

توسعه و اعتباریابی الگوی سیاست‌های کارآفرینی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۲

علی داوری *

وجیهه باقرصاد**

ترانه فرخ منش***

چکیده

دولت‌ها به دنبال تدوین خط مشی‌ها و یا سیاست‌ها در حوزه‌های گوناگون از جمله کارآفرینی هستند، زیرا توسعه کارآفرینی بر توسعه اقتصادی و رفاه جامعه تاثیر دارد. نوع خط مشی‌هایی که برای ارتقا کارآفرینی به کار رود، اهمیت دارد. بر این اساس بخش دولتی در کشورهای مختلف به دنبال درک این سیاست‌ها هستند. از این‌رو هدف این مقاله، توسعه الگوی سیاست‌های کارآفرینی و اعتباریابی ساختار عاملی الگوی سیاست‌های کارآفرینی است. این پژوهش از منظر مخاطب بنیادی است و از نظر تحلیل داده‌ها دارای رویکردی کمی و پیمایشی است. بعد از ارزیابی اولیه سوالات با استفاده از دیدگاه خبرگان و محاسبه ضریب CVR، پرسشنامه از ۲۴۰ نفر از مدیران و کارشناسان مرتبط با حوزه کارآفرینی و توسعه شرکت‌های دانش بنیان در وزارتخانه‌های کار، تعاون و رفاه اجتماعی؛ صنعت، معدن و تجارت؛ امور اقتصادی و دارایی؛ علوم، تحقیقات و فناوری و سایر سازمان‌های مرتبط گردآوری گردید. داده‌ها از طریق نرم‌افزار AMOS24 و SPSS26 تجزیه و تحلیل شد. با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی، هفت مولفه (قوانین و مقررات، دسترسی به بازار، دسترسی به فناوری، ترویج و فرهنگ‌سازی، حمایت و پشتیبانی غیر مالی، کمک مالی و حمایت از گروه‌های هدف) و ۳۷ شاخص شناسایی و تایید شدند. الگوی مستخرج به عنوان یک ابزار مناسب، برای درک و سنجش خط مشی‌ها و یا سیاست‌های کارآفرینی بوده و علاوه بر کاربرد علمی، دارای ارزش عملی و اجرایی نیز می‌باشد. مفاهیم کلیدی: خط مشی، توسعه کارآفرینی، سیاست کارآفرینی، خط مشی کارآفرینی، مدیریت دولتی

* استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

** عضو هیات علمی، گروه مدیریت، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران (baghersad_v@yahoo)

*** دانشجوی دکتری دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مقدمه

تحقیقات رابطه مثبت کارآفرینی با توسعه را نشان می‌دهند (Spivack & McKelvie, 2021; Ratinho, Amezcua, Honig, & Zeng, 2020). تأثیر مثبت کارآفرینی بر توسعه اقتصادی، اشتغال و رفاه در جوامع موجب افزایش توجه به مفهوم کارآفرینی شده است (Yilmaz & Polat, 2021). بنابراین مدیران دولتی بسیاری از کشورها خط مشی‌ها و یا سیاست‌های حمایتی را وضع کرده‌اند (Choi, Han & Kwak, 2021) تا زمینه توسعه کارآفرینی به عنوان یک نیاز در جهت افزایش رفاه و ثروت آفرینی مهیا گردد (Dodaro, 2021). زندگی انسان امروز با انواع خط مشی عمومی پیوند خورده است تا از طریق این سیاست‌ها نفع جمعی محقق گردد. خط مشی‌ها و یا سیاست‌های دولتی بیانگر اقدامات سازمان‌های دولتی برای حل مشکلات و مسائل جوامع می‌باشند (واعظی و همکاران، ۱۳۹۴) و سیاست‌های کارآفرینی یکی از انواع این خط مشی‌ها در جهت توسعه کشور است.

زمانی که کتاب جان کینگدون^۱ با عنوان «دستورالعمل‌ها، راهکارها و خط مشی‌های عمومی»^۲ در سال ۱۹۸۴ منتشر شد، مفهوم سیاست گذاری کارآفرینی متداول شد و ادبیات سیاست گذاری کارآفرینانه گسترش یافت (Petridou & Mintrom, 2020). با این وجود در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، واژه کارآفرینی عبارتی نامفهومی بود که در رسانه‌ها و مباحث سیاسی به کار گرفته می‌شد. روزنامه‌ها، مملو از داستان‌های کارآفرین بود. سیاست‌مداران از تلاش‌های کارآفرینان حمایت می‌کردند. به تدریج سیاست‌های کارآفرینی دستخوش تحول شد و نگرش‌های قدیمی کنار گذاشته شد و رویکردهای نوین اتخاذ شد (Hoffmann, 2007). بنابراین تدوین بسته‌های سیاستی علمی و کارشناسی در این زمینه اهمیت یافت و شاهد موجی از فعالیت‌های مرتبط با سیاست‌گذاری بوده‌ایم که هدف آنها علاوه بر خوداشتغالی و راه‌اندازی و توسعه کسب-وکارها (Hözl, 2010)، کمک به افرادی است که به راه‌اندازی کسب‌وکار علاقه دارند، یا در آغاز این فرایند و یا در سه سال نخست قرار دارند (Lundstrom et al., 2014).

علی‌رغم اهمیت این نوع سیاست‌ها، مبنای تحقیقاتی اندکی در اختیار دولت‌ها قرار دارد که با تمسک به آن تصمیمات صحیح اتخاذ گردد. زیرا کارآفرینی در زمره مفاهیمی است که هم در حوزه پژوهش و هم در حوزه اجرایی، تعریف دقیق و واحدی ندارد (Stenholm, Acs & Wuebker 2013). گاهی کارآفرینی مترادف با شرکت‌های کوچک و

متوسط (SME) قلمداد و گاهی مفهوم کارآفرینی صرفاً به شرکت‌های نوپا محدود می‌شود. سیاست‌های کارآفرینی برای گسترش فعالیت‌های کسب و کار تجزیه و تحلیل می‌شود، تا سیاست‌های نامناسب حذف گردد و سیاست‌های مناسب‌تر تقویت شوند (Storey, 2006).

