

توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی: رویکردی فراترکیب

هادی ثنائی‌پور^۱

چکیده

اقتضانات، غایات و مسائل توسعه در نظام‌های سیاسی و اقتصادی بایستی بر پایه‌ی بنیان‌های ارزشی، اعتقادی، ایدئولوژی و فرهنگ خاص هر ملتی استوار گردد. اقتصاد مقاومتی، سازه‌ای برآمده از مبانی ارزشی است که منجر به شکل‌گیری گفتمان نوینی در ادبیات سیاست‌گذاران اقتصادی شده و به یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورمان تبدیل گشته است. یکی از جنبه‌های مقوم اقتصاد مقاومتی، توسعه‌ی کارآفرینی و ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت کسب‌وکارها است. از آنجا که توسعه‌ی کارآفرینی و کسب‌وکار یکی از مولفه‌های اصلی عرصه‌ی اقتصاد مقاومتی است؛ مقاله‌ی حاضر، ناظر به شناسایی مولفه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی است. این پژوهش با روش فراترکیب در هفت گام انجام شده و در آن از مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل کیفی پژوهش‌های پیشین برای گردآوری داده‌ها استفاده شده و تلاش شده است تا راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی ارائه گردد. حاصل تحقیق الگویی مشتمل بر پنج بُعد "توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی ارزش‌مدار"، "بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار"، "حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار"، "حمایت‌های قانونی برای راه‌اندازی کسب‌وکار" و "توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری‌سازی دانش" است. متناسب با هریک از ابعاد شناسایی شده، راهکارهایی برای توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی، محیط کسب‌وکار، توسعه‌ی کارآفرینی، فراترکیب.

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس. sanaeepour@gonbad.ac.ir



۱- مقدمه و بیان مساله

نظام‌های سیاسی و اقتصادی بر اساس بنیان‌های ارزشی، اعتقادات و ایدئولوژی و فرهنگ خاص شکل می‌گیرند و ساختار حکومتی مناسب و شایسته به منظور تنظیم رفتار و روابط حاکمان با گروه‌های مختلف جامعه و افراد جامعه را طراحی و به مورد اجرا می‌گذارند. لذا ساختار نظام‌های سیاسی و به تبع آن نظام اقتصادی نیز بر مبنای ایدئولوژی، اعتقادات و ارزش‌هایی که نظام بر پایه آن استوار است، شکل می‌گیرد (الوانی و صراف‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۱۷).

اقتصاد مقاومتی سازه‌ای برآمده از مبانی ارزشی است که منجر به شکل‌گیری گفتمان نوینی در کشورمان شده و به یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی اجتماعی کشورمان تبدیل شده است. اصطلاح اقتصاد مقاومتی اولین بار از سوی مقام معظم رهبری در شهریور سال ۱۳۸۹ در جمع کارآفرینان مطرح و به ادبیات اقتصادی کشور وارد شد. کاربرد این اصطلاح در جمع کارآفرینان از آن روی بود که ایشان مفهوم اقتصاد مقاومتی را در ارتباط با کارآفرینی تعریف کردند و دلایل آن را فشار اقتصادی و آمادگی کشور برای جهش برشمردند (امیری طهرانی‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۴).

با اندکی تأمل در بیانات رهبری و سند سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، می‌توان دریافت که این رویکرد در پی اقتصاد ایده‌آلی است که هم اسلامی باشد و هم کشور را به جایگاه اقتصاد اول منطقه برساند. بدین معنا، اساساً در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، یکی از مؤلفه‌های مهم الگو باید متضمن مقاومت و تحقق آن باشد.

یکی از جنبه‌های مقوم اقتصاد مقاومتی، توسعه کارآفرینی و ایجاد شرایط مناسب برای توسعه کسب‌وکار است. به گفته‌ی پژوهشگران اکنون قریب به اتفاق دولت‌ها پذیرفته‌اند که ایجاد شرکت‌های جدید کوچک و متوسط عامل مهمی در رشد اقتصادی بوده و ره‌آورد آن، ایجاد شغل، نوآوری و بهبود بهره‌وری است (رینولدز، ۲۰۰۴). بدین ترتیب برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کارآفرینانه اهمیت پیدا می‌کند. برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی واکنشی است به تغییر جهت از اقتصاد "مدیریت شده" به نوعی "اقتصاد کارآفرینانه" که ویژگی آن گذار از "اقتصاد صنعتی" به "اقتصاد دانش محور"، از "بخش ساخت و تولید" به "بخش خدمات"، از "شرکت‌های

بزرگ" به "شرکت‌های کوچک" و از "شرکت‌های کوچک" به "شرکت‌های جدید" است (دانایی فرد، ۱۳۸۸: ۱۳۳).

از آنجا که کارآفرینی یکی از مولفه‌های اصلی عرصه‌ی اقتصاد مقاومتی است، این پژوهش در پی تبیین راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی است. بدین منظور، مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش در مطالعات کارآفرینی با استفاده از روش‌شناسی و فرایند مطرح شده در روش تحقیق فراترکیب بررسی شده و با توجه به مولفه‌ها و شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی، راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی ارائه می‌شوند.

۲- اهداف و پرسش‌های تحقیق

با توجه به اهمیت توسعه‌ی کارآفرینی به عنوان یکی از مهمترین مفاهیم مطرح شده در صورت و سیرت گفتمان اقتصاد مقاومتی، هدف این پژوهش، ارائه‌ی راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی است. بنابراین به‌طور مشخص پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این پرسش است که راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی چیست؟ بدین ترتیب با معیار قرار دادن چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های توسعه‌ی کارآفرینی مطرح شده توسط محققین، سازمان‌های بین‌المللی متولی توسعه‌ی کارآفرینی و تجربیات سایر کشورها، بررسی شده و راهکارهای متناسب ارائه می‌شوند. همچنین با بسط و گسترش دانش نظری مرتبط با توسعه‌ی کارآفرینی تحت گفتمان اقتصاد مقاومتی و کاربردی ساختن مفاهیم مرتبط با اقتصاد مقاومتی، شکاف میان حوزه‌ی نظری و عملی سیاست‌گذاری توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی نیز رفع می‌شود.

۳- پیشینه‌ی پژوهش

در داخل کشور پژوهش‌هایی برای سیاست‌گذاری توسعه‌ی کارآفرینی توسط جعفری مقدم و همکاران (۱۳۹۶)، پاداش (۱۳۹۵)، دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹)، دانایی فرد (۱۳۸۸)، داوری (۱۳۸۵، ۱۳۹۲، ۱۳۹۷) انجام شده است. در خصوص مکاتب اقتصادی و



اقتصاد مقاومتی نیز تحقیقاتی توسط ایزدخواه و رضوی (۱۳۹۲)، سیفلو (۱۳۹۲، ۱۳۹۳)، سیف (۱۳۹۲)، سیف و حافظیه (۱۳۹۲)، سمیعی اصفهانی و حبیبی (۱۳۹۴)، دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۱)، ترابزاده جهرمی و همکاران (۱۳۹۲)، امیری طهرانی‌زاده (۱۳۹۴) انجام شده است، اما پژوهشی که به‌طور خاص موضوع توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی را بررسی کرده باشد، یافت نشد.

به‌عنوان نمونه، سیف (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان مقدمه‌ای بر نقشه‌ی راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با استفاده از روش فراتحلیل و تحلیل محتوا و نیز بهره‌گیری از تجربیات دانشی محقق انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که سه سطح کلان در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی، شامل سطح زیرین یا توانمندسازی درونی، سطح میانی یا پایدارسازی ذاتی و سطح زبرین یا الهام‌بخشی جهانی، مورد تأکید بوده و در میان اهداف، بیشترین تأکید بر فنریت اقتصادی است.

در همین راستا، سمیعی اصفهانی و حبیبی (۱۳۹۴) پژوهشی پیرامون نظریه پساتوسعه و الگوی اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران با رویکردی مقایسه‌ای انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد اگرچه این دو رویکرد در برخی جهت‌گیری‌ها، مانند طرد و نفی بسیاری از مؤلفه‌های الگوی مدرنیستی توسعه‌سنخیت‌هایی دارند، اما از منظر شالوده‌های هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، روش‌شناسی، ارزش‌شناسی و غایت‌شناسی، تفاوت‌های بنیادینی با یکدیگر دارند.

ترابزاده جهرمی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی پرداختند و با استفاده از روش داده‌بنیاد، مدل مفهومی پیرامون ابعاد، ویژگی‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی ارائه کردند. مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) پیش‌برندگی خط‌مشی‌های کلان و خرد توسعه‌ی کارآفرینی کشور را ارزیابی کردند. نتایج این پژوهش که با روش توصیفی - پیمایشی انجام شده است نشان‌داد که در مجموع، خط‌مشی‌های خرد و کلان موثر بر توسعه‌ی کارآفرینی، در موقعیت پیش‌برنده نبوده، نیازمند بهبود هستند. برای روش‌شناسی تدوین خط‌مشی ملی کارآفرینی کشور، پژوهشی توسط دانایی فرد (۱۳۸۸) به سبکی ابتکاری - تحلیلی و با مرور دانش موجود و مشارکت محقق در طراحی فرآیند شکل‌گیری

خط‌مشی انجام شد و در نهایت به ارائه مدل مفهومی فرموله کردن خط‌مشی‌های ملی منتهی شد.

نتایج بررسی پیشینه‌ی پژوهشی در داخل کشور نشان می‌دهد در موضوع توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی، تاکنون تحقیقی انجام نشده و هریک از تحقیقات پیشین به‌طور پراکنده بر مواردی مشخصی تاکید دارند. بنابراین خلاء پژوهشی در این زمینه وجود دارد.

از مهمترین پژوهش‌های خارجی نیز می‌توان به مطالعات پژوهشگرانی نظیر پیچ و همکاران (۲۰۱۷)، استیونسون و لندستروم (۲۰۰۱، ۲۰۰۲، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۷)، اکس و همکاران (۲۰۰۷)، هافمن (۲۰۰۷)، سینگر (۲۰۰۷)، هنریکسون و استنکولا (۲۰۱۰)، ردفورد (۲۰۱۲)، آدرچ و همکاران (۲۰۰۷) و سازمان‌هایی همچون آنکتاد (۲۰۰۴)، سازمان توسعه‌ی همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴، ۲۰۰۵)، اتحادیه‌ی اروپا (۲۰۱۶)، دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸) اشاره کرد.

پیچ و همکاران (۲۰۱۷) سیاست‌های توسعه‌ی کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را با رویکرد آمیخته اکتشافی و مطالعه‌ی موردی، با استفاده از مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته و تحلیل‌های آماری، بررسی کرده و در نهایت به اهمیت نقش دولت و نهادهای بخش عمومی برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دست یافتند. یافته‌ها نشان می‌دهد عوامل بخش عمومی بر توسعه‌ی فرصت‌های کارآفرینی موثرند.

در خصوص اهمیت نهادهای بخش عمومی، وانگ و همکاران (۲۰۱۳) عوامل موثر بر اجرای سیاست‌های کارآفرینی را با هدف طراحی چارچوبی برای اجرای سیاست‌های کارآفرینی با روش مطالعه موردی انجام دادند. نتایج حاکی از آن است که محیط کلان اقتصادی - اجتماعی، عوامل نهادی، روابط و هماهنگی‌های درون سازمانی و گروه‌های ذی‌نفع در اجرای سیاست‌های کارآفرینی تأثیر گذارند. نتایج تحقیقات آدیا و همکاران (۲۰۱۶) به روش پژوهش کیفی و با استفاده از مصاحبه انجام شده و اطلاعات مربوط به کارآفرینان را گردآوری و تحلیل کرده است. نتایج تایید می‌کنند که بدون آموختن مهارت‌های اصلی (از قبیل مهارت‌های مدیریتی، ارتباطی، مالی و...) نمی‌توان به توسعه‌ی کسب‌وکار دست یافت.



