

واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی

رضوان قنبری^{۱*}، حسین آگهی^۲، امیرحسین علی بیگی^۳، کیومرث زرافشانی^۴

۱. استادیار گروه توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه
۲. دانشیار گروه ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه
۳. دانشیار گروه ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه
۴. دانشیار گروه ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۲۶

چکیده

استفاده از سیاست‌های مناسب برای دستیابی به توسعه اکوسیستم کارآفرینی اهمیت بسیاری دارد. دولت یکی از عوامل کلیدی در توسعه کارآفرینی است که با تدوین و اجرای خط‌مشی‌های مناسب، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کند؛ بنابراین، هدف از پژوهش حاضر واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی است. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) است. برای واکاوی سیاست‌ها از روش پژوهش تحلیل محتوا و به‌منظور اولویت‌بندی برنامه‌های توسعه از مدل تصمیم‌گیری مجموع وزنی سلسله‌مراتبی (HAW) و روش وزن‌دهی آنتروپی شانون استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد سیاست‌های کلان ملی شامل قانون اساسی، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و سیاست‌های آن و سیاست‌های برنامه‌های توسعه، حامی کارآفرینی هستند. از نظر توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی، برنامه چهارم در اولویت اول داشت و سپس برنامه‌های دوم، اول، پنجم و سوم قرار داشتند. در نتیجه، روند توجه به کارآفرینی در برنامه‌های توسعه دوم و چهارم کشور روندی تقریباً صعودی داشته است و در دو برنامه سوم و پنجم شیب پایین‌رونده داشته است که بیانگر کم‌رنگ‌تر شدن توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در تفکر سیاست‌گذاران است. بر اساس اوزان محاسبه‌شده، توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی یکسان نبوده و بعد حمایتی در مقایسه با دیگر ابعاد اهمیت کمتری داشته است.

واژه‌های کلیدی: اکوسیستم، اکوسیستم کارآفرینی، تحلیل محتوا، سیاست.

مقدمه

در سال‌های اخیر به‌رغم تلاش‌های فراوان در راستای توسعه کارآفرینی، رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در کشور مشاهده نمی‌شود. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان در ایران با موانعی همچون دگرگونی سیاست‌های دولت، به‌کارگیری سیاست‌های سلیقه‌ای، ناسالم‌بودن محیط کسب‌وکار، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، وجود قوانین نامناسب و غیرحمایتی، نبود اطمینان محیطی، نبود زیرساخت‌های تجاری، نبود حمایت‌های اجتماعی و فرهنگی از کارآفرینی، نامناسب‌بودن بازار، بهره‌بالاتی و وام‌های بانکی و... روبه‌رو هستند که فضای نامساعد کسب‌وکار را پیش روی آن‌ها قرار داده است (محمدی الیاسی و نوتاش، ۱۳۹۰).

این مشکلات موجب شده است بیشتر کارآفرینان بالقوه انگیزه‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود نداشته باشند و کسانی که فعالیتی کارآفرینانه انجام داده‌اند در میانه راه متوقف شوند یا سرانجام کار خود را رها کنند. براساس گزارش بانک جهانی (۲۰۱۵)، دشواری آغاز کسب‌وکار در ایران طی یک سال گذشته افزایش یافته است. ایران از لحاظ شاخص آغاز کسب‌وکار در رتبه ۸۷ قرار دارد که نسبت به سال گذشته پنج پله نزول داشته است. در کل فضای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه امروز ایران سبب انگیزش افراد در راستای کارآفرینی نیست (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹). در نتیجه، این پرسش مطرح می‌شود که چرا به‌رغم اهتمام مسئولان کشور و تأکید برنامه‌های توسعه اقتصادی کشور در زمینه خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی و توسعه کارآفرینی، هنوز پیشرفت چشمگیری مشاهده نمی‌شود (فرجی و همکاران، ۱۳۹۰؛ نیازی و کارکنان، ۱۳۹۰؛ احمدی، ۱۳۹۰). در پاسخ به این پرسش باید گفت در نظام ملی توسعه کارآفرینی در کشور ما رهیافتی جامع‌نگر وجود ندارد (نقشه توسعه کارآفرینی کشور، ۱۳۹۰). فقط تشویق برخی از افراد به سمت کارآفرینی و حمایت مراکز رشد برای ترویج کارآفرینی کافی نیست. توسعه کارآفرینی به آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی نیاز دارد. در نتیجه، توسعه کارآفرینی در کشور مستلزم نگاه نظام‌مند مسئولان به کارآفرینی است، به‌طوری‌که به عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و

مقرراتی مرتبط با کارآفرینی به‌طور هم‌زمان توجه کنند و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی همه ابعاد را در نظر بگیرند؛ بنابراین، توسعه کارآفرینی به شبکه‌ای از عناصر مختلف نیاز دارد که آیزنبرگ (۲۰۱۱) این شبکه را اکوسیستم کارآفرینی^۱ می‌نامد. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسساتی اشاره دارد که می‌توانند همچون محرک یا مانعی در جهت کارآفرین شدن افراد عمل کنند. این اکوسیستم دربرگیرنده صدها مؤلفه است که در شش قلمرو اصلی بازار،^۲ سیاست،^۳ سرمایه مالی،^۴ فرهنگ،^۵ حمایت‌ها^۶ و سرمایه انسانی^۷ گروه‌بندی می‌شود.

بنابراین، اتخاذ سیاست‌های مناسب برای دستیابی به توسعه اکوسیستم کارآفرینی اهمیت بسیاری دارد. سیاست‌های دولت تعیین‌کننده‌های واقعی تقاضا برای کارآفرینی است و در مقیاس زمانی بلندمدت عرضه کارآفرینان را شکل می‌دهد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

