

Developing an Entrepreneurial Model for Mega and Big Cities in Iran

Mahdi Rizvandi¹ Ph. D., Department of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Iran.

Farajollah Rahnava² Associate Professor, Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran. (Corresponding Author).

Kamal Sakhdari³ Assistant Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Iran.

Received: 26/04/2020 | Accepted: 19/07/2020

Abstract

Purpose: Urban entrepreneurship can deal with urbanization challenges by identifying, assessing and utilizing urban opportunities. This study aims to develop a model for urban entrepreneurship in Iran by identifying the effective factors, considering the contextual effects and role of the mediating variables.

Methodology: Regarding the nature of the data, it was a mixed research. In the qualitative section, the statistical population was comprised of 50 mega and big cities with a population of over 200,000 each. Data were collected through theoretical foundations and a focus group made up of experts with whom qualitative interviews were administered. In the quantitative section, the statistical population included managers, deputies, and employees of the selected government, private and non-governmental organizations. The approach of the research was deductive and the time span of data gathering was cross-sectional from 2017 to 2018. Data were collected through questionnaires and Fuzzy conclusion system was employed to design the quantitative model.

Findings: Creative city, entrepreneurial eco-system and entrepreneurial production/services conditions affect urban entrepreneurship. Moreover, the negative moderating role of urban population density variable and that of the positive environmental complexity variable in the relation between independent variables and urban entrepreneurship is explained. It is worth mentioning that the variables of urban competition and urban entrepreneurial reactionism do not play any mediating role in the environmental conditions of the Iranian mega and big cities.

Keywords: Urban Entrepreneurship; Eco-system Entrepreneurship; Urban Growth Policy; Creative City; Entrepreneurial Production/ Services Conditions.

1. mrizvandi@qiau.ac.ir

2. frahnavbard@imps.ac.ir

3. kasakhdari@ut.ac.ir

عنوان مقاله: تبیین مدل کارآفرینی شهری در شهرهای کلان و بزرگ ایران

مهدی ریزوندی^۱، فرج‌اله رهنورد^۲، کمال سخدری^۳

دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۷

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۲۹

مقاله پژوهشی

چکیده:

هدف: کارآفرینی شهری می‌تواند چالش‌های شهرنشینی را با استفاده از شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های شهری حل نماید. هدف پژوهش حاضر، تبیین مدلی برای کارآفرینی شهری در ایران با شناخت عوامل اثرگذار، با لحاظ نمودن اثر زمینه‌ای و اثر متغیرهای میانجی است. **طرح پژوهش/ روش‌شناسی/ رویکرد:** پژوهش از نظر ماهیت داده‌ها، آمیخته است. در بخش کیفی، جامعه آماری شامل ۵۰ شهر کلان و بزرگ ایران با جمعیت بالای ۲۰۰ هزار نفر است. داده‌ها از طریق بررسی مبانی نظری استخراج شده و با تشکیل گروه کانونی از خبرگان مصاحبه کیفی انجام گرفته است. در بخش کمی، جامعه آماری شامل مدیران، معاونان، و کارکنان سازمان‌های دولتی، خصوصی، و مردم‌نهاد است. رویکرد این پژوهش قیاسی است و افق زمانی گردآوری داده‌های پژوهش تک‌مقطعی بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۷ است. داده‌ها به وسیله پرسشنامه گردآوری شدند و به منظور طراحی مدل کمی از سیستم استنتاج فازی بهره گرفته شد.

یافته‌ها: شهر خلاق، زیست‌بوم کارآفرینانه، و شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه بر کارآفرینی شهری اثرگذار هستند. همچنین، نقش تعدیل‌گری منفی متغیرهای تراکم شهری و مثبت پیچیدگی محیطی در رابطه بین متغیرهای مستقل و کارآفرینی شهری مشخص گردید. نیاز به اشاره است که متغیرهای رقابت شهری و واکنش‌گری شهری کارآفرینانه در شرایط محیطی کلان و بزرگ شهرهای ایران در نقش میانجی ظاهر نمی‌شوند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی شهری، زیست‌بوم کارآفرینی، خط‌مشی شکوفایی شهری، شهر خلاق، شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه

۱. دکتری، گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، ایران.

۲. دانشیار، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

۳. استادیار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، ایران.

Mrizvandi@qiau.ac.ir

Frahnavbard@imps.ac.ir

kasakhdari@ut.ac.ir

امروزه شرایط تجاری و اقتصادی بازارها، و محدودیت‌های موجود در منابع الزاماتی را برای بشر فراهم آورده است که بسیاری از اهداف و برنامه‌های خود را تنها در سایه نوآوری و کارآفرینی می‌تواند تحقق بخشد. بر اساس این، باید نگاه خود را بر مناظر و دیدگاه‌های مختلف کارآفرینی معطوف داشت و دامنه گسترده‌ای از نظریه‌ها و رویکردهای مختلف را در این باره مطرح نمود، بکار بست و با مقاصد و روش‌های مختلف این پدیده را مورد واکاوی و مطالعه قرار داد (Raposo et al., 2008). در حقیقت، کارآفرینی نه تنها به عنوان یک نیروی محرک و سازنده اقتصادی، بلکه در بعدی گسترده‌تر به عنوان یک عامل پویای اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است (Timmons et al., 2004). در حال حاضر، مسئله اصلی این پژوهش بررسی برخی مشکلات ناشی از توسعه یافتگی شهری در ایران است. مهم‌ترین این مشکلات عبارت‌اند از ۱. افزایش تراکم رشد شهرهای ایران از ۳۰ درصد در سال ۱۹۵۰ به ۵۴ درصد در سال ۲۰۱۸؛ ۲. چالش‌های مدیریت شهری مانند ترافیک، پسماندها، و محیط‌زیست؛ ۳. چگونگی تامین درآمدهای پایدار؛ ۴. گسترش بیکاری و حاشیه‌نشینی در شهرها؛ ۵. مشکلات اجتماعی در شهرها مثل کارتن‌خواب‌ها و زباله جمع‌کن‌ها؛ ۶. عدم بهره‌برداری مناسب و متناسب از منابع پنهان، در دسترس و ممکن شهرها؛ و ۷. تغییر نگرش سرمایه‌های اجتماعی با نگاه محلی به منظور نهادینه کردن فرهنگ نوآوری و کارآفرینی و پویایی شهر (Irandoost & Amini, 2012). بنابراین، پژوهش حاضر در پی تبیین مدل کارآفرینی شهری در شرایط زمینه‌ای شهرهای ایران است تا بتواند در رفع یا تقلیل مسائل پیش‌گفته حرکت کند. کارآفرینی شهری می‌تواند موجب سودآوری اقتصادی ناشی از ایجاد درآمدهای پایدار از طریق بهره‌برداری فرصت‌های فضای {=اتمسفر} شهری مثل گردشگری و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های شهری گردد. کارآفرینی شهری در سطح اجتماعی نیز یک عامل متحول‌کننده و پویاست. شبکه‌سازی به منظور افزایش مهارت‌های ارتباطی شهروندان از جمله بهره‌هایی است که از توسعه فعالیت‌های کارآفرینی به بدنه جامعه شهری می‌رسد. از سوی دیگر، درگیر شدن شهروندان با فعالیت‌های کارآفرینی سبب ظرفیت‌سازی برای خدمت‌رسانی به شهر خواهد شد. بنابراین، شناسایی عوامل موثر بر گسترش و توسعه کارآفرینی می‌تواند به مدیریت شهری در فراهم‌سازی بسترهای ممکن کمک کند تا هم شهروندان و هم مدیریت شهری از این توسعه منتفع شوند. در واقع، هدف این پژوهش یافتن بستری است که مدیریت شهری بتواند با فراهم کردن

آن‌ها سبب تشویق و ارتقای سطح کارآفرینی در سطح شهر گردد.

کارآفرینی شهری یک اقدام از سوی مردمی است که برای تامین نیازهای خود در شهرها زندگی می‌کنند. آن‌ها با بهره‌برداری از فرصت‌های شهری از طریق راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک که تلاش مشترک آنان با بخش خصوصی و دولتی است، برای بهبود کیفیت زندگی و رفاه تلاش می‌کنند (Osorio & Özkazanç-Pan, 2017). از این‌رو، لازم است در تعمیق کارآفرینی شهری بر چگونگی استقرار آن از طریق شناسایی متغیرهای اثرگذار متمرکز شویم. استقرار و نهادینه‌سازی کارآفرینی شهری فرایند بسیار پیچیده‌ای است که با وجود تلاش اندیشمندان و پژوهشگران برای شفاف‌سازی آن، جنبه‌های مجهول و مبهم آن نیازمند بررسی مجدد است. یکی از این جنبه‌های مجهول، شناسایی ابعاد و مولفه‌های کلیدی کارآفرینی شهری است. شاخص REDI¹ یکی از مدل‌های کارآفرینی منطقه‌ای است که بر ابعاد سه‌گانه نگرش کارآفرینانه، توانایی کارآفرینانه، و آرمان کارآفرینانه متمرکز شده است. این مدل اولاً در سطح منطقه‌ای مطرح شده است، ثانیاً از جامعیت کافی برخوردار نیست. ضروری است با تجمیع دیگر پژوهش‌های صورت‌گرفته این ارتباط به‌گونه‌ای تبیین شود که مدل کسب‌شده از برآزش بالایی در سطح شهرهای ایرانی متناسب با بافت فرهنگی و اجتماعی آن برخوردار باشد. اگر شهر خلاق را یکی از عوامل اثرگذار بر کارآفرینی شهری در نظر بگیریم (Correia, 2014)، اثرگذاری آن ممکن است متأثر از شرایط زمینه‌ای مانند انعطاف‌پذیری شهری و نااطمینانی محیطی باشد. بنابراین، استقرار کارآفرینی شهری در ایران مستلزم تدوین مدلی است که در آن شرایط فرهنگی، اجتماعی، و اقتصادی شهرها مد نظر قرار گرفته شده باشد تا بتوان به مشکلات ناشی از گسترش شهر در ایران واکنش مناسب نشان داد. در بررسی محور شهر خلاق، در میان سایر محورهای عملکرد مدیریت شهری، توجه به تغییرات رویکرد مدیریت شهری نسبت به توان‌های موجود در میان گروه‌های مختلف سنی و مهارتی شهروندان، افزون بر نهادهای مردمی و جلب مشارکت آن‌ها در مسائل شهری و تلاش برای حل چالش‌های پیش‌روی شهر مشهود است (Committee, D.A.C.P., 2012).

شکوفایی شهری به عنوان خط‌مشی مهمی در جهان با برنامه‌ریزی شهری که مطابق آرمان‌های توسعه پایدار در ۶ زمینه، ۱۷ آرمان، و ۱۶۹ هدف مدت‌دار تعریف شده، با رویکرد ایجاد انسجام اجتماعی و اقتصاد شهری و سرمایه‌گذاری محلی انتخاب شده است (UN-Habitat, 2018). در این پژوهش، نهادینه‌سازی کارآفرینی شهری مستلزم شناسایی عوامل اثرگذار اعم از متغیرهای

1. Regional Entrepreneurship Development Index. Available at: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation_en

علی، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر است. بنابراین، ممکن است عوامل اثرگذار دیگری نیز در استقرار کارآفرینی شهری وجود داشته باشند.

پژوهش حاضر با رویکرد کمی و با استفاده از راهبرد زمینه‌ای به شناسایی شاخص‌های تحقق کارآفرینی شهری می‌پردازد. به عبارتی، هدف از این پژوهش تبیین مدل کارآفرینی شهری در شهرهای بزرگ و کلان ایران و بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی شهری با لحاظ کردن عوامل زمینه‌ای و تعدیل‌کننده است. سهم پژوهش حاضر را می‌توان در کاهش عدم اجماع اندیشمندان کارآفرینان شهری در رابطه با شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی شهری مانند عناصر زیست‌بوم جامعه کارآفرینی شهری، که به منظور استقرار کارآفرینی شهری و پیامدهای مثبت آن در شهرها مورد نیاز است، اشاره نمود. در سال‌های اخیر، مفاهیمی مانند شهرهای خلاق و شکوفایی شهری به عنوان کلید حل مسائل متعدد شهری همچون بیکاری، مهاجرت، و بزه‌کاری شناخته شده است (UN-Habitat, 2018)، اما بدیهی است که تحقق و توسعه این مفاهیم، بدون وجود نوعی چابکی در حکمرانی که به مسائل و چالش‌های شهری پاسخی خلاقانه و کارآفرینانه دهد، امکان‌پذیر نیست.

مبانی نظری پژوهش

شومپتر کارآفرینی را به عنوان پدیده‌ای ناشی از عدم تعادل می‌بیند. او برای این که پویایی دنیای واقعی را در نظر بگیرد، مدل‌های تعادل منقطع را مطرح می‌کند. در این مدل‌ها، فرصت‌ها به صورت دوره‌ای و خارج از یک محدوده اقتصادی در اثر عواملی مانند ارائه منابع جدید، پیشرفت‌های فناورانه و توسعه بازارها به وجود می‌آیند. شومپتر معتقد است که تغییرات در فناوری، نیروهای سیاسی، قوانین، عوامل اقتصاد کلان و روندهای اجتماعی اطلاعات جدیدی را خلق می‌کند که کارآفرینان می‌توانند با استفاده از آن‌ها منابع را به روش جدیدی به وجود آورند و ترکیبات ارزشمندی را از آن‌ها خلق کنند (Schumpeter, 1942). وی این تحولات را شوک‌های برون‌زا می‌نامد. همچنین به زعم هاروی^۱ (۲۰۰۸)، ترسیم شهر کارآفرین عواملی را در بر می‌گیرد. برای مثال، به نقش سیاست‌های دولت محلی در توسعه اقتصادی توجه شده است، به گونه‌ای که فهم تفاوت‌های فضایی و جغرافیایی در هنگام تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی شهری به احتمال زیاد نقش قابل توجهی در خلق کسب‌وکارهای جدید و تقویت کسب‌وکارهای موجود شهری ایفا می‌کند. سیاستگذاران نیز در مقیاس محلی و ایالتی، کارآفرینی را کلید ساخت و حفظ رشد اقتصادی

1. Harvey

می‌پندارند، زیرا به مرور زمان اقتصاد محلی، منطقه‌ای، و ایالتی بر کارآفرینی متمرکز خواهد شد (Davis & Dingel, 2019). بر اساس پژوهش‌های پیشین، تاثیر سیاست‌های کارآفرینانه بر سطح محلی بالاتر از سطح ملی است (Toma et al., 2014). بابایی هزه‌جان و همکاران (۲۰۱۸)، بیان می‌کنند که پایتخت‌هایی با عملکرد سیاسی در سطح منطقه‌ای، اغلب انگیزه‌های قوی‌تری نسبت به پایتخت‌های سطح ملی در جهت رشد پویا و فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. در انجام پژوهش‌های کارآفرینی نباید فقط به آمار و ارقام اکتفا کرد، زیرا این پدیده همان‌گونه که یک پدیده اقتصادی است به همان میزان نیز یک پدیده اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شود و از آنان متأثر است (Shane, 2009). اگر کارآفرینی را کشف و ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تعریف نماییم (Shane, 2012)، کارآفرینی شهری به آن دسته از فعالیت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود که در حوزه جغرافیایی شهر انجام شده و در راستای بهبود سطح زندگی، تامین خدمات مورد نیاز، درآمدزایی، ایجاد اشتغال برای یک یا تعدادی از شهروندان بوده است. از جمله مصادیق کارآفرینی شهری می‌توان به کارآفرینی در کسب‌وکارهای خانگی، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اشاره کرد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷).

مفهوم کارآفرینی شهری

کارآفرینی شهری به معنای اداره شهرستان‌ها به شیوه‌ای منظم‌تر و بکارگیری روش‌هایی با ویژگی‌هایی نظیر خطرپذیری کسب‌وکار، نوآوری، ارتقا و انگیزه سود توسط دولت‌های محلی است (Hubbard & Hall, 1998). راهبرد شهرها در ایجاد کارآفرینی شهرها عبارت‌اند از: ۱. تقویت موقعیت رقابتی به کمک استفاده از منابع موجود برای ایجاد مزیت در تولید کالا و خدمات؛ ۲. تقویت موقعیت رقابتی به کمک مصرف، تلاش برای ساختن شهر به عنوان مکانی برای زیست بهتر و گذراندن وقت، ایجاد مراکز رفاهی، تفریحی، ورزشی و فرهنگی؛ و ۳. تقویت موقعیت رقابتی به کمک ایجاد زیرساخت‌ها، مدیریت مالی و تسهیل در ارتباطات بین‌المللی و تربیت نیروی ماهر برای بهره‌گیری از روش‌های نوین و فناوری‌های پیشرفته (Harvey, 1989). برخی صاحب‌نظران، کارآفرینی شهری را تاثیرگذاری فعالیت اقتصادی جامعه بیان می‌کنند. جامعه شهر می‌تواند به عنوان یک بُعد مهم برای بستر کارآفرینی استفاده گردد. به نظر می‌رسد توسعه پایدار شهری با توجه به نوآوری‌های شهری حاصل از ایجاد کسب‌وکارهای نوپا در شهرها شکل می‌گیرد و این گسترش با توجه به تعداد شهرستان‌ها قابل‌اندازه‌گیری است (Acs & Audretsch, 2005). پژوهش‌های کارآفرینی فضا‌محور نشان می‌دهند که کارآفرینی در وهله اول یک رویداد منطقه‌ای است، به این

