

پژوهش‌های مدیریت در ایران

دوره ۲۵، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صص ۱۶۳-۱۸۲

نوع مقاله: پژوهشی اصیل

طراحی مدل خط‌مشی توسعه کارآفرینی در ایران

محمدمرتضی جوادی^۱، محسن رضایی میرقائد^{۲*}، سید مهدی الوانی^۳،
مرتضی موسی‌خانی^۴، پرهام عظیمی^۵

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران.
۲. دانشیار، گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه امام حسین (ع)، تهران، ایران.
۳. استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۴. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران
۵. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۷

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی مدل خط‌مشی توسعه کارآفرینی در ایران است. این تحقیق، یک مطالعه آمیخته است. در بخش نخست بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های تخصصی شاخص‌های خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی شناسایی شدند و در مرحله بعد پرسشنامه‌ها بین خبرگان کارآفرینی توزیع گردید. جامعه آماری در بخش کیفی خبرگان دانشگاهی و خبرگان نظری بودند. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و ۱۱ خبره در این مرحله شرکت کردند. جامعه آماری در بخش کمی (اعتبارسنجی و ارائه الگوی نهایی) مدیران و کارشناسان سازمان‌های دولتی بودند. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل روش گراند تئوری، مدل‌سازی ساختاری-تفسیری و حداقل مربعات جزئی است. در این تحقیق تعداد ۹ مقوله اصلی و ۴۴ مقوله فرعی برای طراحی مدل خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران شناسایی شد. مقوله‌های مذکور در ۶ پارادایم با عناوین شرایط زمینه‌ای، شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها و اقدامات، شرایط مداخله‌گر و پیامدها دسته‌بندی شدند. در ادامه روند پژوهش، با اجرای تکنیک دلفی فازی در ۲ مرحله غربالگری و اعتبارسنجی معیارهای حاصل از تحلیل کیفی پژوهش انجام شد. در ادامه، شناسایی روابط معیارهای خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انجام شد و توسعه کارآفرینی به‌عنوان متغیر سطح اول شناسایی شد. همچنین بر اساس پار عاملی استاندارد و مقدار آماره t به‌جز فرضیه‌های هفت، نه و هیجده تمام فرضیه‌های پژوهش و رابطه بین متغیرها تأیید شد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، طراحی مدل خط‌مشی



۱- مقدمه

کارآفرینی بر اقتصاد تأثیر می‌گذارد، بنابراین شرکت‌ها باید فعالیت‌های کارآفرینی خود را افزایش دهند تا درآمد بالایی داشته باشند. همچنین کارآفرینی در افزایش بهره‌وری، ایجاد تولیدات جدید و دستیابی به رقابت بین کشورها نقش دارند. در این بین کارآفرینان باید به دلیل توسعه فناوری و قدرت رقابت بین شرکت‌ها رویکرد خود را تغییر دهند [۱]. کارآفرینی از طریق پدیده‌ها و فرآیندهای مرتبط، فرصت‌ها را کاوش، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و بهره‌برداری می‌کند. نتیجه این فرآیند محصولات یا ارائه خدمات منحصر به فرد و جدید یا هم محصول و هم خدمت خواهد بود، زیرا به مزیت رقابتی و چالش‌های جدید فناوری کمک می‌کند و بنابراین بر ارزش محصول در بازار تمرکز دارد [۲]. کارآفرینان در همه کشورها و فرهنگ‌ها وجود دارند. ولی سطح و میزان کارآفرینی در جوامع مختلف یکسان نیست. محیط نامساعد برای کارآفرینی معمولاً به رشد اقتصاد زیرزمینی می‌انجامد. حال آنکه محیط مساعد موجب بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌گردد. کارآفرینی به معنای نوآوری، خلاقیت، رهبری، به حداکثر رساندن سود یا شروع یک کار جدید است. کارآفرینی به روند رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد ملی و همچنین ایجاد نوآوری کمک می‌کند [۳]. بررسی‌های خط‌مشی‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف نشان می‌دهند که دولت‌ها، سیاست‌های متنوعی برای توسعه کارآفرینی دنبال می‌کنند. به بیان دیگر سیاست‌های کارآفرینی به شرایط خاص کشور و ماهیت خاص خط‌مشی بستگی دارد [۴]. اگر قرار است کارایی و اثربخشی کارآفرینی در کشور پیشرفت کند، می‌بایست یک تغییر اساسی در وضع خط‌مشی‌ها توسط سازمان‌های قانون‌گذار به وجود آید. ایجاد تغییر در این سیاست‌ها برای تبدیل کشور به یک کشور کارآفرین و اقتصادمحور ضروری است. در چند سال اخیر در قوانین بودجه دولت بخش قابل‌توجهی به کارآفرینی ذیل برنامه‌های وزارتخانه‌های مختلف از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، کار و تأمین اجتماعی و آموزش و پرورش تخصیص داده شده است. لازمه بهره‌برداری مطلوب و صحیح از بودجه عمومی در بخش کارآفرینی و پژوهش‌های علمی مرتبط، نظام خط‌مشی‌گذاری علمی است. بر این اساس، این پژوهش به دنبال ارائه یک الگوی توسعه کارآفرینی با تأکید بر نقش دولت، متناسب با شرایط کشور و با توجه به دغدغه‌های طراحی یک الگوی خط‌مشی کارآفرینی است.

۲- پیشینه و مبانی نظری پژوهش

شومپیتر^۱ (۱۹۳۴) می‌گوید کارآفرین نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی است. وی مشخصه کارآفرین را نوآوری می‌داند و فرآیند کارآفرینی را «تخریب خلاق» می‌نامد. در سال‌های اخیر، کارآفرینی به یک عنصر کلیدی برای توسعه و بهبود وضعیت اقتصادی، تبدیل شده است [۵]. نتایج تحقیقات بر روی مسیر شغلی کارآفرینی نشان داده است که متغیرهای مختلف شخصی و زمینه‌ای بر کارآفرینی تأثیر دارد که به طور کلی متغیرهای کمی در زمینه شناسایی افراد کارآفرین و غیر کارآفرین انجام شده است و تحقیقات تجربی و نظری در زمینه کارآفرینی، به طور محدودی وجود دارد [۶]. کارآفرینی در محیط‌هایی گسترش می‌یابد که ارزش‌ها و باورهای آن محیط، متناسب با فرهنگ کارآفرینی باشد [۷]. نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه لازمه موفقیت و بقای سازمان‌ها است. متغیرهای بسیاری بر کارآفرینی سازمانی تأثیر می‌گذارند. این متغیرها شامل ویژگی‌های شخصی و انگیزشی مدیران و نیز ویژگی‌های صنعتی است که شرکت در آن فعالیت می‌کند. با وجود این، بسیاری از محققان معتقدند متغیرهای سازمانی و استراتژیک تأثیر بیشتری بر کارآفرینی دارند. اقدامات مربوط به مدیریت استراتژیک از جمله اقدامات مدیریتی است که تسهیل‌کننده کارآفرینی سازمانی است [۸]. در واقع کارآفرینی سازمانی، یک رویکرد استراتژیک است که بازتولید محصولات، فرآیندها، خدمات، استراتژی‌ها و یا حتی کل سازمان را شامل می‌شود [۹]. سارازواتی^۲ (۲۰۰۸)، معتقد است که کارآفرین‌ها با چالش‌های جدی روبه‌رو هستند و ناچارند تصمیماتی متفاوت را اتخاذ کنند. به‌طور مثال؛ کارآفرینان قادر نیستند نسبت به میزان تقاضا، اندازه بازار، سهم بازار مورد انتظار و سؤالاتی نظیر این‌ها برای یک محصول کاملاً جدید (که در بازار وجود ندارد)، پاسخی داشته باشند. چرا که کارآفرینان عموماً منابع مالی و غیرمالی لازم را برای یافتن پاسخ سؤالات فوق در اختیار ندارند [۱۰].

پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی مثل عوامل فرهنگ، اجتماعی، قانونی، سیاسی و فناوری تأثیر مثبت و یا منفی بر توسعه کارآفرینی دارند [۱۱]. در واقع کارآفرینان در همه کشورها و فرهنگ‌ها وجود دارند. ولی محیط نامساعد برای کارآفرینی معمولاً به رشد اقتصاد زیرزمینی می‌انجامد، حال آن‌که محیط مساعد موجب بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود [۱۲]. اگر کارآفرینی سیستمی شامل کارآفرینان (و کارآفرینان بالقوه)، نهادها و اقدامات دولتی تلقی شود، در این صورت پیامد مطلوب یک خط‌مشی کارآفرینی، افزایش سطح فعالیت کارآفرینانه است که متعاقب آن نقش نهادها و



دولت‌ها ایجاد محیطی است که افزایش کارآفرینان و تلاش برای راه‌اندازی و رشد سازمان‌های موفق را فراهم خواهند کرد. برای انجام چنین کاری، خط‌مشی کارآفرینی بایستی بر تمام بخش‌های فرآیند کارآفرینانه از آگاه شدن فرد از انتخاب‌های کارآفرینانه تا بقاء و رشد اولیه یک شرکت نوپا اثرگذار باشد [۱۳]. با توجه به ادبیات پژوهش، مدل‌های نظری مختلفی در دو گروه الگوهای بهبود محیط کسب‌وکار و سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی بررسی شدند. جداول زیر بررسی این مدل‌ها در دو گروه ذکرشده، شامل نام مدل، سال و ابعاد اصلی هر الگو آمده است.

جدول ۱: جمع‌بندی و مقایسه مدل‌های محیط کسب‌وکار

ابعاد اصلی	مدل
سیاست‌های توسعه کارآفرینی در جهت بهبود انگیزش، فرصت و مهارت	مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی آتلانتیک (۱۹۹۶)
محیط مساعد کسب‌وکار و سیاست‌های توسعه کارآفرینی در جهت بهبود انگیزش، فرصت و مهارت در دوره شروع و رشد	مدل پارامترهای کارآفرینی (۲۰۰۱)
خط‌مشی کل‌گرا، خط‌مشی تأسیس یک شرکت جدید، خط‌مشی تمرکز بر گروه‌های خاص و خط‌مشی توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط	مدل خط‌مشی‌های چهارگانه توسعه کارآفرینی (۲۰۰۲)
حداکثرسازی منافع (تشویق افراد برای کارآفرینی و تأسیس کسب‌وکار) و حداقل‌سازی زیان (اجرای قوانین ورشکستگی و کاهش ریسک)	مدل توسعه کارآفرینی پنگ و لی (۲۰۰۲)
افزایش دسترسی به منابع مالی، تسهیل ورود و خروج شرکت‌ها (تأسیس و انحلال) و برنامه‌های حمایتی دولت	مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی آنکتاد (۲۰۰۴)
خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی رقابتی، پرورشی جبرانی و محدودکننده	خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی دنیس (۲۰۰۵)
سیاست‌های شش‌گانه توسعه کارآفرینی شامل ترویج کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، بهبود محیط برای شرکت‌های نوپا، تسهیل ورود، بقاء و رشد شرکت‌ها، تأمین سرمایه اولیه، پشتیبانی از کسب‌وکار شرکت‌های نوپا و استراتژی‌های حمایت از گروه هدف (اقلیت‌ها و کارآفرینان نوآور)	مدل خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی بر اساس مطالعه تطبیقی کشورها (۲۰۰۵)
تقاضای بازار، تأمین سرمایه، عرضه مهارت‌ها، مشوق‌ها و فرهنگ جامعه	مدل عوامل پنج‌گانه گابرو و هوفمن (۲۰۰۶)
توسعه کارآفرینی شامل توجه به بهبود شرایط عمومی و شرایط ویژه کارآفرینی	مدل دیدبان جهانی کارآفرینی (با جم) (۲۰۰۷)