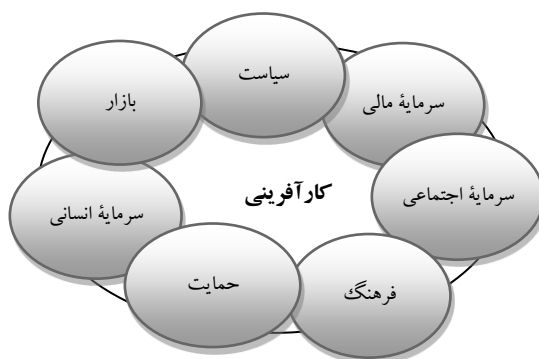
مفهوم اکوسیستم کارآفرینی: اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به‌ویژه برای کسب و کارهای جدید فناوری مدار ظهور یافت (Roberts & Eesley, 2009). براساس تجربیات به‌دست آمده در چندین منطقه آمریکا در زمینه اکوسیستم کارآفرینی، بیشتر تعاریف توافق دارند که اکوسیستم کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از عوامل مختلف به‌هم‌وابسته درون یک ناحیه خاص است که حداقل شامل این عناصر می‌شود: دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی، منابع انسانی واجد شرایط، شبکه‌های رسمی و غیررسمی، دولت‌ها، سرمایه‌گذاران مالک، سرمایه، ارائه‌دهندگان خدمات حرفه‌ای و فرهنگ کارآفرینی که با همه این عوامل‌ها به روش پویا و باز ارتباط دارد (West & Bamford, 2005). کوهن (۲۰۰۶) هفت عامل اصلی را مؤلفه‌های کلیدی در تشکیل یک اکوسیستم کارآفرینی پایدار

-
1. Entrepreneurial Ecosystem
 2. Market
 3. Policy
 4. Finance
 5. Culture
 6. Supports
 7. Human Capital

دانست: شبکه رسمی، شبکه غیررسمی، دانشگاه، دولت، خدمات حمایتی و حرفه‌ای، خدمات مالی و استعدادهای موجود. براساس ماهیت بسیاری از مؤلفه‌های یادشده، درمجموع هر اکوسیستم با روش خاصی عوامل موجود در منطقه را با یکدیگر ترکیب می‌کند؛ بنابراین، مؤلفه‌های اصلی اکوسیستم‌ها یکسان هستند، اما با توجه به اینکه هر کشوری شرایط زمینه‌ای خاص خود را دارد، آزمایش این اکوسیستم در کشورهای مختلف با ریسک همراه است (Kantis & Federico, 2011). آیزنبرگ (۲۰۱۱) نظام جامعی را برای تشخیص و رشد اکوسیستم‌های کارآفرینی توسعه داد. طبق دیدگاه آیزنبرگ (۲۰۱۱)، چنین اکوسیستمی شامل صدها مؤلفه است که در شش قلمرو اصلی گروه‌بندی می‌شوند:

۱. بازار (مشتری‌های اولیه و شبکه‌هایی همچون شبکه‌های کارآفرینی و شرکت‌های بین‌المللی)؛
۲. سیاست (شیوه‌های رهبری مستحکم و حمایت از ساختارهای دولت در قالب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق‌ها و قانون‌گذاری سرمایه‌پسند)؛
۳. سرمایه مالی (وام‌های خرد، تأمین بودجه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و سرمایه‌گذاران فرشته)؛
۴. فرهنگ (موفقیت‌های قابل مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛
۵. حمایت‌ها (زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای مانند قانونی و حسابداری و سازمان‌های غیردولتی)؛
۶. سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار).

همان‌طور که بیان شد، این مدل شامل شش مؤلفه سرمایه مالی، فرهنگ، بازار، سرمایه انسانی، حمایت و سیاست می‌شود، اما محقق پس از بررسی‌های متعدد در ادبیات تحقیق و بررسی کامل ابعاد اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ (۲۰۱۱) نتیجه گرفت با توجه به شرایط ایران و اهمیت عنصر سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینان (Batjargal & Liu, 2004; Kwon & Arenius, 2010; Lindstrand & et al., 2011; Jawahar & Nigama, 2011; Santarelli & Tran, 2012)، نظام سرمایه اجتماعی نیز برای تکمیل مدل باید به این اکوسیستم اضافه شود.



شکل ۱. قلمرو اکوسیستم کارآفرینی (چارچوب مفهومی تحقیق)

سیاست کارآفرینی

سیاست در معنای عام هرگونه راهبرد و روش برای اداره یا به‌کرد هر امری (چه شخصی و چه اجتماعی) است و در معنای خاص اموری است که به دولت و مدیریت و تعیین شکل و مقاصد و چگونگی فعالیت دولت مربوط باشد (نوذری، ۱۳۸۷). سیاست عمومی به معنی استفاده عمده از قدرت دولت برای اثرگذاری بر عملکرد اجتماعی، شبیه تغییر در تعداد کسب‌وکارهای کارآفرینانه است و حکمرانی به اقدام جمعی هوشیارانه اشاره دارد که از سوی دولت گسترش می‌یابد (Lundström & Stevenson, 2001)؛ مانند گسترش ظرفیت‌های کسب‌وکار، گروه‌های اجتماعی و مؤسسات آموزشی که در زمینه کارآفرینی وجود دارند. سیاست کارآفرینی در ادبیات کارآفرینی و در سطح بین‌المللی به حوزه مورد علاقه افراد تبدیل شده است. فعالیت‌های شایان توجهی در اتحادیه اروپا و هریک از دولت‌های عضو در زمینه سیاست کارآفرینی صورت گرفته است (Lundström & Stevenson, 2005)، هرچند تاکنون حوزه سیاسی بسیار خوب تعریف نشده است. اکنون بسیاری از کشورها نتیجه گرفته‌اند که به ایجاد اقتصاد کارآفرینانه پویا و رقابتی نیاز دارند، اما آن‌ها اغلب به دلیل نبود تعریفی از مفهوم کارآفرینی، نبود وضوح سیاست کارآفرینی و نبود دانش در مورد پاسخ به ظهور جامعه کارآفرینانه، نمی‌توانند اقدامی انجام دهند (Tsai & Kuo, 2011).

سیاست کارآفرینی بر دو مسئله اصلی تمرکز می‌کند: امیدبخشی بیشتر کارآفرینان برای

ورود به بازار و ایجاد رشد در کسب‌وکارهای جدید. هدف از این سیاست ارتقای حیات کارآفرینی به‌واسطه انگیزش و تجهیز کارآفرینان با مهارت‌های ضروری برای موفقیت اقتصادی است. به‌علاوه، دولت‌ها باید محیط حمایتی را فراهم کنند تا کسب‌وکارها شروع شوند، رونق یابند و ماندگار بمانند (Dennis, 2000). لانداسترام و استونسون (۲۰۰۵) معتقدند سیاست کارآفرینی مؤثر نه تنها مردم بیشتری را به در نظر گرفتن کارآفرینی به‌عنوان یک گزینه تشویق می‌کند، بلکه ورود به مراحل اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار واقعی را تسهیل می‌کند؛ بنابراین، هدف از سیاست کارآفرینی ایجاد محیط و حمایت نظام‌مند است که ظهور کارآفرینان جدید و رشد مرحله اولیه شرکت‌های جدید را فراهم می‌کند.

لانداسترام و استونسون (۲۰۰۱) به بررسی ده اقتصاد استرالیا، کانادا، فنلاند، ایرلند، هلند، اسپانیا، سوئد، تایوان، انگلستان و ایالات متحده آمریکا پرداختند. آن‌ها بعد از بازدید از هر کشور، انجام‌دادن مصاحبه‌هایی با مأموران دولتی و انجمن‌های کسب‌وکار و دانشگاهی و مرور متن‌های سیاسی دولت به‌طور جامع توانستند «بهترین اقدام» را که در هر یک از نواحی سیاست کارآفرینی تجربه شده بود، جمع‌آوری کنند. درنهایت، آن‌ها اقدامات سیاسی را که اهداف توسعه کارآفرینی را حمایت می‌کند در شش طبقه اصلی تشویق، آموزش کارآفرینی، کاهش موانع ورود، سرمایه راه‌اندازی، حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکار و تشخیص گروه‌های هدف طبقه‌بندی کردند.

در مجموع، دولت‌ها می‌توانند با تدوین سیاست‌های مختلف از توسعه کارآفرینی حمایت کنند و بستر مورد نیاز برای موفقیت کارآفرینان را فراهم آورند. به اعتقاد متخصصان کارآفرینی، مسئولان کشور و نظام نقش بسیار مهمی در توسعه کارآفرینی در جامعه دارند. (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶). یکی از علل مشکلات کارآفرینان، نامناسب بودن سیاست‌های اتخاذ شده برای توسعه کارآفرینی در ایران است. در نتیجه، این پرسش‌ها مطرح می‌شوند: ۱. آیا اسناد سیاستی کلان کشور پشتیبان اکوسیستم کارآفرینی هستند؟ ۲. وضعیت سیاست‌های دولتی از نظر توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی چگونه بوده است؟ ۳. اولویت و روند میزان توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در دوره‌های مختلف برنامه‌ریزی جمهوری اسلامی ایران چگونه بوده است؟ براین اساس، هدف پژوهش حاضر واکاوی وضعیت اکوسیستم کارآفرینی در محتوای اسناد سیاستی کلان و بخشی و تعیین ارجحیت برنامه‌های پنج‌ساله نظام جمهوری اسلامی ایران بدین لحاظ است.

روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) است. به منظور دستیابی به هدف، در بخش حاضر از روش تحلیل محتوای کمی و آنتروپی شانون (۱۹۴۸) برای واکاوی محتوای سیاست‌ها در تطابق با ابعاد اکوسیستم کارآفرینی استفاده شد. در این تحقیق، منظور از سیاست‌ها، اسناد سیاستی است و اسناد سیاستی اطلاعات مکتوبی است که فرایند و نتایج تحلیل سیاستی را مشخص می‌کند. این اسناد شامل هرگونه توصیه عملی می‌شود. جامعه مورد بررسی این تحلیل شامل سند قانون اساسی، سند چشم‌انداز بیست ساله و اسناد برنامه‌های پنج‌ساله توسعه است. برای روایی تحلیل محتوا، نتایج بررسی‌ها در اختیار برخی از متخصصان کارآفرینی قرار گرفت و از سوی آن‌ها تأیید شد. برای پایایی تحلیل محتوا، کدگذاری تکرار شد و از ضریب پایایی اسکات استفاده شد که بیش از ۰/۶ به دست آمد و نشان‌دهنده پایایی قابل قبولی است.

در تحلیل محتوای سندها (برنامه اول تا پنجم ج.ا.ا)، داده‌ها از متن اسناد گردآوری شد و پس از تجزیه و تحلیل آن‌ها، میزان به‌کارگیری مؤلفه‌های ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در اسناد سیاستی مشخص شد. از آنجاکه در این قسمت، هدف تعیین اولویت و روند پنج دوره برنامه‌ریزی ج.ا.ا. از نظر توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی بود، از روش مجموع وزنی سلسله مراتبی (HAW)^۱ که یکی از مدل‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه^۲ است، استفاده شد. در این تحقیق، برای محاسبه اوزان شاخص‌ها از روش آنتروپی شانون استفاده شد. روش آنتروپی شانون پردازش داده‌ها را در بحث تحلیل محتوا با نگاه جدید مطرح می‌کند. ایده روش یادشده این است که هرچه پراکندگی در مقادیر یک شاخص بیشتر باشد، آن شاخص نسبت به سایر شاخص‌ها اهمیت بیشتری دارد (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۱). در این پژوهش، براساس نحوه انجام‌دادن روش تحلیل محتوا، ابتدا واحدهای تحلیل تعیین و سپس فراوانی آن‌ها در اسناد منتخب شامل سند قانون اساسی، چشم‌انداز، سیاست‌های کلی و برنامه‌های پنج‌ساله توسعه شمارش شد. به‌منظور تعیین واحدهای تحلیل محتوا، براساس واکاوی ادبیات مرتبط با

