



Shahid Sattari Aeronautical University
of Science and Technology

Policymaking Model for Improving the Environment for Small and Medium-Sized Businesses in Iran

Elham Khadang¹, Karamollah Daneshfard², Reza Najaf Beigi³

Abstract

Background & Purpose: Improving the environment for small and medium-sized businesses, as one of the main pillars of economic growth and sustainable employment, requires the existence of efficient, coordinated, and responsive policy-making structures. In Iran, institutional fragmentation, policy instability, weak inter-sectoral coordination, and the lack of linkage between national policies and the real needs of small and medium-sized enterprises have reduced the effectiveness of government support and limited the innovation capacity and competitiveness of this sector. Therefore, the present study was conducted with the aim of designing a policy-making model to improve the environment for small and medium-sized businesses in Iran.

Methodology: This research was designed as an applied and inductive approach, and a qualitative field method was used to extract effective factors and design a policy-making model. Data were collected through semi-structured interviews with experts in the field of small and medium-sized businesses in the public and private sectors. The research samples were selected using purposive sampling criteria until theoretical saturation was reached. Data analysis was conducted through thematic analysis method based on the Athead-Stirling theme network to identify basic, organizing, and overarching themes and to outline the systematic structure of the small and medium-sized business environment in Iran.

Findings: Data analysis showed that the improvement of the small and medium-sized business (SME) environment in Iran is influenced by five main axes: a responsive political-legal environment that enhances transparency, administrative agility, and trust; a predictable economic environment that promotes resilience and sustainability of performance; an empowering socio-cultural environment that enhances human capabilities and network collaboration; an innovative technological environment that enhances the capacity for innovation and technology adoption; and a competitive international environment that improves the position of SMEs in regional and global markets. These findings indicate that designing integrated and coordinated policies in these five areas can significantly improve the environment for small and medium-sized businesses.

Conclusion: These findings indicate that simultaneously improving the five political-legal, economic, socio-cultural, technological, and international environments is the key to improving the efficiency and resilience of small and medium-sized businesses in Iran.

Keywords: *Policymaking, Business Environment, Small and Medium-Sized Businesses.*

Citation: Khadang, Elham; Daneshfard, Karamollah and Najaf Beigi, Reza.(2026). Policymaking Model for Improving the Environment for Small and Medium-Sized Businesses in Iran. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, 8(30), 73-106.

1. PhD Student, Department of Public Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: 3874678539@iau.ac.ir

2. Professor, Department of Public Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: Daneshfard@srbiau.ac.ir

3. Professor, Department of Public Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: R.najafbagy@srbiau.ac.ir



الگوی خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران

الهام خدنگ^۱، کرم‌اله دانش‌فرد^۲، رضا نجف‌بیگی^۳

چکیده

زمینه و هدف: بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از ارکان اصلی رشد اقتصادی و اشتغال پایدار، نیازمند وجود ساختارهای خط‌مشی‌گذاری کارآمد، هماهنگ و پاسخگو است. در ایران، پراکندگی نهادی، ناپایداری سیاست‌ها، ضعف در هماهنگی بین‌بخشی و کمبود پیوند میان سیاست‌های ملی با نیازهای واقعی بنگاه‌های کوچک و متوسط، موجب کاهش اثرگذاری حمایت‌های دولتی و محدود شدن ظرفیت نوآوری و رقابت‌پذیری این بخش شده است. از این‌رو، پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران انجام شد.

روش‌شناسی: این پژوهش از نوع کاربردی و با رویکرد استقرایی طراحی شد و به‌منظور استخراج عوامل مؤثر و طراحی الگوی خط‌مشی‌گذاری، روش کیفی میدانی به کار گرفته شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بخش‌های دولتی و خصوصی جمع‌آوری شد. نمونه‌های پژوهش با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند ملاک‌محور تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها از طریق روش تحلیل مضمون بر اساس شبکه مضامین اترید-استرلینگ انجام شد تا مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر شناسایی و ساختار نظام‌مند محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران ترسیم گردد.

یافته‌ها: تحلیل داده‌ها نشان داد که بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (اس‌ام‌ای‌ها) در ایران تحت تأثیر پنج محور اصلی است: محیط سیاسی - قانونی پاسخگو که شفافیت، چابکی اداری و اعتماد را تقویت می‌کند؛ محیط اقتصادی پیش‌بینی‌پذیر که تاب‌آوری و پایداری عملکرد را ارتقا می‌دهد؛ محیط اجتماعی - فرهنگی توانمندساز که قابلیت‌های انسانی و همکاری شبکه‌ای را افزایش می‌دهد؛ محیط فناورانه نوآور که ظرفیت نوآوری و پذیرش فناوری را تقویت می‌کند؛ و محیط بین‌المللی رقابت‌پذیر که جایگاه اس‌ام‌ای‌ها در بازارهای منطقه‌ای و جهانی را بهبود می‌بخشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که طراحی خط‌مشی‌های یکپارچه و هماهنگ در این پنج حوزه می‌تواند محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را به‌طور قابل توجهی ارتقا دهد.

نتیجه‌گیری: این یافته‌ها نشان می‌دهد که بهبود هم‌زمان پنج محیط سیاسی - قانونی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، فناورانه و بین‌المللی، کلید ارتقای کارآمدی و تاب‌آوری اس‌ام‌ای‌ها در ایران است.

کلیدواژه‌ها: خط‌مشی‌گذاری، محیط کسب و کار، کسب و کار کوچک و متوسط.

استناد: خدنگ، الهام؛ دانش‌فرد، کرم‌اله و نجف‌بیگی، رضا. (۱۴۰۴). الگوی خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۸(۳۰)، ۷۳-۱۰۶.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ریلینامه:

3874678539@iau.ac.ir

۲. استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه:

Daneshfard@srbiau.ac.ir

۳. استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: R.najafbagy@srbiau.ac.ir

مقدمه

در سال‌های اخیر، گذار از پارادایم خصوصی‌سازی در دهه‌های نخست جهانی شدن به سمت رویکرد جدید بهبود محیط کسب‌وکار در سیاست‌گذاری اقتصادی، به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. در دهه ۱۹۸۰، خصوصی‌سازی عمدتاً به‌عنوان راهکاری برای افزایش کارایی و کاهش بار دولت مطرح شد، اما تجربه کشورهای نشان داد که واگذاری بنگاه‌ها بدون اصلاح نهادها و فراهم‌سازی بسترهای نهادی، قانونی و ساختاری مناسب، به ارتقای بهره‌وری و رقابت‌پذیری پایدار منجر نمی‌شود (هفتز و وارنر^۱، ۲۰۰۱). از این رو، رویکرد بهبود محیط کسب‌وکار، تمرکز را از مالکیت صرف به توانمندسازی بنگاه‌ها و ایجاد فضای رقابتی با ثبات مقررات، نهادهای کارآمد و ساختارهای حمایتی انتقال داده است (بانک جهانی، ۲۰۲۰).

بهبود محیط کسب‌وکار به‌عنوان عاملی کلیدی در رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری و ارتقای رقابت‌پذیری بین‌المللی شناخته می‌شود. بنگاه‌های کوچک و متوسط حدود ۹۹ درصد از کل بنگاه‌های اقتصادی کشورهای عضو آئی‌سی‌دی را تشکیل می‌دهند و سهمی بیش از ۶۰ درصد در اشتغال و تولید ناخالص داخلی دارند (آئی‌سی‌دی، ۲۰۲۰). همچنین، این بنگاه‌ها در توسعه پایدار و کاهش نابرابری‌های اجتماعی نقش مهمی ایفا می‌کنند (اوجیامبو^۲، ۲۰۲۳). در اقتصادهای نوظهور، فراهم کردن محیط شفاف، رقابتی و قابل پیش‌بینی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط پیش‌شرط دستیابی به رشد فراگیر و مقاوم است.

در ایران نیز، بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش محوری در ایجاد اشتغال، توسعه منطقه‌ای و تحقق اقتصاد مقاومتی دارند، اما محیط فعالیت آن‌ها با چالش‌هایی جدی مواجه است. بی‌ثباتی مقررات، تعدد نهادهای تصمیم‌گیر، فرآیندهای اداری پیچیده، محدودیت دسترسی به تأمین مالی و فقدان بازارهای مناسب، رشد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط را محدود کرده است (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۴۰۰؛ جعفری، ۲۰۲۲). بنابراین، طراحی الگوی خط‌مشی‌گذاری بومی و یکپارچه برای بهبود محیط کسب‌وکار، ضرورتی اساسی برای تحقق رشد اقتصادی پایدار و رقابت‌پذیر در ایران است (حسینی و غفاری، ۱۳۹۹).

دولت‌ها به‌عنوان بازیگر محوری در شکل‌گیری، تنظیم و پشتیبانی از فضای کسب‌وکار نقش بی‌بدیلی دارند. ساختار نهادی کارآمد، قوانین و مقررات شفاف و سازمان‌های دولتی توانمند، بنگاه‌ها را قادر می‌سازد با ریسک کمتر، هزینه پایین‌تر و سرعت بیشتر فعالیت کنند،

¹. Hefetz & Warner

². Ojiambo

درحالی‌که دخالت‌های بی‌رویه، مقررات دست‌وپاگیر و فقدان هماهنگی نهادی، بنگاه‌ها را به فعالیت در بخش غیررسمی یا استفاده ناقص از ظرفیت‌های خود سوق می‌دهد (یدوانی^۱ و همکاران، ۲۰۲۴؛ لاندژوهو^۲، ۲۰۲۴). در نتیجه، سیاست‌گذاری عمومی که دولت را تسهیل‌گر و پشتیبان بنگاه‌ها بداند، اهمیت ویژه‌ای دارد.

بهبود محیط کسب‌وکار نیازمند توجه همزمان به چند بُعد کلیدی است: ابعاد سیاسی-قانونی (ثبات سیاست‌ها، نهادسازی، شفافیت مقررات)، ابعاد اقتصادی (ثبات کلان، دسترسی به تأمین مالی، مشوق‌ها)، ابعاد نهادی/مدیریتی (هماهنگی بین نهادها، کیفیت خدمات عمومی)، ابعاد فنی-فناورانه (زیرساخت‌های دیجیتال، دسترسی به فناوری و شبکه‌های نوآوری) و ابعاد انسانی (مهارت‌ها، آموزش و سرمایه انسانی). شواهد تجربی نشان می‌دهد که اصلاح یک یا دو بعد به‌تنهایی کافی نیست و ترکیب همزمان اصلاحات در این حوزه‌ها، بیشترین اثر را بر عملکرد بنگاه‌ها و کیفیت توسعه اقتصادی دارد (هی و یائو، ۲۰۲۲؛ آئی‌سی‌دی، ۲۰۲۱). در ایران نیز پژوهش‌های مروری و میدانی حاکی از آن است که تمرکز صرف بر یک بعد ناکافی است و رویکرد چندبعدی ضروری است (رضایی و پاکروان، گزارش SID).

ابعاد مختلف محیط کسب‌وکار در عمل با موانع بوروکراتیک، اداری، مالی و حقوقی درهم می‌آمیزند. موانع اداری شامل طولانی بودن فرآیند صدور و تمدید مجوزها، فقدان پنجره واحد خدمات و پیچیدگی رویه‌هاست؛ موانع مالی شامل محدودیت دسترسی به ابزارهای مالی، مشکل وثیقه و هزینه بالای تأمین مالی است؛ و موانع حقوقی/قضایی شامل عدم شفافیت مقررات، اجرای ناقص قوانین و فقدان سازوکار حل اختلاف سریع است. پژوهش‌های میدانی نشان می‌دهد که ترکیب این موانع فشار زیادی بر بنگاه‌های کوچک و متوسط وارد می‌کند و اولویت‌بندی سیاستی باید بر رفع آن‌ها متمرکز باشد.

تجارب بین‌المللی نشان می‌دهد اثرگذاری سیاست‌ها و اصلاحات، به بافت نهادی، ظرفیت اجرایی و هماهنگی سیاستی کشورها وابسته است. به‌عنوان مثال، در چین تلاش هماهنگ برای بهبود محیط کسب‌وکار شامل تسهیل مقررات، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و ارتقای سرمایه انسانی توانسته شاخص‌ها و کیفیت توسعه را بهبود بخشد، اما اثرات آن در صنایع و مناطق مختلف ناهمگون بوده است (هی و یائو، ۲۰۲۲؛ هو، ۲۰۲۴). تجارب آئی‌سی‌دی نیز بر اهمیت حاکمیت چندسطحی، قوانین هوشمند و خدمات توسعه کسب‌وکار هدفمند برای بنگاه‌های کوچک و متوسط تأکید دارد (آئی‌سی‌دی، ۲۰۲۱). به‌عبارت دیگر،

1. Yadewani

2. Landjohou

بسته سیاستی ترکیبی شامل بهینه‌سازی مقررات، توسعه تأمین مالی، ارتقای زیرساخت دیجیتال و برنامه‌های آموزشی هدفمند در بستر نهادی هماهنگ، بیشترین احتمال موفقیت را دارد؛ درس مهمی که برای طراحی الگوی خطمشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکار در ایران قابل اقتباس است.

با وجود سهم بالای بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد ملی ایران — تقریباً ۹۴ درصد از واحدهای صنعتی و سهم قابل توجهی در اشتغال صنعتی (حسین‌پور و همکاران، ۲۰۲۰) — این بنگاه‌ها با چالش‌های متعدد در نظام اداری، مالی، قانونی و بازار مواجه هستند. محدودیت دسترسی به خدمات دولتی، فقدان مشاوره و نوآوری، و دشواری حضور مؤثر در زنجیره‌های ارزش داخلی و بین‌المللی، رشد آن‌ها را محدود می‌کند (عبدی، ۲۰۱۷). در این شرایط، طراحی سیاست‌ها و زیرساخت‌های حمایتی اختصاصی، از جمله پنجره واحد خدمات، تسهیل تأمین مالی، آموزش و توانمندسازی مدیران، توسعه بازارهای داخلی و صادراتی، و تقویت شبکه‌های همکاری، برای فعال‌سازی ظرفیت بنگاه‌های کوچک و متوسط ضروری است (حسین‌پور و همکاران، ۲۰۲۰).