به دلیل تعدد مطالعات مرتبط با خط‌مشی‌گذاری توسعه‌ی کارآفرینی، در جدول ۱، خلاصه‌ای از مهمترین نتایج تحقیقات پیشین در این حوزه که مبنایی برای تحلیل‌های آتی در این پژوهش است، ارائه می‌شود.

جدول ۱: خلاصه پژوهش‌های پیشین و راه‌کارهای پیشنهادی برای توسعه‌ی کارآفرینی

ردیف	محقق	عنوان تحقیق	راه‌کارهای پیشنهادی برای توسعه‌ی کارآفرینی
۱	ردفورد (۲۰۱۲)	توسعه‌ی کارآفرینی با تاکید بر توسعه‌ی نیروی انسانی	توسعه‌ی زیرساخت‌ها، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد حمایت مالی نسبت به کارآفرینان از طریق ارائه پاداش، وام و فرشتگان کسب‌وکار آموزش و مشاوره کارآفرینان در حوزه‌های مالی، حقوقی، مدیریتی، بازاریابی، توسعه‌ی محصول جدید (Redford, 2012).
۲	هافمن (۲۰۰۷)	چارچوب شرایط کارآفرینانه مبتنی بر بهبود محیط کسب‌وکار	افزایش پویایی بازار (مشتریان و کسب‌وکارها) دسترسی به تأمین کنندگان، منابع مالی و بازارها فرصت‌های برابر برای کارآفرینی بین مردان و زنان تقویت زیرساخت‌های اساسی و سهولت ارتباطات رعایت مسائل قانونی و حفظ حقوق مالکیت کارآفرینان بهبود فرهنگ و آموزش کارآفرینی و کمک به افزایش تعداد کارآفرینان (Halfman, 2007).
۳	دبیله (۲۰۰۴)	برنامه‌ریزی توسعه‌ی نوآوری و کارآفرینی	بهبود پویایی‌های نوآوری (تلاش شرکت‌ها برای تطبیق رویکردهای پیشرو به سمت نوآوری، خصوصاً از فناوری‌های ساده به سمت هوشمندی اقتصادی) کارآیی نظام ملی نوآوری (آموزش نیروها و کارمندان، توسعه‌ی نقش عوامل بخش عمومی و خصوصی، ترغیب به پژوهش) بهبود نظام انگیزشی برای عوامل و نیروها (Decele, 2004)
۴	استیونسن و لندسترم (۲۰۰۱)	خط‌مشی کارآفرینی برای آینده	انگیزش: هوشیاری نسبت به فرصت‌ها، توزیع و نشر اطلاعات و الگوی نقش کارآفرینانه فرصت: سهولت ورود و خروج به بازار، کاهش موانع راه‌اندازی و رشد بنگاه، رقابت، قوانین ورشکستگی و بازار کار منعطف مهارت‌ها: آموزش کارآفرینی، نحوه استفاده از دانش و شبکه‌های هم‌تایان (tröm, 2001; evenson and LundsS)
۵	اکس و همکاران (۲۰۰۷)	خط‌مشی توسعه‌ی اقتصادی از طریق رابطه‌ی کارآفرینی و رشد اقتصادی	دسترسی به فناوری خارجی و اطمینان از دسترسی به منابع مالی افزایش نرخ کارآفرینی مهاجران و اقلیت‌های قومی خط‌مشی‌های مالیاتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی حمایت از مالکیت فکری- معنوی و سهولت تأسیس کسب‌وکار اقتصاد کارآفرینانه و افزایش سطح فعالیت کارآفرینانه و توانمندسازی کارآفرینان در ایجاد و تجاری سازی دانش تفاوت اقتصاد کارآفرینانه با اقتصاد مدیریت شده در استفاده از سرریز دانش (Acs & Szerb, 2007).



ردیف	محقق	عنوان تحقیق	راه کارهای پیشنهادی برای توسعه کارآفرینی
۶	آنکتاد (۲۰۰۴)	الگوی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه	سه حوزه خط‌مشی که برای فعالیت‌های کارآفرینی موثرند دسترسی به منابع مالی، تسهیل ورود و خروج شرکت‌ها و برنامه‌های حمایتی دولت می‌باشند. اصول اقتصادی موثر بر فعالیت‌های اقتصادی مانند ثبات اقتصاد کلان، بازارهای کار، زیرساخت محلی و سطح مالیات و ... و خط‌مشی‌های موثر بر کارآفرینی متمایز هستند (UNCTAD, 2004).
۷	آدرچ و همکاران (۲۰۰۷)	خط‌مشی‌گذاری کارآفرینی برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی	دسترسی به منابع اطلاعاتی و مالی خط‌مشی‌های مربوط به مالیات و درآمد کسب‌وکارها خط‌مشی‌های مربوط به تأمین اجتماعی و قوانین بازارکار دسترسی به بازار، بهبود رقابت در بازار و فضای کسب‌وکار توانمندسازی، تحقیق و توسعه، توسعه فناوری و دسترسی به منابع توانمند سازی کارآفرینان، افزایش توانمندی‌ها و آموزش کارآفرینان خط‌مشی‌های دولت در قبال مهاجرین، افزایش جمعیت و عرضه نیروی کار حمایت از حقوق مالکیت معنوی، قانون ورشکستگی و بهبود محیط قانون‌گذاری تدوین قوانین ورود و خروج، ساختارهای ترغیب کننده کارآفرینی و بازار سرمایه محیط قانون‌گذاری و حقوق مالکیت معنوی (Audretsch, Grilo and Thurik, 2007).
۸	ورهل و همکاران (۲۰۰۱)	تبیین مفهوم خط‌مشی‌گذاری کارآفرینانه و ارائه راهکار	شدت رقابت بین کسب‌وکارها بهبود زیر ساخت‌های فیزیکی هنجارهای فرهنگی و اجتماعی انتقال تحقیق و توسعه و توانمندسازی دسترسی به منابع مالی، تجاری و خدمات قانونی (Verheul et al, 2001).
۹	استیونسون و لندستروم (۲۰۰۷)	تدوین خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی	عرضه کارآفرینان بالقوه و ایجاد محیط مطلوب برای ظهور شرکت‌های جدید ارائه مشوق‌ها و محرک‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و زمینه ساختاری شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در جامعه (از طریق سیستم آموزش و رسانه) دسترسی کارآفرینان به منابع (آموزش، مشاوره، حمایت مالی و سرمایه مخاطره پذیر) رابطه‌ی ریسک و پاداش کارآفرینی در فرایند تصمیم‌گیری و انتخاب شغلی (نظیر مالیات، بیمه، قوانین بازار کار و خط‌مشی ورشکستگی) (tevensonS and Lunds, 2007).





ردیف	محقق	عنوان تحقیق	راه کارهای پیشنهادی برای توسعه کارآفرینی
۱۰	هافمن (۲۰۰۷)	استراتژی کلی ارتقاء و ترویج کارآفرینی	حوزه‌های خط‌مشی‌گذاری برای فرصت‌ها: موانع ورود/ مقررات زدایی، دسترسی به بازارهای خارجی، انتقال فناوری، شرایط تقاضای خصوصی، قوانین تدارک (تأمین) حوزه‌های خط‌مشی که بر سرمایه اثر گذارند: وام‌ها، مالیات بر ثروت و ارث، فرشتگان کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری مخاطره پذیر، مالیات بر سرمایه، بازار سهام و خرید شرکت خط‌مشی‌هایی که بر توانایی‌ها تأثیر گذارند: آموزش سنتی کسب‌وکار، آموزش کارآفرینی، امکان شروع مجدد، زیرساخت‌های عمومی و اختصاصی کارآفرینی خط‌مشی‌هایی که بر انگیزه‌ها (مشوق‌ها) تأثیر گذارند: مالیات بر درآمد فردی و کسب‌وکارها، مشوق‌های مالی، بیمه، مسئولیت‌های اداری، قوانین بازار کار، قوانین ورشکستگی خط‌مشی‌های موثر بر فرهنگ: انگیزش کارآفرینانه، مشوق‌های خاص، ارتباط با اسطوره‌ها (Hoffmann, 2007).
۱۱	OECD (2004, 2005)	الگوی حمایت و تشویق کارآفرینی و شرکتهای کوچک و متوسط پویا	ایجاد بستر قانونی و کمک به شرکت‌های ورشکسته، حفظ حقوق مالکیت معنوی توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، مخابرات، فناوری اطلاعات و زیرساخت‌های صنعتی فرهنگ‌سازی نظیر ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه، تشویق دانشگاه‌ها به برگزاری دوره‌های آموزش عمومی کارآفرینی و ایجاد دوره‌های کارورزی ارائه خدمات به شرکت‌ها و کارآفرینان از قبیل ساده‌سازی قوانین، دسترسی به اطلاعات آموزش و ارتباط با صنعت از قبیل انتقال تکنولوژی، مشاوره و شبکه‌سازی و خوشه‌سازی کمک‌های مالی. (OECD, 2004; OECD, 2005; Napier, 2004)
۱۲	اکس و وبرچیل (۲۰۱۰)	تحول خط‌مشی کارآفرینی و راهکارهای توسعه کارآفرینی	تقویت فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارها تبیین نقش عوامل برونزا و کنترل آن بهبود دیدگاه‌های مربوط به خارجی‌ها و جامعه تحول و دگرگونی در بازار و افزایش سطح آزادی اقتصادی ارتقای صادرات و تجارت بین‌المللی و جایگزین‌سازی واردات با تولیدات داخلی بهبود وضعیت بنیان‌های اقتصادی شامل اقتصاد کلان، زیرساخت‌ها (حمل و نقل، ارتباطات، انرژی، نظام کارآیی زمین) و توسعه بازارهای مالی تقویت شبکه‌ها و خوشه‌های صنعتی، آموزش، محیط کسب‌وکار و قانون‌گذاری، توسعه نهادها و کاهش هزینه تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها (Acs and Virgill, 2010).

ردیف	محقق	عنوان تحقیق	راه کارهای پیشنهادی برای توسعه‌ی کارآفرینی
۱۳	هنرکسن و استنکولا (۲۰۱۰)	ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق خط‌مشی عمومی	توجه به سیستم سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور و ممانعت از فعالیت‌های غیر اثربخش تسهیل راه‌اندازی و رشد کسب‌وکار (قوانین ورود و موانع رشد، محدودیت‌های سرمایه، بازار کار، بیمه، تحقیق و توسعه، تجاری سازی و سرریز دانش، حمایت‌های هدفمند) انگیزه‌هایی برای حفظ و نگهداری افراد آینده دار (حقوق مالکیت معنوی) ارائه پاداش به فعالیت‌های کارآفرینانه اثربخش (tenkula, 2010Henrekson and S).
۱۴	سینگر (۲۰۰۷)	راهکارهای افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه	کارآفرینی زنان و بهبود هنجارهای فرهنگی و اجتماعی حمایت‌های مالی و دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی باز بودن به سمت بازارها، پویایی‌های تغییر و رفع موانع خط‌مشی‌های دولتی، قوانین و حمایت از حقوق مالکیت فکری توسعه‌ی زیرساخت‌های حرفه‌ای (مراکز کارآفرینی و مراکز رشد) ارائه آموزش مقدماتی، پیشرفته و حرفه‌ای، بهبود ظرفیت‌های بالقوه و انگیزه‌های کارآفرینانه انتقال پژوهش و فناوری و تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار (Singer, 2007).
۱۵	آدرچ (۲۰۰۷)	خط‌مشی توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک و جدید	بهبود امور اداری و مدیریتی و توسعه‌ی پارک‌های فناوری تشویق نوآوری و تحقیق و توسعه در شرکت‌های کوچک آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و تشویق یادگیری در شرکت‌های کوچک دسترسی به سرمایه و تأمین دارایی برای شرکت‌های جدید و کوچک (Audretsch, 2007).

مهمترین عرصه‌های نوآوری و وجه ممیزه‌ی این پژوهش نسبت به پژوهش‌های پیشین را می‌توان از چند منظر بررسی کرد. بررسی پژوهش‌هایی در ابعاد جهانی و ارائه‌ی آنها در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی، نخستین نوآوری این پژوهش است به‌نحوی که با در نظر داشتن معیارهای اقتصاد مقاومتی، پژوهش‌های بین‌المللی برای توسعه‌ی کارآفرینی بررسی شده و راهکارهای مشخص ارائه می‌شوند.

مورد دوم، ارائه‌ی مدلی جامع و یکپارچه برای توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی است. بررسی پژوهش‌های پیشین بیانگر آن است که با وجود توجه به توسعه‌ی کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی به‌طور مجزا، این حوزه از مدلی جامع محروم است و این پژوهش در راستای رفع این کاستی گام برداشته است. مورد سوم، پر کردن شکاف نظری و افزودن به دانش موجود است به‌گونه‌ای که علی‌رغم انجام پژوهش‌هایی مجزا در موضوع تحقیق، پژوهشی که ترکیبی از مفاهیم را در قالب موضوع این تحقیق انجام داده



باشد، در دسترس نیست و این پژوهش در نوع خود مشارکت نظری منحصر به فردی دارد. همچنین تحلیل‌های ارایه شده که مبتنی بر استخراج مطالب از پژوهش‌های پیشین است از ویژگی‌های تازگی، غیر تکراری بودن و بینش بخش بودن برخوردار بوده و می‌تواند زمینه‌ی خوبی برای مطالعات جزئی‌تر و عمیق‌تر بعدی باشد.

۴- مبانی نظری

در این بخش مواردی همچون مفاهیم و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی در ادبیات اقتصادی و نظریات مرتبط با آن و رابطه اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی بررسی و در انتها، جمع‌بندی این بخش ارائه می‌شود.

۴-۱ اقتصاد مقاومتی: مفاهیم و مولفه‌ها

اقتصاد مقاومتی ترکیبی از دو کلمه اقتصاد و مقاومت است. استفاده از صفت مقاومتی برای اقتصاد، دلالت بر حالتی از اقتصاد است که اولاً در ساخت درونی خود از قوام و استحکام لازم برخوردار باشد و ثانیاً در مواجهه با عوامل تهدیدزای خارجی نیز بتواند پایداری خود را حفظ نماید. بر این اساس اقتصاد مقاومتی، گفتمان و الگوی اقتصادی است که ضمن مقاوم سازی و تقویت اقتصاد ملی در برابر تهدیدها، توان تحریم‌شکنی با رویکرد عقب راندن نظام سلطه را داشته باشد و در عین حال پیشرو، فرصت ساز، مولد، درون‌زا و برون‌گرا باشد (قوامی، ۱۳۹۱: ۱۵). اقتصاد مقاومتی، تشخیص حوزه‌های فشار در شرایط تحریم و تلاش برای کنترل و بی اثر کردن آن است و در شرایط آرمانی، تبدیل چنین فشارهایی به فرصت است که قطعاً اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه، پیش شرط آن است. اقتصاد مقاومتی، کاهش وابستگی‌ها و تأکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است. اقتصاد مقاومتی واقعی، یک اقتصاد فعال و پویاست، چنان که مقاومت برای دفع موانع پیشرفت و کوشش در مسیر حرکت و پیشرفت تعریف می‌شود (جباری، ۱۳۹۱).

مولفه‌های استخراج شده در بیانات رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی در ۱۰ مورد قابل تفکیک است که عبارتند از:

● مولفه‌ی اول، ایجاد تحرک و پویایی در اقتصاد کشور و بهبود شاخص‌های کلان از

قبیل رشد اقتصادی، تولید ملی، اشتغال، کاهش تورم، افزایش بهره‌وری، رفاه عمومی است.

- مؤلفه‌ی دوم، توانایی مقاومت در برابر عوامل تهدیدزا است.
- مؤلفه‌ی سوم، در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تکیه اصلی روی ظرفیت‌های داخلی است، که بسیار هم گسترده است.
- مؤلفه‌ی چهارم، رویکرد جهادی است که در این سیاست‌ها مورد ملاحظه قرار گرفته؛ همت جهادی، مدیریت جهادی.
- مؤلفه‌ی پنجم، مردم‌محوری است. تجربه، بیانات و معارف اسلامی تأکید می‌کند که هر جا مردم می‌آیند دست خدا هست.
- مؤلفه‌ی ششم، امنیت اقلام راهبردی و اساسی است؛ در درجه اول غذا و دارو. باید تولید داخلی کشور طوری شکل بگیرد که کشور در هیچ شرایطی، در زمینه تغذیه و در زمینه دارو دچار مشکل نشود.
- مؤلفه‌ی هفتم، کاهش وابستگی به نفت است. یکی از آسیب‌های اقتصادی ما وابستگی به نفت است. ما نمی‌گوییم از نفت استفاده نشود، تکیه‌ی ما بر استفاده‌ی حداقلی از فروش نفت خام است. نفت را می‌توان به صورت فرآورده در اختیار گذاشت.
- مؤلفه‌ی هشتم، مسئله‌ی اصلاح الگوی مصرف است. مسئله‌ی صرفه‌جویی، پرهیز از ریخت و پاش، پرهیز از اسراف، پرهیز از هزینه‌گردهای زائد. مصرف کردن یک حرف است، بد مصرف کردن یک حرف دیگر است.
- مؤلفه‌ی نهم، فسادستیزی است؛ ما اگر می‌خواهیم مردم در صحنه اقتصاد باشند، باید صحنه اقتصادی امنیت داشته باشد؛ اگر امنیت را می‌خواهیم، بایستی دست مفسد و سوءاستفاده‌چی و دور زننده قانون و شکننده قانون بسته بشود.
- مؤلفه‌ی دهم، مسئله‌ی دانش‌محوری است که این هم یک مشخصه‌ی بسیار مهمی است (Khamenei.ir).

در مجموع، ده مؤلفه‌ی اصلی از بیانات رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی قابل احصاء است که عبارتند از ۱. عدالت اجتماعی، ۲. مقاوم سازی اقتصاد، ۳. تکیه بر ظرفیت‌های داخلی، ۴. مدیریت جهادی، ۵. مردم محوری، ۶. امنیت اقلام راهبردی،

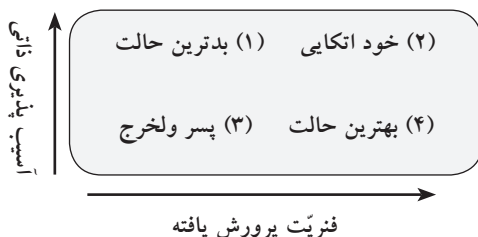


۷. کاهش وابستگی به نفت، ۸. اصلاح الگوی مصرف، ۹. فساد ستیزی و ۱۰. دانش محوری.

۴-۲. اقتصاد مقاومتی در ادبیات اقتصادی

سه نظریه‌ی اقتصادی مرتبط با مفهوم اقتصاد مقاومتی عبارتند از نظریه‌ی فنریت اقتصادی، نظریه‌ی وابستگی متقابل و نظریه‌ی توسعه‌ی صادرات و جایگزینی واردات که در ادامه، به اختصار بررسی می‌شوند.

نظریه‌ی فنریت اقتصادی: نظریه‌ی فنریت اقتصادی^۱ نزدیکترین مفهوم به اقتصاد مقاومتی است، توسط بریگاگلیو^۲ برای اشاره به توان یک اقتصاد برای بهبود (یا انطباق) با آثار شوک‌های برونزای مخالف مطرح شده است. از نظر وی فنریت اقتصادی به دو مفهوم به کار می‌رود: اول، توانایی اقتصاد برای بهبود سریع از شوک‌های اقتصادی تخریب کننده خارجی؛ دوم، توانایی اقتصاد برای ایستادگی در برابر آثار این شوک‌ها (سیف، ۱۳۹۱: ۷). با توجه به درجه آسیب‌پذیری اقتصادی و فنریت اقتصادی کشورها چهار سناریو تعریف می‌شود (شکل ۱).



شکل ۱: چهار سناریوی رفتاری کشورها در برابر شوکها و فشارهای خارجی

منبع: بریگاگلیو و دیگران، ۲۰۰۸، ص. ۵

بدترین حالت به شرایط کشورهایی اشاره دارد که آسیب‌پذیری ذاتی آنها بالاست و سیاست‌های اقتصادی هم شرایط خوبی برای فنریت اقتصادی ایجاد نکرده است. کشورهای با راهبرد خوداتکایی از نظر اقتصادی با آسیب‌پذیری ذاتی مواجهند، اما با سیاست‌های مناسب اقتصاد خود را قادر ساخته‌اند در برابر آثار منفی شوک‌های برونزا،

1. Economic Resilience
2. Briguglio

مقاومت و مقابله کنند. کشورهای الگوی پسر و لخرج آسیب‌پذیری ذاتی اندکی دارند، اما سیاست‌های اقتصادی آنها به فنریت اقتصادی صدمه وارد کرده و آثار منفی شوک‌ها بر آنها تحمیل می‌شود. بهترین حالت سناریویی است که کشور با آسیب‌پذیری ذاتی اندکی مواجه است و سیاست‌های اقتصادی هم به خوبی اقتصاد را ضربه‌گیر کرده‌اند (سیف، ۱۳۹۱: ۱۲).

نظریه‌ی وابستگی متقابل: به شرایطی اطلاق می‌شود که بین کشورها یا بازیگران داخلی در کشور تاثیرگذاری متقابل وجود دارد تا حدی که وابستگی متقابل پیچیده شکل می‌گیرد. در این حالت تعامل بین جوامع گسترش یافته و شامل روابط بین‌المللی دولتی، فرادولتی و فراملی می‌شود، بدین معنی که در این جوامع علاوه بر روابط سیاسی میان دولت‌ها، شکل‌های دیگری ارتباطات مانند ارتباطات فراملی میان شرکت‌های بازرگانی وجود دارد (آجیلی، ۱۳۹۲: ۸۹).

نظریه‌ی توسعه‌ی صادرات و جایگزینی واردات: استراتژی توسعه‌ی صادرات یک استراتژی برون‌نگر است که در آن، حرکت صنعتی شدن در تولید کالاهایی است که کشور در تولید آنها از مزیت نسبی برخوردار است (یاوری و سعادت، ۱۳۸۴: ۲۵). استراتژی جایگزینی واردات نیز یک استراتژی درون‌نگر است به معنی جایگزینی کالاهای تولید محلی و استفاده از امکانات و منابع داخلی کشور برای رسیدن به خودکفایی و خوداتکایی است. سیاست‌های جانشینی واردات، شامل تولید داخلی یک کالای معین است به نحوی که تولید آن در داخل کشور افزایش یابد تا اینکه به تدریج واردات آن محصول، نسبت کمتری از عرضه داخلی را تشکیل دهد (آجیلی، ۱۳۹۲: ۹۶).

۴-۳. اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی

اقتصاد مقاومتی، یعنی آن اقتصادی که به یک ملت امکان می‌دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند. یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، تحریم، دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تضمین‌کننده رشد و شکوفایی کشور باشد (بیانات، ۱۳۹۱، ۵، ۱۶). مقاومت، تنها با استحکام بخشیدن به بنیان‌ها صورت می‌گیرد. هر سیل بنیان‌کنی وقتی به یک صخره استوار برسد، نمی‌تواند در آن اثر بگذارد.



