

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۲، بهار ۱۳۸۶، ۲۶۲ - ۲۲۱

ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت

دکتر حسن دانائی فرد* مهشید فروهی** علی صالحی***

دریافت: ۸۵/۱/۱۵

پذیرش: ۸۶/۲/۹

کارآفرینی / نقش تنظیمی / نقش شناختی / نقش هنجاری / رشد اقتصادی /
رویکرد جامعه‌شناختی

چکیده

به اعتقاد برخی از صاحب‌نظران، کارآفرینی موتور رشد اقتصادی و نماد اصلی نوآوری در یک کشور است. بر این اساس در سال‌های اخیر مبانی تئوریک کارآفرینی در دانشگاه‌ها تقویت و مظاهر عملی آن در عرصه صنعت و خدمات نمود بیشتری به خود گرفته است. برای تقویت همه جانبه این محور اقتصادی، رویکردها، استراتژی‌ها و راه کارهای مختلفی در ادبیات کارآفرینی ارائه شده است. نقش دولت بر اساس محورهای تنظیمی، شناختی و هنجاری از جمله راه کارهای ارتقاء کارآفرینی در کشورهاست. در این پژوهش نقش دولت در ارتقای کارآفرینی در ایران مورد بررسی و راه کارهایی جهت تقویت آن ارائه شده است.

طبقه‌بندی JEL: O47.

* عضو هیأت علمی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس. HDanaee@modares.ac.ir

** پژوهشگر ارشد مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران.

*** پژوهشگر ارشد مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران.

مقدمه

در حوزه کارآفرینی تئوری واحد و جامعی وجود ندارد. در عین حال برای تبیین و توصیف پدیده کارآفرینی رویکردهای مختلفی وجود دارد. برخی از پژوهشگران رویکرد روانشناختی را اصلح تصور کرده و بر خصیصه‌های فردی تکیه کرده‌اند. عده‌ای دیگر رویکرد جامعه‌شناسی را در پیش گرفته و عوامل جامعه‌شناختی را مؤثر بر کارآفرینی دانسته‌اند. برخی دیگر رویکرد انسان‌شناسی و اقتصاد را مد نظر قرار داده‌اند. در این پژوهش با اتکا به رویکرد جامعه‌شناسی به پدیده کارآفرینی، دولت را به عنوان یکی از عوامل کلیدی در رویکرد جامعه‌شناختی مورد توجه قرار داده‌ایم. بر این اساس نقش‌های سه‌گانه اصلی دولت یعنی نقش‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری در ایران، بر اساس دیدگاه خبرگان کارآفرینی مورد آزمون قرار گرفته است. بنابراین ابتدا مبانی نظری کارآفرینی و سپس چارچوب نظری پژوهش بررسی و با تعیین مدل مفهومی و عملیاتی، با اتکا به استراتژی پیمایش توصیفی، نقش‌های فرعی نقش‌های اصلی دولت احصاء و پیشنهادهایی برای ارتقا کارآفرینی ارائه شده است.

۱. بیان مسئله

در سال ۱۳۸۰ قانون ادغام وزارتخانه‌های صنایع و معادن و فلزات، تأسیس سازمان صنایع کوچک را الزامی کرد. این سازمان به عنوان زیرمجموعه‌ای از وزارت صنایع و معادن است که هدفش ساماندهی صنایع کوچک و ایجاد هماهنگی و استفاده مطلوب از امکانات زیربنایی و ارائه خدمات مناسب و ضروری برای متقاضیان سرمایه‌گذاری در زمینه تولیدات صنعتی است.

بر اساس مصوبه شورای عالی اداری وظایف مربوط به سیاست‌گذاری و تنظیم مقررات مربوط به حمایت‌های لازم از صنایع کوچک به وزارت صنایع و معادن منتقل گردیده و وظایف و فعالیت‌های اجرایی - حمایتی به این سازمان سپرده شده است. شورای سیاست‌گذاری صنایع کوچک نیز در آبان‌ماه ۱۳۸۲ به دستور وزیر صنایع و معادن اهداف،

سیاست‌های کلی و راهکارهای ایجاد و توسعه صنایع کوچک در کشور را تصویب و به شرح ذیل اعلام کرد^۱:

الف) فراهم نمودن زمینه مشارکت گسترده بخش خصوصی و تشکل‌ها و نهادهای جمعی صنعتی از آن‌رو که توسعه و ارتقاء توان رقابتی صنایع کوچک نه در قالب توجه واحدهای تک افتاده و مستقل بلکه در قالب شبکه‌ها و خوشه‌هایی از اینگونه صنایع امکان‌پذیر می‌باشد.

ب) رویکرد استانی - منطقه‌ای در جهت برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌های مرتبط با حمایت از صنایع کوچک از آن‌رو که تنها در صورت غیرمتمرکز عمل نمودن است که انعطاف لازم در تدوین برنامه‌ها، ایجاد و بهره‌برداری از ساختارها و نهادهای واسطه‌ای پشتیبان و جذب مشارکت پایدار با توجه به شرایط خاص هر استان یا منطقه می‌گردد.

با ادغام سازمان صنایع کوچک و شرکت شهرک‌های صنعتی ایران و تعریف جدید سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و در راستای اجرای برنامه‌های سوم و چهارم توسعه سازمان جدید علاوه بر اجرای مسئولیت‌های قبلی در هر یک از مجموعه‌های ادغام شده به حمایت‌های دیگری - علاوه بر حمایت‌های قبلی (که عبارتند از معافیت از مالیات و مستثنی شدن از قوانین شهرداری که دارای مزیت‌های کاهش هزینه تولید، کاهش اثرات زیان بار زیست محیطی و تعامل بیشتر بین صنعتگران است) از صنعتگران - را در زمره برنامه‌های خود از جمله مشاوره، کمک به کارآفرینی، توسعه IT در صنایع کوچک، راهنمایی‌های حقوقی، ایجاد پارک فناوری و ایجاد مؤسسات تحقیقاتی و ارتباطی با سایر مناطق و کشورها و تعریف کرده است^۲.

قابل ذکر است که طبق آمار ارائه شده از سوی روابط عمومی سازمان مذکور ۹۳٪ از کل صنایع کشور، جزء صنایع کوچک محسوب می‌شود و تنها ۷٪ از صنعت در بخش صنایع بزرگ متمرکز است. در این راستا سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با سیاست‌ها و مأموریت‌های خود در پی انجام برنامه‌ها و وظایف شمرده شده

۱. طالبی (۱۳۷۶).

۲. بانک مرکزی ج.ا.ا، "نگاهی درباره طرح‌های کوچک صنعتی و کشاورزی"، اداره بررسی‌های اقتصادی.

می‌باشد. با عنایت به مستندات قانونی، اهداف کلیدی این سازمان عبارتند از:

- ۱- ارتقاء جایگاه صنایع کوچک در ارزش افزوده و اشتغال صنعتی کشور
- ۲- نوسازی صنایع کوچک کشور به منظور رقابت‌پذیر کردن و رشد و بالندگی آنها
- ۳- ایجاد و توسعه مجتمع‌ها و شهرک‌های صنعتی و تأمین تأسیسات زیربنایی و خدمات ضروری مورد نیاز متقاضیان سرمایه‌گذاری صنعتی در مناطق مختلف کشور^۱.

همچنین سیاست‌های سازمان مذکور به شرح زیر می‌باشند:

- ۱- کمک به بهبود فضای کسب و کار صنایع کوچک در کشور از طریق تنظیم پیشنهادات لازم و ارائه به مراجع ذیربط
- ۲- آموزش و توسعه کارآفرینی و منابع انسانی در صنایع کوچک
- ۳- کمک به ارتقاء بهره‌وری و کیفیت در صنایع کوچک
- ۴- کمک به توسعه بازار تولیدات صنایع کوچک با رویکرد صادرات
- ۵- توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی در صنایع کوچک
- ۶- فراهم ساختن امکان دسترسی به سرمایه و تأمین منابع مالی
- ۷- حمایت از ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید در صنایع کوچک (Start-Up) با اولویت مناطق توسعه نیافته کشور

۸- توسعه فناوری و ارتقاء فعالیت‌های تحقیق، توسعه و نوآوری در صنایع کوچک.

- ۹- ایجاد و توسعه مجتمع‌ها و شهرک‌های صنعتی در مناطق مختلف کشور
- سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به منظور تحقق اهداف و سیاست‌های فوق بر مبنای قوانین و استراتژی‌های دولت در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، قانون تمرکز امور صنعت و معدن و تشکیل وزارت صنایع و معادن، و اساسنامه‌های دو سازمان ادغام شده (صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران) و همچنین مصوبه شورای عالی اداری عمل خواهد کرد. سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در راستای تحقق اهداف بر مبنای قوانین تنظیمی به شرح ذیل عمل می‌کند:

۱. محراثیان، سید مهدی (۱۳۷۹).

- ۱- قانون حمایت از باسازی و نوسازی صنایع نساجی کشور
 - ۲- قانون تنظیم بخشی از مقررات تسهیل نوسازی صنایع کشور
 - ۳- آیین نامه اجرایی ماده ۹ قانون نوسازی صنایع کشور در مورد ارتقاء سطح کیفی و بهره‌وری
 - ۴- آیین نامه اجرایی ماده ۸ قانون نوسازی صنایع کشور در مورد قیمت روز حامل‌های انرژی
 - ۵- آیین نامه اجرایی ماده ۷ قانون نوسازی صنایع کشور در مورد تغییر کاربری اراضی صنایع انتقالی
 - ۶- آیین نامه اجرایی ماده ۵ قانون نوسازی صنایع کشور در مورد حفاظت از محیط زیست
 - ۷- آیین نامه اجرایی ماده ۴ قانون نوسازی صنایع در مورد اصلاح ساختار مالی شرکت‌های صنعتی
- با توجه به مأموریت، وظایف و قوانین حاکم بر سازمان صنایع کوچک ایران، به نظر می‌رسد این سازمان بازوی اجرای سیاست‌های کلان دولت در زمینه صنایع کوچک در ایران است. اما مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان و نیز افرادی که قصد ورود به عرصه کارآفرینی را دارند نشان می‌دهد که هنوز دولت نتوانسته است به نحو مناسبی کارآفرینی را در کشور ارتقاء دهد.^۱
- بیکاری قشر عظیمی از تحصیل کردگان که به بزرگترین دغدغه دولت در دهه‌های آتی تبدیل خواهد شد مظهر اصلی عدم ایفای نقش‌های اصلی دولت در ارتقا روح کارآفرینی در کشور است. این امر مظهر تجلی این مسئله است که دولت چه نقش‌هایی را باید در ارتقا کارآفرینی ایفا کند؟ در راستای این سؤال، سه سؤال فرعی زیر مطرح شده است:
- ۱- نقش‌های تنظیمی دولت در ارتقاء کارآفرینی چیست؟

۱. مولایی (۱۳۸۲)؛ سازمان صنایع کوچک و نواحی صنعتی ایران، صنایع کوچک در برنامه پنجم (۱۳۵۴)؛ مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، طرح تحقیقاتی: "آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی و موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران".

۲- نقش‌های شناختی دولت در ارتقاء کارآفرینی چیست؟

۳- نقش‌های هنجاری دولت در ارتقاء کارآفرینی چیست؟

۲. مبانی نظری کارآفرینی

در مفهوم‌سازی کارآفرینی می‌توان بین مفاهیم ۱) کارآفرین^۱ = نقش آفرین در بازار ۲) کارآفرینانه^۲ = رفتار در بازار ۳) کارآفرینی^۳ = ترکیب نقش آفرین (کارآفرین) و رفتار در بازار ۴) فرآیند کارآفرینانه^۴ = ترکیب بعد زمانی و رفتار در بازار، تفاوت قائل شد.

۲-۱. کارآفرین

گرتنر^۵ مدعی است رویکردهای مبتنی بر خصیصه مفید نیستند و پیشنهاد می‌کند که ما باید از تئوری‌های رفتاری استفاده کنیم. چون تعریف حائز اهمیت است نباید بنا به دلایل زیر این گفته را که "کارآفرین کسی است که سازمانی را خلق می‌کند"، بپذیریم. نخست آن که سازمان‌ها در همه زمان‌ها به وسیله افرادی که کارآفرین نیستند، خلق می‌شوند (برای مثال احزاب سیاسی، انجمن‌ها و گروه‌های اجتماعی). دوم آنکه در زمان ارزیابی توانایی افراد برای دست زدن به نوعی اقدام به عنوان یک کارآفرین هیچ نشانه‌ای نشان نمی‌دهد که خلق سازمان می‌تواند از نوعی معیارهای متفاوت تبعیت کند. خصیصه‌ها و ویژگی‌ها ممکن است متغیرهای میانجی باشند که فعالیت و رفتار کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند. ادبیات کارآفرینی چند پژوهشگر فلسفه وجودی خصیصه‌های شخصیت را آزمون کرده و نتیجه‌گیری کردند که خصیصه‌ها در چند گروه دیگر از افراد غیر از افراد کارآفرین مشترک هستند.^۶ برای مثال، امیت و همکارانش^۷ با ذکر مسائل این مطالعات اظهار می‌دارند که خصیصه‌های مشاهده شده، می‌تواند نتیجه یادگیری از طریق تجربه باشد.

1. Entrepreneur.
2. Entrepreneurial.
3. Enterpreneurship.
4. Enterpreneurial process.
5. Gartner (2001).
6. Lassen, Gertsen, et al. (2006).
7. Amit et al.

به اعتقاد صاحب‌نظران اگر تئوری‌های مبتنی بر خصیصه^۱ - حتی اگر کارآفرینی را پیش‌بینی نکنند، خصیصه‌هایی را ارائه می‌دهند که برای بیشتر کارآفرینان مشترک است، کسانی که از این خصیصه‌ها برخوردار نیستند، می‌توانند مستثنی باشند^۲. گرتنر استدلال می‌کند که رویکرد خصیصه‌ای در پی پاسخ به سؤال اشتباه زیر است:

"چه کسی کارآفرین است؟" وی تعریف کارلند^۳ و همکارانش از کارآفرین را که مدعی‌اند: "کارآفرین فردی است که کسب و کار را بنا به اهداف اساسی سود و رشد مدیریت می‌کند" مورد نقد قرار می‌دهند.

در عین حال، نگاهی دقیق‌تر نشان می‌دهد که سؤال می‌تواند چنین مطرح شود: "چرا کارآفرین، کسب و کار را آغاز می‌کند؟" که به عنوان عیب رویکردهای تئوریک خصیصه‌ای در تئوری گرتنر مطرح شد. چون هدف اصلی یک کسب و کار ایجاد ارزش افزوده از طریق سود و رشد است، برای کسب سود بنام سود نامعمول^۴ یا بازده اقتصادی^۵ که ممکن است همزمان شرطی ضروری برای رشد باشد، نوآور باشد. بدین ترتیب پاسخ به سؤال "چرا" روشن است. یک کارآفرین انتظار دارد در آینده بازده اقتصادی نصیبش شود.

هربرت و لینک^۶ نتیجه‌گیری می‌کنند که کارآفرین یک شخص است نه یک تیم، کمیته یا سازمان. به اعتقاد آنها این شخص از برخی مزیت‌های نسبی در تصمیم‌گیری برخوردار بوده یا اطلاعات بهتری یا درک متفاوتی از رویدادها یا فرصت‌ها دارد. آن‌ها همچنین ادعا می‌کنند که اقدامات کارآفرینانه^۷ در همه جوامع به وسیله افرادی که قضاوت آن‌ها از قضاوت‌های هنجار فعلی متفاوت است انجام می‌شود.

پیکل و ابراهامسون^۸ تعریف ملخصی از یک کارآفرین ارائه می‌دهند: کارآفرین، کسی است که نوعی کسب و کار را سازماندهی و مدیریت می‌کند و برای کسب سود، ریسک

-
1. Trait Theories.
 2. Neergaard, H. & H. Madsen (2004).
 3. Carland.
 4. Abnormal profit.
 5. Economic rent.
 6. Hebert & Link (1989).
 7. Entrepreneurial Actions.
 8. Pickle & Abrahamson (1990).

را تحمل می‌کند. کارآفرین فرصت‌های درک شده را ارزیابی کرده و برای اتخاذ تصمیم‌هایی که شرکت را به تحقق رشد پایدار قادر خواهد ساخت تلاش می‌کند. جمله آخر بر توانایی تصمیم‌گیری و هدف رشد^۱ یک کارآفرین تأکید می‌کند. در عین حال، تعریف پیکل و ابراهامسون هیچ‌گونه خصیصه‌های فرآیندی^۲ که باید حداقل در کسب و کارهای رشد بالا حائز اهمیت باشد، دربر ندارد.

۲-۲. ذهن کارآفرینانه

تیمسون^۳ ذهن کارآفرینانه را توصیف می‌کند. وی ذهن کارآفرینانه را نگرش‌ها و رفتار کارآفرینان موفق معنی می‌کند، تقریباً شبیه آنچه میورای می‌گوید^۴: آنها سخت کار می‌کنند و متعهد و دارای پشتکارند؛ آنها کل لیوان را می‌بینند نه نیمه خالی آن را؛ آنها برای تحقق درستی و صداقت تلاش می‌کنند؛ آنها با میل رقابتی^۵ به تعالی و برندگی متولد می‌شوند؛ آنها نسبت به وضع موجود ناراضی هستند و در پی فرصت‌هایی برای بهبود تقریباً هر وضعیتی که با آن مواجه می‌شوند، هستند؛ آنها از شکست به عنوان ابزاری برای یادگیری و پرهیز از تمامیت‌گرایی به نفع اثربخشی استفاده می‌کنند؛ و باور دارند که می‌توانند از لحاظ شخصی در ره‌آورد نهایی کسب و کارها و زندگی خود تفاوت عمده‌ای نشان دهند.

۲-۳. کارآفرینی

از منظر شرکت‌های نوآور رشد محور^۶، یکی از بهترین تعاریف کارآفرینی در دیدگاه رونستاد^۷ دیده می‌شود:

”کارآفرینی فرآیند پویای خلق ثروت تدریجی است. ثروت به‌وسیله افرادی خلق

-
1. Growth Objective.
 2. Process Characteristics.
 3. Timmons.
 4. Ronstadt, R. (1988).
 5. Competitive Desire.
 6. Growth Oriented Innovative Companies.
 7. Ronstadt (1988).

می‌شود که ریسک‌های عمده‌ای در قالب سهم، زمان و یا تعهد کارراه‌های^۱ یا فراهم کردن ارزش برای برخی از کالاها و خدمات تحمل می‌کند. کالا و خدمات ممکن است جدید یا منحصر بفرد باشد یا نباشد اما ارزش باید تا حدی از جانب کارآفرین از طریق دریافت و تخصیص مهارت‌ها و منابع ضروری به صورت تدریجی حاصل شود.^۲

اساسی‌ترین بخش این تعریف آن است که چگونه ثروت تدریجی خلق ارزش را به عنوان نتیجه یا هدف فرآیند تعریف می‌کند. این نتیجه با نیاز به موفقیت متفاوت است. اگرچه تعریف رونسنت، مشخصه‌های تئوریک خصیصه‌ای کارآفرینی نظیر میل به مسئولیت‌پذیری و ریسک را در پی دارد ولی برای شکل‌دهی دیدگاه کامل‌تر باید نیاز به موفقیت‌آنطور که می‌ورای در تعریف خود ارائه می‌دهد، در برداشته باشد.

بدین ترتیب ویرتنن^۳ با تأکید ویژه بر کارآفرین به عنوان نقش‌آفرین اصلی در فرآیند،

کارآفرینی را چنین تعریف می‌کند:

”کارآفرینی فرآیندی است پویا که به وسیله فردی (کارآفرین) که برای بهره‌برداری از نوآوری اقتصادی جهت خلق ارزش جدید در بازار، تلاش می‌کند، ایجاد و مدیریت می‌شود. کارآفرین شخصی است که ذهن کارآفرینانه همراه با نیاز قوی به موفقیت دارد.“

جالب‌ترین نکات این تعریف ”هدف غایی خلق ارزش و بهره‌برداری از نوآوری اقتصادی“ است. تعاریف فرآیند کارآفرینانه توسط بای‌گریو^۴ برخی از خصیصه‌های مهم را در بر دارد اما فاقد خصیصه‌های مهم دیگر یعنی هدف غایی و اصلی است. چرا فرآیند کارآفرینانه رخ می‌دهد؟ هدف غایی فرآیند یا فعالیت کارآفرینانه چیست؟ به اعتقاد ویرتنن^۵ هدف فعالیت کارآفرینانه خلق ارزش است. خلق ارزش و بهره‌برداری از فرآیند نوآوری اشاره به رشد یک کسب و کار دارد. بدین ترتیب باید تأکید شود که بدون هرگونه ویژگی‌های دیگر این تعریف برای شرکت‌های ثابت و در حال افول مناسب نیست. می‌توان استدلال کرد که بای‌گریو^۶ با توصیف کارآفرینی به عنوان ”سیستم پویا و نه

-
1. Career Commitment.
 2. Virtanen (2006).
 3. Bygrave, W. D. & Hofer, C. W. (1991).
 4. Virtanen (2006).
 5. Bygrave (1989).

سیستم ایستا" و در نتیجه فرآیند "شدن"^۱ و نه "حالتی از هستی"^۲ است که ناپیوستگی‌های غیرخطی و بی ثبات را در بر دارد. این تعریف ساده از کارآفرینی به معنی "کارآفرینی خلق انواع سازمان‌ها است"، حمایت می‌کند. اما همچنین استدلال می‌کند که این فرآیند فرآیندی کل‌نگرانه^۳ است که نمی‌تواند به صورت جزئی با مطالعه تکه‌های متفاوت موجودیت^۴ تحلیل شود. بدین ترتیب در زمان ملاحظه فرآیند کلی‌نگرانه کارآفرینی باید از آن ناپیوستگی‌ها که در همه حال رخ نمی‌دهند آگاه بوده و قادر باشیم پاسخ خیزش‌های کوانتمی ناپیوسته^۵ و علل آن‌ها را برای درک کارآفرینی شناسایی کنیم. حتی اگر کارآفرینی علم "تلاطم و تغییر"^۶ بود، ضرورتاً به معنای ناپیوستگی پیوسته^۷ نبود. اما در مقایسه با چارچوب‌های مفهومی رویکردهای اقتصاد نهادی^۸ و رویکردهای هزینه مبادله^۹، تئوری‌های آشوب و فاجعه^{۱۰} بر خصیصه‌های کارآفرینی تأکید می‌کنند. همانطور که باگبای^{۱۱} خاطر نشان می‌کند: "کارآفرینان بر تغییر یا حتی خلق آن سرمایه‌گذاری کنند." بی‌ثباتی، تلاطم و تغییر می‌تواند کارآفرینی را "شدن" نه "بودن" نشان دهد. اهمیت هر دو جنبه باید در تحلیل فرآیند کارآفرینی خاطر نشان شود.

با توجه به این تعاریف، در حوزه کارآفرینی چهار رویکرد عمده وجود دارد: رویکرد روانشناسی، جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، اقتصاد. در رویکرد روانشناسی به پدیده کارآفرینی تئوری‌های متعددی وجود دارد که از نظر عوامل روانی^{۱۲} خصیصه‌های شخصی، ارزش‌ها، نگرش‌ها و انتظارات شخص کارآفرین را توصیف و تبیین می‌کند. در رویکرد جامعه‌شناسی کارآفرین، کارآفرینی و اعمال کارآفرینانه را متأثر از عوامل و

-
1. Becoming.
 2. State of begin.
 3. Holistic.
 4. Entity.
 5. Discontinuous Quantum Jumps.
 6. Science of turbulence and change.
 7. Continuous Discontinuity.
 8. Institutional economics.
 9. Transaction cost approaches.
 10. Chaos and Catastrophe Theories.
 11. Bagby.
 12. Chandler, G. N. & Jansen, E. (1992); Low & Macmillan (1988); Busenitz, Gomez, & Spencer (2000).

پدیده‌های^۱ جامعه‌شناسی می‌دانند و تئوری‌های جامعه‌شناختی از این منظر به تبیین و توصیف پدیده کارآفرینی می‌پردازند.^۲ در رویکرد انسان‌شناسی و اقتصاد نیز تئوری‌هایی مطرح شده است که مبنای توصیف و تبیین کارآفرینی از نگاه آن‌ها عوامل انسان‌شناسی و اقتصاد هستند. دولت به عنوان یکی از عوامل که بستر لازم را برای ارتقای کارآفرینی ایجاد می‌کند، در رویکرد^۳ جامعه‌شناسی جای دارد. اکنون با اتکا به این رویکرد چارچوب نظری پژوهش با محوریت نقش دولت در ارتقاء کارآفرینی تشریح می‌شود.