با وجود اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، پژوهش‌ها و سیاست‌گذاری‌های موجود در ایران عمدتاً به تحلیل کلی فضای کسب‌وکار پرداخته و به طراحی الگوی خطمشی یکپارچه و بومی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط نپرداخته‌اند. مطالعات پیشین اغلب به شاخص‌های کلان اقتصادی یا مقایسه بین‌المللی محدود بوده و کمبود چارچوب عملیاتی که سیاست‌های تسهیل‌گر، مالی، قانونی و نهادی را در قالب یک مدل یکپارچه ارائه دهد، محسوس است (اعتماد و رایت، ۲۰۲۰؛ رحیمی، ۲۰۱۹). همچنین، عدم تلفیق ابعاد سیاسی، اقتصادی، نهادی، قانونی، فناوری و انسانی محیط کسب‌وکار در طراحی سیاست‌ها، شکاف اصلی محسوب می‌شود (جعفری و محمدی، ۲۰۲۱). بر این اساس، مسأله پژوهش این است که چگونه می‌توان یک الگوی خطمشی یکپارچه و بومی برای بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران طراحی کرد که تمام ابعاد را در نظر گرفته و شکاف‌های موجود در سیاست‌گذاری ملی را پر کند.

پیشینه پژوهش

خطمشی‌گذاری به مجموعه فرآیندها و اقدامات سازمانی گفته می‌شود که از شناسایی مسائل و نیازها آغاز شده و با طراحی، اجرا و ارزیابی اقدامات و مقررات، به اهداف مشخص اقتصادی، اجتماعی یا سیاسی منجر می‌شود (دای، ۲۰۱۳). این فرآیند شامل مراحل تحلیل محیط، شناسایی گزینه‌های سیاستی، انتخاب ابزارها، تعیین مسئولیت‌ها و نهایتاً پایش و اصلاح

سیاست‌هاست. نظریه‌های خطمشی‌گذاری به ما کمک می‌کنند تا تعامل بین دولت، نهادهای اجتماعی و بازار را درک کنیم و چارچوبی نظام‌مند برای تصمیم‌گیری فراهم نمایم (هاولت و رامش، ۲۰۱۶). به طور ویژه، خطمشی‌گذاری اثرگذار باید مبتنی بر داده‌ها و شواهد، توجه به ذی‌نفعان و هماهنگی میان نهادها باشد تا بتواند پاسخگوی نیازهای اقتصادی و اجتماعی جامعه باشد (لاسول، ۱۹۵۱).

در سطح نظری، رویکردهای مختلف خطمشی‌گذاری شامل رویکرد عقلایی، نهادی، فرآیندی و چندعاملی، بر اهمیت تحلیل دقیق محیط، شناخت بازیگران و طراحی سازوکارهای اجرایی تمرکز دارند (کینگدون، ۲۰۱۴). رویکرد عقلایی بر انتخاب بهترین گزینه‌ها بر اساس هدف‌گذاری و ارزیابی اثرات تأکید دارد، در حالی که رویکرد نهادی به ساختارهای دولتی و قواعد بازی در شکل‌دهی سیاست‌ها توجه می‌کند. همچنین، رویکرد چندعاملی به بررسی تعامل بین مشکلات، راه‌حل‌ها و جریان‌های سیاسی می‌پردازد تا فرآیند سیاست‌گذاری موفق‌تر شود. شناخت این رویکردها به پژوهشگران امکان می‌دهد چارچوبی جامع برای تحلیل و طراحی خطمشی‌های اثربخش ارائه دهند و در نتیجه، پایه نظری محکمی برای بررسی پیوند خطمشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایجاد شود (ساباتیه، ۲۰۰۷).

محیط کسب‌وکار؛ محیط کسب‌وکار به مجموعه شرایط، عوامل و نیروهای بیرونی و درونی گفته می‌شود که عملکرد و تصمیم‌گیری بنگاه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌تواند فرصت‌ها و تهدیدهایی برای فعالیت اقتصادی ایجاد کند (دیویس، ۲۰۱۰). این محیط شامل ابعاد اقتصادی، سیاسی-قانونی، اجتماعی-فرهنگی، فناوری و نهادی است که تعامل آن‌ها با بنگاه‌ها، چارچوب عملیاتی و رقابتی آن‌ها را شکل می‌دهد (پورت، ۱۹۸۰). محیط کسب‌وکار مناسب، شفاف، پایدار و قابل پیش‌بینی، زمینه رشد و توسعه بنگاه‌ها و ارتقای رقابت‌پذیری را فراهم می‌آورد و موجب افزایش بهره‌وری و جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی می‌شود (بانک جهانی، ۲۰۲۰).

بررسی‌های نظری و تجربی نشان می‌دهد که بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل محدودیت منابع، انعطاف‌پذیری کمتر و دسترسی محدود به بازارهای مالی و اطلاعاتی، به محیط کسب‌وکار حساس‌تر هستند و هرگونه ناپایداری یا پیچیدگی در مقررات، ساختار نهادی و فرآیندهای اداری می‌تواند رشد و توسعه آن‌ها را به شدت محدود کند (استیگلر، ۲۰۱۱). بنابراین، تحلیل محیط کسب‌وکار، شناسایی موانع و فرصت‌ها و طراحی سیاست‌ها و استراتژی‌های منطبق با آن، برای توانمندسازی بنگاه‌ها و بهبود عملکرد آن‌ها ضروری است (هلفت، ۲۰۱۵). این مبنای پایه‌ای برای بررسی ارتباط میان خطمشی‌گذاری و محیط

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم می‌آورد و امکان طراحی الگوی عملیاتی برای ارتقای فضای کسب‌وکار را ایجاد می‌کند.

پیوند خط‌مشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط؛ پیوند میان خط‌مشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نشان‌دهنده نقش حیاتی دولت و سازوکارهای سیاستی در توانمندسازی بنگاه‌ها است. خط‌مشی‌گذاری، از طریق شناسایی چالش‌ها و نیازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط و طراحی راهکارهای مقرراتی، نهادی و حمایتی، می‌تواند موانع قانونی، اداری و مالی را کاهش دهد و فضای کسب‌وکار را شفاف و پیش‌بینی‌پذیر سازد (دیویس، ۲۰۱۰؛ لاسول، ۱۹۵۱). شواهد نشان می‌دهد بسته‌های سیاستی ترکیبی که شامل اصلاح مقررات، توسعه تأمین مالی، تقویت زیرساخت‌های فناورانه و ارتقای مهارت‌های انسانی هستند، اثر قابل توجهی بر عملکرد و پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط دارند و موجب رشد اقتصادی فراگیر می‌شوند (هلفات، ۲۰۱۵؛ بانک جهانی، ۲۰۲۰). به بیان دیگر، سیاست‌گذاری هوشمند و داده‌محور نه تنها چارچوب‌های قانونی را بهینه می‌کند، بلکه ظرفیت اجرایی بنگاه‌ها را نیز تقویت کرده و زمینه توسعه پایدار را فراهم می‌آورد.

رویکردهای مختلف خط‌مشی‌گذاری، از جمله رویکرد عقلایی، نهادی و چندعاملی، اهمیت هماهنگی میان نهادها و مشارکت ذی‌نفعان را برجسته می‌سازند و تأثیر مستقیم بر بهبود محیط کسب‌وکار کسب و کارهای کوچک و متوسط دارند (کینگدون، ۲۰۱۴؛ هاوالت و رامش، ۲۰۱۶). به‌ویژه، در اقتصادهای نوظهور، که کسب و کارهای کوچک و متوسط سهم قابل توجهی در اشتغال و تولید ناخالص داخلی دارند، طراحی و اجرای سیاست‌های بومی و یکپارچه می‌تواند موانع نهادی و مالی را کاهش دهد و نوآوری، رقابت‌پذیری و انعطاف‌پذیری بنگاه‌ها را افزایش دهد (پورتر، ۱۹۸۰؛ استیگلر، ۲۰۱۱). بنابراین، پیوند منطقی میان فرآیندهای سیاست‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکار کسب و کارهای کوچک و متوسط، اساس طراحی الگوهای سیاستی مؤثر و کاربردی را تشکیل می‌دهد و چارچوب نظری قوی برای پژوهش حاضر فراهم می‌آورد.

پیشینه تجربی

در این بخش شواهد و یافته‌های حاصل از مطالعات انجام‌شده در حوزه خط‌مشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مورد بررسی قرار گرفته است. مرور تجربیات ملی و بین‌المللی نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری هدفمند و طراحی بسته‌های حمایتی مناسب، تأثیر مستقیم بر عملکرد، رقابت‌پذیری و پایداری بنگاه‌های کوچک و متوسط دارد. فیضی و پوشدوزباشی (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط با رشد

سریع و سهم آنها در ایجاد اشتغال (مطالعه صنایع تولیدی ایران در برنامه دوم توسعه) انجام دادند. این پژوهش با هدف تحلیل سهم بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال در صنایع تولیدی در دوره برنامه دوم توسعه کشور انجام شد. در این پژوهش از روش‌شناسی کمی (پیمایشی کاربردی) استفاده شد و جامعه آماری شامل بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در صنایع تولیدی ایران بود. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که بنگاه‌های کوچک و متوسط سهم قابل توجهی در اشتغال صنعتی دارند، اما با موانع جدی در مسیر رشد و توسعه مواجه‌اند. حسینی و غفاری (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان بررسی موانع حقوقی، اداری و مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران و ارائه راهکارهای سیاستی انجام دادند. این پژوهش با هدف شناسایی موانع محیط کسب‌وکار برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائه چارچوب سیاستی مناسب انجام شد. روش‌شناسی پژوهش، تحلیل کیفی مبتنی بر مصاحبه با خبرگان و پیمایش مدیران بود و جامعه آماری شامل مدیران ارشد ۱۰۰ بنگاه کوچک و متوسط در استان‌های کشور بود. نتایج نشان داد که پیچیدگی مقررات، ضعف هماهنگی نهادی و دشواری دسترسی به تأمین مالی، از مهم‌ترین موانع این بنگاه‌ها محسوب می‌شوند.

رضایی‌مطلع و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان موانع و چالش‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران به این نکته اشاره کردند که بنگاه‌های کوچک و متوسط، با وجود نقش مهم خود در اقتصاد، تولید ناخالص داخلی، ایجاد اشتغال و ارتقای صنعت، نرخ شکست بالایی دارند و اغلب در ابتدای مسیر رشد متوقف می‌شوند. پژوهش حاضر با رویکرد تطبیقی، مطالعات تجربی مرتبط با رشد، توسعه و شکست کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تولیدی در ایران را بررسی و وجوه مشترک نتایج آن‌ها را تبیین کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل برون‌سازمانی، از جمله مسائل اقتصادی، سیاسی، اطلاعاتی و چارچوب‌های قانونی و مقرراتی، تأثیر بسزایی بر عملکرد این بنگاه‌ها دارند. همچنین، عوامل درون‌سازمانی مانند مدیریت تولید و عملیات، بازاریابی، سازمان و مسائل مالی نیز نقش مهمی در مسیر توسعه این کسب‌وکارها ایفا می‌کنند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان طراحی مدل خطمشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر نوآوری انجام دادند. این پژوهش با هدف طراحی مبنای تئوریک دقیق برای خطمشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و تقویت اقتصاد کارآفرینانه انجام شد. روش‌شناسی پژوهش ترکیبی (کیفی و کمی) بود و جامعه آماری شامل خبرگان و متخصصان حوزه توسعه کسب‌وکار و کارآفرینی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سایر نهادهای مرتبط بود. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که الگوی ارائه‌شده در چهار بعد عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکار، خطمشی‌های توسعه، نهادهای

خطامشی‌گذاری و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قابل ترسیم است و نوآوری به‌عنوان محور کلیدی در خطامشی‌گذاری توسعه این بنگاه‌ها عمل می‌کند.

هداوند و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر نقش اقتصاد مقاومتی معتقدند که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از مهم‌ترین و مؤثرترین راهکارها برای توسعه همه‌جانبه یک کشور محسوب می‌شوند. اهمیت ایجاد و توسعه این کسب‌وکارها در مناطق مختلف کشور بر کسی پوشیده نیست. این پژوهش با هدف طراحی مدل توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تأکید بر اقتصاد مقاومتی در استان لرستان انجام شد و از نظر هدف کاربردی است. روش تحقیق مورد استفاده، کیفی و مبتنی بر نظریه داده بنیاد ساختارمند بود. جامعه آماری شامل مدیران، متخصصان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استان لرستان بود که ۱۸ نفر از میان آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختارمند استفاده شد و فرایند گردآوری داده‌ها تا رسیدن به سطح اشباع نظری ادامه یافت. تحلیل کیفی داده‌ها با استفاده از روش کدگذاری سه‌مرحله‌ای اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که مقوله اصلی مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در استان لرستان، طرح توسعه مقاومتی است. همچنین عوامل علی مؤثر شامل مؤلفه‌های شرایط دسترسی و برنامه‌ریزی، عوامل زمینه‌ای شامل بهبود فضای کسب‌وکار، عوامل مداخله‌گر شامل مولفه‌های موانع، و عوامل راهبردی شامل مولفه‌های بکارگیری اقتصاد مقاومتی شناسایی شدند.

ریاضی و بحرینی (۱۴۰۱) در پژوهشی دیگر بیان کردند که اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تولیدی بیش از پیش برجسته شده است، زیرا این کسب‌وکارها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص داخلی دارند و به نوعی موتور محرکه اقتصاد محسوب می‌شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر راه‌اندازی و تداوم عملکرد مطلوب کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، توسعه و بهبود محیط کسب‌وکار است. هدف این پژوهش، شناسایی تأثیر بهبود شاخص‌های محیط کسب‌وکار بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بود. در بخش کیفی پژوهش از ابزار مصاحبه و در بخش کمی از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که عواملی مانند شروع کسب‌وکار، اخذ مجوزهای کسب‌وکار، دسترسی به برق، تأمین اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادهای امنیت سرمایه‌گذاری، سطح فساد، دسترسی به اطلاعات، رقابت‌پذیری، تحریم، تعاملات بین‌المللی، سرمایه خارجی، تورم، مداخلات دولت، هماهنگی بین سازمان‌ها و خروج نخبگان، تأثیر معناداری بر راه‌اندازی

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارند. در مقابل، شاخص‌های ثبت مالکیت، ورشکستگی و فضای مجازی تأثیر معناداری بر راه‌اندازی این بنگاه‌ها نشان ندادند.

