

تبیین مبانی فکری سیاست‌گذاری کارآفرینی^۱

هادی ثنائی پور^۲

چکیده

نتایج چشمگیر کارآفرینان به‌عنوان یکی از مهمترین بازیگران توسعه اقتصادی و اجتماعی، توجه سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است. بخش قابل توجهی از سیاست‌ها به تسهیل شرایط برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی اختصاص دارد. سیاست‌گذاری کارآفرینی به منزله حوزه‌ای نوظهور، به‌خوبی توسعه نیافته و اغلب سیاست‌هایی که با هدف توسعه کارآفرینی تنظیم شده، به کسب و کارهای کوچک‌موسسه توجه داشته و سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی مغفول مانده است. از این رو ایجاد درک مشترک و بینش صحیح از سیاست کارآفرینی ضروری است. هدف این پژوهش، تبیین مبانی فکری سیاست‌گذاری کارآفرینی است که با بهره‌مندی از روش پژوهش کیفی انجام شده و برای گردآوری و تحلیل داده‌ها نیز از روش کتابخانه‌ای و تحلیل اسناد استفاده شده است. بدین منظور ابتدا منابع نوشتاری و منتشرشده در خصوص سیاست‌گذاری کارآفرینی گردآوری و بنیان‌های نظری موضوع تبیین شدند. سپس با معرفی اهمیت، اهداف و ماهیت سیاست کارآفرینی، قلمرو نظری سیاست‌گذاری کارآفرینی نسبت به سایر حوزه‌های مشابه تحلیل و بررسی شدند. نتایج حاکی از آن است که سیاست‌های کارآفرینی از نظر اهداف، ابزار، تمرکز، دوره زمانی، اولویت‌بندی، نحوه ارزیابی و نتایج، منحصر به فرد بوده و نسبت به سایر مفاهیم مشابه از جمله سیاست‌های توسعه کسب و کار، متفاوت است. در انتهای مقاله توصیه‌های سیاستی برای سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی عرضه شده است.

کلید واژه‌ها: مبانی فکری، سیاست‌گذاری، کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک و متوسط، توسعه

۱. تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۱۳

۲. استادیار کارآفرینی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس
sanacepour@gonbad.ac.ir

۱. مقدمه

با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها، تسهیل شرایط برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در بسیاری از سیاست‌های دولت‌ها مورد تأکید قرار گرفته است. سیاست‌هایی که از کارآفرینی حمایت می‌کنند، در طول زمان به‌طور فزاینده‌ای پیچیده شده است، زیرا دولت‌ها از تسهیل شرایط برای ایجاد بنگاه‌های جدید به سمت حمایت از کسب و کارهای کارآفرینانه و بارش بالا حرکت می‌کنند (Acs, 2016: 57). همچنین فعالیت‌های کارآفرینان به‌عنوان یکی از مهمترین بازیگران توسعه اقتصادی و اجتماعی، منجر به شکل‌گیری تعاریف مختلف و بروز سیاست‌های کارآفرینانه متفاوت در جوامع پیشرو و در حال توسعه شده است (Hözl, 2010).

سیاست‌گذاری کارآفرینی حوزه‌ای در حال ظهور از جریان سیاست‌گذاری اقتصادی است که به خوبی توسعه نیافته است. هرچند توجه به نقش کارآفرینی در خصوص رشد و توسعه اقتصادی از طریق سازمان‌های بین‌المللی نظیر سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی^۳ و سازمان‌های تحقیقاتی نظیر دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۴ در اواخر دهه ۱۹۹۰ آغاز شد، اما همچنان پیشرفت محدودی در سیاست‌گذاری کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه مستقل دیده می‌شود (Shankar & Nithyananda, 2017: 186). در حقیقت به نظر می‌رسد ابهام قابل ملاحظه‌ای در خصوص سیاست‌های مشوق توسعه کارآفرینی در برابر سیاست‌های سنتی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط وجود دارد. هرچند توجه به سیاست‌گذاری کارآفرینی در حال افزایش است، اما همچنان درک صحیحی از عوامل پیشبرنده و محدودکننده کارآفرینی در سیاست‌های دولتی وجود ندارد. علاوه بر آن فقدان نظریه و تحقیقات دانشگاهی در این زمینه دیده می‌شود (Acs, 2016: 57).



2. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)
3. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

از طرفی دیگر سیاست‌گذاری کارآفرینی از ابعاد متفاوتی نسبت به سایر برنامه‌های اقتصادی و سیاست‌های توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط برخوردار است. در واقع کسب و کارهای کوچک و متوسط، منطق و اهداف متفاوتی نسبت به کارآفرینی دارند. سیاست کسب و کارهای کوچک و متوسط در وهله نخست در پی توسعه شرکت‌های موجود و اما سیاست کارآفرینی بیشتر بر فرد کارآفرین متمرکز است (Stenholm et al., 2013). این در حالی است که در اغلب سیاست‌های مطرح شده در کشورها، نهادها، سازمان‌های ملی و بین‌المللی که با هدف توسعه کارآفرینی تنظیم شده، به طور عمده توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداخته شده و توسعه کارآفرینی مغفول مانده است.

این امر در بررسی مطالعات پیشین موضوع سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی نیز مشهود است. برخی از این پژوهش‌ها، بر جنبه یا جنبه‌هایی از توسعه کارآفرینی تمرکز کرده و برخی دیگر، با نادیده گرفتن سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی، به توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداخته‌اند. برای مثال پیچ و همکاران (۲۰۱۷) سیاست‌های کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط را یکسان در نظر گرفته و سرانجام به اهمیت نقش دولت و نهادهای بخش عمومی برای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط دست یافتند.

تحقیقات آدیا و همکاران (۲۰۱۶) بر توانمندسازی افراد در سیاست‌گذاری تأکید و خاطر نشان می‌کند که بدون آموزش و یادگیری مهارت‌های اصلی نمی‌توان به توسعه کسب و کار دست یافت. وانگ و همکاران (۲۰۱۳) بر اهمیت نهادهای بخش عمومی در اجرای سیاست‌ها تأکید دارند و معتقدند محیط کلان اقتصادی-اجتماعی، عوامل نهادی، روابط و هماهنگی‌های درون‌سازمانی و گروه‌های ذینفع در اجرای سیاست‌ها تأثیرگذارند. ردفورد (۲۰۱۲) نیز به آموزش و توسعه مهارت‌های مختلف نیروی انسانی (مالی، حقوقی، مدیریتی، بازاریابی، توسعه محصول) و نقش نهادهای توانمندساز در ارتقای منابع انسانی تأکید دارد.

آدرچ و همکاران (۲۰۰۷) بر افزایش توانمندی‌ها و آموزش کارآفرینان، توسعه فناوری، دسترسی به منابع، سیاست رقابت، حقوق مالکیت معنوی و محیط قانونگذاری، تشکیلات نهادی و بهبود محیط کسب و کار تأکید دارند. کودوراس و همکاران (۲۰۱۱) عوامل مالی، خط‌مشی‌های دولت، زیرساخت‌های تجاری و فیزیکی، بازبودن بازار و... را برای توسعه کارآفرینی مهم و ضروری دانسته‌اند. هافمن (۲۰۰۷) نیز بر مقررات زدایی، دسترسی به بازارهای خارجی، انتقال فناوری، ارائه تسهیلات، کاهش مالیات و... تأکید دارد.

با توجه به مطالعات پیشین در حوزه سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی به نظر می‌رسد پراکندگی بسیار زیادی از عوامل و بازیگران وجود دارد. همچنین در این تحقیقات از جنبه‌های مختلف سیاست‌گذاری از جمله مفهوم، هدف، ابزار و... نیز به موضوعات دیگر از جمله توسعه اقتصادی، بهبود وضع کسب و کارهای کوچک و متوسط و... توجه شده است در حالی که هدف اصلی سیاست کارآفرینی، بهبود وضعیت کارآفرینی با استفاده از ابزارهای سیاستی متناسب است.

