

ارزیابی و تحلیل محیط فرهنگی و اجتماعی اکوسیستم کارآفرینی با رویکرد PFB^۱

* علی کارشناسان * آسیه نژاد طاهری

* استادیار علوم اقتصادی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، گلستان، ایران.

karshenasan@gonbad.ac.ir

** دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، علی آباد کتول، گلستان، ایران.

nejadtaheri7@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵

چکیده

هدف این پژوهش، تحلیل تجربی تأثیر محیط فرهنگی و اجتماعی به عنوان یکی از ارکان اکوسیستم کارآفرینی بر عملکرد کسب و کار و توسعه کارآفرینی در ایران است. داده‌های مورد استفاده از پایگاه دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) در سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۰ گردآوری شده است. روش پژوهش مبتنی بر تکنیک "مجازات تنگناها" (Penalty for Bottleneck - PFB)، است که بر نظریه‌های ضعیف‌ترین پیوند و نظریه قیود استوار می‌باشد. هدف اصلی، شناسایی تنگناهای محیط فرهنگی کارآفرینی و اولویت‌بندی آن‌ها به منظور تمرکز سیاست‌های بهبود است. یافته‌ها نشان می‌دهد که رکن «سهولت راه‌اندازی کسب و کار» به عنوان ضعیف‌ترین رکن (تنگنا) عمل کرده است و بیشترین مجازات را به ترتیب بر ارکان «منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان»، «توجه رسانه‌ای به کارآفرینی» و «درک قابلیت‌های کارآفرینانه» اعمال می‌کند. همچنین، بین سطح توسعه‌یافتگی محیط فرهنگی و کارایی اکوسیستم رابطه مستقیمی وجود ندارد. بلکه همگنی و تعادل میان ارکان، عامل اصلی کارایی اکوسیستم فرهنگی کارآفرینی است. محاسبات نشان می‌دهد کارایی اکوسیستم فرهنگی ایران پس از اعمال مجازات، از ۲۴/۵۶٪ به ۹۶/۶۱٪ افزایش می‌یابد که بیانگر تأثیر قابل توجه رفع تنگناهاست. نتیجه نهایی اینکه سیاست‌های بهینه توسعه کارآفرینی باید به جای تمرکز بر ارکان قوی، به سمت بهبود ضعیف‌ترین ارکان (تنگناها) جهت‌گیری کنند تا ضمن افزایش تعادل، کارایی کل اکوسیستم فرهنگی بهبود یابد. این پژوهش از نظر روش‌شناسی، نوآورانه بوده و شکاف ادبیات تجربی در زمینه ارزیابی سیستمی فرهنگ کارآفرینی در ایران را پر می‌کند.

واژه‌های کلیدی: اکوسیستم کارآفرینی، محیط فرهنگی کارآفرینی، الگوی مجازات تنگنا^۲ PFB، دیده بان جهانی کارآفرینی^۳.

نوع مقاله: پژوهشی

۱. Penalty for Bottleneck

۲. Penalty for Bottlencks

۳. Global Entrepreneurship Monitor



۱- مقدمه

در ادبیات اقتصادی معاصر، گذار از ساختار اقتصاد دولتی به اقتصاد کارآفرینانه یکی از موضوعات محوری ادبیات اقتصادی است که بر نقش شرکت‌های کوچک و متوسط نوآور در مسیر رشد و توسعه اقتصادی تاکید می‌کند (پیتر دراگر، ۱۹۸۵). بر اساس نظریات جوزف شومپیتر (۱۹۳۴)، ویلیام بامول (۱۹۹۰) و پیتر دراگر (۱۹۸۰)، تاکید بر نوآوری، تخریب خلاق و راه‌های نوآورانه برای مسائل و موانع، مفهوم اقتصاد کارآفرینانه را به عنوان راهبرد توسعه اقتصادی جوامع متحول نموده است. در عین حال، مایکل پورتر ۱۹۹۰ در کتاب مزیت رقابتی بر نقش و اهمیت محیط رقابتی بر عملکرد کسب و کارها تاکید می‌کند. ۵ عامل کلیدی رقابت درون صنعت شامل: قدرت چانه زنی تامین‌کنندگان، قدرت چانه‌زنی خریداران، تهدید ورود رقبای جدید و تهدید کالاهای جانشین، بر مزیت رقابتی یک کسب و کار تعیین‌کننده هستند. نظریه شین^۱ (۲۰۰۳) بر مفهوم شناسایی فرصت‌های کسب و کار تاکید دارد. دیده بان جهانی کارآفرینی به عنوان کنسرسیوم بین‌المللی رصد و ثبت اطلاعات کسب و کارها و کارآفرینی در کشورهای مختلف جهان، متدولوژی محیط کسب و کار خود را مبتنی بر نظریه شین در ابعاد مختلف اکوسیستم کارآفرینی شامل: محیط حقوقی، محیط اقتصادی و مالی، محیط اجتماعی و سیاسی و محیط فرهنگی ارزیابی و مورد سنجش قرار می‌دهد و تاثیر آنها بر توانایی کسب و کارها در ایجاد مزیت رقابتی را گزارش می‌دهد.

در حالی که دیدگاه کلی درباره کارآفرینی دارای یک پیشینه تاریخی طولانی است (ادرسچ و بلیتسکی ۲۰۱۶، هورف و بیگراو، ۱۹۹۲، پارک ۲۰۰۵)، لکن، به شناسایی و ارتباط میان عناصر یک سیستم کارآفرینی در ادبیات علمی، توجه کمتری شده است. به عنوان مثال، تحولات اخیر در ادبیات مربوط به اکوسیستم کارآفرینی (آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ میسون و براون ۲۰۱۴؛ استام، ۲۰۱۵؛ استانگلر^۲ و بل مسترسون^۳ ۲۰۱۵) اغلب بر شناسایی عناصر سیستم تمرکز

داشته‌اند، ولی توجه به ارتباط میان این عناصر را نادیده گرفته‌اند. با توجه به این شکاف، ایسز و آیتو^۴ در سال ۲۰۱۴، روش متشکل از Penalty for Bottleneck (PFB) را ارائه دادند. (سیزر و همکاران، ۲۰۱۶) و به تعامل میان عناصر و ارکان ۱۴ گانه شاخص GEI^۵ در مطالعات خود پرداخته‌اند.

کارآفرینی و فعالیت‌های مرتبط با آن در خلأ رخ نمی‌دهد بلکه متأثر از زیست بوم کارآفرینی و کسب و کار در جامعه می‌باشد. در واقع عوامل محیطی مانند عوامل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در خلق کسب و کار جدید و محیط کارآفرینانه، نقش کلیدی دارند.

بنابراین و با توجه به آن که کارآفرینی یک پدیده سیستمی است که بروز آن مستلزم وجود و هماهنگی لازم میان بازیگران و نهادهای مناسب برای فعالیت کارآفرینانه است، علاوه بر امتیاز کلی اکوسیستم، بررسی و مقایسه میان اجزا و ارکان آن نیز بسیار حائز اهمیت است. در این راستا هدف از مطالعه حاضر تحلیل تجربی چگونگی تاثیر ارکان اکوسیستم فرهنگی کارآفرینی شامل، ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه و ادراک کارآفرینانه بر شاخص محیط فرهنگی و اجتماعی و توسعه کارآفرینی است. در عین حال تعامل متقابل و ایجاد تعادل در بین مؤلفه‌های ارکان اکوسیستم فرهنگی، می‌تواند ضمن کاهش شکاف تنگناهای موجود، بهبود کارایی اکوسیستمی و شرایط محیطی مساعد و مطلوب توسعه فرهنگ کارآفرینانه را فراهم سازد.

نقش ابعاد فرهنگی و اجتماعی محیط بر ویژگی‌های شخصیتی افراد، توسط روانشناسان و جامعه‌شناسان تاکید شده است. بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی نیز عوامل متعددی دخیل هستند که ضروری است جهت سیاستگذاری بهینه، درجه تاثیرگذاری هریک از آنان تحلیل شود. از این رو در مطالعه حاضر با عنایت به آن که کارآفرینی ماهیتی رفتاری دارد و با تاکید بر این موضوع که پویایی کارآفرینی در هر کشور مبتنی بر خصلت‌ها و ویژگی‌های رفتاری افراد جامعه قرار دارد، به تحلیل ابعاد فرهنگی محیط کسب و کار می‌پردازد.

1. Shane

2. Stangler

3. Bell-Masterson

4. Autio

5. Global Entrepreneurship Index



رکن محیط فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی مورد ارزیابی قرار گیرد، تا ضعیف‌ترین مولفه‌ها شناسایی و معرفی گردد، بر این اساس سیاست‌گذاری مطلوب در راستای تقویت و بهبود محیط فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی اتخاذ گردد. انتظار اینست ضمن شناسایی و اصلاح ضعیف‌ترین مولفه‌های محیط فرهنگی کارآفرینی می‌توان اکوسیستم فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی را ارتقا داد. با توجه به اهمیت حوزه فرهنگ‌سازی در تقویت تولید و توسعه کارآفرینی به عنوان پشتیبان اساسی رشد و توسعه اقتصادی، پس از بررسی اجمالی مطالعات صورت گرفته در شبکه تولیدات علمی کشور، مساله شناسایی و تجزیه و تحلیل اجزای اکوسیستم فرهنگی کارآفرینی در ایران بصورت روشمند و هدفمند در راستای شاخص سازی و ارزیابی کمتر مورد توجه محققین قرار گرفته است. در راستای پر کردن این خلا در ادبیات تجربی توسعه کارآفرینی در کشور، با نوآوری در روش شناسی، پژوهش حاضر تلاش می‌کند بصورت تجربی و با کمک داده‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران که توسط تیم پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ در ایران بواسطه رصد میدانی از نخبگان و فعالین فضای کسب و کار کشور گردآوری شده است مطالعه تحلیلی ارائه کند.

انتظار می‌رود نتایج حاصل از این پژوهش که به شناسایی ضعف‌ها و موانع موجود و محاسبه میزان کارایی در محیط فرهنگی کارآفرینی ایران پرداخته است؛ با اجرای سیاست‌های متناسب و تصمیم‌سازی بهینه، ضمن بهبود و رفع موانع موجود با ایجاد اکوسیستمی هماهنگ و متعادل، کمک شایانی به افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های مداخلاتی سیاسی مرتبط با محیط فرهنگی کارآفرینانه‌ی کشور نماید.

در ادامه چارچوب پژوهش حاضر شامل بخش‌های زیر ارائه می‌گردد: ابتدا بخش مروری بر مبانی نظری ارائه می‌شود و سپس پیشینه پژوهش می‌آید. در بخش بعدی روش تحقیق که با معرفی جامعه آماری و نحوه گردآوری اطلاعات پژوهش، روش‌شناسی تجربی اجرای پژوهش تبیین می‌گردد.

با توجه به افزایش سهم بخش خدمات از کل اقتصاد کشورها در کنار تحولات عمیق فناوری در حوزه‌های اقتصاد دیجیتال و کسب و کارهای هوشمند و مبتنی بر بسترهای فناوری اطلاعات که سهم آنها در خلق ارزش از کل کسب و کارهای سنتی و موجود به شدت در حال افزایش است. این حاکی از اهمیت توجه به حکمرانی اقتصاد کارآفرینی است. فلذا توجه کافی به اکوسیستم کارآفرینی و ابعاد و ارکان آن ضرورت غیر قابل اجتناب جامعه آینده بشر است.

در حال حاضر پژوهشگران حوزه سیاست‌گذاری راهبرد توسعه کارآفرینی، به این اجماع رسیده‌اند که کشورها نیازمند تعداد زیاد کارآفرین (به معنای کسب و کار جدید یا خود اشتغالی) نیستند؛ بلکه نیازمند اکوسیستم کارآفرینی خوب و کیفی هستند تا ضمن انگیزش و ترقیب کارآفرینی، علاوه بر کمیت، بر کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه نیز تاثیر گذاشته و از این طریق با بهبود ارزش افزوده فعالیت‌های فناورانه و نوآورانه به خلق ثروت شتابان و جهش تولید دست یابند. این در حالی است که اطلاعات جمعیتی و فرهنگی کشور و همچنین رتبه‌های جهانی در حوزه‌ی اقتصاد و توسعه کارآفرینی بیانگر وضعیت نه چندان مطلوب ایران در این زمینه می‌باشد.