1. Hierarchical Additive Weighting Method (HAW)
2. Multiple Attribute Decision Making (MADM)

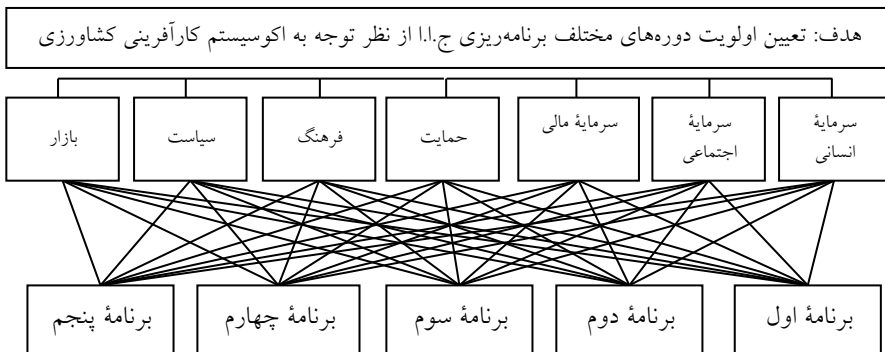
کارآفرینی، ابتدا ابعاد، مؤلفه‌ها و معرف‌های این مفهوم در قالب شش مؤلفه در بعد سرمایه انسانی، سه مؤلفه در بعد سرمایه اجتماعی، هفت مؤلفه در بعد سرمایه مالی، هفت مؤلفه در بعد بازار، شش مؤلفه در بعد فرهنگ، هفت مؤلفه در بعد سیاست و هشت مؤلفه در بعد حمایتی با تعدادی معرف در زیرمجموعه هر مؤلفه استخراج شد و سپس برای بومی‌سازی و اعتبارسنجی در قالب پرسشنامه‌ای محقق‌ساخت تهیه شد و در اختیار بیست نفر از خبرگان، شامل استادان دانشگاه و متخصصان ذی‌ربط در حوزه کارآفرینی قرار گرفت. مطابق نظرهای متخصصان، تغییراتی در مؤلفه‌ها و معرف‌ها اعمال شد و در نهایت، به ترتیب پنج، سه، پنج، هفت، پنج، پنج و هفت مؤلفه در ابعاد سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، بازار، فرهنگ، سیاست و حمایتی و معرف‌های آن‌ها (جدول ۱) در تحلیل محتوای اسناد استفاده شد.

جدول ۱. ابعاد و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی

مفهوم	ابعاد	معرف
اکوسیستم کارآفرینی	سرمایه اجتماعی	مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی
	سرمایه انسانی	توسعه مهارت‌های کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک علم و فناوری، مراکز رشد.
	سرمایه مالی	حمایت مالی از کارآفرینی، اعطای وام‌های کم‌بهره، تشکیل صندوق مالی، تضمین اعتبار برای کسب‌وکارهای نوپا، تشویق سرمایه‌گذاری.
	بازار	حذف دلالان و واسطه‌ها، افزایش امکانات درجه‌بندی و بسته‌بندی محصولات، تصحیح نظام قیمت‌گذاری، ایجاد نظام اطلاعاتی بازار، تدوین قوانین مناسب صادرات و واردات، حمایت از تولیدات داخلی، افزایش دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی.
	فرهنگی	حمایت فرهنگی از ریسک‌پذیری، نوآوری و خلاقیت، تجلیل از کارآفرینان موفق، حمایت رسانه‌ای از کارآفرینی، ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی، اصلاحات فرهنگی برای ارزش‌گذاری به کارآفرینی.
	حمایتی	حمایت زیرساختی از کارآفرینی، دسترسی به اطلاعات، امنیت عمومی، تشکیل انجمن‌های تجاری در زمینه کارآفرینی، ارائه مشاوره حقوقی و مدیریتی به کارآفرینان، مالکیت معنوی، برگزاری دوره‌های آموزشی.
	سیاستی	معافیت‌های مالیاتی و گمرکی، ساده‌سازی مراحل اداری، حذف موانع کارآفرینی، مشوق‌های قانونی، اصلاح قوانین برای تسهیل کارآفرینی.

مطابق روش تحلیل محتوا، شاخص سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، فرهنگ، سیاست، بازار و حمایتی مقوله‌های عام و مؤلفه‌های مرتبط با هر یک از این شاخص‌ها مقوله‌های خاص تحلیل تعیین شدند. واحد ثبت (معرف‌های ارائه‌شده در جدول ۱) در پژوهش حاضر کلمه، نماد یا اصطلاح در نظر گرفته شد. واحد ثبت به بخش معنادار و قابل رمزگذاری محتوا اطلاق می‌شود. روش شمارش نیز فراوانی است؛ یعنی با مشاهده هر واحد ثبت، آن واحد شمارش شد و در تعداد فراوانی واحدها منظور شد.

علاوه بر تحلیل محتوای اسناد، به منظور تصمیم‌گیری در زمینه اولویت و روند برنامه‌های توسعه کشور از روش HAW استفاده شد. در این روش، عوامل و زیرعامل‌های مؤثر در تصمیم‌گیری به صورت سلسله‌مراتبی بیان می‌شوند. مطابق شکل ۲، مدل تصمیم‌گیری در پژوهش حاضر سه سطح دارد که در اولین سطح هدف تصمیم‌گیری؛ در دومین سطح رده‌ای شامل هفت شاخص تأثیرگذار بر هدف تصمیم‌گیری - بردار ارجحیت (W^2) - و در سومین سطح، گزینه‌ها - که عبارت‌اند از اسناد سیاستی برنامه اول تا پنجم ج.ا.ا. - قرار دارند. در سطح سوم، ماتریس ارجحیت گزینه‌ها (W^3) به ازای هر یک از شاخص‌های موجود در سطح دوم محاسبه می‌شود و سپس بردار ارجحیت برای پایین‌ترین سطح (گزینه‌ها) نسبت به کل سیستم تصمیم‌گیری، با ترکیب (حاصل ضرب) ارجحیت‌های (اوزان) حاصل‌شده با یکدیگر به دست می‌آید که اثر و اهمیت پایین‌ترین عناصر را بر عنصر موجود در رأس (هدف) نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل تصمیم‌گیری در زمینه اولویت‌بندی برنامه‌های پنج‌ساله ج.ا.ا.

مبتنی بر گام‌های مدل تصمیم‌گیری HAW، در ابتدا ماتریس وضع موجود مشتمل بر پنج سطر (گزینه‌ها) و هفت ستون (شاخص‌ها) طراحی شد و مجموع فراوانی حاصل از تحلیل محتوای اسناد سیاست‌های کلی در برنامه‌های پنج‌ساله به‌ازای هر شاخص، درون سلول‌های مربوطه قرار گرفت. سپس اوزان گزینه‌ها به‌ازای هر شاخص، از طریق استانداردسازی ارقام هر ستون با تابع ۱ محاسبه شد و ماتریس استاندارد به‌دست آمده (W^3) ترسیم شد. برای محاسبه اوزان شاخص‌ها (W^2) با استفاده از روش آنتروپی شانون، پس از ترسیم ماتریس وضع موجود و بهنجارسازی مقادیر آن با تابع ۱، برای محاسبه آنتروپی شاخص زام (E_j)، از تابع ۲ استفاده شد و سپس میزان نبود اطمینان (d_j) با تابع ۳ و وزن شاخص‌ها در روش آنتروپی با تابع ۴ محاسبه شد. در نهایت، در مدل HAW برای تعیین ارجحیت یا اولویت‌بندی گزینه‌ها متناسب با اوزان شاخص‌ها از تابع ۵ استفاده شد.

$$p_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^5 a_{ij}} \quad (1)$$

$$E_j = -K \sum_{i=1}^m [p_{ij} \ln p_{ij}]; \forall j \quad (2)$$

$$K = \frac{1}{\ln(m)} \quad \begin{array}{l} m = \text{تعداد گزینه‌ها} \\ n = \text{تعداد شاخص‌ها} \end{array}$$

$$d_j = 1 - E_j; \forall j \quad (3)$$

$$w_j = \frac{d_j}{\sum_{i=1}^n d_j} \quad (4)$$

$$w = w^1 \cdot w^2 \cdot w^3 \quad (5)$$

یافته‌ها

واکاوی اسناد سیاستی کلان ملی نشان داد قانون اساسی ایران (مصوب ۱۳۵۸) - به‌عنوان سند مرجع در سیاست‌گذاری‌های کشور - علی‌رغم به‌کاربردن عبارت کارآفرینی، پشتیبان تفکر کارآفرینی در شش بعد سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، بازار، فرهنگ، سیاست و حمایتی است که بعد مالی (۶۷/۳ درصد) اهمیت بسیار زیادی دارد. البته به بعد سرمایه انسانی پرداخته نشده است (جدول ۲).

با ابلاغ سند چشم‌انداز بیست ساله کشور در سال ۱۳۸۲، بر لزوم اتخاذ تمام سیاست‌های کشور در راستای تحقق آن توافق ۱۴۰۴ تأکید شده است. در این سند، واژه کارآفرینی مغفول مانده است. با وجود این، بررسی محتوای سند بیانگر پشتیبانی این سند از ابعاد سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، بازار و حمایت است. بعد سرمایه مالی بیشترین اهمیت (۶۸/۲ درصد) را داشته است، ولی به بعد فرهنگ و سیاست به اندازه کافی پرداخته نشده است. تحلیل سیاست‌های کلی نظام در دوره چشم‌انداز مؤید این امر است. همچنین، تحلیل سیاست‌های کلی نظام نشان می‌دهد در این سیاست‌ها واژه کارآفرینی شش مرتبه و واژه‌های جایگزین کارآفرینی نیز سیزده مرتبه تکرار شده است. همچنین، در این سیاست‌ها به تمام ابعاد اکوسیستم کارآفرینی توجه شده است، اما در این میان بعد حمایتی بیشترین اهمیت (۲۴ درصد) را در این سیاست‌ها داشته است.

جدول ۲. درصد ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در اسناد کلان سیاستی ج.ا.ا.

کارآفرینی	سرمایه انسانی	سرمایه مالی	سرمایه اجتماعی	بازار	سرمایه انسانی	سرمایه مالی	سرمایه اجتماعی	سرمایه انسانی
۰	۰	۶۷/۳	۶/۱	۱۶/۳	۴/۱	۱/۲	۴/۱	قانون اساسی
۰	۴/۵	۶۸/۲	۹/۱	۴/۵	۱۳/۷	۰	۰	چشم‌انداز
۳/۳	۲۱/۲	۱۰/۸	۷/۴	۱۶/۶	۲۴	۱۰/۳	۹/۷	سیاست‌های دوره چشم‌انداز

از سال ۱۳۷۲ به‌منظور جهت‌دهی سیاست‌های برنامه‌های پنج‌ساله کشور، اسنادی با نام سیاست‌های کلی برنامه‌ها در راستای هر برنامه توسعه کشور ابلاغ شده است و انتظار می‌رود برنامه‌های توسعه و سیاست‌های بخشی در راستای تحقق این سیاست‌های کلی تدوین شود. عبارت کارآفرینی یک‌بار در برنامه دوم، سه‌بار در برنامه سوم، هشت‌بار در برنامه چهارم و دوبار در برنامه پنجم به‌طور مستقیم وجود داشته و به‌صورت غیرمستقیم هم ۴۷ بار در برنامه‌های اول تا پنجم به آن پرداخته شده است، اما در برنامه چهارم بیشتر از برنامه‌های دیگر به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم به کارآفرینی توجه شده است. در زمینه کاربرد معرف‌ها و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، در مجموع به‌طور

متوسط حدود ۱۱/۴ درصد به بعد سرمایه انسانی، ۱۰ درصد به بعد سرمایه اجتماعی، ۱۹/۵ درصد به بعد سرمایه مالی، ۱۸/۷ درصد به بعد حمایتی، ۳۱/۱ درصد به بعد بازار، ۵/۳ درصد به بعد سیاستی و فقط ۴ درصد به بعد فرهنگ پرداخته شده است. براین اساس، در این اسناد نیز به ابعاد مختلف اکوسیستم کارآفرینی توجه یکسانی نشده است. در نتیجه، در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم به بعد بازار توجه بیشتری و به بعد فرهنگ توجه کمتری شده است.

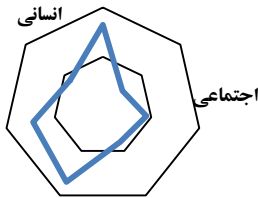
جدول ۳. درصد ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در اسناد کلان سیاستی ج.ا.ا.

سیاست‌های کلی نظام	ابعاد اکوسیستم کارآفرینی	فرهنگ	سرمایه انسانی	سرمایه مالی	سرمایه اجتماعی	بازار	حمایتی
سیاست‌های کلی برنامه اول	۱۵/۹	۹/۵	۱۵/۹	۲۸/۶	۳/۲	۶/۳	۲۰/۶
سیاست‌های کلی برنامه دوم	۵/۵	۷/۳	۱۵/۶	۵۱/۴	۰	۶/۴	۱۳/۸
سیاست‌های کلی برنامه سوم	۴/۷	۱۰/۹	۴۰/۶	۲۱/۹	۱/۶	۱/۶	۱۸/۷
سیاست‌های کلی برنامه چهارم	۱۷	۱۵/۲	۱۴/۳	۲۵	۸	۴/۵	۱۶
سیاست‌های کلی برنامه پنجم	۴۱/۲	۰	۹/۸	۵/۹	۵/۹	۱۱/۸	۲۵/۴

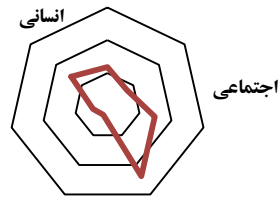
براساس یافته‌ها، عبارت کارآفرینی از برنامه دوم (سال ۱۳۷۴) در محتوای این اسناد وارد شده و در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم نیز مطرح شده است. میزان توجه به سرمایه انسانی در برنامه پنجم نسبت به سایر برنامه‌ها بیشتر (۴۱/۲) بوده است. البته در مورد ابعاد سیاستی (۱۱/۸) و حمایتی (۲۵/۴) نیز همین مطلب صدق می‌کند. به بعد سرمایه مالی در برنامه سوم توجه بیشتری (۴۰/۶) شده است و در برنامه دوم نسبت به سایر برنامه‌ها بر بعد بازار تأکید بیشتری (۵۱/۴) شده است. به ابعاد سرمایه اجتماعی (۱۵/۲) و فرهنگی (۸) نیز در برنامه چهارم نسبت به دیگر برنامه‌ها بیشتر توجه شده است. البته همان‌طور که یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، در برنامه‌های اول تا پنجم به بعد فرهنگی نسبت به سایر ابعاد توجه کمتری شده است.

واکاوی وضعیت کلی توجه به ابعاد اکوسیستم در سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه، طبق نمودارهای ۱ و ۲، نشان‌دهنده تفاوت بین میزان اهمیت این ابعاد در مجموع اسناد سیاست‌های

کلی است، به طوری که در سیاست‌های کلی برنامه‌های اول تا پنجم، کشش به سمت بعد بازار است و در سیاست‌های کلی نظام ج.ا.ا، کشش به سمت بعد بازار، سرمایه انسانی، سرمایه مالی و حمایتی است.



نمودار ۲. وضعیت توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی نظام ج.ا.ا



نمودار ۱. وضعیت توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی برنامه‌های اول تا پنجم

به منظور اولویت‌بندی و تعیین روند دوره‌های مختلف برنامه‌ریزی ج.ا.ا از نظر جایگاه اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی برنامه‌ها با روش HAW، براساس فراوانی حاصل از تحلیل محتوای اسناد برنامه‌ها، ماتریس تصمیم‌گیری وضع موجود شامل هفت شاخص (سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، بازار، فرهنگ، سیاست و حمایت) در سطر و پنج گزینه (برنامه‌ها) در ستون تشکیل شد (جدول ۴) و سپس ماتریس استاندارد (W^3) محاسبه و ترسیم شد (جدول ۵).

جدول ۴. ماتریس تصمیم‌گیری وضع موجود

فراوانی	سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	سرمایه مالی	بازار	فرهنگی	سیاستی	حمایتی
برنامه اول	۱۰*	۶	۱۰	۱۸	۲	۴	۱۳
برنامه دوم	۶	۸	۱۷	۵۶	۰	۷	۱۵
برنامه سوم	۳	۷	۲۶	۱۴	۱	۱	۱۲
برنامه چهارم	۱۹	۱۷	۱۶	۲۸	۹	۵	۱۸
برنامه پنجم	۲۱	۰	۵	۳	۳	۶	۱۳
مجموع	۵۹	۳۸	۷۴	۱۱۹	۱۵	۲۳	۷۱

* فراوانی مؤلفه‌ها

جدول ۵. ماتریس مقادیر استانداردشده

فراوانی	سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	سرمایه مالی	بازار	فرهنگی	سیاستی	حمایتی
برنامه اول	۰/۱۷	۰/۱۶	۰/۱۴	۰/۱۵	۰/۱۳	۰/۱۷	۰/۱۸
برنامه دوم	۰/۱۱	۰/۲۱	۰/۲۳	۰/۴۷	۰	۰/۳۰	۰/۲۱
برنامه سوم	۰/۰۵	۰/۱۸	۰/۳۵	۰/۱۲	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۱۷
برنامه چهارم	۰/۳۲	۰/۴۵	۰/۲۲	۰/۲۴	۰/۶۰	۰/۲۲	۰/۲۵
برنامه پنجم	۰/۳۵	۰	۰/۰۷	۰/۰۳	۰/۲۰	۰/۲۶	۰/۱۸

مبتنی بر ماتریس استاندارد محاسبه شده و با استفاده از روش آنتروپی، اوزان هریک از شاخص‌ها و در نتیجه بردار ارجحیت (W^2) محاسبه شد (جدول ۶). طبق اوزان به دست آمده در سیاست‌های کلی برنامه‌های پنج‌ساله به بعد فرهنگی بیشترین اهمیت و به بعد حمایتی کمترین ارزش داده شده است.

جدول ۶. وزن ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در تحلیل محتوای اسناد سیاستی

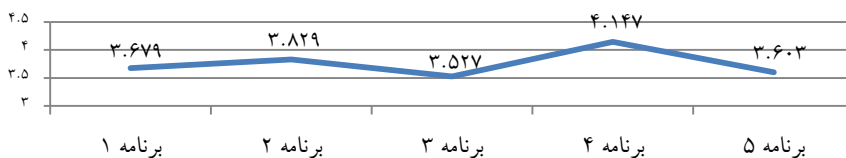
سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	سرمایه مالی	بازار فرهنگی	سیاست حمایتی
آنتروپی شاخص‌ها (E_j)	۰/۸۴۴	۰/۷۹۸	۰/۹۲۹	۰/۸۳۲
مقادیر نبود اطمینان (d_j)	۰/۱۱۶	۰/۲۰۲	۰/۰۷۱	۰/۱۶۸
وزن شاخص‌ها (W_j)	۰/۱۰۹	۰/۱۹۰	۰/۰۶۷	۰/۳۱۳

در نهایت، براساس حاصل ضرب ماتریس استاندارد در اوزان شاخص‌ها، اولویت هریک از برنامه‌ها از نظر توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی تعیین شد. مطابق نتایج برنامه چهارم از نظر توجه به اکوسیستم کارآفرینی در بهترین وضعیت قرار داشت و برنامه سوم کمترین توجه را به اکوسیستم کارآفرینی مبذول داشت (جدول ۷).

جدول ۷. درجه ارجحیت برنامه‌ها و وضعیت اولویت آن‌ها

برنامه ۱	برنامه ۲	برنامه ۳	برنامه ۴	برنامه ۵	درجه ارجحیت
۳,۶۷۹	۳,۸۲۹	۳,۵۲۷	۴,۱۴۷	۳,۶۰۳	
برنامه ۳ > برنامه ۵ > برنامه ۱ > برنامه ۲ > برنامه ۴					وضعیت اولویت

براساس این یافته‌ها، وضعیت توجه به اکوسیستم کارآفرینی در برنامه‌های توسعه دوم و چهارم کشور روندی تقریباً صعودی داشته است و در دو برنامه سوم و پنجم شیب پایین‌رونده داشته است که بیانگر کم‌رنگ‌تر شدن توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در تفکر سیاست‌گذاران است (نمودار ۳).



نمودار ۳. روند میزان توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه ج.ا.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج در زمینه کاربرد معرف‌ها و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم نشان داد در این اسناد توجه یکسانی به ابعاد مختلف اکوسیستم کارآفرینی نشده است، به طوری که در سیاست‌های کلی برنامه اول تا پنجم، بعد بازار بیشترین توجه و بعد فرهنگ کمترین توجه را داشته است، در حالی که توسعه کارآفرینی باید همه‌جانبه، کل‌نگر و پایدار باشد، به صورتی که به عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی به طور هم‌زمان توجه کند؛ بنابراین، سیاست‌هایی که برای توسعه کارآفرینی تدوین می‌شود باید همه ابعاد آن را پوشش دهد. در واقع، توسعه کارآفرینی فقط از طریق رهیافت اکوسیستم به وقوع می‌پیوندد. مبنای به‌کارگیری این رهیافت تفکر نظام‌مند است. داشتن دیدگاه کل‌نگرانه به توسعه کارآفرینی بر اثرگذاری کل اکوسیستم کمک می‌کند و چرخه‌های باارزشی را بین همه مؤلفه‌های اکوسیستم ایجاد می‌کند.

به بعد بازار توجه بیشتری شده است، اما بنابر یافته‌های تحقیق شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) و همسو با نتایج برخی تحقیقات دیگر (خالدی و رحیم‌زاده، ۱۳۸۷؛ محمدی‌الیاسی و نوتاش، ۱۳۹۰؛ کریمی و بوذرجمهری، ۱۳۹۲)، مشکلات توسعه‌نیافتگی بازار یکی از چالش‌های اساسی توسعه کسب‌وکارهای کارآفرین محسوب می‌شود. نتایج این تحقیقات

نشان داد بی‌ثباتی در بازار، ضعف نظام اطلاعاتی در زمینه بازار در سطوح ملی و بین‌المللی، وجود واسطه‌ها و دلال‌ها، ضعف در نظام قیمت‌گذاری، نبود نظارت بر بازار، کمبود امکانات زیرساختی از موانع اصلی پیش روی کارآفرینان است؛ به عبارت دیگر، در سیاست‌های کلی نظام، توجه به بازار اهمیت ویژه‌ای دارد، اما فقط در سند است و نه در عمل.

همچنین، نتایج نشان داد در برنامه‌های اول تا پنجم به بعد فرهنگی نسبت به سایر ابعاد توجه کمتری شده است، درحالی‌که در بین عوامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده کارآفرینی، فرهنگ عامل بسیار مهم و حیاتی قلمداد می‌شود، به طوری که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تا حد زیادی بر توسعه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، نوع نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای موجود فرهنگ را تعیین می‌کند و به تبع آن چگونگی رشد و پیشرفت و نوآوری را فرهنگ موجود رقم می‌زند (گل‌آور، ۱۳۹۰)؛ بنابراین، ایجاد و تقویت ارزش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه تحت عنوان فرهنگ کارآفرینی باید از مؤلفه‌های اصلی در توسعه کارآفرینی باشد و در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی و ترویجی در تمام سطوح و ساختارهای اجتماعی پیگیری شود. در این زمینه، رسانه‌های جمعی نقش مهمی ایفا می‌کنند.

همچنین، نتایج نشان می‌دهد در مجموع در برنامه چهارم نسبت به سایر برنامه‌ها بیشتر به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی پرداخته شده است که این موضوع به ماهیت برنامه چهارم برمی‌گردد. برنامه چهارم با استفاده از مجموعه تجربیات گرانبهای پیشین تدوین شده است. برای تدوین برنامه چهارم، ابتدا سند چشم‌انداز بیست‌ساله نوشته شد و به تأیید رسید. سپس براساس سند چشم‌انداز، برنامه پنج‌ساله چهارم تدوین شد. هرچند در برنامه‌های اول، دوم و سوم توسعه به صورت صریح و مستقیم به کسب و کار پرداخته نشده است، در برنامه چهارم توسعه به شکل واضحی در دو ماده (۳۷ و ۴۱) به بهبود فضای کسب و کار توجه شده است.

پیشنهادها

با توجه به نتایج بررسی اسناد سیاستی و برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور در زمینه توجه به ابعاد اکوسیستم کارآفرینی، پیشنهادهای کاربردی و تحقیقاتی زیر ارائه می‌شود:

- ترویج کارآفرینی و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان از طریق برنامه‌های صداوسیما؛

به طوری که در انتقال مفاهیمی دربارهٔ خلاقیت و کار، چهره‌سازی مثبت از کارآفرینان، معرفی مصادیق کارآفرینی ایران، انعکاس دیدگاه چهره‌های برجسته کشور در زمینه کارآفرینی و طرح شاخص‌های اسلامی مرتبط و تقویت زمینه کارآفرینی در فیلم‌ها و سریال‌ها فعالیت شود؛

- اعمال سیاست‌های تشویقی برای مطبوعات فعال در توسعه فرهنگ کارآفرینی و اختصاص حداقل یک صفحه از مطبوعات ملی و محلی به مباحث کارآفرینی و کسب‌وکار؛ مطبوعات می‌توانند به‌عنوان حلقه ارتباط بین کارآفرینان و مسئولان، سرمایه‌گذاران و صاحبان ایده یا کارآفرینان جوان و مشاوران کسب‌وکار، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا کنند؛

- ارائه مشوق‌های سرمایه‌گذاری (مانند تخفیف‌ها و معافیت‌های مالیاتی)؛ به طوری که به‌منظور جلب سرمایه‌گذاری خارجی بسترهای لازم فراهم شود؛

- حمایت دولت از محصولات داخلی؛ با توجه به اینکه کسب‌وکارهای نوپا اغلب توانایی کمی برای رقابت با محصولات مشابه خارجی دارند، این امر موجب رونق بنگاه‌های تولیدی می‌شود؛

- تشکیل کارگروه‌های مقررات‌زدایی در بدنه دولت به‌منظور زمان‌سنجی و تعیین شاخص‌ها و معیارهای حذف قوانین به‌منظور هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط؛

- بررسی سیاست‌گذاری کارآفرینی در مراحل قبل، حین و بعد از راه‌اندازی در فرآیند کارآفرینانه؛

- بررسی تأثیر قوانین و مقررات حقوقی و سیاست‌های حمایت دولت بر توسعه کارآفرینی.