شهسواری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با هدف شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌های مدل ارزیابی خطمشی‌های صنعتی با رویکرد رونق تولید در خوشه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تأکید کردند که خوشه‌های کسب‌وکار نقش محوری در توسعه منطقه‌ای کشورها ایفا می‌کنند. در این خوشه‌ها، نوآوری و کارآفرینی برای بنگاه‌های جدید با سهولت بیشتری ایجاد می‌شود. با وجود اینکه بسیاری از بنگاه‌ها در خوشه‌ها از نظر اندازه کوچک و متوسط هستند، این خوشه‌ها سهم قابل توجهی در شاخص‌های اقتصادی مانند اشتغال، تولید و صادرات دارند. بنابراین، خطمشی‌های مرتبط با خوشه‌های کسب‌وکار باید به گونه‌ای تدوین شوند که رونق تولید داخلی را تقویت کنند. هدف این تحقیق شناسایی مولفه‌ها و شاخص‌های اصلی مدل ارزیابی خطمشی‌های صنعتی با رویکرد رونق تولید در خوشه‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بود. پژوهش با استفاده از روش کیفی و از طریق مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختارمند با ۱۵ نفر از خبرگان دانشگاهی و اجرایی مرتبط با حوزه صنعت انجام شد. نتایج نشان داد که استفاده از سیستم مستقل ارزیابی برای خطمشی‌ها، ایجاد نظام نظارت و بازخواست از نتایج اجرای خطمشی‌ها و دسترسی به آمار و اطلاعات مورد نیاز، از مهم‌ترین الزامات ارزیابی خطمشی‌های صنعتی است. در نهایت، پس از گردآوری و تحلیل داده‌ها، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل ارزیابی با بهره‌گیری از استراتژی تحلیل مضمون شناسایی شدند.

گارسیا و مارتینز در سال ۲۰۲۴ پژوهشی با عنوان ارزیابی تأثیر مدل‌های خطمشی جامع بر شاخص‌های محیط کسب‌وکار برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در آمریکای لاتین انجام دادند. هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی در چارچوب سیاست‌گذاری جامع بود که می‌تواند موانع بوروکراتیک را کاهش داده و دسترسی به منابع مالی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط را افزایش دهد. در این پژوهش از روش‌شناسی ترکیبی (کیفی و کمی) استفاده شد و جامعه آماری شامل ۱۵۰ مدیر ارشد سازمان‌های توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و ۱۲۰۰ بنگاه کوچک و متوسط در سه کشور آمریکای لاتین بود. نتایج نشان داد که هماهنگی بین نهادی و تمرکززدایی در خدمات‌رسانی، قوی‌ترین عوامل مؤثر بر بهبود شاخص‌های سهولت کسب‌وکار و دسترسی به اعتبار برای بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند.

چن و لی در سال ۲۰۲۳ پژوهشی با عنوان تحلیل اثرات متفاوت سیاست‌های نوآوری بر رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط با فناوری بالا و سنتی در چین انجام دادند. هدف این پژوهش بررسی اثربخشی سیاست‌های مالی و غیرمالی دولت بر توسعه نوآوری و

رقابت‌پذیری بنگاه‌ها با در نظر گرفتن ناهمگنی آن‌ها بود. روش‌شناسی پژوهش کمی و مبتنی بر اقتصادسنجی داده‌های پانل بود و جامعه آماری شامل داده‌های مالی و عملکردی بیش از ۵۰۰۰ بنگاه کوچک و متوسط فهرست شده در بورس چین طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ بود. نتایج نشان داد که یارانه‌های دولتی اثر قوی‌تری بر بنگاه‌های فناوری بالا دارند، در حالی که معافیت‌های مالیاتی تأثیر مثبت معنادارتری بر ارتقای نوآوری در بنگاه‌های سنتی دارند. بنابراین، مدل‌های خط‌مشی‌گذاری باید رویکرد افتراقی داشته باشند.

کوواج و رادولسکو در سال ۲۰۲۴ پژوهشی با عنوان طراحی چارچوب ارزیابی سیاست‌های محیط کسب‌وکار با تمرکز بر توسعه پایدار بنگاه‌های کوچک و متوسط در اتحادیه اروپا انجام دادند. هدف این پژوهش ارائه چارچوبی جامع برای ارزیابی میزان همسویی سیاست‌های دولتی با اهداف توسعه پایدار و تأثیر آن بر پایداری بنگاه‌ها بود. روش‌شناسی پژوهش کیفی و مبتنی بر تحلیل اسناد و مصاحبه‌های عمیق بود و جامعه آماری شامل ۳۰ کارشناس ارشد کمیسیون اروپا، سازمان‌های توسعه پایدار و رهبران انجمن‌های صنعتی بنگاه‌های کوچک و متوسط در اتحادیه اروپا بود. نتایج نشان داد که موفقیت سیاست‌های بهبود محیط کسب‌وکار تنها به حمایت مالی محدود نمی‌شود، بلکه مستلزم ارائه ابزارهای دیجیتالی‌سازی سبز و شفافیت در استانداردهای زیست‌محیطی است و این امر ضرورت درج ابعاد «پایداری» در مدل‌های خط‌مشی‌گذاری را برجسته می‌کند.

اوزکان و دمیرل در سال ۲۰۲۳ پژوهشی با عنوان نقش حاکمیت و فساد در تعدیل تأثیر سیاست‌های مالی بر رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه انجام دادند. هدف پژوهش بررسی اثر کیفیت حاکمیت و سطح فساد بر اثربخشی سیاست‌های مالی دولت در حمایت از رشد بنگاه‌ها بود. روش‌شناسی پژوهش کمی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بود و جامعه آماری شامل داده‌های شاخص‌های حاکمیت بانک جهانی و اطلاعات مالی بیش از ۲۰۰۰ بنگاه کوچک و متوسط در ۱۰ کشور با درآمد متوسط رو به پایین بود. نتایج نشان داد که در محیط‌هایی با فساد و بوروکراسی بالا، اثرات مثبت سیاست‌های مالی بر رشد بنگاه‌ها به‌طور معناداری کاهش می‌یابد و این موضوع ضرورت در نظر گرفتن مؤلفه شفافیت و حاکمیت را به‌عنوان بخشی حیاتی از هر مدل خط‌مشی‌گذاری تأکید می‌کند.

لی و همکاران در سال ۲۰۲۴ پژوهشی با عنوان الگوی سیاست‌گذاری مبتنی بر اکوسیستم برای بهبود دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به بازارهای بین‌المللی انجام دادند. هدف پژوهش توسعه یک الگوی سیاست‌گذاری یکپارچه بود که به جای تمرکز بر حمایت‌های فردی از بنگاه‌ها، بر تقویت کل اکوسیستم صادراتی شامل زیرساخت‌ها، دانش و

شبکه‌ها متمرکز باشد. روش‌شناسی پژوهش کیفی و مبتنی بر مطالعات موردی تطبیقی بود و جامعه آماری شامل مطالعه عمیق اکوسیستم‌های توسعه صادرات بنگاه‌ها در سنگاپور، کره جنوبی و آلمان بود. نتایج نشان داد که مدل‌های موفق سیاست‌گذاری بین‌المللی آن‌هایی هستند که بر تسهیل دسترسی به پلتفرم‌های دیجیتال تجارت فرامرزی و ایجاد شبکه‌های مشاوره تخصصی تمرکز دارند، نه صرفاً ارائه یارانه صادراتی، که این امر ضرورت تغییر رویکرد از حمایت مالی مستقیم به ایجاد بستر اکوسیستمی را نشان می‌دهد.

مرور مطالعات انجام‌شده در حوزه خطمشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نشان می‌دهد که تحقیقات ملی و بین‌المللی همگی بر اهمیت سیاست‌گذاری هدفمند و طراحی بسته‌های حمایتی مناسب برای ارتقای عملکرد و پایداری بنگاه‌ها تأکید دارند. با این حال، می‌توان چند نکته انتقادی و چالش‌های موجود در این پیشینه را شناسایی کرد. اولاً، بسیاری از پژوهش‌های ملی مانند پژوهش‌های فیضی و پوشدوزباشی (۱۳۸۷)، حسینی و غفاری (۱۳۹۹) و رضایی‌مطلع و همکاران (۱۳۹۹)، بر شناسایی موانع و محدودیت‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط تمرکز داشته‌اند، اما تحلیل جامعی از تأثیر مستقیم سیاست‌ها و خطمشی‌های تدوین‌شده بر عملکرد و رشد این بنگاه‌ها ارائه نکرده‌اند. به بیان دیگر، بسیاری از این مطالعات توصیفی یا تحلیلی بوده و فاقد ارزیابی دقیق اثربخشی سیاست‌ها هستند. ثانیاً، علی‌رغم اینکه پژوهش‌های اخیر مانند پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۷) و هداوند و همکاران (۱۴۰۱) تلاش کرده‌اند مدل‌های خطمشی‌گذاری و توسعه کسب‌وکار ارائه دهند، غالباً محدود به نمونه‌های خاص یا مناطق مشخص بوده‌اند. این محدودیت نمونه‌گیری و تمرکز بر مناطق جغرافیایی محدود، تعمیم‌پذیری نتایج را کاهش می‌دهد و نمی‌تواند به طور کامل نمایانگر وضعیت کل کشور باشد. ثالثاً، پژوهش‌های بین‌المللی مانند پژوهش‌های گارسیا و مارتینز (۲۰۲۴)، چن و لی (۲۰۲۳) و کووچ و رادولسکو (۲۰۲۴) نشان می‌دهند که سیاست‌های مؤثر باید رویکردی جامع، چندعاملی و مبتنی بر اکوسیستم داشته باشند. با این حال، در مطالعات ملی کمتر به ابعاد نوآوری، توسعه پایدار، شفافیت و حاکمیت پرداخته شده است، در حالی که شواهد بین‌المللی نشان می‌دهد این مؤلفه‌ها نقش حیاتی در موفقیت سیاست‌ها دارند. در نهایت، برخی پژوهش‌ها مانند اوزکان و دمیرل (۲۰۲۳) و لی و همکاران (۲۰۲۴) بر اهمیت هماهنگی نهادی، حاکمیت خوب و ایجاد اکوسیستم حمایتی تأکید دارند، اما در مطالعات ملی کمتر به رویکردهای سیستماتیک و داده‌محور پرداخته شده است. این خلا نشان می‌دهد که پژوهش حاضر با هدف تحلیل پیوند میان خطمشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند شکاف موجود را پر کرده و به ارائه مدل سیاست‌گذاری کاربردی و قابل اجرا کمک کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در زمره تحقیقات کاربردی قرار دارد، زیرا تلاش دارد نتایج عملی و قابل اجرا برای بهبود محیط کسب‌وکار ارائه دهد. جهت‌گیری پژوهش بر اساس رویکرد استقرایی است، به این معنا که یافته‌ها و داده‌های میدانی به تدریج به نظریه و مدل پیشنهادی منجر خواهند شد. در این پژوهش از روش‌شناسی کیفی بهره گرفته شده است تا بتوان به صورت عمیق و جامع ابعاد مختلف خط‌مشی‌گذاری و محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را شناسایی و تحلیل نمود. گردآوری داده‌ها به صورت میدانی انجام می‌شود و پژوهشگر با حضور در محیط‌های واقعی کسب‌وکار و نهادهای سیاست‌گذار، اطلاعات دست اول و غنی را از منابع مختلف کسب خواهد کرد. برای گردآوری اطلاعات در بخش کیفی پژوهش از روش‌های کتابخانه‌ای (ادبیات موضوع) و میدانی (مصاحبه عمیق نیم ساختار یافته با خبرگان حوزه تخصصی بهبود محیط کسب و کار) استفاده شده است.

راهبرد اصلی پژوهش، تحلیل مضمون است که امکان استخراج الگوها، مفاهیم و مؤلفه‌های کلیدی مرتبط با خط‌مشی‌گذاری و بهبود محیط کسب‌وکار را فراهم می‌سازد. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه با خبرگان و ذی‌نفعان حوزه کسب‌وکار و سیاست‌گذاری خواهد بود. این روش آمیخته‌ای اکتشافی و نظری را فراهم می‌آورد، به گونه‌ای که داده‌ها نه تنها به شناسایی ابعاد کلیدی خط‌مشی‌ها کمک می‌کنند، بلکه زمینه لازم برای تدوین مدل جامع و کاربردی خط‌مشی‌گذاری برای بنگاه‌های کوچک و متوسط را نیز فراهم می‌سازند.

جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی شامل خبرگان و متخصصان حوزه محیط کسب‌وکار کشور در بخش‌های حاکمیت و بخش خصوصی است که دارای تجربه اجرایی در سطوح کلان تصمیم‌گیری بوده و به اصطلاح خبرگان آگاه نامیده می‌شوند. این افراد با دارا بودن سابقه مدیریت و تجربه عملی در زمینه سیاست‌گذاری و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، منبع ارزشمندی برای گردآوری داده‌های دقیق و معتبر پژوهش به شمار می‌روند. برای تعیین نمونه‌های پژوهش در بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند (ملاک‌محور) استفاده شد و تعداد نمونه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری (۱۶ نفر) ادامه یافت. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این بخش مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختارمند با خبرگان بود که با انتخاب یا دعوت مستقیم از افراد واجد شرایط انجام شد. شرایط واجدین برای حضور در نمونه پژوهش به شرح زیر تعریف شد؛

○ داشتن مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا دکتری در رشته‌های مدیریت، اقتصاد،

مهندسی صنایع، حقوق، و یا تجربه مستقیم به عنوان صاحب کسب‌وکار یا متخصص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط.

