فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، ۷(۱(پیاپی ۲۵))، ۱۳۱-۱۱۳
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran،
Civilica، RICeST، Ensani
شاپا: ۲۳۴۵-۲۸۷۰

فصلنامه علمی- پژوهشی
اقتصاد و مدیریت شهری

طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) با تأکید بر نوآوری (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)

سید عباس حسینی دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران
تورج مجیبی* دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران
علی مهدی‌زاده اشرفی استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران
حسین وظیفه‌دوست استاد گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۲۳ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۰

چکیده: اشتغال و دستیابی افراد به شغل مورد نظر، از اساسی‌ترین نیازهای جامعه محسوب می‌شود و بیکاری به عنوان پدیده مخرب اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، از جمله مهم‌ترین دغدغه‌های خط‌مشی‌گذاران و برنامه‌ریزان کشورهای مختلف و یکی از شاخص‌های اصلی توسعه‌یافتگی جوامع است و در اکثر کشورها، راهکار تحقق آن از طریق تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، پیگیری می‌گردد. با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در فرایند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها و توجه ویژه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه به این مقوله مهم، ضرورت دارد سیاست‌گذاران، نسبت به اتخاذ خط‌مشی‌های مناسب برای رشد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، اقدام نمایند. این در حالی است که خط‌مشی‌گذاری کسب‌وکارهای فوق، از جنبه تئوریک، نیاز به مبنایی دقیق دارد تا بتواند به ایجاد اقتصاد کارآفرینانه با کارآفرینان بیشتر و دستیابی به هدف‌های تعیین شده در کشور، کمک کند. بر این اساس، این پژوهش با هدف طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، با تأکید بر نوآوری و بهره‌گیری از دانش و تجربیات داخلی و بین‌المللی در جهت بهبود فرایند سیاست‌گذاری توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و نتایج ارزشمند متعدد آن به ویژه در خصوص کمک به اشتغال و کاهش نرخ بیکاری کشور انجام شده است. در این مقاله سعی شده با توجه به تحقیقات پیشین و مطالعات اسنادی، چارچوب پایه مناسبی، ایجاد شود. سپس براساس چارچوب اولیه، به بررسی عمیق و واکاوی مطالعه موردی و با استفاده از ابزار مصاحبه و مطالعه اسناد و مدارک به استخراج الگوی مفهومی پرداخته شد. برای تجزیه‌وتحلیل داده‌های مستخرج از مصاحبه‌ها، از کدگذاری باز و محوری، استفاده شد. در نهایت الگوی حاصل در چهار بعد عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار، خط‌مشی‌های توسعه، نهادهای خط‌مشی‌گذاری و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ترسیم شد.

واژگان کلیدی: مدل خط‌مشی‌گذاری، توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نوآوری، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
طبقه‌بندی JEL: E32, Q55, E60, L84

* نویسنده مسئول: mojibi@iaufb.ac.ir

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

۱- مقدمه

از آنجایی‌که انجام فعالیت‌های اقتصادی بیشتر موجب رشد سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد مردم، افزایش مالیات برای دولت و گسترش رفاه جامعه می‌گردد، کلیه کشورها برای ایجاد فضای کسب‌وکار توسط فعالان اقتصادی تلاش می‌کنند و اقدامات اصلاحی زیادی برای تحقق آن انجام می‌دهند (شیرکوند، ۱۳۹۰). امروزه دولت‌ها پذیرفته‌اند که ایجاد و توسعه شرکت‌های جدید کوچک و متوسط، عامل مهمی در رشد اقتصادی بوده و از نتایج آن، ایجاد شغل، نوآوری در فعالیت‌ها و بهبود بهره‌وری در شرکت و دولت است. اگرچه امکان دارد دولت‌ها در کشورهای توسعه‌یافته کماکان بر شرکت‌های بزرگ تأکید کنند اما محور تأکید خط‌مشی آنها، تقویت محیط و بهبود فضای کسب‌وکار برای شرکت‌های جدید و در حال رشد است. به عبارت دیگر، سیاست‌گذاری کارآفرینی، واکنشی به تغییر جهت از اقتصاد مدیریت‌شده به اقتصاد کارآفرینانه است که ویژگی آن، گذار از اقتصاد صنعتی به اقتصاد دانش‌محور، از بخش ساخت و تولید به بخش خدماتی، از شرکت‌های بزرگ به شرکت‌های کوچک و از شرکت‌های کوچک به شرکت‌های جدید است (دانایی‌فرد، ۱۳۸۸).

در دو دهه گذشته با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در قابلیت‌های واحدهای صنعتی، روش‌های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده که معمولاً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است. از آنجایی که فرایند یادگیری در صنایع کوچک و متوسط موجب تربیت مدیران توانمند می‌شود و خارج شدن این صنایع از صحنه رقابت، زیان کمتری را بر جامعه تحمیل می‌کند؛ لذا صنایع کوچک و متوسط به عنوان بستر مناسبی برای ایجاد صنایع رقابت‌پذیر و توانمند محسوب شده و در اکثر کشورها بر سیاست‌گذاری مناسب برای این صنایع تأکید شده است (امین بیدختی و زرگر، ۱۳۹۰).

موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به میزان اهمیتی که به نوآوری می‌دهند بستگی دارد. شرکت‌های کوچکی که نوآوری را در مرکز کسب‌وکار خود قرار می‌دهند، به رشد بهره‌وری و بقا دست می‌یابند. از طرف دیگر حتی SMEها[1] نیز در برابر چالش‌های اقتصاد جهانی، ایمن نیستند. با توجه به سهم این شرکت‌ها در اقتصاد، این موضوع تا حدی نگران‌کننده نیز می‌باشد. SMEها با مشکلات متعددی؛ نظیر محدودیت منابع روبه‌رو هستند که مانع از ارائه و تجاری کردن محصولات یا سرویس‌ها یا فرایندهای جدید می‌گردد (Tiwari & Buse, 2007).

شرکت‌های بزرگ فعال جهانی در حال نفوذ هرچه بیشتر به همه بازارها هستند. این امر موجب رقابت شدیدتر و تغییرات سریع‌تر در کل صنایع خواهد شد. شرکت‌های کوچک و پایین‌تر در زنجیره تأمین به دلیل این تغییرات و شرایط باید با بالابردن نوآوری و مهارت تکنولوژیک، خود را قادر به رقابت در صحنه بین‌المللی نمایند. در واقع هدف اصلی تهیه مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فراهم کردن امکان بهبود فضای کسب‌وکار کشور و نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری برای حضور و فعالیت مؤثرتر شرکت‌های فوق با هدف غلبه بر ضعف آن‌ها در بازارها به علت کوچک‌مقیاس بودن و محدودیت شدید در منابع از یک طرف و ارتقای سطح رقابت‌گری آن‌ها از طرف دیگر می‌باشد. هدف عملیاتی خط‌مشی‌گذاری در این پژوهش نیز بر شرکت‌های تأسیس شده و در حال فعالیت، متمرکز است.

با توجه به مطالب بیان شده، دستیابی به اشتغال پایدار از طریق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به عنوان یکی از مؤثرترین راهکارهای موجود برای حفظ و افزایش سطح اشتغال کشور، مورد توجه سیاست‌گذاران و دولت‌مردان می‌باشد. در این تحقیق سعی شده است مدل خط‌مشی‌گذاری مناسبی به منظور توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) با تأکید بر

1- Small and Medium Enterprises

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

نوآوری، طراحی و ارائه گردد که با توجه به نقش و مسئولیت مهم وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در تحقق این امر، این وزارتخانه به عنوان مطالعه موردی انتخاب شده است.

۲- پیشینه تحقیق

الف) پژوهش‌های خارجی

نتایج پژوهش کاردوزا[1] و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد که SMEs آمریکای‌لاتین متعلق به مؤسسات بزرگ‌تر (مانند گروه‌های کسب‌وکار) در یک موقعیت قوی‌تر برای توسعه بین‌المللی قرار دارند. همچنین مشکلات و موانع SMEs برای توسعه بین‌المللی، به طور عمده در مواجهه با مقررات داخلی در محیط اقتصادی داخلی و در فقر اطلاعاتی در مورد بازارهای خارجی می‌باشد. یافته‌های این مقاله به تأثیر نهادها و به‌ویژه سیاست‌های عمومی بر توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی بر اقتصادهای در حال ظهور و در حال گذر، تأکید داشتند.

تورنر[2] و همکارانش (۲۰۱۶) در پژوهشی، نقش دولت تایلند در توسعه اقتصادی از طریق ارتقای شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEها) را بررسی کرده‌اند. این بررسی، تعامل بین دولت و بخش خصوصی، با چالش‌های پیش‌روی شرکت‌های کوچک و متوسط و اثربخشی سیاست ارتقای SMEها از نظر پیامدهای سیاست آینده را در نظر گرفته است. دولت، نقش مهمی در حمایت از توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان ابزاری برای دستیابی به رشد اقتصادی پایدار و سالم ایفا کرده است. خط‌مشی‌های متعهدانه برای ارتقای SMEها از سوی دولت و همکاری نزدیک‌تر بین دولت و بخش خصوصی برای توسعه بیشتر شرکت‌های کوچک و متوسط مورد نیاز است. ادغام سازمان‌های دولتی برای ارتقای SMEها باید به منظور داشتن یک رویکرد کل‌نگر به دولت، افزایش یابد. تمرکز بیشتر بر کیفیت شرکت‌های کوچک و متوسط برای توسعه پایدار ضروری است.

اوزیوما- ایلودینمو[3] (۲۰۱۵) در پژوهشی، سیاست کارآفرینی برای شرکت‌های کوچک و متوسط در آبا، دولت ابیا[4] نیجریه را تجزیه‌وتحلیل کرد. نتایج پژوهش نشان دادند سیاست‌های کارآفرینی مانند: آموزش‌وپرورش، تبلیغات، دسترسی به منابع مالی و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در آبا، با اجرای ضعیف و فساد، با چالش‌های روبه‌رو شده‌اند. با وجود مشکلات و موانع در برابر رشد SMEs در نیجریه، هنوز هم موقعیت‌های زیادی برای رشد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در نیجریه وجود دارد.

