مقاله کارآفرینی به عنوان مکانیزمی در نظر گرفته شده که انتشار دانش را تسهیل می کند. با استفاده از داده های کارآفرینی از ۱۸ کشور، شواهد تجربی نشان می دهد که علاوه بر برآوردهای تحقیق و توسعه و سرمایه انسانی، فعالیت های کارآفرینانه را نیز برای ارتقای رشد اقتصادی به کار می گیرد.

سندکویچ و همکاران (۲۰۱۵)، در مطالعه ای در باب رفتار با محوریت کارآفرینی شومپیتر و کرنرین در بازارهای صادرات بی ثبات؛ یافته های این پژوهش نشان می دهد که نظر کرنرین در رابطه با EOB رابطه ی مثبت و قوی با سود صادرات زمانی اتفاق می افتد که بازارها به طور نسبی پایدار باشند. اما شومپیتر در رابطه با EOB معتقد است که رابطه ی مثبت و قوی با سود صادرات زمانی که بازارها عمدتاً پویا باشند برقرار می شود.

هسلز و وان استل (۲۰۱۴)؛ در مطالعه ای در باب کارآفرینی، صادرات و رشد اقتصادی می پردازد و مطرح می کند که این مطالعه رابطه میان ظهور فعالیت های جدید اقتصادی و میزان رشد اقتصادی پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داده است که براساس رابطه ی مثبت میان فعالیت های کارآفرینی در حالت عمومی و متعاقباً رشد اقتصاد خرد، یک اثر اضافی مثبت از کارآفرینی صادرات محور در کشورهای با درآمد بالا وجود دارد. اگر چه اثری در کشورهای با درآمد پایین تر مشاهده نشده است.

مینیتی و موسکو<sup>۳</sup> (۲۰۱۲)؛ در مقاله ای در باب انواع کارآفرینی و رشد اقتصادی؛ نتایج این پژوهش نشان می دهد که در این پژوهش مدلی را نشان داده می شود که در آن کارآفرینان ممکن است تحقیق محور و یا تعدیلگر باشند و هنگامی که بازده مخارج R&D پایین باشد همانند بسیاری از نظام های اقتصادی نوظهور، حضور تعدادی زیادی کارآفرین تقلیدگر که رقابت را افزایش می دهند و ایجاد عرضه می نمایند.

کری و ترک (۲۰۱۰)؛ در مطالعه ای در باب اثرات کارآفرینی بر رشد اقتصادی مطرح کرده است که این مطالعه با نتایج کارآفرینی برای رشد اقتصادی خرد سروکار دارد. این بخش شامل ۶ قسمت عمده تشکیل شده است که در ابتدا به اثرات رشد اقتصادی بر کارآفرینی و انواع کارآفرینی و روابط آن ها بر رشد اقتصادی و اثرات انتخاب میان کارآفرینی و اشتغال و چهارم کارآفرینی از مدل های رشد درون زا، رشته ی مدارک تجربی و ساختارهای تأثیر زانی تشکیل شده است.

مارتین و همکاران (۲۰۱۰)؛ در پژوهش خود، اثر کارآفرینی را بر رشد اقتصادی بیست و پنج کشور منتخب در دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۰ مورد آزمون قرار دادند. آنها که از شاخص کل فعالیت های کارآفرینی (TEA) به عنوان شاخص کارآفرینی استفاده کردند، با برآورد مدل های رگرسیونی مطرح شده باروش آثار ثابت نتیجه گرفتند که کارآفرینی از طریق رونق سرمایه گذاری بخش خصوصی، اثر مثبت غیرمستقیمی بر رشد اقتصادی دارد.

<sup>۱</sup> María Soledad Castaño, María Teresa Méndez, Miguel Ángel Galindo

<sup>۲</sup> Acs et al.,

<sup>۳</sup> Minniti & Levesque

## ۴. روش تحقیق

روش تجزیه و تحلیل ارائه الگویی تفهیمی و مدل تلفیقی می باشد که مبنای آنالیز متغیر ها توسط نرم افزار SPSS حاصل گشته است بدین ترتیب آنالیز اصلی متغیر ها توسط نرم افزار SPSS انجام خواهد شد.

## ابزار گردآوری اطلاعات

در این تحقیق برای طرح سوالات پرسش نامه از روش لیکرت (لیکرت که از سال ۱۹۹۳ مدیریت بخش بررسی های افکار عمومی را در وزارت جهاد کشاورزی آمریکا بر عهده داشت این طیف را ارائه داد. این طیف از ۵ قسمت مساوی تشکیل شده است و محقق متناسب با موضوع تحقیق تعدادی گویه در اختیار پاسخگو قرار می دهد تا گرایش خود را در مورد آن مشخص کنند). استفاده شده است (میرزایی، ۱۳۸۹) که در ادامه به شرح آن خواهیم پرداخت.

## ۴-۱. متغیر های تحقیق

متغیر مفهومی است که به آن بیش از دو یا چند ارزش یا عدد خاص اختصاص داده می شود و قابل مشاهده یا اندازه گیری باشد. ویژگی هایی را که پژوهشگر مشاهده یا اندازه گیری می کند، متغیر نامیده می شود. (دلاور، ۱۳۷۱) در این تحقیق دو متغیر مطرح است، مستقل و وابسته. متغیر مستقل به متغیری گفته می شود که از طریق آن متغیر وابسته پیش بینی می شود. (مهدی زری باف، ۱۳۸۷) در این تحقیق متغیرهای مستقل عبارتند از: سرمایه اجتماعی - سرمایه ی ساختاری - سرمایه شناختی - سرمایه رابطه ای

متغیر وابسته متغیری است که مشاهده یا اندازه گیری می شود تا تاثیر متغیر مستقل بر آن مشخص شود، متغیر وابسته در این پژوهش «مدیریت دانش» می باشد.

## ۴-۲. جامعه ی آماری

جامعه بزرگترین مجموعه از موجودات است که در یک زمان، مطلوب ما قرار می گیرد و باید حداقل دارای یک صفت مشخص باشد. صفت مشخص، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایز کننده ی جامعه ی آماری از سایر جوامع می باشد. اغلب محققان معتقدند که جامعه عبارت از همه ی اعضای واقعی یا فرضی که علاقه مند هستیم یافته های پژوهش را به آنان تعمیم دهیم (دلاور، ۱۳۸۰)

معمولاً در هر پژوهش، جامعه ی مورد بررسی مجموعه ای است که پژوهشگر مایل است درباره ی صفت های متغیر واحدهای آن به مطالعه بپردازد. (محمد محمودی، ۱۳۸۷) همچنین جمعیت یا جامعه آماری مجموعه واحد هایی را شامل می شود که در مورد یا مورد هایی با یکدیگر مشترک باشند.