۳. چارچوب نظری پژوهش

مطالعه نقش‌های دولت در چندین کشور (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) به عنوان مطالعه تطبیقی توسط مؤلفان نشان می‌دهد که دولت‌ها در سراسر جهان حرکتی به سوی ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط را به عنوان منابع اشتغال و رشد اقتصادی داخلی‌شان آغاز کرده‌اند. در عین حال، خط‌مشی‌گذاران دولتی درک جامعی از این که کدام سیاست‌های دولت اثربخش‌ترند، ندارند.^۴

دولت‌ها در کشورها سه نوع سیاست نسبت به کارآفرینی اجرا کرده‌اند. با ارائه کمک‌های مالی و ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک محیط تنظیمی خود را برای کارآفرینی بهبود داده‌اند. از طریق ارائه برنامه‌هایی برای اشاعه دانش و مهارت لازم برای کارآفرینان جهت راه‌اندازی یک کسب و کار کوچک محیط شناختی کشور را بهبود داده‌اند، و از طریق فعالیت‌های لازم برای بهبود برداشت جامعه نسبت به بخش کارآفرینی، محیط هنجاری خود را تقویت کرده‌اند. به طور خاص برنامه‌هایی که کسب و کارهای کوچک را درون مجموعه‌ای از کارآفرینان جای داده‌اند، آن‌ها را به کسب قدرت به ازاء کسب صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس، اشاعه دانش و تحقق دامنه‌ای از دیگر مزیت‌ها کمک کرده‌اند. اگرچه تجویز سیاست کارآفرینی متکی به شرایط کشور است ولی توصیه می‌شود که خط‌مشی‌گذاران و مالکان کار و کسب‌ها به تشکیل جوامع کارآفرینی برای

1. Gartner, Mitchell & Vesper (1989).

2. Johnson (1990).

3. Sexton & Bowman (1985); Herbert & Link (1989).

4. Pickle & Abrahamson (1990).

تقویت منافع ملی و فردی خود روی آورند.^۱

۱-۳. محیط ملی برای کارآفرینی

حجم و موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در یک جامعه به تصمیم‌های اقتصادی مستقل هر کدام از افراد آن جامعه بستگی دارد. احتمال این که مردمان یک کشور در کسب و کارهای کارآفرینانه مشارکت کنند به انگیزه فردی آن‌ها برای تبدیل شدن به کارآفرین، توانایی آن‌ها برای تقبل فعالیت‌های کارآفرینانه و برداشت‌های آن‌ها نسبت به فرصت‌هایی در دسترس بستگی دارد.^۲ محیط‌های حاکم بر هر کشوری می‌تواند هر کدام از این عوامل را تحت تأثیر قرار دهد. سیاست‌های دولت نسبت به کارآفرینان برای ارائه کمک‌های مالی از طریق یارانه‌ها، وام‌های ترجیحی یا سیاست‌های مالیاتی مساعد که آن را محیط تنظیمی برای کارآفرینی می‌نامند فرصت‌های قابل دسترسی برای کسب و کارهای موجود و کسب و کارهای جدید را افزایش می‌دهد. در کشورهایی که برنامه‌های آموزش عمومی و کاربردی کارآفرینی متداول است و افراد می‌دانند چگونه یک کسب و کار جدید را تأمین مالی و مدیریت کنند، احتمالاً از توانایی لازم برای مدیریت موفق کسب و کار فرد برخوردار خواهند بود. وجود چنین شرایطی اشاره به محیط شناختی برای کارآفرینی دارد. در نهایت در کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینانه ارزشمند و قابل تحسین است، تعداد بیشتری از افراد به یافتن کسب و کار جدید یا مدیریت کسب و کار جدید برانگیخته خواهند شد. وجود چنین شرایطی اشاره به محیط هنجاری کارآفرینی دارد. محیط‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری ارکان یا پایه‌های سه‌گانه حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه یک کشور را شکل می‌دهند.^۳

دولت‌ها بعضاً به ارتقاء یک بخش از فعالیت اقتصادی نسبت به بخش‌های دیگر در شرایطی اولویت قائلند. برخی از دولت‌ها ممکن است از طریق اولویت‌دهی یک بخش نسبت به بخش دیگر از دخالت در بازار داخلی‌شان اجتناب کنند و تعداد معدودی از دولت‌ها ممکن است حتی کارآفرینی را تضعیف کنند. برای مثال، هنگام وضع مالیات بر

1. Shapero & Sokol (1982).

2. Gnyawali & Fogel (1994).

3. Ronstadt, R. (1988).

فعالیت‌های خود اشتغالی در کوبا، فیدل کاسترو اعلام داشت: ما باید بر دزدی و غارتگری نوعی مالیات وضع کنیم. چنین حالتی این ایدئولوژی را تقویت می‌کند که افرادی که منفعت فردی خود را بر منافع جامعه ترجیح می‌دهند، غارتگرند.^۱

افزایش در تعداد کسب و کارهای کوچک در جامعه، افراد یا سازمان‌های جدیدی را برای سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای سودآوری که کارآفرینی را تقویت می‌کنند تشویق می‌کند. برای مثال کسب و کارهای کوچک احتمال خدمات مشاوره‌ای، شرکت‌های حقوقی، حسابداری و دیگر تهیه‌کنندگان خدمات بازرگانی را که خدمات خود را کارآفرینانه متمرکز می‌کنند تشویق می‌کند. همینطور به موازات افزایش تعداد کسب و کارهای جدید، سازوکارهای مالی نظیر سرمایه ریسکی و وام‌های بانکی خاص کارآفرینان ممکن است به عنوان سرمایه‌گذاری‌های پرسود بالقوه برای سازمان‌های مالی ظهور کند. همینطور، رشد بخش کارآفرینانه، توجه ناشران را که ممکن است مجلات خاص کارآفرینان را انتشار دهند و مراکز و دستگاه‌هایی که ممکن است دوره‌هایی در کارآفرینی ارائه دهند، جذب کند. افزایش در تعداد کارآفرینان در یک کشور موجب تقویت توان تأثیرگذاری گروه‌های کسب و کارهای کوچک بر دولت می‌شوند و بنابراین احتمال این که مقامات دولتی سیاست‌هایی را ارائه دهند که توسعه کسب و کارهای جدید را ارتقاء دهد، افزایش می‌یابد.

به همین ترتیب وجود این خدمات پشتیبانی جدید و برنامه‌های دولت ورود نسل‌های جدید کسب و کارهای کارآفرینانه را تسهیل می‌کند. بنابراین کشورهایی که قادر به ایجاد محرکی برای کارآفرینی در اقتصاد داخلی خود هستند ممکن است قادر به قراردادن خود روی یک مسیری از افزایش رشد کسب و کارهای کوچک هستند.

۲-۳. نقش‌های اصلی دولت‌ها در ارتقاء کارآفرینی

۱-۲-۳. نقش‌های تنظیمی

کشورها از طریق کاهش یا تخفیف مالیاتی، پرداخت وام‌های ضروری و دیگر

1. Miami Herald (1995).

برنامه‌های تنظیمی، کارآفرینی را پشتیبانی می‌کنند و بدین طریق احتمال این که مردم، یک فرصت جذاب را شناسایی کنند و در نتیجه، تصمیم بگیرند کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند^۱ افزایش می‌دهند.

پشتیبانی مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط یکی از معمول‌ترین رویکردها برای ارتقاء کارآفرینی در سراسر جهان است. برای مثال، حمایت مالی یا برخورد ترجیحی با کسب و کارهای کارآفرینانه به شکلی از برنامه‌های دولت در کانادا، مشوق‌های مالیاتی در سنگاپور، وام‌های دارای بهره پایین در جزایر ویرجین تبدیل شده است.^۲

این حمایت‌های مالی ممکن است به طور خاص برای کارآفرینانی که از فقدان منابع مالی که از آن به عنوان مانع اصلی راه‌اندازی یک کسب و کار نام برده می‌شود، مهم باشد. برای مثال مطالعه‌ای به وسیله دانشگاه شیلی انجام شد و دریافت که اگرچه برنامه ارتقاء می‌تواند مزایای واقعی برای شرکت‌های کوچک و متوسط فراهم کرده باشد ولی کارآفرینان کماکان فقدان تأمین مالی را به عنوان مانع خود می‌دانند.

برخی کشورها نیز فرآیند راه‌اندازی کسب و کار را ساده کرده‌اند و الزامات بوروکراتیک را بسیار روشن کرده‌اند. این تأکید بر جزئیات بوروکراتیک ممکن است برای رشد کارآفرینی بسیار مهم باشد. تحقیقات انجام شده در چین و جزایر سلیمان نشان داده است که الزامات رویه‌ای دردسرزا ممکن است فعالیت کارآفرینانه را محدود کند و عدم اطمینان و بی‌ثباتی در سیاست‌های دولت، ممکن است علاقه کارآفرینان به تدوین استراتژی‌های رشد بلند مدت را کاهش دهد.^۳

مدارک و شواهد حاصل از بررسی کشورهای مختلف بیانگر برخی موفقیت‌ها برای برنامه‌های طراحی شده برای بهبود محیط تنظیمی‌اشان برای کارآفرینی است. به عنوان مثال، یکی از محققان شیلیایی نشان داده است که چگونه وام‌های تضمینی دولت می‌تواند به کارآفرینانی که فاقد سرمایه و حمایت‌های جانبی نهادهای بازاری، کمک کند.

1. Doutriaux, Jerome. A. (1988).

2. Benavente, Jose Miguel (1998).

3. Dana, Leo Paul. (1987).

۲-۲-۳. نقش‌های شناختی

برنامه‌هایی که بر اشاعه دانش مدیریت و مهارت‌های کارآفرینی متمرکز است برای تقویت نهادهای شناختی است و این امر می‌تواند توانایی کارآفرینان محلی را برای تأسیس و حفظ کسب و کارهای خصوصی خود بهبود دهد. کشورهای مختلف تلاش‌هایشان را برای بهبود درک افراد از فرآیندهای راه‌اندازی یک کسب و کار آغاز کرده‌اند. در این راستا طراحی وب سایت کارآفرینی و انتشار کتابچه‌های راهنمای کارآفرینی را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

همچنین برنامه‌های آموزشی متعددی برای کارآفرینان ارائه می‌شود. برنامه‌های مختلف، خدمات مشاوره‌ای به کسب و کارهای کوچک ارائه می‌دهند و شبکه کسب و کارهای کوچک و متوسط آموزش لازم به کارآفرینان عرضه می‌دارند. مضافاً، برنامه‌های خاص شرکت‌ها به کار با هم برای درک محیط صنعتشان کمک می‌کند. در نهایت در برخی کشورها آموزش‌های لازم به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌شود و یا برنامه‌هایی نظیر صندوق سرمایه‌گذاری اجتماعی و ارتقاء تولید، شرکت‌ها را در توسعه مهارت‌های کارآفرینانه لازم کمک می‌کند.

برخی دیگر از کشورها نیز بر اهمیت تقویت نهادهای شناختی تأکید کرده‌اند. مطالعات در آمریکا و استرالیا بر وجود برنامه‌های آموزش مدیریت و آموزش کسب و کار و همین‌طور در دسترس بودن کمک‌ها در زمینه تحقیقات بازاریابی و دیگر فعالیت‌های توسعه کسب و کار به عنوان نقش‌آفرینان مجموعه مهارت کارآفرینی جامعه دلالت دارند^۱. مرکز آنکوباتورهای کسب و کاری اهمیت توسعه مجموعه مهارت شناختی کارآفرینان را نشان دهد. این مراکز صرفاً خدمات اداری برای مشارکت‌کنندگان ارائه نمی‌کنند بلکه برای کارآفرینان نوظهور خدمات مشاوره‌ای و آموزشی وسیعی نیز ارائه می‌دهند.

۳-۲-۳. نقش‌های هنجاری

در نهایت، برنامه‌ها معطوف به بهبود دیدگاه جامعه نسبت به کارآفرینان می‌تواند محیط هنجاری یک کشور را تحت تأثیر قرار دهد و بدین ترتیب انگیزه‌های افراد برای تبدیل

1. Hawkins, Del I. (1993).

شدن به کارآفرین را بهبود دهد. کارشناسان اقتصادی مدعی اند که نهادهای هنجاری دشوارترین بخش محیط کارآفرینی هستند که باید تغییر کنند و متذکر شده اند که می توان برای تغییر و دگرگونی صحیح نحوه دیدگاه مردم نسبت به کارآفرینان چند نسل آن را تغییر داد. به اعتقاد یکی از کارشناسان سالهاست که مردم به کارآفرینان به دیدگاه شک و تردید نگاه می کنند زیرا کارآفرینان را معادل فرصت طلبان می دانند.^۱

بسیاری از کشورها در حال اجرای استراتژی هایی با هدف تغییر این برداشت های اجتماعی هستند. برنامه های محلی نظیر ارتقاء تولید نیز برای تحقق اهدافی مشابه تدوین شده است و رهبران دولت وظیفه ارتقاء روح کارآفرینی را به عهده گرفته اند.^۲

تحقیقات در مورد کشورهای نظیر ژاپن رابطه بین نگرش های عمومی به طرف کارآفرینی و سطح فعالیت کارآفرینی داخلی را نشان داده است. برخی از محققان توصیه کرده اند که دولت پیشنهاد جایزه کارآفرین سال را بپذیرد و رهبران ملی به طور منظم فعالیت های مالکان کسب و کارهای کوچک محلی را برای تغییر نگرش های جامعه نسبت به کسب و کارهای کوچک تحسین کنند. بنابراین دولت ها می تواند برای ایجاد محیطی مثبت که کارآفرینی را به عنوان نوعی کارراهه مورد احترام در اقتصاد داخلی مشروعیت می دهد، فعالیت کنند.^۳

آنچه از مطالعه مبانی نظری می آموزیم، می تواند برای سیاست گذاران، کارآفرینان، مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط و بزرگ آموزنده باشد.

الف- ارتقاء کارآفرینی فرآیندی تدریجی و چرخه ای است. به موازاتی که شرکتهای کوچک و متوسط در یک کشور افزایش می یابد، نوعی سیستم حمایتی برای نگهداشت آن فعالیت های کارآفرینانه ظهور خواهد کرد و این سیستم حمایتی ورود به بخش کارآفرینی را تشویق خواهد کرد.

بنابراین اگرچه تلاش های اولیه یک کشور برای ارتقاء کارآفرینی ممکن است کند شود ولی آهنگ رشد آن به موازاتی که نهادهایی برای حمایت از فعالیت شرکت های کوچک و متوسط ظهور می کنند شتاب می گیرد.

1. Dana, Leo Paull. (1997).

2. Pennings, J.M. (1982).

3. Rudnick, Henry (2000).

تلاش‌ها برای تغییر نگرش‌های یک جامعه نسبت به پذیرش و تحسین کارآفرینان نیز کند خواهد بود. بنابراین حتی پیشروی یک کشور به طرف ایجاد یک بخش کارآفرینی با همکاری توأمان سازمان‌های بخش‌های دولتی و خصوصی ممکن است تدریجی باشد!

ب- سیاست‌های عمومی می‌تواند بر پایه‌های تنظیمی، شناختی و هنجارهای یک محیط ملی متمرکز شود. به نظر می‌رسد که معمول‌ترین سیاست‌های عمومی به طرف کارآفرینی از طریق ارائه کمک‌های مالی به کارآفرینان مثرتر باشد. اگرچه قرائن نشان می‌دهد که این مشوق‌های مالی ممکن است ورود و رشد کسب و کارهای کارآفرینانه را تسهیل کند ولی بیشتر ابزار نامناسبی‌اند که غالباً ضعف‌ها در محیط‌های هنجاری و شناختی یک اقتصاد برای کارآفرینی را نشان نمی‌دهند.

در عین حال تقویت محیط تنظیمی با فعالیت خود اشتغالی با درصد شرکت‌هایی که در بخش تولیدی کشور که کسب و کارهای کوچک و متوسط بودند، رابطه مثبتی نداشتند. در عوض بنظر می‌رسد که کشورهای دارای محیط‌های هنجاری قوی برای کارآفرینی دارای تعداد زیادی کارآفرین محلی بوده‌اند که شکل‌های کارآفرینانه اشتغال نظیر خود اشتغالی را انتخاب کرده بودند.

ج- سیاست‌هایی که شرکت‌ها را درون یک مجموعه هماهنگ می‌کند ممکن است بیشتر شود. کشورها ممکن است از طریق توجه همزمان به پایه‌های سه‌گانه احتمال موفقیت خود را افزایش دهند. به طور خاص دولت‌ها با اجرای سیاست‌هایی که کسب و کارهای کوچک و متوسط را به تشکیل جامعه کارآفرینان کمک می‌کنند، ممکن است شرکت‌ها را در غلبه بر بسیاری از موانع که منبث از کوچکی یا جدید بودن آنهاست کمک کند.

دولت‌ها در نیازهایشان و همین‌طور ظرفیت‌هایشان برای اجرای سیاست‌ها نسبت به بخش کسب و کارهای کوچک متفاوتند. کشورها در برنامه‌های خود برای ارتقاء فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط داخلی با رویکردهای ملی مختلفی نسبت به کارآفرینی آغاز می‌کنند. به علاوه، آمیخته سیاست‌ها که یک کشور باید دنبال کند، با سایر کشور متفاوت خواهد بود. کشورها در روابطی که بین انجمن‌های کسب و کاری داخلی نظیر انجمن‌های

صنعتی و اتاق‌های بازرگانی و دولت وجود دارد نیز متفاوتند و از نظر توانایی‌های دولت برای حفظ سیاست‌هایی که این شرکت‌ها، صنایع و بخش‌ها را در اقتصاد داخلی حفظ می‌کند، نیز متفاوتند. بنابراین روشن است که بهترین استراتژی دولت به طرف بخش کارآفرینی متکی به شرایط خاص آن کشور است.

۴. طراحی الگوی مفهومی ارتقاء کارآفرینی در ایران

با توجه به مبانی نظری پژوهش و مطالعات تطبیقی انجام شده، می‌توان چنین اظهار نظر کرد که نقش‌های دولت در سه طبقه کلی نقش‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری طبقه‌بندی شده است. با تأمل بر نقش‌های سه‌گانه در مدل‌های مختلف، می‌توان به چارچوب مشترکی از متغیرهای مربوط دست یافت. از این رو در طراحی الگوی اولیه مفهومی ارتقاء کارآفرینی در ایران، از شاخص‌های ارائه شده در نظریه‌ها، مبانی نظری و مطالعات تطبیقی به صورت تلفیقی استفاده شده است. به این ترتیب شاخص‌ها، عوامل و مؤلفه‌هایی که بیشترین فراوانی را در الگوهای مختلف داشته‌اند، استخراج و در قالب سه بعد، ۹ مؤلفه و ۴۴ متغیر بر اساس جدول (۱) تدوین شده‌اند.

جدول ۱- متغیرهای ارتقاء کارآفرینی بر اساس نظریه‌های مختلف،
مبانی نظری و مطالعات تطبیقی

منبع استخراج شاخص	نقش دولت در کارآفرینی		مفهوم
	شاخص	مؤلفه	ابعاد
<ul style="list-style-type: none"> • سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران • اساسنامه‌های سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران • قانون تمرکز امور صنعت و معدن و تشکیل وزارت صنایع و معادن • مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان 	<ul style="list-style-type: none"> • تدوین استراتژی کارآفرینی کشور • تدوین اهداف بلندمدت کارآفرینی کشور • تدوین اهداف کوتاه‌مدت کارآفرینی کشور • طراحی سیستم ارزیابی عملکرد کارآفرینی در بخش‌های کشاورزی، خدمات و صنعت در کل کشور • طراحی سیستم ارزیابی عملکرد آغاز (رشد) و ورشکستگی کسب و کارهای کوچک • ارائه گزارش حمایت‌ها، موفقیتها و شکستهای کسب و کارهای کوچک 	<ul style="list-style-type: none"> • برنامه‌ریزی ملی کارآفرینی 	نقش تنظیمی

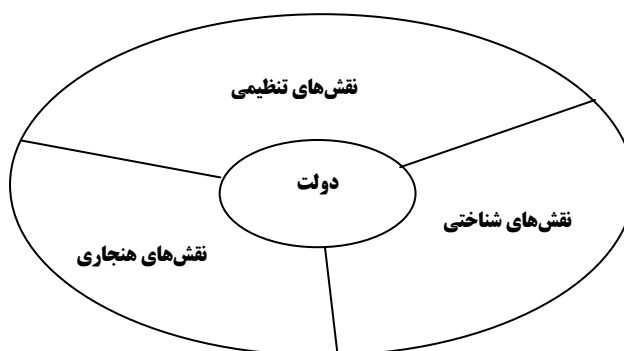
منبع استخراج شاخص	نقش دولت در کارآفرینی		مفهوم ابعاد
	شاخص	مؤلفه	
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) 	<ul style="list-style-type: none"> تأسیس بانک‌های کارآفرینی تأسیس صندوق حمایت از کارآفرینان تأسیس صندوق ضمانت اعتباری کارآفرینان تأسیس سازمان مدیریت کارآفرینی 	<ul style="list-style-type: none"> تأسیس مراکز حمایت‌های مالی 	<ul style="list-style-type: none"> تسهیلات و کمک‌های مالی و غیرمالی
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اساسنامه‌های سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران برنامه‌های سوم و چهارم توسعه کشور مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) 	<ul style="list-style-type: none"> ایجاد و تقویت مراکز مشاوره‌ای در بخش‌های صنعت، خدمات و کشاورزی کارآفرینی معرفی و ایجاد زمینه مناسب برای بهره‌گیری از مشاوران برای کارآفرینان معرفی متولیان اصلی حمایت از کارآفرینی در کشور 	<ul style="list-style-type: none"> حمایت‌های مشاوره‌ای 	
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران اساسنامه‌های سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران قانون تمرکز امور صنعت و معدن و تشکیل وزارت صنایع و معادن برنامه‌های سوم و چهارم توسعه کشور مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) مبانی نظری پژوهش 	<ul style="list-style-type: none"> اعطاء تسهیلات جهت راه‌اندازی شرکت‌های کسب و کار کوچک اعطاء تسهیلات به شرکت‌های کسب و کار ورشکسته اعطاء تسهیلات به شرکت‌های کسب و کار مشکل‌دار برای رونق مجدد اعطاء تسهیلات به شرکت‌های کسب و کار در حال راه‌اندازی اعطاء تسهیلات به شرکت‌های کسب و کار دارای رشد ویژه اعطاء تسهیلات و کمک‌های مالی بلاعوض برای کارآفرینان اعطاء تسهیلات و کمک‌های مالی ویژه به مناطق محروم اعطاء تسهیلات و کمک‌های مالی به بخش‌های R&D شرکت‌ها و صنایع کوچک اعطاء تسهیلات و کمک‌های مالی از طریق اعطای زمین و ساختمان به کارآفرینان اعطاء تسهیلات و کمک‌های مالی از طریق 	<ul style="list-style-type: none"> تسهیلات و کمک‌های مالی و غیرمالی 	

منبع استخراج شاخص	نقش دولت در کارآفرینی		مفهوم ابعاد
	شاخص	مؤلفه	
	<ul style="list-style-type: none"> • اعطای ماشین آلات و ابزار به کارآفرینان • الزام بانکها به اعطای تسهیلات به کارآفرین • تخصیص معافیتهای مالیاتی ویژه • طرحهای تخفیف مالیاتی بروام کارآفرینان • طرحهای تخفیف مالیاتی به افراد خود اشتغال • ایجاد زمینه مناسب و حمایت برای به دست آوردن منابع اولیه توسط شرکتهای کسب و کار • ایجاد زمینه مناسب و حمایت برای کمک به صادرات محصولات تولید شده توسط شرکتهای کارآفرین • کمک به استفاده از مشاوران برای انتخاب فن آوری 		
<ul style="list-style-type: none"> • مصاحبههای اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان • مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) • مبانی نظری پژوهش 	<ul style="list-style-type: none"> • اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیند اصلی کارآفرینی در کل کشور • اتخاذ تدابیر تسریع کننده فرآیندهای فرعی کارآفرینی در دستگاههای دولتی • اصلاح قوانین مرتبط با فرآیندهای کارآفرینی در کل کشور • حذف موازی کاری، تداخل و تعدد قوانین در فرآیند کارآفرینی • حذف مراجع متعدد تصمیم گیری در فرآیند کارآفرینی • اتخاذ تدابیر جهت کاهش موانع اداری-دولتی در فرآیندهای کارآفرینی • درگیر کردن تمامی وزارتخانهها و دستگاههای اصلی دولتی/خصوصی با تأسیس واحدی برای مدیریت کارآفرینی در بخشهای کشاورزی، صنعت، خدمات • اصلاح قوانین ورشکستگی (تعادل بین حقوق به بدهکاران و بستانکاران در دادخواهیها) • حذف زمانهای انتظار • اصلاح قوانین مالیاتی مرتبط با کارآفرینان • اصلاح قوانین ورشکستگی (دادن مهلت لازم برای بازسازی به شرکتهای دچار مشکل) 	اصلاحات اداری	

منبع استخراج شاخص	نقش دولت در کارآفرینی		مفهوم ابعاد
	شاخص	مؤلفه	
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) مبانی نظری پژوهش 	<ul style="list-style-type: none"> بسترسازی آموزشی و پرورشی مقاطع تحصیلی در مدارس تا دانشگاه برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای در دانشگاه برگزاری دوره‌های آموزشی - مشاوره‌ای در بخش‌های مختلف خدمات، کشاورزی، صنعتی در دستگاه‌ها و مراکز دولتی و خصوصی با هزینه دولت پخش مستمر برنامه‌های رادیویی کارآفرینی در کشور پخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی در کشور راه‌اندازی رشته‌های کارآفرینی در دانشگاه 	آموزش و بسترسازی فرهنگی	نقش شناختی
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) مبانی نظری پژوهش 	<ul style="list-style-type: none"> اطلاع‌رسانی شفاف از خدمات و برنامه‌های حمایتی دولت به کارآفرینان اطلاع‌رسانی شفاف از قوانین حاکم بر تأسیس شرکت طراحی وب سایت اطلاع‌رسانی کارآفرینی کشور طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینان با سازمان‌های ذیربط چاپ کتابچه‌های راهنمای کارآفرینی در کشور برگزاری سمینارها، نقد برنامه‌ها و خدمات حمایتی دولت در زمینه کارآفرینی (در دانشگاه‌ها و سایر مؤسسه‌ها و مراکز تحقیقاتی) 	اطلاع‌رسانی	
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) 	<ul style="list-style-type: none"> اعطای جوایز سالانه کارآفرینی (در سطح کشور، استان، شهرستان) اعطای جوایز طرح‌های کارآفرینانه (در سطح کشور، استان، شهرستان) اعطای جوایز به سازمان‌های حامی کارآفرینان (اشخاص حقیقی و حقوقی) 	اعطای جوایز	نقش هنجاری
<ul style="list-style-type: none"> سیاست‌ها و اهداف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران مصاحبه‌های اکتشافی با بسیاری از کارآفرینان مطالعه تطبیقی (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) 	<ul style="list-style-type: none"> برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینانه (در سطح کشور، استان، شهرستان) برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینانه (در سطح دبیرستان تا دانشگاه) 	برگزاری نمایشگاه	

با استناد به جدول (۱)، الگوی مفهومی ارتقاء کارآفرینی در ایران به شرح نمودار (۱)

نشان داده شده است.



نمودار (۱) - الگوی مفهومی ارتقاء کارآفرینی در ایران

۵. روش شناسی پژوهش

- ۵-۱. جهت‌گیری پژوهش: پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری پژوهش کاربردی است و نتایج آن قابلیت کاربردی متعددی دارد.
- ۵-۲. رویکرد پژوهش قیاسی: پس از مطالعات مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین و نیز مطالعات تطبیقی، نوعی چارچوب مفهومی تدوین شده و بر اساس آن مؤلفه‌ها و متغیرهای پژوهش، احصاء و بر اساس نظر خبرگان آزمون شده است.
- ۵-۳. استراتژی پژوهش: استراتژی پژوهش همایش تحلیلی بوده است. به عبارت دیگر دیدگاه‌های صاحب‌نظران به صورت کلی تحلیل شده است.
- ۵-۴. شیوه گردآوری: برای آزمون مدلی مفهومی، از شیوه گردآوری پرسشنامه استفاده شده است. این پرسشنامه در مجموع از ۴۴ سؤال، (نقش تنظیمی دولت ۲۸ سؤال، نقش شناختی دولت ۱۱ سؤال نقش هنجاری دولت ۵ سؤال) تشکیل شده است.
- ۵-۵. جامعه و نمونه آماری: جامعه آماری مجموعه ۳۰ نفری از خبرگان شناخته شده در کشور بوده‌اند که در زمینه کارآفرینی فعالیت‌های علمی نظیر تألیف مقاله و کتاب و در زمینه تدریس دوره‌های کارآفرینی در مراکز مختلف کارآفرینی از سوابق بالایی برخوردار بوده‌اند. افراد انتخاب شده، خبرگانی هستند که با مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس ارتباط مستقیم داشته و با این مرکز سابقه همکاری دارند. پرسشنامه پژوهش به کل جامعه (۳۰ نفر) ارسال شد (به جزء چند نفر که دسترسی به آنها ممکن نبود). از بین

۳۰ پرسش نامه ارسال شده ۲۳ پرسش نامه (به شرح جدول ۲) عودت داده شده است که مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۲- مشخصات کلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه‌ها

ردیف	عضو هیأت علمی دانشگاه	تعداد
۱	شیراز	۱
۲	تربیت مدرس	۳
۳	تهران	۷
۴	شهید بهشتی	۲
۵	پیام نور	۲
۶	امیرکبیر	۱
۷	اصفهان	۲
۸	فردوسی مشهد	۱
۹	شریف	۲
۱۰	علامه طباطبایی	۲
	جمع	۲۳

به منظور تأیید روایی پرسشنامه، طرح مقدماتی پرسشنامه توسط چند تن از خبرگان و صاحب نظران بررسی شد و پیشنهادهای ایشان در تدوین پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. سرانجام پایایی پرسشنامه نیز از طریق محاسبه آلفای کرونباخ اندازه گیری شد. نتیجه بدست آمده از اعتبار پرسشنامه در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳- اعتبار پرسشنامه پژوهش

تعداد آزمودنی	ضریب α کرونباخ
۱۷	۰/۸۹۷۶

۵-۶. فنون تحلیل آماری: داده‌های جمع آوری شده از جامعه آماری، با استفاده از فنون آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی و پراکنندگی نظیر میانگین، نما و انحراف معیار و در بخش فنون آمار استنباطی، با توجه به حجم جامعه آماری مورد مطالعه، از آزمون ناپارامتریک علامت استفاده شده است.

۶. تحلیل داده‌ها

در این قسمت برای پاسخ گویی به سئوالات تحقیق یا تأیید و رد حدس و گمان‌های محقق، اطلاعات جمع آوری شده در مورد نقش‌های سه گانه (تنظیمی، شناختی و هنجاری) مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند.

۶-۱. بررسی تفاوت متغیرهای نقش تنظیمی با مقدار متوسط

نتایج حاصل از بررسی و تجزیه و تحلیل انجام شده به منظور مقایسه وضعیت متغیرهای نقش تنظیمی با مقدار متوسط (عدد ۳) براساس استفاده از آزمون علامت به شرح جدول شماره (۴) می‌باشد.

جدول ۴- نتایج حاصل از بررسی تفاوت متغیرهای نقش تنظیمی با مقدار متوسط

متغیر مورد بررسی	میانگین	فنا	انحراف معیار	نتایج آزمون علامت					
				مشی	مثبت	برابری	جمع	آماره آزمون	سطح معنی داری
۱- تدوین استراتژی بلند مدت کارآفرینی کشور	۴،۶۱	۵	۰/۵۸۳	۰	۲۲	۱	۲۳	-۴،۲۸	۰
۲- تدوین اهداف بلند مدت کارآفرینی کشور	۴،۶۲	۵	۰/۴۹۸	۲	۱۵	۴	۲۱	-۴،۱۸	۰
۳- تدوین اهداف کوتاه مدت کارآفرینی کشور	۳،۹۵	۴	۰/۹۷۴	۲	۱۵	۴	۲۱	-۳،۲۰	۰/۰۰۲
۴- تاسیس صندوق حمایت از کارآفرینان	۳،۹۱	۴	۱،۱۱	۳	۱۷	۲	۲۲	-۲،۹۱	۰/۰۰۳
۵- تاسیس بانک حامی کارآفرینان	۳،۷۶	۵	۱،۳۴	۴	۱۴	۳	۲۱	-۲،۲۲	۰/۰۳۱
۶- تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی کشور	۳،۹۵	۴	۱،۰۲	۱	۱۵	۵	۲۱	-۲،۹۵	۰/۰۰۱
۷- تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی در هر وزارتخانه	۲،۹۵	۴	۱،۳۹	۹	۹	۳	۲۱	-۰/۲۰	۰/۸۳
۸- طراحی سیستم ارزیابی سیاست های کارآفرینی کشور	۴،۱	۴	۰/۸۴۲	۱	۱۶	۳	۲۰	-۳،۴۷	۰
۹- کاهش موانع اداری کارآفرینی	۴،۳۸	۵	۰/۸۰۵	۰	۱۷	۴	۲۱	-۳،۷۸	۰
۱۰- کمک به کاهش هزینه های راه اندازی شرکتها	۳،۷۶	۴	۱،۰۹	۲	۱۳	۶	۲۱	-۲،۵۴	۰/۰۰۷
۱۱- طراحی سیستم ارزیابی آغاز/رشد/ورشکستگی کسب و کارهای کوچک	۳،۴۰	۳	۰/۹۴۰	۲	۹	۹	۲۰	-۱،۷۲	۰/۰۶۵
۱۲- الزام بانکها به اعطای تسهیلات به کارکنان	۳،۹۶	۴	۱،۰۷	۲	۱۷	۴	۲۳	-۳،۰۸	۰/۰۰۱

متغیر مورد بررسی	میانگین	نما	انحراف معیار	نتایج آزمون علامت					
				منفی	مثبت	برابری	جمع	آماره آزمون	سطح معنی داری
۱۳- ارائه گزارش حمایتها/ موفقیتها و شکستهای کسب و کارهای کوچک	۳،۵۲	۳	۱،۰۸	۳	۱۱	۹	۲۳	-۲،۰۷	۰/۰۵۷
۱۴- اصلاح قانون ورشکستگی (تعادل بین حقوق بدهکاران و بستانکاران در دادخواهی ها)	۳،۲۷	۳	۰/۹۸۵	۴	۹	۹	۲۲	-۱،۲۵	۰/۲۶۷
۱۵- تاسیس مراکز خدمات مشاوره ای دولتی به کارآفرینان	۳،۱۴	۳	۰/۸۵۴	۳	۶	۱۲	۲۱	-۰/۷۴	۰/۵۰۸
۱۶- تخفیف مالیاتی ویژه به کارآفرینان	۳،۷۷	۴	۱،۱۱	۳	۱۵	۴	۲۲	-۲،۶۳	۰/۰۰۸
۱۷- طرحهای تخفیف مالیاتی به افراد خود اشتغال	۳،۹۱	۴	۰/۹۲۱	۲	۱۶	۴	۲۲	-۳،۲۸	۰/۰۰۱
۱۸- طرحهای تخفیف مالیاتی بر وام کارآفرینان	۳،۹۵	۴	۰/۷۲۲	۰	۱۶	۶	۲۲	-۳،۶۶	۰
۱۹- حمایت از کسب و کارهای کوچک مشکل دار برای رونق مجدد	۳،۵۵	۴	۱،۱۰	۴	۱۳	۵	۲۲	-۲،۰۷	۰/۰۴۹
۲۰- ارائه کمک های مالی بلاعوض برای کارآفرینان در مناطق محروم	۳،۹۵	۳	۰/۸۴۴	۰	۱۴	۸	۲۲	-۳،۳۹	۰
۲۱- کمک به راه اندازی R&D های شرکت های کوچک	۳،۷۱	۳	۰/۸۴۵	۱	۱۲	۸	۲۱	-۲،۹۵	۰/۰۰۳
۲۲- اعطای تسهیلات زمین و ساختمان به کارآفرینان	۳،۹۴	۴	۰/۸۸۹	۲	۱۶	۳	۲۱	-۳،۲۶	۰/۰۰۱
۲۳- کمک به استفاده از مشاوران برای انتخاب فنآوری	۳،۴۸	۴	۱،۰۸	۴	۱۲	۵	۲۱	-۱،۸۵	۰/۰۷۷
۲۴- کمک به صدور محصولات کسب و کارهای کوچک به خارج	۳،۶۴	۳	۰/۷۸۶	۱	۱۲	۹	۲۲	-۲،۹۵	۰/۰۰۳
۲۵- کمک به تامین مواد اولیه مرغوب کسب و کارهای کوچک	۳،۸۲	۴	۰/۷۹۵	۱	۱۵	۶	۲۲	-۳،۳۵	۰/۰۰۱
۲۶- اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان	۳،۶۸	۳	۰/۹۹۵	۱	۱۲	۹	۲۲	-۲،۵۱	۰/۰۰۳

بررسی و تجزیه و تحلیل جدول شماره (۴) نشان می دهد که، سطح معنی داری تمامی متغیرهای مورد بررسی به جز متغیرهای شماره ۶، ۷، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۲۳ زیر ۵٪ $\alpha =$ می باشد و این نشان دهنده آن است که مقادیر حاصل متغیرهای مورد بررسی (به جز متغیرهای شماره ۶، ۷، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۲۳) تفاوت معنی داری با مقدار متوسط دارند. چنان که مشاهده می شود تعداد علامت های (تفاوت های) مثبت در اغلب متغیرهای مورد

بررسی بیشتر از علامت‌های منفی می‌باشد و این موضوع بیانگر آن است که بیشتر پاسخ‌ها از سوی ارزیابی‌کنندگان بالای عدد متوسط (یعنی ۳) می‌باشد. در نتیجه می‌توان گفت که متغیرهای مربوط به نقش تنظیمی از نگاه خبرگان از اهمیت بالایی برخوردارند. این در حالی است که سطح معنی‌داری متغیرهای شماره ۶، ۷، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۲۳ بالای ۵٪ $\alpha =$ می‌باشد و این نشان دهنده آن است که مقادیر حاصل این دسته از متغیرها، تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط ندارند. این وضعیت بیانگر آن است که این متغیرها از سوی پاسخ‌دهندگان، در حد عدد متوسط (یعنی ۳) ارزیابی شده‌اند.

همچنین به منظور آزمون نسبت فراوانی‌های گروهی که معتقدند در مجموع نقش تنظیمی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود، در مقابل کسانی که مخالف این نظریه می‌باشند، از آزمون دو جمله‌ای، استفاده شده است. جدول (۵) نتایج مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۵- نتایج آزمون دو جمله‌ای در مورد نقش تنظیمی

سطوح متغیر	گروه	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	سطح معنی‌داری
گروهی که معتقدند نقش تنظیمی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب نمی‌شود. گروهی که معتقدند نقش تنظیمی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود.	≤ 3	۱	۰/۰۴	۰/۰۶	۰
	> 3	۲۲	۰/۹۶		
جمع		۲۳	۱		

چنانکه جدول (۵) نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۵٪ حاصل شده است ($P-V < \alpha = 5\%$). با توجه به نتیجه آزمون به عمل آمده، در سطح اطمینان ۹۵٪ بیش از ۹۵ درصد افراد پاسخگو معتقد بوده‌اند که نقش تنظیمی دولت به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود و باید شاخص‌های آن مورد توجه قرار گیرند. به منظور اولویت‌بندی متغیرهای مربوط به نقش تنظیمی دولت، از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که در سطح معنی‌داری ۵٪ $\alpha =$ تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه هر یک از متغیرهای مربوط به نقش تنظیمی

دولت وجود دارد.

جدول ۶- آزمون فریدمن مربوط به متغیرهای نقش تنظیمی دولت

۱۵	تعداد پاسخها
۶۴،۹۳۷	آزمون کای-مربع
۲۷	درجه آزادی
۰	سطح معنی داری

بدین ترتیب مهم‌ترین متغیرهای مربوط به نقش تنظیمی دولت به ترتیب اولویت به شرح جدول (۷) می‌باشد.

جدول ۷- اولویت‌بندی متغیرهای مربوط به نقش تنظیمی دولت

ردیف	شماره متغیر	متغیر مورد بررسی	میانگین رتبه
۱	۱	تدوین استراتژی بلند مدت کارآفرینی کشور	۲۰،۷۳
۲	۲	تدوین اهداف بلند مدت کارآفرینی کشور	۲۰،۸۰
۳	۱۰	کاهش موانع اداری کارآفرینی	۱۹،۳۰
۴	۹	طراحی سیستم ارزیابی سیاست‌های کارآفرینی کشور	۱۷،۲۰
۵	۱۳	الزام بانکها به اعطای تسهیلات به کارکنان	۱۶،۸۷
۶	۱۸	تخفیف مالیاتی ویژه به کارآفرینان	۱۶،۸۰
۷	۴	تاسیس صندوق حمایت از کارآفرینان	۱۶،۰۰
۸	۳	تدوین اهداف کوتاه مدت کارآفرینی کشور	۱۵،۶۰
۹	۲۷	کمک به تامین مواد اولیه مرغوب کسب و کارهای کوچک	۱۵،۵۰
۱۰	۶	تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی کشور	۱۵،۲۳
۱۱	۲۰	طرحهای تخفیف مالیاتی بر وام کارآفرینان	۱۵،۱۷
۱۲	۱۹	طرحهای تخفیف مالیاتی به افراد خود اشتغال	۱۵،۰۳
۱۳	۵	تاسیس بانک حامی کارآفرینان	۱۴،۹۷
۱۴	۲۴	اعطای تسهیلات زمین و ساختمان به کارآفرینان	۱۴،۷۷
۱۵	۲۶	کمک به صدور محصولات کسب و کارهای کوچک به خارج	۱۴،۶۳
۱۶	۲۲	ارائه کمک‌های مالی بلاعوض برای کارآفرینان در مناطق محروم	۱۴،۵۷
۱۷	۱۴	ارائه گزارش حمایتها/ موفقیتها و شکستهای کسب و کارهای کوچک	۱۳،۲۷
۱۸	۱۱	کمک به کاهش هزینه‌های راه اندازی شرکتها	۱۳،۲۳

ردیف	شماره متغیر	متغیر مورد بررسی	میانگین رتبه
۱۹	۲۵	کمک به استفاده از مشاوران برای انتخاب فناوری	۱۲،۸۷
۲۰	۲۸	اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان	۱۲،۶۰
۲۱	۲۳	کمک به راه اندازی R&D های شرکت های کوچک	۱۱،۹۷
۲۲	۲۱	حمایت از کسب و کارهای کوچک مشکل دار برای رونق مجدد	۱۱،۵۷
۲۳	۱۲	طراحی سیستم ارزیابی آغاز/ رشد/ ورشکستگی کسب و کارهای کوچک	۱۰،۳۰
۲۴	۱۵	اصلاح قانون ورشکستگی (تعادل بین حقوق بدهکاران و بستانکاران در دادخواهی ها)	۱۱،۱۰
۲۵	۸	تاسیس سازمان مدیریت کارآفرینی در هر وزارتخانه	۹،۷۳
۲۶	۱۶	تاسیس مراکز خدمات مشاوره ای دولتی به کارآفرینان	۹،۰۷

۲-۶. بررسی تفاوت متغیرهای نقش شناختی با مقدار متوسط

نتایج حاصل از بررسی و تجزیه و تحلیل انجام شده به منظور مقایسه وضعیت متغیرهای نقش شناختی با مقدار متوسط (عدد ۳) براساس استفاده از آزمون علامت به شرح جدول شماره (۸) می باشد.

جدول شماره ۸- نتایج حاصل از بررسی تفاوت متغیرهای نقش شناختی با مقدار متوسط

متغیر مورد بررسی	میانگین	نفا	نتایج آزمون علامت						
			انحراف معیار	مفنی	مثبت	برابری	جمع		
سطح معنی داری	آماره آزمون	جمع	برابری	مثبت	مفنی	انحراف معیار			
۱- اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه های حمایتی دولت به کارآفرینان	۲	۵	۴،۰۵	۲	۱۷	۳	۲۲	۳،۴۴	۰/۰۰۱
۲- اطلاع رسانی شفاف از قوانین حاکم بر تأسیس شرکت	۳	۵	۴،۰۴	۰	۱۷	۵	۲۲	۳،۷۵	۰
۳- برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه ها	۲	۵	۴،۳۰	۲	۱۹	۲	۲۳	۳،۸۳	۰
۴- برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی آزاد با هزینه دولت	۲	۵	۳،۹۶	۱	۱۶	۶	۲۳	۳،۴۷	۰
۵- برگزاری سمینارهای نقد برنامه ها و خدمات حمایتی دولت در زمینه کارآفرینی (در دانشگاه ها و سایر موسسه ها و مراکز تحقیقاتی)	۲	۵	۳،۴۳	۳	۱۱	۹	۲۳	۲،۲۳	۰/۰۵۷
۶- طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور	۲	۵	۳،۶۹	۳	۱۴	۶	۲۳	۲،۸۲	۰/۰۱۳

متغیر مورد بررسی	میانگین	فشار	نتایج آزمون علامت						
			انحراف معیار	منفی	مثبت	توزیعی	جمع		
۷- دایر کردن رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها	۳۸۳	۵	۱۰۰۷	۳	۱۴	۶	۲۳	۲۰۹۹	۰/۰۱۲
۸- پخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی در کشور	۴	۵	۰/۹۲۶	۱	۱۵	۶	۲۲	۳۰۳۸	۰/۰۰۱
۹- پخش مستمر برنامه‌های رادیویی کارآفرینی کشور	۳۰۶۱	۳	۰/۷۸۳	۱	۱۲	۱۰	۲۳	۲۰۹۵	۰/۰۰۳
۱۰- چاپ کتابچه‌های راهنمای کارآفرینی در کشور	۳۰۶۵	۴	۰/۸۳۱	۲	۱۴	۷	۲۳	۲۰۹۸	۰/۰۰۴
۱۱- طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینی با سازمان‌های ذریع	۳۰۵۲	۳	۱۰۰۴	۴	۱۱	۸	۲۳	۲۰۲۴	۰/۱۱

بررسی و تجزیه و تحلیل جدول شماره (۸) نشان می‌دهد که، سطح معنی‌داری تمامی متغیرهای مورد بررسی به جز متغیرهای شماره ۵ و ۱۱ زیر $\alpha = 5\%$ می‌باشد و این نشان‌دهنده آن است که تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. چنان که مشاهده می‌شود تعداد علامت‌های (تفاوت‌های) مثبت در این متغیرها، بیشتر از علامت‌های منفی می‌باشد و این موضوع بیانگر آن است که بیشتر پاسخ‌ها از سوی ارزیابی کنندگان بالای عدد متوسط (یعنی ۳) می‌باشند. این در حالی است که سطح معنی‌داری متغیرهای شماره ۵ و ۱۱ بالای $\alpha = 5\%$ می‌باشد و این نشان‌دهنده آن است که مقادیر حاصل این دسته از متغیرها، تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط ندارند. این وضعیت بیانگر آن است که این متغیرها از سوی پاسخ‌دهندگان، در حد عدد متوسط (یعنی ۳) ارزیابی شده‌اند. در نتیجه می‌توان گفت که متغیرهای مربوط به نقش شناختی از نگاه خبرگان از اهمیت بالایی برخوردارند و باید به منظور ارتقاء کارآفرینی در کشور مورد توجه قرار گیرند.

همچنین به منظور آزمون نسبت فراوانی‌های گروهی که معتقدند در مجموع نقش شناختی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود، در مقابل کسانی که مخالف این نظریه می‌باشند، از آزمون دو جمله‌ای، استفاده شده است. جدول (۹) نتایج مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۹- نتایج آزمون دو جمله‌ای در مورد نقش شناختی

سطح معنی‌داری	نسبت آزمون	نسبت مشاهده شده	تعداد	گروه	سطوح متغیر
۰	۰/۶	۰/۲	۴	≤ 3	گروهی که معتقدند نقش شناختی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب نمی‌شود.
		۰/۸	۱۹	> 3	گروهی که معتقدند نقش شناختی به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود.
		۱	۲۳		جمع

چنانکه جدول (۹) نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۵٪ حاصل شده است ($P-V < \alpha = 5\%$). با توجه به نتیجه آزمون به عمل آمده، در سطح اطمینان ۹۵٪ حدود ۸۰ درصد افراد پاسخگو معتقد بوده‌اند که نقش شناختی دولت به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود و باید شاخص‌های آن مورد توجه قرار گیرند. به منظور اولویت‌بندی متغیرهای مربوط به نقش شناختی دولت از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که در سطح معنی‌داری ۵٪ $\alpha =$ تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه هر یک از متغیرهای مربوط به نقش شناختی دولت وجود دارد.

جدول ۱۰- آزمون فریدمن مربوط به متغیرهای نقش شناختی دولت

۲۱	تعداد پاسخها
۲۵،۴۴۳	آزمون کای-مربع
۱۰	درجه آزادی
۰/۰۰۵	سطح معنی‌داری

بدین ترتیب مهم‌ترین متغیرهای مربوط به نقش شناختی دولت به ترتیب اولویت به شرح جدول (۱۱) می‌باشد.

جدول شماره ۱۱- اولویت‌بندی متغیرهای مربوط به نقش شناختی دولت

ردیف	شماره متغیر	متغیر مورد بررسی	میانگین رتبه
۱	۳	برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها	۷،۵۷
۲	۲	اطلاع‌رسانی شفاف از قوانین حاکم بر تاسیس شرکت	۶،۹۸

ردیف	شماره متغیر	متغیر مورد بررسی	میانگین رتبه
۳	۱	اطلاع رسانی شفاف از خدمات و برنامه‌های حمایتی دولت به کارآفرینان	۶،۷۹
۴	۴	برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی آزاد با هزینه دولت	۶،۶۷
۵	۸	پخش مستمر برنامه‌های تلویزیونی کارآفرینی در کشور	۶،۵۲
۶	۷	دایر کردن رشته کارآفرینی در دانشگاه‌ها	۶،۱۴
۷	۶	طراحی وب سایت اطلاع رسانی کارآفرینی کشور	۵،۴۸
۸	۹	پخش مستمر برنامه‌های رادیویی کارآفرینی کشور	۵،۳۳
۹	۱۰	چاپ کتابچه‌های راهنمای کارآفرینی در کشور	۵،۱۷
۱۰	۱۱	طراحی وب سایت ارتباطی کارآفرینی با سازمان‌های ذیربط	۴،۷۶
۱۱	۵	برگزاری سمینارهای نقد برنامه‌ها و خدمات حمایتی دولت در زمینه کارآفرینی (در دانشگاه‌ها و سایر موسسه‌ها و مراکز تحقیقاتی)	۴،۶۰

۳-۶. بررسی تفاوت متغیرهای نقش هنجاری با مقدار متوسط

نتایج حاصل از بررسی و تجزیه و تحلیل انجام شده به منظور مقایسه وضعیت متغیرهای نقش هنجاری با مقدار متوسط (عدد ۳) براساس استفاده از آزمون علامت به شرح جدول شماره (۱۲) می‌باشد.

جدول شماره ۱۲- نتایج حاصل از بررسی تفاوت متغیرهای نقش هنجاری با مقدار متوسط

متغیر مورد بررسی	میانگین	نفا	انحراف معیار	نتایج آزمون علامت					
				منفی	مثبت	برابری	جمع	آماره آزمون	سطح معنی داری
اعطای جایزه سالانه کارآفرینی (در سطح شهرستان، استان و کشور)	۳،۸۳	۴	۱،۰۷	۴	۱۶	۳	۲۳	-۲،۹۸	۰/۰۱۲
اعطای جایزه سالانه طرح‌های کارآفرینانه (در سطح دبیرستان و دانشگاه)	۴	۴	۰/۹۵۴	۲	۱۷	۴	۲۳	-۳،۴۴	۰/۰۰۱
اعطای جایزه سالانه به سازمان‌های حامی کارآفرینان (اشخاص حقیقی و حقوقی)	۳،۷۸	۴	۰/۹۰۲	۲	۱۵	۶	۲۳	-۳،۱۴	۰/۰۰۲
برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینانه (در سطح شهرستان، استان و کشور)	۳،۷۴	۴	۰/۶۸۹	۰	۱۴	۹	۲۳	-۳،۴۹	۰
برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینانه (در سطح دبیرستان و دانشگاه)	۳،۹۶	۴	۰/۷۶۷	۱	۱۸	۴	۲۳	-۳،۷۰	۰

بررسی و تجزیه و تحلیل جدول (۱۲) نشان می‌دهد که، سطح معنی‌داری تمامی متغیرهای مورد بررسی زیر $\alpha = 5\%$ می‌باشد و این نشان دهنده آن است که مقادیر حاصل متغیرهای مورد بررسی تفاوت معنی‌داری با مقدار متوسط دارند. چنان که مشاهده می‌شود تعداد علامت‌های (تفاوت‌های) مثبت در همه متغیرهای مورد بررسی بیشتر از علامت‌های منفی می‌باشد و این موضوع بیانگر آن است که پاسخ‌ها از سوی ارزیابی‌کنندگان بالای عدد متوسط (یعنی ۳) می‌باشد. در نتیجه می‌توان گفت که متغیرهای مربوط به نقش هنجاری از نگاه خبرگان از اهمیت بالایی برخوردارند.

همچنین به منظور آزمون نسبت فراوانی‌های، گروهی که معتقدند در مجموع نقش هنجاری دولت به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود، در مقابل کسانی که مخالف این نظریه می‌باشند، از آزمون دو جمله‌ای، استفاده شده است. جدول (۱۳) نتایج مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول ۱۳- نتایج آزمون دو جمله‌ای در مورد نقش هنجاری

سطوح متغیر	گروه	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	سطح معنی‌داری
گروهی که معتقدند نقش هنجاری به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب نمی‌شود.	≤ 3	۴	۰/۲	۰/۶	۰
	> 3	۱۹	۰/۸		
جمع		۲۳	۱		

چنانکه جدول (۱۳) نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی‌داری کمتر از 5% حاصل شده است ($P-V < \alpha = 5\%$). با توجه به نتیجه آزمون به عمل آمده، در سطح اطمینان 95% حدود 80% درصد افراد پاسخگو معتقد بوده‌اند که نقش هنجاری دولت به عنوان عامل ارتقاء کارآفرینی در ایران محسوب می‌شود و باید شاخص‌های آن مورد توجه قرار گیرند. به منظور اولویت‌بندی متغیرهای مربوط به نقش هنجاری دولت از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که در سطح معنی‌داری

۵٪ α تفاوت معنی‌داری بین میانگین رتبه هر یک از متغیرهای مربوط به نقش هنجاری دولت وجود ندارد. به عبارت دیگر با توجه به نتایج حاصل، متغیرهای مربوط به نقش هنجاری از اهمیت یکسانی برخوردارند.

جدول ۱۴- آزمون فریدمن مربوط به متغیرهای نقش هنجاری دولت

۲۳	تعداد پاسخ‌ها
۳،۲۳۱	آزمون کای-مربع
۴	درجه آزادی
۰/۵۲۰	سطح معنی‌داری

جمع‌بندی و ملاحظات

مطالعه نقش‌های دولت در چندین کشور (استرالیا، آمریکا، کانادا، تایوان، هلند، انگلیس) توسط مؤلفان نشان می‌دهد که در بسیاری از این کشورها نقش‌های دولت به نحوی روشن برای کارآفرینان بالقوه و بالفعل مشخص است. اگرچه مراکز متعددی برای ارتقا کارآفرینی وجود دارد ولی همه این مراکز در راستای تحقق اهداف از پیش تعیین شده‌ای حرکت کرده و استراتژی‌های کلان دولت در آن زمینه را دنبال می‌کنند. نکته دیگر آن است که فرهنگ‌سازی در زمینه کارآفرینی نقش برجسته‌ای در ارتقاء کارآفرینی در این کشورها ایفا کرده است. و مهم‌تر آنکه دولت به معنای واقعی، نقش تسهیل‌گری خود را ایفا می‌کند. ولی متأسفانه در ایران به علت موانع متعدد (تنظیمی، شناختی و هنجاری) روح کارآفرینی چندان در افراد جامعه زنده نیست و بیشتر افراد بخصوص تحصیل‌کردگان دوست دارند در یک سازمان دولتی و یا شرکتی خصوصی استخدام شوند زیرا شواهد نشان داده است که راه‌اندازی شرکتی کوچک و یا حتی متوسط با موانعی متعدد مواجه است، به طوری که اندیشیدن به آن را نیز بعضاً منتفی می‌سازد. بنابراین اجرای دیدگاه خبرگان کارآفرینی در ایران در زمینه نقش‌های سه‌گانه دولت می‌تواند راهی برای ارتقا واقعی کارآفرینی در کشور باشد. با این وجود گروه پروژه از بین ۴۴ متغیر تعریف

شده در این پژوهش تعداد ۱۷ متغیر از بین سه دسته نقش تنظیمی، شناختی و هنجاری که از فراوانی بیشتری برخوردار بوده‌اند، انتخاب و جهت اخذ تصمیمات از سوی تصمیم‌گیرندگان در قالب پیشنهادات ارائه کرده است.

پیشنهادها: راه‌کارهای ارتقاء کارآفرینی در کشور در نقش تنظیمی دولت

طراحی چشم‌انداز بیست‌ساله کارآفرینی بر اساس چشم‌انداز بیست‌ساله کشور
میانگین متغیرهای مربوط به "طراحی چشم‌انداز بیست‌ساله کارآفرینی بر اساس چشم‌انداز بیست‌ساله کشور" به میزان ۴/۳۹ است. این چشم‌انداز حرکات کارآفرینی کشور در همه بخش‌ها و زیر بخش‌های اقتصادی کشور را نشان خواهد داد. این چشم‌انداز همه برنامه‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی در این بخش‌ها و زیر بخش‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

طراحی برنامه‌های استراتژیک پنج‌ساله کارآفرینی کشور برای تحقق چشم‌انداز بیست‌ساله کشور

میانگین متغیرهای مربوط به "طراحی برنامه‌های استراتژیک پنج‌ساله کارآفرینی کشور برای تحقق چشم‌انداز بیست‌ساله کشور" به میزان ۴/۳ است. در این طرح استراتژیک لازم است چشم‌انداز هر ۵ تا ۱۰ سال تدوین و اهداف بلند مدت و سالانه نیز تنظیم شود. بر همین اساس باید کلیه استراتژی‌های تحقق بخش هر کدام از اهداف نیز تدوین و مرکز کنترل استراتژیک برنامه‌ها نیز معین شود تا بتوان بر اساس آن میزان تحقق اهداف را نظارت کرد.

تأسیس بانک توسعه کارآفرینی کشور

میانگین متغیرهای مربوط به "تأسیس بانک توسعه کارآفرینی کشور" به میزان ۳/۷۶ است. مطالعات تطبیقی نشان می‌دهد که در بیشتر کشورها بانک‌های تحت عنوان "بانک توسعه کارآفرینی" وجود دارد که حامی تسهیلاتی برای کارآفرینان است. تأسیس بانک کارآفرینی می‌تواند حامی مناسبی برای کارآفرینان در ارتقا کارآفرینی کشور باشد.

تعیین سازمان متولی مدیریت کارآفرینی کشور

میانگین متغیرهای مربوط به "تعیین سازمان متولی مدیریت کارآفرینی کشور" به میزان ۳/۳۸ است، این وضعیت نشان دهنده آن است که ارزیابی کنندگان این عامل را در ارتقاء کارآفرینی کشور مهم به شمار می‌آورند.

تأسیس صندوق حمایت از کارآفرینان

میانگین متغیرهای مربوط به "تأسیس صندوق حمایت از کارآفرینان" به میزان ۳/۹۱ است. ایجاد و تأسیس صندوق حمایت از کارآفرینان به عنوان سیاستی حمایتی که به طور خاص بتواند در حل مشکلات کارآفرینان، خصوصاً صنایع کوچک کمک کند به عنوان راه کاری در ارتقاء کارآفرینی کشور است.

طراحی نظام ارزیابی توسعه کارآفرینی در کشور

میانگین متغیرهای مربوط به "طراحی نظام ارزیابی توسعه کارآفرینی در کشور" به میزان ۴/۱۰ است. از این رو ابتدا ضرورت بنیان تشکیلات معین و تبدیل گروه‌های پراکنده به سازمان‌های خصوصی و دولتی منسجم تحت نظر و نظارت سیستم اصلی معتبر و خاص در کشور وجود دارد، تا از این طریق مدیریت سیاستگذاری و اجرایی مرحله ارزیابی و کنترل سیستم کارآفرینی در کشور اجرا شود. سپس طراحی و تعریف سیستمی که ارزیابی کارآفرینی را مبتنی بر معیارها و شاخص‌های استاندارد و مناسب انجام دهد ضرورت پیدا می‌کند.

طراحی واحدهای اداری خود شمول در زمینه کارآفرینی

میانگین متغیرهای مربوط به "طراحی واحدهای اداری خود شمول در زمینه کارآفرینی" به میزان ۲/۹۵ است. به منظور ارتقاء سطح کیفی و بهره‌وری کارآفرینی در کشور، ایجاد واحدهای خود شمول در وزارت خانه‌ها و دستگاه‌های کلیدی می‌تواند به عنوان یک استراتژی توسعه‌ای از سوی دولت باشد، به طوری که با مدیریت و برنامه‌ریزی سیستماتیک این امر، صنایع کارآفرین در یک روند منطقی با گام‌های مشخص و سریع به سوی صنایع متوسط و بزرگ سوق یابند.

تأسیس مراکز مشاوره‌ای کارآفرینی بر اساس نوع صنعت

میانگین متغیرهای مربوط به "تأسیس مراکز مشاوره‌ای کارآفرینی بر اساس نوع صنعت" به میزان ۳/۷۷ است. در مطالعه و بررسی تطبیقی صورت گرفته آنچه به صورت مشترک بین کشورهای موفق در کارآفرینی نمایان است وجود انواع خدمات مشاوره‌ای به کارآفرینان است که به عنوان زیر مجموعه‌ای از خدمات آموزشی محسوب می‌شود. توسعه کارآفرینی در کشور به عنوان یک استراتژی با اهمیت از وظایف دولت است و چگونگی تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و انجام اقدامات در مورد این استراتژی بر دوش دولت و سازمان‌های دولتی است.

تعیین طرح جامع مالیاتی خاص کارآفرینان

میانگین متغیرهای مربوط به "تعیین طرح جامع مالیاتی خاص کارآفرینان" به میزان ۳/۷۹ است. هر چند قوانین مالیاتی و معافیت‌های خاص مالیاتی برای کارآفرینان و شرکت‌های تولیدی تدوین و در نظر گرفته شده است ولی اینگونه مطالبات از سوی دولت، کارآفرینان را در ابتدای کار با مشکلات خاصی مواجه می‌کند. تنظیم انواع عوارض و مالیات‌هایی که بر درآمدهای مستقیم شرکت‌ها اختصاص یافته، همچنین وجود ابهامات موجود در قوانین که به گونه‌ای هستند که به جز گروه معدودی از مأموران مالیاتی و متخصصان مالی کمتر افرادی از مفاد قوانین مطلع بوده و قادر هستند از حق خود دفاع کنند. مدارک مورد نیاز، زمان رسیدگی به امور و از این قبیل به عنوان معضلات عدیده کارآفرینان است.

به نظر می‌رسد که طراحی و تدوین طرح جامع مالیاتی خاص کارآفرینان، که به صورت مشخص و نداشتن تداخل با دیگر قوانین سازمان‌ها و نهادهایی که به طور معمول کارآفرینان با آنها درگیر هستند، بتواند به عنوان راه‌کاری در ارتقاء و انگیزه شروع و ادامه کار برای کارآفرینان باشد.

تدوین طرح جامع ارائه تسهیلات بانکی به کارآفرینان

میانگین متغیرهای مربوط به "تدوین طرح جامع ارائه تسهیلات بانکی به کارآفرینان" به میزان ۳/۹۶ است. اگر چه با اقتباس از مطالعات تطبیقی در این بخش پیشنهاد تأسیس بانک

توسعه کارآفرینی در کشور مطرح شد، ولی با توجه به حجم و تنوع فعالیت‌های کارآفرینی بالقوه و بالفعل کشور، به نظر می‌رسد جهت تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه چه در سطح فردی و چه در سطح سازمانی بانک‌های موجود نیز بتوانند حمایت‌های مالی خود را ارائه دهند.

ارائه طرح جامع ارائه تسهیلات با تعریف ردیف‌های خاص اعتباری و ضوابط ارائه اجباری تسهیلات از سوی بانک‌ها به کارآفرینان می‌تواند به عنوان برنامه‌ای جامع در حرکت و مسیر کارآفرینی کشور باشد.

راه‌کارهای ارتقاء کارآفرینی کشور در نقش شناختی دولت

تهیه و تنظیم دفترچه‌های راهنمای انواع حمایت‌های دولت از کارآفرینی میانگین متغیرهای مربوط به "تهیه و تنظیم دفترچه‌های راهنمای انواع حمایت‌های دولت از کارآفرینی" به میزان ۴/۳۸ است. تهیه و تنظیم دفترچه راهنما به عنوان ابزار معرفی و اطلاع‌رسانی اصول، قوانین، اخبار و اطلاعات مرتبط برای کارآفرینان است و تهیه مستندات مشخص و به هنگام از سوی تمامی سیستم‌های دست‌اندرکار کارآفرینی در بخش‌های مختلف صنعت و منسجم کردن آنها توسط متولی مشخص در قالب دفترچه‌های راهنما و توزیع آنها به منظور اطلاع‌رسانی می‌تواند به عنوان راه‌کاری در ارتقاء کارآفرینی از سوی دولت باشد.

طراحی وب سایت‌های کارآفرینی در هر وزارتخانه

میانگین متغیرهای مربوط به "طراحی وب سایت‌های کارآفرینی در هر وزارتخانه" به میزان ۳/۹۵ است. از دیگر نقش‌های شناختی سیستم کارآفرینی در کشور حمایت‌های اطلاع‌رسانی و معرفی شرایط و امکانات، تحولات محیطی و اخبار و قوانین مرتبط به کارآفرینی است. این اطلاعات برای کارآفرینان به تناسب نوع فردی و سازمانی در قالب اطلاعات مرتبط با شناخت فرصت‌ها و تهدیدات است، تا با مدیریت راهبردی خود بین اهداف کارآفرینی خود و تحولات محیطی نوعی سازگاری ایجاد کنند. یکی از ابزارهای این سیستم اطلاع‌رسانی، طراحی وب سایت‌های کارآفرینی در هر وزارتخانه است که

متناسب با نوع اطلاعات و ارائه خدمت از سوی آن بخش است.

برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی با یارانه‌های دولتی

میانگین متغیرهای مربوط به "برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی با یارانه‌های دولتی" به میزان ۳/۸۷ است. تأثیر آموزش کارآفرینی در پرورش و به بار آوردن کارآفرینان بالقوه و آینده و همچنین شکل‌دهی حلقه ارتباطی بین صنعت و دانشگاه، تدبیری کارساز محسوب خواهد شد. آنچه در بررسی فعالیت‌های کارآفرینی در کشور و همچنین مطالعات تطبیقی بدست آمده نشان از آن دارد که آموزش کارآفرینی فارغ‌التحصیلان را به شروع و راه‌اندازی کسب و کار برای خودشان، تشویق می‌کند، و از سویی دیدگاه‌های کارآفرینان و متخصصان امر نشان می‌دهد که این آموزش‌ها در اعتلا و ارتقاء کارآفرینی مؤثر است.

تنظیم برنامه‌های ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در کشور

میانگین متغیرهای مربوط به "تنظیم برنامه‌های ارتقاء فرهنگی کارآفرینی در کشور" به میزان ۳/۹۹ است. بی‌تردید یکی از اثربخش‌ترین راه‌ها برای مدیریت تحول در افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها، ملت‌ها و ... مدیریت فرهنگ است. در عین حال بهترین راه برای شکل‌دهی، تقویت و افزایش رفتارهای کارآفرینانه در کشورها، ترویج فرهنگ کارآفرینی است.

راه‌کارهای ارتقاء کارآفرینی در نقش هنجاری دولت

اعطای جایزه‌های سالیانه کارآفرینی

میانگین متغیرهای مربوط به "اعطای جایزه‌های سالیانه کارآفرینی" به میزان ۳/۹۲ است. مطالعات تطبیقی نشان می‌دهد که در کشورهای مختلف برای تشویق کارآفرینی انواعی از جوایز کارآفرینی به کسب و کارهای کوچک اعطا می‌شود که به نحوی برانگیزاننده افراد را در سطوح و صنایع مختلف است.

اعطای جایزه‌های سالیانه به سازمان‌های حامی کارآفرینان (اشخاص حقیقی و حقوقی)

میانگین متغیرهای مربوط به "اعطای جایزه‌های سالیانه به سازمان‌های حامی کارآفرینان

(اشخاص حقیقی و حقوقی) "به میزان ۳/۷۸ است. اعطای جایزه‌های سالیانه به اشخاص حقیقی و حقوقی حمایت‌کننده کارآفرینان می‌تواند به عنوان یکی از نقش‌های هنجاری و مؤثر در ارتقاء کارآفرینی کشور باشد.

برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینان

میانگین متغیرهای مربوط به "برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای کارآفرینان" به میزان ۳/۸۵ است. معرفی و به معرض نمایش گذاشتن دستاوردهای کارآفرینان در کشور از طریق برگزاری نمایشگاه‌های استانی، ملی و خارجی شیوه و ابزاری است که برای فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی کارآفرینی صورت می‌پذیرد. کارآفرینان از طریق شرکت در نمایشگاه‌ها چه در قالب ارائه دهنده دستاورد خود و چه بازدیدکننده می‌توانند تجارب کارهای خود را در یک نهاد اجتماعی به دیگران معرفی و آنها را به کارآفرینی تشویق کنند.

منابع

- بانک مرکزی ج.ا.ا، "نگاهی دربارهٔ طرح‌های کوچک صنعتی و کشاورزی"، اداره بررسی‌های اقتصادی، تهران.
- سازمان صنایع کوچک و نواحی صنعتی ایران (۱۳۵۴)؛ صنایع کوچک در برنامه پنجم، وزارت اقتصاد، تهران.
- طالبی، کامبیز (۱۳۷۶)؛ ماهنامه تدبیر، شماره ۷۴.
- مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، طرح تحقیقاتی: آموزش کارآفرینی در ایران و بررسی و موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران.
- محرانیان، سید مهدی (۱۳۷۹)؛ ساماندهی صنایع کوچک، تهران، انتشارات معارف.
- مولایی، محمود (۱۳۸۲)؛ طرح تحقیقاتی: راهکارهای توسعه صنایع کوچک مدرن، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- Ahl, H. (2002); *The Making of the Female Entrepreneur*, IHH, Företagsekonomi. Jönköping,
- Bagby, R.D. (1988); "Editorial: The Winds of Change", *Entrepreneurship, Theory and Practice*. Fall, pp. 5-6.
- Benavente, Jose Miguel (1998); "Proyectos de Fomento (PROFOS); Una Experiencia Asociativa en Chile", *Working Paper*, CORFO.
- Busenitz, Lowell, Carolina Gomez, and Jennifer W. Spencer. (2000); "Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena", *Academy of Management Journal*, 43 (5), pp. 994-1003.
- Bygrave, W. D. (1989); "The Entrepreneurship Paradigm (II): Chaos and Catastrophes among Quantum Jumps", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 14 (2), pp. 7-30.
- Bygrave, W. D. and Hofer, C. W. (1991); "Theorizing about Entrepreneurship", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16 (2), pp. 13-22.
- Chandler, G. N. and Jansen, E. (1992); "The founder's self-assessed competence and venture performance", *Journal of Business Venturing*, 7, pp. 233-236.

- Dana, Leo Paul. (1987); "Entrepreneurship and Venture Creation: An International Comparison of Five Commonwealth Nations", In. N.C. Churchill, J.A. Hornaday, B.A. Kirchhoff, D.J. Krasner, & K.H. Vesper, editors, *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Dana, Leo Paull. (1997); "A Contrast of Argentina and Uruguay: The Effects of Government Policy on Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*. pp. 999-104.
- Doutriaux, Jerome. A. (1988); "Government Procurement and Research Contracts at Start-Up and Success of Canadian High-Tech Entrepreneurial Firms", In. N.C. Churchill, J.A. Hornaday, B. A. Kirchhoff, D.J. Krasner, & K.H. Vesper, editors, *Frontiers in Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College. 582-594.
- Gartner, W. B. (2001); "Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 25(4), p. 27.
- Gartner, W. B., Mitchell, T. R. and Vesper, K. H. (1989); "A taxonomy of new business ventures", *Journal of Business Venturing*, 4, pp. 169-186.
- Gnyawali, Devi R. and Daniel S. Fogel. (1994); "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, pp.43-62.
- Hawkins, Del I. (1993); "New Business Entrepreneurship in the Japanese Economy", *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 137-150.
- Herbert, R. F. and Link, A. N. (1989); "In Search of the Meaning of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 1, pp. 39-49.
- Johnson, B. R. (1990); "Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 14 (3), pp. 39-54.
- Lassen, A. H., F. Gertsen, et al. (2006); "The Nexus of Corporate Entrepreneurship and Radical Innovation", *Creativity and Innovation Management*, 15(4), pp. 359-372.

- Low, M. B. and Macmillan, I. C. (1988); "Entrepreneurship : Past Research and Future Challenges", *Journal of Management*, 14 (2), pp. 139-161.
- Miami Herald (1995); We Need a Tax on Robbery, Castro Says: Cuban Leader Blasts Enrichment of Self-Employed Workers.
- Neergaard, H. and H. Madsen (2004); "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective", *Journal of Enterprising Culture*, 12(2), pp. 105-126.
- Pennings, J.M. (1982); "Organizational Birth Frequencies: An Empirical Investigation", *Administrative Science Quarterly*, 27, pp. 120-44.
- Perren, L. and P. L. Jennings (2005); "Government Discourses on Entrepreneurship: Issues of Legitimization, Subjugation, and Power", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 29(2), pp. 173-184.
- Pickle, H. B. and Abrahamson, R. L. (1990); *Small Business Management*, John Wiley & Sons, Inc.
- Ronstadt, R. (1988); "The corridor principle", *Journal of Business Venturing*, 3, pp. 31-40.
- Rudnick, Henry (2000); Cited in Torres, Craig. 06/26/2000. Chile's President Solidifies the Transition to Democracy --- Political Changes Spark Hope for New Vitality in the Business Climate. *Wall Street Journal*.
- Sexton, D. L. and Bowman, N. (1985); "The entrepreneur: a capable executive and more", *Journal of Business Venturing*, 1, pp. 129-140.
- Shapiro, A. and Sokol, L. (1982); "The social dimensions of entrepreneurship", In C.A. Kent, D. Sexton, K. Vesper. *Encyclopedia of Entrepreneurship* (1982), Prentice Hall.
- Vesper, K. H. (1990); *New Venture Strategies*, Revised Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N. J.
- Virtanen, M. (2006); "Entrepreneurship as a field of science", YRITTÄJYYS TIETEENALANA, 17.10 – 13.12.