

فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر

دوره ۱۴، شماره ۴ - شماره پیاپی ۵۱، زمستان ۱۳۹۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۳۰

صص: ۲۶-۱

شناسایی سیاستگذاری جامعه شناختی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران

محمد مرتضی جوادی^۱ سید مهدی الوانی^{۲*} محسن رضایی میرقاند^۳ مرتضی موسی‌خانی^۴ پرهام عظیمی^۵

۱- دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران.

۲- استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۳- دانشیار، گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه امام حسین (ع)، 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.

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی سیاستگذاری جامعه شناختی توسعه کارآفرینی دولتی در ایران می باشد. روشی که در این تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد، روش تحقیق کیفی است. در این مطالعه بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و سپس مصاحبه‌های تخصصی به شناسایی سیاستگذاری جامعه شناختی توسعه کارآفرینی دولتی مبادرت شده است. جامعه آماری شامل خبرگان دانشگاهی و خبرگان نظری است. برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش‌های غیراحتمالی و به صورت هدفمند استفاده شد. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت ۱۱ خبره در این مرحله شرکت کردند. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها مدل‌سازی ساختاری می‌باشد. روش پژوهش مقطعی و شیوه پژوهش گرنند تئوری می باشد. نتایج نشان داد با مقوله‌بندی و دسته‌بندی معیارهای نهایی، تعداد ۹ مقوله اصلی و تعداد ۴۴ مقوله برای شناسایی شاخص‌های سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران حاصل گردید. مقوله‌های مذکور در ۶ پارادایم به نام‌های 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 راند مبادرت به غربالگری و اعتبارسنجی معیارهای حاصل از تحلیل کیفی پژوهش ورزیده شد. در این مرحله ۴۳ معیار بر اساس دیدگاه ۱۱ خبره مورد ارزیابی قرار گرفت و در دور دوم هیچ معیاری حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی بوده و تکنیک دلفی پس از ۲ راند، خاتمه یافت.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، سیاستگذاری جامعه شناختی

مقدمه و بیان مساله

امروزه کارآفرینی برای ایجاد فضای سالم اقتصادی و رشد یافته یک ضرورت محسوب می‌شود. کارآفرینی به خلق کسب و کار جدید توسط فرد یا یک گروه اطلاق می‌گردد. نقش کارآفرینی در پایدار سازی و ثبات اقتصادی تایید شده است (هنری^۱، ۲۰۱۲). جامعه شناسی کارآفرینی در وهله اول به تفاوت میان رویکرد خود از رویکرد روان شناسی و اقتصادی اصرار دارد. به دنبال عدم موفقیت روانشناسان در دستیابی به ویژگی های مشترک بین کارآفرینان، توجه جامعه شناسان به دسته ای از متغیرهای جمعیت شناختی معطوف شد که به آن رویکرد رفتاری گفته می‌شود. در این رویکرد به فعالیت کارآفرین، دلایل و چگونگی تشکیل یک کسب و کار و یا فرآیندی توجه می‌شود که طی آن شرکت های جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند (احمدپور، ۱۳۷۹). یعنی نگرش به آن چه کارآفرین انجام می‌دهد، نه این که کارآفرین کیست. جامعه شناسان بیشتر از جنبه های اجتماعی و فردی کارآفرینی را مورد توجه قرار داده اند، اندیشمندانی مانند کارلند، گوایر و مک کلند، ارزش ها و انگیزه ها، سوابق و محیط کارآفرین را مورد بحث و بررسی قرار داده اند و به این سوال پرداختند که افراد چرا کارآفرینی می‌کنند (هزارجریبی، ۱۳۸۴). تئوری های بوم شناسی، نهادی و مدل های چندسطحی رویکردهای مرتبط با جامعه شناسی اند (تورنتون^۲، ۱۹۹۹). در دیدگاه رفتاری و جامعه شناسی، کارآفرینی نقشی است که افراد به منظور ایجاد شرکت های نوپا به عهده می‌گیرند. به عبارت دیگر، فرد کارآفرین به عنوان یکی از عوامل مهم در فرآیند کارآفرینی مورد توجه قرار می‌گیرد و پوشش دهنده دیدگاه شخصیتی و ویژگی ها نیز می‌باشد. در این دیدگاه طیف وسیعی از ویژگی هایی مانند سن و سال، تحصیلات، خانواده، کودکی و عوامل تجربی فرد مانند پذیرش الگوی نقش، نارضایی شغلی و اخراج از کار نیز مورد توجه است (هزارجریبی، ۱۳۸۴). این پژوهش در راستای توسعه یک الگو و چارچوب مفهومی بمنظور تبیین سیاستگذاری های جامعه شناختی دولت در توسعه کارآفرینی بدنبال ارائه یک الگوی توسعه کارآفرینی با تاکید بر نقش دولت، متناسب با شرایط کشور و با توجه به دغدغه های طراحی یک الگوی سیاستگذاری جامعه شناختی کارآفرینی می‌باشد. مسئله و مشکل اصلی که دلیلی برای انجام این تحقیق بود این است که در کشور ما در شرایط فعلی، بیکاری به دلایل متعددی مانند ترکیب جمعیتی جوان کشور، به یک معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. شاید توسعه کارآفرینی و بسترسازی برای آن در این زمینه راهگشا باشد. اگر کارآفرینی سیستمی شامل کافرینان، نهادها و اقدامات دولتی تلقی شود، در این صورت پیامد مطلوب توسعه کارآفرینی در کشور، افزایش سطح فعالیت های کارآفرینانه در

^۱ Henry

^۲ Thornton

جامعه می‌باشد. در این شرایط، نقش نهادها و دولت‌ها ایجاد محیطی است که منجر به افزایش تعداد کارآفرینان جدید می‌شود. بر این اساس در سال‌های اخیر این موضوع مورد توجه دولت قرار گرفته است. تصویب قوانین، ایجاد رشته‌های کارآفرینی و مراکز کارآفرینی و رشد در دانشگاه‌ها از جمله کارهایی است که در این سال‌ها انجام شده است. تلاش‌های کارآفرینی در بخش دولتی نسبت به سایر رویکردها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در زمینه توسعه کارآفرینی دولتی هنوز مناظرات، شک و تردیدهایی وجود دارد. بطور کلی تحقیقات اندکی در جهت توسعه مدل‌های کارآفرینی دولتی انجام شده است. در زمینه اصلاحات و تحولات بخش دولتی در مقایسه با سازمان‌های مبتنی بر بازار و همینطور امکان رشد اقدامات کارآفرینی هنوز مطالعات کافی انجام نشده است (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲).

به منظور ارائه یک الگو در بحث سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی توسط دولت، بایستی به تعریف مشکلی بنام کارآفرینی و ارتقا کارآفرینی دقت داشت تا در مراحل بعدی امکان تدوین برنامه‌ها و ارزیابی این برنامه‌ها فراهم شود. به بیان دیگر، در هر حوزه خط‌مشی‌گذاری از جمله سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی، چگونگی طراحی الگو و اندازه‌گیری نتایج بایستی مورد توجه قرار گیرد. بایستی به این نکته نیز توجه داشت که کارآفرینی به شکل‌های مختلفی ظهور می‌کند. بنابراین، هنگامی که سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی مطرح می‌شود، فقط تاکید بر یک نوع خاص از سیاست‌ها مناسب نیست. همچنین سیاست‌های موثر بر توسعه کارآفرینی باید متناسب با نوع کارآفرینی و مطابق با شرایط محلی و منطقه‌ای و کشور باشد. چگونه می‌توان این خلاء را پر کرده و ضرورت‌ها و راهکارها برای بهبود این حوزه چیست؟

بر این اساس، این پژوهش بدنبال ارائه یک الگوی توسعه کارآفرینی با تاکید بر نقش دولت، متناسب با شرایط کشور و با توجه به دغدغه‌های طراحی یک الگوی خط‌مشی کارآفرینی می‌باشد.

اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق

در یک نگاه کلی در بیان ضرورت و اهمیت سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران باید به نقش‌های اصلی سیاست‌های عمومی اشاره کرد. نقش‌های اصلی خط‌مشی عمومی آن است که راهنمای عمل است. هماهنگ‌کننده است و ارزیابی‌کننده و کنترل‌کننده می‌باشد، ابهام‌زدا است و تامین‌کننده و تضمین‌کننده منافع عامه است (الوانی و فیضی، ۱۳۹۸).