ما باید خود را استوار و مستحکم کنیم و بنیان‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را استحکام ببخشیم (بیانات، ۱۳۸۱، ۷، ۳). وظیفه‌ی همه‌ی ما این است که سعی کنیم کشور را مستحکم، غیرقابل نفوذ، غیرقابل تأثیر از سوی دشمن، حفظ کنیم و نگه داریم؛ این یکی از اقتضائات اقتصاد مقاومتی است. در اقتصاد مقاومتی، یک رکن اساسی و مهم، مقاوم بودن اقتصاد است (بیانات، ۱۳۹۲، ۱، ۱).

مهمترین ویژگی اقتصاد مقاومتی، استفاده از فرصت‌ها و ظرفیت‌ها برای تولید و مقابله با تهدیدات خارجی است. از این منظر، کارآفرینان می‌توانند به‌عنوان بازوی قدرتمند تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی باشند چرا که کارآفرین فردی است که مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان دهی و اداره می‌کند و درعین حال کسی است که فرصت‌ها را در می‌یابد (بایگ‌ریو، ۱۹۹۴: ۱۲۰). به‌همین دلیل است که اقتصاد مقاومتی نخستین بار از سوی مقام معظم رهبری در جمع کارآفرینان مطرح و به یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری توسعه‌ی اقتصادی اجتماعی کشورمان تبدیل شد، چرا که کارآفرین، نیروی محرکه‌ی اقتصاد است و کسانی که در هر فعالیت و کسب‌وکاری، محصول جدید تولید می‌کنند یا روش‌های جدیدی در فرایند تولید، بازاریابی و... به کار می‌گیرند یا با استفاده از منابع جدید، مؤسسه‌ی جدیدی را تأسیس می‌کنند، دارای ویژگی‌های کارآفرینانه بوده و به‌عنوان عاملان تغییر^۱ در نظام اقتصادی شناخته می‌شوند (شومپتر، ۱۹۷۱: ۲۴۲).

اما جایگاه کشورمان از منظر نظام‌های رتبه‌بندی کارآفرینی در سطح بین‌المللی نشان‌دهنده‌ی ضرورت تلاش و توجه بیشتر نسبت به مقوله‌ی کارآفرینی است. بر اساس گزارش مؤسسه‌ی توسعه‌ی و کارآفرینی جهانی^۲ که وضعیت ۱۳۷ کشور جهان را از منظر محیط کارآفرینی ارزیابی می‌کند، در مجموع کشور ایران رتبه ۷۲ را در میان کشورهای جهان و در میان کشورهای منطقه‌ی خاورمیانه و شمال آفریقا، رتبه‌ی ۱۱ را به خود اختصاص داده است. بهترین امتیاز مربوط به مهارت‌های استارت‌آپ با امتیاز ۰/۹۹ و پایین‌ترین امتیاز به پذیرش ریسک ۰/۰۱، درک فرصت ۰/۱۰ و بین‌المللی‌سازی فعالیت‌های کارآفرینی با امتیاز ۰/۱۶ تعلق دارد. همچنین، ایران در گزارش شاخص

1. Change Agent

2. Global Entrepreneurship and Development Institute, 2018

رقابت‌پذیری جهانی در میان ۱۳۷ کشور، رتبه ۶۹ و از نظر شاخص جهانی نوآوری، از میان ۱۲۷ کشور، رتبه ۷۵ را کسب نموده است.

با وجود وضعیت کارآفرینی و محیط کسب‌وکار در کشور، نباید از نظر دور داشت که توجه سیاست‌گذاران به مقوله‌ی کارآفرینی در ایران، عمر کوتاهی دارد. از طرفی سیاست‌گذاری کارآفرینی پدیده‌ای اجتماعی است و عوامل متعددی را در برمی‌گیرد (لندستروم و استیونسون، ۲۰۰۳) اما در کشور ما اغلب اوقات تنها یک یا دو جنبه از عوامل توسعه‌ی کارآفرینی در نظر گرفته می‌شوند. خصوصاً در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی بر اساس مولفه‌های اقتصاد مقاومتی همچنان در ابتدای راه هستیم.

تحلیل صورت گرفته در بیانات رهبری در خصوص ۱۰ راهکار برای اقدام و عمل در اقتصاد مقاومتی نشان می‌دهد که حدود ۶۰ درصد راهکارهای ارائه شده در اقتصاد مقاومتی به موضوعات مرتبط با توسعه‌ی کارآفرینی پرداخته است. تحلیل سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نشان می‌دهد مقوله‌های تأمین مالی، توسعه‌ی مهارت‌ها و آموزش کارآفرینی، احیاء تولید داخلی، شرکت‌ها و محصولات دانش بنیان، نوآوری، توسعه‌ی کارآفرینی، تجاری‌سازی، انتقال فناوری، توجه به بخش غیردولتی، توسعه‌ی کارآفرینی فناورانه، بهبود محیط کسب‌وکار و فرهنگ کارآفرینی به ترتیب بالاترین میزان فراوانی را در میان سیاست‌ها دارند و ۱۳ بند از ۲۴ بند این سند به توسعه‌ی کارآفرینی اختصاص دارد. همچنین از سوی دبیرخانه‌ی ستاد راهبری و اقتصاد مقاومتی، ۱۱ برنامه ملی در تحقق اقتصاد مقاومتی اعلام شده که از بین آنها هفت برنامه ملی به مقوله‌های مرتبط با توسعه‌ی کارآفرینی مرتبط هستند (حدود ۶۴ درصد برنامه‌ها) و در قالب برنامه‌های ملی ارتقاء توان تولید ملی، توسعه‌ی اقتصاد دانش بنیان، شفاف‌سازی و سالم‌سازی اقتصاد و ... ارائه شده‌اند (فهام و پرهیزکار، ۱۳۹۷: ۶۰-۵۷).

۴-۴. جمع‌بندی مبانی نظری

مهمترین مولفه‌های مرتبط با مبانی نظری بررسی شده عبارتند از ارزش محوری و روحیه جهادی، ساختار درونی قوی و پایداری در برابر تهدیدات بیرونی، پیشرو، فرصت ساز و مولد بودن، درون‌زایی و برون‌گرایی و مولفه‌های ده‌گانه‌ی احصاء شده از بیانات رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی است. در این مسیر، نظریه‌ی فنزیت اقتصادی برای



واکنش در برابر شوک‌های برونزا مبنا در نظر گرفته خواهد شد و از منظر نظریه وابستگی متقابل، وابستگی متقابل در سطح بین‌المللی بایستی به گونه‌ای باشد که با ایجاد موانع در سطح بین‌المللی، کمترین خسارت و ضربه به اقتصاد کشور وارد شود.

در مورد نظریه‌ی توسعه‌ی صادرات بدیهی است کشور در کالاهایی که در تولید آنها از مزیت نسبی برخوردار است، به سمت توسعه‌ی بازارهای صادراتی اقدام کرده و از مزایای داخلی آن بهره‌مند شود؛ چرا که از ویژگی‌های این استراتژی، کاهش دخالت دولت در اقتصاد، دسترسی به محصولات ارزانتر و بازارهای خارجی، افزایش کارایی بنگاه‌ها و امکان جذب سرمایه خارجی است. اما در رویکرد جایگزینی واردات بایستی هوشمندانه اقدام کرد. از آنجا که در این استراتژی توانایی دولت در کنترل واردات افزایش می‌یابد و با توجه به سیاست‌های حمایتی، ممکن است کالاهایی تولید شوند که کشور در آن فاقد مزیت نسبی است، بنابراین راهبردهای اقتصادی بایستی معطوف به تولید کالاهای استراتژیک و امنیت اقلام راهبردی و اساسی باشد تا در صورت هرگونه شوک برونزا، شرایط برای تولید کالاهای اساسی از قبل مهیا باشد.

در مورد مبحث اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی، ذکر این نکته ضروری است که در هر فعالیت کارآفرینانه، تشخیص و بهره‌برداری مناسب و به‌موقع از فرصت‌های کارآفرینانه نهفته است. یکی از مهمترین ویژگی‌های کارآفرینان، خلق یا کشف فرصت برای انجام فعالیت کارآفرینانه است. از آنجا که مهمترین ویژگی اقتصاد مقاومتی، استفاده از فرصت‌ها و ظرفیت‌ها برای تولید است، از این منظر، کارآفرینان عملاً بازیگران اصلی برنامه‌های اقتصاد مقاومتی خواهند بود و مبانی نظری اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی در یک راستا بوده و با یکدیگر پیوند دارند.

۵- روش تحقیق

این تحقیق از نوع پژوهش‌های کیفی است که با استفاده از روش فراترکیب انجام شده است. فراترکیب یکی از اقسام روش‌های فرامطالعه^۱ است که به چهار بخش فرانظریه، فراروش، فراترکیب و فراتحلیل^۲ تفکیک می‌شود. در فرانظریه به تحلیل نظریه‌های

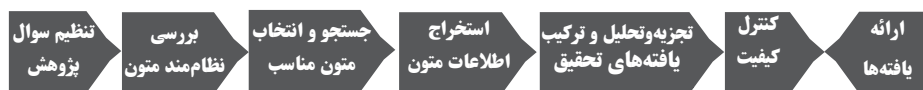
1. Meta Study

2. Meta Theory, Meta Method, Meta Synthesis & Meta Analysis

پژوهش‌های گذشته و در فراروش به تحلیل روش‌شناسی پژوهش‌های گذشته و در فراترکیب به تحلیل کیفی یافته‌های پژوهش‌های گذشته و در فراتحلیل به تحلیل کمی یافته‌های پژوهش‌های گذشته می‌پردازیم (بنچ و دی، ۲۰۱۰ به نقل از صالح‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷).

فراترکیب روشی کیفی برای ایجاد دانش و تفسیر نتایج از مطالعات پیشین است (ساندلوفسکی و باروسو، ۲۰۰۷). این روش برای یکپارچه‌سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته‌های جدید و تفسیر آنها به کار می‌رود (نابلیت و هری، ۱۹۸۸). فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که یافته‌های مطالعات کیفی مشابه را بررسی می‌کند و با فراهم کردن نگرشی نظام‌مند برای پژوهشگر، از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، به کشف موضوعات و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد و با این روش، دانش فعلی را ارتقا می‌دهد و دید جامع و گسترده‌ای در زمینه مسائل به وجود می‌آورد (کمالی، ۱۳۹۶).

فراترکیب، تحلیل یافته‌های مطالعات پیشین است. به عبارتی فراترکیب، ترکیب تفسیر تفسیرهای داده‌های اصلی مطالعه‌های منتخب است. فراترکیب، بر مطالعه‌های کیفی که لزوماً مبانی نظری وسیعی را شامل نمی‌شود، تمرکز دارد و به جای ارائه‌ی خلاصه جامعی از یافته‌ها، یک ترکیب تفسیری از یافته‌ها را ایجاد می‌کند. مشابه نگرش نظام‌مند، استفاده از فراترکیب نتیجه‌ای را حاصل می‌کند که بزرگتر از مجموع بخش‌هایش است (سهرابی و دیگران، ۱۳۹۰).



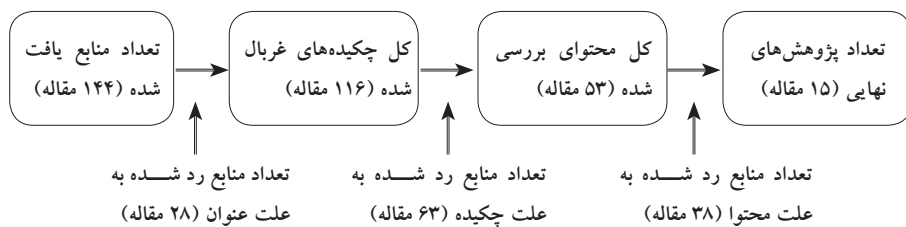
شکل ۲: فرآیند روش فراترکیب

منبع: Sandelowski & Barroso, 2007

جامعه‌ی آماری این پژوهش، مقالات موجود در بانک‌های اطلاعاتی معتبر خارجی مانند ساینس دایرکت، اشپرینگر، جان وایلی، تیلور اند فرانسیس و ... بوده و از کلیدواژه‌های مرتبطی همچون سیاست‌گذاری کارآفرینی، توسعه‌ی کارآفرینی، سیاست‌گذاری کسب‌وکار، اقتصاد مقاومتی، سیاست‌گذاری اقتصاد مقاومتی و واژه‌های مشابه برای جستجوی مقاله‌ها استفاده شده است. برای جستجو و انتخاب متون مناسب،



محقق در هر بازبینی که از مقالات انجام می‌دهد، تعدادی از مقالات را رد می‌کند. در شکل ۳ فرآیند بازبینی به‌طور خلاصه نشان داده شده است. تعداد مقالات در ابتدا ۱۴۴ مقاله بود که پس از حذف مقالاتی که کیفیت آنها تایید نشده و یا باهم هم‌پوشانی داشتند، نهایتاً ۱۵ پژوهش برای تحلیل باقی ماند. سپس اطلاعات مناسب به‌منظور شناسایی نقاط مورد تاکید سیاست‌گذاران توسعه‌ی کارآفرینی استخراج شد.



شکل ۳: فرآیند بازبینی و انتخاب پژوهش‌های مناسب

۵-۱. روایی و پایایی

در این پژوهش، ویژگی‌های فنی از جمله روایی و پایایی به روش‌های متعددی بررسی شد. مرحله‌ی نخست، روایی است که دستیابی به روایی مناسب از دو جنبه بررسی و تایید شد. از آنجا که در این پژوهش اجزاء و عناصر پیشنهادی در تحقیقات پیشین تحلیل و تفسیر شده است، بنابراین استفاده از نتایج تحقیقات پیشین که روایی آنها قبلاً تایید شده است، خود به روایی مدل منجر می‌گردد. دوم اینکه پس از طراحی مدل، ابعاد و راهکارهای تدوین شده به دو تن از صاحب‌نظران و اساتید رشته‌های کارآفرینی و مدیریت ارائه شده و توسط ایشان بررسی شدند. در مجموع نتایج ارائه شده با تغییرات اندکی مورد پذیرش خبرگان قرار گرفت.

به‌منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا استفاده شد. شاخص کاپا ابزاری برای سنجش توافق نظر محققین در کدگذاری داده‌ها است. روش کار بدین صورت بود که شخص دیگری از پژوهشگران سیاست‌گذاری، کدهای حاصل از این پژوهش را دسته‌بندی کرده و به موضوعات اصلی تخصیص داده است. سپس مفاهیم ارائه شده توسط پژوهشگر با مفاهیم ارائه شده توسط این فرد مقایسه نهایتاً با توجه به تعداد مفاهیم ایجاد شده مشابه و مفاهیم ایجاد شده متفاوت، شاخص کاپا محاسبه شده

است. همانطور که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود، پژوهشگر ۵ مفهوم و خبره دیگر ۶ مفهوم ایجاد کرده‌اند، که از این تعداد، ۵ مفهوم مشترک هستند.

جدول ۲: وضعیت تبدیل کدها به مفاهیم توسط محقق و پژوهشگر دیگر

		نظر محقق		
		بله	خیر	مجموع
نظر پژوهشگر دیگر	بله	A=5	B=0	5
	خیر	C=1	D=0	1
	مجموع	6	0	6

$$\text{توافقات مشاهده شده} = (A+D)/N = (5+0)/6 = 0,834$$

مقدار شاخص کاپا برابر با ۰,۸۳۴، محاسبه شد که با توجه به جدول شماره ۳، در سطح توافق عالی قرار گرفته است.

جدول ۳: وضعیت شاخص کاپا

مقدار عددی شاخص کاپا	وضعیت توافق
کمتر از ۰	ضعیف
بین ۰ تا ۰,۲	بی اهمیت
بین ۰,۲ تا ۰,۴	متوسط
بین ۰,۴ تا ۰,۶	مناسب
بین ۰,۶ تا ۰,۸	معتبر
بین ۰,۸ تا ۱	عالی

۶- یافته‌های تحقیق

با توجه به اینکه توسعه‌ی کسب‌وکار و کارآفرینی یکی از مولفه‌های اصلی عرصه اقتصاد مقاومتی است، هدف اصلی این پژوهش شناسایی و معرفی راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی است. به‌طور مشخص پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخی برای این پرسش است که راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی چیست؟ در این پژوهش با معیار قرار دادن چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی؛ سیاست‌های توسعه‌ی کارآفرینی ارائه شده توسط محققین، سازمان‌های بین‌المللی توسعه‌ی کارآفرینی و تجربیات سایر کشورها تحلیل شده و راهکارهای متناسب ارائه شدند. برای دستیابی به این هدف از روش فراترکیب فرآیند آن استفاده شد.



در این پژوهش ابتدا عوامل استخراج شده از پژوهش‌های پیشین به‌عنوان موضوعات مورد بررسی برای توسعه‌ی کارآفرینی در نظر گرفته شدند. سپس با در نظر گرفتن مولفه‌های اقتصاد مقاومتی، مفاهیم و کدهای مطرح شده در پژوهش‌های پیشین در قالب مفاهیم مشابه، دسته‌بندی شدند. به این ترتیب، مفاهیم اصلی پژوهش شکل گرفت. در ادامه یافته‌های تحقیق در پنج بُعد به‌عنوان ابعاد توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی معرفی می‌شوند (شکل ۴).



شکل ۴: مولفه‌های اصلی توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به مولفه‌های شناسایی شده (شکل ۴)، راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی ایجاد شدند. این راهکارها بر اساس ارزش‌ها و نظریات اقتصاد مقاومتی و با توجه به یافته‌های پژوهش‌های پیشین، طراحی شده است. راهکارهای پیشنهادی، مبتنی بر ارزیابی و تفسیر محققین و منطبق با روش فراترکیب است. در این روش برای ایجاد دانش جدید، از ترکیب، یکپارچه‌سازی و تفسیر نتایج مطالعات پیشین استفاده می‌شود. توضیحات مرتبط با هر یک از مولفه‌های پنج‌گانه و راهکارهای مرتبط با آنها در ادامه ارائه شده است.

توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی ارزش‌مدار

نخستین موضوع، توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی ارزش‌مدار است. در بررسی مفهوم کارآفرینی، یکی از مهمترین ویژگی‌های کارآفرینان، خلق ارزش است. خلق ارزش، ملاک کارآفرینی است و می‌توان آنرا به‌عنوان شاخص کارآفرینی در نظر گرفت. از این رو می‌توان گفت رفتار کارآفرین، ارزش‌آفرینی بوده و رفتار کارآفرینانه همان رفتار ارزش‌آفرینانه است. رفتار کارآفرینانه نوع خاصی از رفتار در موقعیت‌های مختلف است که منجر به ایجاد ارزش می‌شود (حجازی، ۱۳۹۱). در مبانی اقتصاد سرمایه‌داری، این ارزش از نوع مادی است اما در بنیان‌های نظری اقتصاد مقاومتی، علاوه بر ایجاد ارزش‌های مادی، ارزش‌های اجتماعی و شاکله‌ی دینی در فعالیت‌های کارآفرینانه مورد توجه است.

یکی از موارد مورد تاکید در فرآیند کارآفرینی این است که ایجاد ارزش اقتصادی تنها هدف کارآفرینان نبوده و کارآفرینان در حوزه‌های اجتماعی نقش پررنگی در توسعه و پیشبرد جوامع دارند. در واقع می‌توان گفت ایجاد ارزش در کارآفرینی تنها مرتبط با ایجاد ارزش اقتصادی نیست بلکه ایجاد ارزش‌های اجتماعی به‌واسطه فعالیت‌های کارآفرینانه به‌همان اندازه مهم است. اهمیت این موضوع تا بدان حد است که کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان جدیدترین و بهترین راه ممکن برای ایجاد و تقویت ارزش اجتماعی دانست (Brooks, 2009).

با توجه به اینکه حاکمیت ارزش‌های اسلامی در تمامی ارکان اقتصادی و اجتماعی جامعه به‌ویژه فعالیت‌های کارآفرینان و امور مربوط به کسب‌وکار از مفروضات انسانی حکومت دینی در جامعه اسلامی ایران می‌باشد، کارآفرینی ارزش‌مدار در کشورمان اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند (خنیر، ۱۳۸۵). بدین منظور راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شوند:

- تقویت توانایی در برابر عوامل تهدیدزا با تکیه بر استعدادهای درونی
- ایجاد، تقویت و توسعه‌ی روحیه مدیریت جهادی و کارآفرینی ارزش‌مدار
- تغییر نگرش از دولت محوری به مردم محوری و تاکید بر نقش و توانایی مردم در پیشبرد امور
- اصلاح الگوی مصرف از طریق تقویت فرهنگ ابتکار و تولیدگرایی به‌جای



مصرف‌گرایی

● توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی، الگوسازی و شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در جامعه (از طریق رسانه)

در همین زمینه، هافمن (۲۰۰۷) به بهبود فرهنگ کارآفرینی در جامعه، دسله (۲۰۰۴) به بهبود نظام انگیزشی برای توسعه‌ی کارآفرینی، استیونسن و لندستروم (۲۰۰۱، ۲۰۰۷) به بهبود نظام انگیزشی، الگوی نقش کارآفرینانه و شکل‌گیری ارزش‌های کارآفرینانه در جامعه، ورهال و همکاران (۲۰۰۱) به بهبود هنجارهای فرهنگی و اجتماعی برای کارآفرینی، هافمن (۲۰۰۷) به خط‌مشی‌های موثر بر فرهنگ کارآفرینی نظیر ارتقاء انگیزش کارآفرینانه، ارائه مشوق‌های خاص و ارتباط با اسطوره‌ها، سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) بر فرهنگ‌سازی و ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی در سطوح مختلف جامعه، اکس و ویرچیل (۲۰۱۰) بر تقویت فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارها در جهت توسعه‌ی کارآفرینی، هنریکسن و استنکولا (۲۰۱۰) بر ارائه پاداش و انگیزه به فعالیت‌های کارآفرینانه اثربخش و آدرچ (۲۰۰۷) بر ایجاد انگیزه با تشویق نوآوری و تحقیق و توسعه در شرکت‌های کوچک تاکید داشته‌اند.

بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار

موضوع دوم، بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار است. افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه در یک جامعه به محیطی پیش برنده برای افزایش تعداد کارآفرینان و رشد شرکت‌ها نیاز دارد. مطالعات نشان می‌دهد محیط کسب‌وکار بر توسعه‌ی کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد. بنابراین بهبود عوامل محیطی برای رشد پایدار کسب‌وکار لازم است (داوری و همکاران، ۱۳۹۷). از طرف دیگر، بهبود فضای فعالیت کسب‌وکار و رشد اقتصادی، شرط لازم برای دستیابی به کیفیت بهتر زندگی بوده و کارآفرینی، راهکاری به‌منظور دستیابی به توسعه‌ی اقتصادی، به‌ویژه در کشورهای جهان سوم است (Salmi, 2008).