## ۴-۳. روش تعیین حجم نمونه

در این تحقیق برای برآورد حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده است. اگر واریانس جامعه و احتمال موفقیت متغیر مورد بررسی معلوم نباشد، نمی توان از فرمول های آماری برای برآورد حجم نمونه استفاده کرد، در این گونه موارد از جدول نمونه گیری کرجسی<sup>۴</sup> و مورگان<sup>۵</sup> استفاده می شود. این جدول حداکثر تعداد نمونه را می دهد.

$$S = \frac{x^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + x^2} \quad (1)$$

در این فرمول :

S = تعداد نمونه مورد نیاز که این مقدار در جدول مشخص شده است.

N = تعداد اعضای جامعه که در جدول آمده است.

<sup>۴</sup> Kerjcie

<sup>۵</sup> Morgan

$P$  = نسبت جمعیت است (این نسبت وقتی  $0/5$  باشد حداکثر نمونه مورد نیاز را به دست می دهد که در جدول زیر از نسبت  $0/5$  استفاده شده است)

$d$  = درجه دقت نسبت بیان شده است (که در این جدول  $d = 0/05$  در نظر گرفته شده است)  
 $X^2 =$  مقداری از جدول کای اسکور با یک درجه آزادی در سطح اطمینان ۹۵٪ است.

#### ۴-۴. ابزار گردآوری اطلاعات

ابزار گرد آوری اطلاعات در طرح حاضر استفاده از پرسشنامه می باشد که با توجه به متغیرهای مدیریت دانش و سرمایه ی اجتماعی اقدام به جمع آوری داده های مورد نیاز در تحقیق می شود.

پرسشنامه شامل دسته ای از پرسش هاست که برطبق اصول خاصی تدوین گردیده است و به صورت کتبی یه افراد ارائه می شود و پاسخگو بر اساس تشخیص را خود جواب ها را در آن می نویسد. هدف از ارائه پرسشنامه کسب اطلاعات معین در مورد موضوعی مشخص است. بزرگ بودن گروه یا جامعه مورد مطالعه یکی از دلایل مهم برای استفاده از پرسش نامه است چه امکان مطالعه نمونه های بزرگ را فراهم می آورد. کیفیت تنظیم پرسشنامه در بدست آمدن اطلاعات صحیح و درست و قابل تعمیم بسیار با اهمیت است.

در این پژوهش برای طراحی پرسشنامه از اصول طیف لیکرت استفاده شده است.

#### ۴-۵. فرضیات

فرضیه اصلی تحقیق به صورت زیر بیان می شود

(۱) کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی نقش مهمی را ایفا می کند.

فرضیات فرعی

(۲) غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی موثر است.

(۳) ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی نقش مهمی را ایفا می کند.

(۴) شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی موثر است.

#### ۵. برآورد مدل

##### توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب جنس

بر اساس یافته های جدول (۱) ملاحظه می گردد که  $68/7$  درصد را مردان و  $31/3$  درصد از پاسخگویان را زنان تشکیل می دهند.

جدول ۱- توزیع فراوانی بر حسب جنسیت

| جنسیت  | فراوانی | درصد   |
|--------|---------|--------|
| مرد    | ۱۵۸     | $68/7$ |
| زن     | ۷۲      | $31/3$ |
| جمع کل | ۲۳۰     | ۱۰۰    |

##### توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب وضعیت تأهل:

همانطور که در نمودار شماره (۲) نیز آمده است وضعیت تأهل پاسخگویان در مقیاس سنجش اسمی سنجیده شده و در ۲ طبقه قرار گرفته است. بیشتر پاسخگویان معادل با  $66/5$  درصد متأهل و  $33/5$  درصد مجرد می باشند.

جدول ۲- درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل

| وضعیت تأهل | فراوانی | درصد |
|------------|---------|------|
| متأهل      | ۱۵۳     | ۶۶/۵ |
| مجرد       | ۷۷      | ۳۳/۵ |
| جمع کل     | ۲۳۰     | ۱۰۰  |

### توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب سن

بر اساس یافته های جدول (۳) ملاحظه می گردد که بیشترین تعداد پاسخگویان با ۴۲/۰ درصد در رده سنی بین ۴۰ تا ۵۰ سال و کمترین تعداد با ۹/۵ درصد در رده سنی کمتر از ۳۰ سال می باشند.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

| سن              | فراوانی | درصد |
|-----------------|---------|------|
| کمتر از ۳۰ سال  | ۶۹      | ۳۰/۰ |
| ۳۰ تا ۴۰ سال    | ۲۶      | ۱۱/۳ |
| ۴۰ تا ۵۰ سال    | ۸۱      | ۳۵/۲ |
| بیشتر از ۵۰ سال | ۵۴      | ۲۳/۵ |
| جمع کل          | ۲۳۰     | ۱۰۰  |

### توزیع فراوانی پاسخ گویان بر حسب تحصیلات

بر اساس یافته های جدول (۴) ملاحظه می گردد که بیشترین تعداد پاسخ گویان با ۵۱/۷ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و کمترین تعداد با ۱۰/۹ درصد دارای مدرک لیسانس می باشند.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

| تحصیلات    | فراوانی | درصد |
|------------|---------|------|
| لیسانس     | ۲۵      | ۱۰/۹ |
| فوق لیسانس | ۱۱۹     | ۵۱/۷ |
| دکتر       | ۸۶      | ۳۷/۴ |
| جمع        | ۲۳۰     | ۱۰۰  |

### فراوانی پاسخ گویان بر حسب وضعیت فعالیت توزیع

بر اساس یافته های جدول (۵) ملاحظه می گردد که بیشترین تعداد پاسخ گویان با ۶۲/۰ درصد مدیر بازرگانی و کمترین تعداد با ۳۸/۰ درصد بازاریاب می باشند.

جدول ۵ - توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت

| فعالیت        | فراوانی | درصد |
|---------------|---------|------|
| استاد دانشگاه | ۹۳      | ۴۰/۴ |



|          |     |      |
|----------|-----|------|
| کارآفرین | ۱۳۷ | ۵۹/۶ |
| جمع      | ۲۳۰ | ۱۰۰  |

### فراوانی پاسخ گویان برحسب سابقه کار توزیع

بر اساس یافته های جدول (۶) ملاحظه می گردد که بیشترین تعداد پاسخ گویان با ۵۰/۰ درصد دارای سابقه کار ۱۰ تا ۱۵ سال و کمترین تعداد با ۱۶/۵ درصد دارای سابقه کار ۵ تا ۱۰ سال می باشند.

جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه کار

| سابقه کار      | فراوانی | درصد |
|----------------|---------|------|
| ۵ تا ۱۰ سال    | ۳۸      | ۱۶/۵ |
| ۱۰ تا ۱۵ سال   | ۱۱۵     | ۵۰/۰ |
| ۱۵ تا ۲۰ سال   | ۲۹      | ۱۲/۶ |
| ۲۰ سال و بیشتر | ۴۸      | ۲۰/۹ |
| جمع            | ۲۳۰     | ۱۰۰  |

### آمار استنباطی

#### آمار توصیفی گویه های تحقیق

#### بررسی درصد فراوانی هر یک از گویه های سازنده کارآفرینی

جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب کارآفرینی

| جمع کل | میزان         |        |            |        |               | گویه    |   |
|--------|---------------|--------|------------|--------|---------------|---------|---|
|        | کاملاً موافقم | موافقم | نظری ندارم | مخالفم | کاملاً مخالفم |         |   |
| ۲۳۰    | ۸۹            | ۱۱۳    | ۲۰         | ۸      | ۰             | فراوانی | نقش کارآفرینی در افزایش رشد اقتصادی باعث شده تا نوآوری از اهمیت برجسته ای برخوردار باشد                                     |
| ۱۰۰    | ۳۸/۷          | ۴۹/۱   | ۸/۷        | ۳/۵    | ۰/۰           | درصد    |   |
| ۲۳۰    | ۱۲۸           | ۷۹     | ۲۰         | ۳      | ۰             | فراوانی | هر چه میزان فعالیتهای کارآفرینانه بالاتر باشد کارآفرینی در تطبیق با تغییرات قادرند تا در اقتصاد جهان موقعیت بهتری کسب کنند. |
| ۱۰۰    | ۵۵/۷          | ۳۴/۳   | ۸/۷        | ۱/۳    | ۰/۰           | درصد    |   |
| ۲۳۰    | ۸۴            | ۱۲۲    | ۱۳         | ۶      | ۵             | فراوانی | کارآفرینی در کنار کار و سرمایه به عنوان منبع رشد و توسعه اقتصادی مطرح است   |
| ۱۰۰    | ۳۶/۵          | ۵۳/۰   | ۵/۷        | ۲/۶    | ۲/۲           | درصد    |   |
| ۲۳۰    | ۹۱            | ۱۱۶    | ۱۴         | ۶      | ۳             | فراوانی | کارآفرینی فرایند شناسایی فرصتهای اقتصادی می باشد  |
| ۱۰۰    | ۳۹/۶          | ۵۰/۴   | ۶/۱        | ۲/۶    | ۱/۳           | درصد    |   |

|  |         |      |      |     |     |     |     |
|--|---------|------|------|-----|-----|-----|-----|
| کارآفرینی در افزایش ترغیب به نوآوری در جامعه نقش به سزایی دارد | فراوانی | ۸۵   | ۱۰۳  | ۴۲  | ۰   | ۰   | ۲۳۰ |
| درصد   | ۳۷/۰    | ۴۴/۸ | ۱۸/۳ | ۰/۰ | ۰/۰ | ۱۰۰ |     |

بر طبق یافته های جدول (۱) ملاحظه می گردد که ۳۸/۷ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۹/۱ درصد موافق این گویه می باشند که نقش کارآفرینی در افزایش رشد اقتصادی باعث شده تا نوآوری از اهمیت برجسته ای برخوردار باشد و در این میان ۸/۷ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه دوم نشان می دهد که ۵۵/۷ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۳۴/۳ درصد موافق این گویه می باشند که هر چه میزان فعالیتهای کارآفرینانه بالاتر باشد کارآفرینی در تطبیق با تغییرات قادرند تا در اقتصاد جهان موقعیت بهتری کسب کنند و در مقابل ۱/۳ درصد مخالف می باشند و در این میان ۸/۷ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه سوم نشان دهنده آن است که ۳۶/۵ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۵۳/۰ درصد موافق این گویه می باشند که کارآفرینی در کنار کار و سرمایه به عنوان منبع رشد و توسعه اقتصادی مطرح است و در مقابل ۲/۶ درصد مخالف و ۲/۲ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۵۵/۷ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه چهارم نشان دهنده آن است که ۳۹/۶ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۵۰/۴ درصد موافق این گویه می باشند که کارآفرینی فرایند شناسایی فرصتهای اقتصادی می باشد و در مقابل ۲/۶ درصد مخالف و ۱/۳ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۶۱/۱ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه پنجم نشان دهنده آن است که ۳۷/۰ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۴/۸ درصد موافق این گویه می باشند که کارآفرینی در افزایش ترغیب به نوآوری در جامعه نقش به سزایی دارد و در این میان ۱۸/۳ درصد نظری ندارند.

#### بررسی درصد فراوانی هر یک از گویه های سازنده غایت اصلی و نهایی

جدول ۷- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب غایت اصلی و نهایی

| گوینده  | میزان         |        |            |        |               | جمع کل |
|---|---------------|--------|------------|--------|---------------|--------|
|   | کاملاً موافقم | موافقم | نظری ندارم | مخالفم | کاملاً مخالفم |        |
| هدف نهایی ترویج کارآفرینی ، توسعه فرهنگ کارآفرینی در جوامع می باشد  | ۸۷            | ۱۰۴    | ۳۵         | ۱      | ۳             | ۲۳۰    |
| در فراوانی  | ۳۷/۸          | ۴۵/۲   | ۱۵/۲       | ۰/۴    | ۱/۳           | ۱۰۰    |
| در فعالیت های ترویج کارآفرینی ، نگرش های کلیه افراد جامعه ضرورت دارد، تحت تأثیر برنامه ها قرار گیرند                      | ۷۲            | ۱۱۳    | ۲۸         | ۱۳     | ۴             | ۲۳۰    |
| در درصد   | ۳۱/۳          | ۴۹/۱   | ۱۲/۲       | ۵/۷    | ۱/۷           | ۱۰۰    |
| توانایی اشخاص برای ارائه نوعی کالا و یا خدمتی به دیگران در زمان و مکان و هزینه مناسب از ویژگی های کارآفرینی محسوب می گردد | ۱۱۲           | ۷۴     | ۳۴         | ۷      | ۳             | ۲۳۰    |
| در فراوانی  | ۴۸/۷          | ۳۲/۲   | ۱۴/۸       | ۳/۰    | ۱/۳           | ۱۰۰    |
| در درصد   |               |        |            |        |               |        |

بر طبق یافته های جدول (۲) ملاحظه می گردد که ۳۷/۸ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۵/۲ درصد موافق این گویه می باشند که هدف نهایی ترویج کارآفرینی ، توسعه فرهنگ کارآفرینی در جوامع می باشد و در مقابل ۰/۴ درصد مخالف و ۱/۳ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۵/۲ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه دوم نشان می دهد که ۳۱/۳ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۹/۱ درصد موافق این گویه می باشند که در فعالیت های ترویج کارآفرینی، نگرش های کلیه افراد جامعه ضرورت دارد، تحت تأثیر برنامه ها قرار گیرند و در مقابل ۵/۷ درصد مخالف و ۱/۷ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۲/۲ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه سوم نشان دهنده آن است که ۴۸/۷ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۳۲/۲ درصد موافق این گویه می باشند که توانایی اشخاص برای ارائه نوعی کالا و یا خدمتی به دیگران در زمان و مکان و هزینه مناسب از ویژگی های کارآفرینی محسوب می گردد و در مقابل ۳/۰ درصد مخالف و ۱/۳ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۴/۸ درصد نظری ندارند.

### بررسی درصد فراوانی هر یک از گویه های سازنده ویژگی ها و توانایی های کارآفرینی

جدول ۸- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی ها و توانایی های کارآفرینی

| گوینه   | میزان         |        |            |        |               | جمع کل |
|---|---------------|--------|------------|--------|---------------|--------|
|   | کاملاً موافقم | موافقم | نظری ندارم | مخالفم | کاملاً مخالفم |        |
| فرد کارآفرین با هوشیاری در موقعیت های مختلف، فرصت های بالقوه ای که وجود دارند را کشف می کند | ۹۱            | ۸۳     | ۴۰         | ۷      | ۹             | ۲۳۰    |
| شناسایی فرصت ها و ارزیابی از عوامل مؤثر در کارآفرینی می باشد                                | ۳۹/۶          | ۳۶/۱   | ۱۷/۴       | ۳/۰    | ۳/۹           | ۱۰۰    |
| فرد کارآفرین، باید بعد از کشف فرصت های نهفته در بازار، ایده های مناسب را استخراج نماید      | ۸۰            | ۱۰۸    | ۳۷         | ۵      | ۰             | ۲۳۰    |
|   | ۳۴/۸          | ۴۷/۰   | ۱۶/۱       | ۲/۲    | ۰/۰           | ۱۰۰    |

بر طبق یافته های جدول (۳) ملاحظه می گردد که ۳۹/۶ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۳۶/۱ درصد موافق این گویه می باشند که فرد کارآفرین با هوشیاری در موقعیت های مختلف، فرصت های بالقوه ای که وجود دارند را کشف می کند و در مقابل ۳/۰ درصد مخالف و ۳/۹ درصد کاملاً مخالف می باشند در این میان ۱۷/۴ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه دوم نشان می دهد که ۲۳/۹ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۵۲/۲ درصد موافق این گویه می باشند که شناسایی فرصت ها و ارزیابی از عوامل مؤثر در کارآفرینی می باشد و در مقابل ۲/۶ درصد مخالف و ۲/۲ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۹/۱ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه سوم نشان دهنده آن است که ۳۴/۸ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۷/۰ درصد موافق این گویه می باشند که فرد کارآفرین، باید بعد از کشف فرصت های نهفته در بازار، ایده های مناسب را استخراج نماید و در مقابل ۲/۲ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۶/۱ درصد نظری ندارند.

## بررسی درصد فراوانی هر یک از گویه های سازنده شرایط عدم اطمینان بازار

جدول ۹- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شرایط عدم اطمینان بازار

| گویه   | میزان         |        |            |        |               | جمع کل |
|--|---------------|--------|------------|--------|---------------|--------|
|  | کاملاً موافقم | موافقم | نظری ندارم | مخالفم | کاملاً مخالفم |        |
| عدم دانش کافی شخص در مورد حوادث آینده بر میزان اطمینان تصمیم گیرنده از آینده اثر خواهد گذاشت | ۱۴۳           | ۷۶     | ۱۱         | ۰      | ۰             | ۲۳۰    |
|  | ۶۲/۲          | ۳۳/۰   | ۴/۸        | ۰/۰    | ۰/۰           | ۱۰۰    |
| عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی عدم اطمینان را در فرآیند کارآفرینی افزایش می دهد                | ۱۰۲           | ۹۶     | ۲۷         | ۰      | ۵             | ۲۳۰    |
|  | ۴۴/۳          | ۴۱/۷   | ۱۱/۷       | ۰/۰    | ۲/۲           | ۱۰۰    |
| عدم توانایی در تعریف راه حل های جایگزین برای حل مشکل فرآیند کارآفرینی موثر است               | ۹۷            | ۹۱     | ۳۵         | ۴      | ۳             | ۲۳۰    |
|  | ۴۲/۲          | ۳۹/۶   | ۱۵/۲       | ۱/۷    | ۱/۳           | ۱۰۰    |

بر طبق یافته های جدول (۴) ملاحظه می گردد که ۶۲/۲ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۳۳/۰ درصد موافق این گویه می باشند که عدم دانش کافی شخص در مورد حوادث آینده بر میزان اطمینان تصمیم گیرنده از آینده اثر خواهد گذاشت و در این میان ۴/۸ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه دوم نشان می دهد که ۳۴/۸ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۴۷/۰ درصد موافق این گویه می باشند که عدم دسترسی به منابع اطلاعاتی عدم اطمینان را در فرآیند کارآفرینی افزایش می دهد و در مقابل ۲/۲ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۶/۱ درصد نظری ندارند.

- یافته های گویه سوم نشان دهنده آن است که ۴۲/۲ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق و ۳۹/۶ درصد موافق این گویه می باشند که عدم توانایی در تعریف راه حل های جایگزین برای حل مشکل فرآیند کارآفرینی موثر است و در مقابل ۱/۷ درصد مخالف و ۱/۳ درصد کاملاً مخالف می باشند و در این میان ۱۵/۲ درصد نظری ندارند.

## آزمون فرضیات

در آزمون فرضیه ها یا آزمون معناداری، پژوهشگر، فرضیه صفر را رد یا قبول می کند. یعنی اینکه اگر  $H_0$  پذیرفته شود، فرض می شود که  $H_1$  رد شده است و اگر  $H_0$  رد شود  $H_1$  پذیرفته شود. برای تعیین معناداری آماری یک مطالعه پژوهشی، پژوهشگر باید سطح احتمالی یا سطح معناداری آن را تعیین کند؛ تا فرضیه صفر در مقابل آن آزموده شود. اگر نتایج مطالعه احتمالی، کمتر از این سطح را نشان دهد، پژوهشگر می تواند فرضیه صفر را رد کند. هرگاه اثبات نتیجه ی پژوهش احتمال بالایی داشته باشد، پژوهشگر باید فرضیه صفر را تأیید کند؛ در حقیقت، از آنجا که فرضیه صفر، عموماً بیان نمی شود، قبول یا رد، در فرضیه "پژوهش" به کار بسته می شود، نه در فرضیه صفر (دلاور، ۱۳۸۷).

به منظور تدوین فرضیه‌های پژوهش، پژوهشگر هم از قیاس و هم از استقرا استفاده می‌کند. بنابراین برای تنظیم فرضیه دو منبع بالقوه وجود دارد:

الف) تئوری‌های کلی و کامل و جامع موجود؛ این فرضیه‌ها با استفاده از یک رشته قیاس‌های معین منجر به پیش‌بینی‌هایی می‌شود که در صورت شرایط معین، نتایج مشخصی به‌دست خواهد آمد.

ب) نتایج پژوهش‌های انجام شده پیشین؛ هدف این فرضیه‌ها استقرا رابطه بین دو یا چند متغیر در زمان حال است (حیدرعلی، ۱۳۸۷).

در ادامه به انجام آزمون فرض در خصوص، فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی تحقیق پرداخته خواهد شد. در این فرضیه به جهت برآورد رابطه و تاثیر شدت و جهت بین برنامه‌های استان در حفظ فرهنگ بومی ابتدا از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود و سپس به تفسیر رابطه پرداخته می‌شود.

#### ❖ جدول آماره ضریب اسپیرمن

ضریب همبستگی ابزاری آماری برای تعیین نوع و درجه رابطه‌ی یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. ضریب همبستگی، یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی دو متغیر است. ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن توسط چارلز اسپیرمن (۱۹۴۵-۱۸۶۳) روانشناس و آماردان انگلیسی در سال ۱۹۰۴ معرفی شد. این ضریب میزان همبستگی رابطه‌ی میان دو متغیر ترتیبی را نشان می‌دهد و به عبارت دیگر متناظر ناپارامتری ضریب همبستگی پیرسون می‌باشد. در این ضریب همبستگی به جای استفاده از خود مقادیر متغیرها از رتبه‌های آنان استفاده می‌شود. رابطه‌ی مربوط به ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n D_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

D: تفاوت بین رتبه‌های اعضای متناظر دو گروه مورد بررسی.

n: حجم هر گروه.

#### ❖ فرضیه اول

به نظر می‌رسد کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی نقش بزرگی ایفا می‌کند.

H۰: کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی تأثیر ندارد.

H۱: کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی تأثیر دارد.

جدول ۱۰- ضریب اسپیرمن فرضیه اول

| ردیف | متغیر                        | مقدار آماره اسپیرمن | P-Value | جمع |
|------|------------------------------|---------------------|---------|-----|
| ۱    | کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی | ۰/۲۰۲               | ۰/۰۰۰   | ۲۳۰ |

#### تفسیر جدول:

در جدول فوق رابطه بین کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی با توجه به نظرات ۲۳۰ نفر از افراد نمونه سنجیده شده است. چنانچه ملاحظه می‌شود با توجه به مقدار آماره اسپیرمن (۰/۲۰۲) و سطح خطای حاصل شده کمتر از ۰/۰۱ (P-Value < ۰/۰۱) می‌توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می‌شود و فرض محقق پذیرفته می‌شود بنابراین بین کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر حاکی از آنست که رابطه بین دو متغیر مذکور قوی و جهت آن مستقیم و مثبت است.

❖ فرضیه دوم

به نظر می رسد غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی موثر است  
 $H_0$ : غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی تأثیر ندارد.  
 $H_1$ : غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی تأثیر دارد.

جدول ۱۱- ضریب اسپیرمن فرضیه دوم

| ردیف | متغیر  | مقدار آماره اسپیرمن | P-Value | جمع |
|------|--|---------------------|---------|-----|
| ۱    | غایت اصلی و نهایی کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی | ۰/۱۷۲               | ۰/۰۰۰   | ۲۳۰ |

## تفسیر جدول:

در جدول فوق رابطه بین غایت اصلی و نهایی کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی با توجه به نظرات ۲۳۰ نفر از افراد نمونه سنجیده شده است. چنانچه ملاحظه می شود با توجه به مقدار آماره اسپیرمن (۰/۱۷۲) و سطح خطای حاصل شده کمتر از ۰/۰۱ ( $P\text{-Value} < ۰/۰۱$ ) می توان چنین ادعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین بین غایت اصلی و نهایی کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر حاکی از آنست که رابطه بین دو متغیر مذکور قوی و جهت آن مستقیم و مثبت است.

❖ فرضیه سوم

به نظر می رسد ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی نقش بزرگی ایفا می کند.  
 $H_0$ : ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی تأثیر ندارد.  
 $H_1$ : ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی تأثیر دارد.

جدول ۱۲- ضریب اسپیرمن فرضیه سوم

| ردیف | متغیر  | مقدار آماره اسپیرمن | P-Value | جمع |
|------|--|---------------------|---------|-----|
| ۱    | ویژگی ها و توانایی های کارآفرین بر نرخ رشد اقتصادی | ۰/۳۰۱               | ۰/۰۰۰   | ۲۳۰ |

## تفسیر جدول:

در جدول فوق رابطه بین ویژگی ها و توانایی های کارآفرین بر نرخ رشد اقتصادی با توجه به نظرات ۲۳۰ نفر از افراد نمونه سنجیده شده است. چنانچه ملاحظه می شود با توجه به مقدار آماره اسپیرمن (۰/۳۰۱) و سطح خطای حاصل شده کمتر از ۰/۰۱ ( $P\text{-Value} < ۰/۰۱$ ) می توان چنین ادعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین بین ویژگی ها و توانایی های کارآفرین بر نرخ رشد اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر حاکی از آنست که رابطه بین دو متغیر مذکور قوی و جهت آن مستقیم و مثبت است.

❖ فرضیه چهارم

به نظر می رسد شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی موثر است.  
 $H_0$ : شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی تأثیر ندارد.  
 $H_1$ : شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی تأثیر دارد.

جدول ۱۳ - ضریب اسپیرمن فرضیه چهارم

| ردیف | متغیر                                       | مقدار آماره اسپیرمن | P-Value | جمع |
|------|---|---------------------|---------|-----|
| ۱    | شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی | ۰/۵۸۰               | ۰/۰۰۰   | ۲۳۰ |

در جدول فوق رابطه بین شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی با توجه به نظرات ۲۳۰ نفر از افراد نمونه سنجیده شده است. چنانچه ملاحظه می شود با توجه به مقدار آماره اسپیرمن (۰/۵۸۰) و سطح خطای حاصل شده کمتر از ۰/۰۱ (P-۱) می توان چنین اذعان نمود که رابطه میان متغیرهای فوق در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنی دار است. به عبارت دیگر فرض صفر رد می شود و فرض محقق پذیرفته می شود بنابراین بین شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر حاکی از آنست که رابطه بین دو متغیر مذکور قوی و جهت آن مستقیم و مثبت است.

#### ❖ جدول ضریب همبستگی تاوی - بی کندال:

ضریب همبستگی کندال به یک ضریب متقارن معروف است و مانند همبستگی اسپیرمن برای برای صفات مرتب شده (یا رتبه داد شده) به کار می رود. بنابراین، همبستگی تاوی - بی کندال شدت همبستگی دو متغیر ترتیبی، و یا یک متغیر ترتیبی و دیگری متغیر فاصله ای را می سنجد. در همبستگی تاوی - کندال، از تعداد توافقی ها در رتبه بندی ها برای محاسبه ضریب همبستگی استفاده می نماییم. (صفری و حبیب پور ۱۳۸۸: ۴۶۲)

#### آزمون فرضیات:

فرضیه اول : کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی نقش بزرگی ایفا می کند.

جدول ۱۴ - ضریب همبستگی تاوی - بی کندال

| ردیف | متغیر                        | Kendall s tau-b | P-Value | جمع |
|------|------------------------------|-----------------|---------|-----|
| ۱    | کارآفرینی بر نرخ رشد اقتصادی | ۰/۵۰۵           | ۰/۰۰۰   | ۳۲۰ |

نتایج جدول حاکی از آن است که با توجه به مقدار ضریب همبستگی تاوی - بی کندال (۰/۵۰۵)، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی وجود دارد. همچنین میزان رابطه بین دو متغیر کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی در حد تقریباً متوسط می باشد. فرضیه دوم : غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی موثر است.

جدول ۱۵ - ضریب همبستگی تاوی - بی کندال

| ردیف | متغیر  | Kendall s tau-b | P-Value | جمع |
|------|--|-----------------|---------|-----|
| ۱    | غایت اصلی و نهایی کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی | ۰/۲۹۲           | ۰/۰۰۰   | ۳۲۰ |

نتایج جدول حاکی از آن است که با توجه به مقدار ضریب همبستگی تاوی - بی کندال (۰/۲۹۲)، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر غایت اصلی و نهایی کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی وجود دارد. همچنین میزان رابطه بین دو متغیر غایت اصلی و نهایی کارآفرینی و نرخ رشد اقتصادی در حد تقریباً متوسط می باشد.

فرضیه سوم : ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی نقش بزرگی ایفا می کند.

جدول ۱۶- ضریب همبستگی تاوی-بی کندال

| ردیف | متغیر  | Kendall s tau-b | P-Value | جمع |
|------|--|-----------------|---------|-----|
| ۱    | ویژگی ها و توانایی های کارآفرین در نرخ رشد اقتصادی | ۰/۲۸۷           | ۰/۰۰۰   | ۳۲۰ |

نتایج جدول حاکی از آن است که با توجه به مقدار ضریب همبستگی تاوی-بی کندال (۰/۲۸۷)، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر ویژگی ها و توانایی های کارآفرین و نرخ رشد اقتصادی وجود دارد. همچنین میزان رابطه بین دو متغیر ویژگی ها و توانایی های کارآفرین و نرخ رشد اقتصادی در حد تقریباً متوسط می باشد.

فرضیه چهارم : شرایط عدم اطمینان بازار بر فرآیند کارآفرینی موثر است.

جدول ۱۷- ضریب همبستگی تاوی-بی کندال

| ردیف | متغیر                                      | Kendall s tau-b | P-Value | جمع |
|------|--|-----------------|---------|-----|
| ۱    | شرایط عدم اطمینان بازار و فرآیند کارآفرینی | ۰/۱۷۷           | ۰/۰۰۰   | ۳۲۰ |

#### تفسیر جدول:

نتایج جدول حاکی از آن است که با توجه به مقدار ضریب همبستگی تاوی-بی کندال (۰/۱۷۷)، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ رابطه آماری معنی داری بین دو متغیر شرایط عدم اطمینان بازار و فرآیند کارآفرینی وجود دارد. همچنین میزان رابطه بین دو متغیر شرایط عدم اطمینان بازار و فرآیند کارآفرینی در حد تقریباً متوسط می باشد.

#### ۶. نتیجه گیری

در عصر حاضر، کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا، موتور رشد اقتصادی محسوب می شوند و بسیاری از دولت ها اعم از توسعه یافته، در حال توسعه یا توسعه نیافته، افزایش میزان کارآفرینی را در سیاست های کلان خود پیگیری می کنند. این در حالی است که در بسیاری از موارد ارتباط دقیق میان کارآفرینی و رشد اقتصادی، به علت عدم وجود رابطه مستقیم، دقیقاً درک نشده است. دلیل این عدم ارتباط مستقیم این است که این دو چندین قدم علی و معلولی از یکدیگر فاصله دارند و متغیرهای کارآفرینی و رشد اقتصادی در سطوح تحلیلی متفاوت (فردی<sup>۶</sup> در مقابل کلان) مطرح هستند که این مساله تشخیص رابطه بین این دو را دشوار می کند. بنابراین پیش از هر گونه سیاست گذاری و سرمایه گذاری در راستای توسعه کارآفرینی در جامعه، نیاز است که مشخص شود که دقیقاً آنها چه نقش های مثبت یا منفی بر توسعه اقتصادی کشور ایفا می کنند. یکی از مهم ترین شاخص های توسعه اقتصادی یک کشور نرخ رشد اقتصادی آن است که به طور معمول با نرخ رشد سالانه تولید ناخالص داخلی (GDP) اندازه گیری می شود.

بسیاری از اقتصاددانان و سیاست مداران بر این عقیده اند که کارآفرینی بر رشد تولید ناخالص داخلی GDP اثر مثبت دارد. بطور کلی در نظریه های اقتصادی، رشد اقتصادی در نتیجه طیف وسیعی از عوامل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از جمله موارد زیر ایجاد می شود:

- انباشت سرمایه فیزیکی و انسانی

<sup>۶</sup>- individual



- تعامل میان سرمایه گذاری مؤسسات خصوصی و دولتی و اقتصاد خارجی
- اتخاذ ایده‌های جدید و انباشت دانش تکنولوژیک

فعالیت های کارآفرینی می تواند به عنوان عوامل کلیدی ارتقاء رشد و افزایش بهره وری دیده شوند. بر اساس این دیدگاه، موفقیت اقتصادی و رقابت پذیری حاصل ترکیب محیط مساعد کارآفرینی، رفتار نوآورانه و ایجاد ترکیب جدیدی از عوامل تولید است که تبدیل به موتور رشد اقتصادی می‌شوند.

#### ❖ کانال‌های اثرگذاری کارآفرینی بر رشد اقتصادی

به عقیده آدرچ و توریک سه مسیر برای اثرگذاری کارآفرینی بر رشد اقتصادی وجود دارد:

##### کانال اول: ایجاد سرریز دانش

در نظریه های نوین رشد، زمانی که اقتصاد به حالت پایدار دست یابد، رشد درآمد سرانه تنها از طریق رشد دانش میسر خواهد بود و این امر، منجر به ظهور تکنولوژی های تولید کارا تر و بهره وری بیشتر می گردد. رومر در فرمول بندی جدید خود از رشد (۱۹۸۶)، انباشت و سرریز دانش را مبنای رشد درونزای یک اقتصاد می داند. وی در درجه اول دانش را به عنوان سرریزی از سطح انباشت سرمایه، و سپس سرریزی از انباشت دانش می‌داند.

##### کانال دوم: افزایش رقابت

افزایش تعداد بنگاه‌ها نه تنها موجب افزایش رقابت در اتخاذ ایده‌های جدید می شود، بلکه رقابت بیشتر بین بنگاه‌ها، سبب تسهیل ورود بنگاه های جدیدی می شود؛ که در زمینه تولید محصول خاص جدیدی، تخصص دارند. کارآفرینان از طریق افزایش رقابت، بهره وری را افزایش می‌دهند. آنها از طریق معرفی گونه‌های محصولات و خدمات موجود در بازار، دانش ما را افزایش می‌دهند. در نتیجه، انتخاب بهترین ترکیب های بازار محصول میسر می شود. در این فرآیند، سرریزهای دانش نقش مهمی را بازی می‌کنند.

##### کانال سوم: ارائه تنوع و نوآوری

شومپتر در مطالعات اولیه خود (۱۹۱۱)، مفهوم کارآفرینی را در قالب نوآوری، به عنوان نقش کلیدی در پیشبرد توسعه اقتصادی، وارد کرد. فعالیت‌های نوآورانه کارآفرینان با ایجاد اختلالات ثابت به یک سیستم اقتصادی در حال تعادل و ایجاد فرصت‌ها برای منافع اقتصادی، روند تخریب خلاق را به جلو می‌برد. در تنظیم تعادل، نوآوری‌های دیگری ایجاد شده و کارآفرینان بیشتری وارد سیستم اقتصادی می‌شوند. به این ترتیب، نظریه شومپتر پیش بینی می کند، افزایش تعداد کارآفرینان منجر به افزایش رشد اقتصادی می شود. مطابق نظریه شومپتر، در جریان پیشرفت ادبیات اقتصادی تجربی، نوآوری به عنوان یک منبع رشد اقتصادی شناخته شده است.

لذا این مطالعه با هدف بررسی نقش کارآفرینی در نرخ رشد اقتصادی با تاکید بر شرایط عدم اطمینان بازار انجام گردیده است. این تحقیق از جمله تحقیقات توصیفی - همبستگی است و از نظر طبقه بندی روش، از نوع پیمایشی (زمینه یابی) می باشد. مسأله این است که آیا همبستگی مثبتی بین افزایش نرخ رشد اقتصادی و کار آفرینی وجود دارد؟ به بیان دیگر آیا کندی نرخ رشد اقتصادی کشور ها را می توان به توسعه نیافتگی کارآفرینی نسبت داد؟ در این چارچوب بررسی رابطه توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی اهمیت می یابد. بی تردید کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است که بدون آن هیچ کشوری نمیتواند به توسعه اقتصادی دست یابد. بنابراین آیا کارآفرینی اساسا برای رشد اقتصادی امر مفیدی محسوب می‌شود یا خیر؟

کارآفرینان، همان گونه که شناخته می‌شوند، می‌توانند تاثیرات مثبت گوناگونی بر رشد اقتصادی کشورها بر جای بگذارند. این مهم تنها در صورتی میسر می‌شود که بسترهای لازم جهت نوآوری، رشد کمی و کیفی این شرکت‌های نوپا در سطح جامعه فراهم شود. فراهم نمودن بسترهای لازم بیشتر به نقش دولت، نهادهای قانون گذاری و نهادهای سیاست گذاری و اجرایی برمی گردد که می‌تواند با حمایت از کارآفرینان و شرکت‌های کوچک زمینه مناسب برای رشد و نمو آنها را به وجود آورد. محققان طی تحقیقات اخیر با تحلیل داده‌ها در کشورهای مختلف به این نتیجه رسیده‌اند که کشورهای با اقتصاد توسعه یافته، به علت داشتن زیرساخت‌ها و نهادهای سیاست گذاری و حمایتی مورد نیاز، از وجود کارآفرینان سود می‌برند. با این همه نرخ کارآفرینی

در این کشورها به طور عمومی پایین است (بین ۳ تا ۵ درصد کل نیروی کار) به استثنای ایالات متحده که نرخ کارآفرینی بالا (حدود ۵/۸ درصد کل نیروی کار) نسبت به کشورهای توسعه یافته دیگر دارد. از علل عدم گرایش افراد به کارآفرینی در این کشورها وجود فرصت‌های شغلی گوناگون و جذاب و همچنین امنیت اجتماعی بالا (مانند حقوق بیکاری مکفی) است که افراد را نسبت به ایجاد کسب‌وکار جدید که نیازمند مسوولیت‌پذیری و تحمل فشار کاری زیاد است، بی‌میل می‌نماید. در کشورهای در حال توسعه اما وضع کاملاً برعکس است و اقتصاد فرصت‌های کاری متنوع و جذاب زیادی را برای افراد ایجاد نمی‌کند. لذا از یک طرف نرخ بیکاری در این کشورها معمولاً بالا بوده و از طرف دیگر به علت عدم وجود امنیت اجتماعی بالا (حقوق بیکاری ناچیز)، افراد مجبور به کسب درآمد از طرق دیگر می‌شوند که در این شرایط درصد بالایی از افراد به کارآفرینی روی می‌آورند (بین ۶ تا حدود ۱۲ درصد کل نیروی کار). همان‌طور که داده‌ها و تحلیل‌های ۱۵ سال اخیر کشورهای مختلف شرکت‌کننده در مطالعه جهانی کارآفرینی<sup>۷</sup> نیز تایید می‌کنند، نرخ کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه، برخلاف تصور عمومی، بسیار بالاتر از نرخ کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته است. اما معما اینجا است که چرا این نرخ بالا منجر به رشد سریع اقتصادی در این کشورها نشده است، بلکه حتی در مواردی منجر به کندتر شدن رشد اقتصادی نیز شده است.

#### ❖ فازهای توسعه اقتصادی و تاثیر کارآفرینان بر اقتصاد

محققان حوزه کارآفرینی و حوزه اقتصاد توسعه استدلال می‌کنند که به طور کلی ۳ مرحله توسعه اقتصادی وجود دارد و کشورها باید در راستای تحقق توسعه یافتگی از مراحل ۱ و ۲ عبور کنند تا به اقتصادی توسعه یافته تبدیل شوند:

۱- اقتصاد مبتنی بر کشاورزی و شرکت‌های تولیدی کوچک با ارزش افزوده ناچیز

۲- اقتصاد تولید انبوه با تاکید بر کارایی<sup>۸</sup> و صرفه مقیاس<sup>۹</sup>

۳- اقتصاد دانش محور مبتنی بر نوآوری و تکنولوژی.

همانگونه که تا حدودی مشخص است، کارآفرینان در فاز سوم یعنی اقتصاد مبتنی بر نوآوری تاثیر مثبت بر رشد و توسعه اقتصادی ایفا می‌کنند، چرا که نهادهای دولتی و بسترهای حمایتی در این کشورها، خلاقیت و توانایی ارائه محصولات (یا خدمات) جدید را در شرکت‌های نوپا با ایده‌های بکر تقویت کرده‌اند.

شومپتر در این زمینه (۱۹۴۷: ۱۴۹) بیش از سایر اقتصاددانان، درباره کارکرد اقتصادی ویژه کارآفرین صحبت می‌کند: «فرد مبتکر، ایده تولید می‌کند و کارآفرین کارها را عملی می‌کند»، یک ایده یا مسئله علمی به خودی خود هیچ ارزشی برای عمل اقتصادی ندارد». این دیدگاه که کارآفرین می‌تواند نقش مهمی در یک اقتصاد دانش‌محور داشته باشد، موجب شکل‌گیری آگاهی متعارف می‌شود. مثلاً گالبریت<sup>۱۰</sup> (۱۹۶۷)، ویلیامسون<sup>۱۱</sup> (۱۹۶۸) و چندلر<sup>۱۲</sup> (۱۹۷۷) معتقدند بهره‌برداری شرکت‌های بزرگ از صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، ناگزیر به موتور اصلی محرک نوآوری‌ها و تغییر فناورانه تبدیل خواهد شد.

در فاز دوم که لزوم تولید انبوه و طبعاً حضور شرکت‌های بزرگ احساس می‌شود، نیاز اصلی به مدیران توانمند بیشتر است تا بتوانند شرکت‌های بزرگ را در رشد کسب‌وکار و افزایش صادرات یاری دهند. این در حالی است که در کشورهای در حال توسعه در فاز اول یعنی اقتصاد کشاورزی، انبوه کارآفرینان در حقیقت به علت عدم وجود فرصت‌های شغلی جذاب به تاسیس

<sup>۷</sup> - Global Entrepreneurship Monitor

<sup>۸</sup> - efficiency

<sup>۹</sup> - economies of scale

<sup>۱۰</sup> - Galbraith

<sup>۱۱</sup> - Williamson

<sup>۱۲</sup> - Chandler

شرکت و کسب و کار خود روی آورده‌اند و تاثیر چندانی بر نوآوری، تولید ارزش افزوده بالا و رشد اقتصادی ندارند. ایران طبق این طبقه بندی بین مرحله ۱ و ۲ یعنی در حال گذار از اقتصاد کشاورزی به اقتصاد تولید انبوه قرار می‌گیرد که از این منظر اهمیت کارآفرینان و شرکت‌های کوچک می‌تواند محل سوال و تردید قرار گیرد.

#### ❖ نقش‌های بالقوه کارآفرینی در رشد اقتصادی

در زمینه مراحل توسعه اقتصادی، می‌توان این پرسش را مطرح کرد که چگونه کارآفرینان به طور کلی می‌توانند در توسعه اقتصادی نقش ایفا کنند؟

محققان سه نقش برای کارآفرینان در رشد اقتصادی بر می‌شمرند:

**۱- نوآوری:** کارآفرینان و شرکت‌های کوچک با معرفی محصولات یا خدمات جدید آنگونه که شومپیتر توضیح می‌دهد، تعادل بازار را به هم می‌زنند، شرکت‌های بزرگ اما غیررقابتی را با افت سود و حتی در مواردی خروج از بازار مواجه می‌کنند و برای مدتی محدود بازار انحصاری با سودآوری بالا برای خود ایجاد می‌کنند. این بازار انحصاری در نهایت با انتقال دانش به شرکت‌های دیگر و کپی برداری توسط آنها از میان می‌رود و بازار به نقطه تعادل جدید عرضه و تقاضا با سود اندک می‌رسد. در این فرآیند، کارآفرینان برای معرفی محصول یا خدمت جدید و رقابتی نیاز به خلق دانش جدید یا انتقال دانش (تئوریک) از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به حوزه خود و بهره برداری از آن دارند که در نهایت منجر به نوآوری در بازار، فروش بیشتر، محصول بهتر و خلق ثروت برای کارآفرین و جامعه می‌شود.

**۲- ایجاد شغل:** برخلاف تصور عمومی، محققان نشان داده‌اند که شرکت‌های کوچک، به خصوص در اقتصادهای توسعه یافته، بسیار بیشتر از شرکت‌های بزرگ فرصت‌های شغلی ایجاد می‌کنند. به‌رغم این یافته، فرصت‌های شغلی در شرکت‌های کوچک نیز راحت‌تر از دست می‌رود و عدم ثبات شغلی در این شرکت‌ها باعث می‌شود که استخدام و اخراج در این شرکت‌ها دینامیک‌تر باشد. با این همه، شرکت‌های کوچک به دلیل نوآوری و فرصت‌های رشد بیشتر، توانایی جذب نیروی کار بیشتری از بازار کار دارند که این نکته باعث کاهش نرخ بیکاری در کشورها و استفاده از استعدادهای متقاضیان کار در سطح کشور شده و منجر به بالا رفتن سطح درآمد، مصرف و در نهایت رشد اقتصادی شود.

**۳- ایجاد رقابت در صنایع:** حضور شرکت‌های کوچک و نوپا در بازار شرکت‌های بزرگ و بالغ سبب ایجاد رقابت می‌شود که این امر سبب جابه‌جا شدن ارزش افزوده محصولات به سمت مشتریان از طریق کاهش قیمت، افزایش کیفیت محصولات یا ارائه محصولات جدید و متنوع می‌شود. به علاوه حضور کارآفرینان موانع ورود به آن بازار را برای دیگر رقبای بالقوه، به علت انتقال دانش به شرکت‌ها و شکسته شدن انحصار تکنولوژی، به طرز قابل توجهی کاهش می‌دهد که تاثیرات بلندمدت‌تر بر رقابت پذیری صنعت مربوطه دارد.

## مراجع

۱. احسانی، م ع؛ کشاورز، ه؛ کشاورز، م (۱۳۹۶) "تأثیر سیاست‌های پولی و مالی بر نوسانات اشتغال با تأکید بر اشتغال بخش خصوصی". فصلنامه پژوهش های رشد توسعه اقتصادی. مقاله ۵۲، دوره ۷، شماره ۲۶، بهار ۱۳۹۶، صفحه ۱۱۳-۱۲۴
۲. بابایی هزه جان، م؛ پیران‌نژاد، ع؛ امیری، م (۱۳۹۵) "شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)". دوره ۵، شماره ۱۷ - ( زمستان ۱۳۹۵ ). جلد ۵ شماره ۱۷ صفحات ۸۳-۹۹.
۳. صوفیه، ج (۱۳۹۰) "کارآفرینی فناورانه"، ماهنامه دنیای مخابرات و ارتباطات شماره ۹۰.
۴. ولادی، م و ستایش، ه (۱۳۹۲) "مطالعه آثار سیاست‌های مالی بر تولید، اشتغال و درآمد خانوارها در ایران: رهیافت مدل تعادل عمومی". فصلنامه علمی و پژوهشی برنامه‌ریزی و بودجه، دوره ۱۹، شماره ۱، ۸۵-۱۰۹.
۵. ناهید، م (۱۳۸۸) "چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه"، مجله بررسی های بازرگانی شماره ۳۴.
۶. María S; Castaño, M; Teresa Méndez ,M (۲۰۱۶) "*The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth*", Volume ۶۹, Issue ۱۱, November ۲۰۱۶, Pages ۵۲۸۰-۵۲۸۵
۷. Maribel,G; James A.Cunningham, D (۲۰۱۵) "*Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom*". Volume ۴۴, Issue ۳, April ۲۰۱۵, Pages ۷۴۸-۷۶۴