

## The Impact of Business Environment on Entrepreneurship: A Case Study of Selected Islamic Countries

Mohammad Rahim Ehsan<sup>1✉</sup>  Ghulam Ali Mohibby<sup>2</sup> 

1. Master's Student in Economics, Faculty of Economics, Kateb University, Kabul, Afghanistan  
(Corresponding Author) Email: [rahim.ehsan.af@gmail.com](mailto:rahim.ehsan.af@gmail.com)

1. Lecturer, Faculty of Economics, Kateb University, Kabul, Afghanistan  
Email: [ali.mohibby@kateb.edu.af](mailto:ali.mohibby@kateb.edu.af)

### Article Info

**Article type:**  
Research Article

**Article history:**

Received: 11/08/2025  
Received in revised form:  
23/08/2025  
Accepted: 13/09/2025  
Available online:  
21/09/2025

**Keywords:**

Entrepreneurship, Business  
Environment, Panel Data,  
Selected Islamic  
Countries.

### ABSTRACT

In recent decades, the role of entrepreneurship in fostering economic growth and sustainable development, particularly within Islamic countries, has gained increasing attention. Serving as the foundation for economic and entrepreneurial activities, the business environment enhances efficiency and factor productivity, ultimately leading to wealth creation, technological advancement, and productive job creation. Therefore, establishing a favorable business environment is a fundamental prerequisite for entrepreneurial development. Empirical evidence and reports from international institutions, such as the World Bank, demonstrate that the quality of the business environment exerts a direct influence on the expansion of entrepreneurial activities. Consequently, this study employs a panel data model to examine the impact of the business environment on entrepreneurship across four selected Islamic countries (Iran, Turkey, Malaysia, and Indonesia) over the period 2006–2020. The results indicate that the 'Ease of Doing Business Index' possesses a positive and significant coefficient. This implies that reducing administrative barriers, corruption, and legal complexities, alongside enhancing the ease of starting a business, leads to increased business ownership. Furthermore, the positive coefficient of this index suggests that improving the business environment enhances individuals' motivation and capacity to establish and register businesses. Moreover, control variables such as the unemployment rate and Gross Capital Formation (GCF) demonstrate significant effects on entrepreneurship. Specifically, an increase in unemployment correlates with a decline in entrepreneurial activities, whereas an increase in Gross Capital Formation exhibits a positive relationship with the growth of such activities, highlighting the crucial role of the macroeconomic environment in strengthening entrepreneurship.

**Cite this article:** Ehsan, M. & Mohibby, G. (2025). The Impact of Business Environment on Entrepreneurship: A Case Study of Selected Islamic Countries, *Kateb Journal of Economics and Management*, 4 (1), 205-223.



## تأثیر فضای کسب و کار بر کار آفرینی (مطالعه موردی کشورهای منتخب اسلامی)

محمد رحیم احسان<sup>۱</sup>  غلام علی محبی<sup>۲</sup> 

۱. محصل ماستری رشته علوم اقتصادی، پوهنځی اقتصاد، پوهنتون کاتب، کابل، افغانستان. (نویسنده مسئول)

ایمیل: [rahim.ehsan.af@gmail.com](mailto:rahim.ehsan.af@gmail.com)

۲. استاد پوهنځی اقتصاد، پوهنتون کاتب، کابل، افغانستان. ایمیل: [ali.mohibby@kateb.edu.af](mailto:ali.mohibby@kateb.edu.af)

اطلاعات مقاله	چکیده
<b>نوع مقاله:</b> مقاله تحقیقی	در دهه‌های اخیر، نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار، به‌ویژه در کشورهای اسلامی، به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. فضای کسب‌وکار به‌عنوان بستری که فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه در آن شکل می‌گیرند، با افزایش کارایی و بهره‌وری عوامل تولید، به تولید ثروت، توسعه فناوری و ایجاد اشتغال مولد منجر می‌شود و ایجاد محیط مناسب کسب‌وکار از پیش شرط‌های اساسی توسعه کارآفرینی به‌شمار می‌رود. شواهد تجربی و گزارش‌های نهادهای بین‌المللی، از جمله بانک جهانی، نشان می‌دهد که کیفیت محیط کسب‌وکار تأثیر مستقیمی بر گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. بر این اساس، در مطالعه حاضر با استفاده از الگوی داده‌های ترکیبی، اثر فضای کسب‌وکار بر کارآفرینی در چهار کشور منتخب اسلامی (ایران، ترکیه، مالزی و اندونزی) طی دوره ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۰ بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد شاخص سهولت انجام کسب‌وکار دارای ضریب مثبت و معنادار است؛ بدین معنا که با کاهش موانع اداری، فساد و پیچیدگی‌های حقوقی و افزایش سهولت راه‌اندازی کسب‌وکار، میزان مالکیت تجاری افزایش می‌یابد. همچنین، مثبت بودن ضریب این شاخص حاکی از آن است که بهبود شرایط فضای تجاری، انگیزه و توانایی افراد برای ایجاد و ثبت کسب‌وکار را تقویت می‌کند. افزون بر این، متغیرهای کنترلی نظیر نرخ بیکاری و تشکیل سرمایه ناخالص داخلی نیز بر کارآفرینی اثر معنادار دارند؛ به‌گونه‌ای که افزایش بیکاری با کاهش فعالیت‌های کارآفرینانه همراه است، در حالی که افزایش تشکیل سرمایه ناخالص داخلی با رشد این فعالیت‌ها رابطه مثبت دارد و بر نقش اقتصاد کلان در تقویت کارآفرینی تأکید می‌کند.
<b>تاریخ دریافت:</b> ۱۴۰۴/۰۵/۲۰ <b>تاریخ ارزیابی:</b> ۱۴۰۴/۰۶/۰۱ <b>تاریخ پذیرش:</b> ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ <b>تاریخ انتشار:</b> ۱۴۰۴/۰۶/۳۰	
<b>واژه‌های کلیدی:</b> کارآفرینی، فضای کسب‌وکار، داده‌های تابلویی، کشورهای منتخب اسلامی	
استاد: احسان، محمد رحیم، و محبی، غلام علی (۱۴۰۴). تأثیر فضای کسب و کار بر کارآفرینی (مطالعه موردی کشورهای منتخب اسلامی). <i>دوفصلنامه اقتصاد و مدیریت کاتب</i> ، ۴ (۱)، ۲۲۳-۲۰۵. ناشر: پوهنتون کاتب.	© نویسنده‌گان.



## ۱. مقدمه

بررسی روند زندگی اجتماعی انسان از دوران اولیه پیدایش تاریخ تا کنون نشان می‌دهد که همواره عامل تغییر و کارآفرینی نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته است. کارآفرینی به‌عنوان فرایند افزایش ثروت از طریق نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌ها تلقی می‌گردد که نیازمند ویژگی‌های کارآفرینانه بوده است. در دنیای امروز، کارآفرینی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال در کشورهای مختلف شناخته می‌شود. در این میان کشورهای اسلامی با چالش‌های خاص خود در زمینه کارآفرینی مواجه هستند. کشورهایی مانند ایران، ترکیه، مالیزیا و اندونیزیا با وجود ظرفیت‌های گسترده انسانی، منابع طبیعی و موقعیت‌های اقتصادی مناسب، هنوز با چالش‌های متعدد نهادی، حقوقی و اداری در مسیر رشد کارآفرینی دچار هستند. راه‌اندازی کسب‌وکار، بی‌ثباتی سیاست‌های اقتصادی، دشواری دسترسی به سرمایه و ضعف در حمایت از نوآوری، از جمله عواملی است که فضای کسب‌وکار را در این کشورها محدود می‌سازد. این وضعیت سبب گردیده تا بسیاری از کارآفرینان بالقوه توانایی تحقق ایده‌های تجاری خود را نداشته باشند و سهم فعالیت‌های مولد در اقتصاد کاهش یابد. از این‌رو، بررسی علمی و تجربی تأثیر فضای کسب‌وکار بر سطح کارآفرینی در کشورهای منتخب اسلامی، ضرورتی برای شناخت عوامل مؤثر بر توسعه و رشد اقتصادی و ارائه راهکارها به‌منظور بهبود محیط فعالیت‌های تجاری و افزایش نرخ مالکیت کسب‌وکار به‌شمار می‌رود. از سوی دیگر، تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که فضای کسب‌وکار مساعد، یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه است. تحقیق حاضر در راستای پر کردن بخشی از خلأ موجود در ادبیات اقتصادی کشورهای اسلامی، به بررسی رابطه‌ای میان شاخص‌های فضای کسب‌وکار و سطح کارآفرینی در مجموعه‌ای از کشورهای اسلامی می‌پردازد. این مطالعه، ضمن تحلیل تجربی داده‌های ترکیبی و بررسی تأثیر متغیرهای نهادی و اقتصادی بر نرخ کارآفرینی، می‌کوشد پاسخی به این پرسش کلیدی ارائه دهد که: آیا بهبود فضای کسب‌وکار بر افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای منتخب اسلامی به کمک متغیرهایی همچون نرخ مالکیت کسب‌وکار، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد؟ با توجه به نتایج بررسی بانک جهانی، سایت رسمی توسعه کارآفرینی و همچنین تجارب کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، شاید بتوان گفت محیط نامناسب کسب‌وکار از جمله موانع رشد کارآفرینی در برخی کشورها محسوب می‌شود. در این مطالعه، بعد از ادبیات موضوع، پایه نظری و پیشینه تحقیق، فرضیه ذیل مورد آزمون قرار گرفته است؛ که بهبود فضای کسب‌وکار تأثیر مثبت و معناداری بر افزایش کارآفرینی (نرخ مالکیت کسب‌وکار) در کشورهای منتخب اسلامی (ایران، ترکیه، مالیزیا و اندونیزی) طی دوره زمانی ۲۰۰۶ الی ۲۰۲۰ دارد. این تحقیق با انتخاب نمونه از کشورهای اسلامی (ایران، ترکیه، مالیزیا، اندونزی) مطالعات موجود را در این کشورها برشمرده است و تصویر واقعی‌تری از شرایط این کشورها ارائه داده است؛ همچنان انتخاب کشورهای مورد مطالعه نیز با هدف مقایسه میان مناطق مختلف جغرافیایی، ساختارهای حکومتی اسلامی و سطوح متفاوت توسعه‌یافتگی صورت گرفته است. این تحقیق با تمرکز بر دوره زمانی مشخص، امکان بررسی روندهای

میان مدت را فراهم می‌آورد و تصویری دقیق از تأثیرات بلندمدت بهبود فضای کسب و کار بر کارآفرینی ارائه می‌دهد.

## ۲. مطالعات پیشین

کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه از جنبه‌های مختلف همچون جنبه اقتصادی (کاسون، ۲۰۱۳، ص ۳۴۲)، نهادی (باتیلانا، لیکا و بوکسن باوم، ۲۰۱۹، ص ۹۵)، سیاسی (اشنایدر و تسکه، ۲۰۰۲، ص ۷۳۹)، روان‌شناختی (بگلی و بوید، ۲۰۰۷، ص ۸۵) و اجتماعی (شاپرو و سوکول، ۲۰۱۲، ص ۱۵) مورد تحقیق قرار گرفته‌اند. وقتی انسان‌های اولیه ابزارسازی را کشف کردند، نخستین کارآفرینان تکنولوژیک ظهور کردند. آنان ابزارهایی را برای دیگران می‌ساختند و آن ابزارها را با غذا و سایر مایحتاج خود معاوضه می‌کردند. قدمت واژه کارآفرین به سال ۱۷۰۹ میلادی برمی‌گردد. «سی»، اقتصاددان قرن هجدهم، کارآفرین را فردی تعریف کرد که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای با بهره‌وری پایین بیرون می‌کشد و آن‌ها را به حوزه‌ای با بهره‌وری و سود بیشتر منتقل می‌کند (کانتیلون، ۱۷۵۵). در نیمه اول قرن بیستم، شومپتر، اقتصاددان و نظریه‌پرداز اجتماعی، مطالب گسترده‌ای را پیرامون کارآفرینی و تأثیر آن بر اقتصاد نوشت. نظر شومپتر این بود که کارآفرینان نوآور موجب نوعی عدم تعادل پویا در اقتصاد می‌شوند. وی فرد کارآفرین را یک «تخریب‌گر خلاق» قلمداد می‌کرد که با تجاری‌سازی نوآوری و جا انداختن آن در محیطی که قبلاً فاقد آن بوده، تعادل اقتصادی را برهم می‌زند (شومپتر، ۱۹۴۲، ص ۸۳). بعد از شومپتر، محققان زیادی مباحث کارآفرینی را دنبال کردند. در طول تاریخ، کارآفرینان از تبار نخبگان بوده‌اند. نخبگان کارآفرین سنتی به دوران نخستین انقلاب صنعتی تعلق داشتند و با صنایع سنگین آن زمان در ارتباط بودند و از سیاست‌های حمایت از صنایع داخلی جانبداری می‌کردند. آنان با ایجاد نوعی روابط کارتل‌گونه تلاش می‌کردند قیمت‌ها را در سطح ملی بالا ببرند (موکیر، ۲۰۰۶).

استل و همکاران (۲۰۰۶) در مطالعه اثر قوانین و کسب و کار بر کارآفرینان برنا، رابطه بین مقررات و کارآفرینی را با روش تخمین مدل اقتصادسنجی در ۳۵ کشور مورد بررسی قرار داده‌اند. آنان دریافتند که سرمایه مورد نیاز جهت شروع یک کسب و کار، کاهش نرخ کارآفرینی در کشورها را به دنبال دارد. با این حال، مراحل اداری کسب و کار مانند هزینه و زمان با نرخ تشکیل کسب و کار جوان ارتباطی ندارد.

«شاخص‌های فضای کسب و کار: مسائل مربوط به اندازه‌گیری و مفاهیم سیاسی»، عنوان مطالعه‌ای است که توسط برگ و کارس (۲۰۰۷) صورت گرفته است. مقاله مذکور با روشی توصیفی به بررسی انتقادی شاخص استخدام نیروی کار و سیاست‌های آن پرداخته است. از یک سو مفاهیم و همچنین کاربردهای سیاستی استخدام نیروی کار را با به کارگیری اجزای شاخص جهانی فضای کسب و کار نشان داده و از سوی دیگر، انعطاف‌پذیری در قوانین بین‌المللی حداقل دستمزد نیروی کار، پرداخت‌های ساعات کاری، مرخصی سالانه و نهایتاً هزینه‌های نیروی کار را ارزیابی نموده است. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که کشورها با دخالت کمتر در این امور، رتبه بهتری را در شاخص استخدام نیروی کار به خود اختصاص داده‌اند.

لی و همکاران (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای دیگر تحت عنوان «شاخص جهانی استخدام نیروی کار: یافته‌ها و بررسی مدارک و شواهد اخیر»، با در نظر گرفتن شاخص استخدام نیروی کار و زیرشاخص‌های آن،

فضای کسب و کار را مورد بررسی قرار داده‌اند. محققان این مطالعه، یافته‌های مطالعات دیگر را که از این شاخص استفاده کرده‌اند یا از آن متأثر شده‌اند، از لحاظ مفهومی و تجربی بازبینی نمودند. آنان دریافته‌اند که تنها با استفاده از شاخص استخدام نیروی کار نمی‌توان بازار کار را مورد بررسی قرار داد و استفاده از این شاخص برای بررسی این موضوع نتایج گمراه‌کننده‌ای را ارائه خواهد داد.

بیسترام (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای با عنوان «قوانین و مقررات کسب و کار در اقتصاد کارآفرینان» به بحث متقابل بین قوانین و مقررات کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته است. وی در بخش تجربی با استفاده از روش داده‌های تابلویی در دوره زمانی ۲۰۰۲-۱۹۷۲ و با بهره‌گیری از داده‌های ۲۳ کشور عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، به تشریح روابط بین کارآفرینی و کارایی قوانین و مقررات کسب و کار پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت بین کارآفرینی و کارایی قوانین و مقررات کسب و کار می‌باشد.

مرادحاصل و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیقی با عنوان «اثر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضای کسب و کار و تسهیل تجاری» با استفاده از مبانی نظری موجود، دو مدل پایه مربوط به عوامل مؤثر بر فضای کسب و کار و تسهیل تجاری را استخراج نموده و با استفاده از روش داده‌های تابلویی برای دو گروه از کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته، به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضای کسب و کار و تسهیل تجاری پرداخته‌اند. نتایج حاکی از تأثیر معنادار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضای کسب و کار و تسهیل تجاری در کشورهای توسعه‌یافته و نامشخص بودن این اثر در کشورهای در حال توسعه است.

در تحقیقی دیگر، صالح‌آبادی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای نقش بازار سرمایه در بهبود فضای کسب و کار ایران را بررسی نموده است. با توجه به این واقعیت که بازار سرمایه ایران قادر است به تکوین سایر بازارها کمک نموده و در نتیجه به شکل غیرمستقیم به بهبود فضای کسب و کار در این بازارها - که یکی از الزامات آن تأمین مالی کسب و کارها و نقدینگی لازم برای تأسیس و رشد آن‌ها می‌باشد - یاری رساند، محقق به بررسی آثار بازار سرمایه بر فضای کسب و کار و شاخص‌های آن و بازارهای کسب و کار در بازار سرمایه کشور پرداخته است. این مطالعه ادعا نموده است که بازار سرمایه یکی از پشتیبانان جدی برای اشتغال‌آفرینی، نوآوری و رشد اقتصادی خواهد بود.

جعفری و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی فضای کسب و کار صنعتی ایران در حمایت از بخش خصوصی با رویکرد کارت امتیازی متوازن» با استفاده از یک رویکرد تلفیقی از تحلیل سلسله‌مراتبی و کارت امتیازی متوازن، به ارزیابی فضای کسب و کار صنعتی در ایران پرداخته‌اند. محقق پس از بررسی وضعیت موجود و مطلوب فضای کسب و کار در ایران، شاخص‌های استخراجی را با تحلیل فرایند سلسله‌مراتبی برای توانمندسازی بخش خصوصی ارائه نموده است.

نصیری‌اقدم (۱۳۸۹) در مطالعه «بررسی راهبردها و تجربیات گروه کسب و کار بانک جهانی در ایجاد اشتغال بر اساس ایده‌های کوز و دسرتز» با استفاده از گزارش‌های بانک جهانی به سه موضوع پرداخته است: اینکه چرا کسب و کارهای جدید در برخی کشورها به سختی شکل می‌گیرند و در برخی دیگر به راحتی؛ چرا دامنه کسب و کارهای غیررسمی بیش از سایر اقتصادها است؛ و چرا امکان ورود بخش غیررسمی به

بخش رسمی مشکل بوده و در نتیجه امکان گسترش و بزرگ‌تر شدن فعالیت‌های اقتصادی در برخی کشورها کمتر از سایر کشورها است. نتایج تحقیق وی پس از ارزیابی این سه موضوع بیانگر آن است که بهترین راه برای ایجاد انتقال، تسهیل فعالیت‌های اقتصادی و بهبود محیط کسب‌وکار از طریق وضع مقررات کمتر و کارا تر است.

### ۳. مبانی نظری

شومپیتر فضای کسب‌وکار را بستری پویا و متحول می‌داند که در آن نوآوری و «تخریب خلاق» رخ می‌دهد. از دید او، محیط اقتصادی هیچ‌گاه ثابت نیست؛ بلکه همواره در نتیجه کنش و واکنش‌های کارآفرینان تغییر و تحول می‌یابد. وی باور داشت که در چنین محیطی، فرصت‌ها و تهدیدها هم‌زمان وجود دارند و بقای سازمان‌ها به توانایی آن‌ها در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید بستگی دارد (شومپیتر، ۱۹۳۴). از دیدگاه دراکر، فضای کسب‌وکار عبارت است از «مجموعه‌ای از فرصت‌ها و محدودیت‌ها که در نتیجه تغییرات اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی به وجود می‌آیند». او تأکید می‌کند که مدیران و کارآفرینان موفق کسانی‌اند که نه تنها به تغییرات محیطی واکنش نشان می‌دهند، بلکه آن را پیش‌بینی کرده و از آن به نفع سازمان خود استفاده می‌کنند (دراکر، ۱۹۸۵).

پورتر، از نظریه‌پردازان برجسته مدیریت استراتژیک، فضای کسب‌وکار را شبکه‌ای از نیروهای رقابتی می‌داند که میزان جذابیت و سودآوری یک صنعت را تعیین می‌کنند. در مدل معروف او، پنج نیروی رقابتی شامل تهدید تازه‌واردان، قدرت چانه‌زنی خریداران، قدرت چانه‌زنی تأمین‌کنندگان، تهدید کالاهای جایگزین و شدت رقابت میان رقبای، ساختار اصلی محیط کسب‌وکار را می‌سازند (پورتر، ۱۹۸۰). او باور دارد که شناخت درست این نیروها، شرط لازم برای تدوین استراتژی‌های مؤثر و حفظ مزیت رقابتی است. از نظر فیلیپ کوتلر، فضای کسب‌وکار نه تنها شامل محیط رقابتی، بلکه شامل محیط بازاریابی نیز می‌شود. به باور وی، هر سازمان در یک اکوسیستم بازاریابی فعالیت می‌کند که در آن عوامل بیرونی مانند مشتریان، رقبای، دولت، رسانه‌ها و جامعه مدنی تأثیرگذارند. کوتلر تأکید می‌کند که موفقیت در بازار نیازمند درک عمیق از نیروهای اجتماعی، فرهنگی و روانی حاکم بر محیط است (کوتلر، ۲۰۰۳).

بر اساس تعریف بانک جهانی، فضای کسب‌وکار عبارت است از شرایط قانونی، نهادی و اجرایی که بر راه‌اندازی، اداره و توسعه فعالیت‌های اقتصادی تأثیر می‌گذارد (بانک جهانی، ۲۰۱۹). سایت رسمی فضای کسب‌وکار به‌منظور بررسی سهولت کسب‌وکار کشورهای مختلف را به‌صورت مقایسه‌ای بررسی می‌کند و با استفاده از تجارب کشورها راهکارهایی برای بهبود محیط کسب‌وکار ارائه می‌دهد. این الگو دربرگیرنده ده شاخص است و بیشتر بر محیط قانونی کسب‌وکار تأکید دارد. این شاخص‌ها عبارت‌اند از: ۱) شروع کسب‌وکار، ۲) اخذ مجوزهای ساخت‌وساز، ۳) دسترسی به برق، ۴) ثبت مالکیت، ۵) اخذ اعتبار، ۶) حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، ۷) پرداخت مالیات، ۸) تجارت فرامرزی، ۹) اجرای قراردادهای، ۱۰) حل‌وفصل ورشکستگی.

مبنای اندازه‌گیری و مقایسه محیط کسب‌وکار هر کشور با سایر کشورها، سهولت اجرای فعالیت‌های یادشده است. رتبه هر کشور برحسب زمان، هزینه و مراحل انجام هر یک از فعالیت‌های ده‌گانه، اندازه‌گیری

هزینه‌های اداری و زمان‌سنجی مراحل انجام کار مشخص می‌شود. هر قدر سرعت انجام یک فعالیت بیشتر و تعداد مراحل اداری و هزینه‌های آن کمتر باشد، محیط کسب‌وکار آن کشور مناسب‌تر و رتبه آن در مقایسه با سایر کشورها بهتر است. به تعبیر OECD نیز، فضای کسب‌وکار محیطی است که در آن سیاست‌های عمومی، چارچوب‌های قانونی، کیفیت حکومت‌داری، زیرساخت‌ها و شرایط بازار تعامل می‌کنند تا بر رفتار شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران اثرگذارند. این سازمان تأکید می‌کند که یک فضای کسب‌وکار سالم موجب افزایش سرمایه‌گذاری، رشد تولید ناخالص داخلی و اشتغال‌زایی می‌شود (OECD، ۲۰۰۵).

از دیدگاه ساموئلسون، اقتصاددان نامدار آمریکایی، فضای کسب‌وکار همانند یک نظام زنده است که به تغییرات بیرونی واکنش نشان می‌دهد. او معتقد است که برای تحلیل درست فعالیت‌های اقتصادی، باید مجموعه‌ای از عوامل کلان مانند سیاست‌های مالی و پولی، ثبات سیاسی، نرخ تورم و سطح رقابت در نظر گرفته شوند (ساموئلسون، ۱۹۹۲). در این نگاه، محیط اقتصادی زمینه‌ای پویا و متغیر است که هر تغییر در آن بر رفتار بنگاه‌ها تأثیر مستقیم دارد.

از دیدگاه کارآفرینی، فضای کسب‌وکار به‌عنوان بستری برای ظهور ایده‌ها و ابتکارات تلقی می‌شود. دراکر باور دارد که هر تغییر بزرگ در محیط اقتصادی فرصتی برای کارآفرینی است (دراکر، ۱۹۸۵). این دیدگاه بیانگر آن است که محیط کسب‌وکار نه تنها تهدید نیست، بلکه منبعی برای خلاقیت و نوآوری است. به همین دلیل، کشورهای موفق در عرصه اقتصادی معمولاً آن‌هایی‌اند که با ایجاد محیطی امن، شفاف و رقابتی، زمینه را برای رشد کارآفرینان و سرمایه‌گذاران فراهم کرده‌اند. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که فضای کسب‌وکار مجموعه‌ای از عوامل است که هم در سطح کلان (مانند سیاست‌های دولت و ثبات اقتصادی) و هم در سطح خرد (مانند رفتار رقبا و انتظارات مشتریان) بر عملکرد سازمان‌ها اثرگذارند. یک فضای کسب‌وکار مطلوب فضایی است که در آن قوانین شفاف، زیرساخت‌های مناسب، ثبات اقتصادی و فرصت‌های برابر برای همه فراهم باشد. چنین فضایی نه تنها موجب رشد شرکت‌ها می‌شود، بلکه انگیزه کارآفرینی را در میان جوانان و سرمایه‌گذاران تقویت می‌کند. همان‌گونه که دراکر اشاره می‌کند، موفقیت اقتصادی نه در وجود منابع، بلکه در کیفیت فضای کسب‌وکار نهفته است (دراکر، ۱۹۸۵).

صاحب‌نظران مختلف مراحل ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک را در قالب‌های متعددی تقسیم‌بندی کرده‌اند. به‌طور سنتی، چرخه زندگی این نوع کسب‌وکارها را می‌توان در قالب پنج مرحله بررسی کرد (هاجتز و کوراتو، ۲۰۰۱):

۱. مرحله ایجاد کسب‌وکار<sup>۱</sup>: مرحله اول شامل فعالیت‌های مرتبط با شکل‌گیری اولیه کسب‌وکار است. در این مرحله فرایند کارآفرینانه ایجاد شده و خلاقیت مورد نیاز برای انباشت و کسب منابع مالی و غیرمالی، ارزیابی و شبکه‌سازی شکل می‌گیرد. فلسفه کل، مأموریت و جهت کسب‌وکار در قالب راهبرد کارآفرینانه در این مرحله مشخص می‌شود.

۲. مرحله شروع کسب‌وکار<sup>۱</sup>: در این مرحله فعالیت‌های لازم برای ایجاد برنامه رسمی کسب‌وکار، جستجوی سرمایه، انجام فعالیت‌های بازاریابی و ایجاد تیم کارآفرینانه مؤثر انجام می‌شود.
۳. مرحله رشد<sup>۲</sup>: این مرحله نیازمند تغییرات مهمی در راهبرد کارآفرینانه است؛ زیرا رقبا و سایر نیروهای بازار مشغول تغییر و تحول در راهبردهای خود هستند و چالش‌های جدیدی پیش‌روی کسب‌وکارها قرار می‌گیرد. در این مرحله، رشد و انتقال از رهبری انفرادی کارآفرینانه به رهبری تیم‌گرای مدیریتی مطرح است.
۴. مرحله تثبیت کسب‌وکار<sup>۳</sup>: این مرحله هم نتیجه شرایط بازار و هم تلاش‌های کارآفرینان است. در طول این مرحله، رقابت شرکت‌ها و بی‌تفاوتی مشتریان نسبت به کالاها و خدمات کارآفرینان افزایش یافته و بازار اشباع می‌شود؛ علاوه بر آن، میزان فروش کسب‌وکار حالت ثابتی به خود می‌گیرد و شرکت باید برای سه تا پنج سال آینده خود برنامه‌ریزی کند. نوآوری برای موفقیت آینده کسب‌وکار حیاتی است.
۵. مرحله نوآوری یا افول<sup>۴</sup>: شرکت‌هایی که به نوآوری توجه نمی‌کنند، سرنوشتی جز نابودی نخواهند داشت. شرکت‌هایی که از نظر مالی موفقیت داشته‌اند، اغلب تلاش می‌کنند تا شرکت‌های نوآورانه دیگر را صاحب شوند و بدین طریق از رشد خود اطمینان حاصل کنند. همچنین تعدادی از شرکت‌ها تولید محصولات یا خدمات جدیدی را دنبال می‌کنند.
- مفهوم کارآفرینی از قرن پانزدهم تاکنون در نظریه‌های اقتصادی و به‌عنوان عامل اصلی ایجاد ثروت و ارزش اقتصادی تبلور یافته است. پیروان مکتب سوداگری، بازرگانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند کارآفرین می‌دانستند. طبیعت‌گرایان منشأ ایجاد ثروت را زمین دانسته و فعالان کشاورزی را کارآفرین می‌گفتند. بعد از آدام اسمیت، ژان باپتیست سی و جان استوارت میل و کلاسیک‌های دیگر، شومپتر در سال ۱۹۹۸ به‌عنوان یکی از اعضای مکتب اقتصادی آلمان پدر کارآفرینی نامیده شد. وی کارآفرین را نیروی محرکه اقتصاد می‌نامید. به نظر او، کسانی که در هر فعالیت و کسب‌وکار تجاری محصول جدیدی تولید می‌کنند، با روش‌های جدیدی در فرایند تولید و بازاریابی به‌کار می‌گیرند، یا از منابع جدیدی استفاده می‌کنند و یا مؤسسه جدیدی را تأسیس می‌کنند، دارای ویژگی‌های کارآفرینی بوده و نوآور محسوب می‌شوند. از آنجا که مطالعه کارآفرینی حیطه گسترده‌ای از رشته‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی را دربر می‌گیرد، بنابراین دارای ماهیت میان‌رشته‌ای است. روان‌شناسان به همین دلیل به کمک علم اقتصاد می‌آیند و تلاش آنان در دهه‌های ۵۰ تا ۷۰ معطوف به تعیین ویژگی‌های شناختی مشترک کارآفرینان شد تا بتوانند افرادی را بشناسند که نشدنی‌ها را شدنی کنند. طبق نگرش روان‌شناختی، ویژگی‌های شخصیتی معینی افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند. اما آیا فقط ویژگی‌های فردی است که باعث موفقیت فرد می‌شود؟ تأکید فزاینده بر خصایص فردی کارآفرینان منجر به تکوین نگرشی شد که بعدها به «رویکرد ویژگی‌های شخصیتی» شهرت یافت (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳، ص ۷۶).

1. Start-up phase
2. Growth phase
3. Business Stabilization
4. Innovation or Decline

کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می‌تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید، ایجاد کسب‌وکار، با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه می‌کند. اگرچه تعاریف گوناگونی از کارآفرینی ارائه شده است، لیکن بیشتر صاحب‌نظران در مجموع کارآفرینی را فرایند شناسایی فرصت‌های اقتصادی، ایجاد کسب‌وکار و شرکت‌های جدید نوآور و رشدیابنده برای بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده می‌دانند که در نتیجه آن کالاها و خدمات جدیدی عرضه می‌شود.

#### ۴. روش تحقیق

در این تحقیق، برای بررسی اثر شاخص فضای کسب‌وکار بر کارآفرینی از تکنیک اقتصادسنجی و مدل داده‌های ترکیبی استفاده شده است. داده‌های مربوط به این تحقیق از بانک جهانی، سازمان توسعه کارآفرینی جهانی و پایگاه داده فضای کسب‌وکار استخراج شده است. برای این منظور، ۴ کشور منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی، از جمله ایران، ترکیه، مالزی و اندونزی، طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۲۰ میلادی در نظر گرفته شده و الگوی اقتصادسنجی زیر به کار برده شده است:

$$BO_{it} = \beta_0 + \beta_1 GCF_{it} + \beta_2 UR_{it} + \beta_3 DB_{it} + \beta_4 GDP_{it} + U_{it}$$

در این الگو،  $BO_{it}$  نرخ مالکیت کسب و کار،  $GCF_{it}$  تشکیل سرمایه ثابت ناخالص،  $UR_{it}$  نرخ بیکاری،  $DB_{it}$  امتیاز سهولت کسب و کار،  $GDP_{it}$  نرخ رشد تولید ناخالص داخلی و  $U_{it}$  جمله اختلال مدل رگرسیون می باشد.

در این مدل نرخ مالکیت کسب و کار متغیر وابسته بوده، به عنوان شاخص کارآفرینی در نظر گرفته شده است. ۴ متغیر دیگر به عنوان متغیرهای مستقل در مدل وارد شده‌اند.

#### ۵. یافته‌های تحقیق

به دلیل اینکه وجود نامانایی در متغیرهای مؤثر بر فضای کسب‌وکار می‌تواند منجر به بروز رگرسیون کاذب گردد، لازم است مانایی تمامی متغیرهای مورد بررسی آزمون شوند. در مورد داده‌های تابلویی، لازم است از آزمون‌های فیشر<sup>۱</sup>، لوین لی و چو<sup>۲</sup> و همچنین ایم، پسران و شین<sup>۳</sup> به منظور بررسی مانایی جمعی متغیرها استفاده شود.

1. Fisher
2. Levine, Lee and Chu
3. Im Pesaran and Shin

جدول (۱) نتایج آزمون مانایی متغیرها

متغیرها	نرخ مالکیت کسب و کار			امتیاز سهولت کسب و کار			تشکیل سرمایه ثابت ناخالص			نرخ بیکاری		نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	
	سطح	یک	دو	سطح	یک	دو	سطح	یک	دو	یک	دو		
Leitum-Lin_Chu	-0.7976	-0.8228	-3.8687	1.9090	-1.3191	-3.44004	-3.7684			-2.9975		-0.9041	-1.7315
P-Value	0.2126	0.2053	0.0000	0.9719	0.0936	0.0003	0.0001			0.0014		0.1830	0.0417
Im-Pesaran	0.7122	-1.6176	-4.3867	1.78165	-1.57943	-3.9364	-2.2083			-1.7070		-0.99022	-2.5767
P-Value	0.7618	0.0529	0.0000	0.9626	0.0571	0.0000	0.0136			0.0439		0.1610	0.0050
Fisher ADF	7.5097	15.4174	32.1544	3.2284	14.9569	29.9512	19.7612			16.2034		15.0276	21.8453
P-Value	0.4828	0.0515	0.0001	0.9192	0.0600	0.0002	0.0113			0.0396		0.0586	0.0052

منبع: یافته‌های تحقیق

همان طور که در جدول (۱) دیده می‌شود، در آزمون لین، لوین، ایم، پسران و فیشر، متغیرهای نرخ بیکاری و تشکیل سرمایه ثابت ناخالص مانا هستند و متغیر نرخ رشد تولید ناخالص داخلی با تفاضل‌گیری مرتبه اول مانا می‌شود. همچنان متغیرهای نرخ مالکیت کسب و کار و امتیاز سهولت کسب و کار با تفاضل‌گیری مرتبه دوم مانا می‌شوند.

پیش از تخمین مدل باید مشخص شود که آیا عرض از مبدأ مدل برای مقاطع مختلف یکسان است یا متفاوت. در صورتی که مقاطع دارای عرض از مبدأ واحد باشند، به‌سادگی می‌توان از روش حداقل مربعات

تلفیقی استفاده کرد و در غیر این صورت، استفاده از روش داده‌های تابلویی احراز می‌شود. به لحاظ آماری، این فرضیه با استفاده از آزمون F مورد آزمون قرار می‌گیرد. بدین منظور، آزمون لیمر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در صورتی که عدد احتمال به دست آمده در آزمون لیمر کوچک‌تر از ۵ درصد باشد، فرضیه صفر رد می‌شود.

جدول (۲) نتایج آزمون F لیمر

نوع آزمون	آماره	عدد احتمال (Prob)
آزمون F	۱۴۴/۴۴۲۷۲۳	۰/۰۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول (۲)، فرضیه صفر مربوط به آزمون متذکره رد می‌شود؛ یعنی نتیجه آزمون نشان می‌دهد که مدل پنل است و می‌توانیم بر اساس مدل داده‌های پانلی تخمین بزنیم. در این مطالعه، با توجه به اینکه آماره F محاسبه شده از F بحرانی جدول بزرگ‌تر است، بنابراین فرضیه صفر مبنی بر مساوی بودن عرض از مبدأ کشورهای منتخب اسلامی رد می‌شود. با توجه به اینکه کشورهای مورد بررسی در این مطالعه کشورهای منتخب اسلامی هستند، نتیجه آزمون F به لحاظ نظری نیز پذیرفته می‌شود.

گام بعدی، انتخاب روش برآورد داده‌های تابلویی است که به دو صورت روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی می‌باشد. برای تصمیم‌گیری در مورد انتخاب بین دو روش یادشده، باید توجه داشت که روش اثرات ثابت به‌طور معمول هنگامی کارایی دارد که کل جامعه آماری در نظر گرفته شود؛ در صورتی که از یک جامعه بزرگ نمونه‌ای به‌صورت تصادفی انتخاب شود، روش اثرات تصادفی کاراتر خواهد بود. برای تعیین روش برآورد در داده‌های تابلویی از آماره هاسمن استفاده می‌شود که تأیید فرضیه صفر مؤید استفاده از روش اثرات تصادفی است. برای این منظور، آزمون هاسمن انجام شده و نتایج آن در جدول (۱) ارائه شده است. بر اساس نتایج مندرج در این جدول، روش اثرات تصادفی انتخاب شده است که با مفهوم نظری این روش نیز مطابقت دارد.

جدول (۳) نتایج حاصل از آزمون هاسمن

نوع آزمون	آماره	عدد احتمال (Prob)
آزمون هاسمن	۴/۸۶۸۱۵۱	۰/۳۰۱۱

منبع: یافته‌های تحقیق

در جدول (۳) دیده می‌شود که احتمال بیشتر از ۵٪ می‌باشد، بنابراین، فرضیه صفر پذیرفته می‌شود. در نتیجه، مدل اثرات تصادفی جهت تخمین مناسب می‌باشد.

## جدول (۴) نتایج حاصل از آزمون واریانس ناهمسانی

احتمال	LR
۰/۰۰۰۰	۲۳۷/۷۲

منبع: یافته‌های تحقیق

در جدول فوق مشاهده می‌شود که فرضیه H1، که بیانگر وجود واریانس ناهمسانی است، پذیرفته شده است. بنابراین، روش حداقل مربعات معمولی (OLS) کارایی لازم را ندارد و می‌توان به جای آن از روش حداقل مربعات تعمیم‌یافته (GLS) استفاده کرد.

## جدول (۵) نتایج حاصل از آزمون جاکرک برا

شاخص	مقدار
Skewness	-۰/۰۸۱۴۸۶
Kurtosis	۲/۲۰۷۶۵۷
Jarque-Bera	۱/۶۳۵۹۱۷
Prob (JB)	۰/۴۴۱۳۳۲
نتیجه	در سطح معناداری قابل قبول

منبع: یافته‌های تحقیق

مطابق جدول فوق و بر اساس آزمون جاکرک‌بر، مقدار چولگی نزدیک به صفر است که نشان می‌دهد توزیع تقریباً متقارن می‌باشد. همچنین مقدار کشیدگی کمتر از ۳ بوده که بیانگر نزدیک بودن توزیع به حالت نرمال است. از سوی دیگر، با توجه به این که مقدار احتمال بزرگ‌تر از ۵ درصد است، نمی‌توان فرضیه نرمال بودن باقیمانده‌ها را رد کرد. بنابراین، باقیمانده‌ها از نظر آماری دارای توزیع نرمال در نظر گرفته می‌شوند.

## جدول (۶) نتایج حاصل از تخمین مدل بر اساس روش GLS

متغیرها	احتمال	آماره T	ضرایب
C	0.0000	15.32423	69.03251
DB	۰/۰۰۰۰	12.78542	0.715623
GCF	۰/۰۰۱۲	6.356255	0.336527
GDP Growth	0.0895	0.564376	0.005176
UR	0.0000	-13.45684	-1.057345
F		21.04564	

0.0000	Probe
0.63	R <sup>2</sup>
0.37267	D.W

## منبع: یافته‌های تحقیق

چنانچه ملاحظه می‌شود، تمامی متغیرها به استثنای متغیر درصد رشد تولید ناخالص داخلی با سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد معنادار هستند. معناداری کل مدل با توجه به آماره F به‌دست‌آمده نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. آماره ضریب تعیین بیان می‌کند که ۶۳ درصد تغییرات نرخ مالکیت کسب‌وکار (سطح کارآفرینی) توسط متغیرهای مستقل یادشده توضیح داده می‌شود که بیان‌کننده قدرت برازش بالای مدل است.

همان‌طور که از جدول نتایج پیداست، نتایج تخمین مدل نشان می‌دهد که متغیرهای فضای کسب‌وکار، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص و نرخ بیکاری دارای تأثیر معنادار بر کارآفرینی هستند، در حالی که رشد تولید ناخالص داخلی اثر معناداری نشان نمی‌دهد. این یافته‌ها بیانگر آن است که تغییرات در فضای کسب‌وکار و میزان سرمایه‌گذاری‌های ثابت نقش کلیدی در تغییرات متغیر وابسته ایفا می‌کنند، اما نرخ رشد اقتصادی به‌تنهایی توانایی توضیح تغییرات کارآفرینی را ندارد.

ضریب مقدار ثابت برابر با ۰۳۶۹ با سطح معناداری ۰/۰۰۰۰ به‌دست آمده است. این ضریب نشان می‌دهد که در صورت ثابت بودن تمامی متغیرهای مستقل، سطح پایه متغیر وابسته در حدود ۶۹ واحد قرار دارد. این موضوع بیانگر اهمیت عوامل ساختاری و پایه‌ای است که مستقل از تغییرات متغیرهای مورد مطالعه، بر سطح کارآفرینی اثر می‌گذارند.

ضریب متغیر فضای کسب‌وکار برابر با ۰/۷۱ بوده و از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است و علامت مثبت این ضریب نشان می‌دهد رابطه مستقیم میان فضای کسب‌وکار و کارآفرینی وجود دارد. برای بهبود اثر فضای کسب‌وکار بر کارآفرینی، لازم است در کنار بهبود شاخص‌های رسمی سهولت کسب‌وکار، اقدامات عملی برای رفع موانع واقعی بازار و بهبود زیرساخت‌ها انجام شود. همچنین بازیابی در نحوه اندازه‌گیری و تفسیر شاخص می‌تواند به فهم بهتر این رابطه کمک کند.

ضریب متغیر تشکیل سرمایه ثابت ناخالص برابر با ۰/۳۳۶۵ بوده و از نظر آماری معنادار است. علامت مثبت و معناداری این ضریب نشان می‌دهد که افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، تجهیزات و پروژه‌های تولیدی به‌طور مستقیم منجر به بهبود کارآفرینی می‌گردد. این یافته اهمیت نقش سرمایه‌گذاری‌ها را در بهبود شاخص‌های اقتصادی و افزایش بهره‌وری بخش‌های مختلف نشان می‌دهد. تشویق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در بخش‌های کلیدی مانند انرژی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل و فناوری، و همچنین ایجاد تسهیلات مالی و اعتباری برای بنگاه‌ها به‌منظور افزایش سرمایه‌گذاری و تولید، و نیز اصلاح قوانین سرمایه‌گذاری و تضمین حقوق مالکیت برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی، مؤثر می‌باشد.

ضریب منفی ۵۷.۱- برای نرخ بیکاری نشان می‌دهد که رابطه معکوس و معناداری بین نرخ بیکاری و مالکیت کسب‌وکار وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش یک درصد در نرخ بیکاری، میزان مالکیت کسب‌وکارها به‌طور میانگین ۵۷.۱ درصد کاهش می‌یابد (در شرایط ثابت سایر متغیرها). این نتیجه از دیدگاه اقتصادی منطقی است، زیرا افزایش بیکاری معمولاً بیانگر رکود اقتصادی، کاهش سرمایه‌گذاری و ضعف فضای کسب‌وکار است. در چنین شرایطی، تمایل افراد برای ایجاد یا مالکیت کسب‌وکار کاهش می‌یابد. ضریب متغیر نرخ رشد تولید ناخالص داخلی برابر با ۰/۰۰۵۱ به‌دست آمده است و از نظر آماری این یافته نشان می‌دهد که رشد تولید ناخالص داخلی در این مدل تأثیر معناداری بر کارآفرینی ندارد.

این موضوع ممکن است ناشی از موارد زیر باشد:

- تأثیر رشد اقتصادی در بخش‌های خاص که ارتباط مستقیمی با کارآفرینی ندارند.
- تأخیر زمانی میان رشد اقتصادی و تأثیر آن بر کارآفرینی.
- بررسی دقیق ساختار رشد اقتصادی و تمرکز بر رشد پایدار و فراگیر و همچنان بهبود کیفیت سیاست‌گذاری اقتصادی، تخصیص بهینه منابع و تقویت ارتباط میان رشد کلان اقتصادی و عملکرد خرد بنگاه‌ها از عوامل مؤثر در این زمینه می‌باشد.

### ۶ نتیجه‌گیری

بر اساس ضرایب به‌دست‌آمده، متغیر شاخص سهولت انجام کسب‌وکار دارای ضریب مثبت و معنادار است. تفسیر این یافته نشان می‌دهد که با کاهش موانع اداری، فساد اداری و پیچیدگی‌های حقوقی و افزایش سهولت در راه‌اندازی کسب‌وکار، میزان مالکیت تجاری در کشورها افزایش می‌یابد. چون شاخص سهولت کسب‌وکار معمولاً به‌گونه‌ای تعریف می‌شود که هرچه عدد آن بیشتر باشد، شرایط مناسب‌تر است، مثبت بودن ضریب نشان می‌دهد که هرچه سهولت در فضای تجاری بیشتر گردد، انگیزه و توانایی افراد برای ایجاد و ثبت کسب‌وکار افزایش می‌یابد.

این نتیجه، با انتظارات نظری و مطالعات تجربی جهانی نیز سازگار است، زیرا نظام‌های اداری کارا و شفاف یکی از عوامل کلیدی رشد فعالیت‌های تجاری و کارآفرینی به‌شمار می‌روند. نتایج به‌دست‌آمده از ضریب تعیین مدل حدود شصت درصد گزارش شده است که نشان می‌دهد تقریباً شصت‌وسه درصد از تغییرات مالکیت تجاری توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌گردد. این میزان از ضریب تعیین برای داده‌های پانلی در سطح کشورها قابل قبول است، زیرا رفتار اقتصادی کشورها معمولاً تحت تأثیر عوامل ساختاری، فرهنگی و نهادی متفاوتی قرار دارد.

همچنین تشکیل سرمایه ثابت ناخالص دارای ضریب مثبت و از لحاظ آماری معنادار است. این امر بیانگر آن است که افزایش سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی سبب افزایش توان مالی و زیربنایی برای گسترش فعالیت‌های تجاری می‌شود. در کشورهای اسلامی منتخب، سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی و توسعه بخش‌های صنعتی، خدماتی و تولیدی نقش اساسی در ایجاد فرصت‌های تجاری جدید ایفا کرده‌اند. کشورهای ترکیه و مالیزی طی سال‌های اخیر با اجرای سیاست‌های حمایت از سرمایه‌گذاری، زمینه را برای

رشد پایدار فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم ساخته‌اند. به همین ترتیب، در اندونیزی نیز اصلاحات مالی و بانکی نقش چشمگیری در گسترش فعالیت‌های اقتصادی داشته است.

نرخ بیکاری نیز دارای ضریب منفی و از لحاظ آماری معنادار است که نشان می‌دهد با افزایش بیکاری، سطح مالکیت تجاری کاهش می‌یابد. این نتیجه منطقی است، زیرا افزایش بیکاری بیانگر ضعف در فرصت‌های شغلی و کاهش انگیزه برای سرمایه‌گذاری‌های جدید است. علاوه بر این، در جوامعی که بیکاری گسترده وجود دارد، دسترسی به منابع مالی، اعتماد سرمایه‌گذاران و تقاضای بازار نیز کاهش می‌یابد. این وضعیت در برخی دوره‌ها در کشورهای مورد بررسی، به‌ویژه ایران و اندونیزی، به‌طور محسوس مشاهده شده است که بیکاری بالا مانع از رشد بخش خصوصی و افزایش مالکیت تجاری گردیده است.

علاوه بر این، نتایج نشان داد که متغیرهای کنترلی اقتصادی نظیر نرخ بیکاری و تشکیل سرمایه ثابت ناخالص اثر معناداری بر کارآفرینی دارند. افزایش نرخ بیکاری با کاهش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه همراه است. از سوی دیگر، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص به‌عنوان شاخصی از قدرت سرمایه‌گذاری ملی و منابع مالی موجود، با رشد فعالیت‌های کارآفرینانه رابطه مثبت و قابل توجهی دارد که نشان‌دهنده نقش اقتصاد کلان در تقویت کارآفرینی است.

در مجموع، فضای نهادی و سرمایه‌ای کشورها نقش تعیین‌کننده‌ای در گسترش فعالیت‌های تجاری و مالکیت کسب‌وکار دارد. کشورهایی که سیاست‌های اصلاحی مؤثرتری در زمینه سهولت انجام کسب‌وکار، بهبود شرایط سرمایه‌گذاری و کاهش نرخ بیکاری اجرا کرده‌اند، توانسته‌اند محیطی پایدارتر برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم کنند. در میان کشورهای مورد بررسی، مالیزی و ترکیه به دلیل اصلاحات ساختاری گسترده در قوانین تجاری و جذب سرمایه‌های خارجی، عملکرد بهتری در توسعه مالکیت تجاری داشته‌اند. در مقابل، ایران و تاحدی اندونیزی، به سبب وجود موانع اداری، نوسانات اقتصادی و نرخ بالای بیکاری، با چالش‌های بیشتری در این زمینه روبه‌رو بوده‌اند.

بنابراین، یافته‌های این تحقیق بیانگر آن است که بهبود شاخص سهولت کسب‌وکار و تشویق سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند در کاهش بیکاری و افزایش مالکیت تجاری نقش بسزایی داشته باشد. تجربه کشورهای اسلامی منتخب نشان می‌دهد که ایجاد محیط نهادی شفاف، ثبات اقتصادی و حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی از عوامل کلیدی در توسعه پایدار اقتصادی و ارتقای مشارکت بخش خصوصی است. به بیان دیگر، توسعه فعالیت‌های تجاری در این کشورها نه تنها به سرمایه و منابع مالی نیاز دارد، بلکه به اصلاحات نهادی و سیاستی نیز وابسته است که فضای مناسب برای کارآفرینی و مالکیت تجاری را فراهم سازد.

به‌طور خلاصه، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بهبود محیط کسب‌وکار می‌تواند تأثیر مستقیم و غیرمستقیم قابل توجهی بر توسعه کارآفرینی داشته باشد. سیاست‌گذاری‌های مؤثر در حوزه قوانین، مقررات، دسترسی به منابع مالی و حفاظت از حقوق مالکیت می‌توانند زمینه رشد کارآفرینی نوآورانه، فرصت‌محور و اجتماعی را فراهم سازند. این یافته‌ها علاوه بر تأیید نتایج مطالعات پیشین، بر اهمیت ایجاد محیط نهادی و اقتصادی مناسب به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی توسعه پایدار در کشورهای اسلامی تأکید می‌کند.

## ۷. پیشنهادات تحقیق

پس از تحلیل نتایج تحقیق و شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در کشورهای منتخب اسلامی، ارائه پیشنهادهای سیاستی و اجرایی ضروری به نظر می‌رسد تا یافته‌های پژوهش به اقدامات عملی و اثرگذار تبدیل گردد. این تحقیق می‌تواند به سیاست‌گذاران، نهادهای دولتی و سازمان‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی کمک کند تا با اتخاذ تصمیمات هدفمند، زمینه بهبود محیط کسب‌وکار و تقویت کارآفرینی را در این کشورها فراهم سازند.

پیشنهادهایی برای بهبود شاخص‌های فضای کسب‌وکار عبارت‌اند از: سهولت آغاز کسب‌وکار؛ کاهش مراحل اداری، تسهیل روند ثبت شرکت‌ها و حذف مقررات غیرضروری می‌تواند انگیزه افراد را برای راه‌اندازی کسب‌وکار افزایش دهد. حمایت از حقوق مالکیت: تضمین حقوق مالکیت مادی و معنوی، امنیت سرمایه‌گذاری را افزایش داده و ریسک فعالیت‌های کارآفرینانه را کاهش می‌دهد.

دسترسی به اعتبار: ایجاد ابزارهای مالی متنوع و حمایت از کارآفرینان نوپا، به‌ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs)، می‌تواند منابع مالی مورد نیاز برای توسعه کسب‌وکارها را فراهم کند. همچنین، تقویت نهادها و فرایند نهادینه‌سازی کارآفرینی در کشورهای منتخب اسلامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ایجاد نهادهای مستقل و شفاف برای نظارت و حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش هماهنگی میان سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی می‌تواند به تسهیل فرایندهای کسب‌وکار کمک کند. اجرای سیاست‌هایی مانند معافیت‌های مالیاتی، حمایت‌های مالی و برنامه‌های آموزشی برای کارآفرینان نیز از جمله اقدامات مؤثر در این زمینه به شمار می‌رود.

برای ارتقای مهارت‌ها و ظرفیت‌های انسانی در راستای توسعه کارآفرینی، لازم است برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های مهارتی برای کارآفرینان، با تأکید بر مهارت‌های مدیریتی، فناوری و نوآوری، توسعه یابد. علاوه بر این، ترویج آموزش‌های کارآفرینی در مکاتب و پوهنتون‌ها می‌تواند به شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی در جامعه کمک کند.

پیشنهادهای سیاستی و اجرایی ارائه‌شده در این بخش، مبتنی بر یافته‌های تحقیق بوده و می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای ذی‌ربط کمک کند تا با بهبود محیط کسب‌وکار، کاهش موانع کارآفرینی و حمایت از فعالیت‌های اقتصادی، مسیر توسعه پایدار را هموار سازند. اجرای این راهکارها نه تنها موجب تقویت کارآفرینی نوآورانه و فرصت‌محور خواهد شد، بلکه زمینه رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار را در کشورهای منتخب اسلامی فراهم می‌کند.

## فهرست منابع

۱. برادران شرکاء، حمیدرضا، و ملک‌الساداتی، سعید. (۱۳۸۷). تأثیر حکمرانی خوب بر رشد اقتصادی منتخب. فصلنامه راهبرد، ۱۷(۴۹)، ۲۷-۵۲.
۲. ترک‌نژاد، احمد، و شیرکوند، سعید. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر و سنجش بهبود فضای کسب و کار در ایران. تهران: اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران.
۳. حسین‌زاده بحرینی، محمد، و ملک‌الساداتی، سعید. (۱۳۸۹). موانع نهادی سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار در ایران. پژوهشنامه بازرگانی، ۵۹، ۱۵-۵۶.
۴. خیرخواهان، جعفر. (۲۰۰۶). فضای کسب و کار. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۵. رحمان، علی. (۱۳۸۸). بازار سرمایه و ضرورت اصلاح و بهبود فضای کسب‌وکار. فصلنامه پول و اقتصاد، ۱، ۱۵۴-۱۵۷.
۶. سالار، ابوظفر. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر نظام مالیاتی بر فضای کسب‌وکار. ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی.
۷. شومپیتر، یوزف. (۱۹۳۴). نظریه توسعه اقتصادی. کمبریج: انتشارات هاروارد.
۸. شهنازی، روح‌الله، و دهقانی شبانی، زهرا. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر فضای کسب‌وکار بر رشد اقتصادی کشورهای منتخب. تهران: مؤسسه مطالعات اقتصادی ایران.
۹. صالح‌آباد، علی. (۱۳۸۸). بازار سرمایه در بهبود فضای کسب‌وکار. تهران: مؤسسه مطالعات اقتصادی ایران.
۱۰. عبدالمهی، فرشته، مهربانی، فاطمه، و بصیرت، مهدی. (۱۳۹۲). تجزیه و تحلیل روابط اقتصادی بین ایران و کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD). در اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران. تهران: دانشگاه اقتصادی ایران.
۱۱. فتحی، علیرضا. (۱۳۹۲). جایگاه بهبود فضای کسب‌وکار در جذب سرمایه‌گذاری خارجی. مجله اقتصادی، ۳، ۳-۲۰.
۱۲. کرزرنر، آیگور. (۱۹۷۳). مبانی کارآفرینی و توسعه اقتصادی. نیویورک: انتشارات مک‌میلان.
۱۳. مکیان، سید نظام‌الدین امامی، میدی، مهدی، عشرتی، و احمدی، زهرا. (۱۳۹۲). فضای کسب‌وکار و راهبرد رشد: مقایسه کشورهای منطقه منا و سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۳۰(۱۱۸)، ۷۹-۸۱.
۱۴. می‌دری، احمد، و قودجانی، اصلان. (۱۳۸۷). سنجش و بهبود محیط کسب‌وکار. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۳۰(۱۱۸)، ۷۹-۸۱.
۱۵. می‌دری، احمد، و قودجانی، اصلان. (۱۳۸۷). نقش بازار سرمایه در بهبود فضای کسب‌وکار. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۶. نیلی، مسعود. (۱۳۸۲). استراتژی توسعه صنعتی ایران. تهران: انتشارات علمی.
۱۷. نیلی، مسعود، درگاهی، حسن‌محمد، و نیلی، فرهاد. (۱۳۸۹). دولت و رشد اقتصادی در ایران. تهران: مرکز پژوهش‌های اقتصادی ایران.
۱۸. هاسر، جان، و وبر، پیتر. (۲۰۰۷). کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار. لندن: انتشارات روتلج.

72. Bakhtiari, S., & Shayesteh, A. (2012). An assessment of business environment improvement on economic growth in selected countries with emphasis on institutions [Persian]. *Eghtesad-e Mali*, 6(19), 175–204.
73. Benham, A., & Benham, L. (2005). *The cost of exchange: An approach to measuring transaction costs*. St. Louis, MO: Washington University of St. Louis.
74. Benmelech, E., & Moskowitz, T. J. (2006). *The political economy of financial regulation: Evidence from US state usury laws in the 18th and 19th centuries*. Chicago, IL: University of Chicago, USA.
75. Calderon, C., & Chong, A. (2004). Are labor market regulations an obstacle for long-run growth? *Proceedings of the Seventh Annual Conference, Central Bank of Chile*.
76. Casey, M., & Sala-i-Martin, X. (2005). *Social security in theory and practice: Implications for reform*. Pompeu Fabra University, Spain.
77. Chang, R. (2009). Openness can be good for growth. *Journal of Development Economics*.
78. Dawson, J. W. (2006). Regulation, investment, and growth across countries. *Cato Journal*, 26(3), 489–509.
79. Dennis, A. (2006). The impact of regional trade agreements and trade facilitation in the Middle East and North Africa region. *World Bank Policy Research Working Paper 3837*. Retrieved from [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
80. Doing Business. (n.d.). *Measuring business regulation*. Retrieved from [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
81. Eicher, T., & Penalosa, G. C. (2008). Endogenous strength of intellectual property rights: Implications for economic development and growth. *European Economic Review*, 52(2), 237–258.
82. Freckleton, M., Wright, A., & Craigwell, R. (2010). Foreign direct investment, economic growth and corruption in developing economies. *Journal of Economic Studies*, 39(6), 639–652.
83. Furukawa, Y. (2007). The protection of intellectual property rights and endogenous growth: Is stronger always better? *Journal of Economic Dynamics and Control*, 31(11), 3644–3670.
84. Głodowska, A. (2017). Business environment and economic growth in the European Union countries: What can be explained for the convergence? *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(4), 189–204.
85. Hosseini, M., & Fahimifar, F. (2012). The role of developing the financial system and improving the business environment on economic growth [Persian]. Paper presented at The Fourth International Conference on the Development of the Financing System in Iran, Tehran, Iran, 20 February 2012.

86. Ibrahim, H. I. (2012). The impact of business regulatory reforms on economic growth. *Japanese International Economies*, 26, 285–307.
87. Kelliher, M. J. D. L. M. (2010). Perspectives in business. Dean, School of Management and Business.
88. Klapper, L., & Love, I. (2012). The impact of business environment reforms on new firm registration. Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-5493>
89. Lai, I., & Chen, W. (2009). Measuring e-business dependability: The employee perspective. [Conference Paper].
90. Levine, R., Lin, C. F., & Chu, C. S. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite sample properties. *Journal of Econometrics*, 108, 1–24.
91. PA Casero. (2004). Growth, private investment and the cost of doing business in Tunisia: A comparative perspective. Washington, DC: World Bank.
92. Serres, A., Kobayakawa, S., Sløk, T., & Vartia, L. (2006). Regulation of financial systems and economic growth in OECD countries: An empirical analysis. *OECD Economic Studies*, No. 43.
93. World Bank. (2009). World economic growth report. Washington, DC: World Bank.