یکی از چالش‌های موجود نقصان ابزارهای اندازه‌گیری در زمینه سیاست‌های کارآفرینی است. این چالش موجب شده است محققان دانشگاهی و سازمان‌های دولتی برای ارزیابی سیاست‌های کارآفرینی فاقد ابزار استاندارد و اعتباریابی شده باشند. بنابراین نوآوری و مشارکت اصلی این مقاله توسعه شاخص‌هایی برای سنجش سیاست‌های کارآفرینی و اعتباریابی آنها است. ذکر این نکته ضروریست که توسعه مدل و پرسشنامه و اعتباریابی آنها یکی از روش‌های مشارکت‌های نظری محققان در ژورنال‌ها و مجلات معتبر علمی بین‌المللی می‌باشد. بر این اساس هدف این مقاله توسعه الگوی سیاست‌های کارآفرینی و اعتباریابی ساختار عاملی الگوی سیاست‌های کارآفرینی است. ابتدا مفهوم سیاستگذاری کارآفرینی و الگوهای آن تشریح و در ادامه الگوی مفهومی و ابعاد آن معرفی می‌گردد. سپس نتایج تجزیه و تحلیل ابزار اندازه‌گیری تحقیق، جامعه و نمونه آماری تشریح شده و در پایان نتیجه‌گیری‌ها و پیشنهادها ارائه شده است.

مبانی نظری

هدف سیاست‌های کارآفرینی تشویق کارآفرینی، در مراحل پیش از شروع، هنگام شروع و پس از فرآیند کارآفرینانه است (OECD, 2018). این نوع سیاست‌ها با اتخاذ استراتژی‌های لازم به ارتقا عملکرد کارآفرینانه کمک می‌کنند (Jabotinsky & Cohen, 2019). هدف نهایی سیاست‌های کارآفرینی هدایت برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی است تا میزان اشتغال، خلق و کشف فرصت‌ها افزایش یابد (داوری و رضایی کلیدبری، ۱۳۸۵). در اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی برای اجرای آمیخته سیاست‌های توسعه کارآفرینی بر رویکردهای مختلف تأکید شد. در یکی از این رویکردها می‌توان سیاست‌های کارآفرینی را در سه گروه قرار داد. ۱) سیاست‌های فرایندی مانند برنامه‌های کمک مالی، فنی و غیره؛ ۲) سیاست‌های خروجی محور مانند افزایش نرخ خوداشتغالی و راه‌اندازی شرکت‌های جدید؛ ۳) سیاست‌های توسعه کمی (افزایش تعداد کسب و کارها) و کیفی

(صادرات گرا شدن کسب و کارهای کارآفرین) (Lundstrom et al., 2014). رویکرد دیگر شامل سیاست‌ها در سطوح مختلف است از جمله (۱) سطح نهادی شامل عوامل رسمی و غیر رسمی؛ (۲) سطح سیاست‌گذاری شامل سیاست‌های دولتی-اقتصادی و (۳) سطح عوامل فردی شامل ابعاد روانشناختی و فردی کارآفرین (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2015). رویکرد دیده بان جهانی کارآفرینی، به شرایط ملی و شرایط کارآفرینانه تاکید دارد و شرایط کارآفرینانه شامل حمایت مالی، سیاست‌های دولت شامل حمایت‌ها، مالیات و بهبود نظام اداری و یا بوروکراسی، برنامه‌های دولتی کارآفرینی، آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه‌ها، تحقیق و توسعه، زیرساخت تجاری و حرفه‌ای، سهولت ورود شامل پویایی بازار، قوانین بازار، زیرساخت فیزیکی، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی می‌باشد (GEM, 2021). آنکتاد^۳ (۲۰۱۸) سیاست‌های کارآفرینی را شامل (۱) تدوین راهبرد کارآفرینی، (۲) اصلاح و بهبود قانون، (۳) ارتقای آموزش و مهارت‌های کارآفرینی، (۴) حمایت از فناوری و نوآوری، (۵) دسترسی به منابع مالی و (۶) شبکه سازی و اطلاع رسانی معرفی کرده است (UNCTAD, 2018). سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه، سیاست‌های کارآفرینی را شامل عوامل قانونی، بازار، منابع مالی، تحقیق و توسعه، ظرفیت‌های کارآفرینانه و فرهنگ‌سازی می‌داند (OECD, 2018).

لوندستروم و استیونسن^۴ (۲۰۰۵) در الگوی مقایسه تطبیقی سیاست‌های کارآفرینی تاکید دارند که بمنظور تحقق اهداف سه گانه توسعه کارآفرینی یعنی ایجاد انگیزش، ایجاد فرصت‌ها، و ایجاد مهارت بایستی سیاست‌های توسعه کارآفرینی را در شش گروه دسته‌بندی کرد که عبارتند از: (۱) ارتقا (ترویج) کارآفرینی، (۲) آموزش کارآفرینی، (۳) کمک به ورود، بقاء و رشد و خروج آسان شرکت‌های نوپا بوسیله کاهش الزامات اداری و نظارتی، (۴) تأمین سرمایه اولیه و راه‌اندازی، با هدف افزایش تأمین مالی کارآفرینان جدید و شرکت‌های نوپا، (۵) پشتیبانی از شرکت‌های نوپا و افزایش کمیت و کیفیت حمایت از کسب‌وکارها برای کارآفرینان، (۶) توجه به گروه هدف و افزایش نرخ‌های راه-اندازی کسب‌وکار بین گروه‌های جامعه کمتر مورد توجه (جوانان و زنان) و یا کارآفرینان نوآور (Lundstrom & Stevenson, 2005).

الگوی مفهومی تحقیق

یکی از هدف‌های این مقاله توسعه الگوی سیاست‌های کارآفرینی است. لذا براساس مباحث بخش قبل الگوی مفهومی زیر ارائه شده است. در الگوی پیشنهادی رویکرد اول سیاست‌ها از جنبه فرایندی (قانونگذاری، بازار و غیره) و از منظر رویکرد دوم بر سطح سیاستگذاری و بر اساس رویکرد سوم پرسشنامه برای سنجش الگو مورد تاکید است. لازم به توضیح است که درانتخاب متغیرهای الگوی مفهومی این پژوهش، از مدل‌های سیاستگذاری کارآفرینی به شرح جدول شماره ۱، استفاده شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های مستخرج بر اساس مبانی نظری (نویسندگان)

| گروه- های هدف | منابع مالی | حمایت- ها | ترویج و فرهنگ- سازی | فناوری | دسترسی به بازار | قوانین | مؤلفه منبع |
|---------------------|---------------|--------------|---------------------------|--------|--------------------|--------|------------------------------|
| | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | GEM, 2021 |
| | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | OECD, 2018 |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | UNCTAD, 2018 |
| | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | Lundstrom et al., 2014 |
| ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | ✓ | Lundstrom, & Stevenson, 2005 |

قوانین و مقررات: تدوین و اصلاح قوانین مطلوب به افزایش تعداد شرکت‌های نوپا منجر می‌شود. اصلاح قوانین شامل رفع موانع قانونی راه‌اندازی شرکت‌ها، توسعه نظام‌های مالیاتی مؤثر برای اجرای برنامه‌های حمایتی کارآفرینی یا برنامه‌های رشد (Mason & Brown, 2013; Huggins & Williams, 2011) و همچنین شامل کاهش تشریفات اداری، قوانین تولید، بازار کار (OECD, 2016) و کاهش تعداد مراحل، هزینه‌ها و زمان اجرای فرایندهای ثبت و توسعه کسب‌وکار می‌باشد (Worldbank, 2020).