میرزانتی[5] و همکارانش (۲۰۱۴) در پژوهشی چارچوب مفهومی سیاست‌گذاری کارآفرینی را براساس سطح تجزیه‌وتحلیل، میکرو، مزو و کلان تقسیم کردند. در سطح کلان، سیاست کارآفرینی، بر ایجاد انگیزه، مهارت‌های کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار تمرکز می‌کند در حالی که سطح مزو؛ شامل کاهش بار دولت در تسهیل ورود کسب‌وکار و مقررات‌زدایی واردات و صادرات و همچنین تمرکز بر کسب‌وکار و مشوق کسب‌وکار می‌باشد. در سطح کلان، سیاست‌های کارآفرینی باید بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی، زیرساخت‌های کارآفرینی و مقررات، تمرکز نماید.

اوباجی و اُلگو[6] (۲۰۱۴) در پژوهشی، به نقش سیاست دولت در توسعه کارآفرینی پرداختند. این مقاله با هدف توسعه چارچوب مفهومی برای بررسی نقش سیاست دولت در توسعه کارآفرینی و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی انجام شده است. این مطالعه به بررسی کارآفرینی، توسعه اقتصادی و سیاست‌های دولت و ارتباط آن با اقدامات کارآفرینی پرداخته است. در این تحقیق، دو فرضیه پیشنهاد گردید: یکپارچه‌سازی

1 - Cardoza
2 - Turner

3 - Ozioma-Eleodinmuo
4 - Aba, Abia State
5- Mirzanti
6 - Obaji and Olugu

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

اقدامات کارآفرینی با توسعه اقتصادی و با سیاست مداخله دولت. این مطالعه درک درستی از نقش و اهمیت سیاست‌های دولت در توسعه کارآفرینی ارائه می‌دهد و بر اهمیت سیاست‌های دولت بر عملکرد کسب‌وکار تأکید دارد.

خاکسار[1] و همکارانش (۲۰۱۱) در پژوهشی، نقش سیاست‌های دولت و رشد کارآفرینی در شرکت‌های میکرو، کوچک و متوسط در هند را بررسی کرده‌اند. این مقاله با هدف ارزیابی خط‌مشی‌های دولت با توجه به SMEs و عملکرد این شرکت‌ها در رابطه با این خط‌مشی‌ها انجام شده است. باید سهم SMEs را به سمت ایجاد اشتغال کشور در نظر بگیریم. بازار جهانی، به طور قابل‌توجهی به فعالیت‌های شرکت‌های میکرو، کوچک و متوسط توجه داشته است. امروزه، برای زنده ماندن کسب‌وکار، پویایی و کارآفرینی باید در بالاترین درجه کمال باشد.

چاکوامکا[2] (۲۰۱۱) در پژوهشی به بررسی تأثیر سیاست‌های عمومی بر کارآفرینی در نیجریه پرداخت. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه به صورت مصاحبه مستقیم، بحث گروهی متمرکز، مجلات، کتاب‌های درسی و سایر موارد جمع‌آوری شد. نتایج نشان دادند که دولت، سیاست‌های مالی را به نادرستی فرمول‌بندی و اجرا کرده است که باعث کند شدن روند توسعه کارآفرینی در نیجریه شده است. علاوه بر این بسیاری از سیاست‌های عمومی آن‌قدر پیچیده هستند که هزینه راه‌حل‌یابی مشکل بیشتر از منافع آن است.

ب) پژوهش‌های داخلی

مرادی و همکارانش (۱۳۹۵) در پژوهشی کیفی با هدف شناسایی عوامل و موانع توسعه کارآفرینی از منظر کارآفرینان ایرانی، پس از پالایش کدهای اولیه (تلفیق کدهای هم‌پوشان و مصداقی)، سه دسته عوامل توسعه کارآفرینی از منظر کارآفرینان، شناسایی شدند که عبارتند از: ۱- عوامل زمینه‌ای (الگوی نقش، تجربه قبلی و ویژگی‌های فردی) ۲- عوامل بازدارنده (عامل تأمین مالی، عامل فرهنگی- اجتماعی و قانونی) ۳- عوامل توانمندساز (شناسایی و تشخیص مناسب فرصت‌ها، دسترسی به شبکه اجتماعی، داشتن دانش و مهارت تخصصی).

نتایج پژوهش فولادی و زنگنه (۱۳۹۵) نشان دادند که در سنگاپور و تایوان، دولت‌ها، نقش مهمی در ترویج نوآوری از طریق طرح‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای حمایت از شرکت‌های با پتانسیل رشد بالا ایفا می‌کنند اما بررسی عملکرد صندوق‌های مالی توسعه تکنولوژی ایران به خوبی نشان داد که تسهیلات این صندوق‌ها با مفهوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر، هم‌خوانی ندارند و به همین دلیل، تأمین مالی شرکت‌های نوپا پیشرفته کشور با مشکلات جدی همراه است.

رضائی و صفا (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط کشاورزی پرداختند. با در نظر گرفتن یافته‌های تحقیق، می‌توان نتیجه گرفت که اجرای سیاست‌های حمایتی، اعطای تسهیلات و اعتبارات، تدوین قوانین مناسب و رفع موانع اداری، آموزش مدیران بنگاه‌ها و ایجاد ارتباط اثربخش بین بنگاه‌ها، پیش‌شرط‌های اصلی توسعه مطلوب بنگاه‌های کوچک و متوسط کشاورزی در استان زنجان هستند.

۳- مبانی نظری

خط‌مشی

خط‌مشی عمومی، تصمیمی است که در مقابل یک مشکل عمومی اتخاذ می‌گردد. خط‌مشی صرفاً اتخاذ تصمیم نمی‌باشد بلکه فرایندی است که شامل تمام اقدامات از زمان احساس مشکل شروع و به ارزیابی نتایج حاصل از اجرای خط‌مشی ختم می‌گردد. خط‌مشی عبارت است از: تصمیمات اتخاذ شده توسط دولت‌ها که هدفی را تعریف و ابزاری را برای دستیابی به آن مشخص می‌کند (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۹۲). خط‌مشی عمومی، مجموعه‌ای از اقدامات نسبتاً ثابت و پایدار و هدفمند

1- Khaksar
2- Chukwuemeka

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

دستگاه اجرایی و دولت، به منظور حل مشکلات یا دغدغه‌های عمومی جامعه می‌باشد (Anderson, 2014).

خط‌مشی، فرایندی است که دولت از طریق آن، ایده‌های خود را به برنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی برای دستیابی به نتایج و ایجاد تغییرات مطلوب در دنیای واقعی را عملی می‌کند. تمرکز اصلی خط‌مشی، بررسی تعامل با جامعه است که در مراحل شناخت و فهم مسئله، طراحی و شکل‌گیری، اجرا، ارزیابی، اصلاح و تغییر خط‌مشی عمل می‌شود. واژه خط‌مشی، مفاهیم و معانی بسیاری را با طیف گسترده‌ای از اصول و بیانیه‌ها دربر می‌گیرد که فرایندهای سیاسی سطح بالای دولت تا تصمیمات اداری خرد سازمان‌های دولتی را شامل می‌شود. هر خط‌مشی مانند سیستم فرعی، با خط‌مشی‌های بالاتر و پایین‌تر خود در ارتباط است؛ به‌طوری‌که می‌توان آن را به خط‌مشی‌های کلان، میانی و اجرایی تقسیم‌بندی کرد (باقری میاب و باقری، ۱۳۹۱). طبق تعریف ویکرز[1]، خط‌مشی‌ها، اصولی هستند که به تصمیم‌ها، اقدام‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های عمومی، جهت داده و آنها را در مسیر تحقق اهداف، تنظیم می‌نمایند (بابایی و توکلی، ۱۳۹۴).

تعریف و مفهوم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

به دلیل مشخصه‌ها و تنوع فعالیت‌های این بنگاه‌ها و وجود شاخص‌های گوناگون، تعاریف و برداشت‌های متعددی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط وجود دارد و تاکنون، یک تعریف پذیرفته شده در سطح جهانی، ارائه نشده است. اندازه کسب‌وکار یا تعداد کارکنان، زمینه فعالیت، ارزش دارایی‌ها، میزان گردش مالی و غیره، از رایج‌ترین شاخص‌های مورد استفاده برای تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط، محسوب می‌شود (López-Ortega et al., 2016) که در میان آنها، اندازه یا تعداد کارکنان، یکی از معتبرترین شاخص‌ها می‌باشد؛ به نحوی که در بیشتر کشورها، طبقه‌بندی کسب‌وکارها براساس این شاخص صورت گرفته است (Olusegun, 2012).

صنایع از نظر اندازه، به سه گروه صنایع بزرگ، متوسط و کوچک، تقسیم می‌شوند. در مطالعه‌ای که مرکز توسعه صنعتی بین‌المللی انجام داده سازمان‌های کوچک، سازمان‌هایی تلقی شده‌اند که کمتر از ۱۰۰ پرسنل دارند. برای تعریف ویژگی‌های SMEها همواره از معیارهای یکسانی استفاده نمی‌شود؛ برای مثال برخی از تحقیقات، سازمان‌های کوچک و متوسط را این‌گونه تعریف کرده‌اند: شرکت‌های کوچک و متوسطی که کارکنانی کمتر از ۲۵۰ نفر دارند و بعضی دیگر نیز بر این باورند که این نوع از شرکت‌ها، کارکنانی کمتر از ۵۰۰ نفر دارند (Beck et al., 2005).

آمبویس و مالدونی[2] (۱۹۸۸) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را واحدهای اقتصادی که از طرف شخصی مستقل (کارآفرین) به آسانی قابل تأسیس و اداره باشند می‌دانند (کریمی و بوذرجمهری، ۱۳۹۳).

براساس تعریف سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (۲۰۰۳) و تعریف موردقبول در اکثر کشورهای جهان، شرکت‌های کوچک و متوسط به شرح ذیل طبقه‌بندی شده‌اند:

۱) شرکت‌هایی که کمتر از ۱۰ کارمند دارند، شرکت‌های خرد هستند.

۲) شرکت‌هایی که از ۱۰ تا ۴۹ کارمند دارند، شرکت‌های کوچک هستند.

۳) شرکت‌هایی که از ۵۰ تا ۲۴۹ کارمند دارند، شرکت‌های متوسط هستند. به‌علاوه گردش مالی آنها باید کمتر از ۴۰ میلیون یورو و با ترازنامه کمتر از ۲۷ میلیون یورو باشد و در نهایت از نظر اقتصادی باید مستقل و بیش از ۵۰ درصد آن متعلق به بخش خصوصی باشد (سلطانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۵).

معیارهای اتحادیه اروپا برای تعریف و شناسایی SMEها عبارتند از: تعداد کارکنان، حجم گردش مالی سالانه بنگاه و میزان دارایی و بدهی‌های آن. تعریف اتحادیه اروپا از مؤسسات کوچک و متوسط در جدول ۱ آورده شده است:

1- Vickers

2- Amboise and Muldowney

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

جدول ۱- تعریف شرکت‌های کوچک و متوسط (کمیسیون اروپا)

شـــــرح	تعداد کارکنان	گردش مالی سالانه (میلیون یورو)	ارزش کل دارایی‌ها (میلیون یورو)
شرکت‌های خرد	کمتر از ۱۰	کمتر از ۲	کمتر از ۲
شرکت‌های کوچک	بین ۱۰ تا ۵۰	بین ۲ تا ۱۰	بین ۲ تا ۱۰
شرکت‌های متوسط	بین ۵۰ تا ۲۵۰	بین ۱۰ تا ۵۰	بین ۱۰ تا ۴۳

در حال حاضر بنگـاه‌هـای کوچک و متوسط بانک جهانی براساس تعاریف ذیل، کـار می‌کنند:

۱- بنگاه خرد، کمتـر از ده نفـر کـارکن بـا سـقف دارایی تا ده هزار دلار آمریکا و فروش سالانه تا سقف صد هزار دلار

۲- بنگاه کوچک تا۵۰ نفر کارکن با سقف دارایی و فروش تا سه میلیـون دلار

۳- بنگـاه متوسط با حداکثر۳۰۰ نفر کـارکن و بـا حـداکثر دارایـی و فـروش کـل معـادل ۱۵ میلیـون دلار.

تعریف بنگـاه‌هـای کوچـک و متوسـط در ایـران از سـازمانی بـه سـازمان دیگـر فـرق می‌کنـد. ارگان‌هـا و سازمان‌های مختلف، هر یک بنا به مقتضیات کاری خود، به تعریف و تقسیم‌بندی بنگاه‌ها از حیث بزرگی، کوچکی و متوسطی پرداخته‌اند.

براسـاس تعریـف وزارت صـنعت، معـدن و تجـارت و وزارت جهـاد کشـاورزی، بنگـاه‌هـای کوچـک و متوسط، واحـدهـای صـنعتی و خـدماتی هسـتند کـه کمتـر از ۵۰ نفـر کـارکن دارنـد. مرکـز آمـار ایـران، کسـب‌وکارها را بـه چهـار گـروه طبقه‌بنـدی کـرده اسـت: کسـب‌وکـارهـای ۹-۱ کـارگر، خـرد، ۴۹ـ۱۰ کـارگر، کوچـک، ۹۹ـ۵۰ کـارگر، متوسـط و بـیش از ۱۰۰ کـارگر، بـزرگ. براسـاس جدیـدترین تعریـف سـازمان صـنایع کوچـک و شـهرک‌هـای صـنعتی، صنایع کوچـک بـه صـنایعی گفتـه می‌شـود کـه تعـداد شاغلان آنها بـین ۵ تـا ۵۰ نفـر باشـد و صـنایع بـزرگ، صـنایعی هسـتند کـه تعـداد شـاغلان بـیش از ۵۰ نفـر داشـته باشـند (معاونـت اقتصـادی اتـاق بازرگـانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ۱۳۹۵).

در نهایت در این پـژوهش، طبقه‌بندی بنگـاه‌هـا به شرح ذیل تعریف و مورد استفاده قرار گرفته است:

۱- بنگاه‌های خرد: تا ۹ نفر کارکن

۲- بنگاه‌های کوچک: بین ۴۹-۱۰ نفر کارکن

۳- بنگاه‌های متوسط: بین ۹۹-۵۰ نفر کارکن

۴- بنگاه‌های بزرگ: از ۱۰۰ نفر کارکن به بالا.

الگوهای خط‌مشـی‌هـای توسـعه کسـب‌وکارهای کوچک و متوسط

کـارآفرینی، یکـی از اولویـت‌هـای اصـلی خط‌مشی‌گذاران دولتی است. ولی تدوین خط‌مشـی‌هـای کارآفرینی در مراحل اولیه و ابتدایی تکامل خود است. به منظور آشنایی با خط‌مشی‌های کارآفرینی وضع شـده در دولت‌ها، در ادامه برخی از الگوهای متداول بیان شده‌اند:

۱- الگوی دیده‌بان جهانی کـارآفرینی[1]: مبتنـی بـر مطالعه کارآفرینی در کشورهای گوناگون است. این مدل، رابطه‌های علّی بین فعالیت‌های کارآفرینی و سطح توسعه اقتصادی برقرار کرده است. براسـاس ایـن مـدل، شـرایط ملی عمومی و شرایط کارآفرینانه بـر توسـعه کـارآفرینی کشورها تأثیر دارند.

۲- الگـوی آدرتـچ[2]: آدرتـچ و همکـارانش (۲۰۰۱) الگـویی را بـرای تجزیـه‌وتحلیـل عوامـل تعیـین‌کننـده کارآفرینی ارائه داده‌اند که به درک چگونگی بـه‌کارگیری خط‌مشی عمومی در راسـتای ارتقـای کـارآفرینی کمـک می‌کند. این الگو پنج نوع خط‌مشی دولتی تأثیرگـذار بـر

1 -Global Entrepreneurship Monitor
2 -Audresch

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

فعالیت‌های کارآفرینانه را شامل عرضه کارآفرینی، تقاضای کارآفرینی، دسترسی به دانش و منابع مالی برای کارآفرینان بالقوه، شکل‌دهی ارزش‌های کارآفرینانه در فرهنگ و تقویت ریسک‌پذیری برای کارآفرینی می‌داند.

۳- الگوی پنگ و لی[1]: پنگ و لی (۲۰۰۲) به تعدادی از حوزه‌های خط‌مشی اشاره نموده‌اند که بیانگر سطح تلاش‌های کارآفرینانه در یک کشور است. این حوزه‌ها عبارتند از: حداکثر کردن منافع و حداقل کردن زیان (داوری و رضایی، ۱۳۸۵).

نوآوری

دراکر[2] (۱۹۵۹) از اولین پژوهشگرانی است که بر نوآوری تأکید داشته است. به اعتقاد راجرز[3]، سازمان برای زنده ماندن، نیازمند نوآوری است (Tuksinnimit et al., 2015) و نوآوری عبارت است از: یک ایده، عمل یا شی که توسط یک فرد یا واحدهای کسب‌وکار، درک و پذیرش شده است (De Vries et al., 2016).

رزنفیلد و سروو[4] (۱۹۹۰) مفهوم نوآوری را به وسیله فرمول زیر بیان می‌کند:

مفهوم+ اختراع+ انتفاع = نوآوری

در این فرمول، مفهوم، ایده‌ای را براساس چارچوب مرجعی شخص، دپارتمان یا گروه، سازمان یا دانش انباشته شده جدید نشان می‌دهد. اختراع در مورد هرگونه ایده جدیدی است که تحقق‌یافته و انتفاع؛ به معنای ایجاد بالاترین مقدار ممکن سود از یک اختراع است (Hejazi, 2013).

نقش نوآوری به عنوان نیروی محرکه بسیار مهم اقتصادی و توسعه، به طور گسترده‌ای شناخته شده است. به طور خاص در محیط کسب‌وکار، نوآوری در اغلب موارد به عنوان منبع حیاتی تغییر استراتژیک که پیامدهای مثبتی؛ از جمله مزیت رقابتی پایدار را دربرداشته، بررسی می‌شود. به اعتقاد داویلا[5] و همکارانش (۲۰۰۶) دلایلی که سازمان به نوآوری روی می‌آورند عبارتند از: بهبود کیفیت، ایجاد بازارهای جدید، گسترش محصول، کاهش هزینه‌های کارگری، آسیب‌های زیست‌محیطی و مصرف انرژی، بهبود فرایندهای تولید و مواد و جایگزینی محصولات یا خدمات. از این رو، نوآوری از دهه‌های گذشته موضوع بسیاری از تجزیه‌وتحلیل‌ها و پژوهش‌ها بوده است (Talegeta, 2014).

امروزه نوآوری، نه تنها به مسئله اصلی بسیاری از سازمان‌های خصوصی و تجاری تبدیل شده بلکه به صورت جدی مورد توجه بخش عمومی و دولتی نیز قرار گرفته است. ضرورت توجه به نوآوری در خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های دولتی را باید در انتظارات نوین جامعه جست‌وجو کرد. طی چند دهه اخیر، افکار عمومی، شیوه‌های سنتی مدیریت در بخش دولتی را به نحوی گسترده، به چالش کشیده‌اند. عموم جامعه از مدیران دولتی انتظار دارند که ضمن افزایش اثربخشی خدمات خود، منافع عمومی را به بهترین وجه، تأمین کنند. تأکید و توجه به نوآوری در سازمان‌های دولتی، این سازمان‌ها را در شناخت هرچه بهتر محیط پیرامون و درک نیازها و خواسته‌های مراجعین خود یاری می‌دهد. این امر به سازمان امکان می‌دهد تا شیوه‌های جدید انجام امور را بیاموزد و براساس آن، روش‌ها و رویه‌های جاری خود را کاراتر و اثربخش‌تر کنند (ناصحی‌فر و همکاران، ۱۳۸۹).