شواهد بسیاری مبنی بر سهم شرکت‌های کوچک و جدید کارآفرین در پویایی صنایع و منافع اقتصادی وجود دارد. از این رو بر کارآفرینی به‌عنوان عامل رشد اقتصادی تاکید می‌شود (Murdack, 2012). لذا توجه به بهبود فضای راه‌اندازی و فعالیت کسب‌وکارها از ضرورت‌های سیاست‌های کارآفرینانه اثرگذار و پایدار است. در این شرایط فرض

اساسی آن است که بهبود محیط کسب و کار شرط اساسی برای رشد طبیعی و پایدار بخش خصوصی و شرکت‌های کوچک و بزرگ کارآفرینی می‌باشد (داوری و همکاران، ۱۳۹۷). نتایج تحقیقات نهادهای داخلی (همچون مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی) و بین‌المللی (نظیر بانک جهانی، یونیدو و ...) حاکی از آن است که رفع موانع توسعه‌ی بخش خصوصی و بهبود محیط کسب و کار بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر دارد (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۵، داوری، ۱۳۹۱، و Soriano & Martín, 2012). لازمه‌ی توسعه‌ی کسب و کارها، ایجاد محیط کسب و کار مطلوب بوده و در آن محیط، حاکمیت از رقابت اقتصادی حمایت کرده، قوانین باثبات و روشنی ایجاد کرده و موانع بازدارنده کارآفرینی را به حداقل می‌رساند (داوری و همکاران، ۱۳۹۷). برای بهبود فضای راه‌اندازی کسب و کار راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شوند:

- توسعه‌ی عدالت اجتماعی و ایجاد شرایط مناسب برای توزیع عادلانه فرصت‌های کارآفرینانه
 - فسادستیزی و ممانعت از فعالیت‌های غیر اثربخش
 - توسعه‌ی شبکه‌های کارآفرینان و خوشه‌های صنعتی
 - ارتقای صادرات و جایگزین سازی واردات با تولیدات دارای مزیت داخلی
 - در نظر داشتن رویکرد اکوسیستم کارآفرینی و حمایت از انواع کسب و کارها
 - توسعه‌ی فرصت‌های کارآفرینی در بخش‌های مختلف و کاهش وابستگی به منابع خدادادی
 - ایجاد زیرساخت‌های راه‌اندازی کسب و کار از قبیل حمل و نقل، ارتباطات و اینترنت، دسترسی به انرژی
- در رابطه با بهبود فضای کسب و کار، ردفور (۲۰۱۲) بر توسعه‌ی زیرساخت‌ها، هافمن (۲۰۰۷) بر دسترسی به تأمین کنندگان، منابع مالی و بازارها، ارائه‌ی فرصت‌های برابر برای کارآفرینی در جامعه، تقویت زیرساخت‌های اساسی و سهولت ارتباطات، استیونسون و لندسترم (۲۰۰۱ و ۲۰۰۷) بر ارائه‌ی فرصت‌های کارآفرینانه و کاهش موانع راه‌اندازی و رشد بنگاه و ایجاد محیط مطلوب برای ظهور شرکت‌های جدید، اکس و همکاران (۲۰۰۷) بر دسترسی به فناوری و شبکه‌های کارآفرینی، آنکتاد (۲۰۰۴) بر ثبات اقتصاد کلان،



بازارهای کار و زیرساخت‌های محلی، ورهال و همکاران (۲۰۰۱) بر بهبود رقابت بین کسب‌وکارها و زیرساخت‌های فیزیکی، سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) بر توسعه‌ی زیرساخت‌های حمل‌ونقل، مخابرات، صنعتی، فناوری اطلاعات و شبکه‌سازی، اکس و ویرچیل (۲۰۱۰) بر ارتقای صادرات و جایگزین‌سازی واردات با تولیدات داخل، بهبود وضعیت بنیان‌های اقتصادی شامل اقتصاد کلان، زیرساخت‌ها (حمل و نقل، ارتباطات، انرژی) و توسعه‌ی بازارهای مالی و تقویت شبکه‌ها و خوشه‌های صنعتی تاکید داشته‌اند.

حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار

موضوع سوم، حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار است. تأمین مالی مناسب یکی از مشکل‌ترین و پیچیده‌ترین مراحل در فرآیند کارآفرینی است و نقش موثری در راه‌اندازی و توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای کارآفرینانه دارد. رویکردهای متنوعی در این حوزه وجود دارد، انتخاب‌ها و تصمیمات متعددی را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد که می‌تواند موجب پیچیدگی بیشتر این فرآیند شود. بهره‌گیری از روش‌های نوین تأمین مالی در این فرآیند موثر است. (Winborg, 2009)

روش‌های متعدد تأمین مالی مبتنی بر نظریات حوزه‌های اقتصاد، کسب‌وکار، ارتباطات و اطلاعات، مدیریت، حقوق و جامعه‌شناسی می‌باشند (Hossain & Oparaocha, 2017). هرچند بیشتر ادبیات مالی کارآفرینی بر تأمین مالی از منابع خارج از سازمان نظیر فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران مخاطره پذیر متمرکز شده، اما کسب‌وکارهای نوپا و کوچک به دلیل عدم تقارن اطلاعات و هزینه‌ی مبادله‌ی بالا، دسترسی محدودی به منابع خارجی تأمین مالی دارند (Parkin, 2010).

یکی از اصلی‌ترین نگرانی‌های سرمایه‌گذاران در مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه، ایجاد اعتماد در حفاظت از سرمایه‌ها و منابع تأمین شده برای فعالیت‌های کارآفرینی است. نبود اعتماد و اطمینان می‌تواند باعث خودداری کارآفرینان از سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کارآفرینی شود (Colombo et al., 2015).

در تلاش برای کاهش خلأهای تأمین مالی در مراحل مختلف فرآیند کارآفرینی، راه‌کارهای متعددی نظیر تأمین مالی جمعی، تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری

مخاطره‌پذیر، شبکه فرشتگان کسب‌وکار، شتاب‌دهندگان و... مطرح شده است که در کنار ارزش‌های مالی، به ارزش‌های دیگری مانند دستیابی به ارزش‌های اجتماعی و فناورانه نیز توجه فراوانی داشته‌اند (Block et al., 2018). موارد استفاده از روش‌های مختلف تأمین مالی بیشتر برای استفاده توسط کسب‌وکارهای نوپا و کارآفرینان متمرکز است (Paschen, 2017). راهکارهای بهبود حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار عبارتند از:

- بهبود دسترسی به منابع مالی و سرمایه
- بهبود شرایط سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
- توسعه‌ی روش‌های متنوع تأمین مالی (فرشتگان کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر و ...)
- حمایت و تأمین منابع مالی برای کسب‌وکارهای نوآورانه، فن‌آفرینان و شرکت‌های خرد
- ارائه مشوق‌ها، کمک‌ها و خط‌مشی‌های مالیاتی در تولید و تأمین کالاهای راهبردی و اساسی

در خصوص حمایت‌های مالی از کارآفرینان، ردفورد (۲۰۱۲) بر حمایت مالی از کارآفرینان با ارائه پاداش، وام و فرشتگان کسب‌وکار، هافمن (۲۰۰۷)، آنکتاد (۲۰۰۴)، آدرچ و همکاران (۲۰۰۷)، ورهال و همکاران (۲۰۰۱)، استیونسون و لندستروم (۲۰۰۷)، سازمان توسعه‌ی و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵)، سینگر (۲۰۰۷) و اکس و همکاران (۲۰۰۷) بر دسترسی به منابع مالی و حمایت‌های مالیاتی، بیمه و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، هافمن (۲۰۰۷) بر ارائه‌ی وام‌ها، مالیات بر ثروت و ارث، فرشتگان کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر، مالیات بر سرمایه، بازار سهام و آدرچ (۲۰۰۷) بر دسترسی به سرمایه و تأمین دارایی برای شرکت‌های جدید و کوچک کارآفرین تأکید داشته‌اند.

حمایت‌های قانونی برای راه‌اندازی کسب‌وکار

عوامل سیاسی و قانونی، بخش کلیدی از بافت اقتصادی و سیاسی هستند که در آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد. مواردی مثل موانع قانونی برای تشکیل بنگاه یا تأسیس



صندوق‌های عمومی برای اجرای برنامه‌های حمایتی کارآفرینی (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). نظام‌های مختلف کارآفرینی به سیستم‌های پشتیبان و حمایت‌کننده نظیر قوانین و مقررات تسهیل‌کننده و همچنین فرهنگ‌پذیری این فعالیت‌ها نیاز دارد (Infodev, 2013). قوانین و دستورالعمل‌ها، برنامه‌های حمایتی را برای تشویق و ترغیب افراد به سمت کارآفرینی فراهم می‌کنند و از این طریق بر افزایش نرخ کارآفرینی در جامعه موثرند. این برنامه‌های حمایتی برای تشویق کارآفرینان از طریق کاهش مقررات اداری و... طراحی می‌شوند (Spigel, 2015).

شرط اینکه یک بنگاه کوچک بتواند ایجاد گردد و سپس با اجرای ایده‌های کارآفرینی فعالیت خود را تداوم بخشد و از این طریق امکان رشد و توسعه را بیابد، فراهم بودن بسترهای لازم از جمله وضع قوانین و مقررات مناسب برای بهبود وضعیت فعالین اقتصادی و کارآفرینی در عرصه اقتصاد کشور است. شواهد موجود و بررسی‌های انجام شده در زمینه اقتصاد ایران بیانگر این است که قوانین و مقررات وضع شده توسط دولت در عرصه اقتصاد نه تنها بسترهای مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینی را فراهم نکرده است، بلکه قوانین و مقررات وضع شده به‌عنوان مانعی جهت رشد کارآفرینی در صنایع کوچک و در نتیجه رشد و توسعه‌ی صنایع کوچک در اقتصاد ایران عمل کرده است. در مجموع پنج عامل به‌عنوان مهمترین عوامل قانونی بر فعالیت کارآفرینان موثر است که عبارتند از فرآیند اخذ جواز تاسیس، فرآیند دریافت اعتبار مالی، صادرات و واردات، مالیات و عوارض و قانون کار (لامعی، ۱۳۹۱). بدین منظور راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شوند:

- حفظ حقوق مالکیت و پشتیبانی از ایده‌ها و نوآوری‌های کارآفرینان
 - بهبود قوانین بازار کار، قوانین ورشکستگی و نظام تأمین اجتماعی
 - رفع مقررات و تشریفات زائد اداری (مقررات زدایی هوشمندانه)
 - نشر یکپارچه‌ی اطلاعات و فرصت‌ها و دسترسی یکسان افراد به منابع اطلاعاتی
- در ارتباط با حمایت‌های قانونی از فعالیت‌های کارآفرینانه، هافمن (۲۰۰۷) بر رعایت مسائل قانونی و حفظ حقوق مالکیت کارآفرینان، استیونسن و لندسترم (۲۰۰۱ و ۲۰۰۷) بر قوانین ورشکستگی و بازار کار، آدرچ و همکاران (۲۰۰۷) بر حمایت از حقوق مالکیت

معنوی، قانون ورشکستگی، بهبود محیط قانون‌گذاری، تدوین قوانین ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه و خروج از آن، ساختارهای ترغیب‌کننده کارآفرینی و بازار سرمایه، سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) بر ایجاد بستر قانونی و کمک به شرکت‌های ورشکسته، حفظ حقوق مالکیت معنوی، هنریکسن و استنکولا (۲۰۱۰) بر قوانین ورود به بازار و موانع رشد کسب‌وکارها، قوانین بازار کار و بیمه تاکید داشته‌اند.

توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری سازی دانش

جهت‌گیری اقتصاد از کشاورزی به صنعتی و در حال حاضر به سمت اقتصاد دانش بنیان در حرکت است. در دنیایی کنونی، علم و دانش از جایگاه ویژه‌ای در رقابت‌های جهانی برخوردار بوده و اقتدار علمی به مزیت رقابت اصلی کشورها تبدیل شده است، به‌گونه‌ای که می‌توان گفت امروزه دانش به منزله‌ی موتور رشد اقتصادی و جایگزین منابع سنتی سه‌گانه‌ی ثروت یعنی زمین، نیروی کار و سرمایه محسوب می‌شود (Etzkowitz, 2003).

هدف اصلی از توجه به اقتصاد دانش‌بنیان، دستیابی به توسعه پایدار، به‌ویژه در کشورهای فقیر و در حال توسعه است. برای دستیابی به این هدف، تنها تولید و توزیع اطلاعات و پرداختن به آموزش و پژوهش کافی نیست، بلکه هدف اصلی، به کارگیری آنها و تبدیل دانش به محصول و تجاری‌سازی آن است (Smulders & Bretschger, 2007). بر این اساس، تجاری‌سازی دانش و ایجاد اصلاحات اساسی در رسالت، ساختار، فرآیند و فرهنگ حاکم بر سازمانها در راستای نهادینه سازی آن به امری اجتناب‌ناپذیر و موضوع مورد علاقه‌ی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته تبدیل شده است (Abdlatif et al., 2016). راهکارهای توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری‌سازی دانش عبارتند از:

- آموزش مهارت‌های کارآفرینانه در مراحل قبل، حین و بعد از راه‌اندازی کسب‌وکار
- مشاوره کارآفرینان دانش‌بنیان در زمینه‌های مالی، حقوقی، مدیریتی، بازاریابی و توسعه‌ی محصول
- تشویق به نوآوری و تحقیق و توسعه و کمک به انتقال فناوری در کسب‌وکارها
- کمک به تجاری‌سازی تحقیقات و دسترسی به بازارها



- دانش محوری و توجه به دانش به‌عنوان نقطه ثقل فعالیت کارآفرینانه
- توسعه‌ی زیرساخت‌های حرفه‌ای (پارک‌های علم و فناوری، مراکز کارآفرینی و رشد) در همین رابطه، ردفورد (۲۰۱۲) و هافمن (۲۰۰۷) بر آموزش و مشاوره کارآفرینان و کمک به افزایش تعداد کارآفرینان، دسله (۲۰۰۴) بر بهبود پویایی‌های نوآوری و کارایی نظام ملی نوآوری، استیونسون و لندسترم (۲۰۰۱ و ۲۰۰۷) بر آموزش و مشاوره کارآفرینی و نحوه استفاده از دانش، آدرچ و همکاران (۲۰۰۷) بر توانمندسازی کارآفرینان، تحقیق و توسعه، توسعه‌ی فناوری، افزایش توانمندی‌ها و آموزش کارآفرینان، ورهال و همکاران (۲۰۰۱) بر انتقال تحقیق و توسعه و توانمندسازی کارآفرینان، سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۰۴ و ۲۰۰۵) بر آموزش و ارتباط با صنعت از قبیل انتقال تکنولوژی، مشاوره، شبکه‌سازی و خوشه‌سازی، سینگر (۲۰۰۷) بر ارائه آموزش مقدماتی، پیشرفته و حرفه‌ای، بهبود ظرفیت‌های بالقوه و ایجاد انگیزه‌های کارآفرینانه و آدرچ (۲۰۰۷) بر تشویق نوآوری و تحقیق و توسعه در شرکت‌های کوچک و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و تشویق یادگیری در این شرکت‌ها تاکید داشته‌اند.

۷- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در جهان امروز، سیاست‌گذاری از بخش‌های جدایی ناپذیر زندگی بشر محسوب می‌شود، تا خط‌مشی وجود نداشته باشد و هدفی تنظیم نشود و راهی برای رسیدن به آن مشخص نشود، انجام هر کار دیگری غیر ممکن است. دولت‌ها ابتدا اهدافی را در نظر می‌گیرند، برای تحقق آن اهداف خط‌مشی‌گذاری می‌کنند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱). کارآفرینی موضوعی است که در سیاست‌گذاری‌های قرن اخیر و مباحث دولتی رواج بسیاری پیدا کرده است (Ingley, 2007). ترویج کارآفرینی در شکل کسب‌وکارهای نوپا نوعی از فعالیت سیاستی است که در سرتاسر جهان از سطح فراملی گرفته تا سطح ملی، منطقه‌ای و محلی، مهمترین اولویت یافته است (Kolvereid & Isaksen, 2006). خط‌مشی عمومی، مجموعه‌ای از اقدامات نسبتاً ثابت، پایدار و هدفمند دولت، با هدف حل معضلات یا دغدغه‌های عمومی جامعه است (Anderson, 2011: 7). هر خط‌مشی دارای سه عنصر کلیدی است: تعریف و شناسایی مسئله، اهدافی که باید به آن دست

یافت و ابزارهایی که برای مواجه شدن با مشکل و دست یابی به هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد. زمانی که دولت به وجود مشکل عمومی و نیاز به انجام اقدامی در مورد آن پی می‌برد، ضرورت تصمیم‌گیری از سوی خطمشی‌گذاران درباره مشکل احساس می‌شود. دولت برای مواجهه با مشکل باید انتخاب‌های مختلفی را بررسی کنند و با این کار، در جریان تدوین خطمشی قرار می‌گیرد (Howlett & Ramesh, 2009: 111).

ویژگی مهم تنظیم خطمشی، پیشنهاد ابزارهایی برای تأمین یک نیاز است به نحوی که افراد جامعه آن را درک کنند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۱: ۵). بدیهی است که برنامه‌ها و خطمشی‌ها نیز بایستی منطبق با بنیان‌های ارزشی که نظام بر پایه‌ی آن استوار است، شکل گیرد. اقتصاد مقاومتی سازه‌ای برآمده از مبانی ارزشی است که در حال حاضر به یکی از ارکان اصلی سیاست‌گذاری توسعه‌ی اقتصادی اجتماعی کشورمان تبدیل شده است. بدین منظور در این پژوهش به توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی پرداخته شده است. برای شناسایی راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، از روش فراترکیب در هفت گام استفاده شده و یافته‌های مطالعات پیشین تحلیل شدند و در نهایت با توجه به مولفه‌ها و شاخص‌های اقتصاد مقاومتی، راهکارهای ایجاد کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی ارائه شدند.

حاصل تحقیق الگویی مشتمل بر پنج بُعد اصلی "توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی ارزش مدار"، "بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار"، "حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار"، "حمایت‌های قانونی برای راه‌اندازی کسب‌وکار" و "توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری‌سازی دانش" است. متناسب با هریک از ابعاد شناسایی شده، راهکارهایی برای توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی ارائه شدند.

برای توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی ارزش مدار، فرهنگ‌سازی در سطوح مختلف جامعه اهمیت فراوانی دارد. بدین منظور، دیدگاه حاکمیتی نسبت به کارآفرینی ارزش مدار با روحیه جهادی، تولیدگرایی، پرهیز از مصرف‌زدگی و مردم‌محوری در پیشبرد امور اهمیت پیدا می‌کند. آموزش و پرورش، رسانه و شبکه‌های اجتماعی نقش



مهمی را در این زمینه بازی می‌کنند.

برای بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار، اصلاح قوانین و مقررات در اولویت برنامه‌ها قرار دارد. منظور از این امر، تغییرات جزئی در رؤوس برنامه‌ها و یا اضافه و حذف شدن جزئیات قوانین نیست بلکه حذف قوانین ناکارآمد و دست و پاگیر، مهمترین راهکار در این زمینه است. به‌زعم بسیاری از کارآفرینان؛ قوانین و نظارت‌ها، به‌جای آنکه مشوق فعالیت‌ها باشد، بازدارنده است. استفاده از تجربیات سایر کشورها و الگوبرداری در این زمینه می‌تواند مفید واقع شود. مسأله‌ی مهم در بهبود فضای کسب‌وکار، شفافیت و امکان فعالیت و رقابت همه‌ی ذی‌نفعان در محیط اقتصادی است. توزیع عادلانه اطلاعات و فرصت‌ها و پرهیز از ایجاد شرایطی برای بهره‌مندی برخی از هرگونه رانت می‌تواند به بهبود فضای کسب‌وکار بیانجامد. توسعه‌ی فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در افشاگری و ایجاد شفافیت، نقش مهمی را در این زمینه بازی می‌کند.

به‌منظور حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار، می‌توان روش‌های نوین تأمین مالی را توسعه داد. در مباحث نوین مدیریت مالی، تأمین مالی فعالیت‌های کارآفرینانه، تفاوت‌های قابل توجهی با تأمین مالی سنتی که به بودجه دولتی وابسته است، دارد. بدیهی است نوآوری‌های پیشنهادی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه و جذابیت و بکر بودن بازاری به گستردگی بازار کشورمان، می‌تواند مسیر تأمین مالی و سرمایه‌گذاری خارجی را هموار سازد. ضمن آنکه بر خلاف سایر فعالیت‌های اقتصادی که تأمین مالی و حجم گردش مالی نقش مهمی را در موفقیت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی بازی می‌کند، موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در وهله اول نه‌تنها وابسته به تأمین مالی نیست، بلکه در گرو نوآوری ارائه شده و فرصت تشخیص داده شده است.

در راستای حمایت‌های قانونی برای راه‌اندازی کسب‌وکار، پایش مستمر کسب‌وکارها و اطمینان خاطر کارآفرینان از وجود قوانین حامی فعالیت‌های کارآفرینی اهمیت فراوانی دارد. در نظریات نوین مدیریت دولتی، دولت و حاکمیت از مجری‌گری و بنگاهداری به نقش خدمت‌گذار و خدمات‌دهنده برای توسعه‌ی فعالیت‌های افراد تغییر مأموریت یافته‌اند. با این رویکرد، نگاه دولت و حاکمیت بایستی خدمات‌رسانی و حمایت از فعالیت‌های قانونی افراد (کارآفرین و کارگر) بوده و با حمایت از حقوق مالکیت افراد

و بهبود قوانین بازار کار، ورشکستگی و تأمین اجتماعی، هم برای کارآفرین و هم برای کارکنان کسب‌وکارها انگیزه‌بخش باشد.

موضوع آخر به توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری سازی دانش اشاره دارد. برخلاف موضوعات قبلی (تغییر قوانین و مقررات، معافیت مالیاتی، حمایت مالی، ایجاد زیرساخت و...) که نتایج آن در کوتاه‌مدت برای جامعه ملموس است، نتایج فعالیت‌هایی از قبیل آموزش، توانمندسازی، مشاوره و تشویق افراد به کارآفرینی و نظایر آن، در بلندمدت بر جامعه تأثیر دارند. بنابراین نمی‌توان انتظار تغییرات سریع جامعه به‌واسطه اقدامات آموزشی و توانمندسازی را داشت. هرچند تغییراتی که به‌واسطه آموزش و توانمندسازی در نگرش‌ها و رفتارهای افراد ایجاد می‌شود، ماندگاری و پایایی بیشتری دارند و با عجین شدن آموزش‌ها و تونمندی‌ها در افراد و انتقال آنها به نسل‌های بعدی، می‌توان انتظار داشت که جامعه به‌سمت کارآفرینی حرکت کرده و خلاقیت و کارآفرینی در جامعه تداوم یابند.

