

آثار جهانی شدن و تجارت بین الملل بر توسعه‌ی کارآفرینی (مطالعه موردی: کشورهای OECD)

سید کمیل طیبی^{۱*} - مریم فخری^۲

۱. دانشیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

۲. کارشناس ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۱۱/۴، تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۶/۲۴)

چکیده

با توجه به اهمیت کارآفرینی در فرایند توسعه‌ی دنیای امروزی که در عصر گسترش تجارت بین‌الملل و جهانی‌شدن اقتصادی قرار دارد، ضرورت پرداختن به موضوع‌های مرتبط با کارآفرینی به‌ویژه از جنبه‌های اقتصادی آن احساس می‌شود. از این‌رو در این مطالعه سعی بر این است تا اثرگذاری تجارت بین‌الملل و جهانی‌شدن بر توسعه‌ی کارآفرینی بررسی شود. از آن‌جا که کشورهای OECD از سطح روابط تجاری بالایی برخوردارند و به‌ویژه نقش اساسی را در تکوین مناسبت‌های تجارت جهانی بازی می‌کنند، در این تحقیق به آن‌ها توجه شده است. در این باره پاسخ به سوال‌های تحقیق درباره‌ی کشف اثرگذاری روابط تجاری و جهانی‌شدن اقتصادی بر کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته OECD می‌تواند درس‌هایی را برای کشورهای در حال توسعه و به‌ویژه ایران به‌دنبال داشته باشد تا بتوانند کارآفرینی را توسعه دهند. برای تحقق این هدف یک الگوی اقتصادسنجی تصریح شده و با استفاده از داده‌های پانلی انتخاب شده از کشورهای OECD در بازه زمانی ۲۰۰۵-۲۰۰۰ برآورد شده است. نتایج به‌دست آمده حکایت از آن دارد که توسعه‌ی صادرات و واردات و پدیده‌ی جهانی‌شدن آثار مثبت و معنی‌داری را بر سطح کارآفرینی در کشورهای موردنظر داشته و در نتیجه ایجاد سرریزها و انتقال فناوری با تجارت خارجی، نقش مهمی را در تکوین فرایند کارآفرینی ایفا می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، جهانی‌شدن، تجارت بین‌الملل، کشورهای OECD

مقدمه

در قرن حاضر که قرن جهانی شدن اقتصاد است، اقتصاد جهان و سرعت رشد اقتصادی بر پایه‌ی نوآوری استوار بوده و در این فضا باید بستر لازم را برای رشد کسانی که ایده را به محصول و علم و دانش را به صنعت تبدیل می‌کنند، فراهم کرد. در این جا نقش کارآفرین و نیاز به کارآفرین در جامعه مشخص شده و می‌توان گفت کارآفرین ارتباط‌دهنده‌ی دانش با صنعت و بازار است.

کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف بررسی شده و همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه‌ی توسعه‌ی اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله‌ی کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه‌ی فناوری و اشتغال مولد بوده و در کشورهای بزرگ و پیشرفته، اهمیت کارآفرینی فقط به دلیل مسأله‌ی ایجاد شغل نیست، بلکه دلیل اصلی فعالیت‌های اقتصادی کوچکی است که در این کشورها به وجود آمده، رشد کرده و توانسته‌اند سهم عمده‌ی فناوری روز و در نتیجه ثروت و درآمد تمام دنیا را به خود اختصاص دهند.

بر این اساس، به‌رغم اهمیت روزافزون کارآفرینی و نقش فزاینده‌ی آن در اقتصاد جهانی کم‌تر به مطالعه‌ی همه جانبه‌ی این موضوع پرداخته شده است. وضعیت اقتصادی و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه‌های پیش‌رو در صحنه‌ی اقتصادی می‌کند و در این راستا ضرورت داشتن الگوها و راه کارهای مناسب برای آموزش، تربیت و استفاده‌ی بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیش‌تر می‌شود. توضیح‌های اخیر بیان‌گر اهمیت به‌سزایی است که کارآفرینی در جوامع امروزی دارد و از آن جا که در تحقیق‌های دانشگاهی ایران توجه زیادی به کارآفرینی و عوامل اثرگذار بر آن از دیدگاه اقتصادی نشده، بررسی این مقوله امری ضروری به نظر می‌رسد.

عوامل متعددی بر سطح کارآفرینی اثرگذار هستند که در این میان تجارت خارجی می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند زیرا تجارت خارجی در برقراری ارتباط با کارآفرینی با ایجاد سرریزها و فناوری به کشورها کمک می‌کند. از این رو این تحقیق به دنبال بررسی

اثرگذاری تجارت خارجی (شامل صادرات و واردات) و جهانی شدن بر کارآفرینی است. اساساً این پرسش وجود دارد که جهانی شدن اقتصاد و توسعه‌ی روابط تجارت خارجی که امروزه زمینه‌ساز مهارت، دانش فنی و سرریزهای مختلف تحقیق و توسعه^۱ شده، چگونه فرایند کارآفرینی را در سطح بنگاه‌ها و سپس در سطح کلان تکمیل می‌کند؟ این مساله به‌ویژه در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی^۲ که از سطح روابط تجاری بالایی برخوردارند و هم‌چنین نقش اساسی را در تکوین فرایند جهانی شدن بازی می‌کنند، موضوعیت می‌یابد.

بنابراین در ادامه‌ی مقاله، ابتدا به ابعاد نظری رابطه‌ی میان تجارت بین‌الملل، جهانی شدن و کارآفرینی پرداخته می‌شود؛ سپس در قسمت بعد سابقه‌ی تحقیق ارائه می‌شود. پس از آن یک الگوی اقتصادسنجی کارآفرینی برای بررسی آثار تجارت، جهانی شدن و سایر متغیرها بر سطح کارآفرینی در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی تصریح می‌شود. بخش بعدی اختصاص به تجزیه و تحلیل نتایج تجربی ناشی از برآورد الگو دارد و در نهایت نتیجه‌گیری مطالعه ارائه می‌شود.

تجارت بین‌الملل، جهانی شدن و کارآفرینی

ارتباط تجارت و کارآفرینی از چند بُعد قابل تبیین است: یکی از بُعد صادرات، که در آن هرگاه تقاضای خارجی برای کالاهای صادراتی وجود داشته باشد، موجب افزایش ظرفیت‌های تولیدی صادرات می‌شود. لازمه‌ی این افزایش ظرفیت به کارگیری مهارت یا نیروی کار با بهره‌وری بالاتر و سایر منابع کارآمد خواهد بود. از طرف دیگر افزایش صادرات زمینه‌های رقابت‌پذیری را در بنگاه‌های تولیدی به وجود می‌آورد که این عوامل در چرخه‌ی تولید منجر به نوآوری، کسب مهارت‌های بالاتر و پیدایش بنگاه‌های جدید و فعالیت‌های جدید بنگاه می‌شود.

از بُعد واردات، کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای که به‌طور عمده انتقال فناوری را به داخل کشور و یا بنگاه‌های داخلی به همراه دارند، ظرفیت تولیدی بنگاه‌های داخلی را

1. R&D
2. OECD

افزایش می‌دهند، افزون بر این که سرریزهای تجاری هم به سایر بنگاه‌ها در ایجاد رویکردهای نوین نسبت به فرایند تولیدی خود کمک می‌کنند. پس مجدد منجر به کارآفرینی و ارتقای آن در بین بنگاه‌های داخلی می‌شود.

در کشورهای توسعه یافته حجم بالایی از تجارت کالاهای تمام شده مبتنی بر تجارت درون‌صنعت (تجارت در محصولات همگن متمایز) است. از آن‌جا که تجارت درون‌صنعت در نتیجه‌ی تمایز محصول در بازارهای رقابت ناقص (رقابت انحصاری) و وجود صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس تولید بروز می‌کند، هر کشور سعی می‌کند به‌منظور فروش و صادرات بیش‌تر محصولاتش و تولید محصولات متنوع از فناوری‌های پیشرفته‌تری استفاده کند تا کیفیت محصولات خود را بالا ببرد. در نتیجه به‌علت ایجاد سرریزهای ناشی از این جریان، کارآفرینی بیش‌تری به وجود می‌آید (Yarborough & Yarborough, 2006, PP. 123-130).

با گسترش تجارت بین‌الملل، می‌توان نقش جهانی‌شدن بر کارآفرینی را که امروزه شاخص عمده‌ی آن تجارت است، مطالعه کرد. جهانی‌شدن یک اقتصاد به فراهم کردن امکانات جهانی و ایجاد رقابت‌پذیری کمک می‌کند. از آن‌جا که جهانی‌شدن توسط یک پارچه‌سازی نهادی، بازارها را گسترش داده و هزینه‌های انتقال را کاهش می‌دهد، شرایط را برای شکل‌گیری بنگاه‌های جدید کارآفرینی تغییر می‌دهد. از سوی دیگر جهانی‌شدن و توسعه‌ی یک‌پارچگی‌های اقتصادی، افزایش تجارت و ظرفیت‌های تولیدی را به همراه دارد. از آن‌جا که باز بودن اقتصاد یک کشور، موجب افزایش اشتغال کارآفرینان آن کشور در فعالیت‌های صادراتی می‌شود، فرایند جهانی‌شدن باعث می‌شود با ایجاد سرریزهای اطلاعاتی، دانش فنی، فناوری و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، بر ظهور شغل‌های جدید و میزان کارآفرینی کشور اثرگذاری مثبتی داشته باشد.

بعضی از فشارهای جهانی‌شدن می‌توانند به‌عنوان خطر و تهدیدی برای کارآفرینان محسوب شوند و بعضی نیز می‌توانند موجب بهبود عملکرد بنگاه‌های کوچک و افزایش سطح کارآفرینی در کشور شوند. نوع کارآفرینی و سیاست‌های موجود در یک کشور بر روابط میان جهانی‌شدن و کارآفرینی در آن کشور اثرگذار است. نظر به این که جهانی‌شدن

موجب تحریک سرمایه‌ی بین جوامع می‌شود به‌ویژه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۱ که خود سبب ورود فناوری‌های جدید، تجربه‌ی مدیریتی و دانش به کشور می‌شود و از آنجا که دسترسی به سرمایه یکی از مشکلات عمده برای شروع کسب‌وکارهای جدید است، افزایش سرمایه‌ی خارجی می‌تواند نیاز کارآفرینی را در رابطه با تامین مالی برطرف کند. با افزایش اثرگذاری جهانی شدن، تقاضای مصرف‌کنندگان برای محصولات متنوع زیاد شده و خود موجب تشویق کارآفرینی در کشور می‌شود، از طرف دیگر رقابتی خارجی بیش‌تر می‌شوند که می‌تواند به‌عنوان تهدیدی برای شغل‌های کوچک محسوب شود. هم‌چنین ورود فناوری‌های جدید به بازار محلی می‌تواند منجر به بالا رفتن توان رقابتی بنگاه‌ها شود. بعضی از فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی امکان دارد نوآوری‌ها و سرریزهایی را نیز به‌وجود آورند و به احتمال منجر به سطوح بهره‌وری و کارایی بالاتری شوند (Vinig & Kluijver, 2007, PP. 10-14).

مروری بر پیشینه‌ی تحقیق

کلانتون و لئو اسلواگن^۲ (۲۰۰۷) رابطه میان میزان تغییرها در شدت تجارت، بقای بنگاه و ورود و خروج آن را بررسی کرده‌اند. آن‌ها با استفاده از داده‌های مجموعه‌ی کشورهای EU-15 (بلژیک، دانمارک، فنلاند، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سوئد و انگلیس) که نرخ‌های ورود و خروج ۱۲ بخش کارخانه‌ای را در دوره‌ی ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳ در بر می‌گیرد، در می‌یابند که افزایش در بازبودگی تجاری، رابطه‌ای مستقیم با نرخ‌های خروج و رابطه‌ای عکس با نرخ‌های ورود بنگاه‌ها و در نتیجه سطح کارآفرینی آن‌ها دارد. آن‌ها حمایت‌هایی را نیز در مورد دیدگاه مثبت جهانی شدن به‌عنوان منبعی برای فرصت‌های شغلی جدید پیدا می‌کنند (Colantone & Sleuwaegen, 2007, PP. 13-15).

طیبی و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه خود با عنوان "کشف رابطه میان عوامل اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی و کارآفرینی"، ۱۲۳ کشور را طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ با استفاده از

1. FDI
2. Colantone and Sleuwaegen

الگوی داده‌های تابلویی بررسی کردند. آن‌ها به منظور اندازه‌گیری کارآفرینی از شاخص نرخ شروع یک شغل جدید استفاده کرده و به این نتیجه دست یافتند که آموزش، رشد اقتصادی و سیاست‌های دولتی بهینه می‌تواند موجب تشویق کارآفرینی شود.

کلرک و همکاران^۱ (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای با عنوان "سرریزهای اطلاعاتی و گرایش صادراتی سرمایه‌گذاری‌های جدید" اثرگذاری تجارت بین‌الملل را بر گرایش صادراتی کارآفرینان و بدین ترتیب بر ایجاد شغل‌های جدید بررسی کردند. آن‌ها در این مطالعه که ۳۴ کشور عضو جم^۲ (نمایش‌گر کارآفرینی جهانی) را پوشش می‌داد، در طی یک دوره ۴ ساله (۲۰۰۵-۲۰۰۲)، با استفاده از شاخص تی.ای.ای برای کارآفرینی؛ به این نتیجه دست یافتند که تجارت بین‌الملل به‌عنوان منبعی از سرریزهای اطلاعاتی، بر گرایش کارآفرینان به صادرات اثرگذاری مثبت و معنی‌دار دارد و هم‌چنین گرایش صادراتی کارآفرینان و اشتغال آن‌ها به صادرات در ایجاد شغل‌های جدید و کارآفرینی در کشور اثر معنی‌داری به جای می‌گذارد. شاخص تی.ای.ای نشان‌دهنده‌ی سهم جمعیت یک کشور در سنین ۱۸ تا ۶۴ سال بوده و یا در مرحله‌ی شروع یک کسب‌وکار و یا صاحب یک شغل در مدت کم‌تر از ۴۲ ماه هستند (Clercq, et al, 2008, PP. 283-303).

وینیک و کلوور (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای با عنوان "آیا جهانی‌شدن بر کارآفرینی اثر می‌گذارد؟ مطالعه‌ی تطبیقی از شاخص‌های سطح کشوری" به‌منظور کشف ارتباط بین جهانی‌شدن و کارآفرینی، داده‌های ۳۰ کشور عضو جم (۲۰۰۳) را در نظر گرفتند. آن‌ها برای کارآفرینی از شاخص تی.ای.ای و برای جهانی‌شدن از شاخص کی.ا.ا.ف^۴ استفاده کردند. آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که جهانی‌شدن در کشورهای با درآمد پایین اثرگذاری منفی بر سطح کارآفرینی کشور دارد (Vinig & Kluijver, 2007, PP. 20).

آلفارو و چارلتن^۵ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای با عنوان "یک پارچگی مالی بین‌المللی و

1 Clercq, et al.

2 Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

3 Total Entrepreneurial Activity (TEA)

4 Konjunkturforschungsstelle (KOF)

5 Alfaro and Charlton

کارآفرینی "به منظور کشف ارتباط میان یک پارچگی مالی بین‌المللی و کارآفرینی، از داده‌های ۲۴ میلیون بنگاه در ۱۰۰ کشور در سال‌های ۱۹۹۹ و ۲۰۰۴ استفاده کردند. آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که یک پارچگی مالی بین‌المللی اثری مثبت و معنی‌دار بر فعالیت کارآفرینی در کشور دارد.

ارایه‌ی الگوی کارآفرینی

با توجه به مباحث مطرح شده در بخش‌های قبلی و به پیروی از کلرک و همکاران (۲۰۰۸)، چوی و فن^۱ (۲۰۰۶) و آدریچ و کیل بیج^۲ (۲۰۰۸)، متغیر کارآفرینی که در شاخص‌های مختلفی تعریف می‌شود، در قالب یک الگوی تجربی افزون بر تجارت بین‌الملل در اثر متغیرهایی مانند رشد تولید ناخالص داخلی، سطح آموزش، تحقیق و توسعه و نرخ بی‌کاری قرار دارد.

رشد اقتصادی بالاتر در یک منطقه نشان‌دهنده‌ی افزایش ثروت، اندازه‌ی بازار، شدت معامله‌های اقتصادی و در نتیجه افزایش فرصت‌های کلی برای شغل‌های جدید است (Audretch & Keilbach, 2008, PP. 1701). طبق انتظار، سطوح درآمد می‌تواند بر تقاضا و بنابراین کارآفرینی اثرگذار بوده و هم‌چنین بر میزان سرمایه‌ی قابل دسترس در یک اقتصاد که می‌تواند برای یک کارآفرین بالقوه ضروری باشد، اثرگذار باشد (Nyström, 2008, PP. 274). از آنجایی که رشد اقتصادی موجب افزایش در ظرفیت‌های اقتصادی با سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌شود، هر افزایش در تولید ناخالص داخلی اثر مثبت بر فعالیت‌های کارآفرینانه آن کشور ایجاد می‌کند.

افزون بر این آموزش و سطح سواد ارتباط مستقیمی با کارآفرینی و خود اشتغالی دارد. یکی از ضرورت‌های کارآفرینی، آشنایی با دانش فنی و داشتن تخصص در آن زمینه‌ی کاری است. افزون بر زمینه‌ی اصلی تخصصی کار، امروزه بسیاری از مهارت‌های عمومی کارآفرینی مانند شناخت و مطالعه‌ی بازار، محاسبه‌های اقتصادی، محاسبه‌ی خطر، قابلیت

1 Choi and Phan

2 Audretch and Keilbach

اطمینان، طراحی محصول، مهارت‌های رایانه‌ای و IT، به‌طور کامل علمی و تخصصی شده و باید آن‌ها را آموخت (سلیمی فر و مرتضوی، ۱۳۸۴، ص ۶۴). از طرف دیگر جامعه‌ای که سواد دانشگاهی دارد سرمایه‌ی بیش‌تری جمع‌آوری می‌کند و بهتر می‌تواند در فعالیت‌های کارآفرینی وارد شود. پس می‌توان گفت که افراد باسوادتر احتمال بیش‌تری دارد که خوداشتغال شوند، این یافته با الگوی لوکاس^۱ (۱۹۷۸) سازگار است. با توجه به این که در این الگو سرمایه‌ی انسانی، توانایی مدیریتی یک فرد را افزایش می‌دهد، بنابراین تمایل او به خود اشتغالی را زیاد می‌کند (Kim, 2007, PP. 399).

تحقیق و توسعه نیز رابطه‌ی متقابلی با فرایند کارآفرینی دارد. سرمایه‌گذاری بلندمدت به ابداع‌ها و فناوری‌های جدید منجر می‌شود و عرصه را برای رشد اقتصادی پایدار فراهم می‌کند. فقر اطلاعات، دانش و تجربه به مدیریت ضعیف و بهره‌وری پایین منابع انسانی منجر می‌شود و این عمل به فرایند تولید ضعیف می‌انجامد که در نهایت عملکرد ضعیف شرکت‌ها را به دنبال دارد (مهدوی عادل و رافعی، ۱۳۸۵، ص ۳۶). دانش فنی در اقتصاد، پایه‌ای برای شکل‌گیری بنگاه جدید توسط کارآفرینان بالقوه است. به بیان دیگر کسانی که دارای اطلاعات فناورانه‌ی بیش‌تری هستند، احتمال بیش‌تری دارد که فرصت‌های شغلی جدیدی را به وجود آورند و در نتیجه سطح کارآفرینی را در اقتصاد ارتقا دهند. از سوی دیگر سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه به افزایش مهارت و سطح ظرفیت فناوری در یک کشور کمک می‌کند (Audretch & Acs, 1994, PP. 449-439). افزون بر ایجاد سرریزهای اطلاعاتی میان شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های تحقیق و توسعه در دانشگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها، چنین سرمایه‌گذاری‌هایی ذخیره‌ی سرمایه‌ی فناورانه در یک کشور را افزایش می‌دهد که منجر به ایجاد فرصت‌های جدید برای شکل‌گیری بنگاه می‌شوند (Choi & Phan, 2006, PP. 495-494).

بی‌کاری نیز می‌تواند بر خوداشتغالی و کارآفرینی اثرگذار باشد. اگر شروع یک فعالیت خوداشتغالی آسان باشد و نهادهای دولتی و غیردولتی از این‌گونه فعالیت‌ها حمایت

1. Lucas

کنند (حمایت‌های اجتماعی و مالی)، ارتباط بی‌کاران با بخش خوداشتغالی بیش‌تر خواهد بود، در غیر این صورت بی‌کاران بیش‌تر ترجیح می‌دهند در بخش دستمزدبگیر شاغل باشند. در همین راستا این امکان وجود دارد که فرد بی‌کار باشد اما برای شروع یک فعالیت یا کسب‌وکار کوچک خوداشتغالی سرمایه‌ی اولیه لازم را نداشته باشد (قویدل، ۱۳۸۶، ص ۲۸). انعطاف‌پذیری بازار کار هزینه‌ی فرصت ناشی از شکست در خوداشتغالی را کاهش می‌دهد. بنابراین در کشورهای توسعه‌یافته با بازارهای کار انعطاف‌پذیر، فرد بی‌کار خوداشتغالی را به آسانی با هزینه‌ی فرصت کم‌تری انتخاب می‌کند، پس در این‌گونه بازارها بی‌کاری اثرگذاری مثبتی بر خود اشتغالی دارد (Audretch & Acs, 1994, PP. 439-449).

به‌طور کلی یک الگوی خطی رگرسیونی کارآفرینی برای کشور i (به‌عنوان عضوی از $U.A.I.S.$ در زمان t به‌صورت زیر قابل تصریح است:

$$ENT_{it} = a_0 + a_1 Trade_{it} + a_2 Edu_{it} + a_3 Un_{it} + a_4 R\&D_{it} + a_5 dGDP_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

که در آن انتظار می‌رود $a_1, a_2, a_3, a_4, a_5 > 0$ باشد. هم‌چنین متغیرها به‌صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$ENT_{it} = \text{میزان کارآفرینی در کشور } i \text{ ام و سال } t \text{ ام}$$

$$Trade_{it} = \text{تجارت بین‌الملل (صادرات و واردات) در کشور } i \text{ ام و سال } t \text{ ام}$$

$$Edu_{it} = \text{سطح سواد دانشگاهی و آموزش در کشور } i \text{ ام و سال } t \text{ ام}$$

$$Un_{it} = \text{سطح بی‌کاری در کشور } i \text{ ام و سال } t \text{ ام}$$

$$R\&D_{it} = \text{هزینه‌ی تحقیق و توسعه در کشور } i \text{ ام و سال } t \text{ ام}$$

$$dGDP_{it} = \text{رشد اقتصادی کشور } i \text{ ام در سال } t \text{ ام}$$

برای اندازه‌گیری کارآفرینی شاخص‌های مختلفی استفاده می‌شود، اما از آن‌جا که در تعاریف کارآفرینی بیش‌تر به ایجاد کسب‌وکارها و سازمان‌های جدید توجه شده، در این تحقیق برای کارآفرینی از شاخص نرخ شروع یک شغل جدید استفاده شده است (Tayebi et.al, 2009, PP. 15).

جامعه‌ی آماری و منابع داده‌ها

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از روش تحقیق کتابخانه‌ای اسنادی و پایگاه‌های اطلاعاتی در اینترنت استفاده شد. جامعه‌ی آماری از ۳۰ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه‌ی اقتصادی ا.ا.ی.سی.دی تشکیل یافته و مجموعه‌ی اطلاعات شامل داده‌های اقتصادی سالانه در طول یک دوره ۶ ساله (۲۰۰۵-۲۰۱۰) است. داده‌های مورد نیاز برای کارآفرینی از سایت (www.Freetheworld.Fraserinstitute.com)، متغیرهای تجارت بین‌الملل، آموزش، مخارج تحقیق و توسعه، بی‌کاری و رشد اقتصادی از سایت (www.worldbank.org) و برای شاخص جهانی شدن از سایت (<http://globalization.kof.ethz.ch>) جمع‌آوری شد.

برآورد الگو و نتایج تجربی

جدول شماره (۱) نتایج مربوط به برآورد الگوی کارآفرینی کشورهای ا.ا.ی.سی.دی را که در معادله‌ی شماره (۱) تصریح شده است، به سه روش آثار ثابت^۱، آثار تصادفی^۲ و حداقل مربعات تعمیم یافته^۳ گزارش می‌کند. در انتخاب نتایج برآوردی الگوی کارآفرینی که در بخش قبلی در رابطه‌ی شماره (۱) تصریح شده، ابتدا از آزمون F لیمر برای انتخاب کردن یا نکردن روش تخمین مبتنی بر داده‌های تابلویی استفاده شده است. براساس آماره محاسبه شده، روش برآوردی مبتنی بر داده‌های تابلویی نسبت به رگرسیون ناشی از داده‌های ترکیبی سازگارتر است. افزون بر این آماره هاسمن مشخص کرده که در محیط داده‌های تابلویی روش آثار ثابت نسبت به آثار تصادفی سازگارتر است. با این حال از روش حداقل مربعات تعمیم یافته در محیط داده‌های تابلویی استفاده می‌شود، تا وجود هرگونه واریانس ناهمسانی در بین پسماندها را برطرف کند، که آماره‌ی آزمون LR بیان‌گر این واقعیت است. براساس نتایج به دست آمده در جدول شماره (۱) نتایج نهایی در ستون ۴ جدول برای ارزیابی نهایی استفاده می‌شود. آماره Wald هم خوبی برازش نتایج را در این شرایط نشان می‌دهد.

-
1. Fixed Effects
 2. Random Effects
 3. GLS

جدول ۱. نتایج به دست آمده از برآورد الگوی کارآفرینی کشورهای آسیای سی.دی تصریح شده در

معادله (۱): اثر تجارت بین الملل

متغیرها (۱)	Fixed effect (۲)	Random effect (۳)	GLS (۴)
Constant	$\alpha_0 = -۴/۹۳$	$\alpha_0 = ۱/۷۹$	$\alpha_0 = ۲/۵۳$
$Trade_{it}$	$\alpha_1 = ۰/۰۵۲۶۹۵۱$ $t = ۲/۷۲$ $P > t = ۰/۰۰۸$	$\alpha_1 = ۰/۰۱۱۲۵۲۸$ $Z = ۲/۶۶$ $P > z = ۰/۰۰۸$	$\alpha_1 = ۰/۰۰۷۸۴۴۲$ $Z = ۲/۸۴$ $P > z = ۰/۰۰۵$
Edu_{it}	$\alpha_2 = ۰/۰۹۴۸۳۲۵$ $t = ۴/۷۶$ $P > t = ۰/۰۰۰$	$\alpha_2 = ۰/۰۴۷۲۲۲۴$ $Z = ۴/۱۴$ $P > z = ۰/۰۰۰$	$\alpha_2 = ۰/۰۳۳۵۹۲۱$ $Z = ۴/۰۹$ $P > z = ۰/۰۰۰$
Un_{it}	$\alpha_3 = -۰/۰۸۰۶۶۴۴$ $t = -۰/۶۴$ $P > t = ۰/۵۲۴$	$\alpha_3 = -۰/۰۴۳۴۰۳۴$ $Z = -۰/۸۹$ $P > z = ۰/۳۷۴$	$\alpha_3 = -۰/۰۲۹۱۹۰۶$ $Z = -۰/۹۶$ $P > z = ۰/۳۳۸$
$R\&D_{it}$	$\alpha_4 = ۰/۸۶۵۷۲۱۷$ $t = ۰/۶۹$ $P > t = ۰/۴۸۹$	$\alpha_4 = ۰/۴۳۸۸۳۴$ $Z = ۱/۸۲$ $P > z = ۰/۰۶۹$	$\alpha_4 = ۰/۵۲۳۴۹۷۲$ $Z = ۳/۲۵$ $P > z = ۰/۰۰۱$
$dGDP_{it}$	$\alpha_5 = ۰/۱۳۵۹۲۹۹$ $t = ۲/۲۲$ $P > t = ۰/۰۲۸$	$\alpha_5 = ۰/۱۷۱۱۴۱۹$ $Z = ۳/۱۴$ $P > z = ۰/۰۰۲$	$\alpha_5 = ۰/۱۷۶۰۰۳۹$ $Z = ۳/۱۶$ $P > z = ۰/۰۰۲$
Diagnostic Tests	$R^2 = ۰/۲۳۸۲$ $F = ۳/۳۸$ $Prob > F = ۰/۰۰۰$	$R^2 = ۰/۳۳۷۴$ $Wald = ۴۸/۳۲$ $H: \chi^2 = ۱۲/۸۱$ $Prob > \chi^2 = ۰/۰۲۵۲$	$Wald = ۷۴/۳۴$ $Prob > \chi^2 = ۰/۰۰۰$ $LR: \chi^2 = ۴۵/۴۶$

منبع: یافته‌های تحقیق محاسبه‌ها توسط نرم افزار Stata انجام شده است.

بر اساس نتایج به دست آمده، متغیرهای تجارت بین الملل، تحقیق و توسعه، آموزش و رشد اقتصادی اثر گذاری مثبت و معنی داری را مطابق با انتظارات نظری بر سطح کارآفرینی کشورهای منتخب آسیای سی.دی داشته‌اند که در این بین بیشترین اثر مربوط به متغیر تحقیق و توسعه است. بنابراین این فرضیه که تجارت بین الملل به طور مستقیم بر سطح کارآفرینی در اقتصاد یک کشور اثر می‌گذارد، پذیرفته می‌شود. به بیان دیگر، سهم تجارت در تولید ناخالص داخلی کشورها که آن را به عنوان میزان بازبودگی اقتصاد

می‌توان تلقی کرد، سطح کارآفرینی را در اقتصاد توسعه می‌بخشد زیرا در این کشورها که از روابط تجاری گسترده‌ای بین خود و سایر کشورهای در حال توسعه برخوردارند فضای باز اقتصادی امکان رقابت‌پذیری و بهره‌وری را بین بخش‌ها و بنگاه‌های اقتصادی برای توسعه کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های فعالیت‌های جدید اقتصادی را فراهم می‌کند. افزون بر این متغیرهای مخارج تحقیق و توسعه و میزان تحصیلات دانشگاهی از عوامل اثرگذار و با اهمیتی هستند که کارآفرینی را در حد موثری بهبود می‌بخشند. براساس مباحث موجود در مبانی نظری کشورهای پیشرفته، نرخ بی‌کاری عامل تحریک‌کننده‌ای در تقویت کارآفرینی است، در صورتی که در این‌جا به دلیل معنی‌دار نبودن ضریب آن نقش چندانی را ایفا نمی‌کند. بنابراین این فرضیه که امکان دارد بی‌کاری در کشورهای پیشرفته تحریک‌کننده کارآفرینی باشد، رد می‌شود. افزون بر آثار مطرح شده، رشد اقتصادی کشور هم به توسعه کارآفرینی با افزایش ظرفیت‌های اقتصادی کمک می‌کند، زیرا ضریب رشد اقتصادی در الگوی کارآفرینی مثبت و معنی‌دار است. پس وجود رشد اقتصادی پایدار که همواره در کشورهای توسعه یافته مشاهده می‌شود، انگیزه‌های کارآفرینی را رونق می‌بخشد.

اثر جهانی شدن بر کارآفرینی در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی

در مباحث نظری به این موضوع پرداخته شد که جهانی شدن اقتصاد فرصت‌های بیش‌تری را برای توسعه کارآفرینی فراهم می‌کند. از آنجایی که می‌توان تصور کرد که گسترش روابط تجاری زمینه‌ساز جهانی شدن بوده و از سوی دیگر پدیده جهانی شدن به روابط تجاری در قالب الگوهای مختلف تجاری وسعت بخشیده است، معادله کارآفرینی در یک تصریح مجدد معادله شماره (۲) شامل متغیرهای جهانی شدن^۱ و متغیر ضریبی جهانی شدن و تجارت بین‌الملل تعریف می‌شود:

$$ENT_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Trade_{it} + \alpha_2 Glob_{it} + \alpha_3 Edu_{it} + \alpha_4 Un_{it} + \alpha_5 R\&D_{it} + \alpha_6 dGDP_{it} + \alpha_7 Trade_{it} \times Glob_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

1. Glob

که در آن:

$Glob_{it}$ = متغیر جهانی شدن کشور i ام در سال t ام، به طوری که شاخص متغیر جهانی شدن برای کشور i در زمان t اشاره به هر سه نوع جهانی شدن اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دارد.

$Trade_{it} \times Glob_{it}$ = متغیر ضربی جهانی شدن و تجارت بین الملل مربوط به کشور i ام

در سال t ام

جدول ۲. نتایج به دست آمده از برآورد الگوی کارآفرینی کشورهای آ.ا.ی.سی.دی تصریح شده

در معادله (۱): اثر جهانی شدن

متغیرها (۱)	Fixed effect (۲)	Random effect (۳)	GLS (۴)
Constant	$\alpha_0 = -۱۳/۴۵$	$\alpha_0 = -۵/۱۲$	$\alpha_0 = -۵/۰۸$
$Trade_{it}$	$\alpha_1 = ۰/۱۶۲۳۹۲۲$ $t = ۱/۲۷$ $P > t = ۰/۲۰۷$	$\alpha_1 = ۰/۰۸۸۱۱۱۶$ $Z = ۲/۵۷$ $P > z = ۰/۰۱۰$	$\alpha_1 = ۰/۰۸۶۹۱۳۶$ $Z = ۳/۵۲$ $P > z = ۰/۰۰۰$
$Glob_{it}$	$\alpha_2 = ۰/۱۰۸۷۴۵۹$ $t = ۰/۷۳$ $P > t = ۰/۴۶۸$	$\alpha_2 = ۰/۱۰۲۲۱۳۶$ $Z = ۲/۶۲$ $P > z = ۰/۰۰۹$	$\alpha_2 = ۰/۱۰۹۷۰۴۶$ $Z = ۴/۰۱$ $P > z = ۰/۰۰۰$
Edu_{it}	$\alpha_3 = ۰/۰۹۶۶۸۱۹$ $t = ۴/۶۹$ $P > t = ۰/۰۰۰$	$\alpha_3 = ۰/۰۳۷۱۹۰۵$ $Z = ۳/۳۴$ $P > z = ۰/۰۰۱$	$\alpha_3 = ۰/۰۲۴۹۶۰۱$ $Z = ۲/۹۳$ $P > z = ۰/۰۰۳$
Un_{it}	$\alpha_4 = -۰/۱۰۵۲۵۰۱$ $t = -۰/۸۱$ $P > t = ۰/۴۲۱$	$\alpha_4 = -۰/۰۶۵۵۱۲۴$ $Z = -۱/۵۱$ $P > z = ۰/۱۳۲$	$\alpha_4 = -۰/۰۵۷۳۷۶۷$ $Z = -۱/۹۲$ $P > z = ۰/۰۵۴$
$R\&D_{it}$	$\alpha_5 = ۰/۷۸۶۵۷۴۱$ $t = ۰/۶۳$ $P > t = ۰/۵۳۳$	$\alpha_5 = ۰/۴۴۰۰۶۴۶$ $Z = ۲/۰۶$ $P > z = ۰/۰۳۹$	$\alpha_5 = ۰/۵۱۸۸۰۷۴$ $Z = ۳/۳۹$ $P > z = ۰/۰۰۱$
$dGDP_{it}$	$\alpha_6 = ۰/۱۳۸۸۰۷۳$ $t = ۲/۲۲$ $P > t = ۰/۰۲۸$	$\alpha_6 = ۰/۱۸۵۶۴۶۵$ $Z = ۳/۳۵$ $P > z = ۰/۰۰۱$	$\alpha_6 = ۰/۱۹۹۴۵۷۱$ $Z = ۳/۵۹$ $P > z = ۰/۰۰۰$
$Trade_{it} \times Glob_{it}$	$\alpha_7 = -۰/۰۰۱۳۴۳$ $t = -۰/۸۷$ $P > t = ۰/۳۸۸$	$\alpha_7 = -۰/۰۰۱۰۲۶۵$ $Z = -۲/۳۶$ $P > z = ۰/۰۱۸$	$\alpha_7 = -۰/۰۰۱۰۴۲۱$ $Z = -۳/۳۷$ $P > z = ۰/۰۰۱$
Diagnostic Tests	$R^2 = ۰/۲۵۴۳$ $F = ۲/۶۴$ $Prob > F = ۰/۰۰۰۲$	$R^2 = ۰/۴۰۴۵$ $Wald = ۶۱/۴۳$ $H: \chi^2 = ۱۸/۱۹$ $Prob > \chi^2 = ۰/۰۱۱۱$	$Wald = ۹۸/۹۲$ $Prob > \chi^2 = ۰/۰۰۰$ $LR: \chi^2 = ۴۱/۶۱$

منبع: یافته‌های تحقیق، محاسبه‌ها با استفاده از نرم افزار Stata به دست آمده است.

نتایج ارایه شده در جدول شماره (۲) که برآورد الگوی کارآفرینی را در حالت دوم نشان می‌دهد، اشاره به نقش جهانی شدن اقتصاد در توسعه کارآفرینی کشورهای منتخب توسعه یافته دارد. از آنجایی که ضریب متغیر جهانی شدن، از نظر آماری معنی‌دار و علامت مثبت دارد، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیده‌ی جهانی شدن به‌ویژه در کشورهای پیشرفته منجر به توسعه کارآفرینی شده است. به طوری که می‌توان آن را در توسعه جریان‌های تجاری و مالی و تعمیق بین‌المللی شدن آموزش و مدیریت تلقی کرد. هم‌چنین جهانی شدن این امکان را فراهم کرده است که کشورها با استفاده از فرصت‌های یک‌پارچگی و سرریزهای ناشی از انتقال فناوری و تحقیق و توسعه فرایند کارآفرینی را در جوامع خود توسعه بخشند. نتایج تجربی گزارش شده در جدول شماره (۲) این واقعیت را نشان می‌دهند که با ورود متغیر جهانی شدن به الگوی کارآفرینی اثرپذیری سایر متغیرها از جمله تجارت خارجی و رشد اقتصادی بر توسعه افزایش یافته است. با این حال، متغیر ضریب جهانی شدن و تجارت خارجی معنی‌دار بوده اما بر خلاف انتظار منفی است با این حال، به دلیل کوچک بودن ضریب برآوردی آن (۰/۰۰۱) این اثر قابل چشم‌پوشی بوده و تنها برای رفع تورش روی سایر ضرایب قابل تحلیل است.

بحث و نتیجه

یافته‌های این مطالعه که با یک الگوی تجربی اقتصادسنجی به‌دست آمده، حاکی از اثرگذاری گسترش روابط تجاری از یک سو و پدیده‌ی جهانی شدن از سوی دیگر بر سطح کارآفرینی کشورهای منتخب ا.ا.ی.سی.دی است. افزون بر این، متغیرهای آموزش، تحقیق و توسعه، رشد اقتصادی و نرخ بی‌کاری به‌طور معنی‌داری کارآفرینی را در این کشورها متحول کرده است. بنابراین، این فرضیه قبول کرده که گسترش روابط تجاری در سایه رقابت‌پذیری منجر به نوآوری و بهره‌وری بالاتری در روابط اقتصادی می‌شود که در نهایت سطح کارآفرینی را ارتقا می‌بخشد. هم‌چنین پدیده‌ی جهانی شدن بر بهبود کارآفرینی در این جوامع اثرگذار بوده است، زیرا اغلب این کشورها مشارکت گسترده‌ای در شکل‌گیری این پدیده داشته‌اند و توانسته‌اند از مزایای آن بهره ببرند. در مجموع،

توسعه‌ی روابط اقتصادی با به‌کارگیری الگوهای مختلف تجاری مانند آزادسازی‌های تجاری درس‌های مهمی برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران در بهبود کارآفرینی در سطح ملی دارد. بنابراین، پیشنهادهایی که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود، می‌تواند معرف راه‌کارهایی برای توسعه‌ی کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه باشد.

پیشنهادها

۱. به‌دلیل آن که تجارت بین‌الملل به‌عنوان یک عامل مهم و اثرگذار برای ارتقای سطح کارآفرینی در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی مطرح بوده است، و اغلب این کشورها از شرکای اصلی تجاری کشورهای در حال توسعه هستند، توسعه‌ی هدف‌مند روابط تجاری بین دو گروه می‌تواند موجب توسعه‌ی کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه با انتقال دانش کارآفرینی از کشورهای ا.ا.ی.سی.دی به آن‌ها شود.
۲. با توجه به این که اثر مثبت جهانی شدن بر کارآفرینی در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی تأیید شد و با عنایت به این که دسترسی به سرمایه یکی از مشکلات عمده برای شروع کسب‌وکارهای جدید در کشورهای در حال توسعه است، سیاست‌هایی برای تشویق تحرک سرمایه بین جوامع پیشرفته و در حال توسعه در سایه‌ی جهانی شدن می‌تواند نقش مهمی در رشد کارآفرینی ایفا کند. به‌طور کلی توصیه می‌شود که سیاست‌های آزادسازی هماهنگ با تکمیل فرایند جهانی شدن در این جوامع اتخاذ شود.
۳. نتایج نشان دادند که ارتقای سطح آموزش به افزایش کارآفرینی در کشورهای ا.ا.ی.سی.دی کمک می‌کند. بنابراین توصیه می‌شود که کشورهایی مانند ایران به بهبود وضعیت آموزش افراد جامعه به‌ویژه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای توجه بیشتری کنند، زیرا این نوع آموزش‌ها توأم با آموزش‌های نظری این امکان را برای آموزش دیدگان فراهم می‌کند که هم‌سویی بیشتری با نیاز بازار کار داشته باشند و از این راه امکان بیشتری برای نوآوری آن‌ها مطابق با نیازهای بازار فراهم شود.
۴. از آن‌جا که افزایش مخارج تحقیق و توسعه بیش‌ترین اثرگذاری را بر سطح کارآفرینی داشته و بنابراین مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در کارآفرینی محسوب

می‌شود، لازم است به فعالیت‌های تحقیق و توسعه در دانشگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها و سرمایه‌گذاری در ابداعات و فناوری‌های نوین به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه توجه ویژه‌ای شود.

۵. نتایج نشان دادند که بی‌کاری موجب کاهش سطح کارآفرینی می‌شود، به‌طوری‌که لازم است سیاست‌گذاران در کشورهای در حال توسعه به مسایل اشتغال جامعه توجه بیشتری کنند تا افزون بر حل مسأله بی‌کاری به تشویق کارآفرینی در کشور نیز کمک کنند. هم‌چنین پیشنهاد می‌شود که نهادهای دولتی و غیردولتی از فعالیت‌های خوداشتغالی حمایت کنند تا از این راه به‌سهولت شروع یک فعالیت خوداشتغالی کمک کنند.

۶. اثر مثبت جهانی شدن بر کارآفرینی به این نکته اشاره می‌کند که کارآفرینان برای بهره‌گیری اثرگذارتر از مزیت‌های جهانی شدن، اطلاعات بیشتری درباره‌ی فرصت‌ها، تهدیدها و خطرها در روند جهانی شدن کسب کنند.

۷. با توجه به اثرگذاری مثبت آموزش و سواد بر سطح کارآفرینی، توصیه می‌شود که کارآفرینان به بهبود سواد و اطلاعات خود اهمیت بیشتری بدهند تا از این راه بتوانند به پیشرفت سریع‌تر فعالیت‌های کارآفرینی خود کمک کنند.

۸. در نهایت این که نتایج به‌دست آمده برای کشورهای توسعه یافته می‌تواند درس‌هایی نیز برای کشورهای در حال توسعه به‌ویژه ایران دربر داشته باشند. در صورتی که کشورهای در حال توسعه به بهبود زیرساخت‌ها و رقابتی‌تر شدن بازارها توجه بیشتری کنند می‌توانند با گام برداشتن در راه جهانی شدن و پیوستن به اقتصاد جهانی به پیشرفت کارآفرینی در کشور خود کمک کنند. بنابراین هرگونه سیاست‌تأمین مالی برای تشویق خلاقیت و نوآوری و اختراع، ابزار لازم را برای ارتقای کارآفرینی فراهم می‌کند.

منابع

۱. سلیمی فر، مصطفی و سعید مرتضوی (۱۳۸۴)، "سرمایه انسانی و کارآفرینی در رویکرد فنی و حرفه ای (مورد مطالعاتی خراسان)", *مجله دانش و توسعه*، شماره ۱۷، ۶۳-۸۵.
۲. قویدل، صالح (۱۳۸۶)، "خود اشتغالی در مقابل بیکاری (مورد ایران)", *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، سال هشتم، شماره ۱، ۲۱-۴۱.
۳. مهدوی عادل، محمد حسین و حسین رافعی (۱۳۸۵)، "بررسی جریان خصوصی سازی و تأثیر آن بر تقویت کارآفرینی در ایران", *مجله دانش و توسعه*، شماره ۱۸، ۳۱-۵۴.
4. Alfaro, L. and A. Charlton (2006), "International Financial Integration and Entrepreneurship", CEP Discussion Paper: No 755.
5. Audretsch, D. B. and Z. J. Acs (1994), "New-firm Startups, Technology, and Macroeconomic Fluctuations", *Small Business Economics*, Vol. 6, PP. 439-449.
6. Audretsch, D. B. and M. Keilbach (2008), "Resolving the Knowledge Paradox: Knowledge-spillover Entrepreneurship and Economic Growth", *Research Policy*, Vol. 37, PP. 1697-1705.
7. Choi, Y. R. and P. H. Phan (2006), "The Influences of Economic and Technology Policy on the Dynamics of New Firm Formation", *Small Business Economics*, Vol. 26, PP. 493-503.
8. Clercq, D. D., J. Hessels and A. Stel (2008), "Knowledge Spillovers and New Ventures' Export Orientation", *Small Business Economics*, Vol 31, PP. 283-303.
9. Colantone I. and L. Sleuwaegen (2007), "Entry and exit of firms in a global economy: A cross-country and industry analysis", Vlerick Leuven Gent Management School DP, forthcoming.
10. Colantone I. and L. Sleuwaegen (2007), "Globalization and Entrepreneurship", Research Paper.
11. Kim, G. (2007), "The Analysis of Self-Employment Levels Over the Life-Cycle", *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol. 47, PP. 397-410.
12. Lucas, R. E. (1978), "On the Size Distribution of Business Firms". *Bell Journal of Economics*, Vol 9, PP. 508-523.
13. Nyström, K. (2008), "The institutions of economic freedom and entrepreneurship: evidence from panel data", *Public Choice*, Vol. 136,

- PP. 269-282.
14. Stel, A., M. Carree and R. Thurik (2005), "The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth", discussion papers on entrepreneurship, growth and public policy.
 15. Tayebi S. K., K. Azarbaiejani and Y. Abbaslou (2009), "Exploration of the Relationship between Cultural-Socio-Economic Determinants and Entrepreneurship", *Quarterly Iranian Economic Research*, Vol. 13, No. 39, PP. 11-27.
 16. Vinig, G. T. and J. d. Kluijver (2007), "Does Globalization Impact Entrepreneurship? Comparative Study of Country Level Indicators", PrimaVera Working Paper: 2007-16.