معنا که اخذ تصمیمات کارآفرینانه، موفقیت یا شکست نوآفرین‌ها و سایر عوامل، تحت تاثیر آن دسته از عوامل منطقه‌ای است که فرد و نوآفرین‌ها در آن قرار دارند (Acs & Audretsch, 2005). بوسما و استنبرگ^۱ (۲۰۱۴)، با در نظر گرفتن جنبه‌های فضایی و جغرافیایی در کارآفرینی، چهار سطح کارآفرینی را نام می‌برند: فراملی، ملی، منطقه‌ای و محلی. با وجود این که آن‌ها معتقدند هنوز مطالعات تمایز درستی از این سطوح را مشخص نکرده‌اند، ولی این سطح‌بندی نیز برای ارزیابی علل یا تاثیرات مهم است. کارآفرینی شهری، پدیده جدیدی در حوزه مطالعات شهری و کارآفرینی است که به دلیل میان‌رشته‌ای بودن آن و نادیده گرفتن جنبه‌های فضایی در پدیده کارآفرینی، تاکنون نتوانسته است از تعریف واحدی برخوردار باشد (Robinson, 2007). کارآفرینی شهری نیز همانند واژه کارآفرینی تعریف واحدی ندارد و در برخی از موارد، کارآفرینی شهری تبدیل به تعبیری از کارآفرینی می‌شود و در موارد دیگر نیز آن را به کسب‌وکارهای کوچک ارجاع می‌دهند که در مناطق دارای رکود اقتصادی عملیاتی می‌شوند یا به ارائه خدمات می‌پردازند (Jones, 2007). کوهن و مونز^۲ (۲۰۱۵)، به بررسی مدلی هدایت‌گر برای کارآفرینی شهری می‌پردازند و در آن با استدلالاتی قیاسی به تبیین شاخص‌های مهمی برای کارآفرینی شهری از جمله منابع فرصت، مکان‌های نهایی، همکاری در توسعه سرمایه‌گذاری، و جامعه مدنی تاکید دارند و کارآفرینی شهری را مبتنی بر ساختاری پیچیده از روابط اجتماعی می‌دانند که در سطوح مختلف می‌تواند نتایج متفاوتی از ارزش ایجاد نماید. کیان^۳ (۲۰۱۷)، به بررسی کارآفرینی شهری از دیدگاه منطقه‌ای می‌پردازد. وی به این مفهوم رسیده است که برای رسیدن به کارآفرینی شهری باید ابتدا به یک سیستم نوآوری منطقه‌ای رسید و پس از آن با یادگیری مستمر و کسب دانش از طریق یک فرایند به سیستم کارآفرینی منطقه‌ای دست یافت.

عوامل موثر بر کارآفرینی شهری

مطالعات قابل توجهی در خصوص شناسایی متغیرهای تاثیرگذار بر کارآفرینی شهری صورت گرفته است. لی^۴ (۲۰۱۵)، شروع کسب‌وکارها، تنوع، خلاقیت و اثر سرریز دانش بر شهرها را با استفاده از سرمایه‌های انسانی و اجتماعی به عنوان فرصت‌های قابل کشف و بهره‌برداری مطرح می‌کند. نتیجه این پژوهش اذعان می‌کند که تنوع و ایجاد کسب‌وکارهای جدید باعث رشد و توسعه اقتصادی می‌گردد و عواملی چون تولد کسب‌وکارها، سرمایه‌های انسانی، ساختارهای صنعتی، و

1. Bosma & Sternberg
2. Cohen & Muñoz
3. Qian
4. Lee

تنوع جمعیت در زیستگاه‌های اجتماعی (شهرها) رابطه معناداری با پویایی کارآفرینی دارد که نتیجه آن استقرار کارآفرینی در شهرها و توسعه اقتصادی است. گلیسر و همکاران^۱ (۲۰۱۰)، در خصوص کارآفرینی و اقتصاد شهری بر جنبه‌های خاص اقتصادی در کارآفرینی تاکید دارند. در این میان، شاخص‌های اقتصاد شهری ناشی از کارآفرینی به این صورت مورد توجه قرار گرفته است: ۱. تلاش در عرصه فرایندهای متفاوت کارآفرینی؛ ۲. در دسترس بودن ورودی‌های متنوع کارآفرینی مانند سرمایه‌های انسانی؛ ۳. ایده‌ها و طرح‌های متفاوت؛ و ۴. تفاوت در فرهنگ‌های محلی، نظام سیاسی یا مکان‌ها. کارآفرینی شهری چالشی بین ساختار بازار و تفکرات افراد به منظور تعامل با آنان برای رسیدن به نتایج نوآورانه است. در واقع، کارآفرینی در فضاهای شهری و خارج از فضاهای شهری خدمتی برای ساکنان شهرهاست (Osorio & Özkazanç-Pan, 2017). دورماز^۲ (۲۰۱۵)، با تاکید بر ایجاد خلاقیت شهری به منظور ایجاد کارآفرینی در شهرها، کیفیت بُعد مکانی را با ویژگی‌های فیزیکی، اجتماعی - فرهنگی، ادراکی و بصری بیان می‌کنند. نتایج این مطالعه مشخص می‌کند که موقعیت مکانی و شرکت‌های خلاق به‌طور خاص، به عنوان معیارهای کلیدی بررسی عملکرد کارآفرینی در شهرها مورد تاکید است. اکوسیستم کارآفرینی در شهرها روش جدیدی برای تفکر و اقدام برای توسعه کارآفرینی است، به‌طوری که تمام سیستم‌های ضروری در توسعه کارآفرینی و چگونگی تعامل آن‌ها با یکدیگر را مورد توجه قرار می‌دهد. چنین اکوسیستمی دربرگیرنده صدها عنصر است که می‌توانند در شش قلمرو اصلی بازار، سیاست، سرمایه مالی، فرهنگ، حمایت‌ها، و سرمایه انسانی گروه‌بندی شوند (Qambar Ali et al., 2014). این گروه از افراد با فهم استفاده از موقعیت‌های شهری با بهره‌گیری از مدیریت جامعه شهری و جغرافیای اقتصادی بستر نظریه‌پردازی شهری را در مورد فرایندهای کارآفرینی جلب می‌نمایند. پیامدهای این سیاست از پرورش ایده تارشد آن‌ها به منظور توسعه اقتصادی شهری از طریق فعالیت‌های کارآفرینی، حکمرانی خوب شهری را به عنوان فعالیت مشترک در شهرها تثبیت می‌نماید، و به این‌که چگونه سرمایه‌گذاری و راهبردهای کارآفرینی شهری می‌تواند به کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های شهری منجر شوند، تاکید می‌کند (Cohen & Muñoz, 2015). نتایج بابایی هزه‌جان و همکاران (۲۰۱۸)، نشان می‌دهد که عوامل اقتصادی موثر بر کارآفرینی شهری در قالب چهار تم اصلی ابزارها و سازوکارهای مالی، اقتصاد هوشمند شهری، تجاری‌سازی ایده‌ها، و بازارهای شهری شناسایی می‌شوند. طبق یافته‌های ریزوندی و همکاران (۲۰۲۰)، افزایش در تاسیس کسب‌وکارهای کوچک، باعث افزایش نرخ اشتغال شده و

1. Glaeser et al.
2. Durmaz et al.

حقوق سالیانه و دستمزدها در طول ده سال در شهرها افزایش داشته است. ریزوندی و همکاران (۲۰۲۰)، با تدوین چارچوب مفهومی برای کارآفرینی شهری در ایران عوامل شهر خلاق، خطمشی شکوفایی شهری، زیست‌بوم کارآفرینی شهری، و شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه را در کارآفرینی شهری برجسته می‌کنند. انعطاف‌پذیری شهری، تراکم شهری، و نااطمینانی محیطی به عنوان عوامل زمینه‌ای در جهت استقرار کارآفرینی شهری اثرگذار هستند و کنش‌های شهری و رقابت شهری و گرایش‌های ارزشی شهر به عنوان عوامل میانجی در استقرار کارآفرینی شهری عمل می‌کنند. در ضمن به‌طور مشخص، آن‌ها استقرار کارآفرینی شهری را موجب پیامدهایی مانند کیفیت زندگی شهروندان، رضایت عمومی شهروندان، تعمیق سرمایه اجتماعی، و شکل‌گیری آرمان‌شهرها می‌دانند. بنابراین، با دقت در شاخص توسعه پایدار اقتصادی که ناشی از ارتقا (شکوفایی شهری به عنوان یک خطمشی شهری)، رشد اقتصادی فراگیر و پایدار، خوداشتغالی و اشتغال کامل، و رونق کسب‌وکار برای همه شهروندان خواهد بود، می‌توان مدلی نوآورانه برای ایجاد کارآفرینی در شهر طراحی نمود. در واقع، با توجه به مسائل موجود در حوزه کارآفرینی شهری به ارائه عوامل موثر بر کارآفرینی شهری یعنی عوامل فرهنگی، اقتصادی، جغرافیایی، قانونی، دولت، شهر خلاق، خطمشی شکوفایی شهری، زیست‌بوم کارآفرینانه، و شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه پرداخته می‌شود. عوامل و شاخص‌های پیشنهادی کارآفرینی شهری در جدول (۱) دسته‌بندی شده‌اند.

جدول ۱: عوامل موثر بر کارآفرینی شهری

ردیف	عوامل موثر	منبع
۱	عوامل اقتصادی	(Babaei Hezhejan et al., 2018)
۲	شهر خلاق، خطمشی شکوفایی شهری، زیست‌بوم کارآفرینانه، شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه	(Rizvandi et al., 2020)
۳	شهر خلاق	(Lee et al., 2016)
۴	عوامل اقتصادی	(Glaeser et al., 2010)
۵	عوامل سیاسی، عوامل بازار، عوامل سرمایه، عوامل انسانی، عوامل دولت	(Isenberg, 2010)
۶	عوامل قانونی، عوامل دولت	(Osorio & Özkazanç-Pan, 2017)
۷	خلاقیت در شهرها	(Durmaz., 2015)
۸	استعداد، باز بودن، محیط فرهنگی، نوآوری و فناوری، صنعت خلاق، مقررات و محرک‌ها، پشتیبانی از کارآفرینی، در دسترس بودن، قابلیت زیستی	(Correia, 2014)

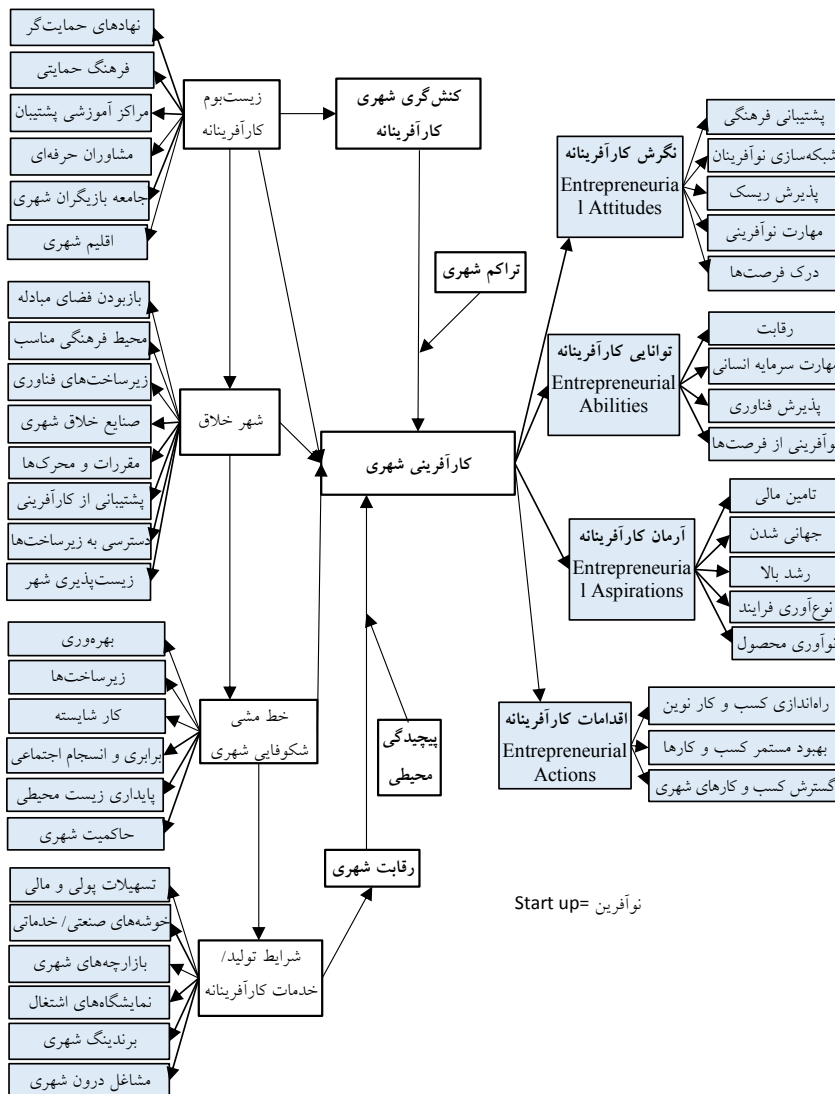
ادامه جدول ۱: عوامل موثر بر کارآفرینی شهری

ردیف	عوامل موثر	منبع
۹	توسعه زیرساخت، حاکمیت شهری، بهره‌وری، کیفیت زندگی، پایداری زیست‌محیطی	(UN-Habitat, 2018)
۱۰	عوامل اقتصادی، بازار	(Cohen & Muñoz, 2015)
۱۱	عوامل نوآورانه	(Muñoz & Cohen, 2016)
۱۲	عوامل اقتصادی	(Lee, 2015)

مدل مفهومی پژوهش

بر اساس مدل‌های به‌دست‌آمده، مدل مفهومی بومی ریزوندی و همکاران (۲۰۲۰) در زمینه کارآفرینی شهری، نظر بیش‌تر خبرگان حوزه کارآفرینی را جلب نموده است. این نتایج نشان می‌دهد که شهر خلاق، خط‌مشی شکوفایی شهری، زیست‌بوم کارآفرینانه، و شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه نقش مهمی در استقرار کارآفرینی شهری ایفا می‌کنند.

جدول (۱) نشانگر تاثیرگذاری عوامل موثر بر کارآفرینی شهری است، ولی در این پژوهش با توجه به پیشینه تنها بر عوامل کلیدی موثر بر کارآفرینی در سطح شهرها تاکید شده است. از این‌رو، مدل مفهومی به صورت **شکل (۱)** به‌دست آمده است. باید در نظر داشت که مدل طراحی شده یک مدل تلفیقی است که در آن برخی از متغیرهای میانجی و تعدیل‌کننده بر مبنای استدلال عقلی مبتنی بر نظریه اقتضایی لحاظ شده‌اند. همان‌طور که **هرون^۱ (۱۹۹۲)** اشاره می‌کند، پژوهشگران ارزش‌های خود را به عنوان پایه‌ای برای قضاوت در خصوص پژوهش‌ها و چگونگی انجام آن اعمال می‌کنند.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (Rizvandi et al., 2020)

مطابق با شکل (۱)، عوامل موثر بر کارآفرینی شهری شامل متغیرهای شهر خلاق کوریا (۲۰۱۴)، خط‌مشی شکوفایی شهری یوان هایتات (۲۰۱۸)، و زیست‌بوم کارآفرینی آیزنبرگ (۲۰۱۰) می‌شوند.

ولی شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه با ابعاد تسهیلات پولی و مالی، خوشه‌های صنعتی، بازارچه‌های شهری، نمایشگاه‌های اشتغال، مشاغل درون شهری، و نام‌های تجاری شهری^۱ با زمینه ایرانی و بر اساس نظر خبرگان شناسایی می‌شوند. شهر هوشمند از ابعاد شهر خلاق، جامعه بازیگران شهری از ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی شهری، کار شایسته از ابعاد خط‌مشی شکوفایی شهری، و اقلیم شهری از ابعاد زیست‌بوم کارآفرینی برجسته و در مدل نهایی لحاظ گردیده است. رقابت شهری به عنوان عامل میانجی بین شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه و کارآفرینی شهری لحاظ گردید. کنش‌گری شهری به عنوان عامل میانجی بین متغیر زیست‌بوم کارآفرینانه و کارآفرینی شهری مورد تاکید و تایید قرار گرفته است. تراکم شهری و پیچیدگی شهری نیز می‌توانند به ترتیب نقش تعدیل‌کننده در روابط کنش‌گری شهری بر کارآفرینی شهری، و رقابت شهری بر کارآفرینی شهری داشته باشند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر رویکرد، قیاسی^۲ است. همچنین، راهبرد مورد استفاده با روش نظرسنجی^۳ است. این پژوهش از نظر روش‌شناختی نیز تلفیقی^۴ است، زیرا برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش از فن متفاوت در گردآوری و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. این پژوهش از نظر افق زمانی، تک‌مقطعی است، زیرا در پژوهش‌های تک‌مقطعی اطلاعات فقط در یک برهه از زمان، یعنی بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۷ جمع‌آوری شده است.

با توجه به این‌که واحد تحلیل پژوهش شهر است، جامعه آماری پژوهش شامل ۵۰ شهر بزرگ و کلان ایران از لحاظ ویژگی جمعیت بر اساس آخرین اطلاعات مرکز آمار ایران^۵ در سرشماری سال ۱۳۹۵ بوده، و از ساکنان شهرهای ۵۰ شهر با ویژگی یکسان انتخاب گردیده است. بر اساس سه گروه کلی طبقه‌بندی شامل گروه اول، دربرگیرنده استادان صاحب‌نظر، خبرگان حوزه مدیریت و برنامه‌ریزی شهری؛ گروه دوم هنرمندان و افراد مشهور؛ و گروه سوم صنایع خلاق در شهرهای ایران انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری با استفاده از روش دومرحله‌ای از میان جامعه ۵۰ شهر^۶ دارای صفت ویژه جمعیت شهرهای بزرگ و کلان کشور بر اساس فرمول کوکران تعداد ۴۴ شهر، و در مرحله دوم از هر شهر، دست‌کم ۴ نفر به عنوان نمونه از میان جامعه آماری انتخاب شده است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته که در زمینه کارآفرینی شهری

1. Urban Branding
2. Deductive Approach
3. Experimental
4. Mix Method
5. <https://www.amar.org.ir>

تدوین گردیده، استفاده شده است. بدین صورت، ۱۷۶ پرسشنامه برای تحلیل داده‌ها جمع‌آوری گردیده است. در پرسشنامه تدوین شده ویژگی‌های توصیفی شهرها مطابق با جدول (۲) لحاظ شده است.

جدول ۲: ویژگی‌های نمونه آماری بخش کتبی

ویژگی	نوع	فراوانی داده‌ها	درصد
وسعت شهر	زیر ۲۰۰ کیلومتر مربع	۲۵	۱۵
	بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ کیلومتر مربع	۶۴	۳۷
	بالای ۵۰۰ کیلومتر مربع	۸۲	۴۸
جمعیت	بین ۲۰۰ هزار تا ۵۰۰ هزار نفر	۳۵	۲۱
	بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون نفر	۵۵	۳۲
	بالای یک میلیون نفر	۸۱	۴۷
تقسیم‌بندی جغرافیایی	متوسط شهر	۴۷	۲۸
	بزرگ شهر	۴۸	۲۸
	کلان شهر	۷۶	۴۴
قومیت	کرد	۱۹	۱۱
	لر	۱۳	۷
	فارس	۵	۲
	آذری	۳	۱
	قشقایی	۳	۱
	بلوچ	۶۷	۳۹
	عرب	۱۷	۹
	خراسانی	۳۶	۲۱
گیلک	۸	۴	

به منظور تعیین ویژگی‌های روایی ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، ابزار گردآوری توسط خبرگان حوزه کارآفرینی و مشاوران آگاه حذف و تعدیل شده است. برای پایایی، ابزار گردآوری داده‌های پژوهش توسط ۳۰ نفر از افراد جامعه پژوهش جمع‌آوری شده است. پس از دریافت ابزار گردآوری اطلاعات تکمیل شده، میزان پایایی ابزار گردآوری اطلاعات این پژوهش به وسیله نرم‌افزارهای آماری و از روش تحلیل عاملی اکتشافی سنجیده شده است. روایی صوری و محتوایی پژوهش نیز توسط ۳۰ نفر از افراد نمونه مورد اندازه‌گیری قرار گرفته است، و از ۱۸۱ پرسش، ۱۷۹

پرسش برای جمع‌آوری داده‌ها تعدیل و تایید شده‌اند. در این پژوهش، پایایی کل پرسشنامه‌ها با مقدار ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۹۷ اندازه‌گیری شده که نشان از پایایی مناسب پرسشنامه دارد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ای در مرحله کمی با استفاده از داده‌های حاصل از پرسشنامه در جامعه آماری و استفاده از نرم‌افزارهایی مثل PLS که از بهترین نرم‌افزارها در انجام معادلات ساختاری در تجزیه و تحلیل داده‌هایی با حجم نمونه کم‌تر از ۲۰۰ است (Cheah et al., 2020)، انجام پذیرفته است.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

تجزیه و تحلیل برازش مدل اندازه‌گیری

برای سنجش بهتر پایایی در روش PLS، در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بیش‌تر از ۰/۷ (Nunnally, 1978) شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل اندازه‌گیری دارد. نتایج دو معیار در جدول (۳) آمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، نتایج ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها با توجه به این که بیش‌تر از ۰/۷ برای هر دو معیار است، بنابراین برازش مدل از این نظر تایید می‌گردد. مقدار ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌های پژوهش مورد قبول هستند.

جدول ۳: نتایج ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

AVE	پایایی ترکیبی (CR>0.7)	آلفای کرونباخ (Alpha >0.7)	سازه‌های پژوهش
۰/۷۱۴	۰/۹۴۳	۰/۸۹۶	شهر خلاق
۰/۶۵۶	۰/۹۵۷	۰/۹۴۴	خط‌مشی شکوفایی شهری
۰/۶۴۷	۰/۹۶۲	۰/۹۴۷	زیست‌بوم کارآفرینانه
۰/۶۰۲	۰/۹۴۷	۰/۹۲۴	شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه
۰/۸۶۱	۰/۹۶۸	۰/۹۵۰	کنش‌های شهری کارآفرینانه
۰/۸۷۲	۰/۹۲۴	۰/۸۷۳	رقابت شهری
۰/۵۳	۰/۸۸۰	۰/۷۹۴	پیچیدگی محیطی
۰/۵۶۶	۰/۹۵۱	۰/۹۲۲	تراکم شهری
۰/۵۰۲	۰/۹۴۰	۰/۹۲۰	نگرش کارآفرینانه
۰/۶۱۱	۰/۹۴۰	۰/۹۱۴	توانایی کارآفرینانه
۰/۵۵۹	۰/۹۴۸	۰/۹۳۱	آرمان کارآفرینانه
۰/۶۱۱	۰/۹۲۲	۰/۸۷۳	اقدام کارآفرینانه

بررسی نتایج مربوط به بررسی روایی همگرا نشان می‌دهد که مقادیر به‌دست‌آمده برای ابعاد و متغیرها بیش از ۰/۵ است. پس می‌توان اظهار کرد که تمامی سازه‌های پژوهش در حد مناسب است و مطلوبیت مدل‌های اندازه‌گیری را تایید می‌کند. برای بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱) استفاده گردید. همچنین، معیار بررسی مدل ساختاری، ضریب تعیین مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) در مدل است که نشان‌دهنده تاثیر یک متغیر برون‌زا (مستقل) بر یک متغیر درون‌زا (وابسته) است که سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط، و قوی در نظر گرفته می‌شوند. هرچه ضریب تعیین مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیش‌تر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. **هنسلر و همکاران**^۲ (۲۰۰۹)، معتقدند که در یک مدل، در صورتی که یک سازه درون‌زا توسط یک یا دو سازه برون‌زا تحت تاثیر قرار گیرد، مقدار ضریب تعیین از ۰/۳۳ به بالا نشان از قوت رابطه بین آن سازه و سازه‌های درون‌زا دارد.

جدول ۴: ضریب متغیرهای پژوهش

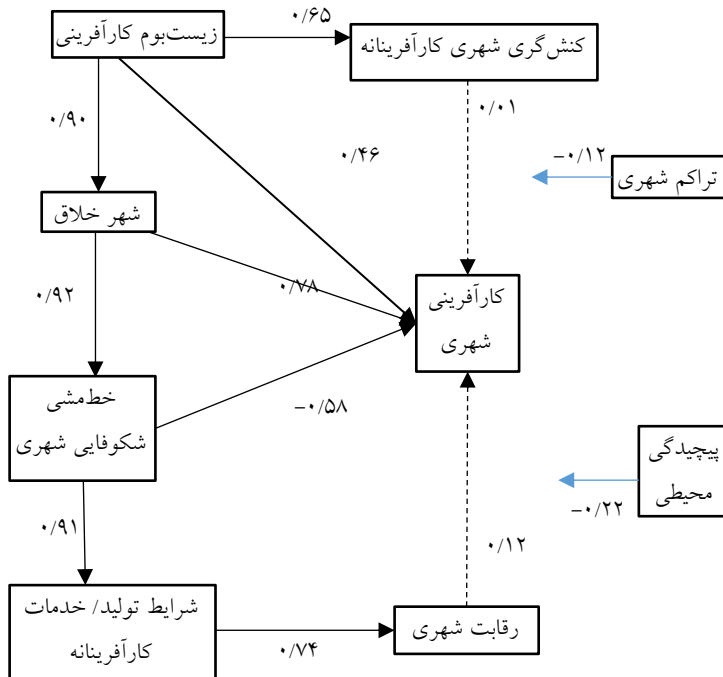
R^2	سازه‌های پژوهش
۰/۹۲	کارآفرینی شهری
۰/۴۲	کنش‌های شهری کارآفرینانه
۰/۸۳	شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه
۰/۵۶	رقابت شهری
۰/۸۲	شهر خلاق
۰/۸۵	شکوفایی شهری

با توجه به **جدول (۴)**، مقادیر R^2 برای متغیر درون‌زای اصلی کارآفرینی شهری، کنش‌های شهری، شکوفایی شهری، شهر خلاق، شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه، رقابت شهری به‌ترتیب ۰/۹۲، ۰/۸۵، ۰/۸۲، ۰/۳، و ۰/۵۶ است که در حد مناسبی قرار دارد. به عبارتی، مقدار R^2 برای پیامدها نشان‌دهنده این مفهوم است که ۹۲ درصد از تغییرپذیری در کارآفرینی شهری برحسب متغیرهای مستقل، میانجی، و تعدیلگر قابل‌پیش‌بینی است و بقیه تغییرات آن وابسته به سایر متغیرها و عواملی است که در مدل نیامده است. همچنین، مقدار ضریب تعیین برای شهر خلاق و زیست‌بوم کارآفرینی برابر با ۰/۷۸ و ۰/۴۶ محاسبه شده است که نشان می‌دهد این دو متغیر نقش

1. Fornell & Larcker
2. Henseler *et al.*

کلیدی در تحقق کارآفرینی شهری در کلان‌شهرهای ایران ایفا می‌کنند.

با توجه به این که میزان کارآفرینی شهری در سطح متوسط است، برای ارتقای آن لازم است از طریق شناسایی متغیرهای کلیدی تاثیرگذار در قالب تدوین مدل ساختاری اقدام شود. دو رویکرد در تخمین روابط در یک مدل معادله ساختاری وجود دارد. یکی از آن‌ها رویکرد مبتنی بر کوواریانس (CB-SEM) است که به‌طور گسترده بکار گرفته می‌شود و دیگری رویکرد مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) یا رویکرد مبتنی بر واریانس است. در این پژوهش، برای نیل به راه‌حل بهینه با سطح بالایی از توان آمار (Ringle et al., 2012) از تحلیل مسیر مبتنی بر PLS^۱ استفاده شده که نتایج آن در شکل (۲) منعکس شده است.



شکل ۲: مدل نهایی کارآفرینی شهری با ضرایب مسیر

برای بررسی معناداری ضرایب مسیر، از آماره t استفاده شده که نتایج آن در جدول (۵) آمده

۱. برای مدل‌سازی ساختاری در این پژوهش از نرم‌افزار Smart PLS 3 استفاده شده است.

است. همان‌طور که دیده می‌شود، متغیر شهر خلاق، زیست‌بوم کارآفرینی، خطامشی شکوفایی شهری، و شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه بر کارآفرینی شهری تاثیرگذار هستند. در ضمن، رقابت شهری به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین شرایط تولید کارآفرینانه و کارآفرینی شهری، و کنش‌گری کارآفرینانه به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین زیست‌بوم کارآفرینانه و کارآفرینی شهری عمل نمی‌کنند. در ضمن، تراکم شهری رابطه بین کنش‌گری شهری و کارآفرینی شهری، و پیچیدگی شهری رابطه بین رقابت شهری و کارآفرینی شهری را تعدیل می‌نماید.

پرسش‌های پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش، پرسش‌های زیر قابل طرح هستند:

- Q₁: آیا شهر خلاق بر کارآفرینی شهری تاثیرگذار است؟
- Q₂: آیا خطامشی شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری تاثیرگذار است؟
- Q₃: آیا زیست‌بوم کارآفرینانه بر کارآفرینی شهری تاثیرگذار است؟
- Q₄: آیا رقابت شهری در رابطه بین شرایط تولید/ خدمات کارآفرینانه و کارآفرینی شهری در نقش میانجی ظاهر می‌شود؟
- Q₅: آیا کنش‌گری شهری در رابطه بین شهر خلاق و کارآفرینی شهری در نقش میانجی ظاهر می‌شود؟
- Q₆: آیا شهر خلاق در رابطه بین زیست‌بوم کارآفرینی و کارآفرینی شهری در نقش میانجی ظاهر می‌شود؟
- Q₇: آیا شکوفایی شهری در رابطه بین شهر خلاق و کارآفرینی شهری در نقش میانجی ظاهر می‌شود؟
- Q₈: آیا تراکم شهری روابط بین کنش‌گری شهری و کارآفرینی شهری را تعدیل می‌کند؟
- Q₉: آیا پیچیدگی محیطی روابط بین رقابت شهری و کارآفرینی شهری را تعدیل می‌کند؟
- در بخش آمار استنباطی به دلیل حجم نمونه زیر ۲۰۰ نفر از آزمون شاپیرو و همکاران^۱ (۱۹۶۸) و مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. بعد از تایید مدل در بخش‌های ساختاری، به بررسی پرسش‌های مطرح‌شده پرداخته شده است. همچنین، از آماره t و ضریب بتای رگرسیونی (ضریب مسیر) برای بررسی پرسش‌ها بهره برده‌ایم.

1. Shapiro et al.

عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی شهری کدامند؟

با توجه به **جدول (۵)**، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده برابر با $4/43$ و بیش‌تر از $1/96$ است، تاثیر شهر خلاق بر کارآفرینی شهری با ضریب مسیر $0/78$ و با احتمال 95 درصد معنادار است. بنابراین، با توجه به بررسی‌های به‌عمل‌آمده می‌توان اظهار نظر کرد که با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده، پرسش Q_1 تایید می‌شود.

با توجه به **جدول (۵)**، در مورد پرسش Q_2 نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده برابر با $3/32$ و بیش‌تر از $96/1$ است، تاثیر خطمشی شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری با ضریب مسیر $-0/58$ با احتمال 95 درصد معنادار است. البته این تاثیرگذاری منفی است. که نشانگر کیفیت پایین خطمشی‌های شهری در حوزه‌های مختلف از جمله کارآفرینی شهری است. همچنین در مورد پرسش Q_3 نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده برابر با $2/86$ و بیش‌تر از $1/96$ است، تاثیر زیست‌بوم کارآفرینانه بر کارآفرینی شهری با ضریب مسیر $0/46$ با احتمال 95 درصد معنادار است. بنابراین، با توجه به بررسی‌های به‌عمل‌آمده می‌توان اظهار داشت که ادعای این پرسش تایید می‌شود.

جدول ۵: ضرایب بار عاملی استاندارد شده متغیرهای مستقل

مقدار t	ضریب مسیر (β)	روابط
۴/۴۳	۰/۷۸	شهر خلاق ← کارآفرینی شهری
۳/۳۲	-۰/۵۸	خطمشی شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری
۲/۸۶	۰/۴۶	زیست‌بوم کارآفرینانه ← کارآفرینی شهری

عوامل میانجی تاثیرگذار بر کارآفرینی شهری کدامند؟

با توجه به **جدول (۶)**، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده برای مسیر تاثیر شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری بیش‌تر از $1/96$ است، تاثیر شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری با ضریب مسیر $-0/58$ با احتمال 95 درصد معنادار است. در ضمن، تاثیر شکوفایی شهری بر شرایط تولید/ خدمات و تاثیر شرایط تولید/ خدمات بر رقابت شهری به‌ترتیب با ضرایب مسیر $0/91$ و $0/74$ تایید می‌شود، اما رقابت شهری بر کارآفرینی شهری تاثیرگذار نیست. بنابراین، با توجه به بررسی‌های به‌عمل‌آمده می‌توان اظهار نظر کرد پرسش Q_4 مبنی بر این‌که رقابت شهری و شرایط

تولید/ خدمات در رابطه بین شکوفایی شهری و کارآفرینی شهری نقش میانجی دارند، رد می‌شود. در مورد پرسش Q₅ نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه‌شده برای مسیر تاثیر کنش‌های شهری بر کارآفرینی شهری کم‌تر از ۱/۹۶ است، تاثیر کنش‌های شهری بر کارآفرینی شهری با ضریب مسیر ۰/۰۱ با احتمال ۹۵ درصد معنادار نیست. بنابراین با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده ادعای این پرسش رد می‌شود.

با توجه **جدول (۶)**، نتیجه می‌شود که تاثیر زیست‌بوم کارآفرینی بر کارآفرینی شهری و همچنین، تاثیر شهر خلاق بر کارآفرینی شهری به‌ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۴۶ و ۰/۷۸ با احتمال ۹۵ درصد معنادار هستند. همچنین، چون مقدار آماره آزمون محاسبه‌شده برای مسیر تاثیر زیست‌بوم کارآفرینی بر شهر خلاق بیش‌تر از ۱/۹۶ است. تاثیر زیست‌بوم کارآفرینی نیز بر شهر خلاق با ضریب مسیر ۰/۹۰ با احتمال ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین، نتایج پرسش Q₆ را تایید می‌کند. با توجه **جدول (۶)**، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه‌شده برای مسیر تاثیر شهر خلاق و شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری بیش‌تر از ۱/۹۶ است، تاثیر شهر خلاق و شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری به‌ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۷۸ و ۰/۵۸- با احتمال ۹۵ درصد معنادار است. همچنین، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه‌شده برای مسیر تاثیر شهر خلاق بر شکوفایی شهری بیش‌تر از ۱/۹۶ است، تاثیر شهر خلاق بر شکوفایی شهری با ضریب مسیر ۰/۹۲ و با احتمال ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین، ادعای پرسش Q₇ تایید می‌شود.

جدول ۶: ضرایب بار عاملی استاندارد شده متغیرهای میانجی

روابط	مسیر	ضریب مسیر (β)	مقدار نتیجه t
کنش‌های شهری در رابطه بین زیست‌بوم کارآفرینی و کارآفرینی شهری نقش میانجی دارد.	زیست‌بوم کارآفرینی ← کارآفرینی شهری	۰/۴۶	۲/۸۶ تایید
شهر خلاق در رابطه بین زیست‌بوم کارآفرینی و کارآفرینی شهری نقش میانجی دارد.	زیست‌بوم کارآفرینی ← شهر خلاق	۰/۹۰	۳۵/۰۱ تایید
شکوفایی شهری در رابطه بین شهر خلاق و کارآفرینی شهری نقش میانجی دارد.	شهر خلاق ← کارآفرینی شهری	۰/۷۸	۴/۴۳ تایید
شکوفایی شهری در رابطه بین شهر خلاق و کارآفرینی شهری نقش میانجی دارد.	شهر خلاق ← شکوفایی شهری	۰/۷۸	۴/۴۳ تایید
شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری	شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری	۰/۹۲	۵۴/۸۲ تایید
شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری	شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری	-۰/۵۸	۳/۳۲ تایید

ادامه جدول ۶: ضرایب بار عاملی استاندارد شده متغیرهای میانجی

روابط	مسیر	ضریب مسیر (β)	مقدار نتیجه t	نتیجه تایید
رقابت شهری و شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه	شکوفایی شهری ← کارآفرینی شهری	-۰/۵۸	۳/۳۲	تایید
در رابطه بین شکوفایی شهری و کارآفرینی شهری	شکوفایی شهری ← شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه	۰/۹۱	۴۰/۱۳	تایید
نقش میانجی دارند.	شرایط تولید/خدمات کارآفرینانه ← رقابت شهری	۰/۷۴	۱۲/۶۲	تایید
	رقابت شهری کارآفرینی شهری	۰/۱۲	۱/۲۶	رد

عوامل تعدیل کننده تاثیر گذار بر کارآفرینی شهری کدامند؟

با توجه به جدول (۷)، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده برای مسیر اثر تعدیل‌گری تراکم شهری در رابطه بین کنش‌گری شهری کارآفرینانه و کارآفرینی شهری برابر با ۲/۰۷ و بیش‌تر از ۱/۹۶ است، این مسیر با ضریب مسیر ۰/۲۲- و با احتمال ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین، می‌توان اظهار داشت که پرسش Q_8 مبنی این‌که تراکم شهری در رابطه بین کنش‌گری شهری کارآفرینانه و کارآفرینی شهری نقش تعدیل‌گر دارد، تایید می‌شود. البته این تعدیل‌گری منفی است و مانع تاثیر گذاری کنش‌گری کارآفرینانه بر کارآفرینی شهری می‌شود.

همچنین در پاسخ به پرسش Q_9 نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره آزمون محاسبه شده متغیر پیچیدگی محیطی در رابطه بین رقابت شهری و کارآفرینی شهری برابر با ۳/۷۷ و بیش‌تر از ۱/۹۶ است، اثر پیچیدگی محیطی در رابطه بین رقابت شهری و کارآفرینی شهری با ضریب مسیر ۰/۱۲- و با احتمال ۹۵ درصد معنادار است. بنابراین، با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده، ادعای این پرسش تایید می‌شود.

جدول ۷: ضرایب بار عاملی استاندارد شده متغیرهای تعدیل‌گر

رابطه	ضریب مسیر (β)	مقدار t
رقابت شهری × پیچیدگی محیطی کارآفرینی شهری	-۰/۱۲	۳/۷۷
کنش‌گری شهری × تراکم شهری کارآفرینی شهری	-۰/۲۲	۲/۰۷

بحث و نتیجه‌گیری

ترویج و پرورش کارآفرینی به یک بخش اصلی در توسعه اقتصادی شهرها و کشورهای سراسر جهان تبدیل شده است. یک نمونه خوب از پرورش کارآفرینی به عنوان یک راهبرد توسعه اقتصادی، اکوسیستم کارآفرینی است. خروجی ناشی از نوع‌شناسی ابعاد، مفاهیم و شاخص‌های در دست بررسی است که به ارزش‌آفرینی در شهرها منجر می‌گردد و نتیجه آن توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شهر خواهد بود. هرچند یافته‌های این پژوهش در مقایسه با مبانی نظری پیش‌گفته از جامعیت بیش‌تری برخوردار است و مدل مفهومی پژوهش، حاصل روایت خبرگان از کارآفرینی شهری در ایران است، اما پیشینه پژوهش با برخی از یافته‌های این پژوهش سازگاری دارد.

ابعاد کارآفرینی شهری هرچند با ابعاد سه‌گانه (نگرش کارآفرینانه، توانایی کارآفرینانه، و آرمان کارآفرینانه) مدل توسعه پویای کارآفرینی منطقه‌ای REDI سازگاری دارد، اما در این پژوهش، علاوه بر این ابعاد، یک بُعد دیگر اقدام‌های کارآفرینانه، در شرایط شهرهای ایران از سوی خبرگان مطرح شد. همچنین، در مقایسه با شاخص اندازه‌گیری موسسه کافمن^۱ دارای متغیرهای مشاهده‌شده بیش‌تری است و از جامعیت بالاتری برخوردار است، چرا که علاوه بر میزان سنجش تراکم و ماندگاری کسب‌وکارها، توانایی و آرمان کارآفرینانه را نیز مورد سنجش قرار می‌دهد.

نتایج این پژوهش با یافته‌های **کوریا (۲۰۱۴)** در خصوص شهر خلاق و ابعاد آن کاملاً سازگار است. بدین لحاظ شهر هوشمند به عنوان یکی از ابعاد شهر خلاق در نتایج به‌دست‌آمده در شهرهای ایران دارای اهمیت است. توجه به فرهنگ شهری به عنوان مهم‌ترین عامل در تغییر نگرش طبقه خلاق برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی موجود در شهر با تعهد و حس مسئولیت‌پذیری، با تأکید مهم در این پژوهش مطرح شده است. همچنین نتایج با پژوهش‌های **یوان هاپیتات (۲۰۱۸)** و **وونگ^۲ (۲۰۱۵)** در خصوص شکوفایی شهری تفاوت‌های جزئی دارد. برای مثال، در این پژوهش خبرگان بر ارتباطات شهروندی، مشارکت اجتماعی، و شبکه‌سازی به عنوان مطالبه‌گری، از حاکمیت محلی به عنوان مولفه‌های شهر خلاق، و از کار شایسته به عنوان یکی از مولفه‌های خط‌مشی شکوفایی شهری تأکید داشتند که در مطالعات قبلی مد نظر قرار نگرفته بود. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های کمی، معناداری تأثیر خط‌مشی شکوفایی شهری بر کارآفرینی شهری تأیید شده است. **آیزنبرگ (۲۰۱۰)**، در تشریح زیست‌بوم کارآفرینی مولفه‌هایی را مطرح

1. Kuffman Institute
2. Wong

می‌کند که این ابعاد در شهرها نیز مورد تاکید قرار گرفته و عنصر مشارکت بین آن‌ها به عنوان عامل اصلی شبکه‌سازی و حلقه مفقوده استقرار کارآفرینی در شهرهای ایران مشخص شده، و علاوه بر آن بُعد جدید اقلیم شهری^۱ به عنوان مهم‌ترین عامل ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه در شهرها در نظر گرفته شده است. فرصت‌های کارآفرینی در شهرهای ایران بر اساس تنوع بومی و زیستی و اقلیم‌های متفاوت شهری موجود مانند نوع پوشش گیاهی، دریا، خشکی، آب‌وهوا و سایر عوامل زیست‌محیطی می‌تواند به ایجاد کسب‌وکارهای خاص در شهر منجر گردد، که در پژوهش‌های پیشین بدان اشاره نشده است. در زیست‌بوم کارآفرینی شهری، رسانه‌های محلی با استفاده از ابزارهای متنوع اطلاع‌رسانی مانند فضای مجازی و مطبوعات، می‌توانند به‌دور از سیاست‌زدگی، حمایت‌های درست اجتماعی لازم را برای استقرار کارآفرینی در شهرها داشته باشند. در این پژوهش لازمه استقرار اقتصاد دانش‌بنیان، ایفای نقش مدیران و کارکنان شهری (تصمیم‌گیری)، شهرداری‌ها و شوراهای اسلامی شهر (قدرت قانونگذاری محلی)، آموزش و پرورش (سرمایه اجتماعی ناب) و سایر عوامل زیست‌بوم کارآفرینی شهری در کنار حمایت همه‌جانبه دولت و تدوین قوانین و مقررات تسهیل‌گرایانه با استفاده از راهبردهای اسناد بالادستی مانند تحقق قانون برنامه ششم توسعه کشور، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، نقشه جامع علمی کشور، و برنامه‌های توسعه شهری، به عنوان عاملی برای ایجاد و تقویت زیست‌بوم کارآفرینی بومی شهرهای ایران است و مشخص می‌کند که مدل مفهومی به‌دست‌آمده نسبت به مدل مفهومی زیست‌بوم کارآفرینی آیزنبرگ (۲۰۱۰) دارای جامعیت بیش‌تری است.

مطابق با نتایج، کارآفرینی شهری در کلان‌شهرهای ایران در سطح مطلوبی نیست. بنابراین، با در نظر گرفتن ابعاد این متغیر پیشنهاد می‌شود اقداماتی برای ارتقای آن صورت گیرد مانند:

۱. ارتقای فرهنگ کارآفرینی و شبکه‌سازی بین نقش‌آفرینان حوزه کارآفرینی؛
۲. مدیریت ریسک در کسب‌وکارهای نوین؛
۳. طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای دانش و مهارت‌های کارآفرینان؛
۴. ایجاد سازوکارهای مناسب برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که زیست‌بوم کارآفرینی از متغیرهای کلیدی موثر بر کارآفرینی شهری است. بنابراین، برای بهبود زیست‌بوم کارآفرینی با در نظر گرفتن نامرغزهای سنجش آن، باید به تقویت نهادهای حمایت‌گر، ارتقای فرهنگ حمایتی، ایجاد مراکز آموزش پشتیبان، تربیت مشاوران حرفه‌ای، و بهبود اقلیم شهری اهتمام ورزید.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شهر خلاق از متغیرهای کلیدی موثر بر کارآفرینی

شهری است. بنابراین، با قرار دادن ابعاد شهر خلاق، مدیران شهری باید اقداماتی را در دستور کار خود قرار دهند مانند ایجاد فضای باز مبادله ایده‌های کارآفرینی، ایجاد محیط فرهنگی مناسب کارآفرینی، ایجاد زیرساخت‌های فناوری، تقویت صنایع خلاق شهری، تدوین مقررات هادی کارآفرینی، پشتیبانی از کارآفرینی در اشکال مختلف آن، تامین دسترسی کارآفرینان به زیرساخت‌های لازم، و بهبود فضای زیست‌پذیری شهری.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که خطامشی شکوفایی شهری تاثیر منفی بر کارآفرینی شهری دارد. این امر گویای آن است که خطامشی‌های تدوین شده از کیفیت لازم برای ارتقای کارآفرینی برخوردار نیستند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود حکمرانان شهری با لحاظ کردن اقدامات لازم به تدوین و اجرای خطامشی‌های مناسب شکوفایی شهری اقدام کنند. این اقدامات می‌تواند شامل خطامشی ارتقای بهره‌وری شهری، خطامشی بهبود زیرساخت‌های کارآفرینی، خطامشی کار شایسته که در برنامه‌های توسعه نیز مورد تاکید قرار گرفته است، خطامشی برابری و انسجام اجتماعی، خطامشی پایداری زیست‌محیطی، و خطامشی بهبود حاکمیت شهری با توجه به ابعاد اثربخشی، پاسخگویی، مشارکت و عدالت.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تراکم شهری و پیچیدگی محیطی در استقرار کارآفرینی شهری در نقش بازدارنده ظاهر می‌شوند. بنابراین، ضروری است اقداماتی مانند تعدیل مناسبات سیاسی تاثیرگذار بر کارآفرینی، تقلیل عوامل بازدارنده اقتصادی، تعدیل عوامل بازدارنده اجتماعی، توزیع مناسب جمعیت شهری، بهبود فضای شهری برای کارآفرینی، و پهنه‌بندی مناسب شهر از سوی خطامشی‌گذاران شهری دنبال شود.

مدل نهایی پژوهش نشانگر آن است که شاخص‌های کارآفرینی در شهرهای بزرگ و کلان ایران دارای قابلیت اندازه‌گیری است، از این رو توصیه می‌شود در خصوص اندازه‌گیری شاخص‌های استقرار کارآفرینی شهری در ایران پژوهش‌های تکمیلی صورت گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که پیچیدگی محیطی و تراکم شهری به ترتیب اثرگذاری متغیرهای کنش‌گری شهری کارآفرینانه و رقابت شهری را بر کارآفرینی شهری تعدیل می‌کنند. این احتمال وجود دارد که اثر تعاملی آن‌ها به نوبه خود توسط متغیرهای دیگری نیز مانند فرهنگ عمومی تعدیل شود (تعادل سهرابه). از این رو، توصیه می‌شود در پژوهش‌های آتی مدلهایی با تعامل‌های سهرابه تدوین شود و مورد آزمون قرار گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که درصد بالایی از تغییرپذیری در متغیر وابسته کارآفرینی شهری توسط متغیرهای مورد مطالعه تبیین می‌شود. از این رو، توصیه می‌شود در پژوهش‌های آتی عوامل موثر احتمالی دیگر مانند درجه توسعه‌یافتگی شهری در مدلسازی مد نظر قرار گیرند.

الف) انگلیسی

- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2005). *Entrepreneurship, Innovation, and Technological Change* (Vol. 2105): Now Publishers Inc.
- Babaei Hezehjan, M., Pirannejad, A., Khodapanah, B., & Sadeghi, J. (2018). Realization Components of Entrepreneurial Urban Governance. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(4), 535-553. <https://dx.doi.org/10.22059/jed.2018.247862.652434>
- Bosma, N., & Sternberg, R. (2014). Entrepreneurship as an Urban Event? Empirical Evidence from European Cities. *Regional Studies*, 48(6), 1016-1033. <https://doi.org/10.1080/00343404.2014.904041>
- Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Memon, M. A., Chuah, F., & Ting, H. (2020). Multigroup Analysis Using SmartPLS: Step-By-Step Guidelines for Business Research. *Asian Journal of Business Research Volume*, 10(3), 1-19.
- Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship. *Organization & Environment*, 28(3), 264-285. <https://doi.org/10.1177/1086026615600883>
- Committee, D. A. C. P. (2012). *Inquiry into Locally Based Approaches to Community Safety and Crime Prevention* (1695-7253). Retrieved from Government Printer for State of Victoria.
- Correia, C. M. (2014). Measuring Creativity in the EU Member States. *Journal of Regional Research*, 1(30), 7-26.
- Davis, D. R., & Dingel, J. I. (2019). A Spatial Knowledge Economy. *American Economic Review*, 109(1), 153-170.
- Durmaz, S. B. (2015). Analyzing the Quality of Place: Creative Clusters in Soho and Beyoğlu. *Journal of Urban Design*, 20(1), 93-124. <https://doi.org/10.1080/13574809.2014.972348>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Glaeser, E. L., Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2010). Urban Economics and Entrepreneurship. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2009.10.005>
- Harvey, D. (1989). From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 71(1), 3-17. <https://doi.org/10.1080/04353684.1989.11879583>

- Harvey, D. (2008). El derecho a la ciudad. *New Left Review*, 53(4), 23-39.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. In *New Challenges to International Marketing*: Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Heron, J. (1992). *Feeling and Personhood: Psychology in Another Key*: Sage Publication.
- Hubbard, P., & Hall, T. (1998). The Entrepreneurial City and the 'New Urban Politics'. *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation*, 1-23.
- Irandoost, K., & Amini, A. (2012). Assessment of the Management Challenges of Towns from the Influential Groups Viewpoint. *Motaleate Shahri*, 1(1), 91-108. http://urbstudies.uok.ac.ir/article_1276.html
- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Jones, S. R. (2007). Supporting Urban Entrepreneurs: Law, Policy, and the Role of Lawyers in Small Business Development. *Western New England Law Review*, 30(1), 71-91.
- Lee, K., Choo, K., & Yoon, M. (2016). Comparing the Productivity Impacts of Knowledge Spillovers from Network and Arm's Length Industries: Findings from Business Groups in Korea. *Industrial and Corporate Change*, 25(3), 407-427. <https://doi.org/10.1093/icc/dtv036>
- Lee, Y. S. (2015). *Entrepreneurship, Small Businesses, and Economic Growth in Cities: An Empirical Analysis*. Center for International Development, Stanford University, Working Paper No. 536.
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2016). The Making of the Urban Entrepreneur. *California Management Review*, 59(1), 71-91. <https://doi.org/10.1177/0008125616683953>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*: 2d Ed: McGraw-Hill.
- Osorio, A. E., & Özkazanç-Pan, B. (2017). Defining the 'Urban' in Urban Entrepreneurship: Implications for Economic Development Policy. Paper Presented at the Academy of Management Proceedings. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2014.12486abstract>
- Qambar Ali, R., Agahi, H., Ali Beygi, A., & Zarafshani, K. (2014). Entrepreneurship Ecosystem Strategy: A New Paradigm of Entrepreneurship Development. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 1(3), 21-38. http://jead.gau.ac.ir/article_2272.html
- Qian, H. (2017). Knowledge Base Differentiation in Urban Systems of Innovation and Entrepreneurship. *Urban Studies*, 54(7), 1655-1672.

<https://doi.org/10.1177/0042098016629314>

- Raposo, M., do Paço, A., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's Profile: A Taxonomy of Attributes and Motivations of University Students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 405-418. <https://doi.org/10.1108/14626000810871763>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Straub, D. W. (2012). Editor's Comments: A Critical Look at the Use of PLS-SEM in "MIS Quarterly". *MIS Quarterly*, 36(1), iii-xiv. <https://doi.org/10.2307/41410402>
- Rizvandi, M., Rahnavaard, F., & Sakhdari, K. (2020). Developing a Framework for Urban Entrepreneurship in Iran. *Innovation Management in Defense Organizations*, 2(4), 135-160. <https://dx.doi.org/10.22034/qjimdo.2020.104244>
- Robinson, J. (2007). Urban Entrepreneurship: Patterns and Policy. *Western New England Law Review*, 30(1), 103-118.
- Schumpeter, J. (1942). Creative Destruction. *Capitalism, Socialism and Democracy*, 825(1), 82-85.
- Shane, S. (2009). Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5>
- Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10-20. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0078>
- Shapiro, S. S., Wilk, M. B., & Chen, H. J. (1968). A Comparative Study of Various Tests for Normality. *Journal of the American Statistical Association*, 63(324), 1343-1372.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (Vol. 6): McGraw-Hill/Irwin New York.
- Toma, S.-G., Grigore, A.-M., & Marinescu, P. (2014). Economic Development and Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8(1), 436-443. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00111-7)
- UN-Habitat (2018). *The City Prosperity Initiative: 2018 Global City Report*. International City Leaders.
- Wong, C. (2015). A Framework for 'City Prosperity Index': Linking Indicators, Analysis and Policy. *Habitat International*, 45(1), 3-9. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2014.06.018>

ب) فارسی

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۷). تعاریف، مفاهیم و الگوها: کارآفرینی. چاپ هشتم، انتشارات جاجرمی.