با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و ضرورت تبیین ویژگی‌های خاص کارآفرینی در سیاست‌گذاری، هدف از انجام این پژوهش، تبیین مبانی فکری و قلمرو نظری سیاست‌گذاری



کارآفرینی است که پس از بررسی مبانی نظری سیاست‌گذاری، تشابه و تمایز سیاست‌گذاری کارآفرینی نسبت به سایر موضوعات بررسی شده و در انتها توصیه‌های سیاستی ارائه می‌شوند.

۲. روش تحقیق

بر اساس هدف، تحقیقات علمی را می‌توان به سه گروه بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای تقسیم کرد. تحقیقات بنیادی در جستجوی کشف حقایق، واقعیت‌ها و شناخت پدیده‌هاست، مرزهای دانش عمومی بشر را توسعه داده و به تبیین ویژگی‌ها و صفات یک واقعیت می‌پردازد. از آنجا که هدف از انجام این پژوهش، تبیین مبانی فکری و قلمرو نظری سیاست‌گذاری کارآفرینی است، بنابراین پژوهش حاضر از نوع تحقیقات بنیادی است.

تحقیقات بنیادی بر اساس روش تحلیل به دو دسته تقسیم می‌شوند: (۱) تحقیقات بنیادی تجربی (۲) تحقیقات بنیادی نظری. در تحقیقات بنیادی تجربی داده‌ها و اطلاعات گردآوری شده با استفاده از روش‌های آماری، تحلیل می‌شوند اما در تحقیقات بنیادی نظری، اطلاعات تحلیل به روش اسنادی (کتابخانه‌ای) گردآوری و سپس با روش‌های مختلف استدلالی تحلیل و نتیجه‌گیری می‌شود. از این منظر، پژوهش حاضر از نوع تحقیقات بنیادی نظری است.

همچنین پژوهش‌های علوم انسانی از جهت کمیّت‌پذیری و کمیّت‌ناپذیری به دو نحله (مبحث) کلان پژوهش‌های کمی و کیفی تقسیم می‌شوند (دانایی فرد، ۱۳۹۲، ص. ۲۱۳). با توجه به اینکه در حوزه‌های مختلف علوم انسانی ضرورت واکاوی مسئله یا موضوع بحث برانگیز وجود دارد و پژوهش‌های کمی به دلیل ماهیت خود قادر به پاسخگویی به این مسائل نیستند، از این رو ضرورت استفاده از پژوهش کیفی هرچه بیشتر احساس می‌شود (کرسول، ۱۳۹۱). با توجه به اینکه هدف این پژوهش دست‌یابی به تبیین مبانی فکری و قلمرو نظری سیاست‌گذاری کارآفرینی است، بنابراین از روش پژوهش کیفی استفاده می‌شود.

برای انجام پژوهش کیفی از روش‌های متنوعی نظیر مآخذهای چندگانه داده‌ها، مصاحبه، مشاهده، تحلیل اسناد و... استفاده می‌شود (کرسول، ۱۳۹۱). در این پژوهش از روش تحلیل اسناد استفاده شده است و پژوهشگر با استفاده نظام‌مند از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود می‌پردازد. این روش هم به منزله روشی تام و هم روشی برای تقویت سایر روش‌های کیفی در پژوهش‌های علوم انسانی مورد توجه است. این روش شامل تحلیل اسنادی است که حاوی اطلاعاتی درباره پدیده‌های مورد نظر این پژوهش (Bailey, 1994) و مستلزم جستجوی توصیفی و تفسیری است (صادقی فسایی و عرفانمنش، ۱۳۹۴، ص. ۵). در این روش پژوهشگر داده‌های پژوهشی خود را از بین منابع و اسناد جمع‌آوری می‌کند (Ahmed, 2010: 8).

اسناد نیز متن‌نوشته حاوی داده‌ها یا اطلاعاتی درباره یک موضوع یا پدیده هستند و به پنج دسته تقسیم می‌شوند: (۱) شخصی و غیرشخصی، (۲) دست اول و دست دوم، (۳) اولیه و ثانویه، (۴) نوشتاری (چاپی و الکترونیکی) و غیرنوشتاری (دیداری و شنیداری) و (۵) محرمانه و عادی (صادقی فسایی و عرفانمنش، ۱۳۹۴، ص. ۶۹).

در این پژوهش از تحلیل اسناد نوشتاری که به صورت چاپی و الکترونیکی در خصوص سیاست‌گذاری کارآفرینی منتشر شده‌اند استفاده شده است. روش کار بدین صورت است که ابتدا منابع نوشتاری و منتشر شده در خصوص سیاست‌گذاری کارآفرینی گردآوری و بنیان‌های نظری



و مبانی فکری سیاست‌گذاری کارآفرینی تبیین می‌شوند. سپس با معرفی اهمیت، اهداف و ماهیت سیاست‌گذاری کارآفرینی، قلمرو نظری سیاست‌گذاری کارآفرینی نسبت به سایر حوزه‌های مشابه به ویژه سیاست‌گذاری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تحلیل شده و سرانجام توصیه‌های سیاستی متناسب ارائه می‌شوند.

۳. بنیان‌های نظری سیاست‌گذاری کارآفرینی

نظریه شکست بازار، مبنای مداخله دولت برای سیاست‌گذاری کارآفرینی است. این نظریه مفهومی در نظریات اقتصادی است که در آن، تخصیص کالاها و خدمات در نظام بازار آزاد، ناکارآمد است. در شکست بازار، مداخله دولت در اقتصاد پذیرفته شده است اما آنچه محل اختلاف است، نحوه انجام این نوع مداخلات است. در این نظریه، سازوکار بازار یا نظام قیمت‌ها از تأمین مقدار بهینه از نظر اجتماع، ناتوان است. یعنی ممکن است بازار در حالت تعادل باشد اما اهدافی نظیر تولید بهینه، اشتغال کامل منابع یا توزیع عادلانه درآمد محقق نشود (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۲). دلایل شکست بازار عبارت‌اند از:

قدرت بازار: وقتی شرکت‌ها قدرت بازار را در اختیار می‌گیرند، برای افزایش قیمت و سود، تولید را کاهش می‌دهند که باعث ایجاد بازار غیررقابتی و انحصاری شده، کالاها در بازارهای غیررقابتی تولید می‌شود. درآمد نیز در دستان کسانی متمرکز می‌شود که قدرت بازار را با هزینه کسانی که چنین قدرتی در اختیار ندارند، در دست می‌گیرند.

عوارض جانبی: عوارض جانبی بدان معناست که در یک مبادله، شخص ثالثی که مشارکتی ندارد، داوطلبانه متحمل هزینه‌هایی شده یا منفعتی دریافت می‌کند. برای مثال منازل مسکونی کنار فرودگاه از صدای نشست و برخاست هواپیماها متضرر می‌شوند. در این حالت هزینه‌ها و منافع در صورت حساب شرکت محاسبه نمی‌شود و شرکت اگر برای رفع آن تلاش کند باید هزینه‌های بیشتری بپردازد که منجر به افزایش بهای کالا می‌شود.

کالاهای عمومی: کالاهای عمومی کالاهایی هستند که منفعتی نصیب مردم می‌کنند اما به علت ماهیت این نوع کالاها نمی‌توان مردم را از مصرف آن مستثنی کرد. شرکت‌ها در تولید این کالاها توانایی کسب سود برای خود را ندارند، زیرا نمی‌توانند به‌طور اثربخش بر این نوع کالاها کنترل داشته باشند. بنابراین بازار آزاد که نفس آن سودآوری است به هیچ وجه به تولید کالاهای عمومی روی نمی‌آورد.

عدالت: در یک نظام بازار نوعی گرایش به توزیع نابرابر درآمد وجود دارد که منصفانه نیست. کسی که قدرت چانه‌زنی و مذاکره را دارد، سریعتر به منابع مالی دست می‌یابد و منابع بانکی بیشتر در اختیار کسانی قرار می‌گیرد که توان بازپرداخت آنها برای بانک ثابت شده باشد. بنابراین در حوزه‌های مختلف بازار همیشه عده‌ای نسبت به عده‌ای دیگر برتری دارند. دولت با مداخله می‌تواند قدری از بی‌عدالتی‌ها بکاهد.

5. Market power
6. Externalities
7. Public goods
8. Equity

ثبات اقتصاد کلان: نظام بازار فراز و فرود دارد، گاهی رونق حاکم بوده و گاهی رکود بر بازار مسلط می‌شود. در زمان رونق، رشد اقتصادی شتابان و بیکاری پایین است و در زمان رکود، رشد اقتصادی کند یا منفی و بیکاری بالاست. در این حالت تخصیص منابع و تولید کالاها، مولد و کارآمد نخواهد بود. دولت باید با مداخله، نظام بازار را متعادل کند (دانایی فرد، ۱۳۸۸، ص. ۱۳۲).

۴. چستی و ماهیت سیاست گذاری کارآفرینی

کشورها در حال حاضر به دنبال این هستند که چگونه اقتصاد کارآفرینی پویا و رقابتی ایجاد کنند؛ اما فعالیت‌های آنها اغلب مانع از این کار می‌شود؛ چرا که تعریف مناسبی از کارآفرینی به عنوان یک مفهوم ندارند، سیاست کسب و کارهای کوچک و متوسط و سیاست کارآفرینی واضح نیست، و درباره اینکه چگونه به سمت جامعه‌ای کارآفرین حرکت کنند، دانشی ندارند (Stevenson & Lundstrum, 2001).

در متون سیاست گذاری، تعاریف مختلفی از کارآفرینی عرضه شده که بیانگر توجه سیاست‌گذاران به جنبه‌های مختلف کارآفرینی و اهمیت سیاست کارآفرینی است. اتحادیه اروپا کارآفرینی را توانایی افراد در خلق ایده و تبدیل آن به عمل می‌داند که شامل خلاقیت، نوآوری و پذیرش ریسک است (Redford, 2012). رینولدز^۹ و همکاران (۱۹۹۹) کارآفرینی را به مثابه هرگونه کوششی در ایجاد کسب و کار جدید یا مخاطرات جدید تعریف کرده‌اند. شین و اکهارت (۲۰۰۳) کارآفرینی را کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌دانند. در عین حال، موریس (۱۹۹۶) کارآفرینی را رابطه بین کارآفرینان و محیط و نقشی که دولت در ایجاد ساختار اقتصادی، سیاسی، قانونی، مالی و اجتماعی بازی می‌کند، تعریف کرده است و لوری (۲۰۰۳) کارآفرینی را به منزله نظامی اقتصادی که شامل کارآفرینان، ترتیبات نهادی و قانونی و دولت‌هاست، می‌داند.

کارآفرین فردی است که با ایجاد یا توسعه فعالیت اقتصادی (یا اجتماعی) با شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از محصولات، خدمات و بازارهای جدید، در تکاپوی ارزش آفرینی است (Bosma, 2008). تعدد تعاریف مختلف بیانگر آن است که عوامل متعددی در توسعه کارآفرینی مؤثرند که باید در سیاست گذاری به آنها توجه کرد. در این بین لازم است حمایت‌هایی از فرد کارآفرین صورت گیرد تا فرصت‌های کارآفرینانه را بهتر تشخیص داده و از آنها بهره‌برداری کند (Red-ford, 2012). این حمایت‌ها در قالب سیاست کارآفرینی تعریف می‌شود.

سیاست‌گذاران برای کارآفرینی فرصت‌های جدیدی را ایجاد کرده و دیگران را برای پشتیبانی از نوآوری‌های پیشنهادشده خود بسیج می‌کنند (Mintrom & Luetjens, 2017: 4). در واقع سیاست گذاری توسعه کارآفرینی برای تشویق و تهییج فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی بهره‌ور در بین افرادی است که به‌طور مستقل در کسب و کاری فعالیت می‌کنند (Henrekson & Stenkula, 2010). سیاست‌های عمومی نیز الگویی از رویه‌ها و مقررات برای حل مسئله‌ای عمومی است و از آنجایی که کارآفرینی نیز مسئله‌ای عمومی است، برای توسعه آن به سیاست‌های مرتبط نیاز است (Rocha & Birkinshaw, 2007).

سیاست کارآفرینی با هنجارهای اجتماعی، ترجیحات کارآفرینی، ترتیبات نهادی و تغییر



گفتمان عمومی در ارتباط (Henry et al., 2017: 6) و پاسخی به انتقال از اقتصاد مدیریت شده به اقتصاد کارآفرینانه است. اقتصاد کارآفرینانه با انتقال از اقتصاد صنعتی به اقتصاد مبتنی بر دانش، از تولیدمحوری به خدمات، از شرکت‌های بزرگ به شرکت‌های کوچک، از شرکت‌های کوچک به شرکت‌های جدید، از سرمایه‌محور بودن به دانش‌محور بودن، و از ایستایی نسبی و محیط صنعتی کنترل شده به پویایی زیاد و تغییرات دائمی از اقتصاد مدیریت شده، متمایز می‌شود. همچنین جهانی‌سازی، آزادی اقتصادی، دموکراسی، توسعه فناوری و اینترنت نیز به این تغییر کمک می‌کنند (Lundstrom & Stevenson, 2001).

۵. اهمیت سیاست‌گذاری کارآفرینی

سیاست‌های کارآفرینی به‌طور مستقیم بر کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌های جدید تأثیر می‌گذارند (Foss et al., 2018: 4) و کارآفرینی محرک رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته است (Qian & Li, 2008). علاوه بر این، سیاست کارآفرینی _ به‌عنوان مقوله‌ای مستقل _ تأثیر زیادی بر کسب و کارهای کوچک دارد. این موضوع هنگامی اهمیت بیشتر پیدا می‌کند که بدانیم اکثر کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید، کسب و کار کوچک و کارآفرینانه هستند. با این حال، سیاست دولتی فقط محدود به کارآفرینی یا کسب و کار کوچک نیست بلکه شامل گستره وسیعی از سیاست‌ها می‌شود (Foss et al., 2018: 4).

محققان و سیاست‌گذاران پذیرفته‌اند که کسب و کارهای جدید، عامل اصلی رشد اقتصادی است که منجر به ایجاد شغل، بهبود نوآوری و بهره‌وری در هر دو سطح شرکت و صنعت می‌شود (Baldwin, 1999; Reynolds et al., 2005). مطالعات حاکی از آن است که کشورها در حال حرکت به سمت کوچک‌سازی و سطح بیشتری از خوداشتغالی‌اند، که نتیجه آن در بلندمدت، شتاب گرفتن رشد اقتصادی و کاهش بیکاری است. تحقیقات دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد که ۳۰ درصد تفاوت در نرخ رشد تولید ناخالص داخلی به‌واسطه تفاوت در سطح فعالیت‌های کارآفرینانه است (Audretsch & Thurik, 2001). بنابراین تدوین سیاست‌های عمومی که در راستای تقویت تولید محصولات نوآورانه برای کارآفرینان طراحی شود، ضروری است (Hart, 2003). دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی برای گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه نقش مؤثری در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند (Lundström et al., 2017: 942). یک سیاست کارآفرینی خوب طراحی شده، باعث تسهیل و کمک به فعالیت‌های کارآفرینانه مؤثر شده و کارآفرین را قادر به انجام فعالیت می‌سازد (Acs & Szerb, 2007).

سیاست‌گذاری کارآفرینی با تلاش برای مطالعه بستر و زمینه فعالیت کارآفرینان امکان‌پذیر است (Mintrom et al., 2014). شواهد تجربی نشان می‌دهد نظام اقتصادی که باعث پرورش شرکت‌های کارآفرینانه با رشد بالا می‌شود برتر از نظام اقتصادی است که برای افزایش تعداد کسب و کارهای کوچک یا نرخ خوداشتغالی تلاش می‌کند (Shane, 2008).

۶. اهداف و ویژگی‌های سیاست‌گذاری کارآفرینی

در سال‌های اخیر توسعه کارآفرینی از حوزه‌های مهم سیاست‌گذاری بوده است (Acs & Virgill, 2010). سیاست‌های کارآفرینی با هدف کمک به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد شرایط

مناسب برای این منظور تنظیم می‌شوند. توانایی سیاست‌گذاران کارآفرینی در ارتقای نوآوری در سیاست‌ها به مهارت آنها در شناسایی، توسعه و اثربخشی شایستگی‌های مربوطه بستگی دارد (Con-sidine et al., 2009). در جدول ۱ خلاصه‌ای از ویژگی‌های سیاست کارآفرینانه ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه‌ای از ویژگی‌های سیاست کارآفرینانه (Redford, 2012)

ویژگی عینی	تهییج و تحریک بیشتر کارآفرینان
هدف	افزایش تعداد کارآفرینان اولیه، ایجاد کسب‌وکارهای جدید
هدف‌گذاری	عامه مردم، زیرمجموعه‌ها و اقلیت‌ها نظیر زنان، جوانان و...
گروه مشتریان هدف	شرکت‌های در حال تاسیس
اهرم‌ها	غیرمالی، حمایت‌های کسب‌وکار (شبکه‌ها، آموزش، مشاوره)
تمرکز	فرهنگ و فضای کارآفرینانه (نظیر ترویج کارآفرینی)
سیستم ارائه	بازیگران (کارآفرینان) جدید بسیار زیاد (نیازمند جهت‌دهی)
رویکرد	گسترش فعالیت‌ها
گرایش و جهت‌دهی نتایج	اغلب بلندمدت

سیاست‌های کارآفرینی برای ایجاد شغل، رشد اقتصادی و کاهش فقر تنظیم می‌شوند (OECD, 2007) و با افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه روی می‌دهد (Rigby & Ramlogan, 2013). هدف از این سیاست‌ها، ارتقاء و حمایت از منافع کارآفرینان از راه افزایش تشکیلات کسب‌وکارهای کوچک، بقاء، گسترش و تلاش برای تضمین ارائه بازار عادلانه برای گروه‌های محروم است (Acs and Stough, 2008: 42).

۷. سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی یا کسب‌وکار؟

سیاست کارآفرینی بر توانمندسازی کارآفرینان به ایجاد و تجاری‌سازی دانش متمرکز است و حوزه تمرکز وسیع‌تری نسبت به سیاست‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارد (Lundstrom & Stevenson, 2005). از آنجا که سیاست کارآفرینی پدیده‌ای جدید است، شفافیت کمتر و ابهام بیشتری در خصوص قلمرو و ویژگی‌های متفاوت آن در قیاس با سایر حوزه‌های توسعه‌یافته سیاست کسب‌وکارهای کوچک وجود دارد. سیاست‌گذاری کسب‌وکارهای کوچک به‌طور تاریخی و سنتی بر موضوعات بهره‌وری و رقابت‌پذیری تمرکز (مثل پذیرش فناوری، مهارت‌های مدیریتی، بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها) و بر سنجش و ارزیابی فرصت‌ها تأکید زیادی دارد (نظیر بهبود دسترسی به منابع مالی و اطلاعاتی، کاهش موانع قانونی و اداری). در سیاست‌گذاری کسب‌وکار، تلاش دولت‌ها در جهت رفع موانع فعالیت و برآوردن نیاز شرکت‌های کوچک در حال فعالیت است. به نظر استیونسون (۲۰۰۱)، سیاست‌گذاری کسب‌وکارهای کوچک به‌طور ماهرانه‌ای فرایند کارآفرینانه را نادیده می‌گیرد، به ویژه هنگام بیان نیازهای انگیزشی و مهارتی افراد در مراحل اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار (مرحله هوشیاری کارآفرینانه و مراحل قبل و حین کسب‌وکار). به نظر می‌رسد



در گذشته سیاست کارآفرینی در بخش کوچکی از مجموعه سیاست‌های سنتی کسب و کارهای کوچک قرار داشته است.

با این توصیف، تفاوت قابل توجهی بین سیاست‌گذاری کارآفرینی و کسب و کار وجود دارد اما همچنان این دو مفهوم با یکدیگر اشتباه گرفته می‌شوند (Shankar & Nithyananda, 2017: 185). هرچند سیاست کارآفرینی و کسب و کار با یکدیگر پیوستگی دارند اما ماهیت آنها متفاوت است. سیاست کسب و کار با هدف تقویت کسب و کارهای موجود و تبدیل شدن آنها به شرکت‌های بزرگ تنظیم می‌شود اما مهمترین هدف سیاست کارآفرینی، برانگیختن سطح بالاتری از فعالیت کارآفرینانه در جامعه است که با تأثیرگذاری بر تعداد بیشتری از کارآفرینان رخ می‌دهد.

اگرچه نظریه شکست بازار همچنان توجیهی برای مداخله دولت است (به ویژه در رابطه با دسترسی به منابع مالی برای کسب و کارهای جدید)، اما در سیاست‌گذاری کارآفرینی، مداخله گسترده‌تر دولت‌ها در محدودیت‌های فرهنگی است. در این سیاست تمرکز بر ایجاد محیط مطلوب برای فعالیت کسب و کار کافی نیست و ضروری است که به فرهنگ و فضای مطلوب کارآفرینی توجه کنیم (Lundstrom & Stevenson, 2005).

فارغ از تفاوت‌های موجود در قلمرو، اهداف و اولویت‌های سیاست‌گذاری، چهار تفاوت مهم در سیاست کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط مطرح است:

- سیاست‌گذاری کارآفرینی بر افراد متمرکز است در حالی که سیاست‌گذاری کسب و کارهای کوچک و متوسط بر شرکت‌ها تمرکز دارد.

- سیاست‌گذاری کارآفرینی بر رفع نیازهای افراد در مراحل مختلف فرایند کارآفرینانه تأکید دارد اما سیاست‌گذاری کسب و کار بر حمایت از شرکت‌های تأسیس شده که ظرفیت لازم را برای دستیابی به منابع مختلف به دست آورند.

- سیاست‌گذاری کارآفرینی با استفاده بیشتر از ابزارهای سیاستی نرم نظیر آموزش و ترویج کارآفرینی همراه است در حالی که سیاست‌گذاری کسب و کار از ابزارهای سیاستی سخت نظیر کمک‌های مالی یا روش‌های کاهش هزینه استفاده می‌کند.

- برای اجرای سیاست‌های کارآفرینی نیازمند مجموعه‌ای گسترده از بخش‌های نهادی هستیم (نظیر آموزش‌دهندگان، رسانه و مجموعه وزارتخانه‌های دولتی)، در حالی که سیاست‌گذاری کسب و کار از مجموعه محدودتری از نهادهای اقتصادی استفاده می‌کند (نظیر آژانس‌های توسعه اقتصادی، فعالان و واسطه‌گران مالی).

از آنجا که توسعه کارآفرینی تحت تأثیر سیاست‌ها و اقدامات حوزه‌های متعدد است، اجرای سیاست کارآفرینی نیازمند فعالیت‌هایی بین نهادهای مختلف با رویکردهای افقی و راهبردهایی است که وزارتخانه‌های آموزش، کار، نهادهای قانونگذاری و... را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین توسعه کارآفرینی نیازمند همکاری گسترده با سازمان‌های اجتماعی، رسانه‌ها، کسب و کارها و بخش خصوصی است.

از جمله چالش‌های دولت‌ها تشخیص درست جامعه هدف است. سیاست کسب و کار بر شرکت‌ها متمرکز است. از این رو ماهیت سیاست‌ها به سادگی قابل تشخیص است. سیاست کارآفرینی بر افراد متمرکز است. افرادی که هنوز به شرکت تبدیل نشده و با گزینه‌های مختلفی از قبیل استخدام در

شرکتی دیگر، کارآفرین شدن و ... مواجه اند. بدین لحاظ تشخیص آن مشکل است. در جدول ۲ تفاوت‌های کلیدی بین این دو نوع سیاست مقایسه شده است.

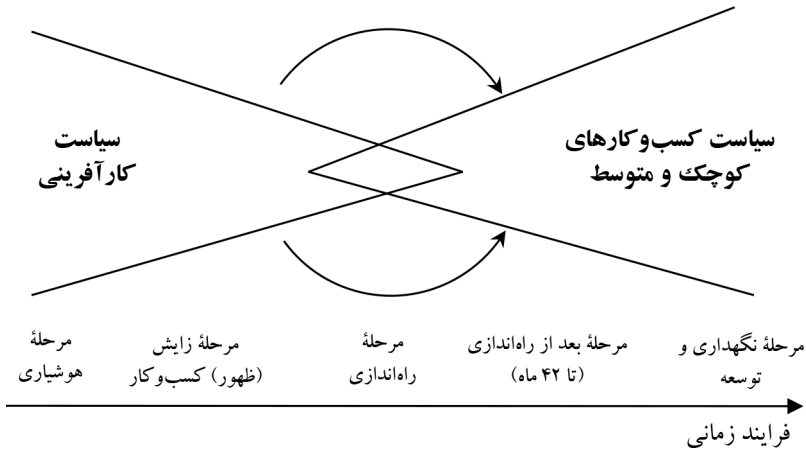
جدول ۲. ویژگی‌های سیاست کسب و کار و کارآفرینی (Lundstrom & Stevenson, 2005)

ویژگی‌ها	سیاست سنتی کسب و کارهای کوچک و متوسط	سیاست‌های نوین کارآفرینی
نتایج / خروجی‌ها	رشد شرکت، رشد بهره‌وری	رشد فعالیت‌های کارآفرینانه (نظیر تعداد مالکان کسب و کارها یا شرکت‌ها)
هدف عمومی	ایجاد فضای مطلوب برای کسب و کار (مثل قوانین مالیاتی، چارچوب بازار، کاهش کاغذ بازی)	ایجاد فضا و فرهنگ مطلوب کارآفرینانه (نظیر کاهش موانع ورود، ترویج کارآفرینی در جامعه)
اهداف خاص	کمک به نوشدن شرکت‌ها، توسعه یا بهبود رقابت‌پذیری	تشویق افراد بیشتر برای شروع کسب و کار، ایجاد فرصت یادگیری و توسعه مهارت‌ها
تمرکز	تمرکز بر شرکت‌ها به جای افراد	تمرکز بر افراد به جای شرکت‌ها
مرحله چرخه کسب و کار	تمرکز اولیه بر حمایت از کسب و کارها بعد از آنکه راه‌اندازی شدند	حمایت در مرحله زایش/ظهور کسب و کار (طی سال‌های اولیه راه‌اندازی کسب و کار)
گروه مشتریان و هدف‌گذاری	بر روی شرکت‌های موجود با رشد بالا (گزینش شرکت‌های موفق)	بر روی کارآفرینان زایشی و در مرحله ظهور (عموم مردم جامعه مثل زنان، جوانان و ...)
اولویت‌های سیاست	کاهش کاغذبازی و موانع اداری برای کسب و کارهای موجود	کاهش موانع رویه‌ای، قانونی و مالیاتی برای ورود کسب و کارها
	بهبود دسترسی به منابع مالی	تسهیل دسترسی به وام‌های کوچک، سرمایه‌های خرد و سایر منابع مالی برای راه‌اندازی
	بهبود دسترسی به اطلاعات بازار، اقتصادی، قوانین و برنامه‌های دولت	بهبود دسترسی به اطلاعات و مشاوره‌ها در مرحله راه‌اندازی، فوت و فن کارآفرینانه
	تسهیل دسترسی کسب و کارها به بازارهای محلی و بین‌المللی	تسهیل فعالیت‌های شبکه‌سازی و مبادلات برای ترویج یادگیری، مشارکت و تعامل
	بهبود رقابت‌پذیری شرکت‌های کوچک (نظیر مهارت‌های مدیریتی و مشاوره استراتژیک)	افزایش فرصت یادگیری فرایند کارآفرینانه و مهارت راه‌اندازی کسب و کار برای افراد و ارتقای کیفیت خدمات حمایتی
	ترویج تحقیق و توسعه و پذیرش فناوری بین کسب و کارهای کوچک و متوسط (مثل انتقال فناوری)	ایجاد هوشیاری کارآفرینانه به‌عنوان گزینه‌ای عملی و موفقیت‌آمیز (ایجاد الگوی نقش، تاثیر ویژگی‌های عمومی کارآفرینی)
	استفاده از اهرم‌های مالی (سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، صادرات)	استفاده بیشتر از اهرم‌های غیر مالی در مرحله راه‌اندازی و زایش/ظهور کسب و کار
	فوری و کوتاه‌مدت (اهداف در بازه زمانی سه تا چهار ساله)	بیشتر بلندمدت (چشم‌انداز زمانی این فرایند نیازمند زمان است)



۸. قلمرو دو حوزه سیاست‌گذاری

سیاست‌گذاری کارآفرینی درخصوص تأثیر مثبت محیط بر کارآفرینی و معرفی ابزارهایی است که افراد را قادر می‌سازد تا از طریق فرایند کارآفرینی، حرکت رو به جلو داشته باشند. این فرایند در شکل ۱ مشخص شده است.



شکل ۱. هم‌پوشانی حوزه‌های سیاست کارآفرینی و کسب و کار در فرایند کارآفرینی

با توجه به شکل ۱، در دوره‌های زمانی مختلفی که در فرایند کارآفرینی با آن مواجه هستیم، سیاست‌های متفاوتی مبنای عمل قرار می‌گیرد. همان‌طور که در شکل مشخص است، در مراحل اولیه اقدام به فعالیت کارآفرینانه (سمت چپ تصویر فوق)، سیاست‌های کارآفرینی راهگشا بوده و مبنای فعالیت سیاست‌گذاران می‌شود؛ اما در مراحل راه‌اندازی کسب و کار و پس از آن (سمت راست تصویر فوق) برای حمایت از کسب و کارها و توسعه آنها بیشتر نیازمند تنظیم سیاست‌های کسب و کار هستیم.

درک فرایند فوق برای سیاست‌گذاری حائز اهمیت است؛ چرا که عمدتاً سیاست‌گذاران بدون توجه به این موضوع، با هدف توسعه کارآفرینی به تنظیم سیاست‌هایی اقدام می‌کنند که در نهایت بر کسب و کارها متمرکز می‌شوند نه کارآفرینی. بدیهی است بی‌توجهی به تفاوت سیاست‌های کارآفرینی و کسب و کار، به انتخاب اشتباه مؤلفه‌های اصلی در سیاست‌گذاری از جمله اهداف، تمرکز، اولویت‌ها، ابزار و ... منجر می‌شود و در نهایت نتایجی غیر از توسعه کارآفرینی به همراه دارد. از طرفی دیگر همان‌طور که در شکل ۱ مشخص شده، در توسعه کسب و کارها، ابتدا بایستی به کارآفرینی توجه کنیم. در واقع سیاست‌های کارآفرینی، مقدم بر سیاست‌های کسب و کار هستند و بدون توجه به سیاست‌های کارآفرینی، نمی‌توان به توسعه کسب و کار دست یافت. به همین دلیل است که سیاست‌های کارآفرینی بیشتر در بلندمدت تنظیم شده و تمرکز آن بر ایجاد فرهنگ مطلوب کارآفرینانه بین عموم جامعه است؛ در حالی که سیاست‌گذاری کسب و کار علاوه بر اینکه در کوتاه‌مدت تنظیم می‌شود، بر شرکت‌ها متمرکز است.

ذکر این نکته نیز ضروری است که سیاست‌های کارآفرینی و کسب‌وکار، در مرحله‌ای که با یکدیگر تلاقی پیدا می‌کنند (مرحله راه‌اندازی در شکل ۱)، و هم‌پوشانی دارند. در این مرحله نمی‌توان مرز مشخصی بین سیاست‌گذاری کارآفرینی و کسب‌وکار مشخص کرد. در فرایند کارآفرینی، ابتدا فرد فرصت مناسبی را تشخیص داده، با توجه به آن، منابع لازم را گردآوری می‌کند. در این مراحل، سیاست‌های کارآفرینی از قبیل ترویج و تشویق به کارآفرینی، الگوسازی، توسعه مهارت‌ها و ... برای فرد راهگشاست.

در گام بعد، فرد اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار می‌کند. در این گام نیازهای فرد کارآفرین، تغییر یافته و سیاست‌های کارآفرینی به‌نهایی پاسخگوی این نیازها نخواهد بود؛ همچنین تنظیم سیاست‌های کسب‌وکار از جمله تأمین مالی، کمک‌های مالیاتی، بهبود رقابت‌پذیری، توسعه فناوری، بازار و ... برای کسب‌وکار حائز اهمیت می‌شود.

بدیهی است سیاست‌های تنظیمی باید منطبق با این فرایند بوده و هریک از ابزارها و اولویت‌های سیاستی منطبق با اهداف خاص در هر گام از فرایند کارآفرینانه باشد. همچنان که پس از راه‌اندازی کسب‌وکار، سیاست‌های توسعه کسب‌وکار از اهمیت و اولویت برخوردار می‌شوند و پیش از راه‌اندازی کسب‌وکار، سیاست‌های عام کارآفرینی.

به رغم اهمیت این موضوع، در پژوهش‌های پیشین و بیانیه‌های سیاستی ارائه شده سازمان‌ها و پژوهشگران، عمدتاً به این موضوع توجه نکرده و سیاست‌های پیشنهادی را به‌طور عام و گسترده عرضه کرده‌اند. در حالی که نتایج این بخش بیانگر آن است که باید بین سیاست‌های کارآفرینی و کسب‌وکار تفکیک قائل شد.

۹. نتیجه و توصیه‌های سیاستی

در حال حاضر سیاست‌گذاری کارآفرینی به‌عنوان حوزه‌ای در حال ظهور از جریان سیاست‌گذاری اقتصادی است که به‌خوبی توسعه نیافته است (Shankar & Nithyananda, 2017: 186). کارآفرینی از موضوعات کلیدی است که در حوزه سیاست‌گذاری در دهه‌های اخیر به آن توجه نشده (Norback et al., 2014). سیاست‌گذاری کارآفرینی نیز موضوع جدیدی است که سابقه محدودی در پژوهش و اجرا دارد اما با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع، ضرورت تدوین سیاست متناسب از اهمیت بالایی برخوردار است و بر تسهیل شرایط برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در بسیاری از سیاست‌های دولت‌ها تأکید شده است (Acs, 2016: 57).

بر این اساس، هدف این پژوهش، تبیین مبانی فکری سیاست‌گذاری کارآفرینی است که بر مبنای تحلیل اسناد مرتبط با سیاست‌گذاری کارآفرینی انجام شده است. مطالعات نشان می‌دهد در بسیاری از پژوهش‌ها و بیانیه‌های سیاست‌گذاری، به رغم تشخیص اهمیت سیاست‌های کارآفرینانه، توجه چندانی به آن نشده و تنها به سیاست‌های توسعه کسب‌وکار پرداخته‌اند. این در حالی است که سیاست‌گذاری کارآفرینی مفهومی گسترده‌تر از سیاست‌گذاری کسب‌وکار است. به رغم وجود شباهت‌هایی بین سیاست‌گذاری کارآفرینی و کسب‌وکار، تفاوت‌های قابل توجهی نیز بین این دو نوع سیاست وجود دارد.



سیاست‌گذاری کارآفرینی بر خلاف سیاست‌گذاری کسب و کار، بر افراد و کیفیت فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید دارد و به ایجاد شرایط مناسب راه‌اندازی و توانمندسازی شرکت‌های با رشد بالا می‌پردازد. از آنجا که سیاست‌های کارآفرینی نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت و حمایت بخش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، قانونی و مالی است، در مراحل سه‌گانه تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست‌ها، با چالش‌های فراوانی همراه است. بنابراین ضروری است که به رغم تشابهات و ارتباط نزدیک بین سیاست‌های کارآفرینی و سایر موضوعات مشابه از جمله سیاست‌های توسعه کسب و کار و بهبود محیط اقتصادی، از لحاظ مفهومی و نظری تفاوت‌های این مفاهیم مشخص شوند.

در این پژوهش پس از تعریف کارآفرینی و سیاست‌گذاری کارآفرینی، مبانی نظری و تاریخچه موضوع عرضه‌شده و ضمن بررسی اهمیت و ضرورت سیاست‌گذاری کارآفرینی به‌عنوان مفهومی مستقل، ماهیت و ویژگی‌های آن تبیین شد. سپس دو حوزه سیاست کارآفرینی و کسب و کار، از نظر تعریف و مفهوم، قلمرو، ابعاد و ویژگی‌ها، اهداف و نحوه ارزیابی سیاست‌ها؛ بررسی و جنبه‌های مختلف آن آشکار شد.

هرچند سیاست کارآفرینی با دیگر موضوعات از جمله سیاست اقتصادی یا سیاست کسب و کارهای کوچک و متوسط تشابه داشته و در پارهای اوقات هم‌پوشانی نیز دارد اما نتایج این تحقیق مؤید آن است که سیاست کارآفرینی موضوعی منحصر به فرد بوده و نسبت به سایر سیاست‌ها از نظر اهداف، نتایج، تمرکز، اولویت در مراحل چرخه کسب و کار، ابزار سیاست‌گذاری، نحوه ارزیابی و دوره زمانی دستیابی به نتایج تفاوت‌های قابل توجهی دارد.

سیاست کارآفرینی به دنبال ارتقای کیفیت و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه است؛ در حالی که سیاست اقتصادی در پی افزایش شاخص‌های کمی از قبیل بهبود بهره‌وری و رشد شرکت‌هاست. هدف سیاست کارآفرینی، ایجاد فضا، فرهنگ مطلوب کارآفرینانه و ترویج کارآفرینی در جامعه است که با تشویق افراد به شروع کسب و کار، ایجاد فرصت یادگیری و توسعه مهارت‌ها و توانمندسازی آنها همراه است؛ در حالی که سیاست کسب و کار به دنبال نوسازی کسب و کارها و بهبود رقابت‌پذیری آنهاست. بنابراین این نوع سیاست بر شرکت‌ها متمرکز است در حالی که سیاست کارآفرینی بر افراد.

ابزارهای سیاست‌های کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط نیز با یکدیگر متفاوت است به نحوی که برای سیاست‌گذاری کارآفرینی بیشتر از ابزارهای سیاستی نرم نظیر کمک به شبکه‌سازی، توانمندسازی، تعامل، مشارکت و ترویج کارآفرینی استفاده می‌شود؛ اما در سیاست کسب و کارهای کوچک و متوسط بر استفاده از ابزارهای سیاستی سخت نظیر تأمین مالی، دسترسی به منابع فیزیکی و اطلاعاتی، توسعه فناوری و ... تأکید می‌شود. افق زمانی دستیابی به نتایج در سیاست‌های کسب و کار، کوتاه‌مدت است در حالی که چشم‌انداز زمانی فرایند سیاست کارآفرینی در بلندمدت تعریف می‌شود.

ارزیابی سیاست‌های مرتبط با کسب و کارهای کوچک و متوسط بسیار ساده‌تر از سیاست‌های کارآفرینی است. عمدتاً برای ارزیابی نتایج سیاست‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط از ابزارهای کمی استفاده می‌شود؛ اما ارزیابی سیاست‌های کارآفرینی با استفاده از متغیرهای کیفی انجام می‌شود که عمدتاً این متغیرها واضح و روشن نیست.



ضرورتاً سیاست‌گذاری کارآفرینی مقدم بر سیاست‌گذاری کسب و کار است و از لحاظ زمانی، ابتدا باید به سیاست‌گذاری کارآفرینی توجه کرد. همان‌طور که در شکل ۱ بررسی شد، در مراحل اولیه فرایند کارآفرینی، سیاست‌های کارآفرینی راهگشاست اما در مراحل راه‌اندازی کسب و کار و پس از آن نیازمند تنظیم سیاست‌های کسب و کار هستیم.

بدیهی است نسبت به سیاست‌های کسب و کار، مخاطبان سیاست‌های کارآفرینی تعداد بیشتری هستند (تمام افراد جامعه) چرا که احتمالاً در آینده قصد راه‌اندازی کسب و کاری را خواهند داشت (کارآفرینان بالقوه)؛ اما مخاطب سیاست‌های کسب و کار، شرکت‌های تازه راه‌اندازی شده یا در حال فعالیت هستند (کارآفرینان بالفعل).

با توجه به این موضوع، گستره سازمان‌ها و نهادهای درگیر در فرایند سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌های کارآفرینی نیز بسیار بیشتر از سیاست‌های کسب و کار خواهد بود. از آنجا که سیاست‌های کارآفرینی بیشتر بر فرهنگ‌سازی، توانمندسازی، ترویج و توسعه کارآفرینی برای افراد متمرکز است، بنابراین سازمان‌های متعددی در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، قانونی، سیاسی و فناوری درگیر تدوین و اجرای سیاست‌های کارآفرینی می‌شوند. از جمله این نهادها می‌توان از سازمان‌های فعال در حوزه‌های آموزش، فرهنگ، رسانه‌ها، سازمان‌های بخش عمومی، نهادهای تصمیم‌ساز در بخش‌های مختلف حاکمیتی، نهادهای مالی و اقتصادی نام برد؛ اما برای سیاست‌های توسعه کسب و کار؛ نهادهای مالی، بازرگانی و اقتصادی سهم بیشتری خواهند داشت.

نتایج این تحقیق با پژوهش فوس و همکاران (۲۰۱۸) و مینتروم و همکاران (۲۰۱۷ و ۲۰۱۴) در زمینه سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی، آکس و همکاران (۲۰۱۶، ۲۰۰۸ و ۲۰۰۷) در رابطه با ارتقای وضعیت اکوسیستم کارآفرینی و ایجاد شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی از طریق سیاست‌گذاری عمومی هم‌راستا است و نیز از منظر اهمیت نقش دولت و نهادهای بخش عمومی در توسعه کارآفرینی با پژوهش‌های پیچ و همکاران (۲۰۱۷) و وانگ و همکاران (۲۰۱۳) هم‌جهت است. هرچند تفاوت آشکاری بین پژوهش‌های یادشده و این پژوهش وجود دارد؛ چرا که در این تحقیقات بیشتر بر توسعه کسب و کارها از طریق بهبود محیط کلان اقتصادی، عوامل نهادی، روابط و هماهنگی‌های درون‌سازمانی و گروه‌های ذینفع تأکید شده است، در حالی که نتایج پژوهش حاضر مؤید آن است که برای سیاست‌گذاری کارآفرینی باید اهداف، ابزارها، بازیگران، دوره زمانی و نتایج متفاوتی در نظر گرفته شود.

نتایج این تحقیق در خصوص توانمندسازی افراد و توسعه روش‌های آموزشی با یافته‌های آدیا و همکاران (۲۰۱۶) در زمینه آموزش مهارت‌های اصلی برای توسعه کارآفرینی و نتایج ردفور (۲۰۱۲) در خصوص توسعه مهارت‌های مالی، حقوقی، مدیریتی، بازاریابی و نقش نهادهای توانمندساز در عرصه ارتقای منابع انسانی، با یافته‌های هنریکسون و استنکولا (۲۰۱۰) در زمینه رابطه کارآفرینی و سیاست‌گذاری، نتایج لندستروم و استیونسون (۲۰۱۷، ۲۰۰۵، ۲۰۰۳) و (۲۰۰۱) در خصوص تبیین سیاست‌گذاری کارآفرینی، با یافته‌های آدرچ و توریک (۲۰۰۱) در زمینه مقایسه منابع رشد در اقتصاد مدیریت‌شده و اقتصاد کارآفرینانه هم‌راستا است اما با نتایج آدرچ و همکاران (۲۰۰۷) در خصوص تبیین سیاست کارآفرینی و ارائه چارچوب سیاستی توسعه



کارآفرینی متفاوت است چراکه سیاست‌های پیشنهادی آنها برای توسعه کارآفرینی، از جنس سیاست‌های توسعه کسب و کار است (مواردی از قبیل توسعه فناوری، دسترسی به منابع، سیاست رقابت و قانون‌گذاری، تشکیلات نهادی و بهبود محیط کسب و کار).

انجام این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بوده است که از مهمترین آنها، می‌توان به سابقه کم تحقیقات دانشگاهی در موضوع تحقیق و نبود مدل، چارچوب یا حتی دیدگاهی جامع برای سیاست‌گذاری کارآفرینی اشاره کرد. همچنین ماهیت گذشته‌نگر جمع‌آوری داده‌ها نیز محدودیت دیگر این پژوهش بوده است.

باتوجه به نتایج، توصیه‌های سیاستی برای سیاست‌گذاری کارآفرینی عرضه می‌شود:

- از آنجا که هدف اصلی سیاست‌گذاری کارآفرینی، رشد فعالیت‌های کارآفرینانه افراد است، سیاست‌گذاران به جای تدوین سیاست‌هایی برای رشد شرکت‌ها باید به افراد و رفتار آنها توجه بیشتری داشته و هدف نهایی‌شان، بهبود رفتارهای کارآفرینانه افراد باشد.

- برای ایجاد رفتارهای کارآفرینانه، به بهبود نگرش‌های کارآفرینانه نیاز داریم. بدین منظور، ایجاد برنامه‌های آموزش کارآفرینی در بخش‌های مختلف جامعه، ایجاد مراکز مشاوره کارآفرینی و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه افراد ضروری است.

- ایجاد فضا و فرهنگ مطلوب برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه نیز اهمیت زیادی دارد. برای توسعه فرهنگ کارآفرینانه به الگوسازی، توسعه ویژگی‌های عمومی کارآفرینی، حمایت رسانه‌ها، سازمان‌های بخش عمومی و نهادهای اجتماعی نیازمندیم.

- همان‌طور که پیش از این مطرح شد، برای سیاست‌گذاری کارآفرینی باید به گام‌های نخستین فرایند کارآفرینی توجه شود. ایجاد هوشیاری کارآفرینانه نسبت به فرصت‌های موجود در جامعه و فراهم کردن شرایط مناسب برای تشخیص فرصت‌ها در این گام اهمیت زیادی دارد. بخشی از فعالیت سازمان‌های حمایتی باید به شناسایی و معرفی فرصت‌های کارآفرینانه اختصاص یابد. همچنین توزیع عادلانه منابع، امکانات و اطلاعات نیز انگیزه بیشتری برای تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها ایجاد می‌کند.