- بر خورنداری از حداقل ۵ سال سابقه مدیریت و ۱۵ سال سابقه کاری مرتبط.
- فعالیت در حوزه کسب‌وکار بخش خصوصی (اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، تعاون و انصاف) یا در حوزه مدیریت دولتی و خط‌مشی‌گذاری در سطوح ملی و استانی. جمعیت‌شناسی نمونه‌های پژوهش در جدول زیر ارائه شده است؛

جدول ۱. جمعیت‌شناسی نمونه‌های پژوهش

تعداد	شاخص/ها	حوزه کاری	مصاحبه‌شوندگان
۴	مدرس رشته‌های مدیریت دولتی و بازرگانی	دانشگاه‌های شهر تهران	اساتید دانشگاه
۵	تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان محیط کسب‌وکار	قوای سه‌گانه	مدیران عالی / ارشد
۴	تصمیم‌سازان محیط کسب‌وکار	کشوری	اتاق‌های سه‌گانه بخش خصوصی
۳	تصمیم‌سازان محیط کسب‌وکار	وزارت امور اقتصادی و دارایی	اعضای هیأت مقررات زدایی

این جامعه آماری با ترکیب نمایندگان بخش دانشگاهی، دولتی و خصوصی، امکان دریافت دیدگاه‌های جامع و مانع در مورد فرایندهای خط‌مشی‌گذاری و توسعه محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را فراهم می‌آورد و پایه‌ای قوی برای تحلیل مضمون و طراحی مدل نهایی پژوهش ایجاد می‌کند.

برای اطمینان از روایی داده‌ها در بخش کیفی پژوهش، از روش‌های متعددی استفاده شد. ابتدا، ابزار جمع‌آوری داده‌ها (مصاحبه نیمه‌ساختارمند) با بهره‌گیری از نظر خبرگان حوزه خط‌مشی‌گذاری و محیط کسب‌وکار بازبینی شد تا روایی صوری و محتوایی آن تأیید شود. همچنین، پیش‌تست مصاحبه با چند نمونه از خبرگان انجام شد تا شفافیت سؤالات و قابلیت استخراج اطلاعات معتبر بررسی گردد. برای افزایش روایی مفهومی، تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل مضمون انجام شد و موضوعات و کدهای استخراج‌شده توسط چند تحلیلگر مستقل بازبینی و تطبیق داده شد تا اطمینان حاصل شود که داده‌ها بازتاب‌دهنده واقعی دیدگاه خبرگان هستند.

در زمینه پایایی داده‌ها، از تکنیک بازبینی همکار استفاده شد؛ به این صورت که بخشی از داده‌ها توسط دو تحلیلگر مستقل کدگذاری شد و میزان توافق کدگذاری‌ها بررسی گردید تا ثبات تحلیل‌ها تأیید شود. همچنین، برای افزایش اعتبار نتایج، از اعتبار تراکمی بهره گرفته شد؛ داده‌ها از منابع مختلف شامل مصاحبه با خبرگان دانشگاهی، مدیران دولتی و بخش خصوصی جمع‌آوری و مقایسه شد. این اقدام موجب شد تا یافته‌ها نه تنها با روایی و دقت بالا تحلیل شوند، بلکه قابلیت اعتماد و تعمیم منطقی نتایج به مدل پیشنهادی پژوهش نیز افزایش یابد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران، با استفاده از روش تحلیل مضمون بررسی شد. تحلیل مضمون روشی برای شناسایی، تحلیل و تبیین الگوها و مضامین موجود در داده‌ها است و علاوه بر سازماندهی داده‌ها، امکان تفسیر جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را فراهم می‌کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶). برای استخراج مضامین، داده‌ها در یک روند چرخه‌ای و انعطاف‌پذیر روان‌سازی، پالایش و کدگذاری شدند و در نهایت، مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر طبق روش کدگذاری اترید-استرلینگ (۲۰۰۱) احصا گردید.

○ مضامین پایه؛ شامل کدها و نکات کلیدی متن است و خردترین مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها را در بر می‌گیرد.

○ مضامین سازمان‌دهنده؛ حاصل ترکیب و تلخیص مضامین پایه و بیان‌کننده روابط میان آن‌ها هستند.

○ مضامین فراگیر؛ نمایانگر مضامین کلان و غالب بر متن پژوهش به‌عنوان تصویر کلی مسئله می‌باشند.

در عمل، محقق ابتدا مصاحبه‌ها را چند بار مرور و یادداشت‌برداری کرد، سپس مضامین پایه را شناسایی نمود. در مرحله بعد، کدهای مشابه با هم ادغام شده و مضامین سازمان‌دهنده شکل گرفتند و در نهایت، با بررسی مجدد، مضامین فراگیر احصا و شبکه مضامین ترسیم شد. در ابتدا شناسه‌های اولیه مصاحبه‌ها تدوین گردید. به عبارت دیگر، پژوهش‌گر پس از مطالعه اولیه متن مصاحبه‌ها، اقدام به شناسه‌گذاری داده‌های متنی حاصل از جملات کلیدی مصاحبه‌ها کرده است و آنها را در قالب کلمات و عبارات، سازماندهی نموده است. در گام اول تمامی شناسه‌ها، چه تکراری و چه غیرتکراری استخراج شده و در گام دوم شناسه‌های تکراری حذف شده‌اند و شناسه‌ها یکپارچه‌سازی شده‌اند. نمونه‌ای از نتایج این مرحله در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۲. جملات کلیدی مصاحبه‌ها و مضامین پایه

ردیف	جملات کلیدی متن مصاحبه‌ها (گزاره‌های کلامی)	مضامین پایه
۱	یکی از چالش‌های اصلی اس‌ام‌ای هادر کشور ما، نبود یک نهاد مشخص و پاسخگوست. الان چند دستگاه متولی وجود دارند اما هیچ‌کدام مأموریت رسمی و مصوب ندارند که هماهنگی ملی را بر عهده بگیرند. ما حتماً باید یک مرجع واحد ملی با اختیارات قانونی مشخص داشته باشیم تا برنامه‌ریزی و نظارت بر کل زنجیره اس‌ام‌ای را بر عهده بگیرد.	وجود نهاد متولی اس‌ام‌ای ها در کشور (مرجع واحد ملی با مأموریت مصوب)

ردیف	کد	توزیع فراوانی کدها															
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	تکرار
۶	وجود پنجره واحد ملی اس‌ام‌ای (خدمات کسب‌وکار و صادرات)	*		*	*			*	*	*							۱۰
۷	زمان تشریفات صادرات برای اس‌ام‌ای‌ها (از اظهار تا خروج؛ روز)			*	*	*	*	*	*	*							۹
۸	زمان واکنش سیاستی دولت برای حمایت از اس‌ام‌ای هادر بحران (روز تا اجرا)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	۱۵
۹	دیجیتالی شدن خدمات اداری اس‌ام‌ای (درصد خدمات قابل انجام برخط)	*	*			*	*										۹
۱۰	مراجعه اداری موردنیاز برای دریافت خدمات اس‌ام‌ای (میانگین در سال)								*	*							۵
۱۱	زمان دریافت ابزارهای تأمین مالی و حمایت نوآوری (از درخواست تا پرداخت؛ روز)	*					*	*									۶
۱۲	نرخ پذیرش درخواست‌های تأمین مالی اس‌ام‌ای‌ها و حمایت نوآوری (درصد درخواست‌ها)	*					*										۵

پس از شناسایی تم‌ها، در مرحله بعد جستجوی تم‌های انجام شد. این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن همه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های مشخص شده است. در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده، در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند. در این مرحله براساس مضامین پایه‌ای منبعث از متن، نسبت به ایجاد مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر اقدام شده است.

جدول ۴. مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر

مضامین		
فراگیر	سازمان دهنده	پایه
محیط سیاسی - قانونی پاسخگو	نهادسازی	وجود نهاد متولی اس‌ام‌ای‌ها در کشور (مرجع واحد ملی با مأموریت مصوب) وجود سند ملی استراتژیک توسعه اس‌ام‌ای (به‌روزرسانی منظم) وجود نقشه ملی تقسیم‌کار شفاف بین نهادهای فعال در حوزه اس‌ام‌ای (ابلاغ نقش‌ها و مسئولیت‌ها) وجود سازوکار رسمی هماهنگی بین‌نهادی (دبیرخانه، شورا) وجود برنامه ملی ادغام و حذف موازی‌کاری در حوزه اس‌ام‌ای (فهرست رسمی ادغام/حذف)
	چابکی اداری	وجود پنجره واحد ملی اس‌ام‌ای (خدمات کسب‌وکار و صادرات) زمان تشریفات صادرات برپایه اس‌ام‌ای‌ها (از اظهار تا خروج؛ روز) زمان واکنش سیاستی دولت برای حمایت از اس‌ام‌ای‌ها (روز تا اجرا) دیجیتالی شدن خدمات اداری اس‌ام‌ای (درصد خدمات قابل انجام برخط) مراجعه اداری موردنیاز برای دریافت خدمات اس‌ام‌ای (میانگین در سال) زمان دریافت ابزارهای تأمین مالی و حمایت نوآوری (از درخواست تا پرداخت؛ روز) نرخ پذیرش درخواست‌های تأمین مالی اس‌ام‌ای‌ها و حمایت نوآوری (درصد درخواست‌ها)

مضامین		
فراگیر	سازمان دهنده	پایه
		زمان صدور مجوزهای کلیدی کسب‌وکار (روز)
شفافیت سیاستی		الزام قانونی به شفاف‌سازی (قانون/بخشنامه الزام‌آور) انتشار عمومی قوانین و مقررات (دسترسی برخط و رایگان) انتشار تقویم قانون‌گذاری/مقررات‌گذاری (فهرست لوایح/آیین‌نامه‌ها + تاریخ‌های برنامه‌ریزی‌شده) سامانه‌های اطلاع‌رسانی (به‌روزرسانی منظم طبق زمان‌بندی رسمی) دسترسی داده‌باز سیاست‌های (پرتال داده‌باز + API عمومی) گزارش رسمی عملکرد (توسط نهاد متولی (سالانه/فصلی در پرتال ملی) ثبت و اعلان پیش‌نگر تغییرات قوانین و مقررات (آرشیو نسخه‌ها و تاریخ اجرا) شفافیت تخصیص منابع حمایتی به (انتشار عمومی جزئیات تخصیص)
نظام بازخورد		وجود الزام قانونی ارزیابی سیاست‌های (قانون/آیین‌نامه الزام‌آور) سیاست‌های دارای پیوست ارزیابی (پوشش ارزیابی/ درصد) ارزیابی اثرگذاری مقررات پیش از تصویب (RIA) (درصد مقررات جدید با RIA) نرخ سیاست‌های اصلاح‌شده بر مبنای ارزیابی (اقدام اصلاحی ثبت‌شده) رضایت فعالان (از اثر بازخوردها (پیمایش دوره‌ای) وجود نظام گزارش‌دهی عملکرد سیاست‌های (تقویم انتشار اعلام‌شده) وجود نظام یکپارچه پاسخ‌گویی در حوزه (شکایات و پیگیری پس از اجرا) وجود نظام بازخورد ذی‌نفعان (کانال رسمی دریافت و پاسخ) انتشار عمومی نتایج ارزیابی (گزارش/داده‌باز) هماهنگی نهادی سیاست‌گذاری (پیمایش بنگاه‌ها) اعتماد فعالان به شفافیت و ثبات سیاست (پیمایش دوره‌ای/۱۰۰-۰) کیفیت خدمات توانمندسازی (رضایت بنگاه/۱۰۰-۰) بازخورد دولت به مشارکت ذی‌نفعان (گزارش رسمی درباره نحوه اعمال یا رد نظرات)
مشارکت ذی‌نفعان		چارچوب قانونی الزام‌آور برای مشارکت ذی‌نفعان (مصوبه لازم‌الاجرا) جلسات سیاست‌گذاری (مشارکت ثبت‌شده تشکیل‌ها (درصد جلسات) انتشار پیش‌نویس سیاست‌های (پیش از تصویب (درصد سیاست‌ها) پذیرش رسمی پیشنهادها (تشکیل‌ها در سیاست‌های (درصد سیاست‌ها) سامانه ملی واحد دریافت و پیگیری پیشنهادها (تشکیل‌ها (مرحله پیش از تصویب) مشارکت گروه‌های کمتربرخوردار در فرایندهای مشورتی (درصد مشارکت) اثربخشی مشارکت ذی‌نفعان (پیمایش دوره‌ای)
مدیریت بحران (س‌ام‌ای‌ها)		وجود سازوکار ملی ثبت و پایش بحران‌های (پایگاه داده ملی برخط) سیاست‌های اصلاح‌شده بر پایه تجربه/درس‌آموخته‌های بحران (تعداد در سال) بهره‌مندسازی (ها از حمایت‌های دولتی در بحران (درصد بنگاه‌ها)
ثبات اقتصادی		هزینه مقرراتی سالانه کسب‌وکار (مالیات، بیمه، گمرک؛ درصد از فروش) تورم سالانه (شاخص رسمی) نوسان سالانه نرخ ارز مؤثر برای (درصد) اعتماد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (۱۰۰-۰) نرخ تغییرات قوانین و مقررات (تعداد در سال)
محیط اقتصادی پیش‌بینی‌پذیر	حمایت از زنجیره ارزش	برخورداری از قراردادهای پایدار با خریداران بزرگ توسط (س‌ام‌ای‌ها) (درصد بنگاه‌ها) مشارکت (س‌ام‌ای‌ها) هادر زنجیره تأمین بنگاه‌های بزرگ (ملی یا صادراتی؛ درصد بنگاه‌ها) سهام (س‌ام‌ای‌ها) از خریدهای دولتی و عمومی (درصد ارزش قراردادهای) پرداخت به (س‌ام‌ای‌ها) از سوی خریداران (میانگین زمانی) بهره‌مندسازی (س‌ام‌ای‌ها) از خدمات توسعه بازار و زنجیره تأمین (درصد بنگاه‌ها) تطبيق موقاس (س‌ام‌ای‌ها) با فرصت‌های زنجیره تأمین (سامانه ملی) ایجاد و توسعه زنجیره‌های ارزش (س‌ام‌ای‌ها) (پیوند با خریداران بزرگ/خوشه‌ها؛ سالانه) ایجاد خوشه‌های تخصصی (س‌ام‌ای‌ها) محور (فعال) (سالانه؛ به تفکیک استان) مشارکت رسمی (س‌ام‌ای‌ها) با بنگاه‌های پیشنهاد (قراردادهای مشارکت رسمی؛ درصد قراردادهای)