منابع

- احمدی، کیومرث (۱۳۹۰)، «آسیب‌شناسی اجرای سیاست‌ها و خط‌مشی‌های خصوصی‌سازی در ایران»، همایش ملی خصوصی‌سازی در ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان: ۲۳.
- آراستی، زهرا و منیره غلامی (۱۳۸۹)، علل شکست کارآفرینان در ایران، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره دوم، شماره ۸: ۱۶۳-۱۸۴.

- بختیاری، صادق، دهقانی‌زاده، مجید و علیرضا رعیتی (۱۳۹۱)، «سنجش وضعیت توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان یزد با بهره‌گیری از رویکردهای تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه و تحلیل عاملی»، فصلنامه علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی و بودجه، سال هفدهم، شماره ۳: ۱۳۱-۱۵۹.
- خالدی، کوهسار و ایوب رحیم‌زاده (۱۳۸۷)، «قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری صادرات کشاورزی ایران»، اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال شانزدهم، شماره ۶: ۸۳-۱۰۴.
- دانایی‌فرد، حسن، فروهی، مهشید و علی صالحی (۱۳۸۶)، «ارتقا کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت»، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۲: ۲۵-۳۸.
- سیدی، هادی و امیر تقی‌خانی (۱۳۹۰)، «موانع توسعه کارآفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کارآفرینی»، مجله کار و جامعه، شماره ۱۳۵: ۷۶-۸۰.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم، خواجه شاهکوهی، علیرضا، عبدالله‌زاده، غلامحسین و مهنوش شریفی (۱۳۹۳)، «آسیب‌شناسی کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان»، پژوهش‌های روستایی، دوره پنجم، شماره ۱: ۱-۲۴.
- فرجی، مرتضی، صوفی‌آبادی، جواد و فاطمه امیری (۱۳۹۰)، «حل مسأله و تحلیل منشأ تناقضات رابطه خصوصی‌سازی و کارآفرینی»، همایش ملی خصوصی‌سازی در ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان: ۱۴.
- کریمی، آصف و شهریار بوذرجمهری (۱۳۹۲)، «تحلیل موانع تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط»، توسعه کارآفرینی، دوره ششم، شماره ۱: ۱۲۵-۱۴۴.
- محمدی‌الیاسی، قنبر و هادی نوتاش (۱۳۹۰)، «شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۱۳: ۳۱-۵۰.
- نقشه توسعه کارآفرینی کشور (۱۳۹۰). دفتر توسعه کارآفرینی و بهره‌وری نیروی کار، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ویرایش چهارم: ۱-۳۸.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۰)، فلسفه تاریخ، روش‌شناسی و تاریخ‌نگاری، تهران: انتشارات طرح نو.
- نیازی، محسن و محمد کارکنان (۱۳۹۰)، «خصوصی‌سازی اشتغال و کارآفرینی»، همایش خصوصی‌سازی در ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان: ۱۱.
- Batjargal, B. & Liu, M. (2004). "Entrepreneurs' access to private equity in China: The role of social capital", *Organization Science*, 15(2): 159-172.
- Cohen, B. (2006). "Sustainable Valley Entrepreneurial Ecosystems", *Business Strategy and the Environment*, 15(1): 1-14.

- Dennis, D. (2000). *SME Policy in Europe, in Sexton and Landström, Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell Publishers: 87– 106.
- Isenberg, D. (2011). “The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship”, *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, May 12, 2011, Dublin Ireland. Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/>. 1- 32.
- Jawahar, D. & Nigama, K. (2011). “The Influence of Social Capital on Entrepreneurial Opportunity Recognition Behavior”, *Int. Journal of Economics and Management*, 5(1): 351– 368.
- Kantis, H. & Federico, S. (2011). “Entrepreneurial Ecosystems in Latin America: the role of policies”, *Entrepreneurial Development Programme (PRODEM) – Institute of Industry, Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina)*.
- Kwon, S. & Arenius, P. (2010). “Nations of Entrepreneurs: A social capital perspective”, *Journal of Business Venturing*, 25: 315- 330.
- Lindstrand, A., Melén, S. & Nordman, E. R. (2011). “Turning social capital into business: A study of the internationalization of biotech SMEs”, *International Business Review*, 20(2): 194-212.
- Lundström, A. & Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy – theory and practice*, New York: Springer.
- Lundström, A. & Stevenson. L. (2001). “Entrepreneurship policy for the future”, this project was initiated and carried out by the Swedish Foundation for Small Business Research, Employment and Communications, NUTEK, and the Örebro University.
- Roberts, R. Y. & Eesley, E. (2009). *Entrepreneurial Impact: The role of MIT*, MIT Press.
- West III, G. P. & Bamford, C. E. (2005). Creating a technology-based entrepreneurial economy: A resource based theory perspective, *Journal of Technology Transfer*, 30: 433- 451.
- Santarelli, E. & Tran, H. (2012). “The Interplay of Human and Social Capital in Shaping Entrepreneurial Performance”, *University of Bologna, Department of Economics, Quaderni - Working Paper DSE N° 803*.
- Shannon, C. (1948). “A mathematical theory of communication”, *Bell System Tech. J.* 27: 379- 423.
- Tsai, W. H. & Kuo, H. C. (2011). “Entrepreneurship policy evaluation and

decision analysis for SMEs”, *Expert Systems with Applications*, 38: 8343–8351.

West, P. G. & Bamford, C. (2005). “Creating a Technology-Based Entrepreneurial Economy: A Resource Based Theory Perspective”, *Journal of Technology Transfer*, 30(4): 433- 451.

World Bank Annual Report. (2015), <http://www.worldbank.org>