- عموماً دولت‌ها و بانک‌ها به دلیل سیاست‌های اشتغال، اعتبار بیشتر و اطمینان از بازگشت وام‌های تخصیص داده‌شده، از شرکت‌ها و کسب و کارهای بزرگ حمایت می‌کنند؛ اما لازم است بخشی از بودجه و اعتبارات به توسعه روش‌های نوین تأمین مالی کارآفرینانه به منظور تسهیل دسترسی به وام‌های کوچک و سرمایه‌های خرد تخصیص یابد.

- همچنین اولویت سیاست‌گذاری کارآفرینی نیز کاهش موانع ورود کارآفرینان به بازار، تسهیل دسترسی به منابع مالی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای، تسهیل شبکه‌سازی برای ترویج مشارکت و تعامل، افزایش فرصت یادگیری و مهارت‌راه‌اندازی کسب و کار، ارتقای کیفیت خدمات حمایتی و ایجاد هوشیاری کارآفرینانه باشد.

- ارزیابی سیاست‌های کارآفرینانه با استفاده از شاخص‌های کیفی و با هدف افزایش عرضه کارآفرینان کارآمد و ماهر در دوره‌های زمانی بلندمدت باشد.



کتابنامه

- اشتراوس، انسلم و جولیت کوربین. ۱۳۹۴. مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران، نشر نی
- حسینی، سید شمس‌الدین. افسانه شفيعی و داود خانی. ۱۳۹۱. «نقش و جایگاه دولت در اقتصاد، از نظریه تا عمل با تاکید بر سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی». تهران: معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی
- دانایی‌فرد، حسن. ۱۳۸۸. «روشناسی تدوین خط‌مشی ملی کارآفرینی کشور: چارچوب مفهومی». توسعه کارآفرینی، سال ۲، شماره ۶، صص ۱۵۵-۱۲۵
- دانایی‌فرد، حسن. ۱۳۹۲. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار. چاپ دوم
- صادقی فسایی، سهیلا. ایمان عرفان منش. ۱۳۹۲. «مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی». راهبرد فرهنگ. شماره ۲۹، صص. ۹۲-۶۱.
- کرسول، جان. ۱۳۹۱. پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی. ترجمه حسن دانایی‌فرد، حسین کاظمی، تهران: انتشارات صفار. ویرایش دوم.
- Acs, Z. J., Szerb L., Autio E. 2016. "Enhancing Entrepreneurship Ecosystems. A "Systems of Entrepreneurship" Approach to Entrepreneurship Policy. In: Global Entrepreneurship and Development Index 2015". *Springer Briefs in Economics*. Springer, Cham.
- Acs, Z. J. & Szerb, L., 2007. "Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy", *Small Business Economics*, 28: 109-122. Springer 2006. DOI 10.1007/s11187-006-9012-3.
- Acs, Z. J. & Virgill, N. 2010. "Entrepreneurship in Developing Countries".
- Acs, Z. J. & Stough, R. R. 2008. "Public Policy in an Entrepreneurial Economy: Creating the Conditions for Business Growth", Springer
- Ahmed, J. U. 2010. Documentary Research Method: New Dimensions. *Indus Journal of Management & Social Science*. Volume 4. pp. 1-14.
- Anderson, J. E. 2004. "Public policy making", New York: Houghton Mifflin.
- Audretsch, D. B. and Thurik, R. 2001. "What is new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies". *Industrial and Corporate Change*, 10, 267-315.
- Audretsch, David B. Grilo, Isabel and Thurik, A. Roy, 2007. Handbook of research on Entrepreneurship Policy, "Explaining entrepreneurship & the role of policy: a framework", Edward Elgar Publishing, Inc.
- Bailey, K. D. 1994. *Methods of Social Research*. New York: The Free Press.
- Baldwin, J. 1999. "A Portrait of Entrants and Exits". Research Paper No. 121. Micro-Economic Analysis Division. Ottawa: Statistic s Canada. June.
- Bosma, N., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. 2008. "Global Entrepreneurship Monitor 2007 executive report". London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Coduras, A., Alvarez, C., Urbano, D., Ruiz-Navarro, J., 2011. "Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 18 Iss 1. pp. 120 – 140.
- Considine M, Lewis J and Alexander D 2009. "Networks, Innovation and Public Poli-



- cy: Politicians, Bureaucrats and the Pathways to Change inside Government”. New York: Palgrave Macmillan.
- Foss, L. Henry, C. & Ahl, H. & Mikalsen, G. H. 2018. “Women’s entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence”, *Small Business Economics*. 1-22.
- Hart, D.M. Ed. 2003. “The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy”, Cambridge University Press: Cambridge.
- Henrekson, M. & Stenkula, M. 2010. “Entrepreneurship & Public Policy”, Handbook of Entrepreneurship Research.
- Henry, C., Orser, B., Coleman, B., & Foss, L. 2017. “Women’s Entrepreneurship Policy: a 13 Nation Cross-Country Comparisons”, International Journal of Gender and Entrepreneurship.
- Hoffmann, A. N., 2007. “A rough guide to entrepreneurship policy”, in Audrestch, D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R eds. Handbook of Entrepreneurship Research. Chapter 8. pp. 140-172.
- Hölzl, W. 2010. “The Economics of Entrepreneurship Policy: Introduction”. *Journal of Industry, Competition and Trade* 103, 187-197.
- Lundstrom. A. & Stevenson. L. 2005. “Entrepreneurship Policy: Theory & Practice”, Kluwer Academic Publishers.
- Lundstrom, A. 2003. “Towards an Entrepreneurship Policy - A Nordic Perspective”. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.
- Lundstrom. A. & Stevenson. L. 2001. “Entrepreneurship Policy for the Future: Best Practice Components”.
- Lundström, A., Vikström, F. M., Meuleman, M., Glodek, Storey, D. & Kroksgård, A. 2017. “Measuring the Costs and Coverage of SME and Entrepreneurship Policy: A Pioneering Study”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 384, 941–957.
- Mintrom, M. & Luetjens, J. 2017. “Policy entrepreneurs and problem framing: The case of climate change”, *Environment and Planning C: Politics and Space*, 0 0 1–16.
- Mintrom, M., Salisbury, C., and Luetjens. J. 2014. “Policy entrepreneurs and promotion of Australian state knowledge economies”. *Australian Journal of Political Science*, 493: 423–438.
- Norback, J., Persson, I., Douhan, R. 2014. “Entrepreneurship Policy and Globalization”. *Journal of Development Economics*, doi: 10.1016/j.jdeveco.
- OECD 2007. “OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship Policies and Programmes”. – ISBN 978-92-64-04008-3.
- Qian, H., and Li, H., 2008. “The impact of sector specialization on Entrepreneurial Activity” 95-115.
- Redford, D. T., 2012. “Entrepreneurship and Public Policy for today and tomorrow’s Portuguese Republic”.
- Reynolds, Paul D., M. Hay and S.M.Camp 1999. “Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report. Babson College”, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and the London Business School.
- Reynolds, P.D., Bosma, N., Autio, E., 2005. “Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998–2003”. *Small Business Economics*, Vol. 24. pp. 205 –231.
- Rocha, H., and Birkinshaw, J. 2007. “Entrepreneurship Safari: A Phenomenon-Driven



- Search for Meaning”, *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 33, 205-255.
- Shane, S. A. 2008. “The Illusions of Entrepreneurship”. New Haven and London: Yale University Press.
- Shankar, R. K., and Nithyananda, K. V., 2017. “Developing Entrepreneurship Policy in India: Looking for Order in Chaos”, Twelfth Biennial Conference on Entrepreneurship. 185-192.
- Stenholm, J. Acs, Z. J., & Wuebker, R. 2013. “Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity”. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176-193.