مضامین		
فراگیر	سازمان دهنده	پایه
		پشتیبانی از تولیدهای بی‌کارخانه (شبکه‌سازی تولید/برون‌سپاری؛ درصد بنگاه‌ها) ایجاد بازارچه‌های حمایتی داخلی (منطقه‌ای/محلی/هفتگی؛ سالانه) ایجاد پروژه‌های توسعه صنایع پیوندی اس‌ام‌ای محور (بالادست/پایین‌دست/تبدیلی/مکمل؛ سالانه)
	تخصیص هدفمند منابع	سهام‌اس‌ام‌ای هاز منابع حمایتی و یارانه ای دولتی (تفکیک مبلغ و بنگاه) منابع حمایتی تخصیص یافته از طریق فراخوان رقابتی با معیارهای شفاف (درصد مبلغ) هدفمندی منابع حمایتی اس‌ام‌ای ها (ارزیابی بر اساس معیارهای روشن) سهام‌اس‌ام‌ای هاز تسهیلات توسعه‌ای کشور (درصد از کل تسهیلات توسعه‌ای) وجود نظام رتبه‌بندی اعتباری اس‌ام‌ای ها (فعال) منابع اختصاص یافته به گروه های اولویت دار (نوپا/فناور/اکمتر برخوردار؛ درصد مبلغ)
	ابزارهای تأمین مالی	وجود ابزارهای تأمین مالی غیربانکی (ضمانت‌نامه، لیزینگ، سرمایه جسورانه، سرمایه‌گذاری جمعی؛ درصد بنگاه‌ها) پوشش ضمانت اعتباری برای اس‌ام‌ای ها (درصد تسهیلات تضمین شده) بار وثیقه در تسهیلات اس‌ام‌ای ها (نسبت وثیقه به مبلغ تسهیلات) نرخ سود تسهیلات به اس‌ام‌ای ها (میانگین سالانه) فرصت‌های سرمایه‌گذاری ارائه شده به اس‌ام‌ای ها (سبد پروژه‌های آماده؛ سالانه) مشارکت مالی اجتماعی اس‌ام‌ای محور (صندوق‌های محلی/تعاونی‌ها/سرمایه‌گذاری جمعی؛ سهم از تأمین مالی اس‌ام‌ای یا درصد بنگاه‌ها) بسیج اندوخته‌های مالی خانوارها برای اس‌ام‌ای ها (ارزش جذب سالانه)
	مشوق‌ها	ارزیابی اثربخشی مشوق‌ها (پیمایش/داده عملکرد) تنوع مشوق‌های ویژه اس‌ام‌ای (طبقه‌بندی/منتشر شده) سهام‌اس‌ام‌ای هاز کل بودجه مشوق‌ها (درصد مبلغ) مشوق‌های دارای دستورالعمل روشن و منتشر شده (درصد مشوق‌ها) SME‌های استفاده کننده از خدمات مشاوره برای بهره برداری از مشوق‌ها (درصد بنگاه‌ها) مشوق‌های اعطایی از طریق فراخوان رقابتی با معیارهای شفاف (درصد مبلغ) اجرای مشوق‌های هدفمند مالیاتی/گمرکی برای اس‌ام‌ای (اعلام عمومی) پوشش بهره مندی اس‌ام‌ای از مشوق‌ها (درصد بنگاه‌ها) مشوق‌های ارزیابی شده و اصلاح شده بر اساس داده عملکرد (درصد مشوق‌ها)
	تاب‌آوری اقتصادی اس‌ام‌ای‌ها	سیاست‌های کلان اجرا شده برای حمایت سریع از اس‌ام‌ای هادر بحران (مثلاً در دوران کرونا و جنگ) بقای ۱۲ ماهه اس‌ام‌ای های متاثر از بحران (درصد بنگاه‌ها) اس‌ام‌ای های بهره‌مند از حمایت بازگشت (درصد بنگاه‌ها) زمان بازبازی فروش به سطح پیشا بحران ($\leq 90\%$) (ماه) استفاده اس‌ام‌ای هاز ابزارهای پوشش ریسک (بیمه/ضمانت/پوشش نوسان ارز؛ درصد بنگاه‌ها)
محیط اجتماعی- فرهنگی توانمندساز	فرهنگ کارآفرینی	پوشش آموزش کارآفرینی در نظام رسمی (درصد دانش‌آموزان/دانشجویان) اس‌ام‌ای‌های دارای برنامه آموزش مهارت‌های کارآفرینی (درصد بنگاه‌ها) کمپین‌های رسانه‌ای ترویج کارآفرینی (سالانه) نگرش مثبت عمومی نسبت به کارآفرینی واس‌ام‌ای ها (۱۰۰-۰) پذیرش اجتماعی شکست در کسب‌وکار (۱۰۰-۰) پوشش رسانه‌ای مثبت از اس‌ام‌ای ها و کارآفرینان (سهم از کل پوشش؛ درصد) معرفی الگوهای موفق اس‌ام‌ای در رسانه‌ها (سالانه) گرایش به کارآفرینی به‌عنوان مسیر شغلی (درصد پاسخ‌دهندگان) رویدادهای کارآفرینی اس‌ام‌ای محور (سالانه)
	توانمندسازی	تنوع خدمات توانمندسازی اس‌ام‌ای ها (آموزش، مشاوره، نوآوری، شبکه‌سازی) کیفیت خدمات توانمندسازی (نمره رضایت بنگاه از آموزش/مشاوره/مربی‌گری) بهره‌مندی اس‌ام‌ای هاز آموزش‌های مهارتی و مدیریتی (درصد بنگاه‌ها) دسترسی اس‌ام‌ای هابه مشاوره تخصصی (ملی/استانی؛ درصد بنگاه‌ها) دسترسی منظم به مربی‌گری و کوچینگ (درصد بنگاه‌ها) مشارکت اس‌ام‌ای هادر برنامه‌های توانمندسازی (درصد بنگاه‌ها)

مضامین		
فراگیر	سازمان دهنده	پایه
		مشارکت‌سازان ام‌ای هادر دوره‌های دیجیتال‌سازی و نوآوری (درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌های نوپا از آموزش‌های اولیه کارآفرینی (درصد بنگاه‌ها/افراد) پوشش جغرافیایی مراکز توانمندسازی اس‌ام‌ای (درصد استان‌های دارای مرکز فعال) تکمیل برنامه‌های توانمندسازی توسط اس‌ام‌ای‌ها (درصد بنگاه‌های تکمیل‌کننده) پوشش طرح‌های کارآموزی/استادشاگردی اس‌ام‌ای محور (درصد افراد/بنگاه‌ها)
	دسترسی برابر به فرصت‌ها	وجود سامانه هدفمندسازی فرصت‌ها (فعال) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از حمایت‌ها در مناطق کمتر برخوردار (درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌های متعلق به زنان (درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌های متعلق به جوانان (درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی گروه‌های اجتماعی کمتر برخوردار از حمایت‌های اس‌ام‌ای (درصد بنگاه‌ها) حضور اس‌ام‌ای‌های مناطق کمتر برخوردار در قراردادهای دولتی (درصد ارزش قراردادهای) پراکندگی جغرافیایی حمایت‌ها (انحراف معیار استانی)
	فرهنگ کار و اخلاق	برنامه‌های ملی ترویج فرهنگ کار و اخلاق (کمپین‌های رسانه‌ای/آموزش عمومی؛ سالانه) پوشش بنگاه‌های دارای منشور اخلاق حرفه‌ای (درصد بنگاه‌ها) اعتماد اجتماعی به اس‌ام‌ای‌ها (۱۰۰-۰)
	همکاری شبکه‌ای	عضویت اس‌ام‌ای‌ها در اتحادیه‌ها و تشکل‌های صنفی (درصد بنگاه‌ها) مشارکت‌سازان ام‌ای هادر پروژه‌های جمعی اتحادیه/خوشه (درصد بنگاه‌ها) اعتماد متقابل اس‌ام‌ای‌ها و دولت (۱۰۰-۰) ایجاد ابتکارهای ملی تقویت همکاری اس‌ام‌ای‌ها (سالانه) ایجاد کنسرسیوم‌های همکاری اس‌ام‌ای (خرید/بازاریابی/برند مشترک؛ سالانه) استفاده از پلتفرم‌های شبکه‌سازی بنگاه‌به‌بنگاه محلی (درصد بنگاه‌های عضو فعال) توافق‌نامه‌های همکاری بین تشکل‌ها (سالانه)
	سیاست نوآورانه	وجود نظام پیش‌بینی فناوری‌های نو برای اس‌ام‌ای هادر سیاست‌گذاری (فعال) وجود چارچوب سیاست‌گذاری برای فناوری‌های نو در اس‌ام‌ای‌ها (ابلاغ‌شده) فاصله زمانی سیاست‌گذاری نسبت به ظهور فناوری‌های نو (ماه) واحد واکنش سریع سیاستی برای اس‌ام‌ای‌ها (فعال) سامانه پایش و بازخورد سیاست‌های فناوری‌ها اس‌ام‌ای (گزارش دوره‌ای) نقشه‌راه ملی استانداردهای تبادل‌پذیری داده برای اس‌ام‌ای‌ها (مصوب و منتشرشده)
محیط فناوری‌ها نوآور	زیرساخت‌های دیجیتال	دسترسی پایدار اس‌ام‌ای‌ها به اینترنت پهن‌بند (درصد بنگاه‌ها) سهم هزینه‌های زیرساخت دیجیتال در هزینه‌های عملیاتی اس‌ام‌ای‌ها (درصد) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از خدمات ابری (درصد بنگاه‌ها) فعالیت اس‌ام‌ای‌ها در پلتفرم‌های تجارت الکترونیک (درصد بنگاه‌ها) اتصال اس‌ام‌ای‌ها به زنجیره تأمین دیجیتال (درصد بنگاه‌ها) نفوذ پرداخت‌های دیجیتال در تراکنش‌های اس‌ام‌ای (درصد تراکنش‌های غیرنقدی/آنلاین) پذیرش حداقل استانداردهای امنیت سایبری در اس‌ام‌ای‌ها (درصد بنگاه‌ها)
	توسعه دانش و سرمایه انسانی فناوری‌ها	اس‌ام‌ای‌های دارای کارکنان آموزش‌دیده در فناوری‌های نو (درصد بنگاه‌ها) سهم هزینه آموزش فناوری‌ها در هزینه‌های عملیاتی اس‌ام‌ای‌ها (درصد) دانشگاه‌ها و مدارس دارای برنامه درسی فناوری‌های نو برای کارآفرینی (درصد موسسات) سواد فناوری‌ها پایه در جمعیت فعال (درصد افراد) برنامه‌های ملی توانمندسازی فناوری‌ها اس‌ام‌ای‌ها (تعداد سالانه) پوشش مهارت‌های داده‌محور در اس‌ام‌ای‌ها (درصد بنگاه‌ها) استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی/کلان‌داده در اس‌ام‌ای‌ها (درصد بنگاه‌ها)
	حمایت از نوآوری	دسترسی اس‌ام‌ای‌ها به منابع مالی نوآوری (گرننت، یارانه، صندوق؛ درصد بنگاه‌ها) بازگشت سرمایه نوآوری در اس‌ام‌ای‌ها (درصد) اس‌ام‌ای‌های دارای ثبت نوآوری (اختراع/مدل صنعتی/مالکیت فکری؛ درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از خدمات مراکز نوآوری/پارک‌های فناوری/مراکز رشد (درصد بنگاه‌ها)

مضامین		
فراگیر	سازمان دهنده	پایه
		سهم هزینه تحقیق و توسعه در اس‌ام‌ای‌ها از هزینه‌های عملیاتی (درصد)
	کارآفرینی مبتنی بر فناوری و نوآوری	اس‌ام‌ای‌های نوپا با مدل کسب‌وکار فناورانه (درصد بنگاه‌ها) برنامه‌های ملی حمایت از کارآفرینی فناورانه (سالانه) اس‌ام‌ای‌های تأسیس شده از طریق مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها (درصد بنگاه‌ها) نرخ تجاری‌سازی نتایج پژوهش در اس‌ام‌ای‌ها (از نمونه تا فروش؛ درصد یا زمان متوسط)
	شبکه‌سازی دانشی	وجود پلتفرم ملی تبادل دانش بین اس‌ام‌ای‌ها و مراکز آموزشی/پژوهشی (فعال) اس‌ام‌ای‌های عضو فعال پلتفرم ملی تبادل دانش (درصد بنگاه‌ها) پروژه‌های مشترک اس‌ام‌ای با مراکز آموزشی/پژوهشی (از مسیر پلتفرم؛ سالانه) توافق‌نامه‌های انتقال فناوری/لیسانس با اس‌ام‌ای‌ها (سالانه)
	گذار سبز اس‌ام‌ای‌ها	اس‌ام‌ای‌های دارای گواهی مدیریت محیط‌زیست/انرژی (ISO 14001/50001؛ درصد بنگاه‌ها) دسترسی اس‌ام‌ای‌ها به تأمین مالی سبز (درصد بنگاه‌ها) (وام/اوراق/گرننت سبز) شدت انرژی در اس‌ام‌ای‌ها (مصرف انرژی به ازای ارزش افزوده؛ سالانه) سهم خرید سبز دولتی از اس‌ام‌ای‌ها (درصد ارزش قراردادهای سبز) کاهش پسماند/بازیافت مواد در اس‌ام‌ای‌ها (درصد بنگاه‌ها)
محیط بین‌المللی رقابت‌پذیر	دسترس‌ی به بازارهای جهانی	وجود بازارها و شبکه‌های دائمی فروش اس‌ام‌ای در سطح منطقه‌ای و جهانی (فعال/سالانه) مشارکت اس‌ام‌ای‌ها در زنجیره ارزش جهانی (درصد بنگاه‌ها) سهم صادرات اس‌ام‌ای‌ها از کل صادرات کشور (درصد ارزش) تسهیل تجارت برای اس‌ام‌ای‌ها (گمرک/استاندارد/حمل‌ونقل؛ ۱۰۰-۰) حضور اس‌ام‌ای‌ها در پلتفرم‌های بین‌المللی تجارت (درصد بنگاه‌ها) اس‌ام‌ای‌های دارای قرارداد رسمی صادراتی / سرمایه‌گذاری مشترک (درصد بنگاه‌ها)
	خدمات پشتیبان صادرات	بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از مشاوره تخصصی صادرات (درصد بنگاه‌ها) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از ضمانت‌نامه یا بیمه صادراتی (درصد بنگاه‌ها) پوشش استانی مراکز خدمات پشتیبان صادرات اس‌ام‌ای محور (درصد استان‌های دارای مرکز فعال) حضور اس‌ام‌ای‌ها در رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی (درصد بنگاه‌ها در سال) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از خدمات لجستیک صادراتی سازمان یافته (درصد بنگاه‌ها) امتیاز تسهیل صادرات برای اس‌ام‌ای‌ها (گمرک/مالیات/لجستیک؛ ۱۰۰-۰) بهره‌مندی اس‌ام‌ای‌ها از مشوق‌های مالیاتی و گمرکی صادرات محور (درصد بنگاه‌ها) چارچوب رسمی جوایز صادراتی (ابلاغ شده)
	رقابت‌پذیری بین‌المللی	شکاف قیمت صادراتی اس‌ام‌ای‌ها با میانگین منطقه (درصد ±) استفاده اس‌ام‌ای‌ها از ابزارهای مالی تجارت بین‌الملل LC/ضمانت‌نامه/فاکتورینگ/فورفیتینگ/تامین مالی زنجیره؛ درصد بنگاه‌ها) اس‌ام‌ای‌های دارای ثبت برند بین‌المللی (WIPO/EUIPO؛ درصد بنگاه‌ها) سهم هزینه تحقیق و توسعه از فروش صادراتی در اس‌ام‌ای‌های صادرات محور (درصد) اس‌ام‌ای‌های دارای گواهی‌نامه‌های بین‌المللی (استاندارد/ایمنی/کیفیت؛ درصد بنگاه‌ها) انطباق فنی محصولات اس‌ام‌ای با الزامات بازار هدف (بسته‌بندی/برچسب/استاندارد؛ درصد اقلام) محصولات صادراتی جدید در سال اخیر (سهم از فروش صادراتی یا درصد اقلام)

شبکه مضامین روشی مناسب در تحلیل مضمون است که توسط آترید-استرلینگ (۲۰۰۱) توسعه یافته است. این شبکه، نقش‌هایی شبیه تارنما را به‌عنوان اصل سازمان‌دهنده و روش نمایش داده‌ها را بر اساس الگوی نهایی و شکل زیر ارائه می‌دهد.



شکل ۱. شبکه مضامین مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب و کارهای کوچک و متوسط

بحث و نتیجه‌گیری

این بخش به تحلیل و تبیین یافته‌های حاصل از مطالعه و ارائه چارچوب نهایی مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایران اختصاص دارد. در این بخش، تلاش شده است تا نتایج استخراج شده از شبکه مضامین، با تمرکز بر ارتباط میان مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر تحلیل شده و پیامدهای آن برای سیاست‌گذاری، طراحی برنامه‌ها و اتخاذ تصمیمات مدیریتی در سطح ملی و استانی مورد بررسی قرار گیرد. هدف اصلی این بخش، نه تنها مرور یافته‌ها، بلکه تبیین نحوه اثرگذاری عوامل مختلف بر بهبود محیط کسب و کار کسب و کارهای کوچک و متوسط و ارائه توصیه‌های کاربردی برای تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران است. از این منظر، هر مضمون فراگیر مدل نهایی، بر

اساس مضامین سازمان‌دهنده مربوط به خود تحلیل می‌شود تا ساختار منطقی و فرآیندی مدل روشن گردد و مسیر عملیاتی پیاده‌سازی سیاست‌ها و اقدامات حمایتی مشخص شود.

الف) محیط سیاسی — قانونی پاسخگو؛ یکی از مؤلفه‌های بنیادین در مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب و کارهای کوچک و متوسط، محیط سیاسی و قانونی پاسخگو است. این مضمون فراگیر، به نحوه عملکرد نظام حکمرانی و چارچوب‌های سیاستی در قبال بنگاه‌های کوچک و متوسط اشاره دارد و بیانگر میزان پاسخگویی، شفافیت، چابکی و مشارکت‌پذیری ساختار سیاست‌گذاری در این حوزه است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تحقق یک محیط سیاسی و قانونی پاسخگو مستلزم وجود پنج سازه کلیدی شامل نهادسازی، چابکی اداری، شفافیت سیاستی، نظام بازخور و مشارکت ذی‌نفعان و مدیریت بحران بنگاه‌ها است.

نهادسازی؛ نتایج تحلیل‌ها نشان داد که نخستین گام در پاسخگو شدن نظام سیاستی، استقرار نهادهای باثبات و مأموریت‌محور است. وجود یک نهاد متولی واحد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در سطح ملی، همراه با سند ملی استراتژیک توسعه و نقشه تقسیم‌کار بین‌نهادی شفاف، شرط لازم برای کاهش پراکندگی سیاست‌ها و رفع تداخل وظایف میان نهادهای متعدد است. همچنین، تشکیل سازوکار رسمی هماهنگی بین‌نهادی همچون دبیرخانه یا شورای عالی کسب و کارهای کوچک و متوسط و اجرای برنامه ملی حذف موازی‌کاری، از جمله اقداماتی است که به انسجام سیاست‌ها و افزایش پاسخگویی منجر می‌شود. این نهادسازی، بنیانی برای ایجاد شفافیت و هماهنگی در سایر ابعاد مدل خط‌مشی‌گذاری محسوب می‌شود.

چابکی اداری؛ چابکی اداری بیانگر توان نظام اجرایی در کاهش زمان و مراحل فرایندهای اداری، دیجیتالی‌سازی خدمات و واکنش سریع به نیازها و بحران‌ها است. وجود پنجره واحد ملی خدمات کسب و کارهای کوچک و متوسط، کاهش زمان صدور مجوزها و پرداخت تسهیلات و تسهیل فرایندهای صادراتی از مصادیق این چابکی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که افزایش سهم خدمات قابل انجام به‌صورت برخط و کاهش مراجعات حضوری، نه تنها هزینه‌های بنگاه‌ها را کاهش می‌دهد بلکه شاخص اعتماد به دولت را نیز ارتقا می‌بخشد. در مجموع، چابکی اداری یکی از عناصر کلیدی در کاهش اصطکاک نهادی و افزایش رضایت فعالان اقتصادی است.

شفافیت سیاستی؛ تحلیل داده‌ها نشان داد که شفافیت در قانون‌گذاری، تخصیص منابع و

اطلاع‌رسانی سیاستی نقشی اساسی در پاسخگو شدن محیط کسب‌وکار دارد. وجود الزامات قانونی برای شفاف‌سازی، انتشار عمومی مقررات، برنامه قانون‌گذاری و داده‌های سیاستی و گزارش‌های دوره‌ای عملکرد از مهم‌ترین مؤلفه‌های این بعد است. دسترسی آزاد به داده‌ها و سامانه‌های اطلاع‌رسانی برخط باعث کاهش عدم‌اطمینان در تصمیمات بنگاه‌ها و جلوگیری از فساد اداری می‌شود. بنابراین، شفافیت سیاستی نه تنها به بهبود پاسخگویی کمک می‌کند بلکه زمینه‌ساز اعتمادسازی متقابل میان دولت و بخش خصوصی است.

نظام بازخور؛ یکی از یافته‌های مهم پژوهش، تأکید بر ضرورت استقرار نظام بازخور و ارزیابی مستمر سیاست‌ها است. وجود الزام قانونی برای ارزیابی سیاست‌ها، اجرای RIA (ارزیابی اثر مقررات پیش از تصویب)، و انتشار عمومی نتایج ارزیابی‌ها از شاخص‌های کلیدی این بخش محسوب می‌شود. این سازوکارها به دولت اجازه می‌دهد تا سیاست‌های ناکارآمد را بر مبنای داده‌های واقعی اصلاح کرده و در برابر نتایج تصمیمات خود پاسخگو باشد. علاوه بر آن، ایجاد نظام‌های پاسخ‌گویی به شکایات و نظرات ذی‌نفعان موجب افزایش حس مشارکت و مالکیت فعالان اقتصادی نسبت به سیاست‌های دولتی می‌گردد.

مشارکت ذی‌نفعان؛ یافته‌ها نشان می‌دهد که مشارکت واقعی و نظام‌مند ذی‌نفعان در فرایند خط‌مشی‌گذاری، یکی از ارکان اصلی پاسخگویی و کارآمدی سیاست‌هاست. وجود چارچوب قانونی الزام‌آور برای مشارکت تشکلی‌ها، انتشار پیش‌نویس سیاست‌ها پیش از تصویب، و پذیرش رسمی پیشنهادهای ارائه‌شده از سوی تشکلی‌های بخش خصوصی از شاخص‌های برجسته در این زمینه است. همچنین، فراهم‌سازی بسترهای دیجیتال برای ثبت و پیگیری پیشنهادات سیاستی و مشارکت گروه‌های کمتر برخوردار، موجب افزایش عدالت و مشروعیت سیاست‌گذاری می‌شود.

مدیریت بحران بنگاه‌ها؛ در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهد که محیط سیاسی پاسخگو باید توانایی مدیریت بحران‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط را نیز داشته باشد. ایجاد پایگاه داده ملی بحران‌ها، تدوین سیاست‌های اصلاحی بر پایه درس‌آموخته‌های بحران‌ها و حمایت به‌موقع از بنگاه‌های آسیب‌دیده از عناصر این بعد محسوب می‌شوند. در واقع، پاسخ‌گویی سیاستی زمانی کامل است که دولت بتواند در شرایط بحرانی نیز، با اتکا به داده و هماهنگی بین‌نهادی، واکنش سریع و مؤثر نشان دهد.

ب) محیط اقتصادی پیش‌بینی‌پذیر؛ در تحلیل نهایی پژوهش، یکی از مضامین بنیادین مؤثر بر بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، محیط اقتصادی پیش‌بینی‌پذیر بود.

این مضمون نشان می‌دهد که ثبات، شفافیت و قابلیت اطمینان در متغیرهای اقتصادی و سیاستی، پیش شرط هرگونه تصمیم‌گیری و سرمایه‌گذاری پایدار در بخش کسب و کارهای کوچک و متوسط (کسب و کارهای کوچک و متوسط) است. نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و تحلیل مضامین حاکی از آن است که بنگاه‌های کوچک در فضای بی‌ثبات اقتصادی، توان برنامه‌ریزی و واکنش مؤثر به تغییرات محیطی را از دست می‌دهند. به همین دلیل، خط‌مشی‌گذاری در جهت پیش‌بینی‌پذیری محیط اقتصادی باید بر محورهای زیر استوار باشد: **ثبات اقتصادی؛ ثبات اقتصادی به‌عنوان نخستین زیرمضمون، بر کنترل نوسانات تورمی، ثبات نرخ ارز و کاهش بار مقرراتی تأکید دارد.** کاهش هزینه‌های مقرراتی نظیر مالیات و بیمه، ایجاد نظام باثبات مالی و کنترل نوسانات ارزی از جمله الزامات اصلی ثبات اقتصادی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتماد کسب و کارهای کوچک و متوسط به سیاست‌های اقتصادی دولت شاخصی کلیدی در تعیین ثبات ذهنی و روانی محیط اقتصادی است. این اعتماد زمانی شکل می‌گیرد که تغییرات قوانین و مقررات با برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی شفاف صورت گیرد و نهادهای اقتصادی در اجرای سیاست‌ها هماهنگی داشته باشند.

حمایت از زنجیره ارزش؛ در گام دوم، حمایت از زنجیره ارزش به‌عنوان سازوکار هم‌افزایی میان بنگاه‌های کوچک و بنگاه‌های بزرگ‌تر یا دولتی مطرح است. ارتباط پایدار کسب و کارهای کوچک و متوسط با خریداران بزرگ و مشارکت آن‌ها در زنجیره‌های تأمین، موجب ارتقای بهره‌وری، یادگیری فناورانه و دسترسی به بازارهای گسترده‌تر می‌شود. شاخص‌هایی نظیر سهم کسب و کارهای کوچک و متوسط از قراردادهای عمومی، مدت زمان پرداخت مطالبات از سوی خریداران و میزان بهره‌مندی از خدمات توسعه بازار، نشان‌دهنده عمق این پیوند هستند. همچنین ایجاد خوشه‌های صنعتی و بازارچه‌های حمایتی داخلی در سطح استانی و منطقه‌ای، از مهم‌ترین سیاست‌های مؤثر در تقویت زنجیره ارزش است.

تخصیص هدفمند منابع؛ زیرمضمون سوم، تخصیص هدفمند منابع است که بر کارآمدی نظام حمایتی دولت تمرکز دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از نارضایتی بنگاه‌های کوچک از سیاست‌های حمایتی، ناشی از عدم شفافیت در تخصیص منابع و غیبت نظام رقابتی در دریافت حمایت‌ها است. ایجاد سازوکارهای فراخوان رقابتی، رتبه‌بندی اعتباری بنگاه‌ها، و تخصیص منابع به گروه‌های نوپا یا کمتر برخوردار از جمله راهکارهای مؤثر در افزایش اثربخشی حمایت‌ها شناخته شدند. خط‌مشی‌گذاران باید معیارهای تخصیص منابع را بر مبنای ارزیابی عملکرد و شایستگی بنگاه‌ها بازتعریف کنند.

ابزارهای تأمین مالی؛ در تداوم بحث، ابزارهای تأمین مالی متنوع و قابل دسترس به‌عنوان عامل حیاتی در پایداری بنگاه‌های کوچک و متوسط شناسایی شد. محدودیت در دسترسی به تسهیلات بانکی، نرخ سود بالا و وثیقه‌های سنگین از موانع تداوم فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط هستند. سیاست‌های جدید باید به توسعه ابزارهای تأمین مالی غیربانکی نظیر سرمایه‌جسورانه، لیزینگ، ضمانت‌نامه‌های اعتباری و سرمایه‌گذاری جمعی متمرکز شوند. همچنین پوشش ریسک مالی از طریق بیمه‌های اعتباری و مشارکت صندوق‌های محلی و تعاونی‌ها در تأمین مالی اجتماعی، نقش مهمی در افزایش تاب‌آوری مالی بنگاه‌ها دارد.

مشوق‌ها و تاب‌آوری اقتصادی؛ در نهایت، دو مضمون مشوق‌ها و تاب‌آوری اقتصادی مکمل یکدیگرند. مشوق‌های طراحی‌شده برای بنگاه‌های کوچک باید هدفمند، شفاف و مبتنی بر داده‌های عملکردی باشند. تخصیص مشوق‌ها از طریق فراخوان رقابتی و انتشار دستورالعمل‌های روشن، موجب افزایش اعتماد و مشارکت کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌شود. از سوی دیگر، تاب‌آوری اقتصادی کسب و کارهای کوچک و متوسط در برابر بحران‌ها، مانند همه‌گیری کرونا یا شوک‌های ارزی، تابعی از سرعت و دقت مداخله‌های سیاستی است. سیاست‌های کلان‌حمایتی، ابزارهای پوشش ریسک و برنامه‌های بازگشت پس از بحران، ظرفیت ماندگاری و بازیابی بنگاه‌ها را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهند.

پ) محیط اجتماعی-فرهنگی توانمندساز؛ یکی از یافته‌های کلیدی پژوهش، اهمیت محیط اجتماعی-فرهنگی توانمندساز در شکل‌گیری و پایداری فعالیت‌های اقتصادی بنگاه‌های کوچک و متوسط است. این محیط نه‌تنها بستر تعامل اقتصادی را فراهم می‌کند، بلکه از طریق ایجاد هنجارها، ارزش‌ها و شبکه‌های حمایتی، بر انگیزش، نوآوری و همکاری میان بنگاه‌ها اثرگذار است. نتایج نشان داد که سیاست‌های اقتصادی بدون پشتوانه فرهنگی و اجتماعی مناسب، در ایجاد تحولات پایدار ناکام می‌مانند. این مضمون فراگیر از پنج مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شد: فرهنگ کارآفرینی، توانمندسازی، دسترسی برابر به فرصت‌ها، فرهنگ کار و اخلاق، و همکاری شبکه‌ای. هر یک از این مضامین به‌عنوان ستون‌های اجتماعی و فرهنگی پایداری فضای کسب‌وکار تبیین می‌شوند.

فرهنگ کارآفرینی؛ فرهنگ کارآفرینی به‌منزله سنگ‌بنای این محیط توانمندساز مطرح است. یافته‌ها نشان داد که ارتقای نگرش عمومی نسبت به کارآفرینی، پذیرش شکست در کسب‌وکار و پوشش رسانه‌ای مثبت از کارآفرینان از مهم‌ترین عوامل ایجاد انگیزه و کاهش

ترس اجتماعی از خطرپذیری است. شاخص‌هایی مانند پوشش آموزش کارآفرینی در نظام رسمی، اجرای کمپین‌های رسانه‌ای و معرفی الگوهای موفق کسب و کارهای کوچک و متوسط در رسانه‌ها، بیانگر میزان نفوذ فرهنگ کارآفرینی در جامعه‌اند. خطمشی‌گذاران باید آموزش‌های کارآفرینی را از سطح مدرسه تا دانشگاه و نیز در نظام مهارت‌آموزی گسترش دهند تا گرایش به کارآفرینی به‌عنوان مسیر شغلی معتبر در فرهنگ عمومی نهادینه شود.

توانمندسازی؛ زیرمضمون دوم به توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط اختصاص دارد. توانمندسازی در این پژوهش، فراتر از آموزش بوده و شامل دسترسی به شبکه‌های مشاوره، مربی‌گری، نوآوری و خدمات دیجیتال‌سازی است. شاخص‌هایی مانند تنوع خدمات توانمندسازی، رضایت بنگاه‌ها از مشاوره و میزان مشارکت در دوره‌های مهارتی، میزان موفقیت نظام‌های پشتیبان را نشان می‌دهد. به‌ویژه، گسترش مراکز توانمندسازی در استان‌ها و اجرای طرح‌های استادشاگردی و کارآموزی SME محور، از اقدامات کلیدی برای ارتقای ظرفیت‌های انسانی و مدیریتی بنگاه‌هاست.

دسترسی برابر به فرصت‌ها؛ تحلیل داده‌ها نشان داد که دسترسی برابر به فرصت‌ها یکی از عناصر عدالت‌محور در بهبود محیط کسب و کار است. سیاست‌های حمایتی باید به گونه‌ای طراحی شوند که بنگاه‌های واقع در مناطق کمتر برخوردار، بنگاه‌های متعلق به زنان و جوانان، و نیز گروه‌های اجتماعی کم‌برخوردار از سهم عادلانه‌ای در برنامه‌های حمایتی برخوردار شوند. وجود سامانه‌های هدفمندسازی فرصت‌ها، پایش پراکندگی جغرافیایی حمایت‌ها، و حضور کسب و کارهای کوچک و متوسط مناطق محروم در قراردادهای دولتی، شاخص‌های کلیدی این مضمون هستند. خطمشی‌گذاری عادلانه و داده‌محور در این حوزه، تضمین‌کننده پایداری اجتماعی و مشارکت گسترده‌تر در فضای کسب و کار است.

فرهنگ کار و اخلاق؛ چهارمین زیرمضمون، فرهنگ کار و اخلاق حرفه‌ای است که به تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد میان ذی‌نفعان اقتصادی کمک می‌کند. نتایج نشان داد که اجرای برنامه‌های ملی ترویج فرهنگ کار، تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای در بنگاه‌ها و افزایش اعتماد عمومی به کسب و کارهای کوچک و متوسط از مؤلفه‌های حیاتی در شکل‌گیری محیط کاری سالم و کارآمد هستند. فرهنگ کار قوی باعث کاهش تعارضات، افزایش کیفیت خدمات و ارتقای اعتبار کسب و کارها می‌شود. از این رو، خطمشی‌گذاران باید در کنار سیاست‌های مالی و فنی، به سرمایه‌گذاری فرهنگی در ارتقای اخلاق کاری توجه ویژه داشته باشند.

همکاری شبکه‌ای؛ آخرین مضمون سازمان‌دهنده، همکاری شبکه‌ای است که به‌عنوان عامل پیش‌ران در نوآوری، اشتراک دانش و تاب‌آوری اقتصادی عمل می‌کند. عضویت بنگاه‌ها در اتحادیه‌ها، مشارکت در خوشه‌های صنعتی، استفاده از پلتفرم‌های شبکه‌سازی بنگاه‌به‌بنگاه و شکل‌گیری کنسرسیوم‌های همکاری، از شاخص‌های کلیدی این حوزه هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتماد متقابل میان کسب و کارهای کوچک و متوسط و دولت و نیز میان خود بنگاه‌ها، شرط لازم برای شکل‌گیری همکاری‌های مؤثر است. ابتکارهای ملی برای تقویت همکاری و توافق‌نامه‌های رسمی میان تشکل‌ها، زمینه‌ساز رشد هم‌افزا در زنجیره‌های تأمین و بازارهای داخلی می‌شود.

ت) محیط فناورانه نوآور؛ از یافته‌های بنیادین پژوهش، اهمیت محیط فناورانه نوآور در توانمندسازی و رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط (کسب و کارهای کوچک و متوسط) است. در فضای پویای اقتصادی امروز، نوآوری به منزله‌ی نیروی محرکه‌ی رشد، بهره‌وری و تاب‌آوری عمل می‌کند و به بنگاه‌ها امکان می‌دهد تا در برابر تغییرات سریع فناوری و بازار انعطاف نشان دهند. محیط فناورانه نه تنها ابزار فنی و زیرساختی برای رشد را فراهم می‌آورد، بلکه چارچوب نهادی و فرهنگی لازم برای خلق، تبادل و به‌کارگیری دانش را نیز شکل می‌دهد. بر اساس یافته‌ها، این مضمون فراگیر از شش مضمون سازمان‌دهنده تشکیل شده است: سیاست نوآورانه، زیرساخت‌های دیجیتال، توسعه دانش و سرمایه انسانی فناورانه، حمایت از نوآوری، کارآفرینی مبتنی بر فناوری و نوآوری، و شبکه‌سازی دانشی و گذار سبز. **سیاست نوآورانه؛** تحلیل داده‌ها نشان داد که وجود سیاست نوآورانه فعال و آینده‌نگر، زیربنای هدایت و پشتیبانی از نوآوری در سطح ملی و بنگاهی است. نظام پیش‌بینی فناوری‌های نو، واحد واکنش سریع سیاستی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و سامانه پایش سیاست‌های فناورانه، از ابزارهای کلیدی این حوزه هستند. وجود چارچوب‌های سیاستی مصوب برای فناوری‌های نو و نقشه‌راه استانداردهای تبادل‌پذیری داده نیز، نشان‌دهنده بلوغ حکمرانی فناورانه است. در نتیجه، سیاست‌گذاری نوآورانه باید از حالت واکنشی خارج شده و به شکل یادگیرنده و تطبیقی عمل کند تا فاصله زمانی میان ظهور فناوری و واکنش سیاستی به حداقل برسد.

زیرساخت‌های دیجیتال؛ زیرساخت‌های دیجیتال بستر اجرایی و عملیاتی نوآوری هستند. نتایج نشان داد که دسترسی پایدار به اینترنت پهن‌بند، بهره‌مندی از خدمات ابری، مشارکت در پلتفرم‌های تجارت الکترونیک و پذیرش پرداخت‌های دیجیتال از مهم‌ترین شاخص‌های

آمادگی دیجیتال کسب و کارهای کوچک و متوسط است. ضعف در این زیرساخت‌ها باعث محدود شدن توان حضور در بازارهای ملی و بین‌المللی می‌شود. همچنین، پذیرش استانداردهای امنیت سایبری و اتصال بنگاه‌ها به زنجیره‌های تأمین دیجیتال، نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش بهره‌وری و شفافیت اقتصادی دارند.

توسعه دانش و سرمایه انسانی فناورانه؛ سومین مضمون سازمان‌دهنده به توسعه دانش و سرمایه انسانی فناورانه مربوط می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که وجود کارکنان آموزش‌دیده در فناوری‌های نو، گسترش سواد فناورانه در جمعیت فعال و آموزش مهارت‌های داده‌محور، به‌طور مستقیم با سطح نوآوری بنگاه‌ها ارتباط دارد. حضور دانشگاه‌ها در تدوین برنامه‌های درسی کارآفرینی فناورانه و همکاری نظام آموزشی با بنگاه‌ها برای پرورش مهارت‌های دیجیتال از الزامات کلیدی است. سیاست‌های ملی توانمندسازی فناورانه باید با هدف ارتقای یادگیری مادام‌العمر و پرورش مهارت‌های آینده‌محور تدوین شوند.

حمایت از نوآوری؛ حمایت هدفمند از نوآوری، شرط لازم برای پویایی زیست‌بوم فناوری است. شاخص‌هایی چون دسترسی بنگاه‌ها به منابع مالی نوآوری، افزایش سهم هزینه تحقیق و توسعه از کل هزینه‌های عملیاتی، و استفاده از خدمات مراکز رشد و پارک‌های فناوری، نشان‌دهنده سطح حمایت نظام‌مند از فرایند نوآوری هستند. نتایج حاکی از آن است که نظام‌های حمایتی باید به‌صورت رقابتی، شفاف و مبتنی بر ارزیابی بازگشت سرمایه نوآوری طراحی شوند تا انگیزه‌ی پایداری برای نوآوری در بنگاه‌ها ایجاد شود.

کارآفرینی مبتنی بر فناوری و نوآوری؛ چهارمین مضمون سازمان‌دهنده، کارآفرینی فناورانه است که پیوندی میان پژوهش، نوآوری و بازار ایجاد می‌کند. یافته‌ها نشان داد که کسب و کارهای کوچک و متوسط نوپای دارای مدل کسب‌وکار فناورانه و بنگاه‌های برخاسته از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها، سهم چشمگیری در خلق ارزش افزوده و اشتغال فناورانه دارند. نرخ تجاری‌سازی نتایج پژوهش و برنامه‌های ملی حمایت از کارآفرینی فناورانه، شاخص‌های اصلی موفقیت در این حوزه‌اند. خط‌مشی‌گذاران باید سازوکارهایی برای تسهیل تبدیل دانش به محصول و کاهش فاصله میان تحقیق و بازار طراحی کنند.

شبکه‌سازی دانشی و گذار سبز؛ آخرین مضمون، به دو بعد مرتبط اشاره دارد؛ شبکه‌سازی دانشی و گذار سبز. شبکه‌سازی دانشی از طریق پلتفرم‌های تبادل دانش میان کسب و کارهای کوچک و متوسط و مراکز پژوهشی، موجب تسریع یادگیری جمعی و هم‌افزایی نوآوری می‌شود. توافق‌نامه‌های انتقال فناوری و پروژه‌های مشترک پژوهشی، نشانگر بلوغ تعاملات

دانشی هستند. از سوی دیگر، گذار سبز کسب و کارهای کوچک و متوسط به‌عنوان بعد نوظهور حکمرانی فناوری، ناظر بر توسعه پایدار و سازگار با محیط زیست است. شاخص‌هایی مانند دریافت گواهی‌های زیست‌محیطی، دسترسی به تأمین مالی سبز و کاهش شدت انرژی، بیانگر حرکت تدریجی بنگاه‌ها به سوی تولید پاک و کارآمد است.

ث) محیط بین‌المللی رقابت‌پذیر؛ در تبیین مضمون فراگیر محیط بین‌المللی رقابت‌پذیر، می‌توان بیان داشت که این بُعد از مدل خط‌مشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (کسب و کارهای کوچک و متوسط)، بر ظرفیت بنگاه‌ها برای حضور فعال، مستمر و موفق در بازارهای منطقه‌ای و جهانی تأکید دارد. این مضمون بر پایه سه مضمون سازمان‌دهنده شامل دسترسی به بازارهای جهانی، خدمات پشتیبان صادرات و رقابت‌پذیری بین‌المللی استوار است که هر یک، وجهی از پویایی تعامل کسب و کارهای کوچک و متوسط با نظام اقتصادی بین‌الملل را تبیین می‌کنند.

دسترسی به بازارهای جهانی؛ در سطح نخست، دسترسی به بازارهای جهانی نشان‌دهنده توان و فرصت بنگاه‌های کوچک و متوسط برای حضور در زنجیره ارزش جهانی و دستیابی به بازارهای صادراتی پایدار است. وجود شبکه‌های دائمی فروش در سطح منطقه‌ای و جهانی، مشارکت در زنجیره ارزش، افزایش سهم صادرات از کل صادرات کشور و حضور فعال در پلتفرم‌های بین‌المللی تجارت، مؤلفه‌هایی هستند که بیانگر انسجام و عمق نفوذ بین‌المللی کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشند. در این راستا، خط‌مشی‌های ملی تسهیل‌کننده تجارت — مانند اصلاح رویه‌های گمرکی، استانداردسازی و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل — نقش مهمی در تسریع دسترسی به بازارهای هدف ایفا می‌کنند.

خدمات پشتیبان صادرات؛ در سطح دوم، خدمات پشتیبان صادرات نقش تسهیل‌گر و توانمندساز را بر عهده دارد. بهره‌مندی بنگاه‌ها از مشاوره‌های تخصصی صادرات، بیمه و ضمانت‌نامه‌های صادراتی، و دسترسی به مراکز خدمات پشتیبان در سطح استانی، از جمله عوامل کلیدی پشتیبانی از توسعه صادرات کسب و کارهای کوچک و متوسط هستند. همچنین، حضور در رویدادها و نمایشگاه‌های بین‌المللی، استفاده از خدمات لجستیک سازمان‌یافته، و برخورداری از مشوق‌های مالیاتی و گمرکی صادرات‌محور، در کنار ایجاد چارچوب رسمی جوایز صادراتی، بیانگر وجود یک نظام حمایتی جامع برای ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط در سطح بین‌المللی است.

رقابت‌پذیری بین‌المللی؛ در سطح سوم، رقابت‌پذیری بین‌المللی بر کیفیت، نوآوری و

انطباق محصولات کسب و کارهای کوچک و متوسط با استانداردهای بازارهای جهانی متمرکز است. مؤلفه‌هایی نظیر ثبت برند بین‌المللی، استفاده از ابزارهای مالی تجارت بین‌الملل (نظیر LC، فورفیتینگ یا تأمین مالی زنجیره‌ای)، سهم تحقیق و توسعه از فروش صادراتی، و انطباق فنی محصولات با الزامات بازار هدف، از نشانه‌های بلوغ و پایداری در رقابت جهانی‌اند. همچنین، تولید محصولات صادراتی جدید و کاهش شکاف قیمت با میانگین منطقه، به‌منزله شاخص‌هایی از چابکی و نوآوری در راهبردهای صادراتی بنگاه‌ها محسوب می‌شوند. بر اساس یافته‌های پژوهش، موارد زیر می‌تواند به دست‌اندرکاران پیشنهاد گردد:

○ طراحی و استقرار نظام جامع خط‌مشی‌های هماهنگ برای کسب و کارهای کوچک و متوسط با تمرکز بر یکپارچه‌سازی قوانین، مقررات و نهادهای پشتیبان در سطح ملی و استانی. این نظام باید با ایجاد «پنجره واحد سیاستی» برای تعامل میان بنگاه‌ها و دستگاه‌های دولتی، فرآیندهای مجوزدهی، مالیات، بیمه و ثبت مالکیت فکری را ساده‌سازی کرده و از تداخل نهادی و مقرراتی جلوگیری کند.

○ ایجاد صندوق توسعه مالی یکپارچه کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد حمایت هوشمند از بنگاه‌ها در مراحل مختلف چرخه عمر (نوپا، رشد، تثبیت). این صندوق باید ترکیبی از ابزارهای مالی نوین (گرن، ضمانت، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و وام سبز) را به‌کار گیرد و از طریق اتصال به شبکه بانکی و بازار سرمایه، جریان تأمین مالی پایدار و مبتنی بر عملکرد را برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم کند.

○ ایجاد نقشه‌راه ملی نوآوری برای کسب و کارهای کوچک و متوسط با هدف پیوند سیاست‌های فناوری، آموزش و کارآفرینی فناورانه. این نقشه باید شامل نظام پیش‌بینی فناوری‌های نو، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، برنامه‌های ارتقای سواد فناورانه کارکنان و سازوکارهای حمایت از نوآوری و تجاری‌سازی در کسب و کارهای کوچک و متوسط باشد. تمرکز این نقشه‌راه بر هم‌افزایی میان دولت، دانشگاه‌ها و مراکز رشد در جهت ایجاد اکوسیستم نوآوری پایدار است.

○ ایجاد شبکه ملی دیپلماسی صادرات کسب و کارهای کوچک و متوسط با مأموریت تسهیل دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به بازارهای منطقه‌ای و جهانی. این شبکه باید از طریق استقرار دفاتر تجاری در بازارهای هدف، ارائه خدمات مشاوره تخصصی صادرات، پشتیبانی از ثبت برند بین‌المللی و تأمین مالی صادراتی، به افزایش حضور پایدار کسب و کارهای کوچک و متوسط در زنجیره ارزش جهانی و کاهش موانع تجاری کمک کند.

○ راه‌اندازی پلتفرم ملی یادگیری و شبکه‌سازی دانشی کسب و کارهای کوچک و متوسط با هدف ارتقای ظرفیت‌های دانشی و مدیریتی بنگاه‌ها از طریق تبادل تجربیات، آموزش‌های هدفمند و همکاری میان بنگاه‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی. این پلتفرم باید بستری برای یادگیری مادام‌العمر مدیران و کارکنان، توسعه مهارت‌های داده‌محور، و شکل‌گیری خوشه‌های نوآورانه و تعاونی در سطح ملی فراهم آورد.

یکی از محدودیت‌های این پژوهش، وابستگی داده‌ها و مضامین استخراج‌شده به برداشت‌های خبرگان داخلی است. از آنجا که محیط خطمشی‌گذاری در کشورهای مختلف دارای تفاوت‌های ساختاری، فرهنگی و اقتصادی است، تعمیم‌پذیری کامل نتایج این مطالعه به سایر کشورها یا حتی سایر بخش‌های اقتصادی نیازمند احتیاط است. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، الگوی خطمشی‌گذاری بهبود محیط کسب‌وکار کسب و کارهای کوچک و متوسط با رویکرد مقایسه‌ای بین‌المللی توسعه یابد؛ به گونه‌ای که کشورهای موفق در سیاست‌های حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط (مانند کره جنوبی، ترکیه یا مالزی) با ایران مقایسه شوند. این رویکرد تطبیقی می‌تواند به شناسایی عوامل بومی‌سازی‌شده‌ی موفقیت و انتقال تجارب سیاستی مؤثر در تدوین خطمشی‌های آینده کمک کند.

تشکر و قدردانی

در پایان این مقاله، از زحمات تمامی افراد مورد مصاحبه و سازمان مورد مطالعه قدردانی می‌شود.

تعارض منافع

نویسنده(گان) اعلام می‌دارند که در مورد انتشار این مقاله تضاد منافع وجود ندارد. علاوه بر این، موضوعات اخلاقی شامل سرقت ادبی، رضایت آگاهانه، سوء رفتار، جعل داده‌ها، انتشار و ارسال مجدد و مکرر توسط نویسندگان رعایت شده است.

دسترسی آزاد

این نشریه دارای دسترسی باز است و اجازه اشتراک (تکثیر و بازاریابی محتوا به هر شکل) و انطباق (بازترکیب، تغییر شکل و بازسازی بر اساس محتوا) را می‌دهد.

منابع

- Abdi, M. (2017). Supporting SMEs to raise production, employment. *Tehran Times*, December 6.
- Chen, L., & Li, M. (2023). Analysis of the differentiated effects of innovation policies on the competitiveness of high-tech and traditional SMEs in China. *Journal of Business Strategy and Management*, 16(3), 205–222.

- Davis, J. (2010). *Business Environment: Concepts and Analysis* (Vol. 1, p. 123). New York, NY: McGraw-Hill.
- Dye, T. R. (2013). *Understanding Public Policy* (14th ed., Vol. 1, pp. 15-30). Pearson Education.
- Etemad, H., & Wright, R. (2020). Policy frameworks for SME development: Comparative perspectives. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 415–437.
- Garcia, R., & Martínez, A. (2024). Assessing the impact of comprehensive policy models on business environment indicators for SMEs in Latin America. *Latin American Journal of Economic Policy*, 12(1), 45–60.
- He, S., & Yao, H. (2022). Business environment, human capital structural upgrading, and economic development quality. *Frontiers in Environmental Science*, 10, Article 964922. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.964922>
- Hedavand, D., Naderi, N., & Rezaei, B. (2022). *Designing a model for the development of small and medium-sized enterprises with emphasis on the role of the resistance economy*. *International Business Management Research Journal*, 5(4), 137–158.
- Hefetz, A., & Warner, M. E. (2001). Privatization and its reverse: Explaining the dynamics of the government contracting process. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 11(2), 171–190. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a003497>
- Helfat, D. (2015). *Small and Medium Enterprises in Emerging Economies* (Vol. 1, p. 65). London, UK: Routledge.
- Hosseini, M., & Ghaffari, M. (2020). *A study of the challenges of the business environment of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Iran*. *Iranian Journal of Economic Development Studies*, 10(3), 45–66.
- Hosseini, S. A., Mojibi, T., Mahdizadeh Ashrafi, A., & Vazifehdoust, H. (2018). *Designing a policymaking model for the development of small and medium-sized enterprises (SMEs) with emphasis on innovation (Case study: Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare)*. *Urban Economics and Management*, 7(25), 99–115.
- Hosseinpour, M., et al. (2020). SMEs constitute more than half of businesses in developing countries. *Studia Universitatis-Matej Belič*, No. 8713/1.
- Howlett, M., & Ramesh, M. (2016). *Designing Public Policies* (Vol. 2, p. 47). New York, NY: Routledge.
- Howlett, M., & Ramesh, M. (2016). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems* (4th ed., Vol. 2, pp. 47-68). Oxford University Press.
- Hu, S. (2024). Exploring business environment policy changes in China using quantitative text analysis. *Sustainability*, 16(5), 2159.
- International Entrepreneurship & Management Journal. (2024). *Impact of government support policies on entrepreneurial orientation and SME performance*. Vol. 20, pp. 1533–1595.
- Jafari, M. R. (2022). What are the Factors Contributing to the Failure of Iranian SMEs? M.A. Thesis, University of Padua.
- Jafari, M., & Mohammadi, H. (2021). Integrating institutional, financial, and technological factors in Iranian SMEs. *Iranian Journal of Economic Studies*, 15(2), 77–102.

- Kingdon, J. W. (2014). *Agendas, Alternatives, and Public Policies* (2nd ed., Vol. 1, pp. 89-112). Pearson.
- Kovács, P., & Rădulescu, S. (2024). Designing a framework for evaluating business environment policies focusing on SME sustainable development in the European Union. *Sustainability Policy Review*, 7(2), 112–130.
- Landjohou, G. (2024). The Effects of Government Policies on SME Growth in Developing Economies: A Comprehensive Review. *International Journal of Business & Computational Science*, 2(1), 1-15
- Lasswell, H. D. (1951). *The Policy Orientation* (pp. 7-25). Stanford University Press.
- Lasswell, H. D. (1951). *The Policy Orientation*. New York, NY: Peter Smith.
- Lee, J., Park, H., & Kim, Y. (2024). The ecosystem-based policy model for improving SME access to international markets. *International Business Review*, 33(4), 102170.
- Majlis Research Center of the Islamic Republic of Iran. (2021). *Report on the ease of doing business in Iran*. Tehran: Office of Economic Studies.
- Mazzucato, M. (2013). *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*. London: Anthem Press.
- Munro, A. (2013). SMEs' share of employment worldwide. *International Journal of Management & Social Sciences*, 1(1), 17-28.
- OECD. (2019). *Enhancing SME competitiveness: Policy insights and frameworks*. OECD Publishing.
- OECD. (2020). *SMEs and entrepreneurship: Key links*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2021). *SME and entrepreneurship policy frameworks across OECD countries: An OECD strategy for SMEs and entrepreneurship* (OECD Publishing). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9f6c41ce-en>
- Ojiambo, S. (2023). Why SMEs are key to a more sustainable and inclusive world. *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org>
- Özkan, E., & Demirel, H. (2023). The role of governance and corruption in moderating the effect of fiscal policies on SME growth in developing countries. *Governance and Development Studies*, 10(4), 310–325.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (Vol. 1, p. 45). New York, NY: Free Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (Vol. 1, p. 45). New York, NY: Free Press.
- Rahimi, M. (2019). *The role of national policies in the development of small and medium-sized enterprises in Iran* (Doctoral dissertation, University of Tehran).
- Rezaei Motlagh, R., Nasrollahi, M., & Anousheh, M. (2020). *A review of barriers and challenges of small and medium-sized enterprises in Iran*. The 5th National Conference on Economics, Management, and Accounting, Ahvaz. Retrieved from <https://civilica.com/doc/1231363>
- Riazi, M., & Bahreini, R. (2022). *The impact of improving business environment indicators on the establishment of small and medium-sized enterprises in the context of support and obstacle removal*. *Journal of Defense Economics and Sustainable Development*, 7(23), 53–79.
- Sabatier, P. A. (2007). *Theories of the Policy Process* (2nd ed., Vol. 3, pp. 102-125). Westview Press.

- Shahsavari, H. R., Taheri Goodarzi, H., & Kameli, M. J. (2022). *Identifying components and indicators of the model for evaluating industrial policies with an approach to production boom in small and medium-sized business clusters*. Iranian Management Sciences Association Quarterly, 17(66), 145–168.
- Stigler, G. (2011). *Economic Regulation and Business Environment* (Vol. 2, p. 98). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- World Bank. (2020). *Doing Business Report 2020* (p. 217). Washington, DC: World Bank Publications.
- Yadewani, E., et al. (2024). Influence of Public Policy on Business Strategy: A Systematic Review. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 6(2), 500-513.