



Research Institute of
Hawzah and University

Economic Essays

Journal homepage: <https://iee.rihu.ac.ir/>



Original Article

The Impact of Islam on Entrepreneurship Development Considering the Moderating Role of Islamic Banking: A Case Study of the OIC Member Countries

Mohammad Saeid Panahi Boroojerdi¹ , Ahmad Ali Rezaei²

1. Assistant Professor, Faculty of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran (Corresponding author).

ms_panahi@atu.ac.ir

2. PhD student, Islamic Economics, Institute of Higher Education of Islamic Humanities, Al-Mustafa International University, Qom, Iran.

rezai.ahmadali66@gmail.com

Received: 2024/11/02; Accepted: 2025/01/06

Extended Abstract

Introduction: In today's world, entrepreneurship is recognized as a key factor for economic development and job creation in various countries. However, Islamic countries face specific challenges in the field of entrepreneurship. Some researchers argue that Islam may hinder the development of entrepreneurial activities in Muslim societies, especially due to restrictions such as the prohibition of usury (Riba). However, the presence of Islamic banking, as a financial system compliant with Sharia, can provide an alternative financial tool that removes these barriers and creates favorable conditions for entrepreneurship development. Therefore, the main goal of this study is to examine the impact of Islam and the Islamic banking system on entrepreneurial activities in the member countries of the Organization of Islamic Cooperation (OIC). This study investigates whether Islam, as a religion, can hinder entrepreneurship development and how Islamic banking plays a role in enhancing or moderating these effects. The central research question is whether entrepreneurial activities are strengthened in Muslim countries with Islamic banking systems or whether Sharia restrictions still negatively affect them. This study aims to open this discussion and offer recommendations to improve entrepreneurship conditions in Islamic countries.

Methodology: To investigate the impact of Islam on entrepreneurship while considering the moderating role of Islamic banking, the study adopts regression models based on the work of Kamdjo (2024) and Farzanegan & Badrelin (2023):

$$1. \text{Business creation}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Islam}_{it} + \alpha_2 \text{Islamis Banking}_{it} + \beta_1 \text{Controls}_{it} + e_{it}$$

$$2. \text{Business creation}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Islam}_{it} + \alpha_2 \text{Islamis Banking}_{it} + \alpha_4 \text{Islam}_{it} * \text{Islamis Banking}_{it} + \beta_1 \text{Controls}_{it} + e_{it}$$



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Research Institute of
Hawzah and University

Economic Essays

Journal homepage: <https://iee.rihu.ac.ir/>



Original Article

The interaction term ($Islam_{it} * Islamic\ Banking_{it}$) reflects the moderating role of Islamic banking in stimulating business creation through increased financial inclusion for the Muslim population.

Entrepreneurship (Business creation): Number of newly registered businesses per 1,000 people of working age (15-64).

Independent variables:

Islam: A dummy variable that equals 1 if Islam is the official religion of a country and 0 otherwise.

Islamic Banking: The share of Islamic banking assets in total banking assets in the country.

Control variables:

Economic Output (GDP): The log of per capita GDP.

Bank Credit (Credit): Domestic credit provided by banks to the private sector (as a percentage of GDP).

The statistical sample includes 57 OIC member countries, and panel data analysis is performed using EViews software version 13.

Results: The findings for Model 1 show that the Islam variable has a significant negative effect on entrepreneurship by 0.21%. Additionally, economic output and bank credit have positive effects of 1.39% and 0.98%, respectively, on entrepreneurship. Based on these results, in the absence of Islamic banking, the Islam variable does not improve entrepreneurship in Muslim-majority countries.

For Model 2, the results indicate that the Islam and Islamic banking variables alone have negative effects of 0.14% and 0.36%, respectively, on entrepreneurship. However, when Islamic banking is considered alongside Islam, it has a positive and significant effect of 1.25% on entrepreneurship development. In other words, Islam can contribute to entrepreneurship development only when Islamic banking tools are available. Other coefficients show that economic output and bank credit positively impact entrepreneurship by 1.44% and 1.18%, respectively.

Discussion and Conclusion: The results of this study demonstrate that Islam, as the state religion, has a negative relationship with entrepreneurship in countries without Islamic banking. In these countries, Sharia restrictions on financing, such as the prohibition of interest, hinder entrepreneurial activities. However, in countries with Islamic banking, these negative effects are alleviated. The presence of Islamic banks provides a financial environment where entrepreneurs can access financing without facing Sharia-related barriers. The findings also suggest that when Islamic banking is present in countries where Islam is the state religion, positive impacts on entrepreneurship are observed. This indicates that the lack of Islamic financial systems, not Islam itself, hinders entrepreneurship. Strengthening and developing Islamic banks in Islamic countries could enhance entrepreneurship and economic development. These findings emphasize the importance of Islamic banking in promoting entrepreneurship and suggest that alongside fostering religious adherence, tools such as Islamic banking should be developed to fully leverage the positive effects of Islam on entrepreneurship.

Acknowledgements: The authors would like to express their gratitude to all individuals involved in the evaluation, review, and acceptance of the paper.

Conflict of Interests: The authors declare no conflict of interest related to the content of this paper.

JEL classification: G30, G21.

Keywords: Islam, Entrepreneurship, Islamic Banking, OIC, Banking System, Economic Development.

Cite this article: Mohammad Saeed Panahi Boroujerdi & Ahmad Ali Rezaei. (2024), "The Impact of Islam on Entrepreneurship Development Considering the Moderating Role of Islamic Banking: A Case Study of the OIC Member Countries", Economic Essays, 21(44): 83-104.



تأثیر دین اسلام بر توسعه کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده بانکداری اسلامی مطالعه موردی کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی OIC

محمدسعید پناهی^۱، احمدعلی رضایی^۲

۱. استادیار دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

panahi@atu.ac.ir

۲. دانش‌پژوه مقطع دکتری اقتصاد اسلامی، موسسه آموزش عالی علوم انسانی اسلامی، دانشگاه بین‌المللی المصطفی، قم، ایران.

rezai.ahmadali66@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۷

چکیده گسترده

مقدمه: در دنیای امروز، کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل کلیدی توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال در کشورهای مختلف شناخته می‌شود. در این میان، کشورهای اسلامی با چالش‌های خاص خود در زمینه کارآفرینی مواجه هستند. برخی از پژوهشگران استدلال می‌کنند که دین اسلام می‌تواند مانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در جوامع مسلمان باشد. این نگرش به‌ویژه زمانی مطرح می‌شود که محدودیت‌هایی همچون منع قرض با بهره (ربا) در اسلام وجود دارد. با وجود این، حضور بانکداری اسلامی به عنوان یک سیستم مالی مطابق با شریعت، می‌تواند به عنوان یک ابزار مالی جایگزین، این موانع را برطرف کرده و شرایط مناسبی را برای توسعه کارآفرینی فراهم کند. بر همین اساس، هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر دین اسلام و نظام بانکداری اسلامی بر فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) است. در این تحقیق، به بررسی این موضوع پرداخته می‌شود که آیا اسلام به عنوان یک دین می‌تواند مانع توسعه کارآفرینی شود یا خیر و اینکه نقش بانکداری اسلامی در تقویت یا تعدیل این اثرات چیست. سؤال اصلی تحقیق این است که آیا در کشورهای مسلمان با سیستم بانکداری اسلامی، فعالیت‌های کارآفرینانه تقویت می‌شود یا اینکه محدودیت‌های شرعی همچنان تأثیر منفی دارند. این مطالعه با هدف گشودن این بحث و ارائه توصیه‌هایی برای بهبود شرایط کارآفرینی در کشورهای اسلامی انجام شده است.

روش: به منظور بررسی تأثیر دین اسلام بر کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده بانکداری اسلامی بر این رابطه، به تبعیت از کامدجو^۱ (۲۰۲۴) و فرزندگان و بادرلین^۲ (۲۰۲۳) از برآورد مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$Business\ creation_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Islam_{it} + \alpha_2 Islamis\ Banking_{it} + \beta_1 Controls_{it} + e_{it}$$

(مدل اول)

$$Business\ creation_{it}$$

$$= \alpha_0 + \alpha_1 Islam_{it} + \alpha_2 Islamis\ Banking_{it} + \alpha_4 Islam_{it} * Islamis\ Banking_{it} + \beta_1 Controls_{it} + e_{it}$$

(مدل دوم)

عبارت تعاملی ($Islam_{it} * Islamis\ Banking_{it}$): نقش تعدیل‌کننده نظام بانکداری اسلامی در تحریک ایجاد کسب‌وکار از طریق افزایش شمول مالی جمعیت مذهبی مسلمان؛

کارآفرینی ($Business\ creation$): تعداد مشاغل تازه ثبت‌شده به‌ازای هر ۱۰۰۰ نفر در سن کار (۱۵-۶۴)؛





Research Institute of
Hawzah and University

جستارهای اقتصادی

Journal homepage: <https://iee.rihu.ac.ir/>



نوع مقاله: پژوهشی

متغیرهای مستقل

اسلام (*Islam*): متغیر مجازی که اگر اسلام دین رسمی یک کشور باشد، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ است؛ بانکداری اسلامی (*Islamic Banking*): سهم بخش بانکداری اسلامی از کل دارایی‌های بانکی کشور؛

متغیرهای کنترل

سطح تولیدات اقتصادی (GDP): لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه؛

اعتبارات بانکی (Credit): اعتبار داخلی پرداخت شده توسط بانک‌ها به بخش خصوصی (به‌عنوان درصد تولید ناخالص داخلی)؛

نمونه آماری تحقیق شامل ۵۷ کشور عضو سازمان همکاری‌های اسلامی (OIC) است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش پانل دیتا (Panel data) استفاده می‌شود. تمامی تجزیه و تحلیل‌ها با کمک نرم‌افزار ایویوز نسخه ۱۳ انجام می‌گیرد.

نتایج: یافته‌های تحقیق برای مدل اول نشان می‌دهد که متغیر دین اسلام به میزان ۰/۲۱ درصد، اثرگذاری منفی و معنادار بر متغیر کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی داشته است. همچنین مشاهده می‌شود که متغیرهای تولیدات اقتصادی و اعتبارات بانکی اثرگذاری مثبت به میزان ۱/۳۹ و ۰/۹۸ درصد بر متغیر کارآفرینی داشته است. بر همین اساس نتیجه می‌شود در غیاب بانکداری اسلامی، متغیر دین اسلام نمی‌تواند به بهبود وضعیت کارآفرینی در کشورهای با جمعیت مسلمان منجر شود.