با توجه به تاثیر نافذ و فراگیر فرهنگ بر کارآفرینی و نقش فرهنگ در شکل دادن به رفتارهای کارآفرینانه افراد جامعه، لوتجه و فرانک (۲۰۰۷) خاطر نشان نند که قصد کارآفرینی با ارزش‌های فرهنگی در ارتباط است و حمایت و موانع ادراک شده در شکل‌گیری آن موثر است. در واقع قصد کارآفرینی یک فرد می‌تواند به وسیله تصورات و برداشت‌های شخصی او از موانع و حمایت‌های موجود در زمینه شروع یک کسب و کار و همچنین ارزش‌های فرهنگی و محیطی متاثر شود که او در آن قرار گرفته است. (پیت وی و کپ ۲۰۰۷) فلذا با توجه به ضرورت و اهمیت پرداختن به مقوله اکوسیستم کارآفرینی، به منظور طراحی و تدوین محیط کسب و کار مساعد تولید و کارآفرینی و همچنین اصلاح ساختارهای نهادی و ترتیبات ناهنجار و موانع کارآفرینی، در این پژوهش مطالعه تجربی و بحث و تحلیل یکی از ارکان اکوسیستم کارآفرینی شامل محیط فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی هدف‌گذاری شده است. تا در این راستا مولفه‌های

۱. GEM, Global Entrepreneurship Monitor



بخش بعدی گزارش نتایج و یافته‌های تجربی است و نهایتاً بخش نتیجه‌گیری و بحث و تحلیل یافته‌ها خواهد بود.

۲- مروری بر مبانی نظری

۲-۱- رویکرد اکوسیستم کارآفرینی

یکی از ارکان اکوسیستم کارآفرینی رکن بستر فرهنگی کارآفرینی است که به ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای یک جامعه نسبت به کارآفرینی مربوط می‌باشد و شامل حوزه‌های زیر است: ۱- ریسک‌پذیری: فرهنگی که حمایت گر یا مشوق ریسک‌پذیری یا پذیرش شکست به عنوان بعد طبیعی فرآیند کارآفرینانه است. ۲- نوآوری: فرهنگی که به خلاقیت و نوآوری ارزش قائل می‌شود و به توسعه ایده‌های جدید یا محصولات نوین تشویق می‌کند. ۳- طرز فکر کارآفرینانه: فرهنگی که ترویج دهنده یک طرز تفکر و الگوی ذهنی کارآفرینانه است، که شامل تمایل و گرایش به شناسایی و تشخیص فرصت‌های کسب و کار و کارآفرینی، اجرای اقدامات عملی در این راستا و پذیرش تغییر است. ۴- همکاری و تشریک مساعی: فرهنگی که به همکاری و تشریک مساعی و شبکه‌سازی ارزش قائل است، و از اشتراک دانش و منابع بین کارآفرینان حمایت می‌کند. ۵- حمایت از کارآفرینی: فرهنگی که اهمیت کارآفرینی در هدایت رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال و برای کارآفرینان حمایت‌ها و منابع را تامین می‌کند.

رکن فرهنگی اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند در ایجاد یک محیطی که فعالیت‌های کارآفرینی را تسریع می‌بخشد و مشوق افراد در ادامه آمال و اهداف کارآفرینانه‌شان می‌باشد که در نگرش و رفتار افراد نسبت به کارآفرینی موثر بوده و در شکل‌گیری اکوسیستم کلی کارآفرینی یک منطقه و یا صنعتی عمیقاً تاثیرگذار است.

اسپیگل^۱ (۲۰۱۵) اکوسیستم کارآفرینی را ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه می‌داند که از توسعه و رشد نوآوری‌های ابتکاری و تشویق کارآفرینان نوظهور و سایر بازیگران پشتیبانی می‌کند. (استم^۲، ۲۰۱۶)

آن چه مسلم است بر اساس این نگرش هریک از اجزای اکوسیستم تاثیر قابل توجهی بر سرنوشت سایر اجزا داشته و شکست یا موفقیت هر جزء در گرو نحوه عملکرد سایر اجزا می‌باشد. در واقع، نگاه اکوسیستمی به این معناست که کارآفرینی در خلأ شکل نمی‌گیرد و مجموعه‌ای از عوامل باید فراهم شوند تا از دل آن فعالیت کارآفرینی به وقوع بپیوندد. (آیزنبرگ^۳، ۲۰۱۱) بر مبنای این رویکرد، جهان کسب و کار، اکوسیستمی است که اجزای مختلف آن به منظور حفظ و بقای حیات خود نیازمند برقراری ارتباط متقابل بوده و از همین رو به یکدیگر وابسته می‌باشند. (نژادطاهری، کارشناسان ۱۴۰۰)

در واقع تلفیق دو واژه مجزای اکوسیستم و کارآفرینی با یکدیگر، یک واژه جدید به نام اکوسیستم کارآفرینی را خلق می‌کند. جزء نخست این اصطلاح اکوسیستم است که در تفسیر بیولوژیکی این مفهوم، تعامل موجودات زنده با محیط فیزیکی در مرکزیت تعریف قرار دارد. اگرچه استفاده از واژه‌ی اکوسیستم در کنار کارآفرینی باعث دورشدن مفهوم اکوسیستم از معنای تخصصی خود می‌شود اما رویکرد اکوسیستم کارآفرینی تاکید دارد که کارآفرینی در جامعه‌ای از بازیگران متعهد اتفاق می‌افتد. (فریمن و اودیاف^۴، ۲۰۰۶، استم، ۲۰۱۶)

بنابراین، باتوجه به این که کارآفرینی پدیده‌ای مجرد نبوده و در متن اکوسیستم خاص خود اتفاق می‌افتد؛ بدیهی است که اولین قدم برای صورت‌بندی و پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت اکوسیستم کارآفرینی و فضای کسب و کار در سطوح مختلف و تشخیص گلوگاه‌هایی است که مزیت‌های رقابتی کشور را فرسوده می‌کنند. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵) و از آن جایی که تنها در صورت وجود ویژگی‌هایی همچون همگنی، تعادل و هم‌افزایی است که اکوسیستم توان پرورش کارآفرینان موفق را خواهد داشت، لازمه تشخیص و طراحی سیاست‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی توجه به کلیه عناصر (کاستی‌ها یا نقاط قوت) اکوسیستم و شیوه تعاملات آن‌ها است. در چنین نگاهی ضعف در یک مولفه می‌تواند بر عملکرد کلی اکوسیستم

3. Isenberg

4. Freeman, & Audia

1. Spigel, 2015

2. Stam



گیرت هافستد^۱ (۱۹۹۱) که با نظریه پردازی در حوزه ابعاد فرهنگی توسعه سازمان‌ها و چگونگی تاثیر آن بر رفتار کارآفرینی شناخته می‌شود، ابعاد فرهنگی که بر رفتار کارآفرینی موثر می‌باشند را بصورت زیر معرفی می‌کند: فرهنگ فردگرایی (که میل به نوآوری و ریسک‌پذیری را بیشتر می‌کند)، فرهنگ مردسالاری، اجتناب از عدم قطعیت.

همچنین بوردیو (۱۹۸۶) با تاکید بر سرمایه اجتماعی می‌گوید، زمینه فرهنگی تاثیر زیادی بر تشکیل سرمایه اجتماعی و شبکه‌سازی دارد که برای موفقیت کارآفرینان حیاتی است. فرهنگ‌هایی که به اعتماد و روابط ارزش می‌دهند، معمولا شبکه‌هایی با همکاری و اشتراک‌گذاری دانش قوی‌تری دارند که به کارآفرینان کمک می‌کند تا به منابع و اطلاعات دسترسی پیدا کنند. (Bourdieu 1986, Nahapiet & Ghoshal 1998)

ارزش‌های فرهنگی، پویایی‌های همکاری و تشریک مساعی خانوادگی تاثیر عمیقی بر نیت‌های کارآفرینی دارند. تحقیقات نشان می‌دهد که حمایت خانوادگی و نگرش‌های فرهنگی نسبت به کارآفرینی می‌تواند افراد را به راه‌اندازی کسب و کار ترغیب کند، که نشان‌دهنده اهمیت کسب و کارهای خانوادگی در فرهنگ‌های مختلف است (Aldrich & Danes et al, 2009, Cliff, 2003)

نگرش‌های فرهنگی نسبت به شکست تاثیر زیادی به گرایش افراد به کارآفرینی دارد. در فرهنگ‌هایی که شکست به عنوان یک عیب اجتماعی تلقی می‌شود، افراد ممکن است به دلیل ترس از عواقب اجتماعی کمتر به کارآفرینی روی آورند و بر عکس، در فرهنگ‌هایی که شکست به عنوان یک فرصت یادگیری در نظر گرفته می‌شود، تمایل بیشتری به ریسک‌پذیری و نوآوری وجود دارد (Hayward et al, 2006, Branstad et al, 2020)

محیط با تنوع فرهنگی، خلاقیت و نوآوری را در ژرفای کارآفرینی افزایش دهد. تحقیقات نشان می‌دهد که تیم‌های با پس زمینه‌های فرهنگی متنوع ممکن است راه حل‌های خلاقانه‌تری فراهم کنند، و این امر به کسب و کارها کمک می‌کند تا در برابر تغییرات بازار و نیازهای مشتریان سازگار

تاثیر داشته و علی‌رغم وجود نقاط قوت، همانند یک گلوگاه یا تنگنا عمل نماید. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵)

عوامل متعددی توسط محققان، در شکل‌گیری اکوسیستم‌های کارآفرینی شناسایی شده‌اند، داوری و دهقان در مطالعه‌ای مروری برخی از آن‌ها را در جدول ۱ ذکر کرده‌اند.

جدول ۱- عوامل مهم در شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی

عوامل	محقق
فرهنگ، نهاد های رسمی، زیرساخت، فناوری اطلاعات، نیروی کار، قومیت های فرهنگی و تقاضا	Audretsch and Belitski (2016)
دولت، خوشه های صنعتی، شبکه های رسمی و غیر رسمی، حمایت از کارآفرینی	Stam and Spigel (2016)
سیاست ها و قوانین، دانشگاه های دولتی، نهادهای دولتی، نهادهای خصوصی، فرهنگ، سرمایه انسانی، بازار	Arruda et all (2015)
شبکه های اجتماعی، حمایت مالی، دانشگاه، سیاست های اقتصادی	Spigel (2015)
حاکمیت حقوقی، ارزش ها و فرهنگ ها، مهارت کارآفرینی، تحقیق و توسعه، فناوری، توسعه بازارهای مالی، دسترسی به بازار	Kshetri (2014)
بازار، سرمایه انسانی، منابع مالی، سیستم های پشتیبانی، زیرساخت ها، چارچوب قانونی، آموزش و پرورش، دانشگاه ها، فرهنگ	World Economic Forum (2013)
بازار، سرمایه و نیروی انسانی، سرمایه گذاری، سیاست های دولتی و قانونی	Pinelli et all (2013)
پشتیبانی شبکه، دولت، بازار، تامین مالی، ارزش ها، فناوری، اجتماعی، محیط زیستی	Suresh and Ramraj (2012)
فرهنگ، دولت، سرمایه انسانی، سرمایه مالی، بازار، سیاست، پشتیبانی	Isenberg (2011)
دانشگاه، دولت، بخش خصوصی، سرمایه گذاری، بانک ها، مراکز تحقیقاتی، کارآفرینان، شرکت های چند ملیتی، نمایندگان پشتیبان بین المللی، بنیادهای خصوصی	Khalil and Olafsen (2010)
شبکه‌های رسمی، شبکه های غیر رسمی، دولت، پشتیبانی، خدمات تخصصی، دانشگاه-ها، سرمایه گذاری، منبع استعدادها	Cohen (2006)

۱. Geert Hofstede



۲-۲- فرهنگ کارآفرینی

فرهنگ به معنی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهد؛ فرهنگ به عنوان مجموعه‌ای از مفاهیم است که از یک نسل به نسل دیگر منتقل می‌شود و گروه‌های اجتماعی را از یکدیگر متمایز می‌کند. همچنین، هافستد در نظریه مدل فرهنگی و ارزش‌های سازمانی بیان می‌کند که فرهنگ عبارت است از: برنامه‌ریزی گروهی فکری که اعضای یک گروه یا طبقه را از اعضای گروه یا طبقه دیگر متمایز می‌کند. (هافستد،^۸ ۲۰۱۱) بنابراین کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه از مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که اصطلاحاً آن را خرده فرهنگ کارآفرینی می‌نامند (احمد پورداریانی^۹، ۲۰۰۱). اگرچه کارآفرینان ارزش‌ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند؛ ولی فرهنگ کارآفرینی از فرهنگ حاکم بر جامعه متاثر است (موحدی و یعقوبی^۸ ۲۰۱۲) از این رو فرهنگ جامعه می‌تواند بر میزان روحیه کارآفرینی تاثیر بگذارد. (کاسون^۸ ۲۰۰۲) بنابراین، باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های یک جامعه خاص به طور عمده رفتار کارآفرینی افراد در آن جامعه را تعیین می‌کند. (آلوارز و همکاران^۹ ۲۰۱۵) و در نقطه مقابل ترویج فرهنگ رانت‌جویی که خواه خواستگاه درونی یا بیرونی داشته باشد، بر فرهنگ کارآفرینی تاثیر منفی دارد. براساس نظرماکس وبر، کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی است که در آن کارآفرین با اشتیاق و پشتکار درکار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌گردد. او معتقد است که فرهنگ کارآفرینی در سطح تعاملات انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت، ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای فرد نسبت به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با سایر افراد جامعه شکل گرفته و تکامل پیدا می‌کند. (احمد پورداریانی^۹، ۱۳۷۸). و بر توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه جویی می‌داند. (احمد پورداریانی^۹، ۱۳۸۸)

شوند (Williams \$ O'Reilly , 1998 , Page, 2007)

شاکر زهرا^۱ (۲۰۰۰) نیز مطالعات مفصلی در حوزه چارچوب‌ها و بسترهای فرهنگی کارآفرینی انجام داده است که بیانگر نقش ارزش‌های فرهنگی، هنجارها و باورها در شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینی است.