دسترسی به بازارها: بازار یکی از ابعاد مهم هر کسب‌وکار است. افزایش رقابت جهانی و شناسایی تغییر در نیازهای مشتری برای دسترسی به بازار اهمیت دارد (Fitriany, Brasit, Nursyamsi & Kadir, 2020). سیاست‌های کارآفرینی با تاکید بر عملکرد خوب بازارها، ورود آزاد و رقابت بین شرکت‌ها (Karlson, Sandström & Wennberg, 2021).

دسترسی به فناوری: دسترسی به فناوری‌های سخت و نرم در سطح قابل قبول می‌تواند به ایجاد و رشد کسب‌وکارها کمک کند. توسعه همکاری دانشگاه و صنعت، حمایت از شرکت‌های با فناوری بالا، حمایت از ثبت اختراعاتها (OECD, 2018; UNCTAD, 2017)، از مصداق‌های حمایت از فناوری می‌باشد.

ترویج، آموزش و فرهنگ‌سازی: دسترسی به سرمایه انسانی پیش درآمد موفقیت در اقتصاد دانشی پیشرفته است و کارکنان ماهر، مؤلفه کلیدی رقابت‌پذیری در کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز جدید است (Qian, Acs and Stough, 2012; Audretsch, 2011; Falck, Feldman & Heblich, 2011). ترویج، منجر به تغییر نگرش‌های فرهنگی می‌شود. همچنین آموزش کارآفرینی در تغییر الگوی ذهنی افراد مؤثر است (OECD, 2016). ترویج و آموزش کارآفرینی در دوره‌های تحصیلی رسمی و غیررسمی، تدوین برنامه‌های آموزشی کارآفرینی مؤثر، آموزش مربیان، فرهنگ‌سازی در سطح جامعه شامل آموزش‌های عمومی، مهارت‌های کارآفرینانه، معرفی الگوهای نقش و کارآفرینان موفق در سطح جامعه، تدوین برنامه‌های درسی، آموزش‌های مهارتی کارآفرینی و خوداشتغالی در دوره ابتدایی تا متوسط، دوره‌های کاربردی کارآفرینی و خوداشتغالی برای دانشجویان دانشگاه‌ها می‌باشد (UNCTAD, 2017).

پشتیبانی از کسب‌وکارها: پشتیبانی غیرمالی از کارآفرینان در ایجاد محیط مساعد تجاری بسیار مهم است (Zin & Ibrahim, 2020). حمایت غیرمالی شامل ارائه خدمات حسابداری، حقوقی، امکانات آزمایشگاهی، حمایت در برابر شرکت‌های بزرگ (Stam, 2015)، اطلاع‌رسانی، ارتقای شبکه‌سازی و تقویت ارتباط میان کارآفرینان (UNCTAD, 2012) می‌باشد.

دسترسی به منابع مالی: حمایت‌های مالی با عملکرد کسب‌وکار ارتباط دارد (Zin & Ibrahim, 2020). کارآفرینان به دلیل عدم دسترسی به منابع مالی نمی‌توانند برای توسعه و مدرنیزه کردن کسب‌وکار اقدام کنند؛ در نتیجه کندی رشد و توسعه این شرکت‌ها مانع افزایش استخدام، ظرفیت تولید و بهبود بهره‌وری در این شرکت‌ها می‌شود (Lundstrom & Stevenson, 2005). دسترسی به منابع مالی می‌تواند شامل ارائه وام و تسهیلات از طریق بانک‌ها و صندوق‌های دولتی یا خصوصی و یا ضمانت بانکی برای کارآفرینان، بودجه‌های نوآوری، ایجاد ظرفیت بخش مالی برای کمک به کسب‌وکارها

باشد (UNCTAD, 2017).

حمایت از گروه‌های هدف (گروه‌های کمتر مورد توجه): یکی از موضوع‌های سیاست کارآفرینی ترغیب تعداد بیشتری از افراد جامعه از طریق کاهش موانع مشارکت گروه‌های اقلیت، ایجاد فرصت‌های برابر و ایجاد تنوع در مالکیت کسب‌وکارها می‌باشد. گروه‌های هدف را می‌توان در دو گروه کلی دسته بندی کرد. گروه اول با هدف توسعه خوداشتغالی شناسایی می‌شوند. از جمله اقلیت‌های قومی و مذهبی، زنان، جوانان، معلولان، اقلیت‌های مهاجر و یا مناطق محروم و دارای نرخ بیکاری زیاد گروه دوم با هدف توسعه کسب‌وکار و شامل دانش‌آموختگان دانشگاهی و کارآفرینان فناور و دانش بنیان است (Lundstrom & Stevenson, 2005; UNCTAD, 2018).

روش‌شناسی

این تحقیق از منظر معرفت‌شناسی در پارادایم اثبات‌گرایی انجام شده است. از جنبه مخاطب‌بنیادی است و استفاده‌کننده آن، جامعه علمی خواهد بود (نیومن، ۱۳۹۳). تحقیق حاضر به دنبال، طراحی پرسشنامه‌ای در حوزه سیاست و خط‌مشی است. از این‌رو و از نظر گردآوری و تحلیل داده‌ها دارای رویکردی کمی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارشناسان خبره مرتبط با حوزه کارآفرینی در سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مرتبط شامل وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، صمت، اقتصاد، علوم و سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی می‌باشند. ذکر این نکته ضروری است که در بخش مقدماتی، خبرگان دانشگاهی اعتبارکلی الگو را تایید کردند. برای بررسی اعتبار سوالات مدل از ضریب CVR استفاده گردید. در این روش سوالات به صورت سه گزینه (۱) غیر ضروری، (۲) مفید است ولی بدون ضرورت و (۳) ضروری مطرح گردید. سپس پاسخ‌ها مطابق فرمول زیر محاسبه گردید. در این رابطه n_E تعداد خبرگانی است که به گزینه «ضروری» پاسخ داده‌اند و N تعداد کل خبرگان است (حاجی زاده و اصغری، ۱۳۹۰).

$$CVR = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

بمنظور ارزیابی دیدگاه خبرگان، سوالات اولیه برای 10 نفر از خبرگان در حوزه‌های سیاستگذاری ارسال گردید. با توجه به اینکه ضریب CVR برای ۳۷ سوال بالای 0.62 محاسبه گردید بیشتر سوالات مورد تایید قرار گرفتند و چهار سوال به دلیل پایین بودن ضریب CVR حذف شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه با طیف 5 درجه‌ای لیکرت (کاملاً مناسب تا کاملاً نامناسب) بود. روایی پرسشنامه از بررسی ادبیات نظری، اعمال نظر خبرگان حوزه سیاست‌گذاری کارآفرینی برای اعتبار محتوایی گویه‌ها، به دست آمده است و میزان پایایی کل آن نیز با آلفای کرونباخ محاسبه شده است و از تحلیل عاملی تأییدی و روش الگوسازی معادلات ساختاری با کمک نرم افزار SPSS و AMOS برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. از نرم افزار SPSS26، برای محاسبه آمار توصیفی، آلفای کرونباخ شاخص‌ها و متغیرها استفاده شده است و از نرم افزار AMOS24 برای محاسبه تحلیل عاملی تأییدی، بارهای عاملی، شاخص‌های روایی و پایایی، مقایسه روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی سازه، مقایسه ضریب همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج شده و همچنین شاخص‌های برازندگی الگو استفاده شده است.