۴- روش تحقیق

روش تحقیق با بهره‌گیری از تحقیقات مطالعه موردی، پایه‌ریزی شد که ابتدا با مطالعات اولیه، سؤالات و همچنین فرضیه‌های تحقیق مطرح شدند که نتایج آن در قالب طرح تحقیق ارائه گردید. در گام بعد، مطالعات در زمینه موضوع تحقیق در ابعاد مختلف ادامه یافت. این مطالعات؛ شامل بررسی ادبیات موضوع تحقیق به صورت

1- Peng and Lee's
2- Drucker
3- Rogers
4- Rosenfeld and Servo
5- Davila

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

کتابخانه‌ای و مطالعه مقالات علمی سایت‌های معتبر علمی بود؛ در نتیجه، مبانی نظری تحقیق در این مرحله، شکل منسجمی به خود گرفت. مجموعه مطالعات و بررسی‌های انجام شده در مراحل قبل به محقق این امکان را داد تا چارچوب نظری یا مدل مفهومی تحقیق را تبیین نماید. سپس سؤالات تحقیق جهت مصاحبه طراحی شدند. در ادامه، مصاحبه با اساتید دانشگاه و مدیران وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی صورت گرفت و براساس تحلیل نتایج مصاحبه‌ها، مدل نهایی، جمع‌بندی و گزارش شد.

تحقیق حاضر از نظر شکل مطالعه، به شکل ساختاریافته در موضوع گردآوری داده‌ها، چارچوب مصاحبه‌ها و طرح کدگذاری عمل نموده و از نظر ماهیت، از نوع تحقیقات اکتشافی است؛ زیرا مسئله‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد که قبلاً به آن پرداخته نشده است. در این نوع تحقیق، به جای آزمون فرضیه، هدف، جمع‌آوری الگوها و ایده‌ها برای یافتن درک عمیق از موضوع است. در این مقاله برای گردآوری داده‌ها، از مشاهده و مصاحبه، بررسی اسناد و مدارک و مطالعه اینترنتی در سامانه‌های دولتی و آمارهای رسمی استفاده شد. سؤال‌های مصاحبه با توجه به چارچوب نظری استخراج شده از مبانی نظری مطرح گردید. روند کار به شیوه‌ای بود که ابتدا چند سؤال با توجه به چارچوب نظری استخراج‌شده از مبانی نظری به‌عنوان سؤال‌های اصلی در نظر گرفته شد و سؤال‌های بعدی با توجه به پاسخ‌های ارائه شده به منظور روشن‌تر شدن مفهوم پاسخ‌ها طرح می‌شدند. نمونه‌ای از سؤال‌های مصاحبه عبارت است از: عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارها با توجه به فضای خط‌مشی‌گذاری کسب‌وکار کدامند و به همین ترتیب با توجه به سایر عوامل استخراج شده از چارچوب نظری پژوهش، سؤال‌هایی مطرح شدند.

در این پژوهش به‌منظور شناسایی مؤلفه‌ها و بررسی روایی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک، خط‌مشی‌گذاری، نوآوری و عملکرد کسب‌وکارها، متناسب با شرایط و امکانات بالقوه، روایی پرسشنامه‌ها و در نهایت در مواردی روایی کلی تحقیق، از جامعه خبرگان، به شرح جدول ۲ مصاحبه صورت گرفت. اعضای این جامعه عبارتند از: اعضای هیأت علمی رشته‌های مدیریت و کارآفرینی متخصص در این زمینه که مقالاتی در خصوص مؤلفه‌های عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک، خط‌مشی‌گذاری، نوآوری و عملکرد کسب‌وکارها داشتند. تعداد اعضای این جامعه، اندک بود و شامل افراد در دسترس می‌باشد. همچنین از خبرگان سیاست‌گذار، برنامه‌ریزان سابق و فعلی دولت و نهادهای حاکمیتی، مدیران و کارشناسان واحدهای ستادی و صنفی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مدیران و کارآفرینان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نمونه کشوری نیز بهره گرفته شد.

شایان ذکر است پس از هفدهمین مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک، داده‌ها به حد اشباع رسیدند و گردآوری داده‌ها، متوقف شد. نشانه اشباع، تکرار اطلاعات و تصدیق طبقات مفهومی موجود است که در این پژوهش، پس از انجام هفده مصاحبه و تحلیل اسناد و مدارک، محقق به این نتیجه دست یافت که دیگر بیش از این اطلاعات جدیدی حاصل نمی‌شود. حجم نمونه مصاحبه‌شوندگان خبرگان به شرح جدول ۲ می‌باشد:

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

جدول ۲- حجم نمونه خبرگان

ردیف	تخصص	مؤسسه/مرکز	تعداد
گروه اول	اعضای هیأت علمی و اساتید دانشگاهی	دانشگاه آزاد اسلامی	۳
		دانشگاه تهران	۱
		دانشگاه تربیت مدرس	۱
گروه دوم	سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان	دولت و سایر نهادهای حاکمیتی	۵
گروه سوم	مدیران و کارشناسان	واحدهای ستادی و صفی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و ادارات کل استانی	۵
گروه چهارم	مدیران و کارآفرینان	کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نمونه کشوری	۲
مجموع			۱۷

در این پژوهش، برای تجزیه‌وتحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، از تکنیک تحلیل تِم استفاده شده است. برای محاسبه پایایی تحقیق، از پایایی بازآزمون استفاده شد؛ بدین ترتیب که از میان مصاحبه‌های انجام گرفته چند مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شد و هر کدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص دو بار کُدگذاری می‌شوند. سپس کُدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه می‌شوند. پایایی بازآزمون مصاحبه‌های انجام گرفته در این تحقیق برابر با ۷۸ درصد است. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها، موردتأیید است.

۵- یافته‌های تحقیق

با استخراج عناصر چارچوب مفهومی، چارچوبی اولیه طراحی شد که از تحلیل یافته‌های مصاحبه‌ها به دست آمده است. عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار، خط‌مشی‌گذاری، نوآوری و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بخش‌های اصلی چارچوب را تشکیل می‌دهند. پس از طراحی چارچوب اولیه و بازنگری چندباره پژوهشگر بر روی آن به نحوی که عوامل ناشی از تحلیل مصاحبه‌ها در آن به درستی مورد توجه قرار گرفته باشند، این چارچوب جهت تأیید به گروه کارشناسان ارائه شد تا نسبت به اعتبار آن، ارزیابی به عمل آید. چارچوب ارائه شده برای مدیران شرکت‌ها ارسال شد و نظرات آن‌ها جمع‌آوری شد. ۸ نفر به چارچوب طراحی شده، ایراد گرفتند. این نظرات باعث تغییرات اساسی در چارچوب اولیه شد. چارچوب تکمیل شده دوباره برای آنها ارسال شد. در دور دوم نیز ۵ نفر ایراد گرفتند که از هر یک از آنها خواسته شد تا نظر خود را در مورد نوع اصلاح مورد نظر ارائه دهند. در پایان با لحاظ کردن ایرادات یا پاسخ به ایرادات، چارچوب نهایی به دست آمد که نتایج حاصل از مصاحبه‌ها در جدول ۳ بیان شده است.

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

جدول ۳- مجموعه عوامل استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده

ابعاد (متغیرها)	کدگذاری باز (مؤلفه‌ها)	کدگذاری محوری (زیرسنجه‌ها)	فراوانی
عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط	دسترسی به منابع	تسهیل تأمین منابع مالی و سرمایه‌ای، تأمین سرمایه اولیه برای راه‌اندازی و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز، اعطای یارانه‌های عمومی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز (نرخ سود تسهیلات، مدت زمان تنفس و بازپرداخت، ضمانت وام)، بهبود دسترسی و تأمین مواد اولیه، بهبود دسترسی به اطلاعات مورد نیاز از طریق ایجاد سیستم‌های خاص و جریان‌های اطلاعات بین سازمان‌های حمایتی، کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط، توسعه مؤسسات مالی و صندوق‌های ضمانت مختص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، افزایش سهم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در تخصیص منابع بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری کشور	I1, I2, I3, I4, I5, I7, I8, I9, I10, I12, 113, I15, I16, I17
	قوانین و مقررات	میزان هم‌سویی و تطابق قوانین و مقررات مرتبط با توسعه کسب‌وکارها با قوانین بالادستی، شکل‌گیری لابی‌های قدرت، اصلاح مقررات حمایتی برای کاهش هزینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای نوپا و برقراری رقابت سالم، اعطای مشوق‌های مالی، بیمه‌ای و مالیاتی، حفظ حقوق مالکیت فکری (حفظ حقوق اختراعات، طرح‌ها، کپی‌رایت و علائم تجاری) و فیزیکی و حمایت از گروه‌های خاص (زنان، جوانان، اقلیت‌های قومی و معلولان)، تثبیت قوانین و مقررات و رویه‌ای اداری، اصلاح رویه‌ها و قوانین و مقررات اداری و حذف مقررات دست‌وپاگیر جهت ساده‌سازی و تسهیل فرایند ایجاد کسب‌وکار جدید و تعطیل شدن کارآمد شرکت‌های ناموفق (اجرای قوانین ورشکستگی و تسهیل فرایند انحلال برای صاحبان شرکت‌های ورشکسته) و بهبود محیط کسب‌وکار برای شرکت‌های جدید و در حال رشد	I1, I2, I3, I4, I8, I9, I10, I11, 112, I14, 115, I16, I17
	دسترسی به بازار	دستیابی سریع و آسان به دانش، اطلاعات و بازار و تسهیل حضور در بازارهای هدف، ساختار رقابت در بازارهای مورد نظر، تنوع خدمات و محصولات تولیدی، صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس از طریق ایجاد شبکه و خوشه صنعتی، سهم مصرف دولت در اقتصاد و حمایت از تولید و مصرف کالاهای داخلی، نقش بازار در تأمین به‌موقع و بهینه منابع، همکاری‌های منطقه‌ای و گسترش تعاملات سیاسی بین‌المللی، حساسیت قیمت در بازار و تسهیل فرایند صادرات و صدور کالا	I1, I2, I3, I5, I7, I9, I10, I12, 113, I14, 115, I16

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

ابعاد (متغیرها)	کدگذاری باز (مؤلفه‌ها)	کدگذاری محوری (زیرسنجه‌ها)	فراوانی
	فرهنگ و رفتار کارآفرینانه	حمایت‌ها و تشویق‌های مدیریتی در انجام فعالیت‌های نوآورانه/ کارآفرینانه و معرفی کارآفرینان موفق، توجه به ویژگی‌های شخصی و روان‌شناختی کارآفرینان و انتخاب استعدادها و پرورش کارآفرینی، تعلیم و آموزش کارآفرینی (ارائه آموزش‌های کارآفرینی و مهارت‌های ایجاد و توسعه کسب‌وکار و تدوین طرح تجاری در دانشگاه‌ها و تأسیس و گسترش مراکز رشد جهت کمک به رشد واحدهای کوچک و متوسط دانش‌بر)، ترویج فرهنگ کارآفرینی و ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینانه (نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تعداد کسب‌وکارهای نوآورانه)، انتقال و مبادله دانش و تجربه کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه/ انتقال دانش حاصل از مهارت‌ها	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I7, I10, I11, I13, I15, I17
	زیرساخت‌ها	توسعه زیرساخت‌های قانونی، حرفه‌ای و تجاری (توسعه خدمات تجاری، حسابداری و خدمات حقوقی) و فیزیکی (توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، آب و برق، ارتباطی / مخابرات، فناوری اطلاعات و سایر زیرساخت‌های صنعتی)، ارائه انواع برنامه‌های حمایتی توسط دولت در بخش‌های مالی، آموزشی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای، ثبات در سیاست‌ها و شاخص‌های کلان اقتصادی کشور (نرخ ارز، تورم، مالیات، تجارت خارجی، بازارهای مالی)، برنامه‌های دولت برای کمک به رشد شرکت‌های نوظهور در سطوح ملی و منطقه‌ای و پایداری فعالیت آنها در درازمدت، ادغام سازمان‌های دولتی ارائه‌دهنده خدمات به SMEها برای تمرکز در خدمات و ارتقای کیفیت خدمات فوق، همکاری نزدیک‌تر بین دولت و بخش خصوصی، به‌روزرسانی سند ملی توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهبود انتشار اطلاعات و اجرای قوانین و مقررات مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهبود فضای کسب‌وکار کشور و افزایش میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم و حضور شرکت‌های خارجی کارآمد در کشور	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I8, I9, I14, I15, I16, I17
	انتقال و به‌کارگیری فناوری‌های نوین و نوظهور	پیگیری تحولات فناوری‌های جدید و آگاهی از روند ارتقا و توسعه آنها، به‌روزرسانی به‌موقع فناوری‌های مورد استفاده، به‌کارگیری نوآورانه فناوری از طریق ایجاد و افزایش توانایی‌ها و قابلیت‌های لازم، تحقیق و توسعه و تولید دانش به ویژه از طریق همکاری و انجام پروژه‌های مشترک با شرکت‌های صاحب‌نام دارای دانش فنی بین‌المللی، استفاده از فرصت‌های فناورانه	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I7, I10, I11, I13, I14
نوآوری	خلق و توسعه دانش	میزان تولید دانش، نوع و میزان دانش توسعه‌یافته	I1, I10, I14, I15, I16, I17
	انتشار دانش	تکمیل زنجیره ارزش، میزان تنوع تخصص‌های مورد نیاز و وجود بازار کار گسترده، تعداد و اندازه شبکه‌ها و خوشه‌های صنعتی، میزان همکاری‌های تحقیقاتی و فناوری میان دانشگاه‌ها و مراکز تحقیق و توسعه داخلی با یکدیگر و با نهادهای بین‌المللی	I1, I2, I4, I8, I111, I13, I15, I17

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

ابعاد (متغیرها)	کدگذاری باز (مؤلفه‌ها)	کدگذاری محوری (زیرسنجه‌ها)	فراوانی
	هدایت و جهت‌دهی تحقیقات و نوآوری‌ها	روندها و چشم‌اندازهای رشد بالقوه و رویکرد جوامع علمی و تخصصی به فناوری، اولویت‌ها و سیاست‌های تعیین شده	I1, I4, I5, I6, I7, I8, I9, I10, I11, I12, I13, I14
	فعالیت‌های کارآفرینانه	ورود شرکت‌های زایشی، نوپا و کارآفرین، نقش کارآفرینی‌های دولتی و حمایت دولت از فعالیت‌های کارآفرینانه	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I7, I8, I9, I10, I11, I12, I13, I14, I15, I16, I17
	شکل‌گیری بازارهای جدید و نوآورانه	مشوق‌ها و مکانیزم‌های نهادی شکل‌گیری بازار، نوع مشتریان و رفتار خرید آنها	I1, I2, I5, I11, I12, I13, I14, I15
	تأمین و تخصیص نوآورانه منابع مالی	تأمین و تخصیص منابع مالی تحقیقات و نوآوری‌ها، میزان سرمایه‌های خطرپذیر	I1, I2, I3, I4, I14, I15, I16, I17
فرایند خط‌مشی‌گذاری	خط‌مشی‌های توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط	خط‌مشی‌های انضباطی و بازدارنده، توزیعی، توزیع مجدد، قانونی- سیاسی	I1, I2, I3, I4, I15, I16, I17
	نهادهای خط‌مشی‌گذاری	نهادهای حاکمیتی (خارج از دولت)، دولتی و مردمی	I2, I3, I4, I5, I6, I7, I9, I10, I11, I12, I13, I14, I15, I16, I17
توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط	توسعه راهبردی	مدیریت بهینه پرتفوی تولید کالا و خدمات و سرمایه‌گذاری‌ها، ارتقای بهره‌وری کار و سرمایه، تولید محصولات و خدمات با ارزش‌افزوده بالا، ارتقای سطح رضایت‌مندی ذینفعان، ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، برندسازی، اجرای حاکمیت شرکتی، رعایت ملاحظات زیست‌محیطی و الزامات توسعه پایدار، شناسایی و حضور و توسعه بازارهای هدف، هم‌راستایی با سیاست‌ها و برنامه‌های کلان اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور، هم‌افزایی با سایر کسب‌وکارهای مرتبط و ایجاد شبکه‌ها و خوشه‌های صنعتی، افزایش قدرت چانه‌زنی و سطح رقابتی کسب‌وکارها، کاربست فناوری اطلاعات و هوش تجاری	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I7, I9, I10, I14, I17
	توسعه عملیاتی	میزان بازگشت سرمایه‌گذاری‌ها، افزایش سطح تخصص (دانش و مهارت) مدیران و کارکنان، افزایش فروش محصولات/ خدمات، رشد سودآوری محصولات/ خدمات، بهبود فرایندهای سازمانی کسب‌وکار، مدیریت ریسک و تقویت کنترل‌های داخلی، افزایش سرعت و کیفیت ارائه خدمات پس از فروش، افزایش سهم بازار و جذب مشتریان نوظهور	I1, I2, I3, I4, I5, I6, I7, I9, I10, I11, I12, I13, I14, I15, I16, I17

مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران به شرح جدول ۴ استخراج شدند.

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

جدول ۴- عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران

عنوان	عوامل/مؤلفه‌ها	زیرسنجه‌ها
عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط	دسترسی به منابع	تسهیل تأمین منابع مالی و سرمایه‌ای، تأمین سرمایه اولیه برای راه‌اندازی و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز، اعطای یارانه‌های عمومی برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز (نرخ سود تسهیلات، مدت زمان تنفس و بازپرداخت، ضمانت وام)، بهبود دسترسی و تأمین مواد اولیه، بهبود دسترسی به اطلاعات مورد نیاز از طریق ایجاد سیستم‌های خاص و جریان‌های اطلاعات بین سازمان‌های حمایتی، کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط، توسعه مؤسسات مالی و صندوق‌های ضمانت مختص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، افزایش سهم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در تخصیص منابع بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری کشور
	قوانین و مقررات	میزان هم‌سویی و تطابق قوانین و مقررات مرتبط با توسعه کسب‌وکارها با قوانین بالادستی، شکل‌گیری لابی‌های قدرت، اصلاح مقررات حمایتی برای کاهش هزینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای نوپا و برقراری رقابت سالم، اعطای مشوق‌های مالی، بیمه‌ای و مالیاتی، حفظ حقوق مالکیت فکری (حفظ حقوق اختراعات، طرح‌ها، کپی‌رایت و علائم تجاری) و فیزیکی و حمایت از گروه‌های خاص (زنان، جوانان، اقلیت‌های قومی، معلولان)، تثبیت قوانین و مقررات و رویه‌ای اداری، اصلاح رویه‌ها و قوانین و مقررات اداری و حذف مقررات دست‌وپاگیر جهت ساده‌سازی و تسهیل فرایند ایجاد کسب‌وکار جدید و تعطیل شدن کارآمد شرکت‌های ناموفق (اجرای قوانین ورشکستگی و تسهیل فرایند انحلال برای صاحبان شرکت‌های ورشکسته) و بهبود محیط کسب‌وکار برای شرکت‌های جدید و در حال رشد
	دسترسی به بازار	دستیابی سریع و آسان به دانش، اطلاعات و بازار و تسهیل حضور در بازارهای هدف، ساختار رقابت در بازارهای موردنظر، تنوع خدمات و محصولات تولیدی، صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس از طریق ایجاد شبکه و خوشه صنعتی، سهم مصرف دولت در اقتصاد و حمایت از تولید و مصرف کالاهای داخلی، نقش بازار در تأمین به‌موقع و بهینه منابع، همکاری‌های منطقه‌ای و گسترش تعاملات سیاسی بین‌المللی، حساسیت قیمت در بازار و تسهیل فرایند صادرات و صدور کالا
	فرهنگ و رفتار کارآفرینانه	حمایت‌ها و تشویق‌های مدیریتی در انجام فعالیت‌های نوآورانه/ کارآفرینانه و معرفی کارآفرینان موفق، توجه به ویژگی‌های شخصی و روان‌شناختی کارآفرینان و انتخاب استعدادها و پرورش کارآفرینی، تعلیم و آموزش کارآفرینی (ارائه آموزش‌های کارآفرینی و مهارت‌های ایجاد و توسعه کسب‌وکار و تدوین طرح تجاری در دانشگاه‌ها و تأسیس و گسترش مراکز رشد جهت کمک به رشد واحدهای کوچک و متوسط دانش‌بر)، ترویج فرهنگ کارآفرینی و ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینانه (نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تعداد کسب‌وکارهای نوآورانه)، انتقال و مبادله دانش و تجربه کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه/ انتقال دانش حاصل از مهارت‌ها
	زیرساخت‌ها	توسعه زیرساخت‌های قانونی، حرفه‌ای و تجاری (توسعه خدمات تجاری، حسابداری و خدمات حقوقی) و فیزیکی (توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، آب و برق، ارتباطی/ مخابرات، فناوری اطلاعات و سایر زیرساخت‌های صنعتی)، ارائه انواع برنامه‌های حمایتی توسط دولت در بخش‌های مالی، آموزشی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای، ثبات در سیاست‌ها و شاخص‌های کلان اقتصادی کشور (نرخ ارز، تورم، مالیات، تجارت خارجی، بازارهای مالی)، برنامه‌های دولت برای کمک به رشد شرکت‌های نوظهور در سطوح ملی و منطقه‌ای و پایداری فعالیت آنها در درازمدت، ادغام سازمان‌های دولتی ارائه‌دهنده خدمات به SMEها برای تمرکز در خدمات و ارتقای کیفیت خدمات فوق، همکاری نزدیک‌تر بین دولت و بخش خصوصی، به‌روزرسانی سند ملی توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهبود انتشار اطلاعات و اجرای قوانین و مقررات مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهبود فضای کسب‌وکار کشور و افزایش میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم و حضور شرکت‌های خارجی کارآمد در کشور
	انتقال و به‌کارگیری فناوری‌های نوین و نوظهور	پیگیری تحولات فناوری‌های جدید و آگاهی از روند ارتقا و توسعه آنها، به‌روزرسانی به‌موقع فناوری‌های مورد استفاده، به‌کارگیری نوآورانه فناوری از طریق ایجاد و افزایش توانایی‌ها و قابلیت‌های لازم، تحقیق و توسعه و تولید دانش به‌ویژه از طریق همکاری و انجام پروژه‌های مشترک با شرکت‌های صاحب‌نام دارای دانش فنی بین‌المللی، استفاده از فرصت‌های فناورانه

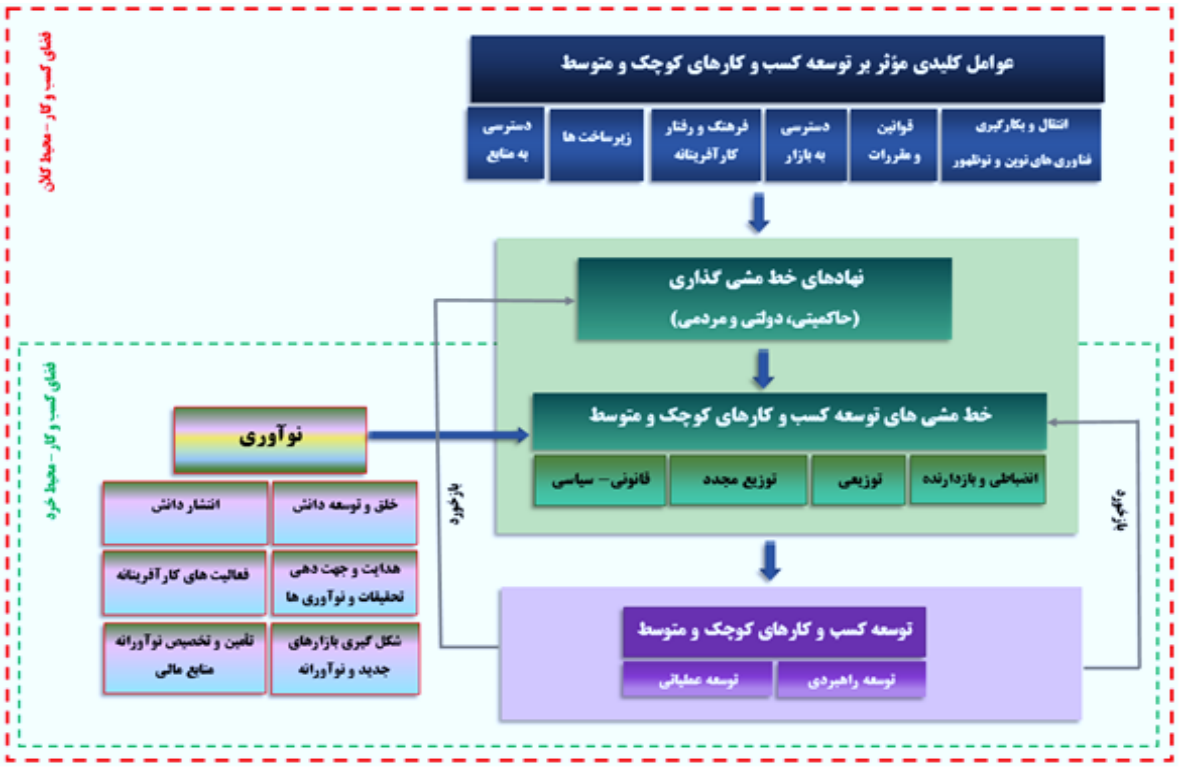
[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، نهادهای حاکمیتی مؤثر بر تدوین خط‌مشی‌های توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به شرح جدول ۵ استخراج شدند. همچنین با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ می‌باشد.

جدول ۵- نهادهای حاکمیتی مؤثر بر خط‌مشی‌های توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

عنوان	نهادها	زیربخش
نهادهای خط‌مشی‌گذاری	نهادهای حاکمیتی (خارج از دولت)	مقام رهبری، مجمع تشخیص مصلحت نظام، قوه قضاییه، دیوان عدالت اداری، مجلس شورای اسلامی، دیوان محاسبات کشور، شورای نگهبان، شورای عالی امنیت ملی
	نهادهای دولتی	هیأت دولت، سازمان برنامه و بودجه، بانک مرکزی، بانک‌های دولتی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، معاونت زنان ریاست جمهوری، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت آموزش و پرورش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت، معدن و بازرگانی، وزارت امور خارجه، اتاق بازرگانی، وزارت امور اقتصادی و دارایی، جهاد دانشگاهی، مرکز آمار ایران، وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، سازمان ملی استاندارد، مناطق آزاد و ویژه تجاری، شوراهای عالی: انقلاب فرهنگی، اطلاعات‌رسانی، تحقیقات و فناوری، آموزش‌های کاربردی و شورای عالی اداری
	نهادهای مردمی	مؤسسات و نهادهای عمومی غیردولتی مانند: شهرداری‌ها، انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد، شوراهای صنفی و اتحادیه‌های تولیدی، توزیعی و خدماتی، انجمن صنایع کشور، انجمن‌های علمی و صنعتی ثبت‌شده، شورای عالی استان‌ها، شوراهای اسلامی شهر و شهرستان و محله و روستا



شکل ۱- مدل خط‌مشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر نوآوری در ایران

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در این پژوهش سعی گردید الگوی مناسب توسعه خط‌مشی‌ها کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر نوآوری ارائه شود تا سیاست‌گذاران با استفاده از این چارچوب، عوامل مهم در توسعه کسب‌وکار را دریافته و با لحاظ کردن وزن‌دهی مناسب نسبت به تخصیص سرمایه مالی، انسانی و زمانی اقدام کنند. با توجه به ابعاد متنوع این پژوهش، هر یک از مؤلفه‌ها دارای پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاران و مدیران می‌باشد.

در بعد عوامل مرتبط با توسعه کسب‌وکار، توجه به مزیت رقابتی و بازار را می‌توان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی دانست که در توسعه کسب‌وکارهای ایرانی به آن توجه مناسبی نشده است. مزیت رقابتی در بحث توسعه کسب‌وکار و عملکرد کسب‌وکار، پایه اصلی ایده و پتانسیل محصول را می‌سازد و توجه به شدت و مدت آن، دو عامل اصلی تعیین‌کننده در موفقیت عملکرد کسب‌وکارها است. دقت نداشتن به این مسئله سبب می‌شود که کارآفرینان مدت زیادی به ایده‌ای بپردازند که در زمان کوتاهی دارای مزیت رقابتی است و بعد از مدتی مزیت آن از بین رفته، اما شرکت بدون توجه به از بین رفتن مزیت هنوز به آن مشغول است. این امر به ویژه در بازارهای فناوری اطلاعات که ماهیت تند رشد و بسیار متغیر آن باعث می‌شود مدت زمان مزیت‌ها بسیار زود منقضی شوند اهمیت بیشتری دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود برای توسعه خط‌مشی‌گذاری در کسب‌وکارهای ایرانی در ابتدای سنجش ایده، به مزیت رقابتی خود در آن ایده و صنعت مشخص توجه گردد، آن را به درستی اندازه‌گیری کنند و از مدت زمان پایداری آن مزیت، عوامل تهدیدکننده آن و میزان پتانسیل سودآوری آن آگاهی یابند.

در بعد عوامل نوآوری، ویژگی‌ها و کارکردهای نظام‌های ملی نوآوری و تأکید آن بر توسعه سیاست‌گذاری بیشتر نمایان می‌شود. توسعه نوآوری در قالب محصول، مجموعه‌ای از ایده‌پردازی، طراحی محصول، انتخاب صحیح بازار هدف، تدوین استراتژی مناسب؛ از جمله مؤلفه‌های دخیل در توسعه محصول هستند. به دلیل ماهیت تقلیدی نوآوری‌ها، بخش بزرگی از این مؤلفه‌ها با شبیه‌سازی و کپی‌برداری محتوایی و تغییرات ظاهری و بومی‌سازی‌های لازم صورت می‌پذیرند. بزرگ‌ترین مسئله در این بعد، توانایی بومی‌سازی به شکل کاربردی برای بازار داخلی است. برای مثال در شرایطی که بسیاری از نوآوری‌های جدید در سطح جهانی مبتنی بر فضای ابری هستند، در کشور ما به دلیل دسترسی محدود به شبکه، امکان استفاده از برخی قابلیت‌ها وجود دارند و در عوض مصرف‌کنندگان به قابلیت آف‌لاین نیاز دارند. چنین شرایطی استفاده از برنامه‌نویس‌ها و متخصصانی که بتوانند تغییرات لازم را به شکل مناسبی ایفا کنند، یکی از مسائل شرکت‌های کارآفرین تلقی می‌شود.

یکی از مهم‌ترین پیشنهادهای پژوهش در توسعه خط‌مشی، زمان‌بندی در ارائه خط‌مشی‌هاست. در واقع مهم‌ترین یافته پژوهش در این زمینه، رعایت نکردن زمان‌بندی توسط خط‌مشی‌گذاران است. با توجه به روحیه نوجویی مداوم کارآفرینان، توصیه می‌شود که خط‌مشی‌گذاران بسته‌های سیاست‌گذاری خود را بر مبنای سرعت و تغییرات نوآوری که به بازار ارائه می‌شود ارائه دهند تا این خط‌مشی‌ها در راستای کسب‌وکارها و عملکردهای آنها باشد.

توجه به محصولات و خدمات برای ایجاد و توسعه خط‌مشی‌ها، یکی دیگر از نتایج پژوهش بود. تحلیل نشان داد که خط‌مشی‌گذاران غالباً بر محصولات و خدمات موجود تمرکز می‌کنند و کمتر آینده محصولات و خدمات را مورد توجه قرار می‌دهند. از این رو توجه به محتوای آینده‌محور و تأکید بر مدل‌های کسب‌وکار در سیاست‌گذاری توسعه کسب‌وکارها توصیه می‌شود.

استفاده از رفتارهای کارآفرینانه، به عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شرکت شناخته شد. فرصت‌طلبی، چالاکی و یادگیری، مهم‌ترین این رفتارها بود. اگرچه اغلب شرکت‌های ایرانی به دلیل اندازه خود چالاک تلقی

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

می‌شوند اما به دلیل سطح پایین یادگیری و به‌ویژه عدم‌سنجش مزیت رقابتی خود به طور دائمی نمی‌توانند به طور مناسب از فواید این چالاکی بهره‌مند شوند تا از فرصت‌های محیطی استفاده کنند و بیشتر می‌توان سطح اداره شرکت‌های کارآفرین را سطح مدیریتی تلقی کرد تا کارآفرینی. این در حالی است که ویژگی‌های این شرکت‌ها، مدیریت کارآفرینانه را نیاز دارد. از این رو خط‌مشی‌گذاران و سیاست‌گذاران باید در توسعه خط‌مشی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توجه نمایند.

در بعد عوامل مرتبط با زیرساخت می‌توان گفت تاکنون کارآفرینان ایرانی عملکرد قابل‌قبولی را در مواجهه با چالش‌ها و استفاده از فرصت‌ها داشته‌اند. استفاده از فرصت‌های به وجود آمده در نتیجه تحریم‌ها به شکل گسترده بیانگر توجه شرکت‌ها به استفاده از فرصت‌های محیطی است. از سوی دیگر راه‌اندازی نظام‌های اطلاعات بازار توسط هر یک از شرکت‌ها برای مقابله با خلاء ناشی از نبود چنین نظام فراگیری، تلاشی برای پر کردن این نیاز است. با این حال به نظر می‌رسد ایجاد اتحادیه‌های صنفی برای ایجاد نظام اطلاعات فراگیر و قابل‌استفاده برای همه شرکت‌ها، راهکار مناسبی برای مقابله با تهدیدات محیطی باشد. چنین رویکردی می‌تواند دو مؤلفه دیگر زیرساختی؛ یعنی نظام توزیع و زیرساخت قانون‌گذاری را نیز مورد تأثیر قرار دهد.

همچنین مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، خط‌مشی‌های انضباطی و بازدارنده برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عبارتند از:

۱- ایجاد دفاتر کارآفرینی در کلیه دستگاه‌های اجرایی و دانشگاه‌ها

۲- ایجاد سازمان نظام کارآفرینی کشور

۳- توسعه و تقویت مراکز مشاوره، اطلاع‌رسانی و خدمات کارآفرینی در استان‌ها و مناطق و شبکه‌سازی بین آنها

۴- ایجاد سازوکارهای لازم برای شبکه‌سازی و خوشه‌سازی فعالیت‌های کارآفرینی

۵- ایجاد سازوکارهای لازم برای توسعه کارآفرینی سازمانی

۶- ایجاد سازوکارهای لازم برای تعاملات ملی و فراملی کارآفرینان و توسعه و تقویت شبکه‌های مناسبات ملی و فراملی کارآفرینان، دانشمندان و پژوهشگران و همکاری بین‌المللی با اولویت کشورهای اسلامی و کشورهای فارسی‌زبان

۷- ایجاد شرکت‌های مادر تخصصی جذب پس‌اندازهای خرد برای توسعه کارآفرینی

۸- ایجاد سازوکارهای لازم برای جذب کارآفرینان ایرانی مقیم خارج کشور

۹- ایجاد سازوکارهای لازم برای تعامل مؤثر کارآفرینان با مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری

۱۰- ایجاد بانک اطلاعات تخصصی کارآفرینان داخل و خارج کشور

۱۱- ایجاد سازوکارهای لازم برای پیاده‌سازی مدل‌های فرشتگان و خیرین حامی کارآفرینی

۱۲- ایجاد سازوکارهای لازم برای انتقال نتایج تحقیق و توسعه به بخش‌های اقتصادی

۱۳- ساماندهی و رتبه‌بندی مؤثرتر انجمن‌های علمی و شرکت‌های دانش‌بنیان و مؤسسات پژوهشی غیردولتی و حمایت از ارجاع کار به آنها

۱۴- حمایت از توسعه آموزش مهارت‌های پیشرفته با مشارکت بخش خصوصی، به منظور افزایش سهم کشور از بازارهای بین‌المللی.

همچنین مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، خط‌مشی‌های توزیعی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عبارتند از:

۱- انجام مطالعات پیرامون نهادینه‌سازی فرهنگ اندیشیدن

۲- ترویج اخلاق و رفتار کارآفرینی و ارزش‌آفرینی با تأکید بر نقش خانواده

۳- برنامه‌ریزی برای تغییر رویکردها به سوی خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

۴- مطالعه و بررسی قوانین و مقررات با رویکرد نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی

۵- استفاده بهینه از تمامی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌ها برای ترویج فرهنگ کارآفرینی

۶- ایجاد و راه‌اندازی شبکه کارآفرینی در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

۷- برنامه‌ریزی تغییر رفتار سازمانی برای تبدیل سازمان‌های موجود به سازمان‌های کارآفرین

۸- ایجاد سازوکارهای لازم برای اجرای مدل‌های تعالی سازمان‌های کارآفرین

۹- برگزاری جشنواره‌های کارآفرینی برای تکریم کارآفرینان و ارتقای فرهنگ و روحیه کارآفرینی در کشور

۱۰- برگزاری نمایشگاه‌های کارآفرینی در سطح استانی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی

۱۱- مستندسازی و الگوسازی از زندگی و اندیشه‌های کارآفرینان برجسته و نقش‌آفرین کشور

۱۲- اصلاح و بازمعماری ساختار مؤسسات فرهنگی در انطباق با فرهنگ اسلامی- ایرانی و کارآفرینی و تقویت تعامل فی‌مابین نهادهای علمی حوزوی و مؤسسات فرهنگی.

همچنین مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، خط‌مشی‌های توزیع مجدد برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عبارتند از:

۱- استفاده از سازوکارها و مشوق‌های مالی متنوع؛ از جمله معافیت مالیاتی، کمک، وام، معافیت‌های گمرکی و تعرف‌های برای تقویت کارآفرینان و بنگاه‌های دانش‌بنیان و نوآور

۲- ایجاد سازوکارهای لازم برای برقراری پیوند بین سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و کارآفرینان

۳- ایجاد سازوکارهای لازم برای پیاده‌سازی مدل‌های موفق نوآوری باز به منظور رشد جهش‌گونه فعالیت‌های کارآفرینی

۴- بومی‌سازی و اجرای مدل‌های اندازه‌گیری شاخص‌های توسعه اقتصاد کارآفرینی

۵- ایجاد مدیریت یکپارچه راهبری برای کارآفرینان سرمایه‌گذار

۶- ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم برای کارآفرینان سرمایه‌گذار با تأکید بر مزیت‌های رقابتی کشور و ثروت‌آفرینی همراه با توسعه تکنولوژی سبز، حفظ سلامت انسان و اقلیم

۷- ساماندهی نظام تأمین مالی توسعه کارآفرینی با تمرکز بر تأمین سرمایه از طرف مالک یا سرمایه‌گذار خطرپذیر

۸- ارتباط مستمر و هم‌افزا بین جریان‌های تولید، انتشار، کاربرد و توسعه دانش و تقویت فرایند تبدیل ایده به محصول

۹- تعیین مزیت‌های رقابتی و اولویت‌های کشور برای کارآفرینان سرمایه‌گذار

۱۰- افزایش نقش و سهم دولت در حمایت از توسعه کارآفرینی با تمرکز بر تأمین سرمایه از طرف مالک یا سرمایه‌گذار خطرپذیر

۱۱- عارضه‌یابی قوانین موجود و تدوین سازوکارهای مناسب قانونی و حقوقی برای توسعه کارآفرینی با تمرکز بر تأمین سرمایه از طرف مالک یا سرمایه‌گذار خطرپذیر

۱۲- پشتیبانی از تعامل بخش‌های تحقیقاتی و صنعتی از طریق ایجاد و توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و فناوری، ایجاد و گسترش شرکت‌های دانش‌بنیان وابسته به دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و نیز مراکز انتقال و تجاری‌سازی ایده و فناوری با تأکید بر مزیت‌های رقابتی کشور و حفظ محیط‌زیست

۱۳- فراهم‌سازی سازوکار لازم برای ایجاد و گسترش نهادهایی همچون دفاتر IP و پتنت در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیق و توسعه، مراکز تحقیق و توسعه چندملیتی در بخش خصوصی، شرکت‌های مادرتخصصی نوآوری، صندوق‌های مالی خطرپذیر.

همچنین مطابق با پیشینه تحقیق و مصاحبه‌های صورت گرفته، خط‌مشی‌های قانونی- سیاسی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عبارتند از:

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

۱- آسیب‌شناسی وضع موجود ارائه خدمات و حمایت‌ها اعم از مالی و غیرمالی به کارآفرینان و اصلاح و بهبود روش‌های موجود

۲- بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات موجود با هدف سهولت کسب‌وکار و توسعه اقتصاد مبتنی بر کارآفرینی و خلق ارزش‌ها

۳- ایجاد سازوکارهای لازم برای توسعه سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های کارآفرینی اعم از جذب سرمایه‌گذاری مشترک، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، جذب سرمایه‌های ایرانیان مقیم خارج از کشور و ...

۴- ایجاد سازوکار لازم برای تغییر رویکرد خیرین به سمت حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی

۵- وضع قوانین بیمه‌ای جدید برای تأمین ریسک سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر کارآفرینی

۶- ایجاد سازوکارهای لازم برای پشتیبانی حقوقی و قضایی از محصولات کارآفرینانه (حمایت از مالکیت فکری)

۷- وضع قوانین و مقررات خاص در عرصه واردات و صادرات نهاده‌ها و محصولات بنگاه‌های کارآفرین دانش‌بنیان و فروش R&D، فناوری و IPها

۸- بسترسازی قانونی و حقوقی در جهت حمایت از کارآفرینی مبتنی بر دانش، نوآوری و علم و فناوری.

۷- منابع

الوانی، سید مهدی؛ شریف‌زاده، فتاح. (۱۳۹۲). *فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی*. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

امین بیدختی، علی‌اکبر؛ زرگر؛ مجتبی. (۱۳۹۰). بررسی موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) و ارائه چارچوب حمایت از این بنگاه‌ها. *ماهنامه کار و جامعه*. شماره ۱۳۸، ۴۲-۳۴.

بابایی، سحر؛ توکلی، غلامرضا. (۱۳۹۴). تدوین مدل فرایندی سیاست‌گذاری در سازمان‌های دولتی. *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، ۱*(۳)، ۵۳-۲۹.

باقری میاب، شهلا؛ باقری، محمدرضا. (۱۳۹۱). الزامات همسویی نهادهای سیاست‌گذار و اجرایی در فرایند خط‌مشی‌گذاری فرهنگی عفاف و حجاب. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۵*(۳)، ۴۵-۳۱.

باقری، محمدرضا؛ پورعزت، علی‌اصغر؛ مظاهری، محمدمهدی؛ باقری میاب، شهلا. (۱۳۹۲). تدوین سیستم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی آینده‌نگر با استفاده از هم‌افزایی مدل‌ها. مجله *راهبرد فرهنگ*، شماره ۲۲، ۱۶۲-۱۳۵.

دانایی‌فرد، حسن. (۱۳۸۸). روش‌شناسی تدوین خط‌مشی ملی کارآفرینی کشور: چارچوب مفهومی. *نشریه توسعه کارآفرینی، ۲*(۶)، ۱۵۵-۱۲۵.

داوری، علی؛ رضایی، حمیدرضا. (۱۳۸۵). نقش دولت و خط‌مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران. ۱*(۳)، ۱۲۹-۱۰۹.

رضائی، روح‌اله؛ صفا، لیلا. (۱۳۹۵). عوامل اثرگذار بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط کشاورزی در استان زنجان. فصلنامه *اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۵*(۱۸)، ۱۶۳-۱۴۱.

سلطانی‌نژاد، اسما؛ کزازی، ابوالفضل؛ سلطانی‌نژاد، نیما. (۱۳۹۵). عارضه‌یابی عملکرد شرکت‌های قطعه‌ساز کوچک و متوسط (مطالعه موردی: قطعه‌سازان تحت پوشش ساپکوی استان تهران). *نشریه مدیریت تولید و عملیات، ۷*(۱(پیاپی ۱۲))، ۱۳۰-۱۲۰.

شیرکوند، سعید. (۱۳۹۰). *بررسی عوامل مؤثر بر سنجش و بهبود فضای کسب‌وکار در ایران*. تهران: انتشارات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران.

فولادی، مهران؛ زنگنه، افسانه. (۱۳۹۵). سیاست‌های نوآوری تأمین مالی برای توسعه کارآفرینی مقایسه سنگاپور، تایوان و ایران. *چهارمین همایش ملی و دومین همایش بین‌المللی ایده‌های نوین در علوم مدیریت و اقتصاد*.

کریمی، آصف؛ بوذرجمهری، شهریار. (۱۳۹۳). تحلیل سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *نشریه توسعه کارآفرینی، ۷*(۳(پیاپی۲۵))، ۴۸۶-۴۶۷.

مرادی، شیوا؛ رضایی، بیژن، پاپزن، عبدالحمید. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل توسعه کارآفرینی از منظر کارآفرینان ایرانی (مورد مطالعه: تجربه زیسته کارآفرینان در برنامه تلویزیونی پایش). نشریه *توسعه کارآفرینی*، ۹(۳)، ۵۳۲-۵۱۳.

معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران. (۱۳۹۵). *بررسی مسائل روز اقتصاد ایران*.

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]

ناصحی‌فرد، وحید؛ حبیبی بدرآبادی، محبوبه؛ حبیبی بدرآبادی، علی. (۱۳۸۹). عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری و خلق دانش در سازمان‌ها (مطالعه موردی سازمان امور مالیاتی کشور). *پژوهشنامه مالیات، دوره جدید* (۹(پیاپی ۵۷))، ۱۴۲-۱۲۳.

Abe, M., & Dutta, M. K. (2014). *A new policy framework for Myanmar's SME development* (No. 142). ARTNeT Working Paper Series.

Anderson, J. E. (2014). Public policymaking. Cengage Learning.

Beck, R., Wigand, R. T., & Konig, W. (2005). Integration of e-commerce by SMEs in the manufacturing sector: a data envelopment analysis approach. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, *13*(3), 20-32.

Cardoza, G., Fornes, G., Farber, V., Duarte, R. G., & Gutierrez, J. R. (2016). Barriers and public policies affecting the international expansion of Latin American SMEs: Evidence from Brazil, Colombia, and Peru. *Journal of Business Research*, *69*(6), 2030-2039.

Chukwuemeka, E. (2011). The challenges of government policy on entrepreneurship in Nigeria. *The Journal of Commerce*, *3*(2), 11.

De Vries, H., Bekkers, V., & Tummers, L. (2016). Innovation in the public sector: A systematic review and future research agenda. *Public administration*, *94*(1), 146-166.

Hejazi, A. (2013). The Relationship between Managers' Cognitive Style and Change Acceptance in the Organization. *International Journal of Science and Engineering Investigations*, *2*(20), 78-81.

Khaksar, S. (2011). The role of government policy and the growth of entrepreneurship in the micro, small (&) medium-sized enterprises in India: An overview. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, *5*(6), 1563-1571.

López-Ortega, E., Canales-Sanchez, D., Bautista-Godinez, T., & Macias-Herrera, S. (2016). Classification of micro, small and medium enterprises (M-SME) based on their available levels of knowledge. *Technovation*, *47*, 59-69.

Mirzanti, I. R., Simatupang, T. M., & Larso, D. (2015). A Conceptual Framework OF Entrepreneurship Policy. *Global Illuminators*, *1*, 321-332.

Obaji, N. O., & Olugu, M. U. (2014). The role of government policy in entrepreneurship development. *Science Journal of Business and Managemen*t, *2*(4), 109.

Olusegun, A. I. (2012). Is small and medium enterprises (SMEs) an entrepreneurship?. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *2*(1), 487.

Orford, J., Herrington, M., & Wood, E. (2004). Global entrepreneurship monitor: South African report. Cape Town: UCT Graduate School of Business.

Ozioma-Eleodinmuo, P. (2015). Analysis of entrepreneurship policy for small and medium scale enterprise in Aba, Abia State Nigeria. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance, and Marketing*, *7*(1), 47.

Talegeta, S. (2014). Innovation and barriers to innovation: small and medium enterprises in Addis Ababa. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, *2*(1), 83-106.

Tiwari, R., Buse, S., & Herstatt, C. (2007). Mobile services in banking sector: the role of innovative business solutions in generating competitive advantage.

Tuksinnimit, N., Durongwatana, S., & Vadhanasindhu, P. (2015). The Factors Affecting Organizational Innovativeness. *Journal of Management Research*, *7*(2), 561-573.

Turner, M., Sermcheep, S., Anantasirijkiat, S., & Srisangnam, P. (2016). Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, *38*(4), 251-269.

[Downloaded from mail.iueam.ir on 2026-09-26]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1397.7.25.7.9]