ساراس ساراسواتی^۲ (۲۰۰۱) نظریه اثرگذاری در کارآفرینی را ارائه کرد که بر اهمیت کارآفرینی به عنوان یک پدیده فرهنگی تاکید می‌شود. نظریه وی، عوامل فرهنگی که فرایندهای تصمیم‌گیری و رفتار کارآفرینانه را شکل می‌دهند توضیح می‌دهد. (نظریه تغییر از اجتناب‌ناپذیری اقتصادی به سمت اقتضای کارآفرینی) وی در سال ۲۰۲۲ جایزه جهانی برای پژوهش‌های کارآفرینی را کسب نمود.

مطالعات انجام شده نشان می‌دهند که رابطه معناداری بین محیط فرهنگی حاکم بر جامعه و توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی وجود دارد.

سادل و همکارانش^۳ (۲۰۰۷) در مطالعه خود نتیجه گرفتند که هرچه در یک کشور فرهنگ کارآفرینانه قوی‌تری حاکم باشد، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تاسیس بنگاه‌های کسب و کار بالاتر خواهد بود. همچنین پژوهشگران پی برده‌اند که در جوامع مختلف نگرش‌های فرهنگی بر فعالیت‌های کارآفرینانه تاثیر می‌گذارد و تعامل بین فرهنگ و کارآفرینی در خصوص برخی از گروه‌های اجتماعی نسبت به بقیه قوی‌تر است (اسچوف^۴، ۲۰۰۶). در همین راستا مطالعات انجام شده پژوهشگران، بیانگر تاثیر نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی به عنوان عوامل محیطی موثر بر کارآفرینی می‌باشد. (سادل و مکاران^۵، ۲۰۰۷؛ مارتین و همکاران^۶، ۲۰۰۴؛ اوتیو^۶، ۲۰۰۷؛ چامبر ولیک^۷، ۲۰۰۴؛ اسچوف^۶، ۲۰۰۶)

1. Shaker Zahra

2. Saras Sarasvathy

3. Suddle et al

4. Sc.hoof

5. Martins et al

6. Autio

7. Chambers & Lake

8. Hofstede

9. Alvarez et al



به تغییر تخصیص استعدادهای کارآفرینی به سمت فعالیت‌های مولد یا غیر مولد گردد. عبارت دیگر ایجاد کارآفرینی رانت‌جویانه، به ایجاد نقش‌هایی که کارآفرینی مولد را طرد می‌کنند و در عین حال، فعالیت‌های رانت‌جویانه را تشویق می‌کنند بستگی دارد. مطالعات انجام شده حاکی از آن است، که یک محیط جهانی در خارج از ذهن کارآفرین، در قالب ایجاد بستر قوانین و هنجارهایی که امکان بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی را فراهم می‌سازند، بر رفتار کارآفرینی افراد تأثیر می‌گذارد. (آلوارز و همکاران، ۲۰۱۵)

۲-۳- دیدهبان جهانی کارآفرینی (GEM)

دیدهبان جهانی کارآفرینی به عنوان کنسرسیومی تخصصی در طراحی و سنجش شاخص جهانی کسب و کار با الگوهای پیمایشی منطقه‌ای و با هدف ارائه مدلی، مکمل مدل رقابت‌پذیری جهانی توسط پروفیسور پاول رینولدز^۵ و در سال ۱۹۹۷ ایجاد شد. شاخص‌های دیده بان جهانی کارآفرینی بر اساس چارچوب مفهومی آن، از یک طرف اکوسیستم کارآفرینی و از سوی دیگر شاخص‌های کلیدی کارآفرینی را به صورت دقیق و جزیی نشان می‌دهد. در پیمایش‌های ملی که همه ساله دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای عضو در خصوص بررسی کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه و ارکان محیط کسب و کار انجام می‌دهند عوامل فرهنگ ملی و نقش ارزش‌های اجتماعی، یکی از مولفه‌های مورد بررسی است. از دیدگاه انسان‌شناسی توجه به عوامل اجتماعی و فرهنگی ایجاد کسب و کار جدید، به درک کارآفرینی، شکل‌گیری و رشد کسب و کارها کمک شایانی می‌کند. (تورنتون و همکاران^۶، ۲۰۱۱) درواقع رویدادها و فعالیت‌های کارآفرینی توسط افرادی به وقوع می‌پیوندند که در یک فرهنگ و شرایط اجتماعی خاص زندگی می‌کنند. بر این اساس در مدل اصلاح شده (۲۰۱۵) دیده‌بان جهانی کارآفرینی به عوامل فرهنگ ملی و نقش ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه در توسعه کارآفرینی توجه ویژه‌ای شده است.

پارسونز^۱، جامعه‌شناس مشهور آمریکایی که نظریات خود را درباره چهار نظام زیستی، فرهنگی، اجتماعی و دینی بیان کرده است، توسعه فرهنگ خلاقیت و ابتکار را محصول نظام اجتماعی و تحت تأثیر نهاد خانواده و مدرسه می‌داند که در پرتو آن، انگیزه کنشگران برای بر عهده گرفتن نقش‌های تولیدی افزایش می‌یابد. (تامپسون و همکاران^۲، ۲۰۰۰)

نظام نهادی و فرهنگ یک جامعه می‌تواند با تأثیر بر فعالیت‌های رانت‌جویانه، نقش مهم ایفا کند. هیلمن و اورسپرونک^۳ (۲۰۰۰) در خصوص چگونگی تأثیر فرهنگ سیاسی یک کشور بر عملکرد اقتصادی آن توجه ویژه داشته‌اند. از آنجائیکه رانت جویی بعنوان یک راهبرد جذاب برای انتفاع اقتصادی کانال مهمی است که ارتباط بین فرهنگ و پیامدهای اقتصادی را تبیین می‌کند. ویلیام بامول^۴ (۱۹۹۰) در خصوص چگونگی تأثیر محیط نهادی بر کیفیت کارآفرینی، شامل کارآفرینی مولد (خلق ثروت) و کارآفرینی غیر مولد و مخرب (رانت جویی) بعنوان یکی از مباحث بسیار مهم در حوزه نهادها و رانت‌جویی بحث می‌کند. بامول معتقد است که کارآفرینان نه تنها خلق کننده، بلکه بازی‌کننده نقش مهمی در هر جامعه هستند. به رغم عقیده غالب که تفاوت در سطح کارآفرینی جوامع، تفاوت‌ها در عملکرد اقتصادی کشورها را نمی‌تواند توضیح دهد. در عوض، بامول توضیح می‌دهد که تفاوت در پیامد های اقتصادی کشورهای مختلف از تفاوت در نقش‌هایی که کارآفرینان در جوامع مختلف بازی می‌کنند ریشه می‌گیرد. زمانیکه نهادها به سودجویی (سود سالم اقتصادی) پاداش می‌دهند، کارآفرینان به فعالیت‌های مولد نوآورانه و یا صرفه‌جویی هزینه‌ها روی می‌آورند، و زمانی که نظام انگیزشی منبعث از سیستم نهادی و ساختارهای رسمی و غیر رسمی، به رانت جریان غالب سیاسی و دسترسی به اطلاعات ویژه نامتقارن یا ارتباطات سیاسی با بدنه قدرت، پاداش می‌دهند، کارآفرینان به فعالیت‌های غیر مولد گرایش پیدا می‌کنند. از دیدگاه بامول نکته مهم اینست که نه تنها نقش‌ها مهم هستند بلکه تغییرات در نقش‌ها می‌تواند منجر

1. Talcott Parsons
2. Thompson
3. Hillman and Ursprung
4. William Bamoul

5. Prof. Paul Reynolds
6. Thornton



اکوسیستم فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی می تواند در پشتیبانی افراد مستعد و با ظرفیت در جهت ارتقای ادراک قابلیت های کارآفرینی نقش مثبت ایفا کند. مشارکت اقتصادی در کسب و کارها و شبکه های کارآفرینان و تشکلهای مردم نهاد ضمن بسترسازی انتقال تجربه و پیگیری فرایندهای یادگیری کارآفرینی، امکان و بستر استعدادیابی، کوچینگ افراد و کسب و کارها و دسترسی به مشاوران کسب و کار اثر بخش بر تسهیل گری شروع کسب و کارها و توسعه کارآفرینی بسیار اثر بخش اشد.

۲-۴- پایش محیط فرهنگی کارآفرینی

درخصوص ایجاد اکوسیستم کارآفرینی دانش بنیان باید از تقلید دیگر اکوسیستم ها و پیاده سازی آن ها در سایر مناطق خودداری نمود چرا که هر اکوسیستم دارای ویژگی های منحصر به فرد و بومی است که ممکن است در یک اکوسیستم دیگر وجود نداشته باشد. یکی از ابعاد تشکیل دهنده اکوسیستم کارآفرینی، فرهنگ و نظام ارزشی حاکم بر آن است، این بخش در تعاملات اکوسیستم در کوتاه مدت بسیار گسترده تر از تاثیرات سایر بخش ها می باشد چرا که فرهنگ به صورت رفتار نهادینه شده در تعاملات انسان ها در منطقه جغرافیایی خود جلوه می کند که تغییر دادن آن در کوتاه مدت تقریباً ناممکن بوده و در بلندمدت هم فرایندی دشوار است. (شبهکی تاش و منصوری، ۱۳۹۹)

هوشیاری از وضعیت محیط فرهنگی اجتماعی و دگرگونی هایی که ممکن است در بازه های زمانی مختلف و با گذر زمان به وجود آید تاثیر بسزایی در روند طراحی برنامه ها و سیاست های مورد نیاز در بخش بهبود محیط فرهنگی و توسعه کارآفرینی خواهد داشت. که این امر همان پایش محیط فرهنگی کسب و کار و یا سنجش شاخص فرهنگ کارآفرینی می باشد؛ در این راستا شناخت مولفه های مهم و تاثیرگذار بر فرهنگ کارآفرینی و تمرکز بر آن ها جهت ارتقاء این شاخص از اهمیت بسزایی برخوردار است.

مطالعات بین المللی در ادبیات علمی کارآفرینی نشان می دهد که فرهنگ، ارزش ها و هنجارهای یک کشور بر گرایش کارآفرینانه مردم، مطلوبیت اجتماعی رفتارهای

کارآفرینانه و قصد افراد تاثیرگذار است. (آجن^۱، ۱۹۹۱) از دیدگاه انسان شناسی نیز توجه به عوامل اجتماعی و فرهنگی ایجاد کسب و کار جدید به درک کارآفرینی، شکل گیری و رشد کسب و کارها کمک شایانی ند. بر این اساس در پژوهش حاضر از مدل مفهومی دیده بان جهانی کارآفرینی استفاده شده است. این دیدگاه تکاملی توسط شبکه بزرگی از پژوهشگران که از داده های دیده بان جهانی کارآفرینی در پژوهش خود استفاده کردند مورد حمایت قرار گرفته است و منجر به ساخت پارادایم کارآفرینی شده است. (بوسما^۲ و همکاران، ۲۰۰۸).

بر این اساس و ضمن تاکید بر تاثیر این عوامل بر یکدیگر، در آخرین مدل دیده بان جهانی کارآفرینی، مولفه های ارزش های اجتماعی کارآفرینانه و ادراک کارآفرینانه مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. که علی رغم اهمیت این بعد از اکوسیستم کارآفرینی، نتایج پایش ۲۰۱۹ دیده بان جهانی، میانگین این شاخص را در بین کشورهای با درآمد متوسط مقدار ۴/۷۹ و برای ایران پایین تر از میانگین متوسط و معادل ۳/۰۱ بیان نموده است. بنابراین و با توجه به اهمیت موضوع در مطالعه حاضر با استناد بر ابعاد ۱۰ گانه محیط فرهنگی اجتماعی مدل دیده بان جهانی کارآفرینی و با توجه به آن که، ارتقای فرهنگ کارآفرینی در جامعه نیازمند برخورداری از اکوسیستم فرهنگی کارآمد به معنای تعامل و هم افزایی مناسب مولفه های فرهنگی است، مدل مفهومی پژوهش حاضر به شرح ذیل ارائه می شود.

۴-۳ نظام انگیزشی و محیط فرهنگی کارآفرینی

بر اساس نظریه بامول (۱۹۹۰)، کارآفرینان همواره حضور دارند، اما نهادها و هنجارهای فرهنگی تعیین می کنند که فعالیت آن ها مولد (خلاقیت ثروت) یا غیرمولد (رانت جویی) باشد. نظام پاداش دهی جامعه از دو کانال عمل می کند: سود پولی (ناشی از آزادی اقتصادی) و منزلت اجتماعی (تأیید فرهنگی). (مک کلوسکی (در دست چاپ) بر «ارزش گذاری بورژوازی» تأکید دارد که با اعطای حیثیت به کارآفرینان، «سود روانی» آن ها را افزایش می دهد. از

۱. Ajzen

۲. Bosma



را در فرصت‌های کسب و کار تولیدی و خدماتی در بستر رقابتی و شایستگی و با سهولت و دسترسی بیشتری را فراهم می‌سازند، فرصت ادراک کارآفرینی^۱ را برای افراد فراهم می‌سازند تا ضمن کسب تجربه‌ای کاری و عملیاتی در مسیر استعدادها و علایق خویش گام برداشته و به هدف‌گذاری‌های سلسله‌مراتبی دست یابند و در این مسیر به توسعه کارآفرینی در جامعه کمک می‌کنند. همانطور که شین^۲ (۲۰۰۳) بیان می‌دارد بین کارآفرینی و محیط، پیوند محکمی وجود دارد. اگر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی ملی و شاخص ارزش‌ها و ادراکات اجتماعی مربوط به محیط و جامعه باشند، بخشی از شاخص‌های کارآفرینی به یقین به خود افراد جامعه مربوط می‌شوند. (جلالی، ۱۳۹۹)

۷-۲- تنگناهای فرهنگ کارآفرینی

نظر بر آن که کارایی یک اکوسیستم در گرو تعامل و تعادل اجزای اکوسیستم و هم‌افزایی میان آن‌ها می‌باشد، توجه به کلیه عناصر و نقاط قوت یا کاستی‌ها و شیوه تعاملات آن‌ها می‌تواند بستری در جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی محسوب شود. از اینرو ضعف در یک زیر سیستم می‌تواند منجر به کاهش عملکرد و کارایی کل اکوسیستم گشته و علی‌رغم وجود نقاط قوت مانند یک تنگنا یا گلوگاه عمل نماید. در واقع منظور از هر تنگنا، ضعیف‌ترین رکن موجود در هر اکوسیستم فرهنگ کارآفرینی است که به دلیل عدم تعامل مثبت با دیگر ارکان، کاهش عملکرد و کارایی کل مجموعه اکوسیستم را به همراه خواهد داشت. بنابراین و با توجه به آن که کارآفرینی یک پدیده سیستمی است که بروز آن مستلزم وجود و هماهنگی لازم میان بازیگران و نهادهای مناسب برای فعالیت کارآفرینانه است، علاوه بر امتیاز کلی اکوسیستم، بررسی و مقایسه میان اجزا و ارکان آن نیز بسیار حائز اهمیت است.

۳- پیشینه پژوهش

پیشینه برجسته داستان‌های موفقیت کارآفرینانه بخش مهمی از نگرش‌های فرهنگی است. (فلدمن و

دیدگاه اسکات (۱۹۹۵)، (بعد هنجاری) هنجارهای اجتماعی) و بعد شناختی-فرهنگی) باورهای مشترک) مشروعیت کارآفرینی را تعیین کرده و انگیزه را شکل می‌دهند.



شکل ۱. مدل مفهومی اقتباس یافته محیط فرهنگی اجتماعی کارآفرینی دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM)

۵-۲- ارزش‌های اجتماعی کارآفرینی

نگرش جامعه نسبت به کارآفرینی در کشورها، میزان گرایش افراد در مبادرت به کارآفرینی و درک اجتماع درباره راه‌اندازی کسب و کار به جای گزینه‌های دیگر چون کارمندی را شکل می‌دهد. GEM ارزیابی می‌کند تا چه حد مردم فکر می‌کنند، انتخاب کارآفرینی به عنوان یک شغل مناسب است و این که آیا آن‌ها احساس می‌کنند کارآفرینان موقعیت اجتماعی ممتازی دارند و آیا بازنمایی مثبتی از کارآفرینان در رسانه‌ها وجود دارد. (زالی و همکاران، ۱۳۹۵)

۶-۲- ادراک کارآفرینانه

در حالی که نگرش جامعه به مقوله کارآفرینی می‌تواند نشانگر آن باشد که مقبولیت کارآفرینی در کشور تا چه حد است، ادراکات فردی درباره کارآفرینی به نحوی بر مبادرت افراد به کارآفرینی اثرگذار می‌باشد. (زالی و همکاران، ۱۳۹۵) نهادها و ساز و کارهای ساختارهای اقتصادی جوامعی که فرصت تجربه کارآفرینی و یا تجربه مدیریتی به افراد مستعد

1. Perceived Entrepreneurship
2. Shane,



دولت، چالش‌ها و محدودیت‌های کارآفرینی آموزشی را از بین می‌برد.

در پژوهش انجام شده توسط قمبر علی و همکاران (۱۳۹۵) که به ارزیابی فرهنگ کارآفرینی و عوامل موثر بر شکست کارآفرینان کشاورزی در شهرستان کرمانشاه پرداخته‌اند؛ زیر سیستم فرهنگی در اکوسیستم کارآفرینی را فاقد اوضاع مطلوب دانسته و اذعان داشته‌اند که فرهنگ موجود، نه تنها حامی کارآفرینی نمی‌باشد بلکه در بسیاری از مواقع از ظهور کارآفرینی جلوگیری می‌کند.

عشیراوغلو و همکارانش (۱۳۹۹) تحقیقات خود را با هدف طراحی مدل عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در جمهوری آذربایجان به انجام رسانده و مدل نهایی خود را با ۳۶ عامل فرعی در قالب ۶ عامل اصلی؛ عوامل آموزشی، پژوهشی، هدایت و راهنمایی، مالی و تشویقی، مدیریتی، انسانی - روانشناختی و عوامل استراتژیک دسته‌بندی نمودند.

نگاه مثبت فرهنگی به خوداشتغالی، استقلال، نوآور بودن و تلاش‌های فردی به رضایتمندی فردی منجر می‌شود و فعالیت‌های کارآفرینی را در پی دارد. از طرف دیگر، نگاه منفی فرهنگی به کارآفرینی به عنوان یکی از موانع فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای متعددی از جمله ژاپن و روسیه مطالعه شده است. (مارتینز و همکاران، ۲۰۰۴؛ لیوای و آیوتیو، ۲۰۰۸)

در همین راستا سادل و همکارانش (۲۰۰۷) در مطالعه خود نتیجه گرفتند که هرچه در یک کشور فرهنگ کارآفرینانه قوی‌تری حاکم باشد، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تاسیس بنگاه‌های کسب و کار بالاتر خواهد بود.

۴- روش PFB (Penalty for Bottleneck)

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از بعد روش تحلیلی-توصیفی و استنباطی است که با استفاده از روش PFB انجام شده است. با توجه به تئوری پیکربندی میلر^۴ (۱۹۸۶، ۱۹۹۶) که مبتنی بر روابط دوطرفه و غیر

همکاران^۱ (۲۰۰۵) و نگرش‌های فرهنگی و تاریخیچه کارآفرینی در یک فرهنگ، دو ویژگی اصلی از ویژگی‌های فرهنگی اکوسیستم کارآفرینی می‌باشند. (اسپیگل، ۲۰۱۵) از این رو کشورهایی که فرهنگ کارآفرینی بالایی دارند به صورت مستمر به ترویج داستان‌های موفقیت کارآفرینان خود در دانشگاه‌ها و رسانه‌های عمومی می‌پردازند. بنابراین فرهنگ یکی از موارد مورد نیاز برای اکوسیستم کارآفرینی و بهبود عملکرد آن است. (آدراتسچ و بلیتسکی، ۲۰۱۶)

کاسیوتی و هایتون^۳ 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 به عنوان ارزش، و برخی هم به عنوان هنجار در نظر می‌گیرند. فرهنگ ملی به عنوان ارزش، احتمالاً شناخته شده‌ترین مفهوم در میان دانش‌پژوهان کارآفرینی است. (کاسیوتی و هایتون، ۲۰۱۷). 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. (هافستد، ۱۹۸۴)

انصاری و فکور^۲ (۱۳۹۳) در مطالعات خود پیرامون موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان به کارآفرینی؛ عوامل مولفه‌های کمبود آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، عدم تامین منابع مالی، نبود نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی، نبود دسترسی به دانش و فناوری ضعف سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی دولتی را به ترتیب اهمیت، از مهمترین عوامل محیطی بازدارنده دانش جویان و دانش‌آموختگان جوان ایرانی در تاسیس بنگاه‌های کسب و کار دانستند.

یارمحمدزاده و همکاران^۱ (۱۳۹۸) ضمن شناسایی عوامل موثر بر ارتقای فرهنگ کارآفرینی در مدارس کار و دانش، عامل آموزش را در میان عوامل موثر بر فرهنگ کارآفرینی، در بالاترین رتبه و عوامل پرورشی، نگرشی و اعتقادی، مالی و ساختاری را در رتبه‌های بعدی قرار دادند.

خشکاب و رستگار^۱ (۱۳۹۱) در مطالعه خود بیان داشتند؛ ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی به واسطه حمایت‌های

4.Martins
5.Levie& Autio
6.Miller

1.Feldman
2.Audretsch, Belitski
3.Cacciotti, & Hayton



متاثر از ضعیف ترین رکن آن می باشد و در صورت بهبود ضعیف ترین رکن، (شاخص فرعی ارزش های اجتماعی و ادراک کارآفرینی) متعاقب آن، شاخص کلی محیط فرهنگی کارآفرینی، بهبود قابل توجهی می یابند. محاسبه روش PFB، نشان می دهد که بزرگترین بهبود را می توان با رفع ضعیف ترین مولفه انجام داد. (سیزرب و همکاران، ۲۰۱۶) مطابق با این روش هرچه اکوسیستم همگن تر باشد، کارایی بالاتری دارد و هرچه ناهمگن تر باشد، فاصله بین بهترین و ضعیف ترین رکن بیشتر باشد، (اکوسیستم نامتعادل تر و ناکارا تر خواهد بود و به همین دلیل هنگام محاسبه عملکرد) شاخصهای فرعی و شاخص اصلی، مجازات یا تاوان بیشتری بر هر رکن اعمال خواهد شد. به بیان دیگر هنگام صورت بندی سیاست های بهبود سیستم، اگر سیاست گذار به جای بهبود ضعیف ترین رکن، تلاش خود را معطوف بر ارکان قوی تر نماید، هزینه ها، اثربخشی مورد انتظار را نخواهند داشت (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵). اکثر کارشناسان کارآفرینی معتقدند سیاست باید بر بهبود ضعیف ترین پیوند در سیستم تمرکز کند. در مجموع، ادعا می کنیم که روش PFB از لحاظ تئوری بهتر از محاسبات ریاضی است (سیزرب و همکاران، ۲۰۱۶).

خطی و اعتقاد به هم پایانی است. (مایر^۱، ۱۹۹۳) می توان چنین ادعا نمود که عملکرد اکوسیستم فرهنگ کارآفرینی بیش از وضعیت عناصر و ارکان اکوسیستم خود به هماهنگ سازی میان این ارکان بستگی دارد. بنابراین عملکرد مطلوب فرهنگ کارآفرینی نیازمند آن است که مقادیر نرمال شده ارکان برابر باشند. (سیزرب و همکاران^۲، ۲۰۱۶)

این روش بر پایه دو نظریه؛ ضعیف ترین پیوند و نظریه قیود ساخته شده است. مطابق با نظریه ضعیف ترین پیوند، بین عناصر یک سیستم، جانشینی کامل وجود ندارد و تنها جانشینی جزئی امکان پذیر است. بعبارت بهتر ضعیف بودن یک مولفه اکوسیستم فرهنگی را بطور کامل نمی توان با تقویت مولفه ای دیگر جایگزین نمود یا پوشش داد بلکه باید همان ضعیف ترین مولفه تا حدی ارتقا یابد تا با سایر مولفه های اکوسیستم هماهنگ گردد.

مطابق با نظریه قیود، بهبود سیستم تنها از طریق حذف ضعیف ترین پیوندی که در برابر عملکرد کلی سیستم مانع ایجاد کرده است، حاصل می شود. به عبارتی گلوگاه های یک سیستم عملکرد کلی سیستم را تضعیف کرده و قابل جبران توسط عملکرد خوب سایر عناصر سیستم نخواهد بود. گلوگاه در شاخص ترکیبی به معنای کمبود یا سطح پایین تر یک نمایه در مقایسه با سایر نمایه های یک شاخص است. (ریاحی و همکاران، ۲۰۱۶)

یکی از ویژگی های مهم روش شناسی PFB شناسایی ضعیف ترین مولفه اکوسیستم کارآفرینی است. (گلدرا^۳، ۱۹۹۴؛ تول و یوهه^۴، ۲۰۰۶) و این بدین معناست که ضعیف ترین رکن، یک تنگنا (یا گلوگاه) را در سیستم به وجود می آورد و بدینصورت مانع از عملکرد بهتر سایر اجزاء اکوسیستم می شود. فلذا مولفه ها یا ارکان کارآمد به دلیل کاستی های نامطلوب رکن ضعیف تر اکوسیستم، مجازات می شوند (نتیجه مطلوب را نمی دهد) و از آنجایی که اندازه مجازات به میزان تنگنا بستگی دارد، هرچه اختلاف سطح میان یک مولفه خاص و رکن تنگنا بیشتر باشد اندازه مجازات بزرگتر است. درواقع عملکرد محیط فرهنگی کسب و کار به شدت

1. Meyer
2. Szerb
3. Goldra
4. Tol & Yohe

شکل ۲. روند بهبود شاخص محیط فرهنگی کارآفرینی با استفاده از روش PFB

مطابق با روش PFB بهترین پیشرفت در عملکرد و کارایی اکوسیستم فرهنگ کارآفرینی از طریق رفع تنگنای موجود و یا بهبود ضعیف ترین رکن حاصل می شود و از طرفی با توجه به خودفرمایی^۵ بودن اکوسیستم ها به زودی عامل ضعیف تر تبدیل به یک محدودیت جدید برای کارایی اکوسیستم فرهنگ کارآفرینی خواهد شد و این مساله خود تخصیص مطلوب و افزایش تلاش های سیاستی را در راستای دستیابی به بهینه ترین حالت ممکن به همراه خواهد داشت.

s.cybernetices

زیرشاخص های محیط فرهنگی است. (سزرب^۲ و همکاران، ۲۰۱۷)

$$1- PE_i = 100 * \sum_{j=1}^6 h_j$$

$$2- SE_i = 100 * \sum_{j=1}^4 h_j$$

$h_{i,j}$ برابر با مقدار اصلاح شده پس از جریمه رکن j می باشد. و در نهایت مقدار ارزش شاخص کلی، به سادگی از محاسبه میانگین مقدار ارزش دو زیر شاخص قابل دستیابی است.

$$3- BEI_i = \frac{1}{2} (PE_i + SE_i)$$

بدیهی است که بهینه سازی اکوسیستم به معنای متعادل کردن آن (نزدیک تر کردن پروفایل به شکل دایره) است. اما از آنجایی که تعداد گلوگاه ها زیاد و منابع محدود هستند، ناچار به اولویت بندی در اصلاح گلوگاه ها هستیم. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵) بدین منظور لازم است تا در ابتدا میزان کارایی اکوسیستم را تعیین کنیم.

برای این کار از میانگین شکاف گلوگاه (ABG)^۳ و میانگین کارایی گلوگاه (ABE)^۴ استفاده می کنیم.

$$4- ABG_i = \frac{100 * \sum (\max y_{j,j} - y_{j,j})}{(j-1) * \max y_{j,j}}$$

که در آن $y_{j,j}$ مقدار نرمال شده رکن j می باشد.

$$5- ABE_i = 100 - ABG_i$$

هرچه عملکرد ارکان اکوسیستم محیط فرهنگی به عملکرد بهترین رکن آن نزدیک باشد (به درصد سنجیده می شود)، یعنی هرچه ABE بالاتر باشد، یعنی عملکرد متعادل تر بوده و در نتیجه استفاده موثرتری از منابع صورت گرفته است. و بر عکس هرچه ABG_i بزرگتر باشد (شکاف و عدم تعادل در زیر شاخص های ارکان یک اکوسیستم بیشتر بوده و این واگرایی)، یعنی اکوسیستم نامتعادل تر و بهبود آن دشوارتر است. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵)

مطابق با این روش هرچه اکوسیستم همگن تر باشد، کارایی بالاتری دارد و هرچه ناهمگن تر باشد (فاصله بین بهترین و ضعیف ترین رکن بیشتر باشد) اکوسیستم نامتعادل تر و ناکارا تر خواهد بود و به همین دلیل هنگام محاسبه عملکرد (شاخص های فرعی و شاخص اصلی)، تاوان بیشتری بر هر

با استناد بر نظریات پژوهشگران متعدد مبنی بر نقش محیط فرهنگی بر توسعه کارآفرینی و با تکیه بر مدل مفهومی اصلاح شده، دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۵) ما محیط فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی را حاصل تعامل میان دو رکن ادراک کارآفرینانه و ارزش های اجتماعی کارآفرینانه و زیرشاخصهای این دو رکن دانسته و به منظور برآورد مجازات اعمال شده بر ارکان قوی تر از طرف تنگناهای موجود در محیط فرهنگی کارآفرینی کشور ضمن نرمال سازی داده های موجود، و قرار گیری مقادیر ارکان در بازه ی [۱۰۰]، در گام بعدی و به منظور برآورد میزان مجازات اعمال شده بر ارکان دیگر توسط رکن تنگنا فرمول زیر را به کار بردیم.

$$h_j = \min y_j + (1 - e^{-(y_{j,j} - \min y_j)})$$

h_j اصلاح شده بعد از مجازات رکن j می باشد.

y_j ارزش نرمال شده رکن j می باشد.

$y_{\min}$ کمترین مقدار y_j می باشد.

در واقع این نظریه، تنگنا را شبیه سازی می کند. اگر ضعیف ترین رکن بهبود یابد زیر شاخص ها (ادراک کارآفرینانه و ارزش های اجتماعی کارآفرینانه) و در نهایت شاخص کلی (محیط فرهنگی کارآفرینی) بهبود چشمگیر و تصاعدی خواهند یافت و در مقابل افزایش رکن بالا (یا اصطلاحاً رکن قویتر) فقط ارزش همان رکن را افزایش می دهد در حالیکه کمک چندانی به ارتقای وضعیت کلی اکوسیستم کارآفرینی فرهنگی نمی کند. علاوه بر این هرچه میزان تفاوت در مقدار ارکان بیشتر باشد، میزان مجازات اعمال شده نیز افزایش می یابد. (اسز و همکاران، ۲۰۱۱)

بر اساس مدل مفهومی GEM، ۱۰ رکن محیط اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی، سازه های اصلی زیرشاخص های ادراک کارآفرینانه و ارزش های اجتماعی هستند. از این رو به منظور دستیابی به مقدار ارزش زیرشاخص ها، میانگین ارکان تعدیل شده، برای هر زیرشاخص در ۱۰۰ را محاسبه می کند اکثر مقدار زیرشاخص ها ۱۰۰ و حداقل مقدار ممکن می تواند باشد. که هر دو نشان دهنده موقعیت نسبی مجموعه

2 sezerb

3 Average Bottleneck Gap

4 Average Bottleneck Efficiency

1. Acs



با توجه به آن که ارکان و شاخص‌ها در مقادیر مختلف هستند و از طرفی به دلیل استفاده از روش PFB، همه ارکان باید در یک محدوده قرار بگیرند. از این رو در مرحله اول و به منظور قرار دادن مقادیر داده‌ها در یک محدوده اقدام به نرمال‌سازی داده‌ها می‌کنیم.

یکی از روش‌های متداول در نرمال‌سازی، روش Mini-Max است، که داده‌ها را در فاصله [۰ و ۱] مرتب می‌کند. این روش ضعف افزایش تفاوت‌ها را دارد، حتی اگر میزان انحراف واقعی حداقل باشد. به همین دلیل از تکنیک نرمال سازی در مدل سازی‌ها، استفاده می‌کنیم.

$$X_{i,j} = \frac{Z_{i,j}}{\max Z_{i,j}}$$

تعداد ارکان

for all $j = 1, 2, \dots, m, m=10$

با استفاده از این روش مقادیر ارکان‌ها ضمن قرار گیری در بازه [۰ و ۱]، لزوماً ارزش کمترین رکن برابر با ۰ نیست. با استناد بر نظریات پژوهشگران متعدد مبنی بر نقش محیط فرهنگی بر توسعه کارآفرینی و با تکیه بر مدل مفهومی اصلاح شده، دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۵) ما محیط فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی را حاصل تعامل میان دو رکن ادراک کارآفرینانه و ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه و زیرشاخصهای این دو رکن دانسته و به منظور برآورد مجازات اعمال شده بر ارکان قوی تر از طرف تنگناهای موجود در محیط فرهنگی کارآفرینی کشور ضمن نرمال سازی داده‌های موجود، و قرار گیری مقادیر ارکان در بازه [۰ و ۱]، در گام بعدی و به منظور برآورد میزان مجازات اعمال شده بر ارکان دیگر توسط رکن تنگنا فرمول زیر را به کار بردیم.

$$h_j = \min y_j + (1 - e^{-(y_{j,j} - \min y_{j,j})})$$

h_j اصلاح شده بعد از مجازات رکن j می باشد.

y_j ارزش نرمال شده رکن j می باشد.

$y_{\min}$ کمترین مقدار y_j می باشد

درواقع این نظریه، تنگنا را شبیه‌سازی می‌کند. اگر ضعیف‌ترین رکن بهبود یابد زیر شاخص‌ها (ادراک کارآفرینانه و ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه) و در نهایت شاخص کلی (محیط فرهنگی کارآفرینی) بهبود چشمگیر و تصاعدی خواهند یافت و در مقابل افزایش رکن بالا (یا

رکن اعمال خواهد شد. به بیان دیگر هنگام صورت‌بندی سیاست‌های بهبود سیستم، اگر سیاست‌گذار به جای بهبود ضعیف‌ترین رکن، تلاش خود را معطوف بر ارکان قوی‌تر نماید، هزینه‌ها اثربخشی مورد انتظار را نخواهند داشت. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵) اکثر کارشناسان کارآفرینی معتقدند سیاست‌ها باید بر بهبود ضعیف‌ترین پیوند در سیستم تمرکز کند.

۴-۱ روش گردآوری داده‌ها

سالانه، همه کشورهای شرکت‌کننده در برنامه دیده بان جهانی کارآفرینی حداقل، با ۳۶ خبره کارآفرینی و یا کارآفرینان خبره مصاحبه می‌کنند. نظرسنجی از خبرگان ملی کارآفرینی، برای ارزشیابی شرایط خاص ملی در نظرگرفته میشود. این نوع نظرسنجی تنها بر ویژگی‌هایی از محیط تمرکز میکند که اثر معنی‌داری بر رویکردها و فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. بر این اساس از خبرگان کارآفرینی و کارآفرینان خبره خواسته می‌شود دیدگاه خود را درباره مهمترین شرایطی که می‌تواند بر تسهیل یا بازدارندگی فعالیت کارآفرینانه و توسعه کشور اثر بگذارد را بیان نمایند. نظرسنجی از خبرگان کارآفرینی با استفاده از مقیاس لیکرت ۷ گزینه‌ای صورت می‌گیرد.

بر همین اساس، در پژوهش حاضر از داده‌های دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) در سال ۲۰۱۹ استفاده شده است.

در پایش داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال، ۲۰۲۰-۲۰۱۹ تعداد پنجاه اقتصاد در نظر سنجی APS شرکت کردند که بر اساس منطقه جغرافیایی و سطح درآمد ملی قابل تقسیم‌بندی بوده و همچنین بیش از ۱۵۰۰۰۰ نفر در مصاحبه‌های تحقیقاتی حضور داشتند. این آمار گواه اعتبار و جامعیت بر یافته‌های GEM می‌باشد.

در این پژوهش ضمن استفاده از تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها و رسم جداول و نمودارهای مربوطه با استفاده از روش PFB به شناسایی تنگناهای محیط فرهنگی کارآفرینی و میزان کارایی آن‌ها در ایران (۲۰۱۹-۲۲۰۰) پرداخته شده است. که به شرح هرکدام می‌پردازیم.



بدیهی است که بهینه‌سازی اکوسیستم به معنای متعادل کردن آن (نزدیک‌تر کردن پروفایل به شکل دایره) است. اما از آنجایی که تعداد گلوگاه‌ها زیاد و منابع محدود هستند، ناچار به اولویت‌بندی در اصلاح گلوگاه‌ها هستیم. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵) بدین منظور لازم است تا در ابتدا میزان کارایی اکوسیستم را تعیین کنیم.

برای این کار از میانگین شکاف گلوگاه (ABG_i) و میانگین کارایی گلوگاه (ABE_i) استفاده می‌کنیم.

$$4- ABG_i = \frac{100 * \sum (\max y_{ij} - y_{ij})}{(j-1) * \max y_{ij}}$$

که در آن y_{ij} مقدار نرمال شده رکن j می‌باشد.

$$5- ABE_i = 100 - ABG_i$$

هرچه عملکرد ارکان اکوسیستم محیط فرهنگی به عملکرد بهترین رکن آن نزدیک باشد (به درصد سنجیده می‌شود)؛ یعنی هرچه ABE_i بالاتر باشد، یعنی عملکرد متعادل‌تر بوده و در نتیجه استفاده موثرتری از منابع صورت گرفته است. و بر عکس هرچه ABG_i بزرگتر باشد (شکاف و عدم تعادل در زیر شاخص‌های ارکان یک اکوسیستم بیشتر بوده و این واگرایی)، یعنی اکوسیستم نامتعادل‌تر و بهبود آن دشوارتر است. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵)

مطابق با این روش هرچه اکوسیستم همگن‌تر باشد، کارایی بالاتری دارد و هرچه ناهمگن‌تر باشد (فاصله بین بهترین و ضعیف‌ترین رکن بیشتر باشد) اکوسیستم نامتعادل‌تر و ناکارتر خواهد بود و به همین دلیل هنگام محاسبه عملکرد (شاخص‌های فرعی و شاخص اصلی)، توان بیشتری بر هر رکن اعمال خواهد شد. به بیان دیگر هنگام صورت‌بندی سیاست‌های بهبود سیستم، اگر سیاست گذار به جای بهبود ضعیف‌ترین رکن، تلاش خود را معطوف بر ارکان قوی‌تر نماید، هزینه‌ها اثربخشی مورد انتظار را نخواهند داشت. (ریاحی و همکاران، ۱۳۹۵) اکثر کارشناسان کارآفرینی معتقدند سیاست‌ها باید بر بهبود ضعیف‌ترین پیوند در سیستم تمرکز کند.

اصطلاحاً رکن قوی‌تر) فقط ارزش همان رکن را افزایش می‌دهد در حالیکه کمک چندانی به ارتقای وضعیت کلی اکوسیستم کارآفرینی فرهنگی نمی‌کند. علاوه بر این هرچه میزان تفاوت در مقدار ارکان بیشتر باشد، میزان مجازات اعمال شده نیز افزایش می‌یابد. (اسز و همکاران، ۲۰۱۱)

بر اساس مدل مفهومی GEM، ۱۰ رکن محیط اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی، سازه‌های اصلی زیرشاخص‌های ادراک کارآفرینانه و ارزش‌های اجتماعی هستند. از این رو به منظور دستیابی به مقدار ارزش زیرشاخص‌ها، میانگین ارکان تعدیل شده، برای هر زیرشاخص در ۱۰۰ را محاسبه می‌کنیم.

حداکثر مقدار زیرشاخص‌ها ۱۰۰ و حداقل مقدار ممکن ۰ می‌تواند باشد. که هر دو نشان‌دهنده موقعیت نسبی مجموعه زیرشاخص‌های محیط فرهنگی است. (سزرب^۲ و همکاران، ۲۰۱۷)

$$1- PE_i = 100 * \sum_{j=1}^6 h_j$$

$$2- SE_i = 100 * \sum_{j=1}^4 h_j$$

$h_{i,j}$ برابر با مقدار اصلاح شده پس از جریمه رکن j می‌باشد.

و در نهایت مقدار ارزش شاخص کلی، به سادگی از محاسبه میانگین مقدار ارزش دو زیر شاخص قابل دستیابی است.

$$3- BEI_i = \frac{1}{2} (PE_i + SE_i)$$

تعیین کارایی اکوسیستم

آرزوی انسان برای رسیدن به کمال مبین تئوری بهینه‌سازی است. انسان می‌خواند بهترین را تجسم و توصیف کرده و به آن دست یابد. (بیت لور و دیگران، ۱۹۷۹) اما از آن جایی که می‌داند، نمی‌تواند تمام شرایط حاکم بر بهترین را به خوبی شناسایی و تعریف نماید در بیشتر موارد به جای جواب بهترین و یا بهینه مطلق، به یک جواب رضایت بخش بسنده می‌کند. (وارنر، ۱۹۹۶)

در بیشتر موارد آنچه که با هدف بهینه‌سازی انجام می‌دهیم بهبود است. بهینه‌سازی به دنبال بهبود عملکرد در رسیدن به نقطه یا نقاط بهینه است.

1.Acs

2.Sezerb

4.Beightler

5.Warner

6.Average Bottleneck Gap

7.Average Bottleneck Efficiency



جدول ۲. ارزش ارکان های محیط فرهنگی و میزان

مجازات اعمال شده بر هر رکن

ارکان محیط فرهنگی	ارزش ارکان قبل از PFB	میزان مجازات اعمال شده	ارزش ارکان بعد از PFB
درک فرصت های کارآفرینانه	۰/۵۵	-۰/۲۰	۰/۵۳
درک قابلیت های کارآفرینانه	۰/۸۰	-۰/۸۰	۰/۷۲
ترس از شکست	۰/۴۲	۰	۰/۴۲
قصد کارآفرینانه	۰/۴۴	۰	۰/۴۳
سهولت راه اندازی کسب و کارها	۰/۳۵	۰	۰/۳۵
الگوی نقش	۰/۶۴	-۰/۰۴	۰/۶۰
زیرشاخص ادراک کارآفرینانه	۰/۵۳	-۰/۰۲	۰/۵۱
کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب	۰/۵۲	-۰/۰۱	۰/۵۱
منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان	۱	۰/۱۵	۰/۸۵
توجه رسانه ای به کارآفرینان	۰/۸۰	-۰/۰۸	۰/۷۲
سطح یکسان استاندارد زندگی کارآفرینان	۰/۵۵	-۰/۰۷	۰/۵۳
زیرشاخص ارزش اجتماعی کارآفرینی	۰/۷۲	-۰/۰۷	۰/۶۵

منبع: محاسبات پژوهشگر

جدول ۳- ارزش شاخص های محیط فرهنگی قبل و بعد از

PFB

شاخص	ارزش شاخص قبل از PFB	ارزش شاخص بعد از PFB
ادراک کارآفرینانه	٪۵۳	٪۵۰
ارزش های اجتماعی کارآفرینانه	٪۷۱	٪۶۵
محیط فرهنگی کارآفرینی	٪۶۲	٪۵۸

منبع: محاسبات پژوهشگر

میزان مجازات های اعمال شده بر هر یک از ارکان زیرشاخص های ادراک کارآفرینانه و ارزش های اجتماعی

۵- یافته های پژوهش

بر اساس گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی^۱ (۲۰۱۹-۲۰۲۰) وضعیت ایران از نظر ارزش های اجتماعی و ادراک کارآفرینانه، حاکی از آن است، با وجود امتیاز پایین شاخص سهولت کسب و کار در کشور (رتبه ۴۵ در بین کشورهای عضو در کنسرسیوم) در شاخص قصد کارآفرینانه، به دلیل درک قابلیت های بالایی که کارآفرینان ایرانی دارند (رتبه ۱۳ در بین ۵۰ کشور عضو) جایگاه خوبی را داشته است. که نشان از انگیزه ی بالای جوانان ایرانی برای ورود به مسیر کارآفرینی دارد. همچنین با توجه به نقش رسانه ها و منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان در جامعه در زیرشاخص ارزش های اجتماعی کارآفرینانه شاهد رشد بوده است که منجر به افزایش تمایل افراد برای راه اندازی کسب و کارها گردیده است.

یافته های پژوهش حاضر نیز ضمن شناسایی رکن سهولت کسب و کار، به عنوان تنگنای اکوسیستمی در محیط فرهنگی کارآفرینی ایران، میزان مجازات اعمال شده بر ارکان دیگر را به شرح جدول ۲ محاسبه نموده است. و همان طور که مشاهده می شود علی رغم بالا بودن ارزش برخی از ارکان ده گانه محیط کسب و کار مانند منزلت اجتماعی کارآفرینان، به دلیل ناهمگنی موجود در میان ارکان، شاهد اکوسیستم ناکارا و ناپایدار در محیط فرهنگی هستیم؛ که افزایش هزینه های مداخلاتی سیاستی را به منظور بهبود وضع موجود به همراه خواهد داشت.

همچنین محاسبه ارزش زیر شاخص های ادراک کارآفرینانه و ارزش های اجتماعی کارآفرینانه و شاخص کلی محیط فرهنگی کارآفرینی در جدول ۳، نشان دهنده تاثیر منفی زیرشاخص ادراک کارآفرینانه بر شاخص محیط فرهنگی و همچنین میزان مجازات اعمال شده به واسطه ارکان ضعیف تر بر زیر شاخص ها و شاخص اصلی می باشد.

۱. Global Entrepreneurship Monitor



سیاست ها آن هایی هستند که ارکان ناکارتر را مورد توجه قرار می دهند. بدین منظور میزان کارایی اکوسیستم محیط فرهنگی را پس از PFB نیز محاسبه نمودیم و همان طور که در جدول ۳ بیان شده با کاهش میزان شکاف تنگنا، شاهد افزایش کارایی محیط فرهنگی می باشیم.

جدول ۴. ارزش شکاف تنگناها و کارایی محیط فرهنگی

ایران (سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰)

ABE	ABG	شکاف تنگنا و کارایی شاخص محیط فرهنگی
۵۶/۲۴	۴۳/۷۶	قبل از اعمال مجازات
۶۱/۹۶	۳۸/۰۴	بعد از اعمال مجازات

منبع: محاسبات پژوهشگر

به منظور مقایسه و درک واضح تر از میزان تعادل و هماهنگی بین ارکان محیط فرهنگی ایران، قبل و بعد از PFB، داده های مربوط به سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰، را در شکل ۲ به تصویر کشیدیم. ناگفته پیداست که پس از اعمال مجازات از طرف رکن تنگنا، نمودار به حالت تعادل اصلاح شده و در نتیجه کارایی اکوسیستم محیط فرهنگی افزایش می یابد. نمودار به خوبی بیانگر کاهش ارزش مولفه منزلت اجتماعی کارآفرینی به واسطه مجازات اعمال شده از طریق مولفه سهولت کسب و کار می باشد که در نهایت با کاهش شکاف تنگنای موجود بین ارکان ضعیف تر و قوی تر اکوسیستم فرهنگی اجتماعی کارآفرینی به تعادل بیشتر دست یافته و افزایش کارایی را به همراه خواهد داشت. از این رو استفاده بهینه از توان و پتانسیل های بالقوه در جهت بهبود محیط فرهنگی ایران و در نهایت توسعه کارآفرینی نیازمند یک برنامه سیاستی جامع و گسترده در جهت رفع موانع بدون تضعیف توان ها و هماهنگ سازی و متعادل نمودن ارکان محیط فرهنگی کارآفرینی به عنوان یکی از حیاتی ترین شاخص های اکوسیستم کارآفرینی می باشد. دستیابی به اهداف فوق امکان پذیر نمی باشد مگر از طریق شناسایی موانع موجود و اولویت بندی آن ها در جهت تمرکز بر سیاست های برنامه ریزی شده است.

کارآفرینانه در جدول ۲ و ۳ نشان دهنده هدر رفت منابع و پتانسیل های موجود در محیط فرهنگی کارآفرینانه می باشد. همان طور که مشاهده می شود میزان این هدر رفت که به واسطه مجازات تنگنا در اکوسیستم رخ می دهد در زیر شاخص ارزش اجتماعی کارآفرینی بیش از زیر شاخص ادراک کارآفرینانه می باشد و همین امر می تواند کاهش تمایل افراد جامعه را به راه اندازی کسب و کار های کارآفرینانه به همراه داشته باشد. به طور مثال رکن منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان که بیشترین ارزش را در محیط فرهنگی دارد از طریق مجازات اعمال شده به واسطه رکن سهولت کسب و کار بیشترین کاهش را به همراه دارد. بنا بر این سیاست های اعمالی در جهت بهبود رکن سهولت کسب و کار می تواند ضمن کاهش میزان مجازات وارده و از طریق حفظ ارزش بالای رکن منزلت اجتماعی کارآفرینان، افراد جامعه تشویق به کارآفرینی نموده و در نهایت فرهنگ کارآفرینانه را بهبود بخشد.

از این رو به منظور دستیابی به میزان کارایی اکوسیستم فرهنگی محیط کسب و کار ایران، ابتدا به محاسبه شکاف تنگناها (ABG)^۱ پرداخته و سپس میزان کارایی (ABE) را محاسبه نمودیم. در واقع هرچه میزان شکاف به وجود آمده توسط تنگناها کمتر باشد میزان کارایی اکوسیستم بیشتر خواهد بود.

در جدول ۴ مقدار ارزش شکاف تنگناها و کارایی اکوسیستم، قبل و بعد از اعمال مجازات نگناها بیان شده است. که نتایج به وضوح بیانگر افزایش میزان کارایی اکوسیستم فرهنگی محیط کسب و کار پس از مجازات اعمال شده توسط ضعیف ترین رکن یعنی مولفه ی سهولت کسب و کار می باشد. در واقع مجازات اعمال شده توسط ضعیف ترین رکن از طریق کاهش شکاف تنگنای بین ارکان، کارایی اکوسیستم را بهبود می دهد. همانطور که مشاهده می شود کارایی محیط فرهنگی معادل ۵۶/۲۴ می باشد. یعنی نه رکن در شاخص محیط فرهنگی به طور میانگین تنها به اندازه ۵۶/۲۴ درصد از ارزش بهترین رکن شاخص محیط فرهنگی (منزلت بالای اجتماعی کارآفرینان) کارایی دارند. بدیهی است بهترین

۱. Average Bottleneck Gap

بر حسب مدل اکوسیستم شین^۱ مورد ارجاع دیده‌بان جهانی کارآفرینی، زیر شاخص‌ها و ارکان اکوسیستم فرهنگی و اجتماعی کارآفرین و متغیرهای مربوطه مورد بررسی قرار گرفت.

بنا بر محاسبات صورت گرفته بر پایه الگوی مجازات تنگناها در ارزیابی عملکرد اجزاء اکوسیستم کارآفرینی نتایج مطابق جداول محاسباتی بخش یافته‌های پژوهش حاکی از این است که:

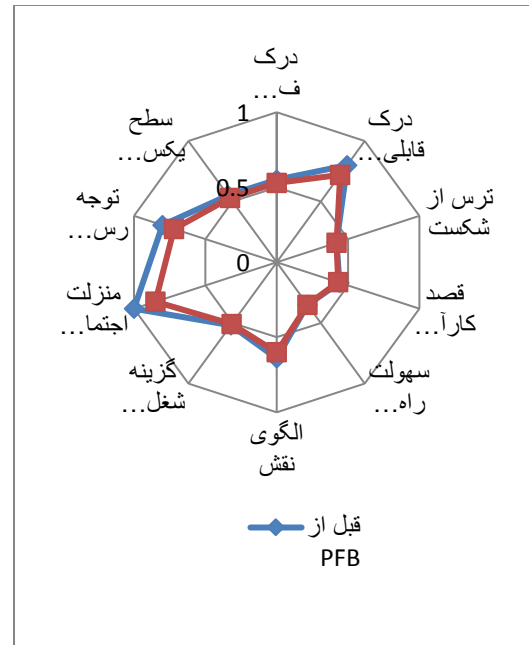
۱- تاثیر تنگنای رکن سهولت راه‌اندازی کسب و کار بر کاهش کارایی محیط فرهنگی اکوسیستم کسب و کار در ایران بیشترین میزان مجازات را بر سایر ارکان می‌گذارد.

۲- در رتبه دوم ضعیف‌ترین رکن که بیشترین مجازات را بر عملکرد سایر ارکان می‌گذارد دو رکن ترس از شکست و قصد کارآفرینانه می‌باشند که به ترتیب با فاصله کمی از یکدیگر ضمن تاثیر منفی بر ارکان قوی تر و اعمال مجازات بر آنها منجر به افزایش هزینه‌های مداخلاتی می‌شوند.

۳- همچنین نتایج بیانگر عدم ارتباط میان سطح توسعه یافتگی محیط فرهنگی کارآفرینی با میزان کارایی اکوسیستم فرهنگی کارآفرینی می‌باشد. در واقع میزان کارایی و اثربخشی محیط فرهنگی کارآفرینی بیش از آن که به ارزش یک رکن به تنهایی وابسته باشد به میزان همگنی و تجانس سطح ارزش ارکان و مولفه‌های شاخص محیط فرهنگی اکوسیستم بستگی دارد و این موضوع بیانگر نیاز کشور به اعمال برنامه ریزی‌های سیاستی در جهت کاهش شکاف تنگناهای موجود و ایجاد تعادل و هماهنگی بین ارکان و مولفه‌های شاخص محیط فرهنگی می‌باشد.

۴- با توجه به محاسبات صورت گرفته کارایی ارکان محیط فرهنگی قبل و پس از اعمال مجازات تغییر معناداری داشته است و این تغییر در مولفه‌های رکن ارزش‌های اجتماعی کارآفرینانه به دلیل تاثیرپذیری و اعمال مجازات از جانب مولفه‌های ضعیف تر که زیر مجموعه رکن ادراک کارآفرینانه در محیط فرهنگی هستند می‌باشد.

۵- فلذا با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر، پیشنهاد اصلی به سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی و کسب و



شکل ۲. نمودار کارایی محیط فرهنگی اکوسیستم کارآفرینی سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰

۶- بحث و نتیجه‌گیری:

دولت‌ها در سراسر جهان به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینی می‌تواند اقتصاد آنها را دگرگون کند. کارآفرینان با نگاه متمایز خود به پدیده‌های اطراف و درک فرصت‌های موجود به دنبال ارائه محصولات یا خدمات جدیدی به جامعه هستند و در بین عوامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده کارآفرینی، فرهنگ عامل بسیار مهم و حیاتی قلمداد می‌شود به طوری که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تا حد زیادی توسعه کارآفرینی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از این رو و با توجه به اهمیت و ضرورت توسعه فرهنگ کارآفرینی، در پژوهش حاضر ضمن استفاده از داده‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، اقدام به شناسایی و اولویت‌بندی موانع و تنگناهای موجود و محاسبه میزان کارایی اکوسیستم محیط فرهنگی کارآفرینی نمودیم.

بدین منظور با پیروی از متدولوژی شاخص‌سازی دیده‌بان جهانی کارآفرینی، و داده‌ها و شاخص‌های محاسبه شده بر حسب پرسشنامه‌های استاندارد تکمیل شده فعالین و نخبگان حوزه کارآفرینی کشورهای عضو از پایگاه داده مذکور گردآوری گردید.

۱. Shine

اجتماعی بیشتری دارند در امر توسعه کسب و کارها موفق‌تر عمل نموده‌اند به طور مثال استان خراسان رضوی، استان یزد و آذربایجان شرقی و اصفهان در این مقوله قابل ذکر هستند. همچنین پیشنهاد مطالعه نهادهای غیررسمی و یا فرهنگ غیررسمی و مولفه‌های آن مطابق نظریه هافستد که فردگرایی و ... بود در استان‌های کشور قابل سنجش و ارزیابی تجربی است تا از این زاویه دید نیز به مقوله مولفه‌های محیط فرهنگی و تاثیر آن بر توسعه کارآفرینی مولد در استان‌های کشور پرداخته شود تا به منظور سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی مطالعات تفصیلی بسترهای فرهنگی و تربیتی در قالب نظام آموزش عمومی کشور مورد برنامه‌ریزی و زمینه‌سازی و بهره‌برداری قرار گیرد.

شاخص‌های کارآفرینی در ایران بر اساس مدل دیده بان

جهانی کارآفرینی، دانشگاه تهران.

۷. ریاحی، پریسا. (۱۳۹۵). *پایش و بهبود نظام کارآفرینی ایران: گزارش اول شناخت وضع موجود و مطالعه تطبیقی با کشورهای منطقه خاورمیانه*. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال.

۸. زرین جویی، محمد، نعمتی، محمدعلی، و رشادت‌جو، حمیده. (۲۰۲۰). نقش دانشگاه و صنعت در اکوسیستم نوآوری در راستای تحقق نوآوری پایداری در کشور. *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۹(۱۷)، ۱۹۹-۲۱۰.

۹. شیهکی تاش، مهیم، و منصوری، لقمان. (۱۳۹۹). تحلیلی و بررسی شاخص‌های فرهنگی هافستد و تأثیر آن بر کارآفرینی در اکوسیستم کارآفرینی دانش‌بنیان (مطالعه موردی: استان سیستان و بلوچستان). *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۹(۲)، ۲۳۳-۲۵۱.

۱۰. طالاری، محمد، و کشاورزی، فاطمه. (۲۰۲۳). واکاوی عوامل مؤثر بر هم‌رابطی شرکت‌های نوپا در اکوسیستم کارآفرینی با استفاده از رویکرد فراترکیب. *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۱۲(۲۳)، ۱۸۵-۲۰۲.

۱۱. محمدکاظمی، رضا، طالبی، کامبیز، داوری، علی، و دهقان، عامر. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر نوآوری مدل کسب‌وکار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری توانمندی

کار، در پیش گرفتن نگرش اکوسیستمی به شاخص‌های کارآفرینی و پیاده‌سازی سیاست‌های مبتنی بر بهینه‌سازی اکوسیستم‌ها و افزایش کارایی آن‌ها از طریق شناسایی و اولویت‌بندی تنگناهای موجود در جهت بهبود مستمر محیط کسب و کار که به طور ویژه‌ای در این پژوهش با رویکرد محیط فرهنگی کارآفرینی کشور این مساله بطور تجربی ارزیابی و تحلیل آن ارائه گردید.

پیشنهاد می‌شود در مطالعات آتی پژوهشگران به بررسی شاخص‌سازی میزان همگرایی فرهنگی و انسجام فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی استان‌های مختلف کشور و درجه تاثیر آن بر ارکان محیط فرهنگی کارآفرینی پرداخته شود. به نظر می‌رسد استان‌هایی که بافت اجتماعی و فرهنگی همگرا و تعاملی و پیوندهای ارزشی و اجتماعی مستحکم و انسجام

منابع

۱. آیباهی اصفهانی، سعید، ابراهیمی، الهه، و شیخ، رضا. (۲۰۲۰). فرهنگ نوآورانه، زمینه‌ساز بهبود یادگیری سازمانی با بهره‌گیری از برند سازمانی داخلی، پژوهشی در صنعت نفت ایران. *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۹(۱۷)، ۶۹-۸۴.
۲. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۱). *کارآفرینی، تعاریف، نظریه‌ها، الگوها* انتشارات پردیس.
۳. ترابی، حسین، خیراندیش، مسعود، و محمدی خیاره، محسن. (۲۰۲۰). تأثیر اکوسیستم کارآفرینی بر فعالیت کارآفرینانه؛ تحلیلی بر مبنای داده‌های GEM. *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۹(۱۷)، ۱۶۳-۱۸۲.
۴. جلالی، رضا. (۱۳۹۹). *ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی استان بوشهر بر اساس برنامه دیده بان جهانی کارآفرینی* [گزارش پژوهشی]. دانشگاه خلیج فارس.
۵. داوری، علی، سفیدبری، لیلا، و باقرصاد، وجیه. (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱(۱۰)، ۱۰۱-۱۲۰.
۶. رضوی، مصطفی، زالی، محمد رضا، و یداله‌ی فارسی، جهانگیر. (۱۳۹۵). *گزارش هشتمین برنامه پژوهشی: ارزیابی*



- economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315. <https://doi.org/10.1093/icc/10.1.267>
20. Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3-22. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90014-8](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90014-8)
21. Beightler, C. S., Phillips, D. T., & Wilde, D. J. (1979). *Foundations of optimization* (2nd ed.). Prentice-Hall.
22. Birch, D. L. (1979). *The job generation process*. MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
23. Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *GEM 2007 executive report*. Babson College, London Business School, and Global 23.
24. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
25. Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2017). National culture and entrepreneurship. In A. C. Corbett, J. A. Katz, & P. H. Phan (Eds.), *The Wiley handbook of entrepreneurship* (pp. 401-422). John Wiley & Sons.
26. Casson, M. (2002). *The concise encyclopedia of economics*. Liberty Fund. <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>
27. Chambers, R., & Lake, A. (2004). *In focus program on skills, knowledge and employability* (Skills Working Paper No. 3). International Labour Office.
28. Cheng, T., & Love, P. E. D. (2023). Assessing innovation performance in business ecosystems: A penalty for bottleneck approach. *Technovation*, 49, 123-139. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102789>
29. Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1-14. <https://doi.org/10.1002/bse.428>
- کارآفرینانه (مطالعه موردی: شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات). (فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۴ (۲)، ۳۲۱-۳۲۹).
۱۲. موحدی، رضا، و یعقوبی فرانی، احمد. (۱۳۹۱). (درآمدی بر کارآفرینی روستایی. انتشارات دانشگاه بوعلی سینا.
۱۳. نژاد طاهری، آسیه، کارشناسان، علی، و محمدی خیاره، محسن. (۱۳۹۹). ارزیابی و تحلیل اکوسیستم کارآفرینی و محیط کسب و کار استان‌ها با رویکرد نوین PFB. فصلنامه اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۲۷ (۲۰)، ۱۰۱-۱۲۷.
14. Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>
15. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
16. Alvarez, A. S., Young, L., & Woolley, L. (2015). Opportunities and institutions: A co-creation story of the king crab industry. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 95-112. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.07.011>
17. Arruda, C., Nogueira, V. S., & Costa, V. (2014). The Brazilian entrepreneurial ecosystem of startups: An analysis of entrepreneurship determinants in Brazil as seen from the OECD pillars. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 2(3), 17-57.
18. Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2016). Entrepreneurial ecosystems in cities: The role of local government. *Economic Development Quarterly*, 30(3), 220-232. <https://doi.org/10.1177/0891242416643716>
19. Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial



- In G. M. Grossman (Ed.), *The political economy of trade policy* (pp. 45-78). MIT Press.
40. Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values* (Vol. 5). Sage Publications.
41. Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), Article 8. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
42. Huang, X., & Zhao, L. (2022). Using the penalty for bottleneck methodology to improve supplier relationships in business ecosystems. *Supply Chain Management: An International Journal*, 27(5), 685-699. <https://doi.org/10.1108/SCM-03-2021-0123>
43. Isenberg, D. (2011, May 12). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship* [Conference presentation]. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland. <http://entrepreneurial-revolution.com/>
44. Isabelle, D. (2013). Key factors affecting a technology entrepreneur's choice of incubator or accelerator. *Technology Innovation Management Review*, 3(2), 16-22. <https://doi.org/10.22215/timreview/656>
45. Khalil, M., & Olafsen, E. (2010). *Enabling innovative entrepreneurship through business incubators*. World Bank Institute.
46. Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
47. Kremer, K. (2019). The entrepreneurial ecosystem: A country comparison based on the GEI approach. *ifo DICE Report*, 17(2), 52-62.
48. Kshetri, N. (2014). Developing successful entrepreneurial ecosystems: 30. Coyne, C. J., Hall, A. R., & Norcross, E. (2024). *Knowledge and entrepreneurship in public policy*. Lexington Books.
31. Davari, A., & Dehghannajmabadi, A. (2018). Entrepreneurial ecosystem and performance in Iran. In A. Dvouletý, M. Lukeš, & J. Mísar (Eds.), *Entrepreneurial ecosystems in the peripheries* (pp. 85-102). Springer International Publishing.
32. Drucker, P. F. (1980). *Managing in a time of great change*. Harper & Row.
33. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
34. Feldman, M., Francis, J., & Bercovitz, J. (2005). Creating a cluster while building a firm: Entrepreneurs and the formation of industrial clusters. *Regional Studies*, 39(1), 129-141. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320888>
35. Freeman, J. H., & Audia, P. G. (2006). Community ecology and the sociology of organizations. *Annual Review of Sociology*, 32, 145-169. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.32.061604.123135>
36. Gao, S., & Kuo, T. C. (2023). Evaluating system performance under bottleneck conditions: A penalty for bottleneck approach. *Journal of Systems and Software*, 210, Article 110787. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2023.110787>
37. Goldratt, E. M. (1994). *It's not luck*. North River Press.
38. Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52. <https://doi.org/10.1177/104225870202600403>
39. Hillman, A. J., & Ursprung, H. W. (2000). The political economy of trade liberalization: A public choice perspective.



249. <https://doi.org/10.1002/smj.4250070305>
- 56 Miller, D. (1996). Configurations revisited. *Strategic Management Journal*, 17(7), 505-512. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199607\)17:7<505::AID-SMJ852>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199607)17:7<505::AID-SMJ852>3.0.CO;2-N)
57. Mitropoulos, P., & Mitropoulos, A. (2023). Evaluating efficiency and technology gaps of the national systems of entrepreneurship using stochastic DEA and club convergence. *Operational Research*, 23(1), 1-28. <https://doi.org/10.1007/s12351-023-00745-5>
58. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
59. Page, S. E. (2007). *The difference: How the power of diversity creates better groups, firms, schools, and societies*. Princeton University Press.
60. Parsons, T. (1951). *The social system*. Free Press.
61. Pinelli, M., & O'Connell, K. (2013). *The entrepreneurial ecosystem: A review of the literature*. Enterprise Research Centre.
63. Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080712>
63. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Randolph, G. M., Tasto, M. T., & Salvino, R. F., Jr. (Eds.). (2017). *Public policy, productive and unproductive entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
64. Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection Lessons from a comparison of an Asian tiger and a Baltic tiger. *Baltic Journal of Management*, 9(3), 330-356. <https://doi.org/10.1108/BJM-09-2013-0146>
49. Kumar, A., & Singh, R. (2023). Integration of penalty for bottleneck methodology in supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 250, Article 107328. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.107328>
50. Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-253. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9155-2>
51. Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
52. Martinez, J., & Chen, P. (2023). A new perspective on system reliability: Applying the penalty for bottleneck methodology. *Reliability Engineering & System Safety*, 228, Article 108822. <https://doi.org/10.1016/j.res.2022.108822>
53. Martins, S., Couchi, C., Parat, L., Federico, C., Roberto, D., & Maureen, S. (2004). *Barriers to entrepreneurship and business creation* (EEC/Act04/02). European Entrepreneurship Cooperation.
54. Meyer, A. D. (1993). Configurations of organizational structure and strategy: Evidence from the software industry. *Strategic Management Journal*, 14(S1), 1-23. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140802>
55. Miller, D. (1986). Configurations of strategy and structure: Towards a synthesis. *Strategic Management Journal*, 7(3), 233-



1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1073179>
73. Stam, E., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. In R. Blackburn, D. De Clercq, & J. Heinonen (Eds.), *The SAGE handbook of small business and entrepreneurship* (pp. 407-423). Sage Publications.
74. Stangler, D., & Bell-Masterson, J. (2015). *Measuring an entrepreneurial ecosystem*. Ewing Marion Kauffman Foundation.
75. Suddle, K., Beugelsdijk, S., & Wennekers, S. (2007). *Entrepreneurial culture and its effect on the rate of nascent entrepreneurship*. Netherlands Ministry of Economic Affairs.
76. Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the role of government in promoting entrepreneurship. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 45-55.
77. Szerb, L., Ács, Z. J., Autio, E., & Komlósi, É. (2016). The entrepreneurial ecosystem in the United States: A regional perspective. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 5(3), 316-342. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2016-0013>
78. Szerb, L., Lafuente, E., Horváth, K., & Páger, B. (2019). The relevance of quantity and quality entrepreneurship for regional performance: The moderating role of the entrepreneurial ecosystem. *Regional Studies*, 53(9), 1308-1320. <https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1562178>
79. Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship – A new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338. <https://doi.org/10.1108/00251740010340517>
80. Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1980-2>
65. Rogers, H., & Grant, K. (2023). Navigating bottlenecks in business ecosystems: An application of the penalty for bottleneck methodology. *Journal of Business Research*, 156, Article 128-137. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113507>
66. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
67. Schoof, U. (2006). *Stimulating youth entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people* (SEED Working Paper No. 76). International Labour Office.
68. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
69. Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
70. Singh, A., & Patel, S. (2022). Analyzing the impact of organizational bottlenecks on business ecosystem dynamics through penalty for bottleneck. *Journal of Organizational Change Management*, 35(4), 1023-1040. <https://doi.org/10.1108/JOCM-08-2021-0247>
71. Spigel, B. (2015). The organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
72. Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-



83. Warner, M. (1996). *The management of human resources in Chinese industry*. Palgrave Macmillan.
84. Williams, K. Y., & O'Reilly, C. A., III. (1998). Demography and diversity in organizations: A review of 40 years of research. *Research in Organizational Behavior*, 20, 77-140.
85. Zahra, S. A. (2000). The changing rules of global competitiveness in the 21st century. *Academy of Management Executive*, 14(1), 34-42. <https://doi.org/10.5465/ame.2000.2909837>.
- and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
81. Thurik, A. R. (2009). Entreprenomics: Entrepreneurship, economic growth and the role of government. *Journal of Evolutionary Economics*, 19(1), 1-26. <https://doi.org/10.1007/s00191-008-0118-7>
82. Tol, R. S. J., & Yohe, G. W. (2006). A review of the Stern Review. *World Economics*, 7(4), 233-250.

پیوست ۱. جدول داده‌های خام پیمایش GEM ایران (۲۰۱۹-۲۰۲۰)

روش گردآوری: نظرسنجی از ۳۶ خبره کارآفرینی و کارآفرینان خبره در ایران با استفاده از مقیاس لیکرت ۷ ارزشی (۱ = کاملاً مخالف، ۷ = کاملاً موافق)

مقدار نرمال شده (۱-۰)	انحراف معیار	میانگین (۷-۱)	زیرشاخص	رکن
۰,۵۵	۱,۲۳	۴,۸۵	ادراک کارآفرینانه	درک فرصت‌های کارآفرینانه
۰,۸۰	۰,۹۸	۶,۲۰	ادراک کارآفرینانه	درک قابلیت‌های کارآفرینانه
۰,۴۲	۱,۴۵	۳,۹۵	ادراک کارآفرینانه	ترس از شکست
۰,۴۴	۱,۳۱	۴,۰۸	ادراک کارآفرینانه	قصد کارآفرینانه
۰,۳۵	۱,۵۲	۳,۴۵	ادراک کارآفرینانه	سهولت راه‌اندازی کسب و کارها
۰,۶۴	۱,۱۸	۵,۴۸	ادراک کارآفرینانه	الگوی نقش
۰,۵۲	۱,۲۷	۴,۶۴	ارزش‌های اجتماعی	کارآفرینی به عنوان گزینه شغلی مناسب



مقدار نرمال شده (۱-۰)	انحراف معیار	میانگین (۷-۱)	زیرشاخص	رکن
۱,۰۰	۰,۰۰	۷,۰۰	ارزش‌های اجتماعی	منزلت اجتماعی بالای کارآفرینان
۰,۸۰	۰,۸۵	۶,۲۰	ارزش‌های اجتماعی	توجه رسانه‌ای به کارآفرینی
۰,۵۵	۱,۱۰	۴,۸۵	ارزش‌های اجتماعی	سطح یکسان استاندارد زندگی کارآفرینان

تبصره: مقدار نرمال شده با استفاده از روش Mini-Max محاسبه شده است:

$$X_{i,j} = Z_{i,j} \max Z_{i,j} / X_{i,j} = \max Z_{i,j} / Z_{i,j}$$

پیوست ۲: قاعده تصمیم برای شناسایی "رکن تنگنا"

قاعده مصوب در این پژوهش:

رکن تنگنا (باریک‌ترین گلوگاه) به عنوان رکنی تعریف می‌شود که:

۱. دارای کمترین مقدار نرمال شده در بین ۱۰ رکن باشد.

۲. اختلاف آن با دومین رکن ضعیف‌تر حداقل ۰,۰۵ باشد.

۳. در صورت اختلاف کمتر از ۰,۰۵، هر دو رکن به عنوان تنگنای مشترک در نظر گرفته شده و میانگین مجازات‌ها محاسبه می‌شود.

وضعیت	مقدار	اعمال قاعده در داده‌های ایران (۲۰۱۹-۲۰۲۰ معیار)
✓	۰,۳۵ سهولت راه‌اندازی	کمترین مقدار نرمال شده
✓	۰,۴۲ ترس از شکست	دومین مقدار ضعیف
✓ ($0,05 \geq$)	۰,۰۷	اختلاف
تک تنگنا	سهولت راه‌اندازی کسب و کار	تنگنای نهایی