با توجه به اینکه امکان محاسبه حجم دقیق جامعه مشخص نبود از فرمول حجم جامعه نامعلوم استفاده شد (Cohen, 1988). که بر اساس فرمول، حجم نمونه ۱۹۶ نفر محاسبه گردید.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2} = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2} \cong 196$$

برای اطمینان بیشتر ۲۶۳ پرسشنامه گردآوری گردید که بعد از حذف نمونه‌های مخدوش حجم نمونه به ۲۴۰ پرسشنامه کاهش یافت. در جدول شماره ۲، ویژگی‌های جمعیت شناختی حجم نمونه پژوهش، به تفکیک درصد مشارکت در هر ویژگی نشان داده شده است.

جدول ۲. ویژگی جمعیت شناختی (نویسندگان)

| سابقه | | جنسیت | |
|-----------|------------------|---------|-----------------------|
| ۵۳/۶ | بالای ۱۵ سال | ۱۹/۲ | زن |
| ۴۶/۴ | کمتر از ۱۵ سال | ۸۰/۸ | مرد |
| وزارتخانه | | تحصیلات | |
| ۲۱/۷ | کار | ۵۱/۷ | کارشناسی ارشد و دکتری |
| ۲۱/۳ | صمت | ۴۸/۳ | کارشناسی |
| ۲۱/۳ | علوم | سمت | |
| ۱۷/۵ | اقتصاد | ۷۷/۷ | مدیر |
| ۱۶/۸ | سازمان‌های مرتبط | ۲۲/۳ | کارشناس |

پرسشنامه به روش‌های روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرها یا خرده مقیاس‌ها) سنجش شد. برای سنجش پایایی، از دو روش ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده گردید (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵). در این تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی، ۳۷ سؤال از مجموع سؤال‌ها دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۵۶ بودند.

تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

در توسعه و اعتباریابی سیاست‌های کارآفرینی، ابعاد اصلی الگوی استخراجی شامل 7 مولفه در الگوی مفهومی با ۳۷ شاخص بود. در مرحله ارزیابی اعتبار از دید خبرگان دانشگاهی چهار شاخص حذف شدند. در الگوی نهایی شاخص‌هایی که کاهش اندک آلفای کرونباخ با حذف سوال داشته اند (شرط لازم) و همچنین تی بزرگتر از ۱/۹۶ و بار عاملی بالای ۰/۵ (شرط کافی) داشتند؛ شرط حضور در الگوی نهایی سیاست‌های کارآفرینی را کسب کردند. در نتیجه در نهایت 37 شاخص تایید شدند. شاخص‌های تأییدشده به همراه بارهای عاملی (به ترتیب رتبه) و آلفای کرونباخ در صورت حذف سوال^۵ در جدول شماره 3 مشاهده می‌شود. همچنین ارتباط این شاخص‌ها با اهداف و رویکردهای سه گانه توسعه کارآفرینی یعنی ایجاد انگیزش (Motivation) ایجاد فرصت (Opportunity) و ایجاد مهارت (Skills) در جدول مشخص شده اند.

جدول ۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های تأیید شده بر اساس وزن و رتبه بارعاملی (نویسندگان)

| بار عاملی به ترتیب رتبه | آلفای- کرونباخ با حذف سوال | اهداف سه گانه | شاخص‌ها |
|-------------------------------|----------------------------------|------------------|--|
| (۱) قوانین و مقررات | | | |
| ۰/۷۵ | ۰/۸۲ | M | اصلاح قوانین بازار کار و تدوین قراردادهای استخدامی انعطاف پذیرتر |
| ۰/۷۳ | ۰/۸۴ | M, O, S | تدوین برنامه‌های بلندمدت و کوتاه مدت کارآفرینی کشور |
| ۰/۶۸ | ۰/۸۴ | M, O | کاهش موانع و الزامات اداری برای کارآفرینان با کاهش تشریفات و اداری |
| ۰/۶۳ | ۰/۸۳ | M, O | قوانین مالیاتی در جهت توسعه کارآفرینی (مانند معافیت‌های مالیات بر ارزش افزوده، تخفیف‌های مالیات بر درآمد؛ کاهش مالیات شرکت-ها) |
| ۰/۵۹ | ۰/۸۴ | M | اصلاح قوانین و برنامه‌های ورزشکستگی به منظور کاهش مجازات‌ها |
| (۲) دسترسی به بازار | | | |
| ۰/۷۲ | ۰/۷۷ | O | رقابتی بودن و دسترسی به اطلاعات مشتریان |
| ۰/۷۱ | ۰/۷۵ | M, O | دسترسی به بازار خارجی برای صادرات کالاها و خدمات |
| ۰/۶۳ | ۰/۷۷ | O | نبود انحصار در دسترسی به بازارهای داخلی کالاها و خدمات داخلی |
| ۰/۵۹ | ۰/۷۷ | M, O | سهولت فرایند، رویه، زمان و هزینه‌های گمرکی صادرات و واردات |
| (۳) دسترسی به فناوری | | | |
| ۰/۷۸ | ۰/۸۱ | M | سرمایه گذاری دولت در گسترش تحقیق و توسعه |
| ۰/۶۹ | ۰/۸۲ | M, O | همکاری بین دانشگاه و صنعت |
| ۰/۶۸ | ۰/۸۲ | O | دسترسی به تکنولوژی‌های نوین و مدرن و کاهش تحریم |
| ۰/۶۸ | ۰/۸۰ | M | ایجاد مراکز تحقیقاتی برای کمک به کارآفرینان |
| ۰/۵۸ | ۰/۸۲ | M, O | اجرای کارآمد قوانین ثبت اختراع، کپی رایت و مالکیت معنوی |
| (۴) ترویج و فرهنگ سازی | | | |
| ۰/۷۲ | ۰/۸۱ | M, S | آموزش‌های عمومی، فرهنگی و ترویجی برای کارآفرینی در سطح جامعه |
| ۰/۷۱ | ۰/۸۳ | M, S | تدوین برنامه‌های درسی، آموزش‌های مهارتی کارآفرینی در دوره ابتدایی تا متوسطه |