۱. توسعه کارآفرینی نیازمند وجود سیاست‌های مشخصی است که توسط برنامه‌های کوتاه‌مدت و عملیاتی قابل تعقیب باشد. کارآفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته شده است، از اینرو دولت‌ها موظفند سیاست‌های گوناگونی را در راستای ایجاد، حمایت و توسعه کارآفرینی تدوین نمایند (دانش‌فرد و

جلیلی، ۱۳۹۸). رشد و توسعه اقتصادی جوامع مرهون کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه توسط شرکت‌های کارآفرین آنها بوده و از اینرو، لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است. برای مثال مطالعه‌ها و بررسی‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد که بین نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تولید خالص داخلی در برخی از کشورها همبستگی وجود دارد. به عبارت دیگر افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه همراه با افزایش تولید خالص ملی و در نتیجه افزایش درآمد ملی، رفاه و آسایش در جامعه است (زالی، ۵: ۱۳۸۶).

۲. کارآفرینی در ایران که اجرایی و عملی‌ترین راهبرد برون رفت از بن بست‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی کشور است، نیازمند خطمشی‌هایی مبتنی بر تجربه‌های کشورهای پیشرفته و جهان سومی از یک طرف و شرایط بومی کشور از طرف دیگر بوده و هدف اساسی این تحلیل نظام خطمشی گذاری برای آموزش طرح‌های الگوی مطلوب خطمشی گذاری در آموزش کارآفرینی در ایران با توجه به شرایط بومی کشور است. (داوری، ۱۳۹۱)

۳. در حال حاضر خطمشی کارآفرینی از سوی مشکلات عدیده‌ای تهدید می‌شود. از جمله این مشکلات میتوان به برنامه ریزی‌های کوتاه مدت، موازی کاری و انسجام نداشتن در برنامه‌های آموزش کارآفرینی اشاره کرد. برای رفع این مشکلات نیاز به سیاستگذاری علمی و صحیح بوده و لازمه دستیابی به این هدف مطالعه هدفمند و علمی نظام سیاستگذاری در این حوزه است.

۴. در چند سال اخیر در قوانین بودجه دولت بخش قابل توجهی به کارآفرینی ذیل برنامه‌های وزارتخانه‌های مختلف از جمله وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، کار و تامین اجتماعی و آموزش و پرورش تخصیص داده می‌شود. لازمه بهره برداری مطلوب و صحیح از بودجه‌ی عمومی در بخش کارآفرینی و پژوهش‌های علمی مرتبط، نظام خطمشی گذاری علمی است.

هدف‌های پژوهش

اهداف تحقیق، مبادی ورودی به سایر بخش‌های تحقیقی است و محقق، چارچوب تئوریک و روش‌های آماری خود را متناسب با هدف‌های تحقیق، انتخاب می‌کند و در نهایت، در این چرخه پژوهشی به اهداف پژوهش نائل می‌شود. بر این مبنا می‌توان هدف‌های ذیل را برای این پژوهش مطرح نمود:

هدف اصلی پژوهش

شناسایی سیاستگذاری جامعه شناختی توسعه کارآفرینی دولتی و طراحی مدلی جامع و بومی

هدف‌های فرعی پژوهش

۱. شناسایی عوامل مدل، ابعاد و تبیین روابط بین این عوامل
۲. شناسایی روابط بین عوامل تشکیل دهنده مدل و میزان تاثیر هر یک از عوامل تشکیل دهنده مدل

مبانی نظری

کارآفرینی

با توجه به ماهیت میان رشته‌ای کارآفرینی، تعاریف مختلفی برای آن مطرح شده است. از جمله:

۱) تأسیس و مدیریت یک شرکت جدید جهت استفاده از فرصت‌های نوآورانه و منحصر به فرد است که به رشدی سریع دست می‌یابد (هیندل و راشورث^۱، ۲۰۰۰).

۲) فرآیند نوآوری و تأسیس یک کسب و کار مخاطره آمیز که چهار مؤلفه فرد، محیط، سازمان و فرآیند بر آن تاثیر گذار است و بوسیله شبکه‌های مختلف نظیر دولت پشتیبانی می‌شود (کوراتک و هادجت^۲، ۲۰۰۱).

۳) فعالیتهای اقتصادی سود محور (و جریان تصمیم‌گیری مرتبط با آن)، که تحت شرایط ریسک و عدم قطعیت انجام می‌شود. کارآفرینی با نوآوری نیز سر و کار دارد زیرا کارآفرینان تلاش می‌کنند تا ترکیب جدیدی از عوامل تولید را برای سودآوری کشف کنند (۲۰۰۸، کمیسیون اقتصادی سازمان ملل متحد برای اروپا)^۳.

۴) کارآفرینی شامل سه جزء کارآفرینان، فعالیت کارآفرینانه و کارآفرینی می‌باشد.

• کارآفرینان، افرادی (صاحبان کسب و کار) هستند که در جستجوی ایجاد ارزش، از طریق خلق یا گسترش فعالیت اقتصادی به وسیله شناسایی و بهره‌برداری از محصولات، فرآیندها و بازارهای جدید می‌باشند.

• فعالیت کارآفرینانه^۴، اقدام افراد در پیگیری ایجاد ارزش، از طریق خلق یا گسترش فعالیت اقتصادی با شناسایی و بهره‌برداری از محصولات، فرآیندها و بازارهای جدید است.

• کارآفرینی، پدیده‌ای مرتبط با فعالیت کارآفرینانه می‌باشد. (۲۰۰۷، سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه)^۵

۵) فرآیند ایجاد ارزش با تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است.

(احمدپور داریانی، ۱۳۸۳).

^۱ Hindle & Rushworth

^۲ Kuratk and Hodgetts

^۳ UNECE

^۴ Entrepreneurial Activity

^۵ OECD

پژوهش های 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 (دیکینز و فریل^۱، ۲۰۰۳؛ هیستریچ و درنوسک^۲، ۲۰۰۲). در واقع کارآفرینان در همه کشورها و فرهنگ ها وجود دارند. ولی محیط نامساعد برای کارآفرینی معمولاً به رشد اقتصاد زیرزمینی می‌انجامد، حال آنکه محیط مساعد موجب بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود (هربیگ^۳ و همکاران، ۱۹۹۴). کاستی ها و اهمیت در حال رشد سیاستگذاری کارآفرینی از جنبه تئوریک نیاز به یک مبنای دقیق تر و مقایسه پذیر را لازم می‌کند. تا بتوان به ایجاد یک اقتصاد کارآفرینانه تر یا کارآفرینان بیشتر و دستیابی به اهداف تعیین شده کمک کرد. بر این اساس بسیاری از کشورها در حال حاضر سیاست کارآفرینی را به سازمانهای خصوصی همچون دیدبان جهانی کارآفرینی^۴، توسعه داده های بین المللی را آغاز نموده اند. با این وجود هنوز بحث سیاست‌های توسعه کارآفرینی موضوع بسیار جدیدی می‌باشد و بیان دقیق اهداف سیاستگذاری کارآفرینی هنوز در مراحل تکامل می‌باشد (لاندستروم و استیونسون^۵، ۲۰۰۱). نقش دولت ها در توسعه کارآفرینی با دو جهت گیری کلی شامل حذف و کاهش موانع کارآفرینی و ترغیب و تشویق کارآفرینی می‌باشد (۲۰۰۸، کمیسیون اقتصادی سازمان ملل متحد برای اروپا)^۶. بر اساس این جهت گیری ها، برخی از مهمترین سیاست‌های دولت برای توسعه کارآفرینی شامل تدوین قوانین و مقررات مرتبط، سیاست های مالیاتی، ساده سازی مراحل اداری، حمایت‌های مالی و اعطای وام، ارتقاء کارآفرینی و آموزش، اطلاع رسانی و مشاوره به کارآفرینان و ایجاد زیرساخت‌های لازم می‌باشد (لاندستروم و استیونسون، ۲۰۰۱b).

سیاستگذاری های دولتی و توسعه کارآفرینی :

کارآفرینی یکی از اولویت های اصلی سیاستگذاری گذاران دولتی است. ولی تدوین سیاستگذاری های کارآفرینی در مراحل اولیه و ابتدایی تکامل خود است. به منظور آشنایی با سیاستگذاری های کارآفرینی وضع شده در دولتها، در بخش زیر تعدادی از الگوهای متداول معرفی می شوند. از دید دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۰۸، دیده بان جهانی کارآفرینی^۷)، توسعه کارآفرینی عبارت است از افزایش و بهبود ادراکات، گرایش ها، فعالیت ها و اشتیاق کارآفرینانه در سطح کشور و یا سازمان (۲۰۰۸، دیده بان جهانی کارآفرینی).

^۱ Deakins & Freel

^۲ Histrich & Drnovsek

^۳ Herbig

^۴ Global Entrepreneurship Monitor or GEM

^۵ Lundstrom & Stevenson

^۶ UNECE

^۷ GEM

از نظر آدرچ و توریچک، سیاست کارآفرینی انتقال از یک اقتصاد مدیریت شده به اقتصاد کارآفرینانه است. اقتصاد کارآفرینانه از طریق انتقال از اقتصاد صنعتی به یک اقتصاد مبتنی بر دانش متمایز و ترسیم می‌شود. ویژگی‌های این اقتصاد عبارت است از تغییر توجه از بخش کارخانه (تولید) محوری به بخش خدمات، از شرکت‌های بزرگ به شرکت‌های کوچک (کاهش در اندازه شرکت و ماشین‌آلات)، و از شرکت‌های کوچک به شرکت‌های جدید.

لاندستروم و استیونسون (۲۰۰۳) سیاست‌گذاری کارآفرینی را به شرح زیر تعریف کرده‌اند:

- سیاست‌گذاری کارآفرینی در مراحل قبل، حین و بعد از راه‌اندازی در فرآیند کارآفرینانه است.
 - شامل سه حوزه انگیزش، فرصت و مهارت می‌شود.
 - هدف اولیه آن ترغیب افراد بیشتر به کارآفرینی، راه‌اندازی کسب و کار و مراحل اولیه کسب و کار است.
- آنکتاد (۲۰۱۲) سیاست‌گذاری کارآفرینی را تمرکز بر رهاسازی ظرفیت‌ها و تسهیل راه‌اندازی کسب و کارها می‌داند.
- در واقع هدف اولیه سیاستگذاری‌ها تشویق و تهییج افراد بیشتری جهت شروع و راه‌اندازی کسب و کار است (لاندستروم و استیونسون، ۲۰۰۱).

نظریات جامعه‌شناسان کلاسیک در خصوص کارآفرینی

مارکس: با توجه به اینکه نظام سرمایه‌داری، دو طبقه اجتماعی سرمایه‌دار و کارگر وجود دارد که وظیفه اصلی این نظام صنعتی کردن جامعه است و به نوبه خود مسایل متعدد اقتصادی و اجتماعی را به وجود آورده که منشا دگرگونی می‌گردد. و همین تضاد ماهوی سرمایه‌داری با ایجاد بحران‌های اقتصادی و بیکاری منجر به مبارزه طبقاتی می‌گردد و کارگران سرانجام دست به انقلاب می‌زنند و سوسیالیسم به وجود می‌آید او تاکید فراوانی به فناوری دارد و به هیچ وجه کارآفرین و کارآفرینی را در نظام و اقتصاد خود نمی‌پذیرد.

وبر: تفسیر او در جامعه صنعتی جدید در چهار چوب ساختار کارکرد نظام‌های اجتماعی قرار دارد. او معتقد است که در اخلاق پروتستانی و در هر فرد پروتستان یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارد که براساس آن فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبوت می‌رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت و در نهایت دقت و کارآیی، وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. و در واقع او اولین محقق بود که بیان نمود ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد مستقیماً به رفتار کارآفرینانه منتهی می‌شوند.

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان معاصر جامعه‌شناسی

از اواسط قرن ۲۰ روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان علوم رفتاری با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان به بررسی و تحقیق در خصوص کارآفرینان پرداختند مانند رابرت لمب، مک کله لند و ژوزف و... (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱: ۱۴-۱۶). چنین رویکردی فرض را بر آن می گیرد که راه حل جهان شمول برای توسعه کارآفرینی وجود ندارد و سیاست های توسعه از کشوری به کشور دیگر و از وضعیتی به وضعیت دیگر فرق می کند. از این نظر توسعه ای که از مشارکت بعد فرهنگی برخوردار است و در پیوند با ساختارهای فرهنگی - اجتماعی کشورهای در حال توسعه است، نه تنها قادر است توسعه واقعی در حوزه های اصیل مثل آموزش و پرورش، ارتباطات، علم و تکنولوژی، محیط زیست، کشاورزی، مسکن، به داشت و ... را در برگیرد، بلکه نیروهای خلاق مردم را برای یافتن راه حلهای محلی (بومی) (مشکلات، بکار می گیرد . چنین توسعه ای قادر خواهد بود بدون نیاز به حمایت خارجی ، حیاتی مستقل پیدا کند و موجب پیشرفت سازو کارهای داخلی شود (سلطانی عربشاهی، ۱۳۸۳: ۴۰-۴۴).

تأیید ضمن شناسایی افرادی که دارای صفات ذاتی کارآفرینی هستند و شناخت ویژگی های اکتسابی کارآفرینان اقداماتی را جهت آموزش این گروه از افراد و افزایش تعداد کارآفرینان انجام دهند . صاحب نظران این دوره کارآفرینان را عامل دگرگونی می دانستند که در برابر فرصت ها هوشیارانه و از مهارت های پیش بینی، بردباری و ... برخوردارند (حسن مرادی، ۱۳۸۵: ۶-۷).

هوشلیز (۱۹۵۱) معتقد است: «اگر نظریه پردازان مکتب سرمایه داری با یکدیگر اختلاف زیادی داشته باشند، در یک مسأله با یکدیگر توافق دارند و آن مسأله این است که همراه با رشد تولیدات در کارآفرینان یا کاسبکاران می نامند، «بورژواها» جامعه سرمایه داری، یک دسته از افراد جدید که آنها را ظهور می کنند و عملکرد کارآفرینان، عدم قطعیت را به دنبال دارد. هریون ایوانز (۱۹۵۷) معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کار مورد نظر را بر عهده داشته و یا آن را می پذیرد . همچنین تصمیم گیری در خصوص ماهیت کالا و خدمات ،اندازه موسسه و مشتری های مورد نظر نیز بر عهده کارآفرین است (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۴-۱۵).

مک کله لند (۱۹۶۱) معتقد بود که مدیر نوآوری که مسئولیت تصمیم گیری را بر عهده دارد، به اندازه مدیر یک شرکت، کارآفرین است . مک کله لند بحث می کند که افراد با توفیق طلبی بالا با احتمال بیشتری نسبت به افراد با توفیق طلبی پائین در فعالیت ها یا وظایف با درجه بالا از مسئولیت فردی برای خروجی ها، نیاز به مهارت فردی و تلاش، داشتن درجه میانه ای از ریسک و یا باز خور واضحی از عملکرد درگیر می شوند . علاوه بر این او بحث می کند که نقشهای کارآفرینانه مانند داشتن درجه بالاتری از این خصیصه های شغلی نسبت به دیگر حرفه ها توصیف می شوند . بنابراین، احتمالاً افراد با نیاز توفیق طلبی بالا با احتمال بیشتری به

مشاغل کارآفرینانه نسبت به دیگر انواع نقشها پیگر خواهند شد (کلینز و دیگران، ۲۰۰۳: ۲۶۳-۲۶۴). هاری (۱۹۷۹) فعالیت کارآفرینی را به دو دسته تقسیم می کند وظیفه اول، وظیفه اجرایی است، یعنی مدیریت امور و رفع نیازهای افراد. وظیفه دومی وی «رابط بودن» است، یعنی انتقال احساسات به دیگران. این وظیفه همراه با وظیفه اصلی در فعالیت انسانی و اجتماعی، موجب بالا رفتن شهرت و جایگاه کارآفرین می شود. از نظر کارلند و دیگران (۱۹۸۴) کارآفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد، تأسیس و مدیریت می نماید و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می کند و ویژگی اصلی او رفتار نوآورانه است و از تجربیات مدیریت استراتژیک در فعالیت خود استفاده می کند (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۷).

روش تحقیق

شیوه پژوهش گرتدد تنوری و روش پژوهش مقطعی می باشد. 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 مورد استفاده قرار می گیرد، 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 سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی مبادرت شده است (جدول ۴). پس از مرحله تحلیل کیفی به توزیع پرسش‌نامه و گردآوری داده‌ها از خبرگان کارآفرینی پرداخته شده و پژوهش وارد فازی کمی گردیده است. جامعه آماری در بخش کیفی پژوهش حاضر شامل خبرگان دانشگاهی و خبرگان نظری است. الف) خبرگان نظری: شامل اساتید دانشگاهی است که در زمینه کارآفرینی دولتی صاحب نظر بوده و در این حوزه کتاب یا مقالات متعددی داشته باشند. همچنین سابقه تدریس بالای ۱۰ سال داشته و عضو هیات علمی دانشگاه باشند.

ب) خبرگان تجربی: خبرگان تجربی نیز شامل مدیران با تجربه بالای ۱۵ سال در سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی هستند و مدرک تحصیلات تکمیلی در حوزه مدیریت داشته باشند.

برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش‌های غیراحتمالی و به صورت هدفمند استفاده شده است. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت ۱۱ خبره در این مرحله شرکت کرده‌اند. در ادامه برای اعتبارسنجی و ارائه الگوی نهایی از دیدگاه مدیران و کارشناسان سازمان‌های دولتی استفاده شده است.

جدول ۱: پرسش‌های پروتکل مصاحبه سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی

ردیف	پرسش‌های مصاحبه
۱	شرایط علی حاکم بر الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی کدامند؟
۲	مقوله‌های محوری تاثیرگذار الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی کدامند؟
۳	شرایط بسترساز الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی و سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی را تشریح کنید.
۴	راهبردها و اقدامات لازم جهت پیاده‌سازی الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی را توضیح دهید.
۵	شرایط مداخله‌گر به تفکیک تسهیل‌کننده (پیشران) و بازدارنده الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی چه می‌باشند؟
۶	پیامدهای بکارگیری الگوی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی و سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی چیست؟

دو پرسشنامه در این مطالعه استفاده شده است. پرسشنامه نخست پرسشنامه دلفی فازی است. سپس از پرسشنامه مدلسازی ساختاری-تفسیری برای طراحی الگوی اولیه پژوهش استفاده شده است. برای نمونه‌گیری در بخش کیفی از روش‌های غیراحتمالی و به صورت هدفمند استفاده شده است. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت ۱۱ خبره در این مرحله شرکت کرده‌اند. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل روش گراند تئوری و مدلسازی ساختاری می‌باشد.

یافته‌ها

در این بخش به تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش داده‌بنیاد پرداخته شده است. مقوله‌ها و مضامین شناسایی شده با استفاده از روش دلفی فازی اعتبارسنجی شده است. سپس الگوی اولیه با روش ساختاری-تفسیری طراحی گردیده است.

۱. تحلیل داده‌ها

در مرحله اول که شناسایی شاخص‌های پژوهش (کدگذاری اولیه) می‌باشد با ارائه سوالات مصاحبه پژوهش و جداول مقوله‌های مصاحبه‌شونده‌ها به طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران پرداخته شده است. سوالات 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 به دست آمده 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 گردیده است.

جدول ۲: مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

مقوله اصلی	مقوله فرعی
ارزش‌های کارآفرینی	۱. شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ
	۲. حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی رایت و...)
	۳. استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی
	۴. ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان
	۵. شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی	۶. توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش
	۷. ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان
	۸. سهولت در تاسیس کسب‌وکارها
	۹. ارتقاء بهره‌وری و ارزیابی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط
	۱۰. ایجاد بستر قانونی حمایتی
سیاستگذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری	۱۱. ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی
	۱۲. آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی
	۱۳. سیاستگذاری رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدود کننده
	۱۴. کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از مرحله شروع، مرحله شروع و مرحله رشد)
	۱۵. ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان
	۱۶. سیاستگذاری حمایت از کارآفرینی
	۱۷. تأمین پژوهش و توسعه و محافظت از دارایی‌های فکری
	۱۸. ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار
برنامه‌ریزی استراتژیک	۱۹. دستیابی به موقعیت رقابتی
	۲۰. به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته
	۲۱. مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک
	۲۲. اجرای استراتژی توسعه بازار هدف
چشم‌انداز سیاستگذاری توسعه کارآفرینی	۲۳. بهبود شرایط ملی عمومی
	۲۴. افزایش سطح خوداشتغالی
	۲۵. افزایش کارایی بازارهای مالی
	۲۶. انعطاف پذیر نمودن بازار نیروی کار
	۲۷. توسعه زیرساخت‌های کسب‌وکار حرفه‌ای و تجاری
توسعه کارآفرینی	۲۸. آگاه‌سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی
	۲۹. ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه
	۳۰. تقویت ریسک‌پذیری در کارآفرینی

۳۱. بررسی نگرش‌های کارآفرینانه	ماموریت سیاستگذاری توسعه کارآفرینی
۳۲. شناسایی و کسب آگاهی نسبت به توسعه کارآفرینی	
۳۳. شناسایی ذینفعان در توسعه کارآفرینی	
۳۴. پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن	
۳۵. کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد	حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی
۳۶. تامین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب و کارها	
۳۷. ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی	
۳۸. توسعه بازارهای مالی و غیر مالی	
۳۹. افزایش سطح آزادی اقتصادی	عوامل مذهبی
۴۰. ایجاد واحدهای پژوهش و توسعه کارآفرینی	
۴۱. اعتقادات مذهبی-اسلامی	
۴۲. کسب روزی حلال	
۴۳. جهاد اقتصادی	
۴۴. اتکاء به نفس و توکل به خداوند	

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش، ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان، سهولت در تاسیس کسب و کارها، 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 به عنوان مقوله‌های زمینه‌ای در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۳: مقوله‌های شرایط زمینه‌ای

مقوله فرعی	پارادایم
توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش	شرایط زمینه‌ای
ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان	
سهولت در تاسیس کسب و کارها	
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	
پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن	

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های آگاه سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی، ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه، تقویت ریسک پذیری در کارآفرینی، بررسی نگرش‌های کارآفرینانه، اعتقادات مذهبی-اسلامی، جهاد اقتصادی، اتکاء به نفس و توکل به خداوند به عنوان مقوله‌های شرایط علی در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۴: مقوله‌های شرایط علی

مقوله فرعی	پارادایم
آگاه سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی	شرایط علی
ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه	
تقویت ریسک پذیری در کارآفرینی	
بررسی نگرش‌های کارآفرینانه	
اعتقادات مذهبی-اسلامی	
جهاد اقتصادی	
اتکاء به نفس و توکل به خداوند	

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی، آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی، سیاستگذاری رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدود کننده، کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از مرحله شروع، مرحله شروع و مرحله رشد)، ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان، تأمین R&D و محافظت از دارایی‌های فکری و ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار به عنوان مقوله پدیده محوری در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۵: مقوله‌های پدیده محوری

مقوله فرعی	پارادایم
ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی	پدیده محوری
آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی	
سیاستگذاری رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدود کننده	
کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از مرحله شروع، مرحله شروع و مرحله رشد)	
ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان	
تأمین R&D و محافظت از دارایی‌های فکری	
ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار	

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته، مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک، اجرای استراتژی توسعه بازار هدف، شکل دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ، حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی رایت و ..)، استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان و شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع به عنوان مقوله راهبردها و اقدامات در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۶: مقوله‌های راهبردها و اقدامات

پارادایم	مقوله فرعی
راهبردها و اقدامات	به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته
	مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک
	اجرای استراتژی توسعه بازار هدف
	شکل دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ
	حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی رایت و ..)
	استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی
	ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان
	شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع

براساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد، تامین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب و کارها، ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی، توسعه بازارهای مالی و غیر مالی، افزایش سطح آزادی اقتصادی و ایجاد واحدهای پژوهش و توسعه کارآفرینی به عنوان مقوله شرایط مداخله‌گر (بازدارنده-تسهیل کننده) در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۷: مقوله‌های شرایط مداخله‌گر (بازدارنده-تسهیل کننده)

پارادایم	مقوله فرعی
شرایط مداخله‌گر (بازدارنده-تسهیل کننده)	کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد
	تامین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب و کارها
	ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی
	توسعه بازارهای مالی و غیر مالی
	افزایش سطح آزادی اقتصادی
	ایجاد واحدهای پژوهش و توسعه کارآفرینی

بر اساس نتایج کدگذاری ثانویه پژوهش، شاخص‌های بهبود شرایط ملی عمومی، افزایش سطح خوداشتغالی، افزایش کارایی بازارهای مالی، انعطاف پذیر نمودن بازار نیروی کار، توسعه زیرساختهای کسب و کار حرفه‌ای و تجاری، دستیابی به موقعیت رقابتی و کسب روزی حلال به عنوان مقوله پیامدها در طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران انتخاب شدند.

جدول ۸- مقوله‌های پیامدها

پارادایم	مقوله فرعی
پیامدها	بهبود شرایط ملی عمومی
	افزایش سطح خوداشتغالی
	افزایش کارایی بازارهای مالی
	انعطاف پذیر نمودن بازار نیروی کار
	توسعه زیرساختهای کسب و کار حرفه‌ای و تجاری
	دستیابی به موقعیت رقابتی
	کسب روزی حلال

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 سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی شناسایی شده است. برای غربال و شناسایی شاخص‌های نهایی از روش دلفی استفاده شده است. تحلیل دلفی مبتنی بر دیدگاه ۱۱ نفر از خبرگان صورت گرفته است. برای فازی‌سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. پس از دو راند غربال و شناسایی شاخص‌های نهایی توسط روش دلفی فازی هیچ شاخصی حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی است. نتایج راندهای غربال و شناسایی شاخص‌های نهایی در جدول ذیل آمده است.

جدول ۹: فاصله مقدار قطعی راند نخست و راند دو

شاخص‌ها	نتیجه راند ۱	نتیجه راند ۲	اختلاف	نتیجه
۱. شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ	۰/۸۶۸	۰/۸۹۱	۰/۰۲۳	توافق
۲. حفظ حقوق مالکیت معنوی ...	۰/۹۲۹	۰/۸۵۳	۰/۰۷۶	توافق
۳. استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی	۰/۸۶۸	۰/۸۳۸	۰/۰۳	توافق
۴. ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان	۰/۸۶۱	۰/۸۶۱	۰/۰	توافق
۵. شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع	۰/۸۵۳	۰/۸۶۱	۰/۰۰۸	توافق
۶. توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش	۰/۸۷۶	۰/۹۲۹	۰/۰۵۳	توافق

۷.	ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان	۰/۸۹۱	۰/۸۶۱	۰/۰۳	توافق
۸.	سهولت در تاسیس کسب و کارها	۰/۸۶۸	۰/۸۲۳	۰/۰۴۵	توافق
۹.	ارتقاء بهره وری و ارزیابی عملکرد ...	۰/۸۹۱	۰/۸۶۸	۰/۰۲۳	توافق
۱۰.	ایجاد بستر قانونی حمایتی	۰/۸۶۱	۰/۸۰۷	۰/۰۵۴	توافق
۱۱.	ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی	۰/۸۱۵	۰/۸۸۴	۰/۰۶۹	توافق
۱۲.	آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی	۰/۸۶۱	۰/۹۲۱	۰/۰۶	توافق
۱۳.	سیاستگذاری رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و ...	۰/۹۱۴	۰/۸۶۱	۰/۰۵۳	توافق
۱۴.	کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی ...	۰/۸۳۸	۰/۸۰۰	۰/۰۳۸	توافق
۱۵.	ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش ...	۰/۸۹۱	۰/۸۶۸	۰/۰۲۳	توافق
۱۶.	سیاستگذاری حمایت از کارآفرینی	۰/۸۶۸	۰/۸۸۴	۰/۰۱۶	توافق
۱۷.	تأمین تحقیق و توسعه و محافظت از دارایی‌های فکری	۰/۸۲۳	۰/۸۹۹	۰/۰۷۶	توافق
۱۸.	ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار	۰/۵۳۸	-	۰/-	حذف
۱۹.	دستیابی به موقعیت رقابتی	۰/۸۳۸	۰/۸۸۴	۰/۰۴۶	توافق
۲۰.	به کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته	۰/۸۶۸	۰/۸۷۶	۰/۰۰۸	توافق
۲۱.	مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک	۰/۸۰۷	۰/۸۸۴	۰/۰۷۷	توافق
۲۲.	اجرای استراتژی توسعه بازار هدف	۰/۸۴۶	۰/۸۹۱	۰/۰۴۵	توافق
۲۳.	بهبود شرایط ملی عمومی	۰/۸۴۶	۰/۸۳۸	۰/۰۰۸	توافق
۲۴.	افزایش سطح خوداشتغالی	۰/۸۲۳	۰/۸۹۱	۰/۰۶۸	توافق
۲۵.	افزایش کارایی بازارهای مالی	۰/۸۰۷	۰/۸۸۴	۰/۰۷۷	توافق
۲۶.	انعطاف پذیر نمودن بازار نیروی کار	۰/۸۳۰	۰/۸۸۳	۰/۰۵۳	توافق
۲۷.	توسعه زیرساختهای کسب و کار حرفه‌ای و تجاری	۰/۸۳۰	۰/۸۶۱	۰/۰۳۱	توافق
۲۸.	آگاه سازی افراد در جهت استفاده از	۰/۸۸۴	۰/۸۲۳	۰/۰۶۱	توافق
۲۹.	ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت	۰/۸۹۱	۰/۸۴۶	۰/۰۴۵	توافق
۳۰.	تقویت ریسک پذیری در کارآفرینی	۰/۸۵۳	۰/۸۳۸	۰/۰۱۵	توافق
۳۱.	بررسی نگرش‌های کارآفرینانه	۰/۸۱۵	۰/۸۰۰	۰/۰۱۵	توافق
۳۲.	شناسایی و کسب آگاهی نسبت به توسعه کارآفرینی	۰/۸۹۸	۰/۸۳۰	۰/۰۶۸	توافق
۳۳.	شناسایی ذینفعان در توسعه کارآفرینی	۰/۸۳۰	۰/۸۶۸	۰/۰۳۸	توافق
۳۴.	پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن	۰/۸۴۵	۰/۸۳۰	۰/۰۱۵	توافق
۳۵.	کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد	۰/۸۴۶	۰/۸۴۶	۰/۰	توافق
۳۶.	تأمین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب و کارها	۰/۸۴۶	۰/۸۰۷	۰/۰۳۹	توافق
۳۷.	ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی	۰/۸۳۸	۰/۸۳۸	۰/۰	توافق
۳۸.	توسعه بازارهای مالی و غیر مالی	۰/۸۸۳	۰/۸۴۵	۰/۰۳۸	توافق
۳۹.	افزایش سطح آزادی اقتصادی	۰/۸۲۳	۰/۸۳۸	۰/۰۱۵	توافق

توافق	۰/۰۵۴	۰/۸۰۷	۰/۸۶۱	۴۰. ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه کارآفرینی
توافق	۰/۰۹۱	۰/۸۰۰	۰/۸۹۱	۴۱. اعتقادات مذهبی-اسلامی
توافق	۰/۰۵۳	۰/۸۷۶	۰/۸۲۳	۴۲. کسب روزی حلال
توافق	۰/۰۹۱	۰/۹۱۴	۰/۸۲۳	۴۳. جهاد اقتصادی
توافق	۰/۰۳۸	۰/۸۵۳	۰/۸۹۱	۴۴. اتکاء به نفس و توکل به خداوند

براساس نتایج مندرج در جدول ۹ مشخص گردید که در تمامی موارد اختلاف کوچکتر از ۰/۲ است بنابراین می‌توان راندهای دلفی را به پایان برد.

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری: ISM

برای طراحی مدل اولیه سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است. سازه‌های مورد بررسی جهت ارائه مدل اولیه سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی عبارتند از: چشم‌انداز سیاستگذاری توسعه کارآفرینی، برنامه‌ریزی استراتژیک، عوامل مذهبی، هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی، سیاستگذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری، ارزش‌های کارآفرینی، مأموریت سیاستگذاری توسعه کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی.

جدول ۱۰: ماتریس خود تعاملی ساختاری

ES	ED	EDM	EV	PM	GS	EF	SP	EDV	X
V	O	X	V	V	V	A	V		EDV
O	V	O	V	V	V	A			SP
V	V	X	O	V	O				EF
V	V	A	V	V					GS
A	V	A	A						PM
O	O	A							EV
V	V								EDM
A									ED
									ES

جدول ۱۱: ماتریس دستیابی متغیرهای سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی

ES	ED	EDM	EV	PM	GS	EF	SP	EDV	RM
۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	EDV
۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	SP
۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	EF
۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	GS
۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	PM
۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	EV

EDM	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
ED	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
ES	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰

جدول ۱۲: ماتریس دسترسی نهایی متغیرهای پژوهش

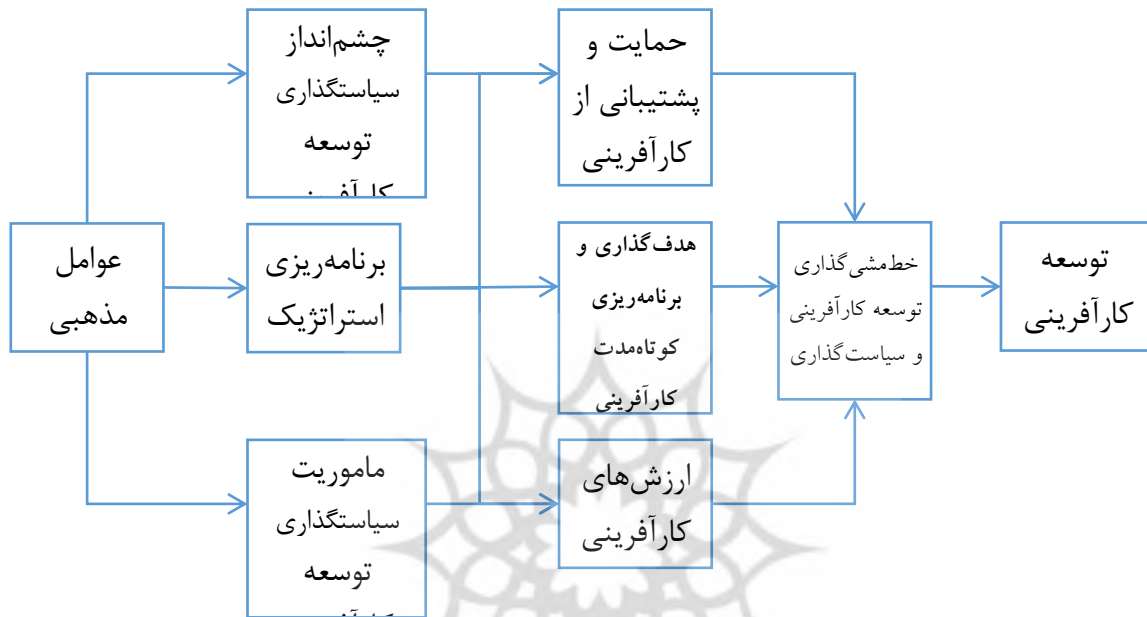
ES	ED	EDM	EV	PM	GS	EF	SP	EDV	TM
۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	EDV
۱*	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	SP
۱	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱	۱	EF
۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	GS
۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	PM
۱*	۱*	۰	۱	۱	۱*	۰	۰	۰	EV
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	EDM
۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	ED
۱	۱	۰	۱*	۱	۰	۰	۰	۰	ES

جدول ۱۳: تعیین سطح سیاستگذاری 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) به عنوان متغیر سطح اول محسوب می‌شود... با توجه به خروجی محاسبات ISM متغیر سیاستگذاری توسعه کارآفرینی و سیاست گذاری (PM) در سطح دوم قرار دارد. متغیرهای هدف گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت (GS)، ارزش‌های کارآفرینی (EV) و پشتیبانی کارآفرینی (ES) در سطح سوم قرار

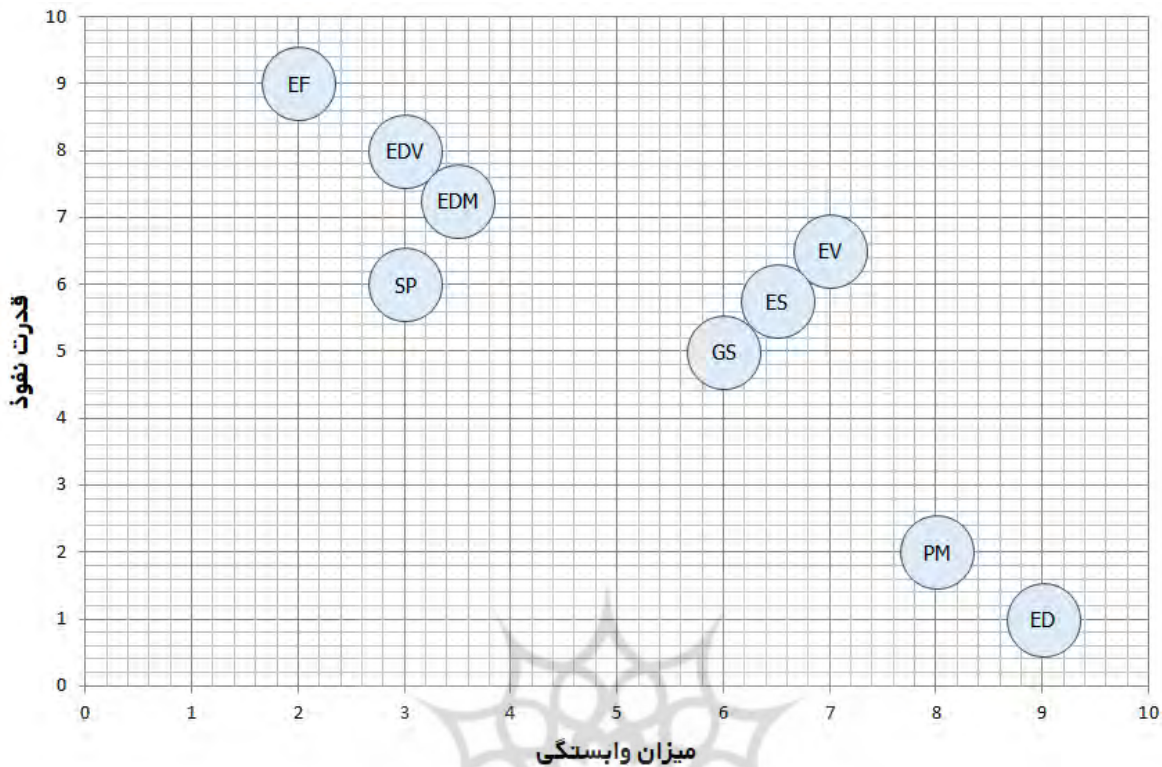
دارند. متغیرهای چشم انداز کارآفرینی (EDV)، برنامه ریزی استراتژیک (SP) و ماموریت کارآفرینی (EDM) سطح چهارم هستند. متغیر عوامل مذهبی (EF) به عنوان متغیر سطح چهارم و زیربنایی ترین عنصر مدل می باشد. الگوی نهائی سطوح متغیرهای شناسائی شده در شکل نمایش داده شده است. در این نگاره فقط روابط معنادار عناصر هر سطح بر عناصر سطح زیرین و همچنین روابط درونی معنادار عناصر هر سطح در نظر گرفته شده است.



شکل ۱: الگوی اولیه سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی

جدول ۱۴: قدرت نفوذ و میزان وابستگی متغیرهای سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی

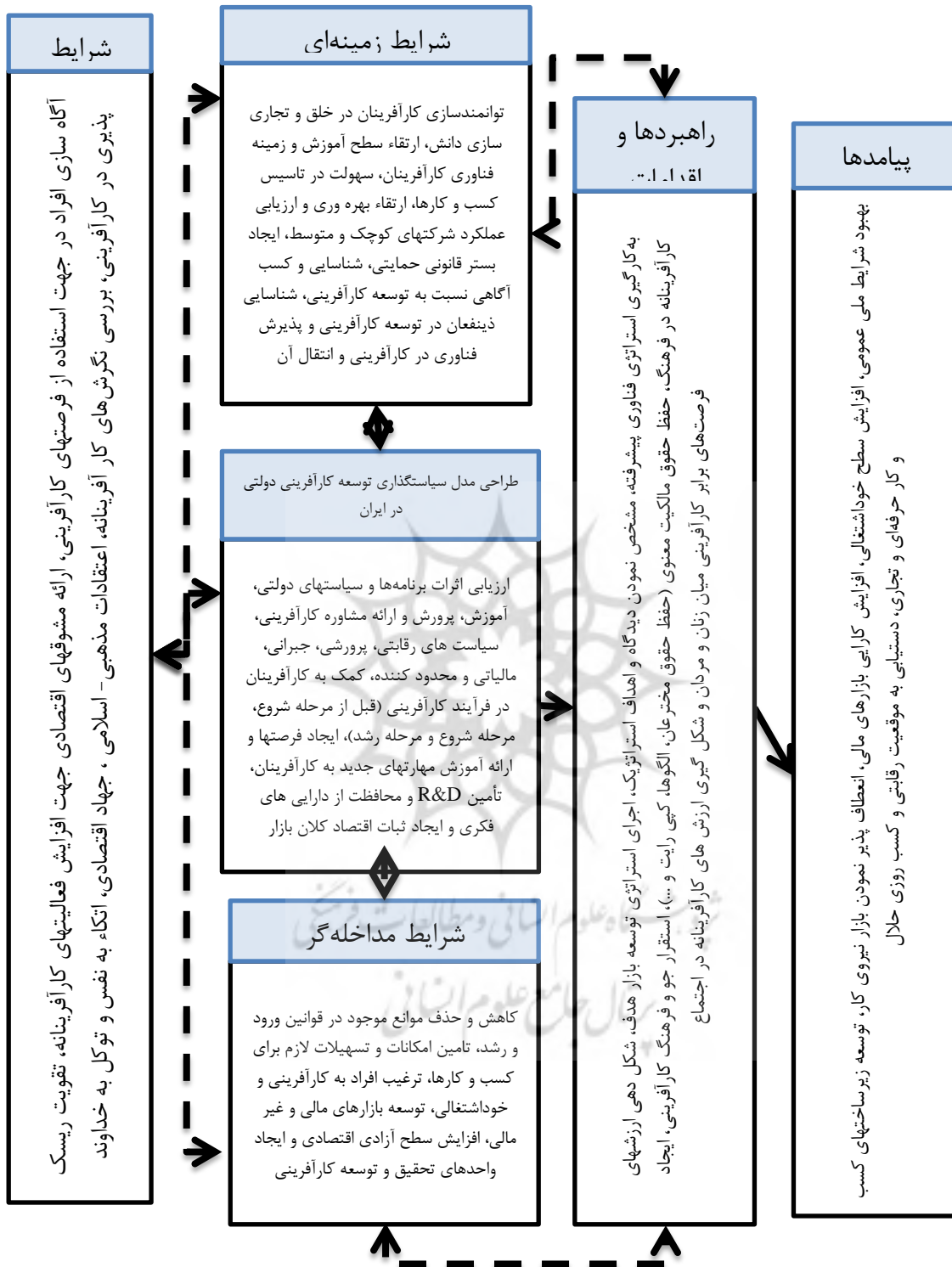
سطح	قدرت نفوذ	میزان وابستگی	متغیرهای پژوهش
۴	۸	۳	چشم انداز سیاستگذاری توسعه کارآفرینی (EDV)
۴	۶	۳	برنامه ریزی استراتژیک (SP)
۵	۹	۲	عوامل مذهبی (EF)
۳	۵	۶	هدف گذاری و برنامه ریزی کوتاه مدت کارآفرینی (GS)
۲	۲	۸	خط مشی گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست گذاری (PM)
۳	۵	۷	ارزش های کارآفرینی (EV)
۴	۸	۳	ماموریت سیاستگذاری توسعه کارآفرینی (EDM)
۱	۱	۹	توسعه کارآفرینی (ED)
۳	۴	۷	حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی (ES)



شکل ۲: نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی (خروجی میک-مک)

براساس نمودار قدرت نفوذ-وابستگی متغیرهای چشم‌انداز کارآفرینی (SB)، برنامه‌ریزی استراتژیک (BA)، عوامل مذهبی (MS) و ماموریت کارآفرینی (EC) قدرت نفوذ بالایی داشته و تاثیرپذیری کمی دارند و در ناحیه متغیرهای مستقل قرار گرفته است. متغیرهای خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری (PM) و توسعه کارآفرینی (BI) نیز از وابستگی بالا اما نفوذ اندکی برخوردار است بنابراین متغیرهای وابسته محسوب می‌شوند. متغیرهای برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت (CT)، ارزش‌های کارآفرینی (CL) و پشتیبانی کارآفرینی (CS) نیز قدرت نفوذ و میزان وابستگی بالایی دارد بنابراین متغیرهای پیوندی هستند. هیچ متغیری نیز در ربع اول یعنی ناحیه خودمختار قرار نگرفته است.

در فرایند پژوهش پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها نوبت به ارائه مدل، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی پژوهش می‌رسد. در گام اول با بررسی وضعیت موجود، داده‌های به دست آمده در ۶ مقوله اصلی طبقه‌بندی می‌شوند. با نظر اساتید و کارشناسان امر، از کلیه شاخص‌های به دست آمده از تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌ها، تعداد ۴۴ شاخص، جهت طراحی مدل سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران به کار گرفته شده است. شکل (۱) نشان‌دهنده مدل پارادایمی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران می‌باشد.



شکل ۳. مدل پارادایمی سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران

نتیجه گیری

از معیارهای استخراج شده از متون مقالات مرتبط و مصاحبه‌های انجام شده با ۱۱ نفر از خبرگان فعال در حوزه کارآفرینی، با حذف معیارهای هم‌معنی و پرتکرار و در نهایت با مقوله‌بندی و دسته‌بندی معیارهای نهایی، تعداد ۹ مقوله اصلی و تعداد ۴۴ مقوله برای طراحی مدل سیاستگذاری توسعه کارآفرینی دولتی در ایران حاصل گردید. در ادامه به ارائه هر یک از مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی مربوطه پرداخته می‌شود:

مقوله‌های فرعی هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت کارآفرینی عبارتند از: توانمندسازی کارآفرینان در خلق و تجاری‌سازی دانش، ارتقاء سطح آموزش و زمینه فناوری کارآفرینان، سهولت در تاسیس کسب‌وکارها، ارتقاء بهره‌وری و ارزیابی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط، ایجاد بستر قانونی حمایتی.

مقوله‌های فرعی مأموریت سیاستگذاری توسعه کارآفرینی عبارتند از: شناسایی و کسب آگاهی نسبت به توسعه کارآفرینی، شناسایی ذینفعان در توسعه کارآفرینی و پذیرش فناوری در کارآفرینی و انتقال آن و کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد.

لازم به ذکر است اکس و همکاران (۲۰۰۷) پژوهشی با هدف بررسی رابطه بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و تفاوت‌های موجود در توسعه اقتصادی را انجام مولفه‌هایی نظیر توانمندسازی کارآفرینان در ایجاد و تجاری‌سازی دانش، اقتصاد کارآفرینانه و افزایش سطح فعالیت کارآفرینانه و سهولت تاسیس کسب و کارها را به دست آوردند که با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد.

مقوله‌های فرعی توسعه کارآفرینی عبارتند از: آگاه‌سازی افراد در جهت استفاده از فرصت‌های کارآفرینی، ارائه مشوق‌های اقتصادی جهت افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه، تقویت ریسک‌پذیری در کارآفرینی، بررسی نگرش‌های کارآفرینانه.

مقوله‌های فرعی عوامل مذهبی عبارتند از: اعتقادات مذهبی - اسلامی، جهاد اقتصادی، اتکاء به نفس و توکل به خداوند.

لازم به ذکر است در نتایج مطالعه لندستورم و استیون‌سون (۲۰۰۵) مولفه‌هایی نظیر آگاه‌سازی افراد و تقویت ریسک‌پذیری در کارآفرینی اشاره شده است که با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد.

مقوله‌های فرعی خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی و سیاست‌گذاری عبارتند از: ارزیابی اثرات برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی، آموزش، پرورش و ارائه مشاوره کارآفرینی، سیاست‌های رقابتی، پرورشی، جبرانی، مالیاتی و محدود کننده، کمک به کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی (قبل از مرحله شروع، مرحله شروع و مرحله رشد)،

ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان، تأمین R&D و محافظت از دارایی‌های فکری و ایجاد ثبات اقتصاد کلان بازار.

در نتایج مطالعه ایکلیپاش و فریتس (۲۰۰۵) به عواملی نظیر سیاست‌های رقابتی و ایجاد فرصت‌ها و ارائه آموزش مهارت‌های جدید به کارآفرینان اشاره شده است و از این منظر با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. مقوله‌های فرعی برنامه‌ریزی استراتژیک عبارتند از: به‌کارگیری استراتژی فناوری پیشرفته، مشخص نمودن دیدگاه و اهداف استراتژیک، اجرای استراتژی توسعه بازار هدف.

مقوله‌های فرعی ارزش‌های کارآفرینی عبارتند از: شکل دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ، حفظ حقوق مالکیت معنوی (حفظ حقوق مخترعان، الگوها، کپی رایت و ...)، استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی میان زنان و مردان و شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در اجتماع.

در نتایج مطالعه سینگر (۲۰۰۷) مولفه‌هایی نظیر استقرار جو و فرهنگ کارآفرینی و شکل دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ حاصل شدند که با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است.

مقوله‌های فرعی حمایت و پشتیبانی از کارآفرینی عبارتند از: تأمین امکانات و تسهیلات لازم برای کسب و کارها، ترغیب افراد به کارآفرینی و خوداشتغالی، توسعه بازارهای مالی و غیر مالی، افزایش سطح آزادی اقتصادی و ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه کارآفرینی.

در نتایج مطالعه لندستورم و استیونسون (۲۰۰۵) به عواملی نظیر کاهش و حذف موانع موجود در قوانین ورود و رشد و افزایش سطح آزادی اقتصادی اشاره شد که از این منظر با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد.

مقوله‌های فرعی چشم‌انداز سیاستگذاری توسعه کارآفرینی عبارتند از: بهبود شرایط ملی عمومی، افزایش سطح خوداشتغالی، افزایش کارایی بازارهای مالی، انعطاف پذیر نمودن بازار نیروی کار، توسعه زیرساختهای کسب و کار حرفه‌ای و تجاری، دستیابی به موقعیت رقابتی و کسب روزی حلال.

در نتایج مطالعه فردریک (۲۰۰۴) و رینولدز (۲۰۰۱) مولفه‌هایی نظیر شرایط ملی عمومی و دستیابی به موقعیت رقابتی حاصل شدند که با نتایج پژوهش حاضر هماهنگ است.

منابع

- الوانی س م. مدیریت عمومی. ۱۳۸۵ (ویراست سوم). تهران: نشر نی.
- الوانی، س م، مقیمی س م، آذر ع، رحمتی م ح. خط مشی گذاری در نظام آموزش کارآفرینی در ایران، ۱۳۹۰، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۴۰.
- الوانی، س م، رودگر نژاد ف. طراحی مدل توسعه کارآفرینی در سازمان های کوچک و متوسط سازمان فنی و حرفه ای، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۸۹، شماره پنجم، صفحه ۸-۱.
- احمدپور داریانی م، ثنایی پور ه. بررسی مفاهیم سیاستگذاری و سیاستگذاری کارآفرینی. تیرماه ۱۳۹۳. گزارش کمیسیون کارآفرینی دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۰). کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها تهران: ناشر شرکت پردیس ۵۷
- هزار جریبی، جعفر. (۱۳۸۴). کارآفرینی، تهران، پژوهشکده امور اقتصادی.
- احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۱)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، تهران: انتشارات پردیس ۵۷، چاپ چهارم.
- احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۳)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ پنجم، تهران: انتشارات پردیس ۵۷.
- سلطانی عربشاهی، سیمین، (۱۳۸۳)، مدیریت توسعه، تهران: نشر استادی.
- حسن مرادی، نرگس، (۱۳۸۵)، مدیریت کارآفرینی، کرج: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، چاپ اول
- نیلی و همکاران. (۱۳۸۳). خلاصه مطالعات طرح استراتژی توسعه صنعتی کشور. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف.
- واعظی، رضا. الگوی نقش های مدیران دولتی ایران (رساله دکتری) ۱۳۸۱. تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- هاوالت، مایکل و ام راش، مطالعه خط مشی عمومی ۱۳۸۰، ترجمه دکتر عباس منوریان دکتر ابراهیم گلشن، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- هیوز، آون. (۱۳۸۸). مدیریت دولتی نوین. (سید مهدی الوانی، سهراب خلیلی شورینی، غلامرضا معمارزاده طهران). تهران: انتشارات مروارید.

د

- Alsafadia, Y., Aljawarneh, N., Çağlar, D., Bayramc, P., & Zoubi, K. (۲۰۰۰), The mediating impact of entrepreneurs among administrative entrepreneurship, imitative entrepreneurship and acquisitive entrepreneurship on creativity. Management Science Letters, (۱۰), pp. ۳۵۷۱-۳۵۷۶.
- Hussein, Y., & Çağlar, D. (۱۹۹۹). The effect of high involvement work systems on organizational performance: The mediating role of knowledge-based capital. Management Science Letters, ۹(۹), ۱۳۶۱-۱۳۷۲.

- Aftab, M., Naveed, T., (۱۳۸۸). Role of Microfinance Institutions in Entrepreneurship Development in District Gujrat, Pakistan. *J. Asian Dev.* ۷ (۱), pp. ۵۱-۶۷
- Storey, D.J. (۱۳۸۸), Entrepreneurship and Sme Policy, World Entrepreneurship Forum, ۱۳۸۸ Edition
- Gnizy I, Cadogan JW, Oliveira JS & Nizam A. The empirical link between export dispersion and export performance: A contingency-based approach. *International Business Review*, ۱۶(۲); ۱۷۹-۱۹۹.
- Pilvar, N., Badizadeh, A., Hoseini, Rasoul., & Zaboli, R. (۱۳۹۹). Identifying the components of organizational entrepreneurship development based on knowledge management (Case study: Qazvin University of Medical Sciences). *Health management*, (۱۰), pp. ۳۱-۴۲
- Mirvahedi, S. (۱۳۸۸). Investigating the decision-making logic of Iranian entrepreneurs based on feasibility theory. *New research in decision making*, ۲ (۴), pp. ۹۹۹-۲۵۴
- D, E. (۱۳۹۹), Representation of the culture of work and entrepreneurship in Bakhtiari proverbs. *Management Research in Iran*, ۶ (۲۴), pp. ۱۹-۴۵
- 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*, ۱۳۸۸; ۳: ۲۳-۳۹.
- Eshghi, M., Sarlak, M.A., Darvish, H., & Mousavi, M., (۱۳۹۹). Designing and explaining the model of e-entrepreneur organization in the industry Country Banking (Case Study: Refah Bank). *Management Research in Iran*, ۲۳ (۲), pp. ۸۸-۵۳
- Deakins, D. : Freel, M. (۲۰۰۳). *Entrepreneurship and Small Firms* . ۳th ed. Berkshire: Mc Grow Hill
- Herbig, P. , et al . (۱۹۹۴). The Relationship Of Structure To Entrepreneurial And Innovative Success Marketing. *Intelligence & Planning*, ۹: ۳۷-۴۸.
- Lundstrom, A and Stevenson. L.A, (۲۰۰۵), Entrepreneurship policy: Theory and Practice, Chapter ۲ ISEN International studies in Entrepreneurship, Springer, New York,
- Structural Equation Modeling: Minimal Partial Squares, Translated by Adel Azar and Gholamzadeh, (۲۰۱۶). Knowledge View
- Acs, Z.J., Audretsh, D.B., Braunerhjelm, P., Carlsson, B. (۲۰۱۲). Growth and entrepreneurship. *Small Bus.Econ*, ۳۹ (۲): ۹۹۹-۳۰۰.
- Ardehali M, Hashempour Z. Elements of Entrepreneurship in Iran Economy. *JPBUD*. ۹۹۹۹; ۱۴ (۲): ۳۹-۵۹
- Fuentelsaz, L., Maricas, J. & Monteri, J. (۱۳۸۸). Entrepreneurs and Innovation: the contingent role of institutional factors. *International small business Journal*, ۲۶ (۴): ۷۲- ۸۷.
- Lundstrom, A., & Stevenson. L.A, (۲۰۰۵), Entrepreneurship policy: Theory and Practice, Chapter ۲ ISEN International studies in Entrepreneurship, Springer, New York,
- Puffer, s. & McCarthy, A. (۲۰۱۰). Entrepreneurship in Russia and china: The impact of formal institutional voids. *Entrepreneurship theory and Practice*, ۳۴(۳): ۴۴۱-۴۶۷.
- Aparicio, S., Urbano, D. & Audretsch, D. (۲۰۱۵). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting & Social Change*, ۱۲۲ (۱): ۴۵-۶۱.
- Edelman, L., & Yli-Renko, H. (۲۰۱۰). The Impact of Environment and Entrepreneurial Perceptions on Venture-Creation Efforts: Bridging the Discovery and Creation Views of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, ۳۴(۵), ۸۳۳-۸۵۶.
- Alimardani, M., Farahani, A., ghasemi, H., (۲۰۱۶). The relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship in the General Directorate of

Sports and Youth of Qom Province. Applied research in sports management. ۴ (۱), pp. ۲۵-۳۴

- Ardalan, M., Soltanzadeh, V., Beheshtirad, R. (۲۰۱۵). Evaluating the role of organizational culture on organizational entrepreneurship. Higher Education Quarterly. ۷ (۲۷), pp. ۱۱-۳۴
- Deakins, D. ; Freel, M. (۲۰۰۳). Entrepreneurship and Small Firms . ۳th ed. Berkshire: Mc Grow Hill.
- Frederick, H. (۲۰۰۴). Toward high growth enterprise in New Zealand, Global Entrepreneurship Monitor: ۵۱-۷۴ available through [http:// www.gemnewzealand.com](http://www.gemnewzealand.com)
- Henry, C., et al . (۲۰۰۳). Developing a Coherent Enterprise Support Policy: A New Challenge For Governments. Government and policy Journal, ۹: ۳-۱۹.
- Herbig,P. , et al . (۱۹۹۴). The Relationship Of Structure To Entrepreneurial And Innovative Success Marketing. Intelligence & Planning, ۹: ۳۷-۴۸.
- Hindle, Kevin and Susan Rush worth, Yellow Pages Global Entrepreneurship Monitor, Australia ۲۰۰۰, Swinburne University of Technology, ۲۰۰۰, p. ۳۸.
- Histrich, R.D. ; Drnovsek, M. (۲۰۰۲). Entrepreneurship And Small Business Research: A European Perspective. Journal of Small Business and Enterprise Development, ۷: ۱۷۲-۲۲۲.
- Kuratk,D.F. ; Hodgetts,R.M. (۲۰۰۱). Entrepreneurship: a Contempirary Approach. ۲nd ed. USA.: Harcourt College Publisher.
- Lundstrom, Anders and Stevenson, Lois (۲۰۰۱a) Entrepreneurship Policy for the Future, Swedish Foundation for Small Business Research, ,pp ۲۴۳-۲۴۵
- Lundstrom, Anders and Stevenson, Lois (۲۰۰۱b) Entrepreneurshop Policy for the Future, Swedish Foundation for Small Business Research, Chapter۷, P۱۳۰-۱۴۷
- Lundstrom, Anders, Stevenson, Lois A..(۲۰۰۵). ENTREPRENEURSHIP POLICY: THEORY AND PRACTICE. [International Studies in Entrepreneurship](#). Volume ۹ ۲۰۰۵.
- OECD (۲۰۰۷a) Defining Entrepreneurship
- Thornton, P. (۱۹۹۹), —The sociology of-entrepreneurshipll , *Annual Review of Sociology*, Vol. ۲۵, pp. ۳۹-۴۶.
- United Nations Economic Commission for Europe or UNECE (۱۹۹۸), Deceliping Entrepreneurship In The Unece Region Country experiences in reducing barriers to enterprise development , United Nations, New York and