مدل	ابعاد اصلی
حوزه‌های کلان و خرد توسعه کارآفرینی (۲۰۰۷)	خطمشی‌های کلان و خرد
مدل خطمشی‌های کاهش موانع کارآفرینی و توسعه شرکت‌ها سال ملل (۲۰۰۷)	پیش‌شرط‌های اصلی توسعه شرکت‌ها و حکمرانی، ساده‌سازی و کاهش مراحل تأسیس یک شرکت، ساده‌سازی سیستم‌های مالیاتی، تأمین مالی و سایر موارد
مدل توسعه کارآفرینی یوروستات (۲۰۰۷)	توسعه کارآفرینی شامل تعیین‌کننده کارآفرینی، عملکرد کارآفرینانه و پیامدهای کارآفرینی
راهکارهای رفع موانع توسعه کارآفرینی کمیسیون اقتصادی سازمان ملل در اروپا (۲۰۰۸)	عوامل اداری، نرخ‌های مالیات و سیستم مالیات، مشکلات مالی، توسعه در خارج از کشور، فساد اداری، موانع جنسیتی برای زنان کارآفرین و موانع روانی و فرهنگی
مدل اصلاح‌شده دیده‌بان جهانی کارآفرینی (جم اصلاح‌شده) (۲۰۰۹)	کارآفرینی شامل برنامه‌های رفع نیازهای پایه‌ای، برنامه‌ها و سیاست‌های مربوط به عوامل توسعه‌دهنده کارایی و سیاست‌های نوآوری و کارآفرینی
الگوی ارزیابی محیط کسب‌وکار بانک جهانی (۲۰۰۹)	ثبت شرکت یا نوع کسب‌وکار، اخذ مجوزهای لازم، استخدام و اخراج کارکنان ثبت دارایی‌ها، اخذ تسهیلات و اعتبارات، حمایت از سرمایه‌گذاران، پرداخت مالیات، تجارت خارجی، کارایی نظام قضایی در الزام‌آور بودن قراردادهای اعلام ورشکستگی و خاتمه بخشیدن به کسب‌وکار
الگوی ارزیابی محیط کسب‌وکار مجمع جهانی اقتصاد (شاخص‌های رقابت‌پذیری جهانی) (۲۰۰۹)	نهادهای زیرساخت‌ها، ثبات شاخص‌های کلان اقتصادی، بهداشت و آموزش‌های مقدماتی، تحصیلات دانشگاهی و آموزش کارکنان، کارایی بازار محصولات، کارایی بازار کار، پیچیدگی بازار مالی، آمادگی فناورانه، اندازه بازار، پیچیدگی کسب‌وکار، نوآوری
چارچوب تصویر محیط کسب‌وکار (۲۰۰۹)	شاخص آزادی اقتصادی، رتبه‌بندی ریسک سیاسی، رتبه‌بندی اعتبار کشور، شاخص محیط کسب‌وکار شاخص کیفیت تدوین مقررات، شاخص کنترل فساد، رتبه کیفیت محیط کسب‌وکار، رتبه سهولت کسب‌وکار
چارچوب شرکت نوسازی صنایع ایران (۱۳۸۴)	سلامت و گسترده‌گی بازارهای مالی، محیط اقتصاد کلان، میزان باز بودن اقتصاد بزرگی و کارایی دولت، زیرساخت‌های فیزیکی، قوانین نیروی کار، فناوری ارتباطات و اطلاعات (فاوا)، زیرساخت علم و فناوری، محیط سیاسی - اجتماعی و انحصار و رقابت
مدل ارتقاء کارآفرینی در ایران (۱۳۸۵)	توسعه کارآفرینی در قالب سه نقش تنظیمی، شناختی و هنجاری



ابعاد اصلی	مدل
توسعه کارآفرینی در قالب سه مرحله بسترسازی برای کارآفرینی، هدایت کارآفرینی در مرحله عمل و تثبیت و نهادینه نمودن کارآفرینی	مدل خط‌مشی‌های دولتی توسعه کارآفرینی ایران (۱۳۸۵)

۳- روش پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، یک پژوهش کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی-مقطعی است. روشی که در این تحقیق مورداستفاده قرار می‌گیرد، روش تحقیق آمیخته است. روش تحقیق آمیخته ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی است. در بخش نخست بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و سپس مصاحبه‌های تخصصی به شناسایی شاخص‌های خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی مبادرت شده است (جدول ۲). پس از مرحله تحلیل کیفی به توزیع پرسش‌نامه و گردآوری داده‌ها از خبرگان کارآفرینی پرداخته شد و پژوهش وارد فاز کمی گردید. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش حاضر شامل خبرگان دانشگاهی و خبرگان نظری است. الف) خبرگان نظری: اساتید دانشگاهی بودند که در زمینه کارآفرینی دولتی صاحب‌نظرند و در این حوزه کتاب یا مقالات متعددی داشتند. ب) خبرگان تجربی: خبرگان تجربی شامل مدیران با تجربه بالای ۱۵ سال در خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی بودند و مدرک تحصیلات تکمیلی در حوزه مدیریت داشتند. برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش‌های غیراحتمالی و به‌صورت هدفمند استفاده شد. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت ۱۱ خبره در این مرحله شرکت کردند. در ادامه برای اعتبارسنجی و ارائه الگوی نهایی از دیدگاه مدیران و کارشناسان سازمان‌های دولتی استفاده شد.

سه پرسشنامه در این مطالعه استفاده شد. پرسشنامه نخست پرسشنامه دلفی فاز اول است. سپس از پرسشنامه مدل‌سازی ساختاری-تفسیری برای طراحی الگوی اولیه پژوهش استفاده شد. پرسشنامه اصلی پژوهش نیز پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای است که برای حداقل مربعات جزئی استفاده گردید. در بخش کمی برای سنجش روایی، از روایی محتوایی استفاده شد. روش دلفی فاز اول نیز برای سنجش اعتبار و روایی شاخص‌های شناسایی‌شده کاربرد دارد. همچنین برای اطمینان از پایایی پرسشنامه نهایی از آلفای کرونباخ استفاده گردید. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش در دو دسته کلی

روش‌های کیفی و کمی قابل دسته‌بندی است. روش گراند تئوری: تحلیل مصاحبه‌های تخصصی انجام‌شده و استخراج مقوله‌ها. مدل‌سازی ساختاری-تفسیری: سطح‌بندی شاخص‌های شناسایی‌شده. حداقل مربعات جزئی: اعتبارسنجی و برازش مدل نهایی پژوهش.

۴- یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش کیفی و کمی ارائه شده است. در بخش کیفی به تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش داده‌بنیاد پرداخته شده است. مقوله‌ها و مضامین شناسایی‌شده با استفاده از روش دلفی فازی اعتبارسنجی شدند. سپس الگوی اولیه با روش ساختاری-تفسیری طراحی شد و در نهایت این الگو با روش حداقل مربعات جزئی اعتبارسنجی گردیده است.

۴-۱- تحلیل کیفی با روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد

در مرحله اول که شناسایی شاخص‌های پژوهش (کدگذاری اولیه) است با ارائه سؤالات مصاحبه پژوهش و جداول مقوله‌های مصاحبه‌شونده‌ها به طراحی مدل خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران پرداخته شد. سؤالات مطروحه در مصاحبه در جدول (۱) ارائه شده است.

کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده بنیاد است. لذا از کلیه شاخص‌های به‌دست‌آمده از مرحله کدگذاری باز، در این مرحله به تعیین مقوله‌ها پرداخته شده و ۹ مقوله اصلی و تعداد ۴۴ مقوله فرعی حاصل گردید. در ادامه، موارد مذکور در جداول جداگانه ارائه گردید.

جدول ۱: مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

مقوله اصلی	مقوله فرعی
ارزش‌های کارآفرینی	شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ
	حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی‌رایت و...)
	استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی
	ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان
	شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع

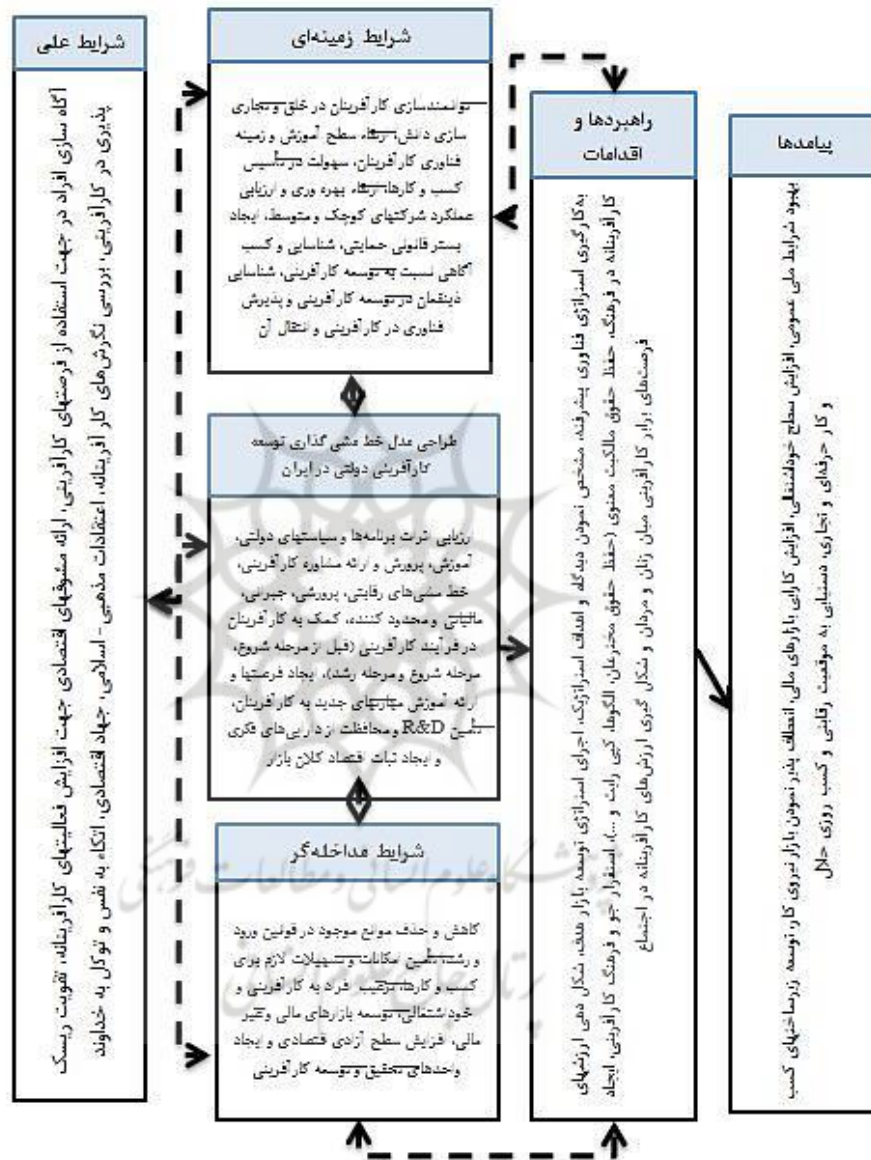


مقوله اصلی	مقوله فرعی
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش
	ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان
	سهولت در تأسیس کسب‌وکارها
	ارتقاء بهره‌وری و ارزیابی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط
خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	ایجاد بستر قانونی حمایتی
	ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی
	آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی
	خط‌مشی‌های رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدودکننده
	کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی
	ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان
	خط‌مشی‌های حمایت از کارآفرینی
	تأمین پژوهش و توسعه و محافظت از دارایی‌های فکری
	ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار
	دستیابی به موقعیت رقابتی
برنامه‌ریزی استراتژیک	به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته
	مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک
	اجرای استراتژی توسعه بازار هدف
	بهبود شرایط ملی عمومی
چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	افزایش سطح خوداشتغالی
	افزایش کارایی بازارهای مالی
	انعطاف‌پذیر نمودن بازار نیروی کار
	توسعه زیرساخت‌های کسب‌وکار حرفه‌ای و تجاری
توسعه کارآفرینی	آگاه‌سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی
	ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه
	تقویت ریسک‌پذیری در کارآفرینی
	بررسی نگرش‌های کارآفرینانه
مأموریت خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	شناسایی و کسب آگاهی نسبت به توسعه کارآفرینی
	شناسایی ذینفعان در توسعه کارآفرینی
	پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن
	کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد
حمایت و پشتیبانی از	تأمین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب‌وکارها

مقوله اصلی	مقوله فرعی
کارآفرینی	ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی
	توسعه بازارهای مالی و غیرمالی
	افزایش سطح آزادی اقتصادی
	ایجاد واحدهای پژوهش و توسعه کارآفرینی
عوامل مذهبی	اعتقادات مذهبی-اسلامی
	کسب روزی حلال
	جهاد اقتصادی
	اتکابه‌نفس و توکل به خداوند

در گام اول با بررسی وضعیت موجود، داده‌های به‌دست‌آمده در ۶ مقوله اصلی طبقه‌بندی می‌شوند. با نظر اساتید و کارشناسان امر، از کلیه شاخص‌های به‌دست‌آمده از تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌ها، تعداد ۴۴ شاخص، جهت طراحی مدل خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران به‌کارگرفته شده است. شکل (۱) نشان‌دهنده مدل پارادایمی خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۱: مدل پارادایمی خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران

۲-۴- اعتبارسنجی مقوله‌های شناسایی شده

در این گام به اعتبارسنجی مقوله‌های حاصل از تحلیل کیفی مصاحبه‌های تخصصی پرداخته شده است. در مجموع ۴۴ شاخص جهت طراحی مدل خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی شناسایی شده است. برای غربال و شناسایی شاخص‌های نهایی از روش دلفی استفاده شد. تحلیل دلفی مبتنی بر دیدگاه ۱۱ نفر از خبرگان صورت گرفته است. برای فازی‌سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. دیدگاه خبرگان پیرامون اهمیت هر یک از شاخص‌ها با طیف فازی ۷ درجه گردآوری شده است. در گام بعدی دیدگاه خبرگان تجمیع شد. در این مطالعه از روش میانگین فازی (رابطه) استفاده شد.

رابطه ۱: محاسبه میانگین فازی

$$F_{AVE} = \left(\left\{ \frac{\sum l}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum u}{n} \right\} \right)$$

در این مطالعه برای فازی‌زدایی از روش مرکز سطح به صورت زیر استفاده شد:

رابطه ۲: روش مرکز سطح

$$DF_{ij} = \frac{[(u_{ij} - l_{ij}) + (m_{ij} - l_{ij})]}{۳} + l_{ij}$$

براساس نتایج مرحله نخست شاخص ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار حذف شد. سایر شاخص‌ها امتیازی بالای ۰/۷ کسب کردند و در مرحله دوم مورد استفاده قرار گرفتند. با توجه تغییرات اعمال شده در مرحله نخست در نهایت ۴۳ شاخص باقی ماند. تحلیل دلفی فازی برای شاخص‌های باقی مانده در مرحله دوم ادامه پیدا کرد. در مرحله دوم هیچ شاخصی حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان مرحله‌های دلفی است. به‌طور کلی یک رویکرد برای پایان دلفی آن است که میانگین امتیازات دو مرحله متوالی باهم مقایسه شوند. در صورتی که اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) کوچکتر باشد، در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. براساس محاسبات انجام شده، مشخص گردید که در تمامی موارد اختلاف کوچکتر از ۰/۲ است بنابراین می‌توان راندهای دلفی را به پایان برد.

۳-۴- مدل‌سازی ساختاری-تفسیری: ISM

تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM): نخستین گام در مدل‌سازی ساختاری-تفسیری است. از این ماتریس برای شناسایی روابط درونی شاخص‌ها استفاده می‌شود.



برای تعیین روابط و سطح‌بندی معیارها باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر معیار از ماتریس دستیابی استخراج شود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود معیار و معیارهایی است که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود معیار و معیارهایی است که بر آن تأثیر می‌گذارند. سپس مجموعه روابط دوطرفه معیارها مشخص می‌شود.

جدول ۲: تعیین سطح خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی

سطح	اشتراک	ورودی: اثرپذیری	خروجی: اثرگذاری	متغیرها
۴	EDV, EDM	EDV, EF, EDM	EDV, SP, GS, PM, EV, EDM, ED, ES	EDV
۴	SP	EDV, SP, EF	SP, GS, PM, EV, ED, ES	SP
۵	EF, EDM	EF, EDM	EDV, SP, EF, GS, PM, EV, EDM, ED, ES	EF
۳	GS, EV	EDV, SP, EF, GS, EV, EDM	GS, PM, EV, ED, ES	GS
۲	PM	EDV, SP, EF, GS, PM, EV, EDM, ES	PM, ED	PM
۳	GS, EV, ES	EDV, SP, EF, GS, EV, EDM, ES	GS, PM, EV, ED, ES	EV
۴	EDV, EF, EDM	EDV, EF, EDM	EDV, EF, GS, PM, EV, EDM, ED, ES	EDM
۱	ED	EDV, SP, EF, GS, PM, EV, EDM, ED, ES	ED	ED
۳	EV, ES	EDV, SP, EF, GS, EV, EDM, ES	PM, EV, ED, ES	ES

بنابراین توسعه کارآفرینی (ED) به‌عنوان متغیر سطح اول محسوب می‌شود. پس از شناسایی متغیر (های) سطح اول این متغیر (ها) حذف می‌شوند و مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح اول محاسبه می‌شود. مجموعه مشترک شناسایی و متغیرهایی که اشتراک آن‌ها برابر مجموعه ورودی‌ها باشد، به‌عنوان متغیرهای سطح دوم انتخاب می‌شوند. با توجه به خروجی محاسبات ISM متغیر خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری (PM) در سطح دوم قرار دارد. به روش مشابه متغیرهای هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت (GS)، ارزش‌های کارآفرینی (EV) و پشتیبانی کارآفرینی (ES) در سطح سوم قرار دارند. متغیرهای چشم‌انداز کارآفرینی (EDV)، برنامه‌ریزی استراتژیک (SP) و مأموریت کارآفرینی (EDM) سطح چهارم هستند. متغیر عوامل مذهبی (EF) به‌عنوان متغیر سطح چهارم و زیربنایی‌ترین عنصر مدل است.

۴-۴- اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی

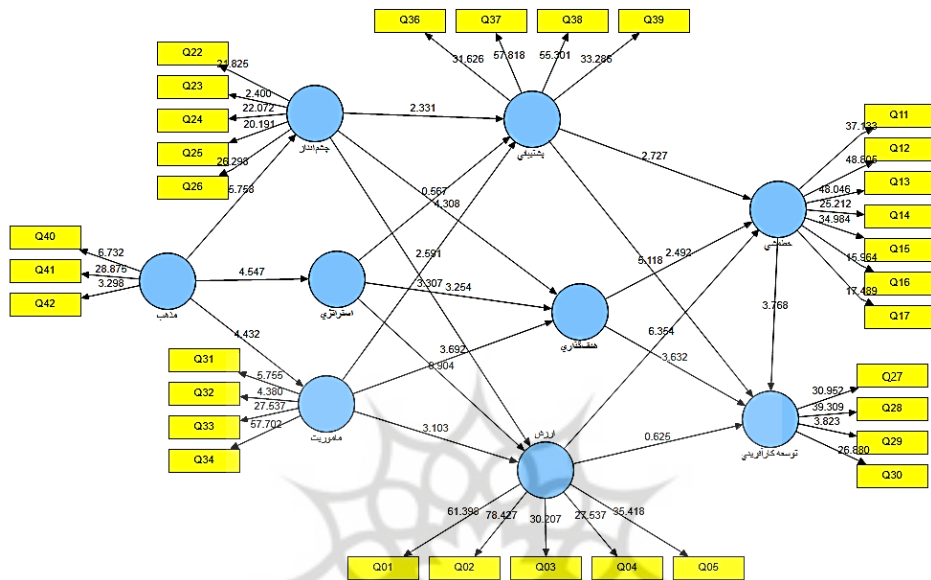
برای اعتبارسنجی مدل از تکنیک حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. در این مطالعه در مرحله نخست سؤالات شماره ۳۵ و ۴۳ به علت بار عاملی اندک حذف شدند.

جدول ۳: اعتبار درونی سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	AVE	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
ارزش‌های کارآفرینی	۰/۷۶۲	۰/۹۴۱	۰/۹۲۱
برنامه‌ریزی استراتژیک	۰/۷۰۷	۰/۹۰۶	۰/۸۶۱
توسعه کارآفرینی	۰/۶۴۲	۰/۸۷۳	۰/۷۹۶
خطمشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	۰/۷۲۲	۰/۹۴۸	۰/۹۳۵
مأموریت خطمشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	۰/۵۶۶	۰/۸۳۳	۰/۷۳۴
عوامل مذهبی	۰/۵۲۱	۰/۷۵۹	۰/۵۳۶
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	۰/۷۰۵	۰/۹۲۳	۰/۸۹۵
حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	۰/۸۲۹	۰/۹۵۱	۰/۹۳۱
چشم‌انداز خطمشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	۰/۵۹۵	۰/۸۷۴	۰/۸۱۳

میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بزرگ‌تر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا وجود دارد. آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۷ بوده بنابراین پایایی مورد تأیید است. مقدار پایایی ترکیبی (CR) نیز بزرگ‌تر از AVE است و در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگ‌تر است [۱۴]. مدل کلی پژوهش در شکل (۲) نمایش داده شده است. در این مدل که خروجی نرم‌افزار Smart PLS است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



شکل ۲: معناداری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی (بوت‌استرپینگ)

جدول ۴: خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	آماره t	بار عاملی	متغیر وابسته	متغیر مستقل
تأیید	۵/۷۵۸	۰/۵۹۵	چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	عوامل مذهبی
تأیید	۴/۵۴۷	۰/۵۱۴	برنامه‌ریزی استراتژیک	عوامل مذهبی
تأیید	۴/۴۳۲	۰/۴۹۷	مأموریت خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	عوامل مذهبی
تأیید	۲/۳۳۱	۰/۴۱۱	حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی
تأیید	۴/۳۰۸	۰/۶۰۱	هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی
تأیید	۲/۳۰۷	۰/۴۹۱	ارزش‌های کارآفرینی	چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی
رد	۰/۵۶۷	۰/۰۸۱	حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	برنامه‌ریزی استراتژیک

متغیر مستقل	متغیر وابسته	بار عاملی	آماره t	نتیجه
برنامه‌ریزی استراتژیک	هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	۰/۳۸۳	۳/۲۵۴	تأیید
برنامه‌ریزی استراتژیک	ارزش‌های کارآفرینی	۰/۱۲۹	۰/۹۰۴	رد
مأموریت خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	۰/۳۴۳	۲/۵۹۱	تأیید
مأموریت خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	۰/۳۳۴	۳/۶۹۲	تأیید
مأموریت خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی	ارزش‌های کارآفرینی	۰/۳۴۵	۳/۱۰۳	تأیید
حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	۰/۱۶۱	۲/۷۲۷	تأیید
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	۰/۲۴۹	۲/۴۹۲	تأیید
ارزش‌های کارآفرینی	خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	۰/۵۸۶	۶/۳۵۴	تأیید
حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	۰/۴۰۹	۵/۱۱۸	تأیید
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	۰/۳۸۵	۳/۶۳۲	تأیید
ارزش‌های کارآفرینی	توسعه کارآفرینی	۰/۱۰۸	۰/۶۲۵	رد
خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	توسعه کارآفرینی	۰/۳۳۱	۳/۷۶۸	تأیید

۵- بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش، ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان، سهولت در تأسیس کسب‌وکارها، ارتقاء بهره‌وری و ارزیابی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط، ایجاد بستر قانونی حمایتی، شناسایی و کسب آگاهی نسبت به توسعه کارآفرینی، شناسایی ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی و پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن به‌عنوان مقوله‌های زمینه‌ای در طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند و همچنین نتایج معادلات ساختاری نشان داد از میان فرضیه‌های مطرح شده، سه فرضیه رد و مابقی فرضیه‌های طراحی شده تأیید شدند.



یافته‌های پژوهش حاضر و عوامل شناسایی شده همسو با نتایج تحقیق اکس^۳ و همکاران (۲۰۱۲) است. این محققین در تحقیق خود عنوان نمودند توانمندسازی کارآفرینان در ایجاد و تجاری‌سازی دانش، اقتصاد کارآفرینانه و افزایش سطح فعالیت کارآفرینانه و سهولت تأسیس کسب‌وکارها تأثیر چشمگیری دارد [۱۵]. اردهالی و هاشم پور (۱۳۸۸)، عنوان نمود عدم دسترسی به منابع، همواره از سوی افراد کارآفرین به عنوان مانعی برای شروع کسب‌وکار مطرح شده است [۱۶]. فونتلساز^۴ و همکاران (۲۰۱۸)، به تأثیرگذاری عوامل نهادی و دولتی بر کارآفرینی تأکید کردند [۱۷]. همچنین لندستورم و استیون‌سون^۵ (۲۰۰۵) تأثیر آگاه‌سازی افراد و تقویت ریسک‌پذیری و همچنین کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد و افزایش سطح آزادی اقتصادی بر کارآفرینی اذعان نمودند [۱۸]. پافر و مک کارتی^۶ (۲۰۱۰)، از ابزارهای مقرراتی مهم برای اجرای سیاست‌های دولتی را مالیات معرفی نمودند و عنوان کردند به کارگیری صحیح سیاست‌های مالیاتی می‌تواند مشوق نوآوری و رشد شرکت‌ها و کارآفرینی باشد [۱۹]. آپاریکو^۷ و همکاران (۲۰۱۵)، همکاری نهادهای دولتی را مؤثر بر کارآفرینی معرفی نمودند [۲۰]. ادلمن و یلی-رنکو^۸ (۲۰۱۰) نیز عنوان نمودند خط‌مشی‌های رقابتی و ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان تأثیر معنی داری دارد [۲۱]. از طرفی علیمردانی و همکاران (۱۳۹۴)، اردلان و همکاران (۱۳۹۳) و کریمی و همکاران (۱۳۹۲) به تأثیرگذاری فرهنگ و جو کارآفرینانه بر کارآفرینی تأکید نمودند [۲۲:۲۳:۲۴]. رینولدز^۹ (۲۰۰۰) نیز به تأثیرگذاری شرایط ملی عمومی و دستیابی به موقعیت رقابتی بر کارآفرینی تأکید کرد [۲۵]. البته که یافته‌های پژوهش حاضر به ارائه خط‌مشی کلی برای کارآفرینی در ایران پرداخته است و به طور خاص روابط بین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی با یکدیگر را نیز سنجیده است.

۶- پیشنهادها

بر اساس نتایج حاصله از پژوهش، پیشنهادهایی کاربردی به مدیران و کارشناسان مربوطه ارائه می‌گردد. بر این اساس جهت بسترسازی و تقویت زمینه‌های ایجاد خط‌مشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران پیشنهاد می‌شود که تمرکز بر توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش و ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان ارتقاء یابد. در صورت ایجاد سهولت در تأسیس کسب‌وکارها امکان ارتقاء بهره‌وری و ارزیابی عملکرد

شرکت‌های کوچک و متوسط در ایجاد بستر قانونی حمایتی امکان‌پذیر خواهد شد. جهت ایجاد شرایط عالی در حوزه خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران پیشنهاد می‌شود تا نسبت به آگاه‌سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی و ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه اقدامات لازم انجام پذیرد. با تقویت ریسک‌پذیری در کارآفرینی و بررسی نگرش‌های کارآفرینانه شرایط بهتری برای توسعه کارآفرینی در ایران ایجاد می‌گردد. برای تقویت مقوله خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران پیشنهاد می‌شود، با انجام ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی، آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی مدیران درصدد تدوین خطمشی‌های رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدودکننده برآیند. خطمشی‌های مذکور هریک می‌تواند رهگشای مناسبی برای توسعه کارآفرینی دولتی در ایران باشد و به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از مرحله شروع، مرحله شروع و مرحله رشد) کمک نماید. جهت ارائه راهبردها و اقدامات لازم برای خطمشی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران به مدیران مربوطه پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته و مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک به همراه اجرای استراتژی توسعه بازار هدف سبب شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ و حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی‌رایت و...) شوند.

۷- پی‌نوشت‌ها

۱. Schumpeter
۲. Sarasvathy
۳. Acs
۴. Fuentelsaz
۵. Lundstrom & Stevenson
۶. Puffer & McCarthy
۷. Aparicio
۸. Edelman & Yli-Renko
۹. Reynolds

۸- منابع

- [1] Alsafadia, Y., Aljawarneh, N., Çağlar, D., Bayramc, P., & Zoubi, K. (2020), The mediating impact of entrepreneurs among administrative entrepreneurship, imitative entrepreneurship and acquisitive entrepreneurship on creativity.

- Management Science Letters, (10), pp. 3571–3576.
- [2] Hussein, Y., & Çağlar, D. (2019). The effect of high involvement work systems on organizational performance: The mediating role of knowledge-based capital. Management Science Letters, 9(9), 1361-1372.
- [3] Aftab, M., Naveed, T., (2018). Role of Microfinance Institutions in Entrepreneurship Development in District Gujrat, Pakistan. J. Asian Dev. 7 (1), pp. 51-67
- [4] Storey, D.J. (2008), Entrepreneurship and Sme Policy, World Entrepreneurship Forum, 2008 Edition
- [5] Gnizy I, Cadogan JW, Oliveira JS & Nizam A. The empirical link between export dispersion and export performance: A contingency-based approach. International Business Review, 2017; 26(2), 239-249.
- [6] Pilvar, N., Badizadeh, A., Hoseini, Rasoul., & Zaboli, R. (2019). Identifying the components of organizational entrepreneurship development based on knowledge management (Case study: Qazvin University of Medical Sciences). Health management, (10), pp. 31-42
- [7] Mirvahedi, S. (2018). Investigating the decision-making logic of Iranian entrepreneurs based on feasibility theory. New research in decision making, 2 (4), pp. 229-254
- [8] D, E. (2019), Representation of the culture of work and entrepreneurship in Bakhtiari proverbs. Management Research in Iran, 6 (24), pp. 19-45
- [9] Hambrick DC & Crossland C. A Strategy for Behavioral Strategy: Appraisal of Small, Midsize, and Large Tent Conceptions of This Embryonic Community. In Behavioral Strategy in Perspective, 2018; 3: 23-39.
- [10] Eshghi, M., Sarlak, M.A., Darvish, H., & Mousavi, M., (2019). Designing and explaining the model of e-entrepreneur organization in the industry Country Banking (Case Study: Refah Bank). Management Research in Iran, 23 (2), pp.

28-53

- [11] Deakins, D.: Freel, M. (2003). *Entrepreneurship and Small Firms*. 3th ed. Berkshire: Mc Grow Hill
- [12] Herbig, P., et al. (1994). The Relationship Of Structure To Entrepreneurial And Innovative Success Marketing. *Intelligence & Planning*, 9: 37-48.
- [13] Lundstrom, A and Stevenson. L.A, (2005), *Entrepreneurship policy: Theory and Practice*, Chapter 2 ISEN International studies in Entrepreneurship, Springer, New York,
- [14] *Structural Equation Modeling: Minimal Partial Squares*, Translated by Adel Azar and Gholamzadeh, (2016). Knowledge View
- [15] Acs, Z.J., Audretsh, D.B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Bus.Econ*, 39 (2): 289-300.
- [16] Ardehali M, Hashempour Z. *Elements of Entrepreneurship in Iran Economy*. JPBUD. 2009; 14 (2):39-59
- [17] Fuentelsaz, L., Maricas, J. & Monteri, J. (2018). Entrepreneurs and Innovation: the contingent role of institutional factors. *International small business Journal*, 36 (4): 72- 87.
- [18] Lundstrom, A., & Stevenson. L.A, (2005), *Entrepreneurship policy: Theory and Practice*, Chapter 2 ISEN International studies in Entrepreneurship, Springer, New York,
- [19] Puffer, s. & McCarthy, A. (2010). Entrepreneurship in Russia and china: The impact of formal institutional voids. *Entrepreneurship theory and Practice*, 34(3): 441-467.
- [20] Aparicio, S., Urbano, D. & Audretsch, D. (2015). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting & Social Change*, 102 (1): 45-61.
- [21] Edelman, L., & Yli-Renko, H. (2010). The Impact of Environment and Entrepreneurial Perceptions on Venture-Creation Efforts: Bridging the

Discovery and Creation Views of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 34(5), 833-856.

- [22] Alimardani, M., Farahani, A., ghasemi, H., (2016). The relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship in the General Directorate of Sports and Youth of Qom Province. Applied research in sports management. 4 (1), pp. 25-34
- [23] Ardalan, M., Soltanzadeh, V., Beheshtirad, R. (2015). Evaluating the role of organizational culture on organizational entrepreneurship. Higher Education Quarterly. 7 (27), pp. 11-34
- [24] Karimi, A., Rezaee, R., Ahmadpour, M., Ansari, M. (2014). The Impact of Organizational Culture on Entrepreneurial Tendency (Case Study: Agriculture and Natural Resources Campus, University of Tehran). Entrepreneurship Development. 6 (3), pp. 163-182
- [25] Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (2000). GEM 1999 Global Report. Babson College, London Business School & Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی