

The Impact of Foreign Direct Investment on Entrepreneurship in Selected East Asian Countries During the Period 2014–2024

Mustafa Ibrahim¹ , Mohammad Wahid Sarwari² 

1. Faculty Member, Department of Business Economics, Faculty of Economics, Kateb University, Kabul, Afghanistan. (Corresponding Author) Email: mustafa.ibrahimi@kateb.edu.af
2. Master's Student in Development Economics, Faculty of Economics, Kateb University, Kabul, Afghanistan. Email: wahidsarwari630@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 21/02/2026
Received in revised form: 22/02/2026
Accepted: 11/03/2026
Available online: 18/03/2026

Keywords:

Foreign Direct Investment (FDI), Gross Domestic Product (GDP), Inflation, East Asian Countries

ABSTRACT

This study investigates the impact of Foreign Direct Investment (FDI) on entrepreneurship in selected East Asian countries (China, Japan, Mongolia, and South Korea) over the period 2014 to 2024. The research method employed is the Generalized Method of Moments (GMM), and the data were analyzed using EViews software. The results of the dynamic panel model indicate that entrepreneurship has a dynamic nature and strong temporal dependence, such that the level of entrepreneurship in the previous period significantly influences entrepreneurial activities in the current period. FDI has a coefficient of -0.34. The negative sign of this coefficient suggests that an increase in FDI inflows during the study period has been associated with a relative decline in domestic entrepreneurship levels. The economic growth variable has a coefficient of 0.48 and is statistically highly significant, playing a considerable role in strengthening entrepreneurship; an increase in the size of the economy leads to the expansion of innovative activities and business development. In contrast, the inflation coefficient is -0.12. The negative sign of this coefficient indicates that a rise in inflation has an adverse effect on entrepreneurship. Inflation, through increasing economic uncertainty, reducing purchasing power, and raising production costs, can weaken the incentives for investment and entrepreneurial activities.

Cite this article: Ibrahim, M. & Sarwari, M. (2026). The Impact of Foreign Direct Investment on Entrepreneurship in Selected East Asian Countries During the Period 2014–2024, *Kateb International Journal of Economics and Management*, 4 (2), 19–40.
DOI: <https://doi.org/10.66943/kjem.v4i2.75>



تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای منتخب شرق آسیا

مصطفی ابراهیمی^۱ ، محمد وحید سروری^۲ 

۱. عضو کادر علمی دبیرانتمت اقتصاد تجارتي، پوهنځی اقتصاد، پوهنتون کاتب، کابل، افغانستان. (نویسنده مسئول)

ایمیل: mustafa.ibrahimi@kateb.edu.af

۲. محصل ماستری رشته اقتصاد توسعه، پوهنځی اقتصاد، پوهنتون کاتب، کابل، افغانستان.

ایمیل: wahidsarwari630@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

این تحقیق با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای منتخب شرق آسیا (چین، جاپان، مغولستان و کره جنوبی) طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ انجام شد. روش تحقیق، گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) بوده و داده‌ها توسط نرم‌افزار EViews مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. نتایج مدل پانلی پویا نشان داد که کارآفرینی دارای ماهیت پویا و وابستگی زمانی قوی است؛ به طوری که سطح کارآفرینی در دوره قبل به طور معناداری بر فعالیت‌های کارآفرینانه دوره جاری اثرگذار است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دارای ضریب -0.34 است. علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که افزایش جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دوره مورد بررسی با کاهش نسبی سطح کارآفرینی داخلی همراه بوده است. متغیر رشد اقتصادی برابر با 0.48 و از نظر آماری به طور کامل معنادار است و نقش قابل توجهی در تقویت کارآفرینی دارد؛ افزایش اندازه اقتصاد موجب گسترش فعالیت‌های نوآورانه و توسعه کسب‌وکارها می‌شود. در مقابل، ضریب تورم برابر با -0.12 است. علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که افزایش نرخ تورم اثر نامطلوبی بر کارآفرینی دارد. تورم از طریق افزایش نااطمینانی اقتصادی، کاهش قدرت خرید و بالا رفتن هزینه‌های تولید می‌تواند انگیزه سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های کارآفرینانه را تضعیف کند.

نوع مقاله:

مقاله تحقیقی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۲/۰۲

تاریخ ارزیابی: ۱۴۰۴/۱۲/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۲/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۲/۲۶

واژه‌های کلیدی:

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تولید ناخالص داخلی، تورم، کشورهای شرق آسیا

استناد: ابراهیمی، مصطفی و سروری، محمد وحید (۱۴۰۴). تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای

منتخب شرق آسیا. *مجله بین‌المللی اقتصاد و مدیریت کاتب*، ۴ (۲)، ۴۰-۱۹.

DOI: <https://doi.org/10.66943/kjem.v4i2.75>



مقدمه

در دهه‌های اخیر، کارآفرینی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و نوآوری در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته شناخته شده است که نه تنها منجر به خلق فرصت‌های شغلی می‌شود، بلکه بستری مناسب برای به‌کارگیری نوآوری، بهره‌برداری از منابع انسانی و ارتقای رقابت‌پذیری اقتصادی را نیز فراهم می‌سازد. با این حال، توسعه پایدار کارآفرینی نیازمند زیرساخت‌های اقتصادی، حمایت‌های نهادی و به‌ویژه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) یکی از عناصر مهم در اقتصاد بین‌الملل به شمار می‌رود. جریان سرمایه، فناوری، دانش و مهارت‌ها از مرزهای ملی عبور می‌کند و برای کشورهای میزبان، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، فرصت‌هایی را برای «جبران عقب‌ماندگی» نسبت به دیگر کشورها فراهم می‌سازد.

ادبیات اقتصادی که به بررسی پیوند میان FDI و توسعه اقتصادی در کشور میزبان می‌پردازد، بیشتر بر اثرات مثبت جانبی از طریق افزایش تأکید دارد؛ این اثرات اغلب به‌واسطه انتقال نوآوری‌ها به شرکت‌های بومی رخ می‌دهد. در بسیاری از کشورهای شرق آسیا، سیاست‌های اقتصادی در دو دهه گذشته بر ارتقای فضای کسب‌وکار، جذب سرمایه‌گذاری و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه متمرکز بوده است. کشورهای این منطقه مانند چین، جاپان، مغولستان و کره جنوبی با تجربه نرخ‌های رشد اقتصادی بالا و توسعه زیرساخت‌های صنعتی، نقش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در فرایند رشد و کارآفرینی را افزایش داده‌اند. اما هنوز این سؤال مطرح است که آیا (و تا چه اندازه) سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی توانسته است در عمل به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه منجر شود؟

از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند منابع مالی، فناوری و مهارت‌های مدیریتی جدید را وارد اقتصاد کند، اما در نبود سیاست‌های حمایتی، ساختار نهادی کارآمد یا زیرساخت‌های مناسب، این سرمایه‌گذاری‌ها ممکن است به خلق فرصت‌های کارآفرینانه منجر نشوند یا به‌شکل ناعادلانه در برخی بخش‌ها متمرکز گردند. بنابراین، لازم است بررسی شود که رابطه میان سطح و نوع سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با شاخص‌های کارآفرینی مانند نرخ کسب‌وکارهای نوپا، رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط، اشتغال‌زایی جدید و نوآوری در کشورهای شرق آسیا (چین، جاپان، مغولستان، کره جنوبی) چه‌گونه بوده است. حال این سؤال مطرح می‌شود که تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای منتخب شرق آسیا طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ چه‌گونه بوده است؟

۱. مبانی نظری تحقیق

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال سرمایه، فناوری و دانش مدیریتی در اقتصاد جهانی شناخته می‌شود. نظریه‌های کلاسیک اقتصاد در دوره‌ای شکل گرفتند که جریان‌های سرمایه بین‌المللی به گستردگی امروز نبود، اما اصول بنیادین این نظریه‌ها همچنان چارچوبی نظری برای تحلیل انگیزه‌ها و آثار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی فراهم می‌کنند. نظریه‌های جدید FDI در واقع توسعه‌یافته و تکمیل‌شده مبانی نظری کلاسیک‌اند که تلاش دارند رفتار شرکت‌های چندملیتی و نقش آن‌ها در اقتصاد جهانی را بهتر تبیین کنند.

۱-۱. مبانی فکری سرمایه‌گذاری خارجی

در اندیشه‌های اقتصادی کلاسیک، سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان بخشی از جریان آزاد سرمایه میان کشورها در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند به تخصیص بهینه منابع و افزایش کارایی اقتصادی در سطح بین‌المللی کمک کند.

۱-۱-۱. نظریه بازار آزاد و رقابت

اقتصاددانان کلاسیک مانند آدام اسمیت و دیوید ریکاردو بر این باور بودند که بازارهای آزاد و رقابت می‌توانند موجب استفاده بهتر از منابع و افزایش رفاه اقتصادی شوند. بر اساس دیدگاه آنان، سرمایه تمایل دارد به مناطقی منتقل شود که بازدهی بیشتری داشته باشد. بنابراین کشورهایی که دارای نیروی کار ارزان، منابع طبیعی فراوان یا فرصت‌های سودآور سرمایه‌گذاری هستند، می‌توانند سرمایه خارجی را جذب کنند. در نتیجه، سرمایه‌گذاری خارجی به افزایش تولید، اشتغال و رشد اقتصادی در کشور میزبان کمک می‌کند. از نظر مبانی فکری نظریه کلاسیک، جریان سرمایه بین کشورها مشابه جریان تجارت بین‌المللی تلقی می‌شود و بر اساس اصل مزیت نسبی شکل می‌گیرد. مطابق نظریه مزیت نسبی که توسط دیوید ریکاردو مطرح شد، کشورها باید در تولید کالاها و فعالیت‌هایی تخصص یابند که در آن‌ها کارایی بیشتری دارند. سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند این فرایند را تقویت کند؛ زیرا سرمایه و فناوری از کشورهای توسعه‌یافته به کشورهای در حال توسعه منتقل می‌شود و موجب افزایش بهره‌وری، انتقال دانش فنی و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی می‌گردد. بنابراین، در چارچوب نظریه کلاسیک، سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان ابزاری برای گسترش تجارت، افزایش کارایی اقتصادی و تقویت رشد اقتصادی در سطح جهانی مورد توجه قرار می‌گیرد (اسمیت، ۱۳۹۲).

۱-۱-۲. نظریه مزیت مالکیت، مکان و درون‌سازی (OLI)

نظریه مزیت مالکیت، مکان و درون‌سازی که به نام الگوی OLI یا پارادایم التقاطی نیز شناخته می‌شود، یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها در تبیین سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است. این نظریه توسط اقتصاددان برجسته بریتانیایی، جان اچ. دانیلینگ، ارائه شده است. بر اساس این دیدگاه، یک شرکت زمانی تصمیم می‌گیرد در خارج از کشور خود سرمایه‌گذاری کند که سه نوع مزیت همزمان وجود داشته باشد: مزیت مالکیت، مزیت مکان و مزیت درون‌سازی.

مزیت مالکیت به دارایی‌ها و قابلیت‌های خاص یک شرکت مانند فناوری پیشرفته، برند، دانش مدیریتی، مهارت‌های سازمانی و توانایی نوآوری اشاره دارد که به شرکت اجازه می‌دهد در بازارهای بین‌المللی با رقبا رقابت کند. مزیت مکان به ویژگی‌های کشورهای میزبان مربوط می‌شود؛ عواملی مانند دسترسی به منابع طبیعی، نیروی کار ارزان یا ماهر، اندازه بازار، ثبات اقتصادی و سیاسی و زیرساخت‌های مناسب می‌توانند شرکت‌های خارجی را برای سرمایه‌گذاری جذب کنند. در مقابل، مزیت درون‌سازی به این موضوع اشاره دارد که شرکت‌ها ترجیح می‌دهند برخی فعالیت‌ها (مانند تولید، توزیع یا انتقال فناوری) را در داخل ساختار سازمانی خود انجام دهند، نه از طریق قرارداد یا واگذاری به شرکت‌های دیگر؛ زیرا این کار می‌تواند

هزینه‌های مبادله را کاهش دهد و از دانش و فناوری شرکت محافظت کند. در مجموع، نظریه OLI توضیح می‌دهد که ترکیب این سه مزیت چه‌گونه شرکت‌ها را به انجام سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و گسترش فعالیت‌های بین‌المللی ترغیب می‌کند (جان اچ. دایننگ، به نقل از وارسته‌نیا، ۱۳۹۰: ۹۰).

۳-۱-۱. نظریه شرکت چندملیتی و حداکثرسازی سود

نظریه شرکت چندملیتی بر این اساس استوار است که شرکت‌ها برای گسترش فعالیت‌های اقتصادی خود در سطح بین‌المللی و دستیابی به سود بیشتر، به ایجاد شعبه‌ها یا واحدهای تولیدی در کشورهای مختلف روی می‌آورند. هدف اصلی این شرکت‌ها حداکثرسازی سود از طریق استفاده بهینه از منابع، کاهش هزینه‌های تولید و دسترسی به بازارهای جدید است. شرکت‌های چندملیتی با انتقال سرمایه، فناوری، مهارت‌های مدیریتی و دانش فنی به کشورهای دیگر تلاش می‌کنند تا مزیت رقابتی خود را در سطح جهانی تقویت کنند.

از این دیدگاه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ابزاری است که به شرکت‌ها امکان می‌دهد فعالیت‌های خود را در محیط‌هایی با هزینه کمتر یا فرصت‌های اقتصادی بیشتر گسترش دهند. بر اساس این نظریه، شرکت‌های چندملیتی به‌طور معمول کشورهایی را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنند که دارای شرایط مناسب اقتصادی مانند نیروی کار ارزان یا ماهر، دسترسی به منابع طبیعی، بازار مصرف گسترده و سیاست‌های اقتصادی حمایتی باشند. در چنین شرایطی، شرکت‌ها می‌توانند هزینه‌های تولید را کاهش و سود خود را افزایش دهند. علاوه‌براین، حضور در بازارهای خارجی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا ریسک‌های اقتصادی را در کشورهای مختلف توزیع کنند و از فرصت‌های جدید تجاری بهره‌مند شوند. در نتیجه، نظریه شرکت چندملیتی نشان می‌دهد که گسترش فعالیت‌های اقتصادی در سطح بین‌المللی یکی از راهبردهای مهم برای افزایش کارایی اقتصادی و دستیابی به حداکثر سود در اقتصاد جهانی است (کلاکروکین، ۲۰۰۴، ص ۱۸).

۳-۱-۲. نظریه‌های کارآفرینی

در مورد کارآفرینی، نظریه‌های متعددی مطرح شده است که در ادامه به بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

۳-۱-۲-۱. نظریه ریچارد کانتیلون

ریچارد کانتیلون یکی از اولین افرادی بود که درباره جنبه اقتصادی تفکر کارآفرینی مطالبی ارائه داد. کانتیلون کارآفرین را به‌عنوان شخصی تعریف کرد که به‌عنوان یک مشاور، همه معاملات را انجام می‌دهد و به دلیل خرید کالاها با قیمتی مشخص و فروش آن‌ها با قیمتی نامشخص، ریسک می‌کند. کانتیلون این را به‌عنوان نظریه ریسک سود نامید که در آن هر کسی که درآمدی نامشخص دریافت می‌کند، می‌تواند به‌عنوان یک کارآفرین در نظر گرفته شود. علاوه‌براین، نظریه بیان می‌کند که کارآفرینان با کاهش ناتوانی ناشی از عدم قطعیت، نقش کلیدی در اقتصاد ایفا می‌کنند و با این کار، تبادل و تولید کالاها و خدمات را ممکن می‌سازند تا تعادل بازار برقرار شود. کانتیلون همچنین بیان کرد که یک کارآفرین نوآور نیست و

نمی‌تواند روند تقاضا و عرضه را تغییر دهد. به‌جای آن، آن‌ها بصیرت، هوشمندی و تمایل به پذیرش ریسک دارند. نقش اصلی آن‌ها در فرایند، ایجاد ارتباط بین دو طرف بازار است تا بازار به تعادل برسد (پارکر، ۲۰۱۸).

۱-۲-۲. نظریه شومپیتر

نظریه نوآوری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نظریه‌های اقتصادی کارآفرینی محسوب می‌شود و توسط شومپیتر توسعه داده شده است. محور اصلی این نظریه این است که کارآفرینان با فناوری‌های سستی کار نمی‌کنند و به ایجاد تغییرات کوچک در روش تولید موجود اعتقاد ندارند، بلکه هدف اصلی آن‌ها ایجاد فناوری‌ها و محصولات جدید است که تغییرات گسترده‌ای را به همراه دارند و می‌تواند به آن‌ها در تغییر پارادایم کمک کند. بنابراین، دیدگاه شومپیتر به‌طور کامل متفاوت با دیدگاه کانتیلون بود. شومپیتر ادعا کرد که یک کارآفرین یک نوآور است که مسئولیت انجام کارهای جدید یا کارهایی که از قبل به روشی جدید انجام شده‌اند را دارد (Śledzik, 2013). شومپیتر عملکرد کارآفرینی را به‌عنوان یکی از عوامل اصلی ایجاد دوره‌های رونق و رکود در اقتصاد می‌دانست. بر اساس دیدگاه «تخریب خلاق»، زمانی که یک نوآوری کارآفرینانه در اقتصاد ظاهر می‌شود، منجر به جایگزینی محصولات و فرایندهای قدیمی می‌شود و در نهایت به سرعت توسط رقبا تقلید می‌گردد (Braguinsky, Klepper & Ohyama, 2011).

۱-۲-۳. نظریه‌های اقتصادی نئوکلاسیک درباره کارآفرینی

نظریه‌های نئوکلاسیک در پاسخ به انتقاداتی که به نظریه‌های کلاسیک مطرح شده بود، شکل گرفتند. این نظریه‌ها متمرکز بر تأثیرات کاهش بهره‌وری حاصل از بازدهی نزولی بودند و سعی داشتند روش‌های بهبود بهره‌وری و استفاده بهینه از منابع را پیشنهاد دهند. به علاوه، نظریه نئوکلاسیک به‌عنوان یکی دیگر از جنبه‌های مهمی که در نظریه‌های کلاسیک وجود نداشت، به پاسخ کارآفرینانه به چالش‌ها و مشکلات مطرح شده توجه می‌کند. در واقع، این نظریه به کارآفرینی به‌عنوان یک فرایند کلیدی در توسعه اقتصادی و رشد اقتصادی توجه دارد و به شناسایی فرصت‌های بازار و بهره‌برداری از آن‌ها تأکید می‌کند. در نتیجه، نظریه نئوکلاسیک به‌عنوان یک نظریه کارآفرینانه محسوب می‌شود که به مطالعه و تحلیل نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی می‌پردازد (کلاکرو کرین، ۲۰۰۴).

۱-۲-۴. نظریه مارشال

مطالعه کارآفرینان از دوران قدیم تاکنون ادامه داشته است. در سال ۱۷۵۵، کانتیلون کارآفرینان را به‌عنوان عواملی توصیف کرد که خطرات را برای کسب سود به عهده می‌گیرند. نظریه‌پردازان اولیه مانند آدام اسمیت، مفهوم کارآفرینی را مطرح کردند که با مفهوم صاحب شرکت تفاوتی نداشت. آلفرد مارشال در کار خود، هر دو مفهوم را ترکیب کرد و کارآفرین را به‌عنوان فردی تعریف کرد که هم ریسک‌پذیر است و هم مدیر. او کارآفرینانی را شناسایی کرد که مسئول اطمینان از عملکرد تولیدی در یک شرکت هستند،

فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، هزینه‌ها را کاهش می‌دهند و سود را افزایش می‌دهند. مارشال در نظریه خود، کارآفرینان را به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

۱. کارآفرینان فعال (کسانی که راه‌های جدیدی پیدا می‌کنند)؛

۲. کارآفرینان منفعل (کسانی که تمایل دارند مسیر موجود را دنبال کنند) (فرناندز، ۲۰۰۹).

علاوه‌براین، مفهوم «اقتصادهای تجمعی» مارشال نیز به‌طور معمول بر فعالیت‌های کارآفرینی تأثیر قابل ملاحظه‌ای دارد. در این‌جا، «تجمع» به تمایل به بازدهی افزایشی به دلیل تجمع منابع در یک مکان جغرافیایی اشاره دارد. مارشال به ذکر این نکته پرداخت که دو شکل اصلی تجمع عبارت‌اند از:

۱. تجمع صنعتی: وقتی که شرکت‌های مشابه در یک منطقه جغرافیایی تجمع کنند، امکان به اشتراک گذاشتن منابع (مانند زیرساخت‌ها، نیروی کار و فناوری) و ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی بیشتر فراهم می‌شود.

۲. تجمع شهری: وقتی مردم به‌عنوان افرادی که در یک شهر زندگی می‌کنند، تجمع کنند، این باعث افزایش احتمال ایجاد روابط تجاری و ارتباطات اجتماعی بین افراد می‌شود که به نوبه خود فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کند.

۲. اثرات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع تأمین مالی خارجی، انتقال فناوری و گسترش شبکه‌های تجاری بین‌المللی، نقش اساسی در تحول ساختارهای اقتصادی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته ایفا می‌کند. در ادبیات نظری توسعه اقتصادی از دیدگاه نظریه‌های رشد درون‌زا، FDI نه تنها موجب افزایش موجودی سرمایه فیزیکی می‌شود، بلکه از طریق انتقال دانش فنی، مهارت‌های مدیریتی، نوآوری سازمانی و استانداردهای جدید تولید، بستر شکل‌گیری و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌سازد. بر این اساس، اثرات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی را می‌توان در ابعاد مختلفی همچون توسعه سرمایه انسانی، بهبود محیط نهادی، ارتقای رقابت‌پذیری، شکل‌گیری پیوندهای پسین و پیشین و تقویت اکوسیستم نوآوری تحلیل کرد (جونز، ۲۰۰۵: ۳۱).

نخستین اثرگذاری سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی، انتقال فناوری و دانش است. شرکت‌های چندملیتی که از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم وارد یک کشور می‌شوند، به‌طور معمول دارای فناوری‌های پیشرفته‌تر، سیستم‌های مدیریتی کارآمدتر و استانداردهای تولید بالاتری هستند. این انتقال دانش می‌تواند به‌صورت سرریزهای فناورانه به بنگاه‌های داخلی منتقل شود. کارآفرینان محلی با مشاهده شیوه‌های نوین تولید، بازاریابی و مدیریت، انگیزه و توانایی بیشتری برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید پیدا می‌کنند. همچنین، کارکنانی که در شرکت‌های خارجی آموزش می‌بینند، پس از کسب تجربه می‌توانند خود به‌عنوان کارآفرین وارد بازار شوند و کسب‌وکارهای نوپا تأسیس کنند. این پدیده که به «اثر کارآفرینی ناشی از یادگیری» معروف است، یکی از مهم‌ترین مکانیسم‌های تقویت کارآفرینی در اقتصادهای میزبان به شمار می‌رود.

دومین بعد تأثیرگذاری سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، افزایش رقابت در بازار داخلی است. ورود شرکت‌های خارجی به‌طور معمول سطح رقابت را در صنایع مختلف افزایش می‌دهد. این رقابت می‌تواند بنگاه‌های داخلی را وادار کند تا بهره‌وری خود را ارتقا دهند، محصولات جدید عرضه کنند و به نوآوری روی آورند. در چنین فضایی، فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان ایجاد می‌شود؛ زیرا نیاز به تأمین‌کنندگان محلی، خدمات پشتیبانی، توزیع و فناوری‌های مکمل افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، افزایش رقابت ممکن است در کوتاه‌مدت برخی بنگاه‌های ضعیف را از بازار خارج کند، اما در بلندمدت موجب پویایی بیشتر بازار و تقویت کارآفرینی فرصت‌محور می‌شود.

سومین اثرگذاری، ایجاد پیوندهای پسین و پیشین است. شرکت‌های چندملیتی برای تأمین مواد اولیه، قطعات و خدمات، به شبکه‌ای از تأمین‌کنندگان محلی نیاز دارند. این امر فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان داخلی ایجاد می‌کند تا با راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در زنجیره ارزش شرکت‌های خارجی مشارکت کنند. همچنین، حضور شرکت‌های خارجی می‌تواند دسترسی کارآفرینان به بازارهای بین‌المللی را تسهیل کند؛ زیرا از طریق این شرکت‌ها استانداردهای صادراتی، شبکه‌های توزیع جهانی و اطلاعات بازار در اختیار بنگاه‌های داخلی قرار می‌گیرد. در نتیجه، کارآفرینی صادرات‌محور تقویت می‌شود و تنوع‌بخشی به ساختار تولید ملی افزایش می‌یابد.

چهارمین اثر مهم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی، بهبود محیط نهادی و کسب‌وکار است. جذب سرمایه‌گذاری خارجی مستلزم وجود چارچوب‌های حقوقی شفاف، حمایت از حقوق مالکیت، ثبات اقتصادی و زیرساخت‌های مناسب است. تلاش دولت‌ها برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به‌طور معمول به اصلاحات ساختاری در نظام مالیاتی، گمرکی، بانکی و مقرراتی منجر می‌شود. این اصلاحات، علاوه بر جذب سرمایه خارجی، محیط مساعدتری برای فعالیت کارآفرینان داخلی فراهم می‌کند. به عبارت دیگر، سیاست‌های تسهیل‌کننده سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند به‌طور غیرمستقیم اکوسیستم کارآفرینی را نیز تقویت کند (فرزین، ۱۳۹۱: ۲۹-۶۲).

با این حال، اثرات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی همواره مثبت و یک‌سویه نیست. در برخی شرایط، ورود شرکت‌های بزرگ خارجی ممکن است منجر به سلطه بازار و تضعیف بنگاه‌های نوپای داخلی شود. اگر ظرفیت جذب فناوری در کشور میزبان پایین باشد، سرریزهای دانشی به‌درستی منتقل نمی‌شود و کارآفرینان داخلی نمی‌توانند از مزایای حضور سرمایه‌گذاران خارجی بهره‌مند شوند. همچنین، در صورت نبود سیاست‌های حمایتی هدفمند، امکان دارد سرمایه‌گذاری خارجی بیشتر در بخش‌های استخراجی یا کم‌پیوند متمرکز شود و تأثیر محدودی بر توسعه کارآفرینی مولد داشته باشد.

از منظر تجربی، بسیاری از مطالعات اقتصادسنجی نشان داده‌اند که رابطه بین سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و کارآفرینی به سطح توسعه اقتصادی، کیفیت نهادها، سرمایه انسانی و درجه باز بودن اقتصاد بستگی دارد. در کشورهایی که نظام آموزشی کارآمد، زیرساخت‌های مناسب و چارچوب‌های نهادی شفاف دارند، اثر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی به‌طور معمول مثبت و معنادار است. در مقابل، در اقتصادهایی با ضعف نهادی، این اثر ممکن است ناچیز یا حتی منفی باشد. بنابراین، سیاست‌گذاران باید

همزمان با جذب سرمایه‌گذاری خارجی، بر تقویت ظرفیت‌های داخلی، آموزش نیروی انسانی، توسعه نظام مالی کارآمد و حمایت از نوآوری تمرکز کنند (ذوالقدر، ۱۳۹۸: ۸۹-۱۰۷).

در جمع‌بندی می‌توان گفت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از طریق انتقال فناوری، افزایش رقابت، ایجاد پیوندهای تولیدی، بهبود محیط نهادی و گسترش دسترسی به بازارهای جهانی، می‌تواند محرک مهمی برای توسعه کارآفرینی باشد. با این حال، تحقق این آثار مثبت مستلزم وجود سیاست‌های مکمل و ظرفیت جذب مناسب در اقتصاد میزبان است. در نتیجه، رویکرد بهینه آن است که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نه به‌عنوان هدفی مستقل، بلکه به‌عنوان ابزاری در چارچوب یک استراتژی جامع برای توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی مورد توجه قرار گیرد.

۳. پیشینه تحقیق

پیرامون تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی کشورهای منتخب شرق آسیا (چین، جاپان، کره جنوبی و مغولستان) که همزمان متغیرهای مستقل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، مقررات کسب‌وکار، نرخ بقای کسب‌وکار و فعالیت‌های اقتصاد سنتی را بر کارآفرینی بررسی کرده باشد، تحقیق کاملی یافت نشد. اما مطالعات انجام‌شده در زیر به برخی از متغیرهای تحقیق فوق پرداخته‌اند.

۱. کلودیو، تریو آبولسکو و ماتئی تاماسیلا (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) بر فعالیت‌های کارآفرینانه در ۱۶ کشور اروپایی پرداخته‌اند. داده‌های مربوط به فعالیت‌های کارآفرینانه در مراحل اولیه از پروژه نظارت جهانی کارآفرینی (GEM) استخراج شده‌اند که بین کارآفرینان مبتنی بر ضرورت و کارآفرینان مبتنی بر فرصت تمایز قائل شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی ورودی تأثیر مثبتی بر کارآفرینان مبتنی بر فرصت دارند؛ در حالی که سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی خروجی تأثیر مثبتی بر کارآفرینان مبتنی بر ضرورت و تأثیر منفی بر کارآفرینان مبتنی بر فرصت دارند.

۲. سهیلی و فتح‌اللهی (۱۳۹۵) مقاله‌ای تحت عنوان «برآورد تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی» دارند. این مقاله نشان می‌دهد که یکی از راه‌های ایجاد اشتغال، بالا بردن ظرفیت‌های شغلی در یک جامعه از طریق کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای جدید است. در این تحقیق با استفاده از داده‌های آماری دوره ۱۳۷۵-۱۳۹۳ و مدل خودتوضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL)، روابط کوتاه‌مدت و بلندمدت بین متغیرها برآورد شده است. ضریب جمله تصحیح خطا (ECM(-1)) در این مدل نشان می‌دهد که در هر دوره ۴۸ درصد از عدم تعادل در کوتاه‌مدت تعدیل شده و به سمت روند بلندمدت خود نزدیک شده است. نتایج نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی رابطه مثبت و معناداری با کارآفرینی دارد.

۳. میکو آپوستولوف (۲۰۱۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) بر عملکرد و کارآفرینی شرکت‌های داخلی» بررسی کرده است که چه‌گونه سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی بر عملکرد و کارآفرینی شرکت‌های داخلی تأثیر می‌گذارند. یافته‌ها نشان می‌دهند که: مالکیت خارجی به بازسازی و بهبود بهره‌وری شرکت‌های داخلی کمک کرده است؛ FDI اثر مثبتی در تقویت ایجاد شرکت‌های جدید دارد؛ مطابق با ادبیات موجود، سرمایه‌گذاری خارجی به احتمال زیاد افراد جویای کار را به سمت

استخدام در شرکت‌های خارجی سوق می‌دهد، نه راه‌اندازی کسب‌وکار خود. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد که حضور شرکت‌های خارجی می‌تواند به فعال‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه کمک کند.

۴. پیرز تامپسون و ون‌یو زانگ (۲۰۲۳) نشان داده‌اند که هم کارآفرینی و هم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) اغلب به‌عنوان منابع رشد اقتصادی محلی و منطقه‌ای شناخته می‌شوند. با این حال، رابطه بین این دو همیشه روشن نیست. چین نمونه جالبی برای مطالعه در این زمینه فراهم می‌آورد. یافته‌ها نشان می‌دهند: سرمایه‌گذاری خارجی باعث کاهش سطح خوداشتغالی می‌شود، اما تعداد شرکت‌های خارجی و صادرات تأثیر مثبت بر خوداشتغالی دارند. این نتایج اهمیت بررسی این رابطه از زوایای چندگانه را برجسته می‌سازد.

۵. مشیری و سعید کیان‌پور مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، یک مطالعه بین‌کشوری (۲۰۰۷-۱۹۸۰)» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اثر درجه باز بودن، نرخ بازگشت سرمایه، زیرساخت‌ها و سرمایه انسانی و حجم سرمایه‌گذاری در دوره قبل همگی دارای اثر مثبت و معنی‌دار بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دارند، اما متغیرهای هزینه‌های دولت، فساد و نرخ تورم تأثیر معناداری بر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نشان نمی‌دهند.

۴. روش و مدل تحقیق

روش تحقیق توصیفی-کاربردی است. برای تجزیه و تحلیل از داده‌های تابلویی (Panel Data) و روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) و نرم‌افزار EViews استفاده شده است. این تحقیق به بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای شرق آسیا (چین، جاپان، مغولستان، کره جنوبی) از ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ پرداخته است.

مدل تحقیق به صورت زیر تشریح می‌شود:

$$Entrepreneurship = Log_i + Log_1 FDI + Log_2 GDP + Log_3 INF + \varepsilon_i, t$$

که در آن:

Entrepreneurship: برای شاخص کارآفرینی در کشور؛

FDI: برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی؛

GDP: تولید ناخالص داخلی سرانه؛

INF: نرخ تورم؛

Log_i: برای اثرات ثابت متغیرها و ε جزء اختلال، است.

۵. یافته‌های تحقیق

۵_۱. آزمون مانایی

جدول شماره ۱: آزمون مانایی متغیرها

INF		FDI		GDP		متغیر
یک	سطح	یک	سطح	یک	سطح	رتبه
-۴.۹۸	-۰.۸۸	-۵.۴۷	-۱.۳۵	-۴.۲۱	-۱.۱۲	LLC
۰.۰۰۱	۰.۳۷۹	۰.۰۰۷	۰.۱۷۸	۰.۰۰۰	۰.۲۶۱	Prob
-۴.۱۵	-۰.۷۶	-۴.۶۳	-۱.۰۷	-۳.۸۴	-۰.۹۴	IPS
۰.۰۰۰	۰.۴۴۷	۰.۰۰۰	۰.۲۸۴	۰.۰۰۴	۰.۳۴۶	Prob
۲۹.۷۴	۱۱.۹۲	۳۱.۸۸	۱۴.۶۳	۲۸.۶۵	۱۲.۵۴	ADF
۰.۰۰۳	۰.۲۴۱	۰.۰۰۵	۰.۱۶۳	۰.۰۰۰	۰.۲۱۸	Prob

نتایج آزمون مانایی داده‌های پانلی را برای متغیرهای GDP, FDI و INF در سه سطح شامل سطح، تفاضل اول با استفاده از آزمون‌های لوین، لین و چو (LLC)، ایم، پسران و شین (IPS) و فیشر ADF نشان می‌دهد. هدف از انجام این آزمون‌ها بررسی وجود ریشه واحد و تعیین درجه مانایی متغیرها قبل از برآورد مدل اقتصادسنجی است.

در بخش سطح مقادیر احتمال (Prob) در هر سه آزمون برای متغیرهای GDP, FDI و INF بیشتر از سطح خطای ۵ درصد است. به‌عنوان مثال، در آزمون LLC مقدار احتمال برای GDP برابر ۰.۲۶۱، برای FDI برابر ۰.۱۷۸ و برای INF برابر ۰.۳۷۹ است. همچنین در آزمون IPS و ADF نیز مقادیر احتمال بزرگ‌تر از ۰.۰۵ هستند. بنابراین، در سطح نمی‌توان فرضیه صفر مبنی بر وجود ریشه واحد را رد کرد. این نتیجه نشان می‌دهد که هر سه متغیر در سطح نامانا و دارای روند تصادفی هستند.

در مرحله بعد، آزمون مانایی برای تفاضل اول انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که در این مرحله مقادیر احتمال برای تمامی متغیرها در هر سه آزمون به طور قابل توجهی کاهش یافته و کمتر از سطح خطای ۵ درصد شده است. برای مثال در آزمون LLC مقدار احتمال برای GDP برابر ۰.۰۰۰، برای FDI برابر ۰.۰۰۷ و برای INF برابر ۰.۰۰۱ است. در آزمون IPS نیز مقادیر احتمال به ترتیب ۰.۰۰۴، ۰.۰۰۰ و ۰.۰۰۰ به دست آمده و در آزمون فیشر—ADF نیز مقادیر احتمال کمتر از ۰.۰۱ است. بنابراین در تفاضل اول فرضیه صفر رد شده و متغیرها مانا می‌شوند. این نتیجه نشان می‌دهد که با یک بار تفاضل‌گیری، روند غیرایستای داده‌ها حذف می‌شوند و سری‌ها به حالت پایدار می‌رسند. در مجموع، نتایج سه آزمون مانایی پانلی نشان می‌دهد که متغیرهای GDP, FDI و INF در سطح نامانا هستند اما در تفاضل اول مانا می‌شوند. بنابراین، این متغیرها دارای درجه همگرایی یک یا I (۱) هستند. این یافته بیانگر آن است که برای جلوگیری از بروز رگرسیون کاذب در تحلیل‌های اقتصادسنجی، لازم است از تفاضل اول متغیرها استفاده شود یا در صورت وجود رابطه بلندمدت میان متغیرها، از روش‌های هم‌انباشتگی پانلی برای برآورد

مدل استفاده گردد. این مرحله یکی از پیش‌شرط‌های مهم در تحلیل داده‌های پانلی محسوب می‌شود و صحت نتایج برآورد مدل رگرسیونی را تضمین می‌کند.

۲-۵. آزمون هم‌انباشتگی پانلی

جدول شماره ۲: آزمون هم‌انباشتگی

آماره	مقدار	Prob
Panel v-Statistic	۲.۳۱	۰.۰۱۰
Panel PP-Statistic	-۳.۷۲	۰.۰۰۰

نتایج جدول آزمون هم‌انباشتگی پانلی نشان می‌دهد که بین متغیرهای مورد بررسی یک رابطه تعادلی بلندمدت وجود دارد. به‌طور مشخص، مقدار آماره Panel v-Statistic برابر با 2.31 و سطح معناداری آن 0.010 گزارش شده است. از آن‌جا که مقدار احتمال کمتر از سطح خطای ۵ درصد می‌باشد، فرض صفر مبنی بر عدم وجود هم‌انباشتگی رد می‌شود. این نتیجه بیانگر آن است که متغیرهای مدل در بلندمدت به‌صورت مشترک حرکت می‌کنند و پیرو یک روند تعادلی هستند. همچنین، مقدار آماره Panel PP-Statistic برابر با -3.72 و مقدار احتمال 0.000 می‌باشد که در سطح اطمینان بسیار بالا معنادار است. منفی و معنادار بودن این آماره نیز به‌طور قوی فرض صفر عدم هم‌انباشتگی را رد می‌کند و وجود رابطه بلندمدت پایدار بین متغیرها را تأیید می‌کند.

۳-۵. آزمون اف لیمر (F-Limer)

جدول شماره ۳: آزمون اف لیمر

آزمون	آماره F	Prob
Cross-section F	۶.۴۲	۰.۰۰۰

نتایج جدول آزمون اف لیمر (F-Limer) یا آزمون چاو پانلی) نشان می‌دهد که استفاده از مدل داده‌های تابلویی برای برآورد رابطه میان متغیرهای تحقیق به‌طور کامل ضروری و از نظر آماری موجه است. به‌طور مشخص، مقدار آماره F مربوط به اثرات مقطعی (Cross-section F) برابر با ۶.۴۲ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۰ گزارش شده است. از آن‌جا که مقدار احتمال به‌طور معناداری کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، فرض صفر آزمون مبنی بر برابری عرض از مبدأها و کفایت مدل تلفیقی (Pooled OLS) رد می‌شود. رد فرض صفر بیانگر آن است که تفاوت‌های ساختاری معناداری میان واحدهای مقطعی (کشورها) وجود دارد و این تفاوت‌ها بر متغیر وابسته اثرگذار هستند. به عبارت دیگر، رفتار اقتصادی کشورها در طول دوره زمانی مورد بررسی یکسان نیست و نادیده گرفتن این ناهمگنی‌ها منجر به تورش در نتایج برآورد خواهد شد. در نتیجه، بر اساس آزمون اف لیمر، مدل پانلی نسبت به مدل تجمیعی برتری دارد و باید در ادامه تحلیل‌ها از روش‌های برآورد پانلی مانند مدل اثرات ثابت یا اثرات تصادفی استفاده شود. این نتیجه مبنای لازم برای

اجرای آزمون هاسمن و انتخاب الگوی نهایی مناسب را فراهم می‌سازد و اعتبار اقتصادسنجی نتایج تحقیق را افزایش می‌دهد.

۵_۴. آزمون هاسمن

جدول شماره ۴: آزمون هاسمن

آماره χ^2	df	Prob
۱۲.۸۴	۳	۰.۰۰۴

بر اساس نتایج ارائه‌شده، مقدار آماره χ^2 کای‌دو (۱۲.۸۴) برابر با ۳ درجه آزادی گزارش شده و سطح معناداری آن ۰.۰۰۴ می‌باشد. از آن‌جا که مقدار احتمال به‌طور قابل‌توجهی کمتر از سطح خطای ۵ درصد است، فرض صفر آزمون رد می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد که ضرایب مدل اثرات تصادفی با متغیرهای توضیحی همبستگی دارند و بنابراین، این مدل ناسازگار است. در نتیجه، مدل اثرات ثابت به‌عنوان الگوی مناسب برای برآورد رابطه بین متغیرهای تحقیق انتخاب می‌شود. انتخاب این مدل بیانگر آن است که ویژگی‌های خاص و غیرقابل مشاهده هر واحد مقطعی (کشورها) نقش مهمی در توضیح رفتار متغیر وابسته دارند و این اثرات باید به‌طور صریح در مدل لحاظ شوند. به‌طور کلی، نتایج آزمون هاسمن اعتبار استفاده از مدل اثرات ثابت را تأیید می‌کند و زمینه را برای دستیابی به برآوردهای قابل‌اتکاتر و بدون تورش در تحلیل‌های بعدی فراهم می‌سازد.

۵_۵. آزمون ناهمسانی واریانس

جدول شماره ۵: آزمون ناهمسانی واریانس

آماره χ^2	Prob	نتیجه
۱۸.۷۲	۰.۰۰۱	ناهمسانی واریانس

نتایج جدول فوق مربوط به آزمون ناهمسانی واریانس (Heteroskedasticity Test) در مدل داده‌های پانلی است. مقدار آماره χ^2 کای‌دو برابر با ۱۸.۷۲ و سطح معناداری آن ۰.۰۰۱ گزارش شده است. از آن‌جا که مقدار احتمال کمتر از سطح خطای ۵ درصد می‌باشد، فرض صفر آزمون مبنی بر همسانی واریانس جملات اخلاص رد می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد که واریانس خطاها در بین واحدهای مقطعی یا در طول زمان ثابت نبوده و مدل با مشکل ناهمسانی واریانس مواجه است.

وجود ناهمسانی واریانس بیانگر آن است که پراکندگی خطاها در سطوح مختلف متغیرهای توضیحی یا میان کشورها متفاوت بوده و در صورت نادیده گرفتن آن، ضرایب برآوردشده اگرچه ممکن است نارایب باقی بمانند، اما واریانس آن‌ها نادرست محاسبه شده و آزمون‌های آماری (t و F) اعتبار خود را از دست می‌دهند.

۵_۶. آزمون خودهمبستگی

جدول شماره ۶: آزمون خودهمبستگی

امارة F	Prob
۹.۱۴	۰.۰۰۶

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد. مقدار آماره F برابر با 9.14 و سطح معناداری آن 0.006 گزارش شده است. از آنجا که مقدار احتمال کمتر از سطح خطای ۵ درصد می‌باشد، فرض صفر آزمون مبنی بر وجود عدم خودهمبستگی رد می‌شود. رد فرض صفر نشان می‌دهد که جملات خطای مدل در طول زمان با یکدیگر همبسته هستند؛ به این معنا که شوک‌های وارد شده به متغیر وابسته در یک دوره زمانی می‌توانند اثرات خود را به دوره‌های بعدی منتقل کنند.

۵_۷. تخمین روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM)

جدول شماره ۷: نتایج برآورد مدل GMM

متغیر	ضریب	امارة (t)	احتمال	نتیجه
Entrepreneurship (-۱)	۲.۰۵۰۰۸۷	۷.۳۹۵۷۴۹	۰.۰۰۰۰	مثبت
GDP	۰.۵۳۸۲۸۹	۷.۳۳۱۰۴۳	۰.۰۰۰۰	مثبت
FDI	-۰.۰۰۶۱۹۸	-۳.۸۰۳۸۵۱	۰.۰۰۰۲	مثبت
INF	-۰.۰۱۶۹۶۲	-۵.۲۶۷۶۸۸	۰.۰۰۰۰	منفی
R-squared: ۰.۴۸۱۸۲۷				

متغیر کارآفرینی (-1) Entrepreneurship دارای ضریب 2.050087 و آماره t برای این متغیر 7.395749 است که مقدار بزرگی محسوب می‌شود و احتمال (Prob) آن 0.0000 است. از آنجا که مقدار احتمال کمتر از سطح معنی‌داری ۵ درصد است، بنابراین، این متغیر از نظر آماری به‌طور کامل معنادار است. متغیر (GDP) دارای ضریب 0.538289 و آماره t این متغیر 7.331043 بوده و مقدار احتمال آن 0.0000 است که نشان‌دهنده معناداری بسیار بالا در سطح اطمینان ۹۵ درصد یا حتی ۹۹ درصد است. نتایج نشان‌دهنده رابطه منفی بین رشد اقتصادی و کارآفرینی است. به این معنا که با افزایش تولید ناخالص داخلی، سطح فعالیت‌های کارآفرینانه نیز افزایش می‌یابد. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) برابر-0.006198 و آماره t این متغیر -3.803851 است و مقدار احتمال آن 0.0002 می‌باشد که کمتر از ۰.۰۵ است؛ بنابراین، این متغیر از نظر آماری معنادار است. نتایج علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در این مدل با کاهش سطح کارآفرینی داخلی همراه بوده است. به عبارت دیگر، با افزایش یک واحد در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، شاخص کارآفرینی کاهش می‌یابد. متغیر تورم (INF) دارای ضریب -0.016962 و آماره t این متغیر -5.267688 است و مقدار احتمال آن

0.0000 است که نشان می‌دهد تورم تأثیر منفی بر کارآفرینی دارد. به عبارت دیگر، افزایش یک واحد در نرخ تورم باعث کاهش حدود 0.016 واحد در سطح کارآفرینی می‌شود.

۶ شاخص‌های کارآفرینی

شاخص ترکیبی کارآفرینی با استفاده از پنج متغیر تراکم ثبت شرکت‌های جدید، نرخ خوداشتغالی، سهم بنگاه‌های کوچک و متوسط از تولید ناخالص داخلی، ثبت اختراع و سرمایه‌گذاری خطرپذیر ساخته شده است. پس از نرمال‌سازی داده‌ها با روش Min-Max، شاخص نهایی با استفاده از تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA) استخراج گردید و مؤلفه اول به‌عنوان شاخص نهایی کارآفرینی در مدل پانل مورد استفاده قرار گرفت.

جدول شماره ۸: آمار توصیفی شاخص‌های کارآفرینی

Variable	Mean	Max	Min	Std. Dev
NEWBUS	۳۹۱۷	۱۲۷۳۰	۱۴۸	۳۷۸۰
SELFEMP	۲۹.۳۵	۴۸.۲۱	۹.۲۴	۱۴.۲۲
SME	۳۸۴۸	۱۲۷۳۰	۱۰۳	۳۷۳۰
PATENT	۷۶۸۷۶	۱۶۴۶۹۱	۷۹	۵۴۶۲۰

آمار توصیفی ارائه‌شده بیانگر وضعیت کلی متغیرهای کارآفرینی شامل تراکم ثبت شرکت‌های جدید (NEWBUS)، نرخ خوداشتغالی (SELFEMP)، بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) و ثبت اختراع (PATENT) در دوره مورد بررسی است.

بر اساس جدول، میانگین متغیر NEWBUS برابر با 3917 است که نشان می‌دهد به‌طور متوسط در کشورهای مورد بررسی حدود ۳۹۱۷ شرکت جدید در هر سال ثبت شده است. بیشترین مقدار این متغیر 12730 و کمترین مقدار آن 148 بوده است. اختلاف زیاد بین حداقل و حداکثر مقدار نشان‌دهنده تفاوت قابل توجه در سطح فعالیت‌های کارآفرینانه میان کشورهای مورد مطالعه است. همچنین انحراف معیار 3780 بیانگر پراکندگی به‌طور نسبی زیاد داده‌ها و ناهمگونی میان کشورها در ثبت شرکت‌های جدید است. میانگین متغیر SELFEMP یا نرخ خوداشتغالی برابر با 29.35 درصد است. بیشترین مقدار آن 48.21 درصد و کمترین مقدار 9.24 درصد می‌باشد. این نتایج نشان می‌دهد که در برخی کشورها سهم قابل توجهی از نیروی کار به صورت خوداشتغال فعالیت می‌کنند؛ در حالی که در برخی دیگر این نرخ پایین‌تر است. انحراف معیار 14.22 نیز نشان‌دهنده اختلاف قابل توجه در ساختار بازار کار کشورهای مورد بررسی است. در مورد متغیر SME (بنگاه‌های کوچک و متوسط)، میانگین مقدار 3848 به دست آمده است. حداکثر مقدار این متغیر 12730 و حداقل مقدار آن 103 است. این تفاوت قابل توجه بیانگر آن است که برخی کشورها از بخش خصوصی و بنگاه‌های کوچک و متوسط توسعه یافته‌تری برخوردارند. انحراف معیار 3730 نیز بیانگر پراکندگی بالای داده‌ها در میان کشورها است. متغیر PATENT که نشان‌دهنده میزان نوآوری و ثبت اختراعات است، دارای میانگین 76876 می‌باشد. بیشترین مقدار این شاخص 164691 و کمترین مقدار آن 79 ثبت شده است. اختلاف زیاد میان حداقل و حداکثر مقدار

نشان‌دهنده شکاف قابل توجه در سطح نوآوری و فعالیتهای تحقیق و توسعه میان کشورهای مورد بررسی است. انحراف معیار 54620 نیز بیانگر پراکندگی بسیار زیاد در داده‌های مربوط به ثبت اختراع است.

جدول شماره ۹: ماتریس همبستگی شاخص‌های کارآفرینی

Variable	NEWBUS	SELFEMP	SME	PATENT
NEWBUS	۱.۰۰	-۰.۳۵	۰.۹۹	۰.۷۸
SELFEMP	-۰.۳۵	۱.۰۰	-۰.۳۱	-۰.۴۰
SME	۰.۹۹	-۰.۳۱	۱.۰۰	۰.۷۶
PATENT	۰.۷۸	-۰.۴۰	۰.۷۶	۱.۰۰

جدول فوق ماتریس همبستگی (Correlation Matrix) میان متغیرهای مورد مطالعه، شامل تراکم ثبت شرکت‌های جدید (NEWBUS)، نرخ خوداشتغالی (SELFEMP)، بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) و ثبت اختراع (PATENT) را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی میزان و جهت رابطه خطی بین دو متغیر را اندازه‌گیری می‌کند و مقدار آن بین $+1$ تا -1 قرار دارد؛ به طوری که مقدار نزدیک به $+1$ نشان‌دهنده رابطه مثبت قوی، مقدار نزدیک به -1 نشان‌دهنده رابطه منفی قوی و مقدار نزدیک به صفر بیانگر عدم وجود رابطه خطی قابل توجه بین متغیرها است.

بر اساس جدول، ضریب همبستگی بین NEWBUS و SME برابر با ۰.۹۹ است که نشان‌دهنده یک رابطه مثبت بسیار قوی میان این دو متغیر است. این نتیجه بیان می‌کند که با افزایش تعداد بنگاه‌های کوچک و متوسط، تعداد شرکت‌های جدید ثبت‌شده نیز افزایش می‌یابد. این رابطه قوی از نظر اقتصادی قابل انتظار است؛ زیرا توسعه بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌طور معمول یکی از مهم‌ترین شاخص‌های گسترش فعالیتهای کارآفرینانه در اقتصاد محسوب می‌شود.

ضریب همبستگی بین NEWBUS و PATENT برابر با ۰.۷۸ است که نشان‌دهنده یک رابطه مثبت به‌طور نسبی قوی میان ثبت شرکت‌های جدید و میزان ثبت اختراعات است. این نتیجه نشان می‌دهد که در اقتصادهایی که سطح نوآوری و فعالیتهای تحقیق و توسعه بالاتر است، زمینه برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید نیز بیشتر فراهم می‌شود. به عبارت دیگر، افزایش نوآوری می‌تواند یکی از عوامل مهم در تقویت کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های جدید باشد.

در مقابل، ضریب همبستگی بین NEWBUS و SELFEMP برابر با -۰.۳۵ است که بیانگر یک رابطه منفی متوسط میان این دو متغیر است. این نتیجه نشان می‌دهد که در کشورهای با نرخ خوداشتغالی بالا، ممکن است تعداد شرکت‌های رسمی ثبت‌شده کمتر باشد. یکی از دلایل این موضوع می‌تواند این باشد که در برخی اقتصادها خوداشتغالی بیشتر به صورت فعالیتهای غیررسمی یا خرد انجام می‌شود و به‌طور حتمی منجر به ثبت شرکت‌های رسمی نمی‌گردد. همچنین رابطه بین SELFEMP و SME برابر با -۰.۳۱ و رابطه بین SELFEMP و PATENT برابر با -۰.۴۰ است که هر دو نشان‌دهنده رابطه منفی میان نرخ خوداشتغالی با توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و همچنین نوآوری هستند. این موضوع می‌تواند بیانگر آن باشد که در اقتصادهایی که ساختار بازار کار بیشتر بر پایه خوداشتغالی است، ممکن است سطح

نوآوری، توسعه سازمانی و ایجاد شرکت‌های رسمی کمتر باشد. از سوی دیگر، ضریب همبستگی بین SME و PATENT برابر با ۰.۷۶ است که بیانگر رابطه مثبت قوی میان توسعه نگاه‌های کوچک و متوسط و میزان ثبت اختراعات است. این نتیجه نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهمی در توسعه نوآوری و فعالیت‌های فناورانه ایفا کنند و در بسیاری از اقتصادها به‌عنوان موتور محرک نوآوری شناخته می‌شوند.

جدول شماره ۱۰: نتایج رگرسیون پانل (متغیر وابسته: NEWBU)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
C	-۵۱۲	-۱.۸۲	۰.۰۷
SELFEMP	-۴۵.۶	-۲.۱۱	۰.۰۳
SME	۰.۹۸	۱۵.۴۰	۰.۰۰۰
PATENT	۰.۰۲۱	۴.۳۲	۰.۰۰۰

جدول فوق نتایج برآورد مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد که در آن اثر متغیرهای نرخ خوداشتغالی (SELFEMP)، نگاه‌های کوچک و متوسط (SME) و ثبت اختراع (PATENT) بر متغیر وابسته یعنی تعداد شرکت‌های جدید ثبت‌شده (NEWBUS) بررسی شده است. در این جدول سه شاخص اصلی شامل ضریب برآوردشده (Coefficient)، آماره (t-Statistic) و سطح معنی‌داری (Prob) ارائه شده است که برای تحلیل و تفسیر نتایج مدل مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در سطر اول جدول مقدار عرض از مبدأ (C) برابر با ۵۱۲ - گزارش شده است. این مقدار نشان می‌دهد که اگر تمام متغیرهای مستقل برابر با صفر باشند، مقدار پیش‌بینی‌شده متغیر وابسته منفی خواهد بود. با این‌حال در بسیاری از مدل‌های اقتصادسنجی، تفسیر اقتصادی عرض از مبدأ اهمیت کمتری دارد. مقدار آماره t برای این متغیر ۱.۸۲ - و سطح معنی‌داری آن ۰.۰۷ است که نشان می‌دهد این متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد از نظر آماری معنی‌دار نیست، اما در سطح اطمینان ۹۰ درصد می‌تواند تا حدودی قابل قبول باشد.

متغیر SELFEMP که بیانگر نرخ خوداشتغالی است دارای ضریب $-۶/۴۵$ می‌باشد. علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که بین نرخ خوداشتغالی و تعداد شرکت‌های جدید ثبت‌شده رابطه معکوس وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش یک واحد در نرخ خوداشتغالی، تعداد شرکت‌های جدید ثبت‌شده به‌طور متوسط حدود ۴۵ واحد کاهش می‌یابد، مشروط بر ثابت بودن سایر متغیرها. مقدار آماره t برابر با $-۱۱/۲$ و سطح معنی‌داری ۰.۰۳ است که نشان می‌دهد این متغیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد از نظر آماری معنی‌دار است. این نتیجه می‌تواند بیانگر آن باشد که در برخی اقتصادها افزایش خوداشتغالی بیشتر به سمت فعالیت‌های فردی و غیررسمی سوق پیدا می‌کند و به‌طور حتمی به ایجاد شرکت‌های رسمی منجر نمی‌شود.

متغیر SME که نشان‌دهنده تعداد یا سهم نگاه‌های کوچک و متوسط است دارای ضریب ۰.۹۸ می‌باشد. این ضریب مثبت بیانگر آن است که افزایش نگاه‌های کوچک و متوسط اثر مثبت و مستقیم بر ایجاد شرکت‌های جدید دارد. به عبارت دیگر، با افزایش یک واحد در متغیر SME، تعداد شرکت‌های جدید

ثبت‌شده قریب به 0.98 واحد افزایش می‌یابد. مقدار آماره t برای این متغیر 15.40 و سطح معنی‌داری آن 0.000 است که نشان می‌دهد این متغیر بسیار معنی‌دار است و یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مدل محسوب می‌شود.

متغیر PATENT که نشان‌دهنده میزان ثبت اختراعات و سطح نوآوری در اقتصاد است دارای ضریب 0.021 است. این ضریب مثبت نشان می‌دهد که افزایش فعالیت‌های نوآورانه و ثبت اختراعات می‌تواند به افزایش تعداد شرکت‌های جدید کمک کند. به‌طور دقیق‌تر، با افزایش یک واحد در تعداد ثبت اختراعات، تعداد شرکت‌های جدید به‌طور متوسط 0.021 واحد افزایش می‌یابد. مقدار آماره t برابر با 4.32 و سطح معنی‌داری 0.000 است که نشان می‌دهد این متغیر نیز از نظر آماری بسیار معنی‌دار است. در مجموع نتایج این مدل نشان می‌دهد که بنگاه‌های کوچک و متوسط و سطح نوآوری (ثبت اختراع) نقش بسیار مهمی در افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد شرکت‌های جدید دارند. در مقابل، نرخ بالای خوداشتغالی ممکن است در برخی موارد با کاهش ثبت شرکت‌های رسمی همراه باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت آن دسته از سیاست‌های اقتصادی که به تقویت نوآوری، توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و بهبود محیط کسب‌وکار کمک می‌کنند، می‌توانند نقش مؤثری در افزایش سطح کارآفرینی در اقتصاد داشته باشند.

۷. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاضر که با هدف بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی در کشورهای منتخب شرق آسیا طی دوره ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ انجام شده است، نشان می‌دهد که عوامل مختلف اقتصادی می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا کنند. بررسی نتایج مدل نشان می‌دهد که کارآفرینی دارای پویایی درونی و اثر تداومی در اقتصاد است؛ به‌گونه‌ای که ضریب مثبت و معنادار متغیر کارآفرینی با وقفه (۲/۰۵) بیانگر آن است که فعالیت‌های کارآفرینانه در یک دوره می‌توانند زمینه‌ساز گسترش و تقویت این فعالیت‌ها در دوره‌های بعدی شوند. این موضوع نشان‌دهنده آن است که توسعه کارآفرینی در اقتصاد یک فرایند تدریجی و تجمعی است که از طریق تجربه، یادگیری، انتقال دانش و شکل‌گیری شبکه‌های اقتصادی در طول زمان تقویت می‌شود. رشد اقتصادی با ضریب ۰/۵۴ بیانگر وجود رابطه مثبت و قوی میان رشد اقتصادی و کارآفرینی است. به عبارت دیگر، با افزایش سطح فعالیت‌های اقتصادی و گسترش تولید در یک کشور، فرصت‌های بیشتری برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید و توسعه فعالیت‌های نوآورانه فراهم می‌شود. رشد اقتصادی به‌طور معمول با افزایش تقاضا در بازار، بهبود زیرساخت‌های اقتصادی، توسعه بازارهای مالی و افزایش سرمایه‌گذاری همراه است که همگی می‌توانند زمینه مناسبی برای شکل‌گیری و رشد کارآفرینی فراهم کنند. بنابراین می‌توان گفت توسعه اقتصادی یکی از عوامل اساسی در تقویت اکوسیستم کارآفرینی در کشورهای مورد مطالعه محسوب می‌شود.

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با ضریب ۰/۰۰۶- (منفی) همراه بوده است. علامت منفی این ضریب نشان می‌دهد که افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دوره مورد بررسی با کاهش نسبی سطح

کارآفرینی داخلی همراه بوده است. این نتیجه می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که ورود سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های چندملیتی در برخی شرایط ممکن است باعث افزایش رقابت در بازار داخلی شود و فضای فعالیت برای بنگاه‌های کوچک و نوپای داخلی را محدود کند. همچنین شرکت‌های خارجی به دلیل برخورداری از فناوری پیشرفته، منابع مالی بیشتر و شبکه‌های گسترده بازاریابی ممکن است سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیرند که این امر می‌تواند فرصت‌های کارآفرینی داخلی را کاهش دهد. البته این موضوع به معنای منفی بودن ذاتی سرمایه‌گذاری خارجی نیست، بلکه نشان می‌دهد که بهره‌گیری از مزایای آن نیازمند سیاست‌های اقتصادی مناسب و تقویت ظرفیت‌های داخلی است.

از سوی دیگر، تورم با ضریب $0/017-$ (منفی) بیانگر تأثیر منفی بی‌ثباتی اقتصادی بر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. افزایش تورم به‌طور معمول باعث افزایش هزینه‌های تولید، کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و افزایش عدم اطمینان در محیط اقتصادی می‌شود. چنین شرایطی می‌تواند انگیزه سرمایه‌گذاری، نوآوری و ایجاد کسب‌وکارهای جدید را کاهش دهد و در نتیجه مانعی برای توسعه کارآفرینی به شمار رود.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که توسعه کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی تحت تأثیر ترکیبی از عوامل اقتصادی قرار دارد. ضریب مثبت رشد اقتصادی و پویایی درونی کارآفرینی نشان می‌دهد که گسترش فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند به تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه کمک کند؛ در حالی که ضریب منفی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (در این مدل خاص) و تورم بیانگر آن است که بدون وجود سیاست‌های حمایتی مناسب و ثبات اقتصادی، این عوامل می‌توانند اثرات محدودکننده‌ای بر کارآفرینی داشته باشند. بنابراین، برای تقویت کارآفرینی در اقتصاد، لازم است سیاست‌گذاران علاوه بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی، بر بهبود محیط کسب‌وکار، حمایت از بنگاه‌های نوپا، توسعه سرمایه انسانی و حفظ ثبات اقتصادی نیز تمرکز داشته باشند تا زمینه برای رشد پایدار کارآفرینی فراهم گردد.

۸. پیشنهادها

بر اساس یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. با توجه به ضریب منفی FDI در مدل، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران پیش از تسهیل جذب سرمایه‌گذاری خارجی، زمینه‌های لازم برای جذب فناوری و رقابت‌پذیری بنگاه‌های داخلی را تقویت کنند. ایجاد خوشه‌های صنعتی و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌تواند اثرات منفی رقابتی FDI را کاهش دهد.

۲. با توجه به تأثیر مثبت و قوی رشد اقتصادی بر کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود سیاست‌های کلان اقتصادی بر تقویت تولید، سرمایه‌گذاری داخلی و گسترش بازارها متمرکز شود تا بستر مناسبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم آید.

۳. با توجه به تأثیر منفی تورم بر کارآفرینی، کنترل تورم و حفظ ثبات اقتصادی به‌عنوان یکی از اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری باید در نظر گرفته شود. کاهش نااطمینانی اقتصادی می‌تواند انگیزه سرمایه‌گذاری و نوآوری را افزایش دهد.

۴. پیشنهاد می‌شود دولت‌ها با تسهیل فرایند ثبت شرکت، کاهش موانع اداری، ارائه تسهیلات مالی به کارآفرینان و سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه، محیط کسب‌وکار را بهبود بخشند.

۵. برای تحقیقات آتی، پیشنهاد می‌شود متغیرهایی مانند کیفیت نهادها، سرمایه انسانی، سطح فناوری و شاخص‌های نوآوری نیز در مدل گنجانده شود و اثرات غیرخطی FDI بر کارآفرینی با استفاده از مدل‌های آستانه‌ای بررسی گردد.

منابع و مراجعها

۱. اسمیت، آدام (۱۳۹۲)، ثروت ملل، ترجمهٔ سیروس ابراهیم‌زاده، تهران: مؤسسهٔ مطالعات و تحقیق‌های بازرگانی.
۲. حسین‌زاده بحرینی، محمدحسین. (۱۳۸۳). عوامل مؤثر بر اهمیت سرمایه‌گذاری در ایران. دوفصلنامه جستارهای اقتصادی، (۲)، ۱۰۹-۱۵۶.
۳. حیدری، احمد. (۱۳۸۲). نقش آموزش عالی در کارآفرینی. فصلنامه دانشگاه تربیت مدرس، ۶(۴۳).
۴. درگاهی، حسن. (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی: درس‌هایی برای اقتصاد ایران. فصلنامه علمی و تحقیقی شریف، (۳۶)، ۵۷-۷۳.
۵. ذوالقدر، علی. (۱۳۹۸). سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و کارآفرینی: نقش ظرفیت جذب و نهادها. تحقیق‌های اقتصادی ایران، (۸۹)، ۸۹-۱۰۷.
۶. سهیلی، کیومرث، و همکاران. (۱۳۹۵). برآورد تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی. در مجموعه مقالات کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم انسانی.
۷. فدائی، مهدی، و کاظمی، شایسته. (۱۳۹۱). بررسی اثرات رشد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر سطح اشتغال در ایران (مدل خودتوضیح با وقفه‌های گسترده ARDL). تحقیق‌های رشد و توسعه اقتصادی، (۹)، ۷۱-۸۴.
۸. فرزین، محمد. (۱۳۹۱). اثرات سرریز سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر کارآفرینی و محیط نهادی. فصلنامه اقتصاد و مدیریت، (۶۲)، ۲۹-۶۲.
۹. مشیری، سعید و کیان‌پور، سعید. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی: یک مطالعه بین‌کشوری (۱۹۸۰-۲۰۰۷). فصلنامه اقتصاد مقداری، (۲)، ۹.
۱۰. نصایبان، شهریار. (۱۳۸۵). نقش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر اشتغال. پژوهشنامه اقتصادی، ۶(۳۲).
۱۱. وارسته‌نیا، سعید. (۱۳۹۰). نظریه‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و پارادایم التقاطی دایننگ. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
12. Apostolov, Mihail. (2017). The impact of FDI on the performance and entrepreneurship of domestic firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(4), 388-415.
13. Baltagi, Badi Hani. (2001). *Econometric analysis of panel data*. Chichester, England: Wiley.
14. Becker, Florian, & Hemmelgarn, Volker. (2006). Investigating the effect of foreign direct investment technology transfer on mass customization capability in Jordan's manufacturing sector. *International Research Journal of Finance and Economics*, 21(2), 125-138.
15. Braguinsky, Serguey, Klepper, Steven, & Ohyama, Atsushi. (2011). Schumpeterian entrepreneurship. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 79(1-2), 36-51.
16. Claudio, Tiberiu, Albuлесcu, Claudiu Tiberiu, & Tămășilă, Mirela. (2014). The impact of FDI on entrepreneurial activity in European countries. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1127-1135.
17. Dargahi, Hassan. (2006). Factors influencing the development of foreign direct investment: Lessons for the Iranian economy. *Journal of Sharif*, 36, 57-73.

18. Dunning, John Harry. (2000). The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of multinational enterprise activity. *International Business Review*, 9(2), 163–190.
19. Fadaee, Mehdi, & Kazemi, Shayesteh. (2013). Survey of foreign direct investment growth on employment in Iran (ARDL approach). *Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research*, 9, 71–84.
20. Hossinzade Bahryni, Mohammad Hossein. (2004). Factors affecting security in investments in Iran. *Journal of Economic Threads*, 2, 109–156.
21. Huang, Jen-Tsung, & Li, Shu-Ting. (2007). China's VAT on foreign enterprises and its impact on attracting investments by local governments. *Prospect Quarterly*, 2(94), 42–53.
22. Parker, Simon C. (2018). *The economics of entrepreneurship* (2nd ed.). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
23. Śledzik, Karol. (2013). Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship. In *Management trends in theory and practice* (pp. 89–95). Žilina, Slovakia: University of Žilina.
24. Thompson, Paul, & Zhang, Wei. (2023). Foreign direct investment and entrepreneurship in China. *Journal of Regional Studies*, 57(2), 245–262.