با توجه به موضوعات مطرح شده و نتایج این مطالعه، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌هایی مرتبط با توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی ارزش‌مدار، بهبود فضای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در شرایط اقتصاد مقاومتی، حمایت‌های مالی و حمایت‌های قانونی با در نظر گرفتن شرایط کنونی اقتصادی کشور که معطوف به شرایط اقتصاد مقاومتی است و همچنین پژوهش‌هایی برای تبیین هرچه بهتر توانمندسازی کارآفرینان نوآور انجام شود. خصوصاً در حوزه‌هایی که کشورمان دارای مزیت است (مواردی نظیر نانو تکنولوژی، زیست فناوری، گردشگری، صنایع دفاعی و...).

برای تشخیص مهمترین ابعاد و مولفه‌های ارائه شده در این پژوهش و اولویت‌بندی آنها، پیشنهاد می‌شود مدل ارائه شده با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، روش‌های تحلیل عاملی و سایر روش‌های کمی، بررسی شود.

نهایتاً اینکه برای الگوگیری و استفاده از تجارب سایر کشورها، پیشنهاد می‌شود مطالعه‌ای تطبیفی از راهبردها و نتایج به‌دست آمده در چند کشور مختلف که شرایط فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نزدیکتری با کشورمان دارند صورت گیرد.

از محدودیت‌های این پژوهش، تعداد اندک پژوهش‌های مرتبط است. موضوع



سیاست‌گذاری توسعه‌ی کارآفرینی، در داخل و خارج از کشور، موضوع جدیدی است که مطالعات اندکی به آن پرداخته شده است. نوظهوری این پدیده همراه با گفتمان جدید اقتصاد مقاومتی، سهم ناچیزی از پژوهش‌های حوزه‌ی کارآفرینی را به خود اختصاص داده است. هرچند سعی پژوهشگر بر این بود که مطالعاتی گزینش شوند که در پایگاه‌های علمی معتبر و توسط سازمان‌های جهانی انجام شده‌اند.

تشکر و قدردانی

بدینوسیله نویسنده از دقت نظر و پیشنهادهای ارزنده‌ی داوران ناشناس مقاله که تأثیر فراوانی در ارتقاء کیفیت این پژوهش داشتند، قدردانی می‌کند.

منابع

- آجیلی، هادی (۱۳۹۱)، "اقتصاد مقاومتی در نظام اقتصاد سیاسی جهانی"، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، سال نهم، شماره بیست و چهارم، صص ۱۰۵ - ۸۷.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، تهران: انتشارات پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود، مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- الوانی، سیدمهدی و صراف‌زاده، اصغر (۱۳۸۸)، "تحلیل عوامل موثر بر شکل‌گیری خط‌مشی‌های عمومی در جمهوری اسلامی ایران و ارائه الگوی بهینه"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت، صص ۱۴۱-۱۱۷.
- امیری طهرانی‌زاده، سید محمدرضا (۱۳۹۴)، "مبانی سیستمی اقتصاد مقاومتی"، فصلنامه علمی پژوهشی جستارهای اقتصادی ایران، شماره ۲۳، صص ۵۱-۳۳.
- دانایی فرد، حسن، جاوید، سید داریوش و فانی، علی اصغر (۱۳۹۱)، "ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهای خط‌مشی‌گذاری ملی گردشگری"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هفتم شماره ۱۹، صص ۲۴-۱.
- داوری، علی. (۱۳۹۱). "ارائه مدل مفهومی نظام خط‌مشی‌گذاری توسعه‌ی کارآفرینی"، چشم‌انداز مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۱۱، صص. ۳۳-۵۰.
- داوری، علی، سفیدبری، لیلا، باقرصاد، وجیهه (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی در ایران بر اساس مدل آیزنبرگ. فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی. دوره ۱۰. شماره ۱. صص. ۱۲۰-۱۰۰.
- داوری، علی، رمضانپور نرگسی، قاسم، افراسیابی، راحله و الهه داوری. (۱۳۹۷). "تأثیر سیاست‌های کارآفرینی و محیط کسب‌وکار بر توسعه‌ی کارآفرینی". فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی. دوره ۱۱. شماره ۲. صص. ۳۳۹-۳۲۱.
- جباری، رقیه (۱۳۹۱)، چستی اقتصاد مقاومتی. <http://eghtesad-moghavemati.blogfa.com/t/4pos>
- حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۱). تبیین رفتار کارآفرینانه در پرتو مفهوم شاگله دینی. فصلنامه توسعه‌ی کارآفرینی، دوره ۵. شماره ۴.
- خنیفر، حسین. (۱۳۸۶). کارآفرینی در نظام ارزشی. قم: انتشارات اکرام.
- سمیعی اصفهانی، علیرضا و حبیبی، فاطمه (۱۳۹۴)، "نظریه پساتوسعه و الگوی اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران: رویکردی مقایسه‌ای"، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال هجدهم، شماره ۶۶، صص ۷۳-۵۱.
- سهرابی، بابک، اعظمی، امیر و یزدانی، حمید رضا (۱۳۹۰)، "آسیب شناسی پژوهش‌های انجام شده در زمینه مدیریت اسلامی با رویکرد فراترکیب"، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۶، صص ۲۴-۹.
- سیف، اله مراد (۱۳۹۲)، "مقدمه‌ای بر نقشه راه پیاده سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی جمهوری



- اسلامی ایران"، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال شانزدهم، شماره ۶۱، صص ۸۹-۱۱۵.
- سیف، اله مراد (۱۳۹۱)، "الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر دیدگاه مقام معظم رهبری" فصلنامه آفاق امنیت، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۲۲-۵.
 - صالح نژاد، سیدعبدالله، حسن درویش، علی اکبر احمدی و لطف الله فروزنده (۱۳۹۷)، "فرا ترکیب مطالعات منزلت کارکنان در ایران"، فصلنامه‌ی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، سال دهم، شماره ۲، صص ۱۰۰-۷۵.
 - فهام، الهام و پرهیزکار، مرتضی (۱۳۹۷). جایگاه توسعه‌ی کارآفرینی در سیاستها و برنامه‌های ملی کشور، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، سال ششم، شماره بیست و دوم، صص. ۶۵-۴۷.
 - قوامی، سید حسن (۱۳۹۱)، اقتصاد مقاومتی، مبانی نظری. تهران: نشر پردیس.
 - کمالی، یحیی (۱۳۹۶). "روش‌شناسی فراترکیب و جایگاه آن در سیاست‌گذاری عمومی"، فصلنامه سیاست، دوره ۲۷، شماره ۳، صص ۷۳۶-۷۲۱.
 - لامعی، بهزاد. (۱۳۹۱). موانع قانونی رشد کارآفرینی در صنایع کوچک ایران. مجله کار و جامعه. شماره ۴۵.
 - مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۵). پایش محیط کسب‌وکار ایران در پاییز ۱۳۹۵.
- Abdlatif, N. S., Abdullah, A. & Mohadjan, N. (2016). A Pilot Study of Entrepreneurial Orientation towards Commercialization of University Research Products, *Procedia Economics and Finance*, 37 (8): 93-99.
- Ács, Z., J., & Virgill, N. (2010). Entrepreneurship in Developing Countries in ACS, Z., & D. B. Audretsch, (Eds). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Chapter 18, Springer, pp.485-514.
- Ács, Z., J., & Virgill, N. (2010). Entrepreneurship in Developing Countries, in ACS, Z., & D. B. Audretsch, (Eds). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Chapter 18, Springer, pp.485-514.
- Anderson, J. E. (2011). *Public Policymaking: An Introduction*. Boston, MA: Cengage.
- Audretsch, D. B., I. Grilo, & A. R. Thurik (2007). Explaining entrepreneurship and the role of policy: A Framework. *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp.1-17.
- Block, J. H., Colombo, M. G., Cumming, D. J., & Vismara, S. (2018). New players in entrepreneurial finance and why they are there. *Small Business Economics*, 50(2), 239-250.
- Brooks, A. C. (2009), *Social entrepreneurship: a modern approach to social venture creation*, Pearson education international.
- Bygrave, W. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons Inc.

- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(1), 75-100.
- Etzkowitz, H. (2003). Research groups as "quasi-firms": the invention of the entrepreneurial university, *Research Policy*, 5(32): 109–121.
- Henrekson, M., & Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship and Public Policy, in ACS, Z., & D. B. Audretsch, (eds). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Chapter 21, Springer, pp.595-637.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: motives, definitions, typology and ethical challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2).
- Howlett, M., Ramesh. M. Perl, A. (2009). *Studying public policy, policy cycles & policy subsystems*. Third edition. Oxford University.
- 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, Edward Elgar, pp.140-172.
- Infodev.(2013).Information for Development Program. World Bank Report.
- Ingle, C. (2007). Effective governance for start-up companies regarding the board as a strategic resource. *Int. J. Business Governance and Ethics*, Vol. 3, No. 3, pp. 309-328.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into selfemployment. *Journal of Business Venturing* 21, 866– 885.
- Lundström, A., Stevenson, L. (2002). *On the Road to Entrepreneurship Policy*. Volume 1 of the Entrepreneurship Policy for the Future Series. Örebro: FSF.
- Micheal, E. (2001). Public choice and tourism analysis. *Current issues in tourism*, 2-4:30-48.
- Murdock, K.A. (2012). Entrepreneurship policy: Trade-offs and impact in the EU. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10) 879–893.
- Noblit, G. & Hare, R. (1988). *Meta Ethnography: Synthesizing Qualitative Studies*. Newbury Park CA: SAGE
- OECD. (2004). *small & medium-sized enterprises in turkey: issues and policies*. OECD. 11-83. available through <http://www.oecd.org>.
- OECD Istanbul Centre. (2005). *A framework for the development and financing of dynamic small and medium sized enterprises in turkey*. Center for Private sector Development Istanbul (OECD Istanbul Centre): 10-80.
- OECD. (2007). *OECD Framework for the Evaluation of SME and Entrepreneurship*



Policies and Programmes.

- Parkin, M. (2010). *Microeconomics* (9th ed.) Boston: Pearson Education Inc.
- Paterson, B., Thorne, S., Canam, C. & Jillings, C. (2001). *Metastudy of Qualitative Research: A Practical Guide to Meta-analysis and Meta-synthesis*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Redford, T. D. (2012). *Entrepreneurship and Public Policy for today and tomorrow's Portuguese Republic*. Working paper, Portuguese Studies Program, University of California, Berkeley.
- Reynolds, Paul D., M. Hay and S.M.Camp. (1999). *GEM*, Executive Report. Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and the London Business School.
- Salmi, A. C. (2008). Entrepreneurship Economic Development and Quality of life in third world countries. *Applied Research Quality Life* 3(3)203-213.
- Sandelowski, M. & Barroso, J. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. New York: Springer.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *Journal of Economic History*, (7), 149-159.
- Smulders, J. & L. Bretschger. (2007). Sustainable Use of Resources and Economic Dynamics, *Journal of Environmental & Resource Economics*, 36(1): 1-13.
- Soriano. D. R and Martín. M. A. (2012). Government policies to support entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development* 24(9-10), 861-864.
- Spigel, B. (2015). *The Organization of Entrepreneurial Ecosystems*. *Entrepreneurship: Theory & Practice*.
- Stevenson, I. & Lundström, A. (2007). Dressing the emperor: the fabric of entrepreneurship policy in D. B. Audretsch, I. Grilo, & A. R. Thurik (eds). *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 94 - 130.
- UNCTAD. (2004). *Entrepreneurship and Economic Development*. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD): 6-14.
- Weimer, D. E., Aidan V. (2005). *Policy Analysis Concepts and Practice*. 4th Edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Unwto_Barometer_Interim. Unwto world tourism barometer. (2007). available: <http://www.unwto.org/data/highlights>.
- Winborg, J. (2009). "Use of financial bootstrapping in new businesses: a question of last resort?" *Venture Capital*, 11(1): 71-83.
- <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=25795>