| بار عاملی به ترتیب رتبه | آلفای- کرونباخ با حذف سوال | اهداف سه گانه | شاخص‌ها |
|-------------------------------|----------------------------------|------------------|---|
| ۰/۶۶ | ۰/۸۳ | M, S | دوره‌های کاربردی کارآفرینی و خوداشتغالی برای دانشجویان دانشگاه‌ها |
| ۰/۶۴ | ۰/۸۵ | M | تشویق کارآفرینان از طریق برنامه‌های ملی، و جوایز کارآفرینی |
| ۰/۵۷ | ۰/۸۴ | M, S | اطلاع رسانی برای ترویج کارآفرینی و فرهنگ مالکیت کسب و کار |
| (۵) پشتیبانی از کسب و کارها | | | |
| ۰/۷۶ | ۰/۸۴ | O | تسهیل دسترسی به امکانات آزمایشگاهی و تست برای کارآفرینان |
| ۰/۶۷ | ۰/۸۴ | M, O, S | اطلاع رسانی و دسترسی به اطلاعات بازار، قوانین بازارهای داخلی و خارجی |
| ۰/۶۴ | ۰/۸۵ | S | حمایت از توسعه خدمات تخصصی مانند حسابداری، حقوقی |
| ۰/۶۱ | ۰/۸۴ | M, O | اجرای سیاست‌های رقابتی در خرید و تامین ملزومات سازمان‌های دولتی برای اطمینان از رقابت آزاد و یا حمایت شرکت‌های کوچک و کارآفرینان در برابر شرکت‌های بزرگ |
| ۰/۵۹ | ۰/۸۶ | M, O | برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی برای کمک به کارآفرینان |
| ۰/۵۸ | ۰/۸۵ | S | انتقال مهارت‌های فنی، مدیریتی و الگو برداری‌ها به کارآفرینان از طریق مشاوره |
| (۶) دسترسی به منابع مالی | | | |
| ۰/۷۵ | ۰/۸۶ | M, O | مشوق‌های دولتی در جهت دسترسی به وجوه سرمایه‌گذاری مخاطره-آمیز |
| ۰/۷۲ | ۰/۸۶ | M, O, S | حمایت از توسعه شبکه‌های ارتباطی سرمایه‌گذاران (فرشتگان کسب و کار) |
| ۰/۷۰ | ۰/۸۶ | M, O | کمک‌مالی به کارآفرینان از طریق اعتبارات و صندوق‌های تخصصی دولتی و خصوصی |
| ۰/۶۸ | ۰/۸۷ | M, O | دسترسی برابر شرکت‌های کوچک در مقایسه با شرکت‌های بزرگ به منابع مالی |
| ۰/۶۶ | ۰/۸۶ | M, O | برنامه‌های وام و تسهیلات برای کارآفرینان در همه مراحل توسعه |
| ۰/۶۳ | ۰/۸۶ | M, O | ضمانت بانکی برای کاهش ریسک وام به کارآفرینان و شرکت‌های جدید |
| ۰/۶۳ | ۰/۸۸ | M, O, S | دسترسی به بازارهای سهام برای شرکت‌های نوپا و کارآفرین |
| (۷) حمایت از گروه‌های هدف | | | |
| ۰/۷۷ | ۰/۸۰ | O | تشویق شرکت‌های بزرگ در جهت حمایت و استفاده از ایده‌های کارآفرینان فناور |

| شاخص‌ها | اهداف سه گانه | آلفای - کرونباخ با حذف سوال | بار عاملی به ترتیب رتبه |
|--|---------------|-----------------------------|-------------------------|
| پشتیبانی از فرآیند تجاری سازی پژوهش‌های دانشگاهی و فناورانه | M,O | ۰/۸۳ | ۰/۶۸ |
| اجرای برنامه‌های اجتماعی برای بهبود نگرش در مورد زنان، و اقلیت‌های مذهبی | M,S | ۰/۸۱ | ۰/۶۷ |
| ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه برای گروه‌های اقلیت و زنان | O | ۰/۷۹ | ۰/۶۶ |
| ایجاد مراکز نوآوری، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد تجاری در دانشگاه‌ها در جهت حمایت از کارآفرینان فناور | O | ۰/۸۴ | ۰/۵۶ |

برای سنجش پایایی و روایی همگرا و واگرا از شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی مرکب (CR^2) و واریانس استخراج شده (AVE^V) استفاده شد. همچنین رابطه $CR < 0.7$ و $AVE < 0.5$ نیز وجود دارد. نمرات نشان دهنده اعتبار همگرا و واگرا رضایت بخش می‌باشد (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010; Hair, Anderson, Tatham & Black 1998)، که در آن پایایی مرکب (CR) و روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراجی (AVE)، حداکثر مجذور واریانس مشترک (MSV^A)، و متوسط مجذور واریانس مشترک (ASV^A)، برای تعیین روایی همگرا و واگرا بر اساس مدل نهایی محاسبه شد (Fornell & Larcker, 1981). مقدار شاخص استاندارد هریک از این موارد در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴. شاخص‌های روایی و پایایی (نویسندگان)

| روایی واگرا | روایی همگرا | پایایی سازه |
|----------------------------|---|--|
| $AVE > MSV$ $AVE > ASV$ | $0.7 < CR$ $0.5 < AVE$ $CR > AVE$ | $0.7 < CR$ $0.5 < AVE$ $0.7 < Alpha$ |

در این پژوهش همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه واحدی را اندازه‌گیری می‌کنند بالا است و پرسشنامه دارای اعتبار و روایی همگرا می‌باشد. زیرا چنانچه خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شود همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. از این رو مطابق با جدول شماره ۵ علاوه بر برقراری روابط $CR > AVE$ ، $0.7 < AVE$ ، $0.5 < AVE$ ، رابطه $CR > AVE$ نیز برقرار است.

جدول ۵. مقایسه روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی سازه (نویسندگان)

| ASV | MSV | AVE | CR | Alpha | نام متغیر |
|------|------|------|------|-------|--------------------|
| ۰/۳۲ | ۰/۵۲ | ۰/۵۵ | ۰/۸۶ | ۰/۸۶ | قوانین |
| ۰/۲۵ | ۰/۳۱ | ۰/۵۲ | ۰/۸۱ | ۰/۸۱ | دسترسی به بازار |
| ۰/۳۵ | ۰/۴۸ | ۰/۵۴ | ۰/۸۵ | ۰/۸۴ | فناوری |
| ۰/۳۳ | ۰/۵۲ | ۰/۵۳ | ۰/۸۵ | ۰/۸۶ | ترویج و فرهنگ سازی |
| ۰/۳۲ | ۰/۴۴ | ۰/۵۲ | ۰/۸۷ | ۰/۸۷ | حمایت‌ها |
| ۰/۴۱ | ۰/۴۸ | ۰/۵۱ | ۰/۸۸ | ۰/۸۸ | منابع مالی |
| ۰/۳۴ | ۰/۴۴ | ۰/۵۱ | ۰/۸۴ | ۰/۸۵ | گروه‌های هدف |

به منظور سنجش روایی واگرا از شاخص AVE (میانگین واریانس استخراج شده) استفاده شده است. بر این اساس، AVE باید از واریانس بین آن سازه با سایر سازه‌ها یا متغیرهای مکنون بزرگتر باشد. یعنی جذر AVE باید از قدرمطلق همبستگی بین متغیر مکنون و سایر متغیرهای مکنون آن الگو بزرگتر باشد (Fornell & Larcker, 1981). مطابق با جدول شماره ۶، نتایج نشان داد که مولفه‌های اصلی الگوی مفهومی دارای روایی واگرای مناسب هستند.

جدول ۶. مقایسه ضریب همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج شده (نویسندگان)

| نام متغیر | منابع مالی | قوانین | دسترسی به بازار | فناوری | ترویج و فرهنگ سازی | حمایت‌ها | گروه‌های هدف |
|--------------------|------------|--------|-----------------|--------|--------------------|----------|--------------|
| منابع مالی | ۰/۷۱۲ | | | | | | |
| قوانین | ۰/۶۷۶ | ۰/۷۴۰ | | | | | |
| دسترسی به بازار | ۰/۵۳۷ | ۰/۴۷۲ | ۰/۷۲۴ | | | | |
| فناوری | ۰/۶۹۶ | ۰/۶۷۴ | ۰/۵۵۲ | ۰/۷۳۴ | | | |
| ترویج و فرهنگ سازی | ۰/۶۴۶ | ۰/۷۲۱ | ۰/۳۵۴ | ۰/۵۹۹ | ۰/۷۳۰ | | |
| حمایت‌ها | ۰/۶۳۶ | ۰/۵۳۱ | ۰/۵۵۹ | ۰/۴۸۷ | ۰/۴۷۸ | ۰/۷۲۲ | |
| گروه‌های هدف | ۰/۶۵۹ | ۰/۵۹۱ | ۰/۴۶۳ | ۰/۵۲۸ | ۰/۵۴۹ | ۰/۶۶۵ | ۰/۷۱۶ |

ارزیابی برازش مدل با مقایسه ماتریس کوواریانس برآورد شده برای جامعه (براساس مدل) و ماتریس کوواریانس نمونه (براساس داده‌های مشاهده شده) به دست می‌آید. مطابق با جدول شماره ۷، مقادیر شاخص‌های مختلف برازش الگو ساختاری پژوهش از جمله شاخص برازش تطبیقی (CFI^{10})، شاخص برازش افزایشی (IFI^{11})، شاخص برازندگی هنجار شده (NFI^{12}) و ریشه میانگین مجذورات خطای تقریب ($RMSEA^{13}$) در محدوده قابل قبولی قرار دارد. براین اساس، سازه‌ها با تمام شاخص‌های تأیید شده خود برازش دارد و داده‌ها الگوی پژوهش را پشتیبانی می‌کند. لازم به توضیح است که شاخص‌های برازندگی تطبیقی (CFI)، شاخص برازش افزایشی (IFI) برازندگی هنجار شده (NFI) هرچقدر به یک نزدیک‌تر باشد، نشان دهنده برازش مطلوب الگو است. برای بررسی نیکویی برازش استفاده از شاخص خطای میانگین مجذورات تقریب ($RMSEA$) پیشنهاد شده است (Hu & Bentler, 1999). که مقدار ریشه استاندارد باقیمانده مجذور میانگین بین صفر تا ۰/۰۵ دارای برازش خوب است و بین ۰/۰۵ تا ۰/۱۰ دارای برازش قابل قبول برای مدل پیشنهادی است (Schermelleh-Engel, Moosbrugger & Müller, 2003).

جدول ۷. شاخص‌های برازندگی الگو

| RMSEA < 0.05 | NFI > 0.9 | CFI > 0.9 | IFI > 0.9 | X ² /df < 3 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|---------------------------|
| ۰/۰۴۹ | ۰/۹۲ | ۰/۹۳ | ۰/۹۳ | ۱/۵۸ |

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله توسعه الگوی سیاست‌های کارآفرینی و اعتباریابی ساختار عاملی الگوی سیاست‌های کارآفرینی است. بر این اساس برای پاسخ به هدف اول الگوی مفهومی تشریح گردید و برای پاسخ به هدف دوم از تحلیل عاملی استفاده گردید. ذکر این نکته ضروری است که این تحقیق به دنبال توسعه و اعتباریابی یک مقیاس است، بنابراین فاقد متغیر وابسته بوده و برای جلوگیری از ایجاد ابهام فرضیه ای مطرح نشد.

بر اساس الگوهای ذکر شده (جدول شماره یک) هفت مولفه استخراج شد. این مولفه‌ها شامل قوانین و مقررات، دسترسی به بازار، دسترسی به فناوری، ترویج و

فرهنگ‌سازی، حمایت و پشتیبانی از کسب‌وکارها، کمک مالی و حمایت از گروه‌های هدف می‌باشد. در این پژوهش، پرسشنامه بین مدیران و کارشناسان خبره وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مرتبط توزیع شد. نتایج نشان داد که پرسشنامه دارای اعتبار و روایی مناسب است و مورد تایید متخصصان است. هفت مولفه پژوهش شامل ۳۷ شاخص مورد تایید قرار گرفت. بنابراین می‌توان گفت الگوی ارائه شده دارای اعتبار قابل قبولی است و یک ابزار مناسب، برای درک و سنجش سیاست‌های کارآفرینی است.

به کمک این الگو می‌توان ضمن مقایسه سیاست‌های کارآفرینی، دیدگاه گسترده‌تری از سیاست‌های کارآفرینی را ارائه کرد. این الگو علاوه بر مفاهیم علمی، دارای ارزش اجرایی نیز می‌باشد تا سیاست‌گذاران بتوانند به بینش گسترده و عمیق‌تر در جهت تدوین استراتژی‌های موفق در اکوسیستم کارآفرینی اقدام کنند. همچنین سیاست‌ها می‌تواند در همه مراحل توسعه (پیش راه اندازی، راه اندازی و رشد) مورد نظر قرار گیرند.

نتایج این پژوهش هم راستا با نتایج مدل‌های دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱)، سازمان اقتصادی و همکاری توسعه (۲۰۱۸) و آنکتاد (۲۰۱۸) است که در آنها قوانین و مقررات به عنوان یکی از ابعاد مدل سیاست‌گذاری کارآفرینی مورد تایید است. در واقع وجود قوانین کارآمد برای توسعه کارآفرینی لازم است. نتایج حاصل از بعد دسترسی به بازار، با مدل لوندستروم (۲۰۱۴)، دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱)، سازمان اقتصادی و همکاری توسعه (۲۰۱۸) همخوانی دارد. در واقع هر چه بازارها آزادتر باشد و انحصاری نباشد، امکان فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش می‌یابد. دسترسی به فناوری هم در این تحقیق با نتایج مدل‌های دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱)، سازمان اقتصادی و همکاری توسعه (۲۰۱۸) هم‌راستا می‌باشد. به عبارتی، هر چه سطح دسترسی به فناوری بیشتر گردد، امکان فعالیت‌های کارآفرینانه مولد و فناور محور بیشتر می‌گردد. بعد حمایت‌های غیرمالی بعنوان یکی از ابعاد اصلی در سیاست‌گذاری کارآفرینی در ایران مورد تایید است که با نتایج تحقیق آنکتاد (۲۰۱۸)، لوندستروم (۲۰۱۴)، لوندستروم و استیونسون (۲۰۰۵) مشابه است. دسترسی به منابع مالی در بیشتر تحقیقات مورد بحث قرار گرفته است و نتایج این تحقیق با تحقیقات دیگر شباهت دارد. البته تزریق منابع مالی به کارآفرینان محدود است. همچنین در زمینه حمایت از گروه‌های هدف، نتایج

این تحقیق با تحقیقات آنکتاد (۲۰۱۸) و لوندستروم و استیونسون (۲۰۰۵) شبیه است. در واقع گروه‌های هدف بر طبقه بندی کارآفرینان تاکید دارد تا برنامه‌های کارآفرینی با تمرکز بر گروه‌های خاص موفق تر باشند. از دیگر ابعاد سیاست‌های کارآفرینی ترویج و فرهنگ‌سازی است که با مدل دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱)، سازمان اقتصادی و همکاری توسعه (۲۰۱۸) و لوندستروم (۲۰۰۵) همگراست. در ایران ترویج و فرهنگ‌سازی از طریق جایزه‌های کارآفرینی، برنامه‌های ترویجی در رسانه‌ها به خوبی انجام می‌شود.

الگوی حاضر همچنین به محققان و سیاست‌گذاران در ارزیابی نقاط قوت و ضعف برنامه‌ها و استراتژی‌های کارآفرینی کمک می‌کند و سیاست‌گذاران می‌توانند تصمیمات مبتنی بر داده‌های بیشتری را در رابطه با تقویت کارآفرینی اتخاذ کنند. از این رو اولین پیشنهاد کاربردی، توجه سیاستگذاران به نگرش غیرخطی و چندجانبه در سیاست‌های کارآفرینی است و ابعاد مطرح شده از جمله منابع مالی، قوانین، دسترسی به بازار، فناوری، ترویج و فرهنگ‌سازی، حمایت‌ها و در نهایت گروه‌های هدف باید مورد توجه قرار گیرد. از شاخص‌های این پژوهش به منظور بررسی سیاست‌ها می‌توان استفاده کرد. محدوده زمانی اجرای سیاست‌ها نیز اهمیت دارد، زیرا شرکت‌های کارآفرین در طول سه تا پنج سال اول کسب و کار بسیار آسیب‌پذیر می‌باشند. شایان ذکر است که سیاست‌ها بایستی همزمان پیش برنده (تشویق افراد برای کارآفرینی و تسهیل ورود شرکت‌های نوپا در صنایع دارای اولویت) و بازدارنده (عدم حمایت از توسعه کسب و کارها در حوزه‌های فاقد اولویت) باشند. انتخاب نوع سیاست‌ها هم بایستی با اولویت‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی همخوانی داشته باشد. ذکر این موضوع ضروری است که بر اساس مطالعات دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۲۱) سیاستگذاری کارآفرینی فقط تأکید بر یک نوع خاص از سیاست‌ها و برنامه‌ها نیست و شامل سیاست‌های عمومی ملی در کنار سیاست‌های خاص کارآفرینی می‌باشد. این دو نوع سیاست به عنوان دو ساز و کار مکمل، به توسعه شرکت‌های بزرگ و کسب و کارهای کوچک و متوسط کمک می‌کنند. بنابراین در تدوین برنامه‌های توسعه کارآفرینی بایستی به اولویت‌های سیاستگذاری عمومی نیز توجه داشت.

به محققین پیشنهاد می‌شود براساس عوامل مستخرج از این تحقیق وضعیت موجود

سیاست‌های کارآفرینی در اکوسیستم‌های مختلف را مورد بررسی قرار دهند و انواع سیاست‌های بازدارنده و پیش برنده توسعه کارآفرینی را شناسایی کنند. پیشنهاد دیگر آزمون الگو در حوزه‌های مختلف به دلیل تفاوت اولویت‌های سیاستگذاری کشور مانند حوزه فین تک، استارت‌آپی و یا متناسب با نوع اکوسیستم‌ها می‌باشد. همچنین محققان بایستی که در کنار داده‌های نگرشی به تحلیل‌های کیفی، و داده‌های واقعی و آمارهای رسمی مانند تعداد شرکت‌های راه اندازی شده جدید توجه کنند.

پی‌نوشت‌ها

1. John Kingdon
2. Agendas, Alternatives, and Public Policies
3. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)
4. Lundstrom & Stevenson
5. Scale if item deleted
6. Composite Reliability
7. Average Variance Extracted
8. Maximum Shared Variance
9. Average Shared Variance
10. Comparative Fit Index
11. Incremental Fit Index
12. Normed Fit Index
13. Root Mean Square Error of Approximation

منابع

- حاجی‌زاده، ابراهیم و اصغری، محمد (۱۳۹۰). *روش‌های و تحلیل‌های آماری با نگاه به روش تحقیق در علوم زیستی و بهداشتی*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۴). *مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ چهارم
- داوری، علی و رضایی، حمیدرضا (۱۳۸۵). *نقش دولت و خط مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی*. *علوم مدیریت/ایران*، ۱(۲)، ۱۰۹-۱۲۹
- نیومن، ویلیام لاورنس (۱۳۹۳). *روش‌های پژوهش اجتماعی رویکردهای کمی و کیفی*. ترجمه ابوالحسن فقیهی و عسل آغاز. تهران: انتشارات ترمه
- واعظی، رضا؛ شریف‌زاده، فتاح و محمدی، محسن (۱۳۹۴). *شناسایی و اولویت بندی الگوهای ارزیابی خط‌مشی عمومی، فصلنامه علوم مدیریت/ایران*، ۱۰(۴۰)، ۱-۴۱

Alegre, I., & Berbegal-Mirabent, J. (2015). Entrepreneurship and the influence of history: how much impact do country-specific historical factors have on entrepreneurship Initiatives?. *Entrepreneurship, regional development, and culture*, 35-52.

- Audretsch, D. B., Falck, O., & Heblich, S. (Eds.). (2011). *Handbook of research on innovation and entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Choi, S. K., Han, S., & Kwak, K. T. (2021). Innovation capabilities and the performance of start-ups in Korea: The role of Government Support Policies. *Sustainability*, 13(11), 6009.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Second Edition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Dodaro, M. (2021). Municipal entrepreneurship support policies: convergence or divergence?. *Local government studies*, 1-20.
- Fitriany, F., Brasit, N., Nursyamsi, I., & Kadir, N. (2020). The influence of Entrepreneur insight, market orientation, knowledge-sharing capabilities, on the performance and competitiveness of SMEs in Makassar Indonesia. *International journal of multicultural and multireligious understanding*, 7(7), 392-411.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report. London: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. 5th Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7th Ed.): Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA.
- Hoffmann, W. H. (2007). Strategies for managing a portfolio of alliances. *Strategic management journal*, 28(8), 827-856.
- Hölzl, W. (2010). The economics of entrepreneurship policy: introduction to the special issue. *Journal of industry, competition, and trade*, 10(3), 187-197.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Huggins, R., & Williams, N. (2011). Entrepreneurship and regional competitiveness: the role and progression of policy. *Entrepreneurship & regional development*, 23(9-10), 907-932.
- Jabotinsky, H. Y., & Cohen, N. (2019). Regulatory policy entrepreneurship and reforms: a comparison of competition and financial regulation. *Journal of public policy*, 40(4), 628-650.
- Karlson, N., Sandström, C., & Wennberg, K. (2021). Bureaucrats or markets in innovation policy? A critique of the entrepreneurial state. *The review of austrian economics*, 34(1), 81-95.
- Kingdon, J. W. (2011). Agendas, alternatives, and public policies. *Glenview, IL:*

- Pearson*, 128, 251-257.
- Lundstrom, A., & Stevenson, L. A. (2005). Entrepreneurship policy definitions, foundations, and framework. *Entrepreneurship policy: Theory and practice*, 41-116.
- Lundstrom, A., Vikström, P., Fink, M., Meuleman, M., Głodek, P., Storey, D., & Kroksgård, A. (2014). Measuring the costs and coverage of SME and entrepreneurship policy: A pioneering study. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(4), 941-957.
- Mason, C., & Brown, R. (2013). Creating good public policy to support high-growth firms. *Small business economics*, 40(2), 211-225.
- OECD (2016), *Entrepreneurship at a glance 2016*, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2018), *Entrepreneurship at a glance 2018 highlights 2018*, (2018) OECD Publishing, Paris.
- Peneder, M. (2009). The meaning of entrepreneurship: A modular concept. *Journal of Industry, Competition, and Trade*, 9(2), 77-99.
- Petridou, E., & Mintrom, M. (2020). A research agenda for the study of policy entrepreneurs. *Policy studies journal*, 1-25.
- Qian, H., Acs, Z. J., & Stough, R. R. (2012). Regional systems of entrepreneurship: the nexus of human capital, knowledge and new firm formation. *Journal of Economic Geography*, 13(4), 559-587.
- Ratinho, T., Amezcua, A., Honig, B., & Zeng, Z. (2020). Supporting entrepreneurs: A systematic review of literature and an agenda for research. *Technological forecasting and social change*, 154, 119956.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Spivack, A. J., & McKelvie, A. (2021). Measuring addiction to entrepreneurship. *Journal of business venturing insights*, 15, 1-28.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European planning studies*, 23(9), 1759-1769.
- Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of business venturing*, 28(1), 176-193.
- Storey, D. J. (2006). Evaluating SME policies and programs: Technical and political dimensions. *The Oxford handbook of entrepreneurship*.
- UNCTAD. (2012). *Entrepreneurship policy framework and implementation guidance*. United Nations, New York, and Geneva.
- UNCTAD. (2017). *The gambia: Entrepreneurship policy framework and implementation guidance*. United Nations, New York, and Geneva.
- UNCTAD. (2018). *policy guide on entrepreneurship for migrants and refugees*,

United Nations, New York, and Geneva.

Worldbank. (2020). Doing Business 2020, www.doingbusiness.org

Yılmaz, M., & Polat, V. (2021). Transformational strategies and implications for digital entrepreneurial ecosystem. In *Handbook of research on management and strategies for digital enterprise transformation* (pp. 219-239). IGI Global.

Zin, M. L. M., & Ibrahim, H. (2020). The influence of entrepreneurial supports on business performance among rural entrepreneurs. *Annals of contemporary developments in management & HR (ACDMHR)*, Print ISSN, 2632-7686.

Designing and validating of entrepreneurship policy model

Ali Davari¹

Vajihe Baghersad*²

Taraneh Farrokhmanesh³

Abstract:

Governments formulate the entrepreneurship policies to affect their societies economic development and public welfare. The purpose of this study is to design an entrepreneurship policy model and validate it. Accordingly, the public sector in different countries seeks to consider and formulate relative policies. The purpose of this article is to design a model of entrepreneurial policies and validate the factor structure of the model. This research is basic from the audience dimension, and descriptive from the purpose dimension. The research approach is quantitative and data collection has done through sample survey. After the initial evaluation of the questions by experts and calculating the CVR coefficient, the questionnaire was gathered from 240 managers and experts related to the field of entrepreneurship and development of knowledge-based companies in the Ministries of cooperatives, labor and social welfare, industry, mine, and trade, and economic affairs and finance, Science, Research and Technology. Data were analyzed using AMOS24 and SPSS26 software. Based on the findings, various indicators of the structural pattern of the research, were in the acceptable range and the proposed conceptual model, are valid. Seven components (regulations, market access, access to technology, promotion, cultural activities, support, financial support, and nonfinancial support to target groups) were extracted using confirmatory factor Policy, Entrepreneurship Development, Entrepreneurship Policy, Public Administration analysis, and 37 indicators were identified.

Keywords: Policy, Entrepreneurship Development, Entrepreneurship Policy, Public Administration

1. Assistant Professor, School of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran Iran

2. Faculty member, Department of Management, Technical and Vocational University (TVU), Tehran, Iran

3. Ph.D. student, School of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran