**Education and Management of Entrepreneurship**
**Homepage: https://eme.razi.ac.ir/**
**Online ISSN: 2980-9436**

# Government Governance Model for Improving the Entrepreneurial Environment in Iran with Emphasis on Enhancing Entrepreneurial Culture

**Yousef Mohammadifar[1]✉ | Mohammad Rasol Almasifard[2] | Hadis Pourjamshidi[3]**

1. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: mohamadifar@razi.ac.ir
2. Department of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
E-mail: m.almasifard@razi.ac.ir
3. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
E-mail: hadis.pourjamshidi@gmail.com

## Article Info

**Article type:**
Research Article

**Article history:**
**Received:** 19 Jun 2023
**Received in revised form:** 09 Oct 2023
**Accepted:** 24 Oct 2023
**Available online:** 24 Oct 2023

**Keywords**:
Entrepreneurship Development;
Entrepreneurial Leadership;
Business Environment;
Entrepreneurship Management.

## ABSTRACT

Entrepreneurship, as the economy's driving force, plays a vital role in job creation, livelihood improvement, and economic growth. In developing countries, which face numerous economic challenges, strengthening the entrepreneurial environment can effectively reduce unemployment and increase social welfare. Therefore, this study examines the government governance model for improving the entrepreneurial environment in Iran, emphasizing enhancing the entrepreneurial culture. This research is applied in nature and employs a descriptive-correlational method of structural equation modeling for data collection. The statistical population of this study included all managers and experts active in universities and government in the field of entrepreneurship, from which 196 individuals were selected as samples. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. This study's results emphasize the government's crucial role and its six key roles in improving entrepreneurship. The government should act as a policymaker, leader, and supporter of entrepreneurial culture, alongside media and educational institutions, by implementing targeted and extensive actions to develop an entrepreneurial culture. The current government programs, mostly focused on economic factors, may not yield the desired results due to their one-dimensional nature and require attention to cultural variables. This study provides practical recommendations for planners and policymakers in the business environment sector.

**Education and Management of Entrepreneurship, 2024, Vol. 3, No. 1, pp 105-127**
**Cite this article:** Mohammadifar, Y., Almasifard, M. R., & Pourjamshidi, H. (2024). Government Governance Model for Improving the Entrepreneurial Environment in Iran with Emphasis on Enhancing Entrepreneurial Culture. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3 (1), 105-127. doi: 10.22126/EME.2024.9889.1059 (in Persian).

© The Author(s).
DOI: https://doi.org/10.22126/EME.2024.9889.1059
Publisher: Razi University

**Extended Abstract**

**Introduction**

Entrepreneurship, as the economic driving force, plays a crucial role in job creation, economic growth, and innovation. In developing countries facing numerous economic challenges, strengthening the entrepreneurial environment can be an effective solution to reduce unemployment and increase social welfare. In this study, the entrepreneurial environment refers to the business environment, which includes examining factors affecting the performance of economic units, such as the stability of laws and regulations, quality of technology infrastructure, financial facilities, and others beyond the control and power of economic unit managers. The success of entrepreneurial activities in a society depends not only on independent economic decisions but also on individuals' motivation to become entrepreneurs, their ability to undertake entrepreneurial activities, and their perceptions of available opportunities, which the governing environment of each country can influence. Therefore, considering the importance of improving the business environment and its impact on economic growth and development, this study aims to present a government governance model to improve the entrepreneurial environment in Iran, emphasizing enhancing entrepreneurial culture.

**Research Method**

This study is quantitative in approach and applied in purpose. In terms of data collection, it is descriptive-correlational. The statistical population includes approximately 400 managers and experts from universities and government sectors active in entrepreneurship. Based on Cochran's formula, 196 individuals were selected as the sample. Data collection tools included a researcher-made questionnaire. Expert opinions were gathered to assess the tool's validity, and after consolidating their feedback, the questionnaire was formatted on a five-point Likert scale and distributed among the sample. Cronbach's alpha was used to determine reliability. Data analysis was performed using structural equation modeling techniques.

**Results and Discussion**

The findings indicated significant positive relationships between promoting and encouraging entrepreneurship, policy-making, general entrepreneurship education, appropriate financial support, facilitating the easy entry and exit of companies, and supporting startups with entrepreneurship development in Iran. In other words, all research hypotheses were confirmed at a 0.05 significance level. The results showed that promoting and encouraging entrepreneurship and supporting startups had the highest impact. According to the findings, promoting entrepreneurship and supporting new businesses significantly improve and enhance entrepreneurial culture. Therefore, entrepreneurial support policies should be correctly understood and implemented as one of the main economic growth tools by the government. These policies should include financial support, specialized consulting, and professional human resource provision. The final model, adjusted based on structural equation modeling techniques, indicates that the independent variables of promoting and encouraging entrepreneurship, flexible regulations, entrepreneurship education, financial support, facilitating the easy entry and exit of companies, and supporting startups explained 43% of the variance in the entrepreneurial culture variable. This result highlights the significant importance of these variables in improving the entrepreneurial environment and the need for governments to pay attention to these factors. Thus, to promote and implement supportive entrepreneurial policies, the government must utilize financial support, consulting, and human resource provision to strengthen entrepreneurial culture effectively.

**Conclusion and Recommendations**

The findings showed significant positive relationships between promoting and encouraging entrepreneurship, policy-making, general entrepreneurship education, appropriate financial support, facilitating the easy entry and exit of companies, and supporting startups with entrepreneurship development in Iran. These variables collectively explain 43% of the variance in improving the entrepreneurial environment. In other words, if the government seeks to improve the entrepreneurial environment in Iran, it should pursue promoting and encouraging entrepreneurship nationwide, appropriate policy-making for entrepreneurship development,

general entrepreneurship education at both macro and micro levels, training on proper financial support, supporting all actions, particularly the easy entry and exit of companies, and supporting startups. It is recommended that the government aids in improving the entrepreneurial environment through incentive and promotional policies, structural reforms, and the establishment of educational and support institutions. Developing long-term strategic plans for sustainable entrepreneurship development, considering cultural and economic changes, is essential.

آموزش و مدیریت کارآفرینی
وبگاه نشریه: https://eme.razi.ac.ir/
شاپا الکترونیکی: ۹۴۳۶-۲۹۸۰

# مدل حکمرانی دولت در بهبود فضای کارآفرینی در ایران با تأکید بر بهبود فرهنگ کارآفرینی

یوسف محمدی‌فر[1]✉ | محمدرسول الماسی فرد[2] | حدیث پورجمشیدی[3]

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
(نویسنده مسئول). رایانامه: mohamadifar@razi.ac.ir
۲. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری جوانرود، دانشگاه رازی، کرمانشاه.
رایانامه: m.almasifard@razi.ac.ir
۳. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
رایانامه: hadis.pourjamshidi@gmail.com

**اطلاعات مقاله**

**نوع مقاله:**
مقاله علمی- پژوهشی

**تاریخچه مقاله:**
**تاریخ دریافت:** ۱۴۰۲/۰۳/۲۹
**تاریخ بازنگری:** ۱۴۰۲/۰۷/۱۷
**تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۲/۰۸/۰۲
**دسترسی آنلاین:** ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

***کلیدواژه‌ها:***
توسعه کارآفرینی،
راهبری کارآفرینانه،
فضای کسب‌وکار،
مدیریت کارآفرینی.

**چکیده**

کارآفرینی به‌عنوان موتور محرکه اقتصادی، نقشی حیاتی در ایجاد اشتغال‌زایی، بهبود معیشت و رشد اقتصادی دارد. در کشورهای در حال توسعه، که با چالش‌های اقتصادی متعدد روبه‌رو هستند، تقویت فضای کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک راهکار مؤثر در جهت کاهش بیکاری و افزایش رفاه اجتماعی مطرح شود. از این‌رو مطالعه حاضر به مدل حکمرانی دولت برای بهبود فضای کارآفرینی در ایران با تأکید بر بهبود فرهنگ کارآفرینی پرداخته است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی همبستگی از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه مدیران و کارشناسان فعال دانشگاه و دولت در زمینه کارآفرینی بود که تعداد ۱۹۶ نفر از آن‌ها به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه محقق ساخته بود. نتایج این پژوهش بر اهمیت نقش حیاتی دولت و نقش‌های شش‌گانه آن در بهبود کارآفرینی تأکید دارد. دولت باید به‌عنوان سیاست‌گذار، راهبر و پشتیبان فرهنگ کارآفرینی، همراه با رسانه‌ها و نهادهای آموزشی، اقدامات هدفمند و گسترده‌ای برای توسعه فرهنگ کارآفرینی اجرا کند. برنامه‌های فعلی دولت، که بیشتر بر عوامل اقتصادی متمرکزند، به دلیل تک بعدی بودن ممکن است نتایج مطلوبی نداشته باشند و نیازمند توجه به متغیرهای فرهنگی نیز هستند. این پژوهش پیشنهادهای کاربردی را برای برنامه ریزان و سیاست‌گذاران حوزه فضای کسب‌وکار به همراه دارد.

**آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۱، سال ۱۴۰۳، صفحات ۱۲۷-۱۰۵**
**استناد:** محمدی‌فر، یوسف؛ الماسی فرد، محمدرسول؛ پورجمشیدی، حدیث (۱۴۰۳). مدل حکمرانی دولت در بهبود فضای کارآفرینی در ایران با تأکید بر بهبود فرهنگ کارآفرینی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳ (۱)، ۱۲۷-۱۰۵. doi: 10.22126/EME.2024.9889.1059
ناشر: دانشگاه رازی

© نویسندگان
DOI: https://doi.org/10.22126/EME.2024.9889.1059

## مقدّمه

کارآفرینی برای ایجاد فضای سالم اقتصادی و رشد ملی در هر جامعه به‌عنوان یک ضرورت محسوب می‌شود، به‌طوری که بر نقش آن در پایداری و ثبات اقتصادی تأکید بسیار شده است (هنری و همکاران[1]، ۲۰۰۲). کارآفرینی تأسیس و مدیریت یک شرکت جدید جهت استفاده از فرصت‌های نوآورانه و منحصربه‌فرد است که به رشدی سریع دست می‌یابد (کراتک و هودتگ[2]، ۲۰۰۱). کارآفرینی به‌عنوان فرایند نوآوری و تأسیس یک کسب‌وکار مخاطره‌پذیر، به‌وسیله شبکه‌های همکاری مختلف که از جمله مهم‌ترین آن‌ها سیاست‌های دولت است هدایت می‌شود و با تغییر، تحول و پویایی همراه است. زندگی کارآفرینانه با هیجان، ریسک، تنوع، تغییر، شکست، پیروزی، شوق، تلاش، خلاقیت و فرصت‌گرایی همراه است و مهم‌ترین مقدمه ورود به توسعه‌یافتگی به‌شمار می‌رود که محور آن بر پایه انسان، اندیشه و خلاقیتی که ایجاد می‌کند پی‌ریزی شده است (نائبی، ۱۳۸۹).

کارآفرینان موتور توسعه اقتصادی بوده و همواره مورد توجه دانشمندان و محققان قرار دارند، به‌طوری‌که مؤسسه تحقیقات بین‌المللی دیده‌بان جهانی کارآفرینی، تفاوت نرخ رشد را در کشورهای توسعه‌یافته بر اساس سطح کارآفرینی آن‌ها بیان می‌نماید (شاه‌حسینی، ۱۳۸۸)، اما باید بدانیم که شکل‌گیری و ثمربخشی کارآفرینی، روش‌ها و شیوه‌های خاصی را می‌طلبد که بر پایه باورها و ارزش‌های ویژه‌ای استوار شده‌اند. کارآفرینان به‌عنوان بخشی از جامعه، از ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که مجموعه‌ی این روش‌ها و باورها را می‌توان یک فرهنگ تلقی نمود. در واقع فرایند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد فرهنگی که خلاقیت، نوآوری، ارزش، نگرش، هنجار و رفتارهایی را دربر می‌گیرد که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. گسترش فرهنگ کارآفرینی، بستری مناسب برای بسط عدالت در جامعه است. در یک جامعه کارآفرین، همه انسان‌ها فرصت‌های یکسانی پیشِ رویِ خود دارند. در این جامعه، سرمایه یا زمین برای افراد ایجاد ثروت نمی‌کند، بلکه افراد هوشمند، خلاق و پرتلاش و مصمم هستند که شانس بیشتری برای موفقیت دارند؛ بنابراین در فرهنگ عمومی باید تحولاتی ایجاد شود تا جامعه از فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت کند و پذیرای تلاش‌های خلاقانه، ابتکار و نوآوری و احساس مسئولیت آن‌ها شود (هیسریچ و کرنی[3]، ۲۰۱۲).

بی‌شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی، عوامل متعددی دخیل هستند که ضرورت دارد شناسایی شوند و درجه تأثیرگذاری هریک از آن‌ها مشخص گردد. حجم موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در یک جامعه افزون بر تصمیمات اقتصادی مستقل به انگیزه فردی برای تبدیل شدن به کارآفرین، توانایی برای تقبل فعالیت‌های کارآفرینانه و برداشت‌هایشان از فرصت‌های در دسترس بستگی دارد که محیط حاکم بر هر کشور می‌تواند این عوامل را تحت تأثیر قرار دهد (لی و همکاران[4]، ۲۰۱۳). کارآفرینی ابزاری است که تأثیرات مهمی بر هر دو حوزه اقتصادی و اجتماعی دارد و می‌تواند محرک قدرتمندی برای مبارزه با انحصارطلبی اجتماعی در نظر گرفته شود و روند یکپارچگی جوامع و اجتماعات را تسهیل نماید (دانایی‌فرد، ۱۳۸۱).

با توجه به مطالب فوق‌الذکر کارآفرینی به‌عنوان یک سیستم اقتصادی متشکل از کارآفرینان، دولت‌مردان، راهبردهای قانونی و نهادی و اقدامات دولت و همچنین یک پدیده اجتماعی است که در یک بستر وسیع‌تر اجتماعی بسیاری از متصدیان را نیز دربر می‌گیرد. نقش نهادها و دولت‌مردان می‌تواند شرایطی را ایجاد نمایند که ضمن حمایت از کارآفرینی، موفقیت آن‌ها را در روند مخاطره‌آمیز ایجاد و توسعه شرکت‌ها تسهیل نماید. به‌دلیل

1. Henry et al.
2. Kuratk & Hodgetts
3. Hisrich & Kearney
4. Lee et al.

فقدان مطالعات مدون در کشور در رابطه با تأثیر سیاست‌های دولت بـر فرهنـگ کارآفرینانـه، در پـژوهش حاضـر بـا بررسی اجمالی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه سیاست‌های مناسب و ایجاد فرهنگ کارآفرینی بـر آن اسـت تـا نقش برخی سیاست‌های دولت (ارتقاء و ترویج کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در نظام آموزشـی، تـأمین منـابع مـالی اولیه برای راه‌اندازی و ایجاد، پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، کمک به ورود و خروج آسـان شـرکت‌هـا، تـدوین قـوانین منعطف) بر فرهنگ کارآفرینی را بررسی کرده و راهکارهای مناسب جهت ارتقاء آن ارائه نماید.

## مبانی نظری

ماهیت کارآفرینی، در طی سال های گوناگون دستخوش تغییرات بسیاری قرار گرفته و اندیشمندان متعـددی بـه آن پرداخته اند. در تعاریف اولیه کارآفرینی، آن را یک رفتار فردی تلقی می‌کردند و سیاست های توسـعه کـارآفرینی نیـز به سطح فردی محدود بود. در قرن بیستم به‌واسطه تعریفی که شومپیتر[1] (۱۹۳۴) از کارآفرین ارائـه کـرد، کـارآفرین را عامل تغییر در اقتصاد از طریق تخریب خلاق معرفی کرد؛ اما تحقیقات و شواهد تجربی بیشتر نشـان داد کـه فـرد کارآفرین به‌تنهایی موجب تغییر در اقتصاد و بنابراین توسعه کارآفرینی نمی‌شود. بلکه، زمینه‌ای کـه کـارآفرین در آن فعالیت می‌کند نیز در توسعه کارآفرینی بسیار مؤثر است. برای مثال شین[2] (۲۰۰۳)، صـاحب‌نظـر حـوزه کـارآفرینی ضمن تعریف این مهم به فرایند خلق ارزش جدید، دو عامل محیط نهادی و اقتصادی را در توسـعه یـا عـدم توسـعه کارآفرینی سهیم می‌داند. در این راستا طـرح اصـطلاحاتی نظیـر فضـای کسـب‌وکـار و کـارآفرینی و یـا اکوسیسـتم کارآفرینی به این موضوع اشاره دارند که چارچوب تنظیمی، شرایط بازار، دسترسی به منابع مالی، تحقیـق و توسـعه، فناوری، فرهنگ و قابلیت‌های کارآفرینانه یک جامعه موجب رشـد و شـکوفایی کـارآفرینی مـی‌شـوند (شـاه‌آبـادی و همکاران، ۱۳۹۹).

منظور از فضای کارآفرینی یا کسب‌وکار، عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند ثبات قوانین و مقـررات، کیفیت زیرساخت‌های فناوری، تسهیلات مالی و نظایر آن است کـه تغییـر دادن آن‌هـا فراتـر از اختیـارات و قـدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است (فرزین و همکاران، ۱۳۹۹). از جمله عوامل مورد توجه در ارزیابی فضای کـارآفرینی و کسب‌وکار سیاست‌ها و راهبردهای دولت در این رابطه اسـت. نقـش دولـت در یـک قـرن گذشـته دچـار تغییـر و تحولات زیادی شده است. به‌طوری که در کنار نقش‌های سنتی از جمله ارائه کالاها و خدمات عمومی، ایجاد امنیـت در مرزها و داخل کشور، نقش‌های جدیدی برای دولت مطرح شده است. در اینجا دولت بـه‌عنـوان شـریک و فـراهم آوردنده تسهیلات است به عبارت دیگر، دولت باید تکمیل‌کننده فعالیت بازار باشد، نه جانشـین آن. دولـت در نقـش جدید وامدار نظریاتی مانند نظریه مدیریت دولتی نوین، نظریـه دولـت مـدیریتی و نظریـه دولـت کـارآفرین اسـت و بیشتر این نظریات بر جنبه‌های کارایی و اثربخشی دولت و بر جنبه‌های دموکراتیک و ارزش‌هـای دموکراسـی توجـه نموده‌اند.

پژوهشگران مختلفی نظیر اونز، اسکات، لوندرسترم و استیونسن، آدریج، پنگ و لی و برخی نهادها نظیـر سـازمان همکاری اقتصادی و توسعه، به بررسی و نظریه‌پردازی در رابطه با نقش دولت در توسعه کارآفرینی پرداخته‌انـد. بـرای مثال به باور اونز[3] (۱۳۸۲)، نقش دولت در کمک به کارآفرینی در چهار عامـل خلاصـه مـی‌شـود، نقـش اول دولـت تدوین و اجرای مقرراتی جهت توسعه کارآفرینی است؛ نقش دوم دولت تولید و عرضه انواع خاصی از کـالا و خـدمات (همچون زیرساخت‌ها) است، نقش سوم دولت حمایت از کارآفرینـان در عـوض نشسـتن در جایگـاه تولیدکننـدگان

1. Schumpeter
2. Shane
3. Owens

خصوصی است و نقش چهارم دولت، پرورشگری است که از آگاه‌سازی ساده تا کارهای پیچیده‌ای مانند ایجاد سازمان‌های دولتی برای انجام کارهای مکمّل مخاطره‌آمیز، مثل تحقیق و توسعه را شامل می‌شود.

اسکات[1] (۲۰۰۲) به‌عنوان یک نهادگرا دولت را ساختارهای اجتماعی می‌داند که از جامعیت زیادی برخوردار هستند و نهادها را به عناصر هنجاری، تنظیمی و شناختی- فرهنگی تقسیم می‌نماید. محیط‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری، ارکان یا پایه‌های سه‌گانه حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه یک کشور را شکل می‌دهند. سیاست کلی تمرکز بر محیط تنظیمی، می‌تواند فرصت‌های در دسترس کارآفرینان را از طریق ارائه مشوق‌های مالی یا برخوردهای ترجیحی دولت بهبود بخشد. دولت می‌تواند محیط شناختی را نیز تقویت کند و بدین ترتیب، توانایی‌های کارآفرینانه را از راه برنامه‌های آموزشی یا خدمات مشاوره‌ای افزایش دهد و نیز از طریق بهبود محیط هنجاری برای کارآفرینی، با توسل به استفاده گسترده از تبلیغات و القای کارآفرینی در افکار عمومی، برای مطلوب جلوه دادن کارآفرینان، انگیزه کارآفرینان را بیشتر کند.

الندستورم و استیونسون خط‌مشی‌های دولتی مرتبط با کارآفرینی را به چهار دسته اصلی تقسیم کرده‌اند که عبارت‌اند از: توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، تمرکز بر گروه‌های خاص، تأسیس یک شرکت جدید و خط‌مشی کل‌گرا. هر یک از این خط‌مشی‌ها از لحاظ هدف، تأکید، رویکرد و ساختار با یکدیگر متفاوت هستند و مجموعه‌ای از محدودیت‌ها و یا چالش‌ها را به وجود می‌آورند (داوری و رضایی، ۱۳۸۵).

آدرتچ و همکاران[2] (۲۰۰۲) پنج نوع خط‌مشی دولتی اثرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه را ارائه نموده است: ۱- عرضه کارآفرینی، به این معنا که مداخله دولت بر نوع، تعداد و دسترسی به فرصت‌های کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد. این خط‌مشی شامل خط‌مشی درآمدی و خط‌مشی‌هایی برای تشویق، توسعه تکنولوژی یا خط‌مشی رقابت و مقرراتی است؛ ۲- تقاضای کارآفرینی، به این معنا که مداخله دولت تأثیر مستقیم بر تقاضای کارآفرینان بالقوه دارد. این خط‌مشی شامل خط‌مشی مهاجرت، خط‌مشی توسعه منطقه‌ای، کمک‌های مالی و ... می‌شود. خط‌مشی‌های دیگر شامل؛ ۳- دسترسی به دانش و منابع مالی برای کارآفرینان بالقوه؛ ۴- شکل‌دهی به ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ و در نهایت ۵- تقویت ریسک‌پذیری برای کارآفرینی که خط‌مشی‌های مالیاتی، تأمین اجتماعی و شرایط ورشکستگی را شامل می‌شود.

الگوی پنگ و همکاران[3] (۲۰۱۰) به دو خط‌مشی حداکثر کردن منافع و حداقل نمودن زیان اشاره نموده‌اند که بیانگر سطح تلاش‌های کارآفرینانه در یک کشور است. حوزه حداکثر نمودن شامل آن دسته از خط‌مشی‌ها می‌شود که موجب تشویق افراد برای کارآفرینی می‌شود و به تأسیس کسب‌وکارهای کوچک کمک می‌کند (نظیر توسعه رقابت در یک صنعت، خط‌مشی‌های مقررات‌زدایی دولت، کاهش موانع ورود به صنعت). همچنین حوزه حداقل نمودن آن دسته از خط‌مشی‌ها را شامل می‌شود که به کارآفرینان ورشکسته کمک می‌کند تا بتوانند سریعاً کسب‌وکار خود را با زیان کمتر منحل کنند (نظیر قوانین ورشکستگی، تسهیل فرایند انحلال برای صاحبان شرکت‌های ورشکسته و توسعه کارآفرینی از طریق کاهش ریسک و بسط ارزش‌های کارآفرینی در جامعه). در الگوی سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سه حوزه خط‌مشی که برای فعالیت‌های کارآفرینی اهمیت دارند مورد مطالعه قرار گرفته است. این مطالعه بین اصول اقتصادی مؤثر بر فعالیت‌های اقتصادی (مانند ثبات اقتصاد کلان، بازارهای کار، زیرساخت محلی و سطح مالیات و ...) و خط‌مشی‌های مؤثر بر کارآفرینی تمایز قائل می‌شود.

---

1. Scott
2. Audretsch et al.
3. Peng et al.

این حوزه‌ها عبارت‌اند از: دسترسی به منابع مالی، تسهیل ورود و خروج شرکت‌ها (تأسیس و انحلال) و برنامه‌های حمایتی دولت (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه[1]، ۲۰۰۴). به‌طور مشابه الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی مبتنی بر مطالعه کارآفرینی در کشورهای گوناگون است که به رابطه علّی بین فعالیت‌های کارآفرینی و سطح توسعه اقتصادی پرداخته است. بر اساس این مدل شرایط ملی عمومی و شرایط کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی کشورها تأثیر دارند. در این الگو دو نوع کلی خط‌مشی «بهبود شرایط ملی عمومی» و «بهبود شرایط ویژه کارآفرینی» جهت توسعه کارآفرینی شناسایی شده است. دولت‌ها به‌منظور بهبود شرایط ملی عمومی می‌توانند تدوین سیاست‌هایی مثل بهبود تجارت خارجی، تغییر نقش دولت در تأثیرگذاری بر تجارت و صنعت، کارآمدتر کردن بازارهای مالی، انعطاف‌پذیر کردن بازار نیروی کار، توسعه زیرساخت‌های فیزیکی و ... را در رأس فعالیت‌های خود قرار دهند. همچنین دولت از طریق خط‌مشی‌هایی همچون حمایت مالی، آموزش، پژوهش و توسعه، توسعه زیرساخت‌های حرفه‌ای و تجاری، انعطاف‌پذیری بازار و حذف موانع ورود به بازار، دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، ایجاد هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، برنامه‌های دولتی و امثال آن می‌تواند بر شرایط ویژه کارآفرینی و رشد کارآفرینی تأثیر مستقیم داشته باشد. در جدول زیر خلاصه الگوهای شناخته شده سیاست‌گذاری دولت بر بهبود فضای کارآفرینی و مقایسه نقاط قوت و ضعف آن‌ها آورده شده است.

**جدول ۱. مقایسه الگوهای سیاست‌گذاری دولت در بهبود فضای کارآفرینی**

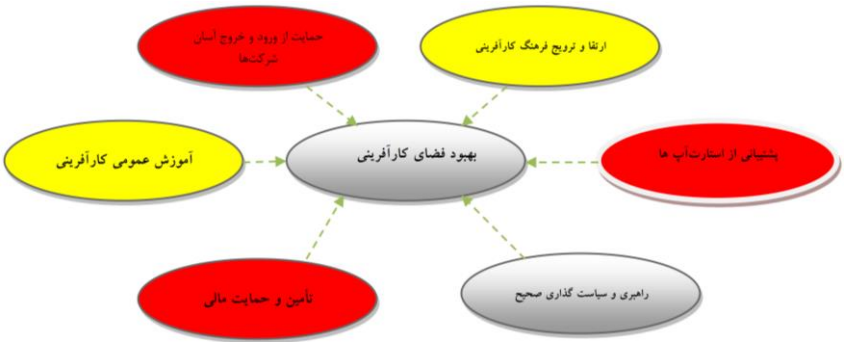
| ردیف | الگو | اجزای مدل | نقاط قوت | نقاط ضعف |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | پیتر اونز | نقش دولت را در چهار عامل قانون‌گذار، تولیدکننده، پرورشگر، تشویق‌کننده خلاصه نموده است. | توجه به ابعاد قانونی، فرهنگی و اقتصادی | عدم نگرش فرایندی و سیستمی |
| ۲ | دیدگاه نهادگرایان (اسکات ۱۹۸۷) | نقش های دولت را به عناصر هنجاری، تنظیمی و شناختی- فرهنگی تقسیم می‌کند | این الگو از جامعیت زیادی برخوردار است | فقط از دیدگاه نهادی است |
| ۳ | لوندرسترم و استیونسن (۲۰۰۰) | خط مشی‌های دولتی مرتبط با کارآفرینی را به چهار دسته اصلی تقسیم کرده‌اند که عبارت‌اند از: توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط، تمرکز بر گروه های خاص، تأسیس یک شرکت جدید و خط‌مشی کل‌گرا | توجه به گروه‌های متخصص برای کارآفرینی و توجه به اقلیت‌ها و گروه‌های خاص | - عدم توجه به تسهیل فرایند انحلال شرکت‌ها - عدم توجه به زیرساخت‌های کارآفرینی - عدم نگرش فرایندی و سیستمی |
| ۴ | الگوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (۲۰۰۴) | خط مشی‌های مؤثر بر کارآفرینی عبارت‌اند از: دسترسی به منابع مالی، تسهیل ورود و خروج شرکت‌ها (تأسیس و انحلال) و برنامه‌های حمایتی دو | سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مخاطره‌آمیز تسهیل در ورود و خروج شرکت‌ها | - عدم توجه به زیرساخت‌های کارآفرینی عدم توجه به فرهنگ‌سازی و آموزش - عدم نگرش فرایندی و سیستمی |
| ۵ | الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی (۱۹۹۹) | - این الگو رابطه‌ای علی بین فعالیت‌های کارآفرینی و سطح توسعه اقتصادی برقرار کرده است. دو نوع کلی خط‌مشی در توسعه کارآفرینی شناسایی شده که عبارت‌اند از: الف: بهبود شرایط ملی عمومی ب: بهبود شرایط ویژه کار | دسته‌بندی موضوعات کارآفرینی به حوزه شرایط عمومی و شرایط ویژه | - عدم توجه به تدوین قوانین مناسب برای کارآفرینی - عدم نگرش سیستمی و فرایندی |

1. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

ادامه جدول ۱. مقایسه الگوهای سیاست‌گذاری دولت در بهبود فضای کارآفرینی

| ردیف | الگو | اجزای مدل | نقاط قوت | نقاط ضعف |
|---|---|---|---|---|
| ۶ | الگوی آدرتچ (۲۰۰۱) | این الگو پنج نوع خط مشی دولتی اثرگذار بر فعالیت‌های کارآفرینانه را به شرح زیر ارائه نموده است: عرضه کارآفرینی، تقاضای کارآفرینی دسترسی به دانش و منابع مالی برای کارآفرینان بالقوه، شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ، تقویت ریسک‌پذیری برای کارآفرینی | - تقویت ریسک پذیری برای کارآفرینی<br>- توجه به کارآفرینی از دیدگاه عرضه و تقاضا | - عدم توجه به فرایند تأسیس و انحلال شرکت<br>- عدم نگرش سیستمی و فرایندی |
| ۷ | الگوی پنگ و لی (۲۰۰۲) | حوزه‌های خط‌مشی شامل حداکثر کردن منافع و حداقل کردن زیان | دسته‌بندی براساس شاخص اقتصادی هزینه - منفعت | - عدم توجه به زیرساخت‌های کارآفرینی<br>- توجه صرف به شاخص های اقتصادی<br>- عدم نگرش سیستمی و فرایندی |

با اتکا به پژوهش‌های یادشده، نوشتار پیشِ رو با تلفیق رویکردهای مختلف و شناسایی ابعاد مناسب، یک مدل مفهومی از عوامل کلیدی یا راهبردهای اساسی دولت در توسعه کارآفرینی و بهبود فضای کسب‌وکار ارائه نموده است. چارچوب نظری مبنایی است که تمامی ارکان یک پژوهش بر آن استوار می‌شود و نیز یک شبکه منطقی توسعه‌یافته و کامل بین متغیرهای پژوهش است (خاکی، ۱۳۷۸). در ذیل مدل مفهومی پژوهش مطرح شده است و بر اساس متغیرهای مورد بررسی در خصوص متغیرها (راهبردها) مباحثی مطرح می‌شود.




شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## ۱- راهبری و سیاست‌گذاری صحیح

دولت نقش مهمی در شکل دادن به محیط و اثرات آن برای کارآفرینی ایفا می‌کند، تصمیمات دولتی می‌تواند منجر به شکل‌گیری محیطی نهادی شود که در آن تصمیمات کارآفرینانه اتخاذ می‌شوند (پنگ و همکاران، ۲۰۱۰). نقش دولت در توسعه کارآفرینی حجم موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در یک جامعه را به‌شدت متأثر می‌سازد. احتمال اینکه مردمان یک کشور در کسب‌وکارهای کارآفرینانه مشارکت کنند، افزون بر انگیزه فردی، توانایی آن‌ها برای تقبل فعالیت‌های کارآفرینانه و برداشت‌هایشان از فرصت‌های در دسترس به دولت و سیاست‌های حاکم بر آن کشور بستگی دارد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۶).

سیاست‌های دولت در قبال کارآفرینان گهگاه شامل ارائه یارانه، وام‌های ترجیحی یا سیاست‌های مالی مساعد است که سبب افزایش فرصت‌های قابل دسترس در کسب‌وکارهای موجود و جدید می‌شود. جوامعی که برنامه‌های آموزشی عمومی و کاربردی کارآفرینی در آن‌ها متداول است و افراد راه روش چگونگی ایجاد کسب‌وکار، تأمین مالی

و مدیریت را می‌شناسند، احتمالاً از توانایی لازم برای موفقیت در کسب‌وکار برخوردار خواهند بود، وجود چنین شرایطی اشاره به محیط شناختی برای کارآفرینی دارد (چاکرابورتی و همکاران[1]، ۲۰۱۵). محیط نامساعد برای کارآفرینی معمولاً به رشد اقتصاد زیرزمینی می‌انجامد. این در حالی است که محیط مساعد موجب بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود (دفی و همکاران[2]، ۲۰۰۴).

پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی نشأت‌گرفته از سیاست‌های دولت به‌مانند عوامل فرهنگی اجتماعی، قانونی، سیاسی و فناوری می‌توانند تأثیر مثبت و یا منفی بر توسعه کارآفرینی داشته باشند (دی کینز و فریل[3]، ۲۰۰۳)، همچنین لی و همکاران (۲۰۱۳) در بررسی نقش سیاست‌های دولت در بهبود فضای کسب‌وکار به نقش مهم و اثرگذار سیاست‌های دولت بر ارتقاء کارآفرینی تأکید داشته و بیان نمودند که این نقش بسیار مثبت و کلیدی است.

در ایران نیز دولت می‌تواند با تمرکز بر ایجاد محیط مساعد و بهره‌گیری از توانمندی‌های کارآفرینانه از طریق برنامه‌های آموزشی، خدمات مشاوره‌ای، تبلیغات و القای فرهنگ کارآفرینی در بین افکار عمومی بسیار انگیزاننده عمل کند. همان‌گونه که در برنامه سوم توسعه اقتصادی - اجتماعی جمهوری اسلامی ایران موارد متعددی راجع به حمایت از کارآفرینان و ترویج فرهنگ کارآفرینی وجود دارد. در سیاست‌های کلی برنامه سوم، ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، از مجموع موارد ۳۶ گانه در فصل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، دفاعی و امنیتی، ده مورد اختصاص به اشاعه فرهنگ و روحیه خلاقیت، کار و تلاش و کارآفرینی و همچنین ایجاد زمینه‌های مناسب و آموزش کارآفرینان و حفظ امنیت سرمایه‌گذاری و اصلاح مقررات به نفع کارآفرینان دارد که در پژوهش حاضر لحاظ گردیده‌اند. از سویی در حوزه قانون‌گذاری نیز دولت نقش مهمی در شکل دادن به قوانین بازی برای کارآفرینان و فرهنگ کارآفرینی ایفا می‌کند، تلاش‌های دولت در سطح اجتماعی و وضع قوانین باثبات، منسجم می‌تواند محدودیت‌های کارآفرینی را به‌وسیله کم کردن هزینه‌های فرصت برای کسب‌وکارهای جدید کاهش دهد (دیگنارو[4]، ۲۰۱۰).

## ۲- آموزش عمومی کارآفرینی

کارآفرینی به‌عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه اقتصادی در عصر مدرن شناخته شده است. (مقیمی و احمدپور، ۱۳۸۰)، دولت باید بداند که افراد قبل از آنکه بتوانند کاری را شروع کنند، افزون بر سرمایه، تکنولوژی، تسهیلات لازم برای تولید کالا و نیروی کار مناسب باید دارای مهارت، روحیه و شرایط مناسب برای موفقیت در کارآفرینی باشند که بخش عمده‌ی آن از طریق آموزش‌های کارآفرینانه کسب می‌شود (احمدپور و همکاران، ۱۳۹۸). آموزش کارآفرینی به‌عنوان مسیری تعریف شده است که به‌صورت بالقوه، راهی برای پیشرفت جوامع مبتنی بر نوآوری و تفکر آینده‌نگرانه ارائه می‌دهد. این حوزه پژوهشی که به‌سرعت در حال رشد و تکوین است، به‌دلیل یکسری تغییرات ایجادشده در بستر آموزش، از قبیل دیجیتالی شدن امورات و برنامه‌های آموزشی و تأثیرگذاری آن روی آموزش و یادگیری کارآفرینی، نیازمند توجه بیشتری است (راتن و دانا[5]، ۲۰۱۷).

در حقیقت کارآفرینی برای کشوری که قصد رقابت در بازار جهانی دانش‌بنیان دارد یک عنصر کلیدی است؛ زیرا به‌طور کلی به‌عنوان روشی برای ارتقاء رشد اقتصادی، خلاقیت و نوآوری در نظر گرفته شده است. این دیدگاه باعث

1. Chakraborty et al.
2. Duphy et al.
3. Deakins & Freel
4. DeGennaro
5. Ratten & Dana

افزایش علاقه به توسعه برنامه‌های آموزشی برای تشویق و تقویت کارآفرین شده است (بولدیرنو و همکاران[1]، ۲۰۲۰). کارآفرینی فعالیت یا خصیصه‌ای فرایندی است که نهادینه شدن آن، به برنامه‌ریزی در نظام آموزشی-پژوهشی و اجرای آن برنامه‌ها از سطح خانواده، مدرسه تا دانشگاه و سازمان‌ها نیاز دارد. پیامد این فرایند موجب شده است تا افراد با استفاده از تخصص، قدرت ابتکار و خلاقیت، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کنند (دوتتا و کروسان[2]، ۲۰۰۵).

با این وجود، همگان بر طراحی و تدوین دوره‌های آموزش کارآفرینی تأکید داشته و معتقدند این دوره‌ها بایستی طوری طراحی شوند که بتوانند فعالیت‌های ترویجی را تشویق و موجبات ارتقای رفاه اجتماعی را فراهم آورند (راتن و جونز[3]، ۲۰۲۱). اگرچه اجماعی در مورد اینکه آیا می‌توان کارآفرینی را از طریق آموزش ترویج نمود یا خیر، به‌دست نیامده است؛ اما انتشار یافته‌ها و نتایج قابل توجهی از پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه، به سهم مثبت آموزش کارآفرینی در توسعه دانش، مهارت‌ها و همچنین تقویت نگرش و قصد کارآفرینانه اذعان کرده‌اند.

کارآفرینی نیازمند توانمندی‌های فنی، مالی و مدیریتی می‌باشد؛ نکته اینجاست که عمده شرکت‌های فناور و نوپا دارای توانمندی‌های فنی هستند و در حوزه توانمندهای مالی نیز کمک‌های ویژه‌ای توسط دولت انجام می‌شود ولی در توانمندی‌های مدیریتی که در واقع زیرساخت بر توانمندهای مالی و فنی است، حمایت ویژه‌ای صورت نمی‌گیرد. به همین جهت دولت‌ها در این بخش بیشتر حمایت خود را بر محور ارائه مشاوره‌ها و آموزش‌های رایگان یا ارزان‌قیمت، تخصیص اعتبار جهت دریافت استانداردهای مدیریتی، ثبت دانش فنی و کمک‌های حقوقی و موارد مدیریتی سازمانی قرار می‌دهند (نقی‌زاده و نامداریان، ۱۳۹۸).

### ۳- ارتقاء و ترویج فرهنگ کارآفرینانه

مطالعات بسیاری بر اهمیت توسعه فرهنگی در مسیر توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی تأکید کرده‌اند. به‌طوری که به‌تدریج واژه فرهنگ کارآفرینی به‌صورت یک برساخته و مفهوم جدید شکل گرفته و ابعاد خاص خود را دارد. ابعاد شخصیتی شامل تمایل به ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، استقلال‌طلبی، اعتماد به خود و در بعد دیگر شامل توانایی مدیریت دیگران و نفوذ در آنان (رهبری)، کار گروهی و پشتکار و علاقه به کوشش می‌شود. در توسعه و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی در جامعه بنیان‌هایی چون خانواده، نهادهای آموزشی، شبکه‌های اجتماعی، صنعت و رسانه‌های جمعی مشارکت دارند (زعفریان و همکاران، ۱۳۹۰).

آشکار است که نقش دولت در همه موارد ذکرشده بسیار کلیدی است. فرهنگ کارآفرینی از سوی برخی صاحب‌نظران به‌عنوان خرده‌فرهنگ مطرح است. به‌گونه‌ای که هر مطالعه در مورد آن را بر اساس تأثیر متقابل حوزه‌های فرهنگی به تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از حوزه‌های دیگر فرهنگ و اجتماع مانند دین، اخلاق، ارزش‌ها و اعتقادات سیاسی و اجتماعی مرتبط دانسته‌اند و بر خرده‌فرهنگ بودن کارآفرینی تأکید دارند (رحتمی و فرهنگی، ۱۳۹۶). فرهنگ بیانگر مجموعه‌ی ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهند. در این راستا کارآفرینان نیز به‌عنوان بخشی از جامعه‌ی پیرامونی، از مجموعه‌ی ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می‌توان آن را خرده‌فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود (چاکرابورتی و همکاران، ۲۰۱۵).

ساختار و عملکرد این خرده‌فرهنگ و عناصر درونی آن در سطوح مختلف فردی، اجتماعی و همچنین ارتباط

1. Boldureanu et al.
2. Dutta & Crossan
3. Ratten & jones

آن با فرهنگ مسلط پیرامونی، به نحوی است که می‌توان گفت: براساس اصل تأثیر متقابل حوزه‌های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه‌های دیگر فرهنگ، از جمله مذهب، ارزش‌ها، عقاید اقتصادی و سیاسی نیز تأثیر می‌پذیرد (هیسریچ و درنوکس[1]، ۲۰۰۲). از این‌رو ریشه‌های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و سلسله‌مراتب ارزش‌ها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند و در تعارض و تقابل با کار و یا هم‌نوا و همساز با کارآفرینی هستند؛ بنابراین اگرچه کارآفرینان، ارزش‌ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند، ولی فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است. در واقع هر چه ارزش‌ها و عقاید موجود در جامعه، افراد جامعه را به کار، تولید مداوم، فکر و اندیشه‌ی خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد (چاکرابورتی و همکاران، ۲۰۱۵).

در آن جامعه، فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می‌شود و افراد کارآفرین بیشتر موفق می‌شوند که ایده‌های نوین خود را در جامعه محقق سازند (داوری و رضایی، ۱۳۸۵)؛ بنابراین در راستای ضرورت و توجه به امر اشاعه و توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه از سوی دولت، بایستی این خرده‌فرهنگ اساسی، با نگاهی جامع، متوازن و چندوجهی به تمام عرصه‌ها و سطوح مختلف کلان و خرد مخاطب توسعه کارآفرینی شکل بگیرد؛ به عبارت دیگر برنامه‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی توسط دولت باید به‌طور هم‌زمان مدیران و مسئولان کشور در سطوح مختلف و همچنین جامعه تحت تحصیل در مدارس و دانشگاه‌ها و در سطح بعدی صنعتگران و بنابراین کلیه آحاد جامعه را به‌عنوان مخاطب خویش قرار داده و برای هر بخش و گروه به‌تناسب شرایط و اقتضائات، اقدامات مناسب را انجام دهد.

### ۴- تأمین و حمایت مالی مناسب

به باور برخی پژوهشگران مهم‌ترین دغدغه برای شرکت‌های تازه تأسیس کمبود منابع مالی است (کامیوریو و همکاران[2]، ۲۰۱۷). در این راستا امکان در اختیار قرار دادن تسهیلات مالی دولتی یکی از اصلی‌ترین عوامل موفقیت کارآفرینی‌های جدید است. بررسی واقعیت‌های موجود نشان می‌دهد که حضور دولت در هدایت کسب‌وکارها به‌سوی خلق نوآوری‌های جدید جزئیات جالبی را مشخص می‌کند که نقش دولت در برنامه‌ریزی و اهداف توسعه نوآوری بسیار زیاد است. به‌گونه‌ای که رد پای دولت در انقلاب نوآوری که هم‌اکنون موجب موج گسترده و فراگیر شده را ایجاد کرده، همگی دولت بودجه آن‌ها را تأمین کرده است؛ برای مثال باسنت و همکاران[3] (۲۰۱۵) تصریح می‌کنند که بودجه اینترنت را وزارت دفاع امریکا و بودجه جی.پی.اس. را ناسا تأمین کرده است. به‌طور مشابه دولت آمریکا، با سرمایه‌گذاری‌های کلان در حوزه الکترونیک و زیست‌فناوری توسط وزارت بهداشت توانست راه را برای موفقیت کسب‌وکارهای جدید هموار نماید. در این راستا دولت‌ها سعی می‌کنند سیاست‌های متفاوتی را برای حمایت مالی از کارآفرینی‌ها اتخاذ کند؛ در این سیاست‌ها معمولاً دولت‌ها تأمین مالی مبتنی بر بدهی و خطرپذیر را با یکدیگر مد نظر قرار می‌دهند (آموروس و همکاران[4]، ۲۰۰۸).

ابزارهای حمایت مالی شامل پرداخت تسهیلات ارزان‌قیمت (وام ارزان و تسهیل شده یا یارانه تسهیلات)، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تسهیلات بلاعوض (گرنت) و حمایت‌های ضمانت‌نامه و اعتباری است. برخی دولت‌ها به‌جای پرداخت‌های مستقیم مالی از منابع خود، ترجیح می‌دهند با ارائه حمایت‌های ضمانت‌نامه و اعتباری، منابع مالی این شرکت‌ها را از بانک‌ها، بورس و سایر نهادهای مالی تأمین کنند (نقی‌زاده و نامداریان، ۱۳۹۸). به‌طور کلی

1. Histrich & Drnovsek
2. Kamuriwo et al.
3. Bessant et al.
4. Amorós et al.

راه‌های حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط و زودبازده در همه کشورها مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کلان اقتصادی و اجتماعی است. یکی از موارد مهم برای حمایت از این بنگاه‌ها بحث تأمین مالی آن‌هاست. طبق گفته کوپر این مورد که سرمایه مالی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شکست خورده مسئله مهمی است که مورد توافق صاحب‌نظران است، بنابراین مالکیت این سرمایه مهم نیست بلکه دسترسی به این سرمایه بسیار دارای اهمیت است (قنبرمحمدی و نوتاش، ۱۳۹۰). بررسی‌ها نشان می‌دهد در کشورهای با درآمد پایین بیش از نیمی از بنگاه‌های کوچک با محدودیت تأمین مالی مواجه هستند که کشور ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست (شاه‌طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۱).

### ۵- ایجاد امکان ورود و خروج آسان

ورود و خروج به یک صنعت یا بازار از عوامل اساسی رشد کارآفرینی‌ها است که منجر به بازسازی و رشد صنعت می‌گردد. در حقیقت ورود و خروج کسب‌وکارها دو جنبه اجتناب‌ناپذیر فرایند رقابتی پویای بازار است که منجر به کارآفرینی‌های کارآمد و سقوط کارآفرینی ناکارآمد می‌شود (کایا و ادوگروک[1]، ۲۰۰۲). ایجاد و آغاز یک فعالیت کارآفرینانه و انحلال فعالیت کارآفرینانه متضمن فرایندی است که دارای مراحل، زمان و هزینه است؛ به‌طور آشکار تسهیل تعداد این مراحل، زمان مورد نیاز و هزینه آن از سوی دولت می‌تواند یک عامل کلیدی در توسعه کارآفرینی باشد. موانع ورود، نظیر مجوزها و پروانه‌های مورد نیاز، سرمایه اولیه مورد نیاز، درجه تمرکز بازار، هزینه آموزش نیروی کار و موانع خروج نظیر هزینه‌های مربوط به برندسازی و گواهی‌های ثبت اختراع، سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیر قابل انتقال (تک‌کاربردی) و هزینه‌های مربوط به تسویه‌حساب نیروی کار از جمله عواملی است که می‌تواند روند شکل‌گیری کسب‌وکارهای کارآفرینانه رو تحت شعاع قرار دهد (جلالی نائینی و همکاران، ۱۳۹۸).

بررسی مطالعات بیانگرآن است که هر چه شدت این موانع ورود و خروج به بازار بیشتر باشد، کسب‌وکارهای قدیمی می‌توانند با همکاری، ائتلاف و کسب قدرت بازاری، رفتار غیر رقابتی را در پیش گیرند و سودهای غیر متعارف را کسب کنند. در واقع این موانع با کمرنگ کردن رقابت، باعث نزدیک شدن ساختار بازار به انحصار می‌شود که ورود کسب‌وکار جوان و بالقوه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بنابراین دخالت صحیح دولت در کاهش موانع ورود و تسهیل خروج شرکت‌ها می‌تواند مثمر ثمر واقع شود (روسادو[2]، ۲۰۱۰). اصلاح قوانین و مقررات و فرایندهای اداری ثبت یا انحلال شرکت و سادگی اخذ مجوزهای قانونی از جمله عوامل مؤثر در کاهش شکاف بین قصد کارآفرینانه (کسانی که می‌خواهند کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنند) و فعالیت کارآفرینانه (افرادی که عملاً دست به چنین کاری می‌زنند) می‌شود. (کردنایبج و همکاران، ۱۳۹۲).

افزون بر این در باب تسهیل موانع دولت به معافیت‌های قانونی نظیر معافیت‌های مالیاتی و گمرکی می‌توان اشاره نمود. البته نوع هدف‌گذاری این سیاست‌ها با توجه به نوع نگاه به چالش‌های شرکت‌های نوپا متفاوت است. در رویکردهایی که این نوع حمایت‌ها را بیشتر از جنبه مالی مورد تأکید قرار می‌دهند. نگاه اصلی، کاهش هزینه‌های اولیه کارآفرینی‌ها است. ولی اگر کسب‌وکارهای کارآفرینانه را مجموعه‌های جوان سنی در نظر بگیریم، معمولاً به‌دلیل عدم توسعه بازار آن‌ها در شروع فعالیت، میزان حمایت مالی از محل کاهش یا حذف مالیات، بیمه و عوارض گمرکی رقم بالایی نخواهد شد. آنچه در این سیاست‌ها اهمیت بیشتری دارد کاهش بوروکراسی‌های مدیریت شرکتی در سال‌های اول تأسیس شرکت‌های نوپا است تا آن‌ها به‌جای پرداختن به اموری همچون مالیات، فرصت کنند به توسعه فنی و بازار محصولات خود رسیدگی کنند (نقی‌زاده و نامداریان، ۱۳۹۸).

---

1. Kaya & Üçdogruk
2. Rosado

### ۶- پشتیبانی از شرکت‌های نوپا

تعیین سیاست‌ها، اهداف، روش‌ها، الگوهای مناسب و اجرای برنامه‌های حمایتی و تشویقی می‌تواند مهم‌ترین وظایف محوری دولت در زمینه توسعه کارآفرینی باشد. توجه به نقش محوری دولت در تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه در کشورها، ضرورت رشد و هم‌نوا شدن با تغییر و تحولات روزافزون فناوری برای دستیابی به سهم بیشتر از رشد و توسعه کارآفرینی را به امری اجتناب‌ناپذیر بدل ساخته است (کردنایبج و همکاران، ۱۳۹۲). بر اساس مطالعات مازوکاتو[1] (۲۰۱۴) پیرامون روابط بین نوآوری و رشد اقتصادی در سطح شرکت و صنایع با وجود برنامه‌ریزی‌های متنوع بخش خصوصی در نهایت گلوگاه و عامل کلیدی موفقیت در پس وجود حمایت و ایده‌های خالق دولت است؛ برای مثال در پس رشد نوآوری منطقه سیلیکون‌ولی راز حمایت و پشتیبانی دولت نهفته است که انواع مختلف سازوکارهای بازارسازی شرکت‌های خصوصی مبتکر و پویای سرمایه‌گذاری پر خطر توسط دولت مدیریت و هدایت می‌شود. شرکت‌های تازه‌تأسیس با توجه به کوچک بودن و نوپایی، رویارویی با بازارهای جدید و وابستگی به منابع مالی محدود مؤسسان (اسپنسر و کریچوف[2]، ۲۰۰۶).

به‌طور عمده دارای چالش‌های مختلف هستند. این شرکت‌ها به‌دلیل تمرکز به تخصص‌های فنی و کمبود تجربه و تخصص‌های مدیریت دچار چالش‌های زیرساختی از منظر مدیریت داخلی سازمان و مدیریت الزامات محیطی هستند. بر این اساس به‌طور مثال در آمریکا حدود ۴۰ درصد از کسب‌وکارهای تازه‌تأسیس در سال اول شکست خورده و از گردونه رقابت حذف می‌شوند (گربر[3]، ۱۹۹۹) و به‌طور مشابه در آلمان میزان موفقیت شرکت‌های تازه‌تأسیس در ۵ سال اول فعالیتشان حدود ۶۰ درصد است (دسوزا و آوازو[4]، ۲۰۰۶). به همین دلیل دولت‌ها توجه ویژه‌ای به حمایت از شکل‌گیری و رشد این شرکت‌ها دارند و سیاست‌های حمایتی متنوعی را در این زمینه به‌کار می‌گیرند. سیاست‌های کلی با توجه به این شرایط می‌تواند مد نظر دولت‌ها باشد: یک سیاست حمایت از رشد و پایدارسازی این شرکت‌های نوپا در مراحل اول شکل‌گیری؛ و سیاست دیگر هم کمک به ایجاد بیشتر شرکت‌های نوپا است تا از این طریق جبران ریزش‌های این شرکت‌ها در سال‌های اول صورت گیرد (نقی‌زاده و نامداریان، ۱۳۹۸)

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کمی است و با توجه به هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، مدیران و کارشناسان فعال دانشگاه و دولت در زمینه کارآفرینی حدود ۴۰۰ نفر برآورد گردید که با بهره‌گیری از فرمول کوکران تعداد ۱۹۶ نفر از آن‌ها به‌عنوان نمونه تعیین شد. سپس پرسش‌نامه‌ای محقق‌ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها تنظیم شد. به‌منظور سنجش روایی ابزار، تأیید خبرگان دریافت شد؛ پس از جمع‌بندی نقطه نظرات صاحب‌نظران پرسش‌نامه در قالب طیف پنج ارزشی (۱ = خیلی‌کم، ۲ = کم، ۳ = متوسط، ۴ = زیاد، ۵ = خیلی‌زیاد) لیکرت تنظیم گردید و در بین نمونه آماری توزیع شد. همچنین برای تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ بهره‌گیری شد (جدول ۲).

مقادیر به‌دست آمده بیانگرآن است که ابزار پژوهش، قابلیت قابل قبول و پایایی خوبی برای گردآوری اطلاعات دارد و ضریب آلفای کرونباخ کل به‌دست آمده برابر ۰/۷۸ بود، همچنین به‌منظور بررسی پایایی ترکیبی (میزان

1. Mazzucato
2. Spencer & Kirchhoff
3. Gerber
4. Desouza & Awazu

شدت کنترل خطاهای اندازه‌گیری) و روایی (اعتبار) سازه از دو شاخص (AVE[1]) و (CR[2]) استفاده شد. شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده نشان می‌دهد که چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تأثیر نشانگرهای آن بوده است که پژوهشگران مختلف مقدار ۰/۵ به بالا را برای مناسب بودن این شاخص تعیین نموده‌اند و پایایی ترکیبی گویای این مطلب است که ایده‌آل‌ترین حالت زمانی به‌دست می‌آید که مقدار فرمول برابر یک یا نزدیک به آن باشد (ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱).

**جدول ۲. نتایج آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی سازه متغیرهای مورد مطالعه**

| ردیف | متغیر | تعداد گویه‌ها | میزان آلفای کرونباخ | CR | AVE |
|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | ارتقاء و ترویج فرهنگ کارآفرینی | ۳ | ۰/۷۶ | ۷۱/۰ | ۰/۷۸ |
| ۲ | راهبری و سیاست‌گذاری صحیح | ۳ | ۰/۷۱ | ۷۷/۰ | ۰/۸۰ |
| ۳ | آموزش عمومی کارآفرینی | ۴ | ۰/۷۸ | ۶۳/۰ | ۰/۷۲ |
| ۴ | تأمین و حمایت مالی مناسب | ۵ | ۰/۷۲ | ۶۹/۰ | ۰/۸۱ |
| ۵ | حمایت از ورود و خروج آسان شرکت‌ها | ۳ | ۰/۷۰ | ۶۶/۰ | ۰/۷۱ |
| ۶ | پشتیبانی از استارت‌آپ‌ها | ۴ | ۰/۸۱ | ۶۵/۰ | ۰/۷۲ |
| ۷ | توسعه فضای کارآفرینی | ۳ | ۰/۷۸ | ۶۴/۰ | ۰/۷۴ |

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که برای سازه‌های (ارتقاء و ترویج کارآفرینی، قوانین منعطف، آموزش کارآفرینانه، تأمین مالی مناسب، حمایت از ورود و خروج آسان شرکت‌ها، پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، فرهنگ کارآفرینی) شاخص‌های $\alpha$، CR و AVE از مقدار مناسب و قابل قبولی برخوردار می‌باشند، بنابراین می‌توان اظهار کرد که تمامی شاخص‌های انتخابی برای سنجش متغیرهای فوق از دقت لازم و کافی برخوردارند و روایی و پایایی آن‌ها نیز مورد تأیید است.

## یافته‌های پژوهش

چنان‌که اشاره شد یک نمونه ۱۹۶ نفری از مدیران و کارشناسان خبره در حوزه دانشگاه و دولت مورد مطالعه قرار گرفتند که پاره‌ای از ویژگی‌های جمعیت شناختی آن‌ها به شرح جدول ۳ است.

**جدول ۳. آمار توصیفی نمونه آماری**

| متغیر | فراوانی طبقات |
|---|---|
| سن | ۶۱٫۶ بیشتر از ۴۰ سال |
| سابقه کاری | ۰٫۵۸ سابقه بالای ۱۰ سال |
| تحصیلات | ۰٫۸۷ دارای تحصیلات دانشگاهی لیسانس و بالاتر |

با توجه به اینکه یکی از اهداف اصلی در استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، شناخت میزان همخوانی بین داده‌های تجربی با مدل مفهومی و نظری است، برای این منظور از شاخص‌ها و معیارهای نیکویی برازش استفاده می‌شود.

**جدول ۴. شاخص برازش مدل آزمون شده پژوهش بر اساس استاندارد شوماخر و لومکس (۲۰۰۵)**

| مدل | $\chi^2$/df | CFI | AGFI | GFI | IFI | RMSEA | RMR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مدل قابل پذیرش | 3 > | 9,0 < | 9,0 < | 9,0 < | 9,0 < | 08,0 > | 05,0 > |
| مدل اندازه‌گیری | 08/1 | 90,0 | 92/0 | 96/0 | 91/0 | 04,0 | 02,0 |

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Combined Reliability (CR)

با توجه به مقادیر گزارش‌شده شاخص‌های برازندگی در جدول ۴، مشاهده می‌شود که مجذور کای ($\chi^2$) بر درجه آزادی برای مدل آزمون شده برابر ۱/۰۸ به‌دست آمده که کمتر از ۳ است، همچنین شاخص CFI مخفف عبارت Comparative Fit Index شاخص برازندگی تطبیقی است و بیانگر میزان دقت مدل در تکرار ماتریس کواریانس مشاهده شده است، شاخص GFI که شاخص برازش مقایسه‌ای بنتلر نیز نامیده می‌شود و یکی از پرکاربردترین و مناسب‌ترین شاخص‌های تفسیری پیرامون تأیید برازش خوب یا ضعیف مدل تجربی است، شاخص AGFI و شاخص معادل با کاربرد میانگین مجذورات به‌جای مجموع مجذورات در صورت و مخرج GFI است که دارای مقادیری بالاتر از ۰/۹۰ است.

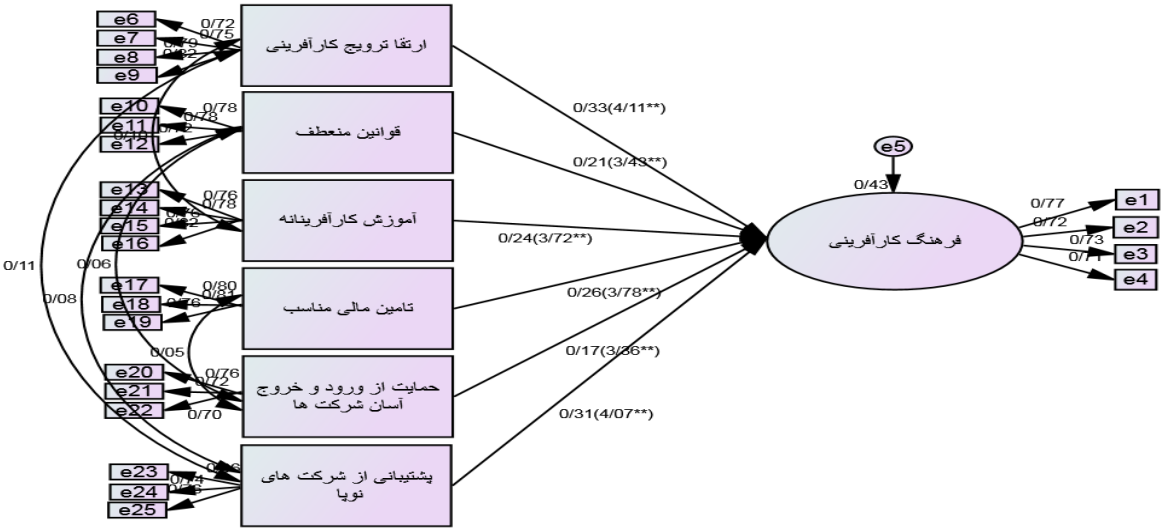
شاخص RMR مخفف عبارت Root Mean Square Residual است و به معنی ریشه میانگین مجذور باقیمانده، شاخصی برای واریانس باقیمانده در برازش هر پارامتر به داده‌های نمونه و یا برای اندازه‌گیری متوسط باقیمانده‌ها استفاده می‌شود و تنها در ارتباط با واریانس‌ها و کوواریانس‌ها قابل تغییر است. هرچه این معیار به صفر نزدیک‌تر باشد نیکویی برازش مدل بالاتر است. افزون بر این شاخص RMSEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تأییدی و مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌شود. اگر مقدار این شاخص کوچک‌تر از ۰/۰۸ باشد برازندگی مدل خوب است، بنابراین مقدار به‌دست‌آمده برابر ۰/۰۴ نشان از برازش مناسب و قابل‌قبول مدل پژوهش دارد. آزمون مربوط به فرضیه‌های اصلی پژوهش با استفاده از این شاخص‌ها در جدول ۵ درج شده است. کلیه فرضیه‌های تحقیق در سطح معناداری ۰/۰۵ تأیید شد. نتایج بیانگرآن است که بیشترین ضریب تأثیر مربوط به متغیر ارتقا و ترویج کارآفرینی است.

**جدول ۵. آزمون فرضیه‌های اصلی با استفاده از مدل ساختاری**

| فرضیه | شرح فرضیه | ضریب مسیر استاندارد t-value | Sig | نتیجه |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | ارتقاء و ترویج فرهنگ کارآفرینی بر توسعه کارآفرینی | ۰/۳۳**(۴/۱۱) | ۰/۰۰۳ | تأیید |
| ۲ | راهبری و سیاست‌گذاری صحیح بر بهبود فضای کارآفرینی | ۰/۲۱**(۳/۴۳) | ۰/۰۰۲ | تأیید |
| ۳ | آموزش عمومی بر توسعه کارآفرینی | ۰/۲۴**(۳/۷۲) | ۰/۰۰۱ | تأیید |
| ۴ | تأمین و حمایت مالی مناسب بر توسعه کارآفرینی | ۰/۲۶**(۳/۷۸) | ۰/۰۰۳ | تأیید |
| ۵ | حمایت از ورود و خروج آسان شرکت‌ها بر توسعه کارآفرینی | ۰/۱۷**(۳/۳۶) | ۰/۰۰۱ | تأیید |
| ۶ | پشتیبانی از استارت‌آپ‌ها بر توسعه کارآفرینی | ۰/۳۳**(۴/۰۷) | ۰/۰۰۳ | تأیید |

آزمون مربوط به فرضیه‌های اصلی پژوهش با استفاده از شاخص‌ها در جدول ۵ درج شده است. کلیه فرضیه‌های پژوهش در سطح معناداری ۰/۰۵ تأیید شدند. نتایج بیانگرآن است که بیشترین ضریب تأثیر مربوط به متغیرهای ارتقاء و ترویج کارآفرینی و حمایت و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا است. بنابر یافته‌های حاصل می‌توان گفت از آنجاکه ترویج کارآفرینی و حمایت از کسب‌وکارهای نوپا اثرگذاری قابل توجهی بر بهبود و ارتقاء سطح فرهنگ کارآفرینانه دارند به جهت ترویج و پیاده‌سازی سیاست‌های حمایتی کارآفرینی به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی رشد اقتصادی توسط دولت باید ابتدا به‌صورت صحیح درک و بعد پیاده‌سازی شوند تا افزون بر حمایت مالی بتوان از حمایت‌های تحت عنوان مشاوره‌های تخصصی و نیروی انسانی حرفه‌ای نیز استفاده نمود.

مدل نهایی برازش شده بر اساس تکنیک تجزیه‌وتحلیل معادلات ساختاری برای پیش‌بینی فرهنگ کارآفرینی در شکل ۲ نشان داده شده است. مطابق این شکل نیز میزان واریانس تبیین شده متغیر فرهنگ کارآفرینی با ۶ متغیر مستقل ارتقاء و ترویج کارآفرینی، قوانین منعطف، آموزش کارآفرینی، تأمین مالی، حمایت از ورود و خروج آسان شرکت‌ها، پشتیبانی از شرکت‌های نوپا به‌عنوان یکی از ضرورت‌های امروز دولت‌ها برابر ۴۳ درصد است.




**شکل ۲. مدل نهایی برازش شده برای پیش‌بینی نقش سیاست‌های کارآفرینانه بر فرهنگ کارآفرینی**

در شکل ۲ مشاهده می‌شود بین متغیرهای مستقل و وابسته ارتباط مناسب و معناداری برقرار است، بنابراین نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) به‌عنوان یک مدل کلی برای پیش‌بینی فرهنگ کارآفرینی مناسب خواهد بود. با توجه به شکل ۲، متغیرهای ارتقا و ترویج کارآفرینی بیشترین میزان اثر بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینانه را دارد، می‌توان گفت زمانی کارآفرینی در پی آموزش و ترویج آن به‌عنوان یک شیوه زندگی توسط اکثریت افراد یک جامعه پذیرفته و نهادینه شود آن جامعه بسیار سریع توسعه می‌یابد، زیرا باعث اشتغال، انتقال تکنولوژی، کیفیت زندگی، نوآوری، بهبود رفاه و ثروت‌آفرینی می‌شود، به همین علت دولت با ایجاد برنامه‌های مفصلی برای بسط و گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه باید بتوانند با آموزش و نهادینه‌سازی مسیر رشد و پویایی را هموار سازد.

## بحث و نتیجه‌گیری

با وجود تعیین‌کنندگی، نقش دولت در توسعه کارآفرینی در ایران کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است، مطالعه حاضر به بررسی نقش راهبری دولت بر توسعه فضای کارآفرینی در ایران با بهره‌گیری از روش پژوهش کمی پرداخته است. یافته‌های این مطالعه نشان‌دهنده این واقعیت است که بین متغیرهای ارتقاء و ترویج کارآفرینی، سیاست‌گذاری، آموزش عموم کارآفرینی، تأمین مالی مناسب، حمایت از ورود و خروج آسان شرکت، پشتیبانی از استارت‌آپ‌ها و توسعه کارآفرینی در ایران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به‌طوری‌که میزان واریانس تبیین شده توسط متغیرهای مستقل برابر با ۴۳ درصد است. مؤلفه آموزش و فرهنگ‌سازی در قالب نقش «پرورشگر» مدل پیتز اونز (۱۳۸۲) و عناصر «شناختی – فرهنگی» مدل نهادگرایان (۱۹۸۷) مورد تأکید قرار گرفته است.

افزون بر این نتایج تحقیقات مختلف ازجمله چاربورتی و همکاران (۲۰۱۵)، بولدیرنو و همکاران، (۲۰۲۰) و راتن و جونز (۲۰۲۱) هم‌راستا با نتایج این تحقیق بر تأثیر مؤلفه آموزش و فرهنگ سازی از سوی دولت بر بهبود و توسعه کارآفرینی صحه می‌گذارند. مؤلفه تأمین و حمایت مالی دولت و ارتباط آن با بهبود فضای کارآفرینی در قالب عوامل عمومی و ویژه مورد تأکید الگوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (۲۰۰۴) بوده است. همچنین در الگوی آدرتچ (۲۰۰۲) تحت عنوان دسترسی به منابع مالی، مورد توجه قرار گرفته است. افزون بر این نتایج تحقیقات مختلف از جمله پژوهش کامیوریو و همکاران (۲۰۱۷) و باسنت و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا با یافته‌های پژوهش حاضر نقش حمایت‌های مالی دولت در بهبود و توسعه کارآفرینی را تصدیق می‌کنند. نکته قابل بحث ضرورت توزیع برنامه‌ریزی شده منابع و حمایت‌های مالی دولت از کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکارها در کشور است که باید با

توجه به قابلیت‌های هر منطقه و استان صورت گرفته و متضمن تسهیلات، مشوق‌های مالیاتی و بیمه‌ای در حوزه کسب‌وکار خرد و نوپا از سوی دولت باشد.

افزون بر این مؤلفه حمایت‌های غیر مالی از استارت‌آپ‌ها که در محوریت آن تسهیل ورود و خروج آن‌ها است به‌طور آشکار و مستقیم در الگوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (۲۰۰۴) و به‌طور ضمنی در دیگر الگوها نظیر الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی[1] (۱۹۹۹)، یا لوندرسترم و استیونسن[2] (۲۰۰۰) مورد توجه قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش حاضر با این الگوها و تحقیقات پژوهشگرانی نظیر کایا و ادوگروک (۲۰۰۲) و روسادو (۲۰۱۰)؛ که ساده‌سازی مراحل، زمان مورد نیاز و هزینه ورود و خروج یک کسب‌وکار به صنعت از سوی دولت را در توسعه کارآفرینی مورد تأکید قرار داده‌اند، هم‌راستا و هم‌سو است. مجوزها و پروانه‌های مورد نیاز، هزینه‌های مربوط برندسازی و گواهی‌های ثبت اختراع، هزینه‌های مربوط به تسویه حساب نیروی کار از جمله عواملی است که می‌تواند حمایت دولت روند شکل‌گیری کسب‌وکارهای کارآفرینانه را بهبود دهد.

در نهایت اثر راهبری و سیاست‌گذاری در تمامی الگوهای نقش دولت در بهبود فضای کارآفرینی از جمله الگوی پنگ و همکاران (۲۰۱۰)، مدل پیتز اونز (۱۳۸۲) و عناصر «شناختی – فرهنگی» مدل نهادگرایان (۱۹۸۷)، الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی (۲۰۰۴)، الگوی لوندرسترم و استیونسن (۲۰۰۰)، الگوی آدرتچ (۲۰۰۱) و در نهایت الگوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (۲۰۰۴) مورد تأکید قرار گرفته است. نتایج یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات پژوهشگرانی نظیر لی و همکاران (۲۰۱۳) و چاربورتی و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا و هم‌سو است.

در بیانی کلی نتایج این پژوهش نشان دهنده آن است که مجموعه عوامل نقش دولت به‌صورت چندبعدی، چند متغیره و پیچیده موجب توسعه کارآفرینی خواهد شد. این عوامل در طیفی از تأثیرگذاری مستقل یا درهم‌تنیده ایفای نقش می‌کنند. آموزش، ترویج و فرهنگ‌سازی کارآفرینی از مؤلفه‌های اصلی استراتژی دولت‌ها در توسعه کارآفرینی است که به‌طور عمده در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی-ترویجی آموزشی و در کلیه سطوح و لایه‌های اجتماعی قابل پیگیری است. دولت می‌باید از طریق فرهنگ‌سازی و ترویج روحیه کارآفرینی، اصلاحات ساختاری و نهادسازی، ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی خصوصی، کمک به راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار کوچک ایفای نقش کند. بر اساس یافته‌های پژوهش و همچنین با توجه به تجربیات سایر کشورها می‌توان گفت پرورش کارآفرینان در کشور را می‌باید به‌عنوان گام اولیه توسعه کارآفرینی تلقی کرد که این مهم بدون ایفای نقش فعالانه دولت محقق نخواهد شد.

هرچند که در برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی جمهوری اسلامی ایران، مبحث کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است، ولی ضرورت بازنگری برنامه‌های مرتبط با حوزه فرهنگ کارآفرینی، تدوین برنامه‌های عملیاتی مرتبط و نظارت، اجرا و پایش صحیح برنامه‌ها احساس می‌شود؛ چراکه فرهنگ هر جامعه‌ای در ایجاد روحیه و رفتار افراد جامعه در جهت مشارکت اجتماعی و پویایی اقتصادی نقش مؤثر و فزاینده‌ای دارد و کارآفرینی به‌عنوان سازوکار توسعه اقتصادی از طریق نوآوری، ایجاد اشتغال و گسترش رفاه در جامعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در جامعه‌ای که کارآفرینان آن از ارزش و منزلت اجتماعی بالایی برخوردار باشند و ایجاد ارزش‌افزوده در فرایند اقتصاد و تولید مورد تأیید و احترام ارزش‌های فرهنگی رایج جامعه باشد، جهت‌گیری افراد به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش خواهد یافت و رفتارهای کارآفرینانه بیشتری بروز و ظهور خواهد کرد و از آنجایی‌که کارآفرینی موتور توسعه جوامع است؛ بنابراین نقش فرهنگ و ارزش‌های حاکم بر آن در راه‌اندازی و

1. United Nations Conference On Trade and Development (UNCTAD)
2. Lundstrom & Stevenson

سرعت موتور توسعه نقشی حساس و تعیین‌کننده خواهد بود.

یافته‌های این مطالعه همچنین نشان داد که متغیرهای سیاسی _ اداری می‌تواند نقش تسهیل‌کننده‌ای را در توسعه فرهنگ کارآفرینی ایفا کند. در این راستا آنچه مهم است لزوم حضور جدی دولت در ایفای نقش سیاست‌گذار، راهبر و پشتیبان از فرهنگ کارآفرینی است که می‌بایست سازمان‌های اداری کشور به‌منزله دولت در کنار رسانه و نهاد آموزش (دانشگاه‌ها) به‌عنوان سیاست‌گذار، مسئول یا متولی، اقدامات هدفمند و گسترده‌ای را جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی تدوین و اجرا نمایند. در حوزه فرهنگ، تأثیرگذاری دولت (به معنای عام) به‌عنوان هدایتگر از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا هرچند ظهور برخی عوامل مربوط به توسعه کارآفرینی، عوامل فردی و عوامل سطح سازمان‌ها و بنگاه‌هاست؛ ولی در خصوص رفع این عوامل نیز دولت می‌تواند نقشی تأثیرگذار ایفا نماید.

از سویی بررسی درونی یافته‌های این پژوهش نشان داد که بسیاری از متغیرهای تأثیرگذار، به‌صورت هم‌افزا زمینه توسعه فرهنگ مطلوب کارآفرینی را فراهم می‌سازند در این خصوص تأکید می‌شود دولت به‌عنوان مسئول و متولی، می‌باید اقدامات هدفمند و گسترده‌ای را جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی تدوین و به اجرا گذارد. برنامه‌های فعلی دولت بیش از نگاه نهادی (خصوصاً توجه به متغیرهای فرهنگی)، محدود به عوامل اقتصادی از جمله ارائه تسهیلات شده است که به‌دلیل روبنا بودن راهکار و تک‌بعدی بودن برنامه، ممکن است نتیجه مطلوب را ایجاد نکند؛ اما آنچه حائز توجه جدی است آن است که به‌دلیل ماهیت مسائل فرهنگی و شکل‌گیری و تعمیق آن در بلندمدت به نظر می‌رسد حل آن نیز نیازمند تدوین برنامه‌ای استراتژیک برای بازه زمانی نسبتاً طولانی و اعمال تغییرات در برخی حوزه‌ها، باشد. این مسئله نباید با تلاطم‌های سیاسی دچار تغییر و چالش شده و می‌بایست در طی برنامه انرژی، زمان و بودجه لازم برای آن در نظر گرفته شود.

## منابع


ابارشی، احمد؛ حسینی، سید یعقوب (۱۳۹۱). *مدل سازی معادلات ساختاری*. چاپ اول. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

اونز، پیتر (۱۳۸۲). *توسعه یا چپاول: نقش دولت در توسعه صنعتی*. مترجم پرچهر معتمد گرجی؛ عباس زندباف. تهران: انتشارات فیروزه.

جلالی نائینی، سید احمدرضا؛ توکلیان، حسین؛ زمان زاده، حمید؛ داودی، پدرام (۱۳۹۸). لحاظ ورود و خروج بنگاه در یک الگوی تعادل عمومی پویای تصادفی برای اقتصاد ایران. *نشریه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران*، ۸ (۲۹)، ۳۹-۱.

خاکی، غلامرضا (۱۳۷۸). *روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی*. تهران: انتشارات درایت.

دانایی‌فرد، حسن (۱۳۸۱). نقش دولت در ارتقای کارآفرینی: رویکرد تطبیقی. *مدیریت و توسعه*، ۱۳ (۱)، ۱۰۵-۹۰.

دانایی‌فرد، حسن؛ فروهی، مهشید؛ صالحی، علی (۱۳۸۶). ارتقا کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت. *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، ۴ (۴۲)، ۲۶۲-۲۲۱.

داوری، علی؛ رضایی، حمیدرضا (۱۳۸۵). نقش دولت و خط‌مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۱ (۱)، ۱۲۹-۱۰۹.

رحمتی، علی اصغر؛ فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۶). نقش رسانه ملی در تغییر فرهنگ کارآفرینی در ایران امروز. *مطالعات رسانه ای*، ۱۲ (۳۷)، ۲۰-۷.

زالی، محمدرضا؛ رضوی، مصطفی؛ یداللهی فارسی، جهانگیر؛ کردنایبج، اسدالله (۱۳۸۹). *ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران براساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده‌بان جهانی کارآفرینی*. تهران: نشر موسسه کار و تأمین اجتماعی.

زعفریان، رضا؛ خرمی، زهرا؛ قنبر محمدی، الیاس (۱۳۹۰). شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های نقش تلویزیون در توسعه

فرهنگ ملی. *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*. ۱ (۲)، ۸۶-۶۷.

شاه طهماسبی، اسماعیل؛ جوادیان، مجید؛ نیکبخت، محمدجواد (۱۳۹۱). بررسی نقش اعطای تسهیلات به بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در ایجاد اشتغال (مورد مطالعه: کارگاه‌های صنعتی شهر تهران). *اقتصاد مالی*، ۶ (۲۱)، ۵۶-۳۱.

شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ مهدی‌پور زرین کمر، فاطمه؛ مرادی، علی (۱۳۹۹). تأثیر ضریب نفوذ بیمه بر فضای کارآفرینی در کشورهای منتخب. *پژوهشنامه بیمه*، ۵ (۳)، ۶۶-۳۷.

شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۸). *کارآفرینی*. تهران: انتشارات آییژ.

علی‌اصغر، رحمتی؛ علی‌اکبر، فرهنگی (۱۳۹۶). نقش رسانه ملی در تغییر فرهنگ کارآفرینی در ایران امروز. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۲ (۱)، ۱۹-۱.

فرزین، محمدرضا؛ حسن پور، محمود؛ محمود زاده، سید مجتبی؛ عرب مازاریزدی، علی (۱۳۹۹). تحلیلی نهادگرایانه بر فضای کسب‌وکار و کارآفرینی بخش گردشگری ایران. *فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵ (۵)، ۳۳-۹.

کردنائیج، اسدالله؛ زالی، محمدرضا، بهامین، ماجد (۱۳۹۲). راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۶ (۲)، ۱۱۴-۹۵. doi: 10.22059/jed.2013.36261.

گربر، مایکل (۱۹۹۹). *افسانه کارآفرینی: چرا اغلب کسب‌وکارهای کوچک موفق نمی‌شوند و راه حل آن چیست؟*. مترجمین: کاوش حسین‌تبار؛ مجید فیاض‌فر. تهران: انتشارات نخبه‌سازان.

مازوکاتو، ماریانو (۲۰۱۴). *دولت کارآفرین*. مترجمین: حمید پاداش؛ علی نیکونسبتی. تهران: انتشارات چشمه.

محمدی الیاسی، قنبر؛ نوتاش، هادی (۱۳۹۰). شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۴ (۳)، ۵۰-۳۱.

نائبی، محمدامین (۱۳۸۹). *اصول کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار در ایران*. تهران: انتشارات فرهیختگان دانش.

نقی‌زاده، رضا؛ نامداریان؛ لیلا (۱۳۹۸). سیاست های حمایت از شرکت های فناور نوپا، ویژه‌نامه جامع سیاست علم، *فناوری و نوآوری*، ۱۱ (۲)، ۲۹۶-۲۸۴.

## References

Abarshi, A., & Hosseini, S. Y. (2010). *Structural equation modeling*. First Edition. Tehran: Sociologists Publications. (in Persian).

Amorós, J., Atienza, M., & Romaní, G. (2008). Formal and Informal Equity Funding in Chile. *Estudios de Economia*, 35 (2), 179-194.

Audretsch, D., Thurik, R., Verheul, I., & Wennekers. S. (2002). *Entrepreneurship: determinants and policy in A european-U.S.* Comparison, Boston: Kluwer Academic Publishers.

Bessant, J. R., & Tidd, J. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. john willy publish.

Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., & Bedrule-Grigoruta, M. V. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12 (3), 1245-1267.

Chakraborty, S., Thompson, J. C., & Yehoue, E. (2015). *Culture in development. In: World Bank Economic Review – 2014 Annual Bank Conference on Development Economics on "the Role of Theory in Development Economics"*, vol. 29, pp. S238–S246 (suppl.).

Danaifard, H. (2000). The role of government in promoting entrepreneurship: a comparative approach. *Management and Development*, 13 (1), 105-90. (in Persian).

Danaifard, H., Faruhi, M., & Salehi, A. (2006). Promotion of entrepreneurship in Iran: an analysis of the role of the government. *Business Research Quarterly*, 4 (42), 262-221. (in Persian).

Davari, A., & Rezaei, H. R. (2002). The role of the government and government policies in the development of entrepreneurship. *Iranian Journal of Management Sciences*, 1 (1), 109-129. (in Persian).

Deakins, D., & Freel, M. (2003). *Entrepreneurship and small firms*. 3thed. Berkshire: Mc Grow Hill.

DeGennaro, R. (2010). *Book Review: Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost*

*Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed—and What to Do About It by Josh Lerner*. Princeton: Princeton University Press.

Desouza, K. C., & Awazu, Y. (2006). Knowledge management at SMEs: five peculiarities. *Journal of knowledge management*, 10 (1), 32-43.

Duphy, S., Herbig, P., & Golden, J. (2004) The relationship of entrepreneurial and innovative Success. *Marketing Intelligence & Planning*, 12 (9), 1-20.

Dutta, D. K., & Crossan, M. M. (2005). The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 4I Organizational Learning Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 425-449. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00092.x

Farzin, M. R., Hassanpour, M., Mahmoudzadeh, S. M., & Arab Mazarizdi, A. (2020). An institutional analysis on the business environment and entrepreneurship in Iran's tourism sector. *Scientific Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 15 (5), 9-33. (in Persian).

Gerber, M. (1999). *Myth of entrepreneurship: why most small businesses do not succeed and what is the solution?*. Translators: Kavash Hossein Tabar; Majid Fayazfar Tehran: Elite Makers Publications. (in Persian).

Henry, C., Hill, F. & Leitch, C. (2003). Developing a Coherent Enterprise Support Policy: A New Challenge for Governments. *Environment and Planning Government and Policy*, 21 (1): 3-19.

Hisrich, D. R., & Kearney, C. (2012). *Corporate Entrepreneurship: How to Create a Thriving Entrepreneurial Spirit Throughout Your Company*. Publisher: McGraw-Hill, First edotion.

Histrich, R. D., & Drnovsek, M. (2002). Entrepreneurship and small business research: An European perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2 (1), 172-222.

Jalali Naini, S. A. R., Tavaklian, H., Zamanzadeh, H., & Davodi, P. (2019). Considering the entry and exit of the firm in a stochastic dynamic general equilibrium model for the Iranian economy. *Journal of Applied Economic Studies of Iran*, 8 (29), 1-39. (in Persian).

Kamuriwo, D. S., Baden-Fuller, C., & Zhang, J. (2017). Knowledge Development Approaches and Breakthrough Innovations in Technology-Based New Firms. *Journal of Product Innovation Management*, 34 (4), 492-508.

Kaya, S., & Üçdogruk, Y. (2002). The dynamics of entry and exit in turkish manufacturing industry. *The ERC/METU International Conference in Economics VI*, Ankara, September 11-14.

Khaki, G. (1999). *Research method with an approach to thesis writing*. Tehran: Drait Publications. (in Persian).

Kuratk, D. F., & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: a contemporary approach*. 2nd ed. USA.: Harcourt College Publisher.

Kurdnaij, A. A., Zali, M. R., & Bahamin, M. (2013). Structural solutions for entrepreneurship development in Iran. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 6 (2), 114-95. doi: 10.22059/jed.2013.36261 (in Persian).

Lee, S., Peng, M., & Song, S. (2013). Governments Entrepreneurs and Positive Externalities: A Real Options Perspective. *European Management Journal*, 31 (4), 333– 347.

Lundstrom, A., & Stevenson, L. (2001). Entrepreneurship policy for the future, The Entrepreneurship for the Future Series. *Swedish Foundation for Small Business Research*: 1 (1), 133-156.

Mazzucato, M. (2014). *Entrepreneurial government.* Translators in to Persian: Hamid Bogar; Ali Nikonsbati. Tehran: Cheshme Publications. (in Persian).

Mohammadi Eliasi, A., & Notash, H. (2010). Identifying the roots of failure of experienced Iranian entrepreneurs: a discursive narrative perspective. Entrepreneurship Development Scientific Research Quarterly, 4 (3), 50-31. (in Persian).

Naghizadeh, R., & Namedarians, L. (2019). Support policies for start-up technology companies, *Special issue of science, technology and innovation policy*, 11 (2), 296-284. (in Persian).

Naibi, M. A. (2010). *Principles of entrepreneurship and business skills in Iran.* Tehran: Farhikhtegan Danesh Publications. (in Persian).

OECD. (2004). Small & medium-sized enterprises in turkey: issues and policies. *OECD*. 11-83.

available through http://www.oecd.org.

Owens, P. (2002). *Development or plunder: the role of government in industrial development*. Translation into Persian by: Parcher Motamed Georgi; Abbas Zandbaf. Tehran: Firozeh Publications. (in Persian).

Peng, M., Yamakawa, Y., & Lee, S. (2010). Bankruptcy laws and entrepreneur-friendliness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (3), 517–531. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00350.x

Rahmati, A. A., & Farhani, A. A. (2017). The role of national media in changing the entrepreneurial culture in Iran today. *Media Studies*, 12(1), 1-19. (in Persian).

Rahmati, A. A., & Farhani, A. A. (2017). The role of the national media in changing the entrepreneurial culture in Iran today. *Media Studies*, 12 (37), 7-20. (in Persian).

Ratten, V., & Dana, L. (2017). Gendered perspective of indigenous entrepreneurship. *Small Enterprise Research*, 24 (1), 62-72/DOI:10.1080/13215906.2017.1289858

Ratten,V., & Jones, P. (2021). Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *International Journal of Management Education*, 19 (1), 1-20.

Rosado, C. A. (2010). *Barriers to Competition: The Evolution of the Debate*. London: Pickering & Chatto Publisher.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Publisher.

Scott, R. (2002). The Adolescence of Institutional Theory. *Administrative Science Quarterly*, 52 (1), 495-511.

Shahabadi, A., Mehdipour Zarinkamar, F., & Moradi, A. (2020). The effect of insurance penetration on the entrepreneurial climate in selected countries. *Insurance Journal*, 5 (3), 66-37. (in Persian).

Shahhosseini, A. (1388). *Entrepreneurship*. Tehran: Aizh Publications. (in Persian).

Shahtahmasabi, A., Javadian, M., & Nikbakht, M. J. (2015). Investigating the role of granting facilities to small and medium industrial enterprises in creating employment (case study: industrial workshops in Tehran). *Financial Economics*, 6 (21), 56-31. (in Persian).

Shane, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing

Spencer, A., & Kirchhoff, B. (2006). Schumpeter and new technology based firms: Towards a framework for how NTBFs cause creative destruction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(2),145-156

UNCTAD. (2004). Entrepreneurship and Economic Development. *United Nations Conference On Trade and Development (UNCTAD).* (6-14) *United Nations.*

Zaafarian, R., Khorrami, Z., & Qanbar Mohammadi, A. (2010). Identifying and prioritizing the components of the role of television in the development of national culture. *Interdisciplinary studies in media and culture.* 1 (2), 86-67. (in Persian).

Zali, M. R., Razavi, M., Yadollahi Farsi, J., & Kurdaniij, A. A. (2010). *Evaluation of the state of entrepreneurship in Iran based on the results of the 2008 World Entrepreneurship Observatory program.* Tehran: Publishing Institute of Labor and Social Security. (in Persian).