دیگر یافته‌ها برای مدل دوم نشان می‌دهد که متغیر دین اسلام و بانکداری اسلامی به‌تنهایی به میزان ۰/۱۴ و ۰/۳۶ درصد اثرگذاری منفی بر متغیر کارآفرینی خواهند داشت؛ ولی زمانی که متغیر بانکداری اسلامی به‌صورت هم‌زمان با دین اسلام در نظر گرفته می‌شود، می‌تواند به میزان ۱/۲۵ درصد اثرگذاری مثبت و معنادار بر توسعه کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی داشته است. به‌دیگر سخن، دین اسلام و وجود آن در یک کشور، زمانی می‌تواند توسعه کارآفرینی را در پی داشته باشد که ابزارهای آن از جمله بانک‌های اسلامی نیز وجود داشته باشند. دیگر ضرایب نیز نشان می‌دهد که متغیرهای تولیدات اقتصادی و اعتبارات بانکی اثرگذاری مثبت به میزان ۱/۴۴ و ۱/۱۸ درصد بر متغیر کارآفرینی داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که اسلام به‌عنوان دین دولتی، در کشورهایی که بانکداری اسلامی وجود ندارد، رابطه منفی با کارآفرینی دارد. در این کشورها، محدودیت‌های شرعی در زمینه تأمین مالی، مانند ممنوعیت بهره، بر فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر منفی می‌گذارد؛ اما در کشورهایی که بانکداری اسلامی وجود دارد، این اثرات منفی از بین می‌رود. استفاده از بانک‌های اسلامی در این کشورها، کارآفرینان را در جایگاهی مشابه با کارآفرینان در سیستم‌های غیراسلامی قرار می‌دهد و امکان تأمین مالی بدون موانع شرعی را فراهم می‌کند. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در کشورهایی که بانکداری اسلامی در سیستم مالی آنها حضور دارد و اسلام به‌عنوان دین دولتی است، تأثیرات مثبتی بر توسعه کارآفرینی مشاهده می‌شود. این نشان می‌دهد که نقص در سیستم‌های مالی اسلامی، و نه خود دین اسلام، مانع کارآفرینی است. بنابراین، تقویت و توسعه بانک‌های اسلامی در کشورهای اسلامی می‌تواند به تقویت کارآفرینی و توسعه اقتصادی در این کشورها کمک کند. همچنین این یافته‌ها بر لزوم توجه به بانکداری اسلامی در کنار دیگر ابزارهای مالی تأکید دارد تا بتوان از اثرات مثبت دین اسلام در توسعه کارآفرینی بهره برد. براساس یافته‌های تحقیق که نشان داد دین اسلام در صورت وجود بانک‌های اسلامی می‌تواند اثرات مثبت بر توسعه کارآفرینی داشته باشد، پیشنهاد می‌شود که اولاً، سعی شود در کشورهای اسلامی، موضوع کارآفرینی و توجه به آن در اولویت قرار داشته باشد تا از این طریق کشورهای اسلامی در زمینه نوآوری و کارآفرینی تقویت شود و ثانیاً پیشنهاد می‌شود در کنار توجه به بحث دین‌داری در این کشورها، ابزارهای دیگر همانند بانک‌های اسلامی نیز تقویت و توسعه یابد تا بتوان از اثرات همه‌جانبه دین اسلام در زمینه تقویت و توسعه کارآفرینی بهره جست.

تقدیر و تشکر: از تمامی افرادی که در فرایند ارزیابی، داوری و پذیرش مقاله نقش داشته‌اند سپاسگزار می‌شود.

تعارض منافع: نویسندگان هیچ‌گونه تضاد منافی برای اعلام مرتبط با محتوای مقاله ندارند.

واژگان کلیدی: دین اسلام، کارآفرینی، بانکداری اسلامی، سازمان همکاری اسلامی، نظام بانکداری، توسعه اقتصادی.

استناد: محمدسعید پناهی بروجردی، احمدعلی رضایی (۱۴۰۳)، «تأثیر دین اسلام بر توسعه کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده بانکداری

اسلامی؛ مطالعه موردی کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی OIC»، *مجله جستارهای اقتصادی*، ۲۱(۴۴): ۸۳-۱۰۴.

۱. مقدمه

امروزه ترکیب مذهبی یکی از ویژگی‌های اساسی چشم‌انداز اجتماعی و اقتصادی هر ملتی است. در واقع، دین بر باورها و ویژگی‌های فردی، هنجارها و ارزش‌های فرهنگی، گروه‌ها و سازمان‌های اجتماعی و قدرت سیاسی و نظامی تأثیر می‌گذارد (بیکر و همکاران، ۲۰۲۱^۱، ص ۵۹۵) یا حتی به نوبه خود بر امور داخلی مختلف مانند ثبات سیاسی (ایوب و لوسر، ۲۰۲۰^۲، ص ۸۵)، رشد اقتصادی (بارو و مک‌کلری، ۲۰۰۳^۳، ص ۸۸) و کارآفرینی (آدرستچ و همکاران، ۲۰۱۳^۴، ص ۱۴؛ ایوب و سید، ۲۰۲۰^۵، ص ۶۴۰؛ هنلی، ۲۰۱۷^۶، ص ۶۱۲؛ زلخا و همکاران، ۲۰۲۴^۷، ص ۷۵۲) تأثیر می‌گذارد. در این رابطه، اگرچه در تحقیقات مرتبط با کارآفرینی، مفهوم دین معرفی شده است، اما تأثیر آن به عنوان معیار بافت اجتماعی نسبتاً کمتر از سایر متغیرها مانند فرهنگ ملی مطالعه شده است (پاروتاه و همکاران، ۲۰۲۳^۸، ص ۴۵۵). تصور می‌شود که این به دلیل آن است که مذهب به عنوان یک موضوع تحقیقاتی اغلب به عنوان موضوعی جدا از فعالیت‌های تجاری دیده می‌شود یا به سادگی موضوعی بسیار حساس است که نمی‌توان در مورد آن صحبت کرد (تریسی، ۲۰۲۲^۹، ص ۱۰۹).

در به چالش کشیدن این رویکرد کلی، این مطالعه به دلایلی بر روی یک دین واحد یعنی اسلام تمرکز دارد. اولاً، اسلام با بیش از ۱/۶ میلیارد پیرو در سراسر جهان، دومین دین بزرگ جهان پس از مسیحیت است (ایوب و سید، ۲۰۲۰، ص ۶۴۲).

افزون بر این، برخلاف مسیحیت، اسلام یکدست‌ترین دین است و ۹۰ درصد مؤمنان از فرقه سنی هستند. این نشان می‌دهد که آموزه‌های اسلامی در مورد کارآفرینی تقریباً در تمام جوامع مسلمان در سراسر جهان سازگار است؛ دوم، کارهای موجود در مورد دین عمدتاً مسیحیت غربی را بررسی کرده است (ندوف و همکاران، ۲۰۲۴^{۱۰}، ص ۸۲)؛ در حالی که مطالعات در مورد سایر ادیان یا بخش‌هایی از جهان محدودتر است. این یک مسیر نسبتاً متمایز برای تحقیق فراهم می‌کند (استوریکا، ۲۰۲۰^{۱۱}، ص ۱۵)؛ سوم، به خوبی مستند شده است که اسلام انواع خاصی از رفتارهای کارآفرینانه را تشویق یا منع می‌کند (فرزانگان و بالدوین، ۲۰۲۲^{۱۲}، ص ۴۴).

از سوی دیگر، دلیل بررسی کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) و نقشی که به ویژه بانک‌های اسلامی می‌توانند ایفا کنند، در بردارنده این تأملات است که اول، در میان اشکال جایگزین تأمین مالی، بانکداری اسلامی در چهار سال گذشته حدود ۹ درصد رشد داشته است (IFSB, 2021). یکی از تفاوت‌های کلیدی بین بانک‌های اسلامی و بانک‌های متعارف، ممنوعیت وام‌دهی مبتنی بر بهره است، در عوض ارائه محصولات تأمین مالی که ریسک و سود را بین کارآفرین و سرمایه‌دار تقسیم می‌کنند (علی و همکاران، ۲۰۲۴^{۱۳}، ص ۱۷)؛ دوم، سازمان همکاری اسلامی، که دومین سازمان بزرگ بین دولتی پس از سازمان ملل است، به خوبی نماینده مسلمانان در سراسر جهان است و هدف آن حفظ و حراست از منافع آنها است؛ سوم، در مقایسه با کشورهای در حال توسعه غیر OIC، کشورهای عضو OIC به طور کلی از سال ۲۰۱۰ با بیکاری بالا و فزاینده، به ویژه در بین جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله مواجه شده‌اند (کالابرس، ۲۰۲۱^{۱۴}، ص ۲۰۴۴). افزون بر این، طبق داده‌های بانک جهانی در مورد کارآفرینی، کشورهای OIC نرخ فعالیت کارآفرینی را بسیار کمتر از میانگین جهانی (۳/۷۶) در دوره ۲۰۱۰-۲۰۲۳ با تراکم ایجاد کسب‌وکار در حدود ۱/۶ ثبت کردند (گزارش بانک جهانی، ۲۰۲۳^{۱۵}، ص ۳۴۰).

1. Becker SO, Rubin J, Woessmann L
2. Ayoob M, Lussier DN
3. Barro R, McCleary R.
4. Audretsch DB, Boente W, Tamvada JP
5. Ayob AH, Saiyed AA
6. Henley A
7. Zelekha Y, Avnimelech G, Sharabi E.
8. Parboteeah K, Walter SG, Block JH
9. Tracey P.
10. Ndeffo NL, Mvogo II, ODF & Tchhoffo TG
11. Stoica O, Roman A, Rusu VD
12. Farzanegan MR, Badreldin AM
13. Ali SN, Oseni SN, Nisar S.
14. Calabrese R, Girardone C, Sclip
15. World Bank Entrepreneurship survey (WBS).

سطح پایین فعالیت کارآفرینی در این کشورهای عمدتاً اسلامی توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران کارآفرینی را به خود جلب کرده است. تعدادی از مطالعات نشان می‌دهند که دلیل اصلی پایین بودن نرخ تشکیل مشاغل خصوصی جدید این است که اسلام از کارآفرینی جلوگیری می‌کند (لدهام و موسوی، ۲۰۲۳^۱، ص ۳۱). با توجه به مطالعه یونس و همکاران^۲ (۲۰۲۲)، از آنجایی که کشورهای مسلمان به‌ویژه با تحمل ریسک پایین در تجارت مشخص می‌شوند، این یک عامل مرتبط در توضیح سطوح پایین‌تر کارآفرینی در این کشورها است. بی‌اعتمادی به علم، محافظه‌کاری و سنت‌گرایی، که با جوامع اسلامی نیز مرتبط است، نیز تمایل دارد که از نوآوری و کارآفرینی جلوگیری کند. همچنین، آنها بیان می‌کنند که سازگاری و بی‌تحرکی جوامع عربی، با تأثیر بر اقلیت‌ها و خارجی‌ها از طریق سازگاری اجتماعی آنها، مشارکت آنها را در فعالیت‌های کارآفرینی محدود می‌کند. افزون‌براین، تفاسیر مختلف از قوانین اسلامی (شریعت) به‌ویژه در رابطه با ممنوعیت‌ها، به‌عنوان یکی دیگر از موانع احتمالی بر سر راه ارتقای کارآفرینی اسلامی ذکر شده است (گیول، ۲۰۲۰^۳، ص ۷۱).

در نتیجه این استدلال مطرح شده است که «اسلام مانعی در راه سعادت انسان و تحقق آرمان‌ها است». با وجود این، به‌استثنای فرزندگان و بالدوین (۲۰۲۲) و زلخا و همکاران (۲۰۲۴) که تأیید می‌کنند واقعاً تأثیر منفی اسلام بر کارآفرینی وجود دارد، هنوز شواهد تجربی برای تأیید ادعاهای یادشده وجود دارد. افزون‌براین، سطح پایین و ناهمگونی کارآفرینی مشاهده شده در کشورهای OIC مستلزم بررسی بیشتر برای ارزیابی اینکه آیا اسلام مانع کارآفرینی در این کشورها می‌شود و آیا حضور مؤسسات بانکداری اسلامی در این کشورها چنین پیوندی را تعدیل می‌کند یا خیر. بنابراین، این پژوهش با تمرکز بر کشورهای عضو OIC، به بررسی مجدد این فرضیه مبنی بر وجود رابطه منفی بین اسلام و کارآفرینی و تأثیر تعدیل‌کننده سیستم بانکداری اسلامی بر این رابطه پرداخته است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. تأثیر دین اسلام بر کارآفرینی

تحقیقات در مورد نقش دین در کارآفرینی بسیار اندک است؛ در حالی که فعالیت‌های کارآفرینانه از جمله از جنبه‌های اقتصادی (کاسون، ۲۰۱۳، ص ۳۴۱)، نهادی (باتیلانا، لیکا و بوکسن‌باوم، ۲۰۱۹^۵، ص ۹۵)، سیاسی (اشنایدر و تسکه، ۲۰۰۲^۶، ص ۷۳۹)، روان‌شناختی (بگلی و بوید، ۲۰۰۷^۷، ص ۸۵) و اجتماعی (شاپرو و سوکول، ۲۰۱۲^۸، ص ۱۵) مورد تحقیق قرار گرفته‌اند، دین تا حد زیادی با استثنای بسیار کمی نادیده گرفته شده است (دانا، ۲۰۲۰^۹، ص ۲۵۵). هابرماس^{۱۰} (۲۰۲۱) استدلال می‌کند که ما در یک جامعه پساسکولار هستیم. برخلاف درک متعارف مدرنیته به‌عنوان یک مکتب سکولار، دین همچنان نقش عمده‌ای در جامعه دارد. ما نمی‌توانیم دین را از تحقیقات خود در جهت تحلیل علم اجتماعی سکولار حذف کنیم؛ در حالی که امور اجتماعی یک پدیده سکولار نیست. مطالعه علم به‌عنوان یک فعالیت اجتماعی از طریق جامعه‌شناسی دانش علمی، علم را در یک قلمرو جامعه‌شناختی قرار می‌دهد. تحقیقات مرتبط با علم یک فعالیت اجتماعی است که توسط، در باره و برای مردم انجام می‌شود.

در سال‌های اخیر کنفرانس‌های مختلفی مانند مجمع جهانی اقتصاد اسلامی یا اجلاس جهانی اقتصاد اسلامی بر تلاقی اسلام و اقتصاد متمرکز شده و در نتیجه آگاهی‌ها را افزایش داده است. بازار مشتریان مسلمان در حال افزایش است و کارآفرینان در حال توسعه محصولات (جدید) برای پاسخگویی به تقاضا هستند. با توجه به این روندها، تأمل در تعامل بین اسلام و کارآفرینی به‌طور ویژه اهمیت پیدا می‌کند

1. Ledhem MA, Moussaoui W

2. Younis H, Dimitratos P, Elbanna S

3. Ghoul, WA

4. Casson

5. Battilana, Leca & Boxenbaum

6. Schneider and Teske

7. Begley & Boyd

8. Shapero and Sokol

9. Dana

10. Habermas

(عبدالرحمن و همکاران، ۲۰۱۷^۱، ص ۴۴).

نقش اسلام در کارآفرینی مبتنی بر پیوند متقابل بین منابع متنی و محیط زمینه‌ای است. در سطح خرد، کارآفرینی فردی ممکن است با انگیزه مذهب برانگیخته شود. برای چنین کارآفرینی، موفقیت صرفاً با پاداش مادی تعریف نمی‌شود، اگرچه موفقیت تجاری جزء جدایی‌ناپذیر کار است، بلکه یک دستاورد اجتماعی - اقتصادی و متافیزیکی است - که هم در دنیا و هم در آخرت نصیب وی می‌شود. این دستاورد گاه فلاح^۲ نامیده می‌شود که دلالت بر وضعیت رفاه مادی و معنوی دارد (آدرتش و بونته، ۲۰۱۷^۳، ص ۷۷۶).

فرد کارآفرین نه تنها تحت تأثیر قرار دادن کار در زندگی مذهبی خود از جمله نماز و روزه است، بلکه در انواع فعالیت‌ها نیز تأثیر می‌گذارد. جهان‌بینی او ممکن است مفاهیم اساسی مانند درک متفاوت از ریسک را با ساختار پاداش سه‌گانه از دستاوردهای مادی، اجتماعی - اقتصادی و معنوی تغییر دهد. اقدامات براساس ملاحظات اجتماعی - اقتصادی به جامعه گسترده‌تر و ملاحظات اخلاقی در رابطه کارفرما - کارمند و تعامل با شرکای تجاری شکل می‌گیرد. قرآن می‌فرماید: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اموال خود را در میان خود به ناحق نخورید. اما با رضایت طرفین تجارت کنید...» (نساء، ۲۹).

در این بین، جنبه مالی کسب‌وکار برای کارآفرینی بسیار مرتبط است. اسلام در تأمین مالی و سرمایه‌گذاری یک فعالیت تجاری منع خاصی را تعیین کرده و بیان داشته است که ربا، یعنی گرفتن ربا، حرام است. همچنین اسلام برخی مشارکت‌های مالی (کارآفرینانه) مانند مضاربه و مشارکه را تشویق می‌کند. در شراکت مضاربه، یک طرف، رب‌المال، سرمایه را تأمین می‌کند و طرف دیگر، مضارب؛ کار کارآفرینی را تأمین می‌کنند و برخی نیز در بخش مدیریت شرکت می‌کنند. زیان مالی به نسبت مشارکت‌های مالی توسط تأمین‌کننده سرمایه متحمل می‌شود؛ درحالی‌که کارآفرین درعمل، زمان و تلاش سرمایه‌گذاری شده در پروژه را از دست می‌دهد. سود براساس نسبت‌های ازپیش توافق‌شده تقسیم می‌شود (آرمنداریز و همکاران، ۲۰۱۵^۴، ص ۱۴؛ کاول، ۲۰۲۰^۵، ص ۶۶).

در سطح کلان اسلام بر نهادهای مختلفی مانند دولت و بازار تأثیر می‌گذارد. نقش‌های خاص این مؤسسات از منظر اسلامی موضوع بحث‌های دانشگاهی با سابقه طولانی مشارکت علمی است (الاشکر و ویلسون، ۲۰۲۴^۶، ص ۲۲۵). اندیشه اقتصادی اسلامی در ۱۴۰۰ سال اخیر طی مراحل یا امواج مختلف توسط دانشمندانی چون ابویوسف^۷، ماوردی^۸، غزالی^۹، ابن تیمیه^{۱۰}، ابن خلدون^{۱۱}، محمد باقر صدر^{۱۲}، چپرا^{۱۳} و صدیقی^{۱۴} توسعه یافته است. اسلام رهنمودهای گسترده‌ای را برای یک نظام اقتصادی و چارچوب تنظیمی از طریق ایجاد بازرسی که بر بازار نظارت دارد، و نیز پیامدهای قانونی و اخلاقی خاصی مانند مقررات ارث یا رفاه ارائه می‌دهد. اقتصاد اسلامی بالقوه «در چارچوب پارامترهای نظام اخلاقی خود تعریف می‌شود». بنابراین، دولت و بازار اکوسیستم نهادی کارآفرینی را شکل می‌دهند (گومسای، ۲۰۲۳^{۱۵}، ص ۳۹).

براساس مطالب بیان‌شده می‌توان مشاهده نمود که اسلام خود را یک «دین کارآفرینانه» معرفی می‌کند (کاید و حسن، ۲۰۲۰^{۱۶}).

1. Abdul Rahman et al

2. falah

3. Audretsch and Bönte

4. Armendariz de Aghion & Morduch

5. Khavul

6. El-Ashker and Wilson

7. Abu-Yusuf

8. Mawardi

9. Ghazali

10. Ibn Taimiyyah

11. Ibn Khaldun

12. Muhammad Baqir Al-Sadr

13. Chapra

14. Siddiqi

15. Ali Aslan Gümüşay

16. Kayed and Hassan

ص ۷۵)، به این معنا که فعالیت کارآفرینی، یعنی فرصت‌یابی، ریسک‌پذیری و نوآوری را قادر می‌سازد و تشویق می‌کند. هم قرآن و هم سنت بر تلاش در این دنیا تأکید دارند. در آیه ۷۷ سوره قصص می‌فرماید: «و سرای آخرت را در آنچه خدا به شما داده است بجوید و نصیب خود را فراموش مکن و همان‌گونه که خداوند به شما مهربانی کرده است، و به دنبال فساد نباشید در زمین؛ زیرا خداوند مفسدان را دوست ندارد.» پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند: برای دنیایت چنان کار کن که گویا جاودانه می‌مانی، ولی برای آخرت چنان کار کن که گویی فردا خواهی مرد. در کلامی از پیامبر که عملاً کارآفرینی و کار پایدار را تأیید می‌کند، توصیه می‌کند: «حتی وقتی قیامت نزدیک می‌شود، اگر گیاهی در دست داشت، سریعاً آن را بکارد».

۲-۲. نقش تعدیل‌کننده بانکداری اسلامی بر رابطه بین دین اسلام و کارآفرینی

تا به امروز، دیدگاه‌های نظری و شواهد تجربی که مستقیماً به تأثیر دین بر کارآفرینی می‌پردازند، هنوز در مراحل ابتدایی خود هستند. به‌طور خاص، ادبیات تجربی کمی وجود دارد که تأثیر اسلام را به‌عنوان یک دین بر کارآفرینی آزمایش کند، و بحث‌های کیفی در مورد اینکه آیا آن را دل‌سرد می‌کند (لوئیس،^۱ ۲۰۲۲، ص ۵۷) یا تأثیر منفی بر کارآفرینی و توسعه اقتصادی دارد، مطرح نشده است. باوجوداین، این استدلال‌های فرضی مبنی بر اینکه اسلام مانعی برای تجارت، رقابت و توسعه اقتصادی است، با منابعی مانند علی و همکاران^۲ (۲۰۲۴) و اقبال^۳ (۲۰۰۷) در تضاد است.

زلخا و همکاران (۲۰۲۴) سعی کرده‌اند این فرضیه را به‌صورت تجربی آزمایش کنند و شواهدی بیابند مبنی بر اینکه اسلام به‌عنوان یک دین (که با حضور اکثریت جمعیت مسلمان سنجیده می‌شود) کمترین سهم مثبت را در کارآفرینی دارد (اندازه‌گیری شده با تعداد کارآفرینان به‌عنوان نسبتی از جمعیت). به‌طور مشابه، فرزنگان و بالدوین (۲۰۲۲) دریافتند که اسلام تأثیر منفی بر کارآفرینی در کشورهای مسلمان دارد. باوجوداین، این نویسندگان استدلال می‌کنند که تأثیر منفی اسلام مشروط به وجود محصولات مالی منطبق با شرع توسط بانک‌های اسلامی است. این محدودیت مطالعه صورت‌گرفته توسط زلخا و همکاران (۲۰۲۴) است که وجود خدمات بانکداری مذهبی اختصاصی را در تحلیل خود در نظر نمی‌گیرند. باوجوداین، به‌خوبی شناخته شده است که دسترسی به منابع مالی یکی از عوامل اصلی مؤثر بر تراکم ایجاد کسب‌وکار جدید یا همان کارآفرینی است (ماتو،^۴ ۲۰۲۰، ص ۱۲۵).

در مطالعه کشورهای اتحادیه اروپا، کالابرس و همکاران^۵ (۲۰۲۱) اشاره کردند که ابزارهای تأمین مالی بانکی مرتبط‌ترین شکل تأمین مالی برای شرکت‌ها هستند. همچنین، کاسمانو^۶ (۲۰۱۵) این نتیجه را برای نمونه بزرگ‌تری از کارآفرینان تأیید می‌کند؛ با این استدلال که کارآفرینان تأمین مالی سهام را برای اجتناب از پرداخت بهره اجباری در مراحل اولیه توسعه ترجیح می‌دهند. باوجود ترجیح کارآفرینان برای سرمایه‌گذاری در سهام، محصولات بانکی منبع اصلی تأمین مالی برای کسب‌وکارهای رسمی جدید باقی مانده است. با توجه به این ترجیح کارآفرینی برای تأمین مالی سهام، راتن و همکاران^۷ (۲۰۱۷) استدلال می‌کنند که تمرکز بر اشکال تأمین مالی مانند مضاربه و مشارکت باید کارآفرینی را در کشورهای دارای بانکداری اسلامی تشویق کند.

افزون‌براین، پاتل^۸ (۲۰۱۴) استفاده از سایر اشکال مالی اسلامی مانند صکوک را برای ترویج کارآفرینی و تأمین مالی مشاغل خصوصی جدید پیشنهاد می‌کند. این قراردادها بسیار شبیه به سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر هستند و بر فعالیت‌های واقعی و ملموس اقتصادی تمرکز دارند. بنابراین، تأثیر آنها بر کارآفرینی در اقتصادهایی می‌تواند قابل توجه تلقی شود که دارای بانک‌های اسلامی فعال هستند. افزون‌براین، در

1. Lewis, B.

2. Ali SN, Oseni SN, Nisar S.

3. Iqbal, Z.

4. Motta, V.

5. Calabrese, R, Girardone, C, Sclip, A.

6. Cusmano, L.

7. Ratten V, Rammal, H. & Ramadani, V.

8. Patel, A.

یکی از آثار عمده در زمینه مالی اسلامی، اقبال^۱ (۲۰۰۷) توضیح می‌دهد که سیستم (مالی اسلامی) به اشتراک‌گذاری ریسک، ترویج کارآفرینی، جلوگیری از رفتار سوداگرانه و تأکید بر حرمت قراردادها را تشویق می‌کند.

همچنین، علی و همکاران^۲ (۲۰۲۴) استدلال می‌کنند که اگر ریسک مالی منحصراً توسط کارآفرین متحمل نشود و با سرمایه‌دار تقسیم شود، می‌توان فرض کرد که تلاش کارآفرینانه افزایش می‌یابد. این استدلال‌ها بیشتر در مقاله بحث صندوق بین‌المللی پول برجسته شده‌اند که سیستم مالی اسلامی می‌تواند از شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) به دلیل تمرکز بر تأمین مالی با پشتوانه دارایی و عملکرد اشتراک ریسک آن حمایت کند. با وجود این، ادبیات تجربی در مورد تأثیر بانکداری اسلامی بر کارآفرینی و ایجاد مشاغل خصوصی هنوز محدود است. معدود مطالعات مرتبط عمده‌تاً بر روی مالزی تمرکز دارند و به صورت کیفی به این موضوع می‌پردازند. باراجس و همکاران^۳ (۲۰۱۵) به طور تجربی نشان می‌دهد که برای کشورهای مسلمان، شمول مالی با حضور بانک‌های اسلامی بهبود می‌یابد؛ اما تأثیر آن قوی نیست.

به طور مشابه، مطالعه تجربه توسعه مالزی نشان می‌دهد که سیاست‌های دولت مالزی از تأمین مالی اسلامی برای افزایش شمول مالی و تأمین مالی برای SMEها حمایت کرده است. آوانگ و همکاران^۴ (۲۰۱۶) پرسش‌نامه‌هایی را بین ۲۰۰ شرکت کوچک و متوسط فعال در مالزی توزیع کردند تا سطح پذیرش تأمین مالی اسلامی را تعیین و تأکید کنند که تأمین مالی اسلامی نه تنها به دلیل ماهیت اشتراک ریسک، ایجاد کسب‌وکار را تشویق می‌کند، بلکه به کسانی درگیر اشکال مالی مطابق با شریعت هستند، اجازه تأمین مالی را می‌دهد. این یافته توسط کاید و حسن^۵ (۲۰۱۴) نیز تأیید می‌شود که اشاره می‌کنند که اکثریت کارآفرینان مسلمان بالقوه با بانک‌های تجاری متعارف براساس ضوابط دین معامله نمی‌کنند؛ زیرا آنها را مؤسسه‌های غیراخلاقی می‌دانند. در عوض، مطالعه دیگری نشان می‌دهد که بانک‌های اسلامی به دلیل رعایت الزامات شرعی، قراردادهای گران‌تری نسبت به بانک‌های معمولی ارائه می‌کنند (دی مائورو و همکاران^۶، ۲۰۲۳، ص ۷۳).

تا کر و همکاران^۷ (۲۰۲۰) یک نظرسنجی از محصولات مالی اسلامی موجود انجام داده و پیشنهاد می‌دهند که ممکن است توسط SMEها در اندونزی و مالزی بهترین استفاده را داشته باشد. آنها دریافتند که SMEها در اندونزی به ندرت از اشکال اسلامی تأمین مالی استفاده می‌کنند؛ در حالی که آنهایی که در مالزی هستند به طور فزاینده‌ای از آنها آگاه هستند و بیشتر از آنها استفاده می‌کنند. کارالان و همکاران^۸ (۲۰۲۱) از یک آزمایش بازاریابی تصادفی برای تخمین اثر ویژگی‌های وام مطابق با شریعت بر تقاضای اعتبار در یک کشور با اکثریت مسلمان (اردن) استفاده کردند. آنها دریافتند که پیروی از شریعت تقاضا برای اعتبار را از ۱۸ درصد به ۲۲ درصد افزایش می‌دهد، که افزایش تقاضا معادل کاهش ۱۰ درصدی در نرخ بهره است.

با وجود این، لدهام و معصومی (۲۰۲۳) یکی از معدود مطالعاتی است که از داده‌های اقتصاد کلان مالزی برای بررسی تأثیر تأمین مالی اسلامی کارآفرینی بر رشد اقتصادی استفاده می‌کند. متأسفانه، این نویسندگان در واقع به تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی علاقه‌مند هستند، نه اینکه آیا تأمین مالی اسلامی بر خود کارآفرینی تأثیر می‌گذارد یا خیر. با توجه به استدلال‌های نظری موجود در ادبیات یادشده و همچنین شواهد تجربی موجود، مناسب است فرضیه تحقیق به صورت زیر مطرح می‌باشد:

فرضیه تحقیق: اسلام به‌عنوان یک دین - با وجود نظام بانکداری اسلامی - فعالیت‌های کارآفرینی را در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی تقویت می‌کند.

1. Iqbal

2. Ali SN, Oseni SN, Nisar S

3. Barajas, A., Ben Naceur, S., Massara, A.

4. Awang MD, Noor MNAM, Muhammad, J., Abdullah, A., Rahman, S., Yahya, MH.

5. Kayed RN, Hassan MK

6. Di Mauro, Caristi, F., Couderc, PS et al.

7. Thaker, M., Thaker, H., Pitchay, A., Amin, M., Khaliq, A.

8. Karlan, D., Osman, A., Shammout, N.

۲-۳. پیشینه پژوهش

در رابطه با با تحقیقاتی که به بررسی ارتباط مفهوم دین، کارآفرینی و بانکداری اسلامی پرداخته‌اند می‌توان به این مطالعات اشاره کرد. در تحقیقات داخلی، صادقی و نوروزی فخشامی (۱۴۰۳) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر مذهب و اخلاق بر اقدامات کارآفرینی پرداخته‌اند. آنها بیان به تحلیل نقش این عوامل در تصمیم‌گیری‌ها، رهبری و موفقیت کارآفرینان پرداخته و به نتایج و پیشنهادهای درخصوص بهبود محیط کسب‌وکار اشاره دارند. این تحقیق ممکن است به دانشمندان، کارآفرینان و سیاست‌گذاران در زمینه‌های مذهب، اخلاق، و کارآفرینی اطلاعات ارزشمندی ارائه دهد و به بهبود فهم ما از ارتباط میان مذهب، اخلاق، و کارآفرینی کمک کند. این مطالعه نه تنها به درک عمیق‌تر تأثیر مذهب و اخلاق بر اقدامات کارآفرینان کمک می‌کند، بلکه مسائل اخلاقی مرتبط با کارآفرینی نیز مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در نهایت، این تحقیق به افزایش آگاهی در حوزه تداوم ارزش‌های اخلاقی و مذهبی در جامعه کارآفرینان کمک و پژوهش‌های آتی را برای تعمیق در این زمینه تشویق می‌کند.

کلایی و محمودی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای به شناسایی عوامل مؤثر بر بانکداری اسلامی با تأکید بر توسعه کارآفرینی پرداخته‌اند. پژوهش آنها، با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر بانکداری اسلامی و با تأکید بر توسعه کارآفرینی، با رویکرد فراترکیب انجام شده است. براساس یافته‌های پژوهش، ۱۸ مفهوم در قالب ۷ مقوله شناسایی شدند که در دو دسته عوامل اقتصادی و عوامل اجتماعی قرار گرفتند. مقوله‌های تغییر مدیریت ریسک در سرمایه‌گذاری‌ها، مدیریت بازارهای مالی مبتنی بر عقود اسلامی، رعایت حقوق ذی‌نفعان، تغییر الگوی ذخایر سپرده بانکی، زمینه‌سازی عدالت محوری، اعطای اعتبارات مبتنی بر عقود اسلامی و توجه به فرهنگ و دانش مبتنی بر اسلام، به ترتیب، عوامل مؤثر بر بانکداری اسلامی با تأکید بر توسعه کارآفرینی را تشکیل می‌دهند.

یوسفی و صادقی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای به بررسی جایگاه کارآفرینی زنان در دین با محوریت دین اسلام پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد زنان نقش مهمی در ارتقای اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه ایفا می‌کنند. هویت دادن و استقلال بخشیدن به آنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آنها در امور مختلف اقتصادی اجتماعی به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینی، عامل مهمی در انگیزش بیشتر این نیروی عظیم در چرخه‌های تولیدی اجتماعی است. در این زمینه کوچک شدن خانواده، افزایش سطح دانش، بهبود وضع بهداشت و گسترش بحث‌های آزادی، تأثیرگذار بوده‌اند. مقاله ضمن مروری بر دیدگاه‌های گوناگون، از دید دینی به آن پرداخته و با بررسی وضعیت کار اقتصادی در میان بانوان صدر اسلام به صورت خاص به مدیریت اقتصادی اشاره کرده و احکام فقهی مرتبط با کار زنان را ذکر کرده و با توجه به اهمیت علم‌آموزی، رشد معنوی و اجتماعی زنان و نیاز به کار اقتصادی، وظیفه جوامع اسلامی را بیان می‌کند و با لزوم توجه جدی به حفظ بنیان خانواده، اصل‌های حاکم بر کار اقتصادی زنان را از دید دینی مطرح می‌کند.

جعفری‌نسب (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای به بررسی کارآفرینی از منظر اسلام پرداخته است. هدف از این مطالعه، نشان دادن این است که اسلام در نظام ارزشی و تقنینی خود به مسائل اقتصادی، کارآفرینی و مدیریتی پرداخته است که از الزامات اداره یک جامعه است؛ از این‌رو پرسش مطرح شده این است که موقعیت کارآفرینی در مبانی دینی اسلام چگونه است و چه الگویی برای آن پیشنهاد می‌کند؟ و همچنین دعوت به کار در آموزه‌های اسلامی چگونه است؟ پس از بررسی در آیات و روایات و تحلیل هرکدام از آنها، این نتیجه حاصل شد که ویژگی کارآفرینی در رفتار هر یک از انسان‌ها می‌تواند تجلی پیدا کند و اسلام در ایجاد کارآفرینی مؤثر است. کار باعث می‌شود که انسان‌ها در آرامش و آسایش زندگی کنند و ریشه هر سعادت را باید در اندیشه و کار آدمی جست.

منتظری و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه هویت دینی و آموزه‌های اخلاقی اسلام و تأثیر آن بر توسعه کارآفرینی و کسب‌وکار پرداخته‌اند. آنها بیان داشته‌اند که شناخت جامعه دینی و ارزش‌های سنتی و عناصر فرهنگی آن با توجه به تأثیری که می‌تواند بر سایر جنبه‌های زندگی اجتماعی جوامع و افراد داشته باشد، همچنان مورد توجه پژوهشگران جامعه‌شناس از یک‌سو و نظریه‌پردازان توسعه از سوی دیگر می‌باشد. تلاقی این نگرش و کنکاش را اگرچه به‌طور نظام‌مند می‌تواند در آراء و عقاید ماکسو بر جامعه‌شناس آلمانی دید که سعی دارد، گسترش سرمایه‌داری در غرب را با آموزه‌های پروتستان‌ها توضیح داده و آن را متأثر از سلوک دینی آنها و بازتابی از رفتارهای اقتصادی مبتنی بر باورهای مذهبی معرفی نماید، اما با تعمق در تعالیم دین اسلام در حوزه‌های مختلف اقتصادی اعم از کارآفرینی و همچنین با بررسی اهمیت و جایگاه دانش و کار در پرتو آن آموزه‌ها می‌توان نقش برجسته آن باورها را در توسعه همه‌جانبه به‌ویژه توسعه کارآفرینی

به وضوح نمایان دید. مقاله حاضر در بردارنده مطالبی است که می‌کوشد اجمالاً نقش فرهنگ ناب اسلامی را در مبارزه با توسعه‌نیافتگی و تشویق به فراهم‌سازی عناصر الهام‌بخش توسعه کارآفرینی و ترقی کسب‌وکار همه‌جانبه و پایدار بررسی نماید.

در بین تحقیقات خارجی نیز، کامدجو^۱ (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای به بررسی موضوع اسلام، بانکداری اسلامی و کارآفرینی پرداخته است. یافته‌های وی نشان داد که در کشورهایی که بانکداری اسلامی در آنها وجود ندارد، در واقع، رابطه منفی بین اسلام و کارآفرینی وجود دارد. اما این رابطه در جایی که بانکداری اسلامی وجود دارد، این ارتباط منفی برقرار نیست. در واقع، حضور بانک‌های اسلامی در کشورهایی که اسلام دین دولتی است، هرگونه تأثیر منفی اسلام را از بین می‌برد و تأثیر مثبتی بر کارآفرینی در کشور مورد نظر دارد. بنابراین، نتایج این مطالعه دوباره بحث را باز می‌کند که آیا اسلام به‌عنوان یک دین از رقابت، نوآوری، کارآفرینی و توسعه اقتصادی در مقایسه با سایر ادیان جلوگیری می‌کند یا خیر.

لدهم و موسائوی^۲ (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای به بررسی موضوع بانکداری اسلامی برای فعالیت‌های کارآفرینی و رشد اقتصادی: تحلیل پارامتریک و ناپارامتریک از مالزی پرداخته‌اند. آنها نتیجه‌گیری نموده‌اند که تأمین مالی اسلامی برای فعالیت‌های کارآفرینی، باعث ارتقای رشد اقتصادی در مالزی می‌شود که نشان‌دهنده این موضوع است که تأمین مالی اسلامی از طریق تأمین مالی حوزه‌های کارآفرینی شرکت-های کوچک و متوسط، سهمی حیاتی در رشد اقتصادی دارد.

فرزانگان و بادرلین (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط بین اسلام و کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تأمین مالی اسلامی پرداخته‌اند. برای این منظور با استفاده از تحلیل رگرسیون چندمتغیره از ۶۹ کشور، پژوهش آنها به‌طور تجربی نشان می‌دهد که تأثیر منفی اسلام بر کارآفرینی تنها در صورت عدم دسترسی مطابق با شریعت به امور مالی اعمال می‌شود. این اثر منفی در حضور بانک‌های اسلامی ناپدید می‌شود، در نتیجه این ادعای عمومی مبنی بر این را رد می‌کند که اسلام کارآفرینی را منع می‌کند و نشان می‌دهد که کشورهای اکثریت مسلمان با بیکاری بالا به‌خوبی تشویق به ایجاد شیوه‌های تأمین مالی با اشکال شرعی خواهند شد تا کارآفرینان مذهبی را دربربگیرد. بررسی‌های یادشده نشان می‌دهد اگرچه بحث ارتباط بین دین و کارآفرینی تا حدودی در مطالعات مورد بررسی قرار گرفته، موضوع دین اسلام به‌صورت خاص و ارتباط آن با کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده بانکداری اسلامی در تحقیقات قبلی مورد توجه قرار نگرفته که این موضوع مهم‌ترین جنبه نوآوری تحقیق حاضر نسبت به مطالعات گذشته می‌باشد. افزون‌براین، استفاده از بروزترین داده‌های در دسترس نسبت به مطالعات قبلی یکی دیگر از جنبه‌های نوآوری مطالعه حاضر است.

۴. روش پژوهش

به‌منظور بررسی تأثیر دین اسلام بر کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌کننده بانکداری اسلامی بر این رابطه، به تبعیت از کامدجو^۳ (۲۰۲۴) و فرزانگان و بادرلین (۲۰۲۳) از برآورد مدل‌های رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$Business\ creation_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Islam_{it} + \alpha_2 Islamic\ Banking_{it} + \beta_1 Controls_{it} + e_{it}$$

(مدل اول)

$$Business\ creation_{it}$$

$$= \alpha_0 + \alpha_1 Islam_{it} + \alpha_2 Islamic\ Banking_{it} + \alpha_4 Islam_{it} * Islamic\ Banking_{it} + \beta_1 Controls_{it} + e_{it}$$

(مدل دوم)

عبارت تعاملی ($Islam_{it} * Islamic\ Banking_{it}$) در معادله فوق بیانگر نقش تعدیل‌کننده نظام بانکداری اسلامی در تحریک ایجاد کسب‌وکار از طریق افزایش شمول مالی جمعیت مذهبی مسلمان را نشان می‌دهد.

1. Célestin Kamdjo

2. Ledhem and Moussaoui

3. Célestin Kamdjo

۴-۱. متغیر وابسته

کارآفرینی (*Business creation*): متغیر وابسته در این پژوهش کارآفرینی است. کارآفرینی که به‌عنوان «فرایند شروع و ادامه یک کسب‌وکار یا سازمان جدید» تعریف شده است، در این مطالعه با تعداد مشاغل تازه‌ثبت‌شده به‌ازای هر ۱۰۰۰ نفر در سن کار (۱۵-۶۴) اندازه‌گیری می‌شود. این داده‌ها از WBES گرفته شده‌اند، که یک منبع واحد از داده‌های ملی قابل مقایسه در مورد تراکم ایجاد کسب‌وکار جدید را ارائه می‌دهد. پایگاه داده‌های WBES از داده‌های ثبت رسمی کسب‌وکار استفاده می‌کند، نه از نظرسنجی‌ها. این نشان می‌دهد که اینها معیارهای عینی هستند نه شاخص‌های ذهنی کارآفرینی.

۴-۲. متغیرهای مستقل

اسلام (*Islam*): نخستین متغیر مستقل اصلی در این مطالعه اسلام است که با یک متغیر مجازی اندازه‌گیری می‌شود که اگر اسلام دین رسمی یک کشور باشد، مقدار ۱ و در غیر این صورت ۰ است.

بانکداری اسلامی (*Islamic Banking*): دومین متغیر مستقل اصلی در این تحقیق، بانکداری اسلامی است که اهمیت تأمین مالی اسلامی را برای فعالیت کارآفرینی برجسته می‌کند. در واقع، تأمین مالی اسلامی که به کارآفرینان ارائه می‌شود، از نظر تنوع به‌عنوان میزان تأمین مالی به‌ویژه برای کسب‌وکارهای جدید اندازه‌گیری می‌شود. با وجود این، این داده‌ها همیشه برای برخی از آثار، مانند این مطالعه، در دسترس نیستند. بنابراین، باید از پروکسی‌ها استفاده کرد. بنابراین، شاخص‌های موجود برای دریافت میزان تأمین مالی اسلامی می‌تواند شامل سهم بازار بانک‌های اسلامی در کشور، میزان دارایی‌های بانک اسلامی، تعداد شعب بانک‌های اسلامی و درنهایت میزان تأمین مالی بانک‌های اسلامی باشد. با توجه به در دسترس بودن داده‌ها و پوشش کشوری، این مطالعه مالی اسلامی را به‌عنوان سهم بخش بانکداری اسلامی از کل دارایی‌های بانکی کشور بررسی می‌شود. منبع داده برای این شاخص، گزارش سالانه IFSB است.

۴-۳. متغیرهای کنترل

افزون بر متغیرهای وابسته و مستقل اصلی ذکر شده در مطالب پیشین، تعدادی از عوامل دیگر مرتبط با تراکم ایجاد کسب‌وکار جدید که در ادبیات ذکر شده است که به‌عنوان متغیرهای کنترل حفظ می‌شوند:

۱. سطح تولیدات اقتصادی (GDP): لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه است که نشانگر تولید اقتصادی است که اندازه بازار اقتصاد ملی را نشان می‌دهد. این متغیر با این مطالعه مرتبط است که کشورهایی با بازده اقتصادی بالاتر، شدت فعالیت اقتصادی بیشتری را ارائه می‌کنند و گردش افکار و دانش را تسهیل می‌کنند و در نتیجه فرصت‌های کارآفرینی بیشتری را فراهم می‌کنند (آدرستچ و کلباس، ۲۰۱۸).

۲. اعتبارات بانکی (Credit): اعتبار داخلی پرداخت شده توسط بانک‌ها به بخش خصوصی (به‌عنوان درصد تولید ناخالص داخلی) یکی دیگر از متغیرهای کنترلی مهم برای این مطالعه است؛ زیرا دسترسی به منابع مالی یکی از عوامل اصلی مؤثر بر تراکم ایجاد مشاغل جدید است (ماتوا، ۲۰۲۰). برای این متغیر یک علامت مثبت انتظار می‌رود.

این مطالعه از منابع داده‌ای متعددی برای گردآوری داده‌ها و تخمین مدل استفاده می‌کند. برای این منظور از پایگاه داده‌های کارآفرینی بانک جهانی (WBES)^۲ و شاخص‌های بانک جهانی (WDI)^۳ و گزارش‌های سالانه هیئت خدمات مالی اسلامی (IFSB)^۴ استفاده شده است. درنهایت نیز از داده‌های ۵۷ کشور عضو سازمان همکاری‌های اسلامی (OIC) شامل آذربایجان، ازبکستان، افغانستان، اندونزی، بنگلادش، پاکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان، مالدیو، مالزی (آسیا)، اردن، امارات، ایران، بحرین، سوریه، عراق، عربستان سعودی، عمان، فلسطین، قطر، کویت، لبنان، مصر، یمن (خاورمیانه)، الجزایر، اوگاندا، برونئی، بنین، بورکینافاسو، توگو، تونس، جیبوتی، چاد، ساحل

1. Audretsch DB, Keilbach M.

2. World Bank Entrepreneurship Survey (WBES)

3. World Bank Indicators (WDI)

4. Islamic Financial Services Board (IFSB)

عاج، سنگال، سودان، سومالی، سیرالئون، کامرون، کومور، گابون، گامبیا، گینه، گینه بیسائو، لیبی، مالی، مراکش، موریتانی، موزامبیک، نیجر، نیجریه (آفریقا)، آلبانی، ترکیه (اروپا)، سورینام و گویان (آمریکای لاتین) است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش پانل دیتا (Panel data) استفاده می‌شود. کلیه تجزیه و تحلیل‌ها با کمک نرم‌افزار ایویوز نسخه ۱۳ انجام می‌گیرد.

۵. یافته‌های تحقیق

۵-۱. توصیفی آماری متغیرها

در بخش اول این مقاله، توصیف آماری از متغیرهای تحقیق ارائه می‌شود.

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد	میانگین	انحراف معیار	ماکزیمم	مینیمم
کارآفرینی	Business creation	۱/۴۸	۱/۶۵	۸/۹۵	۰/۰۵
اسلام	Islam	۰/۸۵	۰/۵۵	۱	۰
بانکداری اسلامی	Islamis Banking	۱۹/۱۹	۱۸/۴۳	۸۱/۳	۰/۲۵
تولیدات اقتصادی	GDP	۵۵/۳۳	۳۰/۵۸	۱۱۵/۱۱	۶/۳۶
اعتبارات بانکی	Credit	۸/۸۵	۲/۳۳	۱۰/۰۵	۷/۴۴

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین شاخص کارآفرینی برای کشورهای مورد بررسی ۱/۴۸ بوده در حالی که مقدار میانگین برای متغیرهای دین اسلام، بانکداری اسلامی، تولیدات اقتصادی، اعتبارات بانکی و درآمدهای نفتی به ترتیب برابر با ۰/۸۵، ۱۹/۱۹، ۵۵/۳۳، ۸/۸۵ و ۱۱/۷۰ است. مقدار انحراف معیار، ماکزیمم و مینیمم متغیرها نیز در جدول قابل مشاهده است.

۵-۲. آزمون مانایی

در این قسمت مانایی متغیرها و آزمون‌های آن در داده‌های ترکیبی مورد بحث قرار می‌گیرد. برای این منظور از آزمون ایم، پسران و شین استفاده شده است:

جدول ۲: نتایج مربوط به آزمون مانایی متغیرها

متغیر	نماد	آماره ایم پسران و شین	احتمال	نتیجه
کارآفرینی	Business creation	-۲/۴۳۳۳۸	۰/۰۰۷۵	مانا در سطح
اسلام	Islam	-۱/۹۹۱۸۴	۰/۰۲۳۲	مانا در سطح
بانکداری اسلامی	Islamis Banking	-۱/۷۲۲۸۲	۰/۰۴۲۵	مانا در سطح
تولیدات اقتصادی	GDP	-۳/۸۲۸۲۸	۱۰/۰۰۰	مانا در سطح
اعتبارات بانکی	Credit	۱/۸۲۶۶۹	۰/۰۳۳۹	مانا در سطح

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون مانایی نشان می‌دهد که متغیرهای تحقیق در سطح خطای ۵ درصد مانا هستند و نیاز به تفاضل‌گیری وجود ندارد. در ادامه به برآورد الگوی تحقیق پرداخته می‌شود.

۵-۳. برآورد الگوهای تحقیق

تکیه بر نتایج آماری بدون توجه به پیش‌فرض‌های مدل رگرسیون اعتبار چندانی ندارد و نمی‌توان از آن برای تصمیم‌گیری‌ها استفاده کرد. بنابراین، قبل از انجام هرگونه تفسیر نتایج رگرسیون، نحوه تخمین مدل بررسی می‌شود، در این پژوهش برای رسیدن به اهداف تدوین شده نیاز است داده‌های گردآوری شده تخمین زده می‌شود و از مدلی استفاده می‌شود که این اهداف و رابطه آنها را بیان نماید و این خود نیازمند انجام پیش‌آزمون‌های لازم

برای تعیین نوع آزمون اصلی است که در ادامه این پیش‌آزمون‌ها و آزمون اصلی انجام و سپس نتایج حاصله تحلیل می‌شود. نتایج آزمون اف لیمر در جدول ۳ برای مدل پژوهش نشان داده شده است. برای تخمین این مدل، روش به‌کارگیری داده‌ها تلفیقی یا تابلویی است. مقدار احتمال مربوط به این آماره برای مدل پژوهش کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، در نتیجه و بر مبنای این نتایج فرض صفر آزمون مبنی بر تلفیقی بودن داده‌ها رد می‌شود و داده‌ها به‌صورت تابلویی تخمین زده می‌شود.

جدول ۳: نتایج آزمون اف لیمر برای مدل‌های پژوهش

مدل	آماره	احتمال آماره	نتیجه
اول	۷/۳۵	۰/۰۰۰۰	روش تابلویی
دوم	۱۲/۱۰	۰/۰۰۰۰	روش تابلویی

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه و به‌منظور اینکه مشخص شود کدام روش (اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی) برای برآورد مناسب‌تر می‌باشد (تشخیص ثابت یا تصادفی بودن تفاوت‌های واحدهای مقطعی) از آزمون هاسمن استفاده می‌شود که نتایج حاصل از آن در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون هاسمن

مدل	آماره	درجه آزادی	احتمال آماره	نتیجه
اول	۱۴/۳۳	۳	۰/۰۰۰۰	روش تابلویی با اثرات ثابت
دوم	۹/۵۸	۳	۰/۰۰۰۲	روش تابلویی با اثرات ثابت

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، مقدار معناداری آماره کای مربع اگر بزرگ‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است، نشان‌دهنده مرجح بودن استفاده از روش داده‌های پانلی اثرات تصادفی در مقابل اثرات ثابت است و در صورت کوچک‌تر بودن از اثرات ثابت استفاده می‌شود که نتایج نشان‌دهنده تأیید روش اثرات ثابت است. براساس آزمون F لیمر و هاسمن، مشخص شد که روش تخمین مدل‌ها براساس روش داده‌های پانلی با رهیافت اثرات ثابت خواهد بود. بر همین اساس در ادامه به برآورد الگوهای پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۵: نتایج تحلیل رگرسیون مدل تحقیق

متغیرها	مدل اول	مدل دوم
عرض از مبدأ (c)	۲/۱۴ *** (۰/۷۶)	۳/۱۲ *** (۰/۲۹)
دین اسلام (Islam)	-۰/۲۱ ** (۰/۲۲)	-۰/۱۴ * (۰/۱۰)
بانکداری اسلامی (Islamis Banking)	-	-۰/۳۶ ** (۰/۱۷)
متغیر تعاملی (Islam*Islamis Banking)	-	۱/۲۵ *** (۰/۸۰)
تولیدات اقتصادی (GDP)	۱/۳۹ *** (۰/۸۲)	۱/۴۴ *** (۰/۹۳)
اعتبارات بانکی (Credits)	۰/۹۸ *** (۰/۷۵)	۱/۱۸ *** (۰/۸۹)
آماره R2	۰/۷۰	۰/۷۶
اماره دوربین واتسون D.W	۱/۸۳	۲/۰۵
احتمال آماره F	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

مقادیر ****, **, * به ترتیب نشان‌دهنده معناداری در سطح ۱ درصد، ۵ درصد و ۱۰ درصد است. مقادیر داخل پرانتز () نشان‌دهنده انحراف استاندارد است.

مقدار ضریب تعیین مدل‌ها نشان می‌دهد که به ترتیب ۷۰ درصد و ۷۶ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل در مدل‌های اول و دوم توضیح داده می‌شوند که بیانگر قدرت توضیح‌دهندگی بالایی می‌باشد. همچنین از آنجایی که آماره دوربین واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، براساس مطالعات تجربی قبلی نتیجه می‌شود که مدل‌ها فاقد خودهمبستگی شدید مرتبه اول است. افزون‌براین، از آنجاکه احتمال آماره F کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، مدل‌ها به لحاظ آماری معنادار است.

یافته‌های تحقیق برای مدل اول نشان می‌دهد که متغیر دین اسلام به میزان ۰/۲۱ درصد، اثرگذاری منفی و معنادار بر متغیر کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی داشته است. همچنین، مشاهده می‌شود که متغیرهای تولیدات اقتصادی و اعتبارات بانکی اثرگذاری مثبت به میزان ۱/۳۹ و ۰/۹۸ درصد بر متغیر کارآفرینی داشته است. بر همین اساس نتیجه می‌شود در غیاب بانکداری اسلامی، متغیر دین اسلام نمی‌تواند به بهبود وضعیت کارآفرینی در کشورهای با جمعیت مسلمان منجر شود.

دیگر یافته‌ها برای مدل دوم نشان می‌دهد که متغیر دین اسلام و بانکداری اسلامی به تهابی به میزان ۰/۱۴ و ۰/۳۶ درصد اثرگذاری منفی بر متغیر کارآفرینی خواهند داشت؛ ولی زمانی که متغیر بانکداری اسلامی به صورت هم‌زمان با دین اسلام در نظر گرفته می‌شود، می‌تواند به میزان ۱/۲۵ درصد اثرگذاری مثبت و معنادار بر توسعه کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی داشته باشند. به‌دیگرسخن، دین اسلام و وجود آن در یک کشور، زمانی می‌تواند توسعه کارآفرینی را در پی داشته باشد که ابزارهای آن از جمله بانک‌های اسلامی نیز وجود داشته باشند. دیگر ضرایب نیز نشان می‌دهد که متغیرهای تولیدات اقتصادی و اعتبارات بانکی اثرگذاری مثبت به میزان ۱/۴۴ و ۱/۱۸ درصد بر متغیر کارآفرینی داشته است.

۴-۵. بررسی فرض‌های سنتی رگرسیون خطی

برای بررسی فرض ناهمسانی واریانس در این پژوهش، از آزمون وایت استفاده شده که نتایج آن در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون ناهمسانی واریانس باقیمانده‌ها

نتیجه	آماره آزمون	سطح معناداری	مدل
رد نمی‌شود	۸/۳۴	۰/۳۳۶۹	اول
رد نمی‌شود	۴/۳۰	۰/۲۶۱۴	دوم

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج نشان می‌دهد که آماره احتمال محاسبه شده در آزمون وایت برای مدل پژوهش بیشتر از سطح خطای ۰/۰۵ است. از این‌رو H_0 این آزمون مبنی بر همسان بودن واریانس‌ها رد نمی‌شود که نشان می‌دهد ناهمسانی واریانس وجود ندارد و روش تخمین مدل مورد بررسی به صورت رگرسیون حداقل مربعات است. در این پژوهش به منظور عدم بررسی عدم خودهمبستگی، از آزمون وولدریج استفاده شده است. نتایج این آزمون به شرح جدول ۷ می‌باشد:

جدول ۷: آزمون وولدریج

نتیجه	احتمال	آماره آزمون	مدل
عدم خودهمبستگی	۰/۳۸۶۹	۵/۲۰	اول
عدم خودهمبستگی	۰/۲۰۱۴	۷/۱۰	دوم

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه آماره احتمال این آزمون در مدل بیشتر از سطح معناداری ۵ درصد است، در مدل پژوهش خودهمبستگی وجود ندارد. شدت هم خطی چندگانه را با بررسی بزرگی مقدار عامل تورم واریانس می توان تحلیل نمود. همان طور که مشاهده می شود در مدل مورد بررسی، مقدار عامل تورم واریانس کمتر از ۵ است و از این رو هم خطی وجود ندارد. در جدول ۸ نتایج حاصل از انجام آزمون هم خطی مدل پژوهش نشان داده شده است.

جدول ۸: نتایج مقادیر VIF برای آزمون هم خطی

متغیر	مدل اول	مدل دوم
C	۱/۱۷	۱/۱۹
Islam	۱/۱۹	۱/۳۷
Islamis Banking	۱/۰۱	۱/۱۵
Islamis* Banking Islam	-	۰/۸۵
GDP	۲/۱۴	۱/۶۶
Credit	۱/۱۰	۰/۹۹

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت به منظور آزمون نرمال بودن جمله خطا از آزمون جاک-برا استفاده می شود:

جدول ۹: نتایج حاصل از آزمون جاک برا

مدل	متغیر	آماره جاک برا	احتمال
اول	جزء خطا	۱/۸۵	۰/۱۶۹۸
دوم	جزء خطا	۲/۹۶	۰/۲۱۳۶

منبع: یافته‌های پژوهش

در آزمون نرمالیتی، فرض صفر بیان می کند که جمله خطا در مدل رگرسیونی نرمال هستند. با توجه به اینکه آماره جاک برا برای جمله خطا در مدل رگرسیونی بزرگتر از سطح خطای ۰/۰۵ می باشد، فرض صفر مبنی بر نرمال بودن جمله خطای مدل های پژوهش تأیید می شود.

۵. نتیجه گیری

برخی از پژوهشگران استدلال می کنند که اسلام مانع تجارت، رقابت و توسعه اقتصادی در جوامع مسلمان به طور کلی است. این طرز فکر دور از این ایده نیست که اسلام از کارآفرینی جلوگیری می کند. ادبیات تجربی کمی وجود دارد که تأثیر منفی اسلام به عنوان یک دین را بر کارآفرینی آزمایش کند. در تلاش برای پر کردن این شکاف، این مطالعه با هدف بررسی مجدد این فرضیه که آیا اسلام مانع توسعه فعالیت های کارآفرینانه برای کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی است یا خیر، انجام شده است. به طور خاص، هدف این است که ارزیابی شود که آیا اسلام مانعی برای کارآفرینی در این کشورها است و آیا حضور مؤسسات بانکداری اسلامی در این کشورها باعث تقویت یا تعدیل چنین پیوندی می شود یا خیر. برای دستیابی به این هدف، فرضیه زیر تدوین شده است مبنی بر اینکه اسلام به عنوان یک دین - با وجود نظام بانکداری اسلامی - فعالیت های کارآفرینی را در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی تقویت می کند.

نتایج نشان می دهد که در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی که بانکداری اسلامی در آنها وجود ندارد، واقعاً رابطه منفی بین اسلام و کارآفرینی وجود دارد؛ اما زمانی که نظام بانکداری اسلامی حضور داشته باشد، این رابطه برقرار نیست. در واقع، حضور بانک های اسلامی در کشورهایی که اسلام دین دولتی است، هرگونه تأثیر منفی اسلام را از بین می برد و بر کارآفرینی در کشور تأثیر مثبت می گذارد. استفاده از بانک های اسلامی، کارآفرینان منطبق با شریعت را در جایگاهی برابر با کارآفرینان متعارف قرار می دهد و از این طریق هرگونه تأثیر منفی بر ایجاد مشاغل جدید ناشی از محدودیت های شرعی را نفی می کند. بنابراین، همان طور که طرفداران آن ادعا می کنند، این اسلام

به‌عنوان یک دین نیست که مانع کارآفرینی می‌شود، بلکه فقدان محصولات مالی مطابق با شریعت است. بنابراین، نتایج این مطالعه بحث را بازگشایی می‌کند که آیا اسلام به‌عنوان یک دین مانع رقابت، نوآوری، کارآفرینی و توسعه اقتصادی در مقایسه با سایر ادیان است یا خیر. یافته‌های تحقیق نشان داد که ضریب متغیر دین اسلام در مورد کارآفرینی منفی و معنادار است. اسلام به‌عنوان یک دین دولتی بر ایجاد کسب‌وکارهای جدید در کشورهای OIC تأثیر منفی دارد. به‌دیگرسخن، در کشورهایی که اسلام دین دولتی است، اما سهم بانکداری اسلامی در آنها کم یا اصلاً حضور ندارد، کارآفرینی تحت تأثیر نامطلوب قرار می‌گیرد. بر همین اساس، در کشورهایی که بانکداری اسلامی به‌طور کامل وجود ندارد، اسلام به‌عنوان دین دولتی با کاهش در ثبت مشاغل جدید همراه است. این امر از یافته‌های تجربی ایوب و سید (۲۰۲۰)، فرزندگان و بالدوین (۲۰۲۲) و (زلخا و همکاران، ۲۰۲۴) در مورد تأثیر منفی اسلام بر کارآفرینی حمایت می‌کند. در واقع، در کشورهایی که اسلام نقش مهمی ایفا می‌کند و بخش قابل توجهی از مردم به قوانین اسلامی پایبند هستند که قرض گرفتن و پرداخت وام با بهره را ممنوع می‌کند، و در غیاب جایگزینی برای تأمین مالی مطابق با شرع (یعنی بانک‌های اسلامی)، کارآفرینی تضعیف می‌شود؛ زیرا اکثر کارآفرینان برای شروع کسب‌وکار خود نیاز به تأمین مالی خارجی دارند و در چنین مراحل اولیه به آن دسترسی ندارند. بنابراین، اگر فعالیت‌های کارآفرینانه با باورهای دینی در تضاد باشد، یک فرد مذهبی اعتقادات مذهبی خود را در اولویت قرار می‌دهد و فعالیت‌های کارآفرینانه خود را رها می‌کند. این نتیجه‌گیری توسط حسین و هیپلر^۱ (۲۰۱۴) و ماترینز^۲ (۲۰۱۶) پشتیبانی می‌شود.

همچنین، مشاهده شد ضریب متغیر سهم بانکداری اسلامی از کل دارایی‌های بخش بانکداری با کارآفرینی رابطه منفی و معناداری دارد. دارایی‌های بخش بانکداری اسلامی تأثیر منفی بر کارآفرینی در کشورهای مورد بررسی دارد. این نشان می‌دهد که در کشورهایی که سهم بخش بانکداری اسلامی بالاست، اما اسلام دین دولتی یا حتی اکثریت دین نیست، در واقع، تأثیر منفی بر کارآفرینی دارد. این را می‌توان با این واقعیت توضیح داد که بانک‌های اسلامی به دلیل پیروی از قوانین اسلامی، باید قبل از پرداخت مبلغ مورد نیاز طبق روش تأمین مالی، پروژه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها را مطابق با قوانین شرع به دقت انتخاب کنند. این به هزینه‌های بالاتر منجر می‌شود و بنابراین نیاز به بازده سرمایه بالاتری دارد. این با یافته‌های دی‌ماریو و همکاران (۲۰۲۳) حمایت می‌شود که بانک‌های اسلامی به دلیل رعایت الزامات شرعی، قراردادهای گران‌تری نسبت به بانک‌های معمولی ارائه می‌دهند.

کامر و همکاران^۳ (۲۰۱۵) نتیجه مشابهی پیدا کردند؛ زیرا دریافتند که محصولات مالی اسلامی در غیاب سیاست و چارچوب مالی گران‌تر هستند که از سیستم بانکداری اسلامی حمایت می‌کند. این نتیجه نشان می‌دهد که سود، زیان و مزایای اشتراک ریسک بانکداری اسلامی برای جبران هزینه‌های بالاتر برای کارآفرینانی کافی نیست که قوانین شرعی را رعایت نمی‌کنند. افزون‌براین، این بدان معناست که وجوه پس‌انداز شده در بانک‌های اسلامی، به‌ویژه در کشورهایی که اسلام دین دولتی یا اکثریت نیست، اغلب نه برای پرداخت وام به کارآفرینان استفاده می‌شود و نه در اختیار بانک‌های متعارف قرار می‌گیرد، بنابراین تأثیر سرمایه‌گذاری این پس‌اندازها بر فعالیت‌های کارآفرینی کاهش می‌یابد. در عوض، این بانک‌های اسلامی ترجیح می‌دهند از قراردادهای مبتنی بر افزایش به‌جای مشارکت در سود و زیان استفاده کنند؛ زیرا اولی ریسک کمتری دارد. در نتیجه، این قراردادهای جایگزین اسلامی به‌طور مستقیم به ایجاد مشاغل جدید کمک نمی‌کند.

افزون‌بر موارد یادشده، دیگر یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیر تعاملی اسلام به‌عنوان دین دولتی و نظام بانکداری اسلامی مثبت و معنادار بوده است. این بدان معناست که در کشورهایی که اسلام دین دولتی است و سهم بخش بانکداری اسلامی بالاست، تأثیر مثبت قابل توجهی بر ایجاد مشاغل جدید دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که فرضیه مطرح‌شده در تحقیق رد نمی‌شود. این نتیجه از یک سو با یافته‌های فرزندگان و بالدوین (۲۰۲۲) مطابقت دارد و از سوی دیگر، نشان می‌دهد که یافته‌های زلخا و همکاران (۲۰۲۴) برای بانک‌های اسلامی (یعنی مؤسسات بانکی که با شریعت دینی سروکار دارند) مطابق می‌باشد. این امر به‌ویژه در مورد اسلام اهمیت دارد؛ زیرا یکی از محدود ادیانی است که همچنان ممنوعیت‌هایی را در مورد معاملات با بهره اعمال می‌کند، اگرچه این موارد ممکن است در ادیان دیگر نیز وجود داشته

1. Hassan MK, Hippler WJ.

2. Martzanis

3. Kammer, A., Norat, M., Piñón M., Prasad A., Towe C., Zeidane Z.

باشد. بنابراین، کنترل حضور بانک‌های اسلامی هنگام تحلیل تأثیر اسلام بر کارآفرینی بسیار مهم است. در واقع، زمانی که اسلام دین دولتی است، سهم اندکی از بخش بانکداری اسلامی مانع ایجاد مشاغل جدید می‌شود؛ در حالی که تأثیر آن در سطوح بالاتر بانکداری اسلامی در سیستم مالی کلی مثبت می‌شود.

به‌دیگرسخن، استفاده از بانک‌های اسلامی، کارآفرینان شرعی را در جایگاهی برابر با کارآفرینان متعارف قرار می‌دهد و در نتیجه هرگونه تأثیر منفی محدودیت‌های شرعی بر ایجاد کسب‌وکار جدید را نفی می‌کند. این نتیجه بسیار جالب است؛ زیرا نشان می‌دهد که با افزایش سهم بخش بانکداری اسلامی، تأثیر منفی اسلام به‌عنوان یک دین دولتی بر کارآفرینی (که در بالا تأیید شد) از بین می‌رود (و حتی مثبت می‌شود). این نشان می‌دهد که معایب محصولات بانکداری اسلامی که قبلاً برجسته شده بود، به‌ویژه هزینه‌های عملیاتی بالاتر آنها، دیگر برای بازدارندگی کارآفرینان از جستجو و به دست آوردن منابع مالی کافی نیست.

دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد که اعتبارات پرداختی بانکی داخلی به بخش خصوصی ارتباطی با کارآفرینی ندارد. از سوی دیگر، تولید ناخالص داخلی سرانه ارتباط مثبت و معنادار با کارآفرینی نشان می‌دهد. این دو نتیجه کاملاً با بیشتر ادبیات موجود سازگار است. در واقع، هرچه سرانه ثروت بیشتر باشد، فعالیت‌های کارآفرینی در کشور بیشتر می‌شود. این بدان معناست که کشورهایی که بازده اقتصادی بالاتری دارند، شدت فعالیت اقتصادی بیشتری را ارائه می‌کنند و گردش ایده‌ها و دانش را تسهیل می‌کنند و در نتیجه فرصت‌های کارآفرینی بیشتری را فراهم می‌کنند (آدرستچ و کیلباچ، ۲۰۱۸). بنابراین، افزایش ثروت در اقتصاد افراد (کارآفرینان) را قادر می‌سازد تا از فرصت‌های کارآفرینی جدید ارائه‌شده توسط محیط اقتصادی برای ایجاد کسب‌وکار استفاده کنند.

براساس یافته‌های تحقیق که نشان داد دین اسلام در صورت وجود بانک‌های اسلامی می‌تواند اثرات مثبت بر توسعه کارآفرینی داشته باشد، پیشنهاد می‌شود که اولاً، سعی شود در کشورهای اسلامی، موضوع کارآفرینی و توجه به آن در اولویت قرار داشته باشد تا از این طریق کشورهای اسلامی در زمینه نوآوری و کارآفرینی تقویت شود و ثانیاً، پیشنهاد می‌شود که در کنار توجه به بحث دین‌داری در این کشورها، ابزارهای دیگر همانند بانک‌های اسلامی نیز تقویت و توسعه یابد تا بتوان از اثرات همه‌جانبه دین اسلام در زمینه تقویت و توسعه کارآفرینی بهره جست.

منابع

۱. جعفری نسب، ایمان (۱۴۰۰). «کارآفرینی از منظر اسلام». دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام.
۲. صادقی، حسین و مبین نوروزی فخشامی (۱۴۰۳). «تأثیر مذهب و اخلاق بر اقدامات کارآفرینی مرور ادبیات». دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی صنایع.
۳. کلابی، امیرمحمد و علیرضا محمودی (۱۴۰۲). «شناسایی عوامل مؤثر بر بانکداری اسلامی با تأکید بر توسعه کارآفرینی». پژوهش‌های برنامه و توسعه، ۴(۱): ۷-۳۷.
۴. منتظری، غلامرضا؛ مشیری، محمدجواد؛ محمودی، سعید و سعید صاحب (۱۳۹۸). «رابطه هویت دینی و آموزه‌های اخلاقی اسلام و تأثیر آن بر توسعه کارآفرینی و کسب‌وکار». ششمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و سومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز.
۵. یوسفی، اکرم و حسین صادقی (۱۴۰۱). «جایگاه کارآفرینی زنان در دین با محوریت دین اسلام». نشریه پژوهش‌های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار، ۲(۱): ۴۴-۷۱.
6. Ali Aslan Gümüşay (2023). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, The original publication is available at <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-014-2223-7>.
7. Ali SN, Oseni SN, Nisar S. (2024). Islamic Finance and Development. Harvard Law School – Islamic Finance Project, Cambridge, MA.
8. Armendariz de Aghion, B.A. & Morduch, J. (2015). The Economics of Microfinance. Cambridge, Mass.: MIT Press.
9. Audretsch DB, Boente W, Tamvada JP. (2013). Religion, social class, and entrepreneurial choice. *Journal of Business Venturing*. 28(6), 774-789.
10. Audretsch DB, Keilbach M. (2018). Resolving the knowledge paradox: knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. *Res. Policy*, 37(10), 1697-1705. doi.org/10.1016/j.respol.2018.08.008.
11. Audretsch, D. B. & Bönte, W. (2017). Religion and Entrepreneurship. CEPR Discussion paper No. 6378.
12. Awang MD, Noor MNAM, Muhammad J, Abdullah A, Rahman S, Yahya MH. (2016). Acceptance and application of Islamic financial planning among small and medium enterprises halal operator in peninsular of Malaysia. *International EJournal of Advances in Social Sciences*. 2, 747-752.
13. Ayob AH, Saiyed AA. (2020). Islam, institutions and entrepreneurship: Evidence from Muslim populations across nations. *International journal of Islamic and Middle Eastern finance and management*, 13(4), 635-653.
14. Ayoob M, Lussier DN. (2020). The Many faces of political Islam: Religion and politics in Muslim societies. University of Michigan Press.
15. Barajas A, Ben Naceur S, Massara A. (2015). Is Islamic banking a possible avenue for increasing financial inclusion? IMF Working Paper No. 15/31. *International Monetary Fund*, Washington, DC.
16. Barro R. & McCleary R. (2003). Religion and economic growth. NBER Working Paper. 9682.
17. Battilana, J., Leca, B. and Boxenbaum, E. (2019). How Actors Change Institutions: Towards a Theory of Institutional Entrepreneurship. *The Academy of Management Annals*, 3(1): 65-107.
18. Becker SO, Rubin J, Woessmann L. (2021). *Religion in economic history: A survey*. The handbook of historical economics. 585-639.
19. Begley, T. M. and Boyd, D. B. (2007). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1): 79-93.
20. Calabrese R, Girardone C, Scip A. (2021). Financial fragmentation and SMEs' access to finance. *Small Business Economics*. 57, 2041-2065.

21. Casson, M. (2013). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. 2d ed. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar.
22. Célestin Kamdjo (2024). Islam, Islamic Banking and Entrepreneurship, *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(5), 82-92, Article no.SAJSSE.115016 ISSN: 2581-821X.
23. Chambers D., Munemo J. (2019). Regulations, institutional quality and entrepreneurship. *Journal of Regulatory Economics*. 17(55), 46-66.
24. Cusmano L. (2015). OECD - New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the range of Instruments. Available:<https://www.oecd.org/cfe/smes/New-Approaches-SME-full-report.pdf>
25. Dana, L.-P. (2020). *Entrepreneurship and Religion*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar
26. Di Mauro, Caristi F, Couderc PS et al. (2023). Islamic Finance in Europe. ECB Occasional. Available: <https://ssrn.com/abstract=2251204>
27. El-Ashker, A. A. F. & Wilson, R. (2024). *Islamic Economics: A Short History*. Leiden: Brill.
28. Essers, C. and Benschop, Y. (2019). Muslim businesswomen doing boundary work: The negotiation of Islam, gender and ethnicity in entrepreneurial contexts. *Human Relations*, 62(3), 403-423.
29. Farzanegan MR, Badreldin AM. (2022). Islam and entrepreneurship: The role of Islamic banking, MAGKS Joint Discussion Paper Series in Economics, No. 42-2022, Philipps-University Marburg, School of Business and Economics, Marburg.
30. Farzanegan MR. (2014). Can oil-rich countries encourage entrepreneurship?, *Entrepreneurship & Regional Development*, 26, 706-725.
31. Ghoul WA. (2020). *Islam and entrepreneurship*. In D. Leo-Poul (Ed.), Edward Elgar: Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA.
32. Habermas, J. (2021). Glauben und Wissen. Friedenspreis des Deutschen Buchhandels Frankfurt a. M.
33. Hassan MK, Hippler WJ. (2014). Entrepreneurship and Islam: An overview. *Econ Journal Watch*, 11, 170-178.
34. Henley A. (2017). Does religion influence entrepreneurial behavior? *International Small Business Journal*, 35(5): 597- 617.
35. Iqbal Z. (2007). Islamic financial systems. *finance & development*. 42-45, Available: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2007/06/pdf/iqbal.pdf>
36. Islamic Financial Services Board (IFSB). Islamic Financial Services Industry Stability Report; 2021. Available:<https://www.ifsb.org/download.php?id=6106&lang=English&pg=/sec03.php>
37. Jafari Nasab, I. (2021). Entrepreneurship from an Islamic perspective. The Second International Conference on Management, Humanities, and Behavioral Sciences in Iran and the Islamic World. [In Persian]
38. Kalabi, A. M., & Mahmoudi, A. (2023). Identifying factors influencing Islamic banking with an emphasis on entrepreneurship development. *Research in Programming and Development*, 4(1), 7-37. [In Persian]
39. Kammer A, Norat M, Piñón M, Prasad A, Towe C, Zeidane Z. (2015). Islamic finance: Opportunities, challenges, and policy options. IMF Staff Discussion Note 2015 15/05.
40. Karlan D, Osman A, Shammout N. (2021). Increasing financial inclusion in the Muslim world: Evidence from an Islamic finance marketing experiment. *The World Bank Economic Review*, 35, 376-397.
41. Kayed RN, Hassan MK. (2014). *Finance, entrepreneurship, and economic development in Islam*. Islamic Finance and Development by Ali et al. (Eds.). 69-88.
42. Kayed, R. N. and Hassan, K. (2020). *Islamic entrepreneurship*. London: Routledge.
43. Khavul, S. (2020). Microfinance: creating opportunities for the poor? *Academy of Management Perspectives*, 24(3): 58-72.

44. Kuran, T. (2002). On the Notion of Economic Justice in Contemporary Islamic Thought. *International Journal of Middle East Studies*, 21(2): 171–91.
45. Kuran, T. (2006). The Discontents of Islamic Economic Morality. *American Economic Review*, 86(2): 438–42.
46. Kuran, T. (2022). *The long divergence: how Islamic law held back the Middle East*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
47. Ledhem, M. A., & Moussaoui, W. (2023). Islamic finance for entrepreneurship activities and economic growth: a parametric and non-parametric analysis from Malaysia. *PSU Research Review*, 4(1): 25-36.
48. Lewis, B. (2022). *What went wrong? Western impact and Middle Eastern response*. New York: Oxford University Press.
49. Martzanis C. (2016). The absorption of financial services in an Islamic environment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 132, 39-49.
50. Mohammad Reza Farzanegan & Ahmed M. Badreldin (2023). *Islam and Entrepreneurship: The Role of Islamic Banking*, Joint Discussion Paper Series in Economics by the Universities of Aachen · Gießen · Göttingen Kassel · Marburg · Siegen ISSN 1867-3678.
51. Montazeri, G. R., Meshiri, M. J., Mahmoudi, S., & Saheb, S. (2019). The relationship between religious identity and ethical teachings of Islam and its impact on the development of entrepreneurship and business. The Sixth International Conference on Accounting and Management and the Third Conference on Entrepreneurship and Open Innovations. [In Persian].
52. Motta V. (2020). Lack of access to external finance and SME labor productivity: Does project quality matter? *Small Business Economics*, 54, 119-134.
53. Ndeffo NL, Mvogo II, ODF & Tchoffo TG. (2024). Does financial development and improved institutions really advance formal entrepreneurship in developing countries? *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(4): 74-94.
54. Parboteeah K, Walter SG, Block JH. (2023). When does Christian religion matter for entrepreneurial activity? The contingent effect of a country's investments into knowledge. *Journal of Business Ethics*, 130(2): 447-465.
55. Patel A. (2014). *Hybrid Sukuk for SMEs: Financing the real economy*. In *Islamic Finance and Development* by Ali et al. (Eds.). 169- 196.
56. Rahman, Abdul Rahim Abdul, and Abdul Rahim (2017). Islamic microfinance: a missing component in Islamic banking, *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 1(2): 38-53.
57. Ratten V, Rammal H, Ramadani V. (2017). Islamic finance: An entrepreneurial management perspective. In: V. Ramadani et al. (eds.) *Entrepreneurship and management in an islamic context*. Springer International Publishing, Switzerland.
58. Rodinson, M. (2014). *Islam and Capitalism*. London: Allen Lane.
59. Sadeghi, H., & Norouzi Fakhshami, M. (2024). The impact of religion and ethics on entrepreneurial actions: A literature review. *The Second International Conference on Management, Economics, Entrepreneurship, and Industrial Engineering*. [In Persian]
60. Schneider, M. and Teske, P. (2002). Toward a theory of the political entrepreneur: Evidence from local government. *American Political Science Review*, 86(3): 737-747.
61. Shapero, A. and Sokol, L. (2012). The Social Dimensions of Entrepreneurship, in Kent, C., Sexton, D., and Vesper, K.H. (eds) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
62. Stoica O, Roman A. & Rusu VD. (2020). The nexus between entrepreneurship and economic growth: A comparative analysis on groups of countries. *Sustainability*, 12(3): 1186.

63. Thaker M, Thaker H, Pitchay A, Amin M, Khaliq A. (2020). Leveraging Islamic banking and finance for small businesses: exploring the conceptual and practical dimensions. *Asian Development Bank Institute (ADBI)*. 1156.
64. Tracey P. (2022). Religion and organization: A critical review of current trends and future directions. *Academy of Management Annals*, 6(1): 87-134.
65. Turner, B.S. (2004). *Capitalism and class in the Middle East: theories of social change and economic development*. London: Heinemann Educational.
66. Ul-Haq, S. & Westwood, R. (2023). The politics of knowledge, epistemological occlusion and Islamic management and organization knowledge. *Organization*, 19(2): 229-257.
67. World Bank Entrepreneurship survey (WBS). Entrepreneurship database. Washington, D. C; 2023. Available: <https://www.worldbank.org/en/pr ograms/entrepreneurship>
68. Younis H., Dimitratos P., Elbanna S. (2022). International entrepreneurial SMEs in the muslim world: The role of religion in the GCC countries. *International Business Review*, 31(5): 102023.
69. Yousefi, A., & Sadeghi, H. (2022). The role of female entrepreneurship in religion, focusing on Islam. *Journal of New Research in Entrepreneurial Management and Business Development*, 2(1), 44-71. [In Persian]
70. Zelekha Y., Avnimelech G., Sharabi, E. (2024). Religious institutions and entrepreneurship. *Small Business Economics*. 42(4): 747-767.