

بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور

محمد تقی انصاری*

عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات و تحقیقات
فناوری، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
عباس سلمانی زاده
کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، سازمان
تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

چکیده

کسب و کارهای کوچک از نظر ایجاد شغل، توسعه نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، نقش مهمی در موفقیت اقتصاد یک کشور دارند. از این رو گرایش به کارآفرینی در سراسر دنیا گسترش یافته است. توسعه کارآفرینی با ترویج فرهنگ کارآفرینی و ارتقاء سطح فعالیت‌های کارآفرینانه محقق می‌شود. با وجود فعالیت‌های مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها و برنامه‌های ذیربط دیگر در چند سال اخیر، نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و تعداد کسب و کارهای نوآورانه‌ای که در ایران ایجاد شده، از میزان متوسط جهانی کمتر است. شناسایی و بررسی عوامل مختلف محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقاء فعالیت‌های کارآفرینانه در کشور کمک مؤثر و شایانی باشد. در این مقاله نتایج حاصل از مطالعات میدانی در خصوص تأثیر عوامل محیطی بر توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه از دیدگاه کارآفرینان کشور به روش پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد، مؤلفه‌هایی از ابعاد محیط تجربی شخصی، نقش دولت، نقش بخش خصوصی، عوامل سیاسی داخلی و خارجی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل فناوری و عوامل جمعیتی در توسعه کارآفرینی تأثیر دارند.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، رفتار کارآفرینانه، عوامل محیطی، ایجاد کسب و کار.

In Entrepreneurship Development From viewpoint of Iranian Entrepreneurs

Mohammad Taghi Ansari

*Faculty member of Iranian Research
Organization for Science and Technology*

Abbas Salmanizadeh

*Senior Expert in IT Management,
Communication & Regulatory authority
Organization*

Entrepreneurship makes an important contribution to the success of a country's economic development. It is main source of job creation, innovation and exploitation of new opportunities. That is why entrepreneurship has always been of great concern throughout the world. Entrepreneurship development is established by propagation of entrepreneurship culture and promotion of entrepreneurial activity levels. Instead of numerous programs to enhance entrepreneurial ethics in Iran, the number of innovative-based created businesses in Iran is lower than of global average. Identification and assessment of the various effective factors on entrepreneurship development will be useful for policy makers. In this paper, the effects of environmental factors on entrepreneurship development from Iranian entrepreneurs' viewpoint have been investigated. A descriptive-survey method with a researcher-made questionnaire was utilized to collect data. The results show that from Iranian entrepreneur's point of view, personal experiment, environmental, social and cultural factors have significance effects on entrepreneurial activities.

Key words: Entrepreneurship, Entrepreneurial Activity, Environmental Factors, Business Creation

۱. مقدمه

کسب و کارهای کوچک نقش مهمی در موفقیت اقتصاد یک کشور دارند. این بنگاه‌ها ایجاد کننده شغل هستند، نوآوری می‌کنند و فرصت‌های جدیدی را به کار می‌گیرند. این موارد از ویژگی‌ها و نتایج کارآفرینی است. امروزه گرایش به کارآفرینی در سراسر دنیا گسترش یافته است. بر اساس گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی^۱، متوسط نرخ مجموع فعالیت‌های کارآفرینانه^۲ (نسبت تعداد کسانی که اقدام به راه اندازی کسب و کار جدید نموده‌اند یا کسانی که در اندیشه چنین کاری هستند به جمعیت بالغ یک کشور) در سال ۲۰۰۶ برای ۴۲ کشور مشارکت کننده در

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

2. Total Entrepreneurial Activity Rate

مطالعات جهانی دیده بان مذکور، ۸/۶۹ درصد بوده است (Bosma & Harding, 2007: 5). کارآفرینی به کشورهای پیشرفته صنعتی محدود نمی شود؛ به طوری که در بسیاری از موارد، نرخ مجموع فعالیت های کارآفرینانه در کشورهای در حال توسعه با نسبت بالاتری در حال رشد است. از کشور ما تاکنون، عضویت نهاد یا سازمانی در دیده بان جهانی کارآفرینی اعلام نشده است و آمار و گزارش رسمی و کاملی از سطح فعالیت های کارآفرینانه نیز در سطح کشور موجود نیست. اما از چند سال پیش به این سو، در برنامه چهارم توسعه فرهنگی اقتصادی کشور و سند چشم انداز بیست ساله، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته و با اقدامات عملی، مانند راه اندازی مراکز کارآفرینی در دانشگاه ها و توسعه نهادهای نوآوری و کارآفرینی همچون مراکز رشد دانشگاهی آغاز شده است. با این وجود، شواهد حاکی از آن است که بین این اقدامات و برنامه ها معمولاً هماهنگی لازم وجود ندارد.

مطالعات گوناگون نشان می دهد الگوی حاکم در توسعه بسیاری از کشورها، توسعه را بر مبنای دانش و قابلیت های انسانی عملی می داند و جهت گیری آن به سوی اقتصاد دانایی محور و استراتژی آنان برای دستیابی به این مهم، توسعه ملی کارآفرینی است. هرچند این جهت گیری ها در برنامه های پنج ساله کشور نیز مشهود است، اما برای نیل به توسعه پایدار و ایجاد وضعیت مطلوب در اقتصاد کشور، می بایست استراتژی توسعه کارآفرینی را به عنوان استراتژی محوری توسعه مورد توجه قرار داد.

در ادبیات موضوع، نوع شناسی های متعددی از کارآفرینی ارائه شده است. از جمله کورنوال و پرلمن کارآفرینی را به سه دسته کارآفرینی فردی (یا مستقل)، کارآفرینی درون سازمانی، و سازمان کارآفرین تقسیم می کنند (Cornwall & Perlman, 1990: 30). در این میان حالت اول یعنی کارآفرینی مستقل مد نظر این مقاله است (همچنانکه در گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی نیز همین حالت از کارآفرینی مورد نظر است).

کارآفرینی مستقل فرآیندی است که یک کارآفرین طی می کند تا فعالیت کارآفرینانه ای را به طور مستقل و با ایجاد کسب و کار جدید به ثمر برساند.

شاید یکی از مهم ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در میان اقشار جامعه، توسعه و ارتقاء رفتار کارآفرینانه افراد باشد. رفتار کارآفرینانه ارتباط مستقیمی با دانش، مهارت، تجارب انسانی، شرایط خانوادگی، ویژگی های شخصیتی فرد و شرایط محیطی و اجتماعی دارد. هیسریچ روی دو

موضوع بحث می‌کند: یکی عواملی که کارآفرینی را از دیدگاه شخص مطلوب می‌کند و دیگری عواملی که کارآفرینی را ممکن می‌سازد. در این مقاله نتایج پژوهشی که در سال ۱۳۸۵ در ارتباط با بررسی و شناخت عوامل مختلف محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور انجام شده، ارائه خواهد شد. لازم به ذکر است عوامل محیطی از سوی برخی صاحب نظران به دو بخش محیط عمومی و محیط اختصاصی تقسیم شده که در اینجا عمدتاً "محیط عمومی مورد بررسی قرار گرفته است.

۲. سوابق نظری تحقیق

کارآفرینی، اولین بار از سوی اقتصاددانان مورد توجه قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح نموده‌اند. بی‌شک، روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است؛ به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته‌اند. کارآفرینی هم اکنون به عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یافته و از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا یابد. شومپتر به علت نقش کارآفرینی در ایجاد نوآوری، آن را محور کلیدی توسعه اقتصادی تلقی می‌کند (Ahmadpour & Moghimi, 2006: 76). به نظر جورج ویلدر برای دستیابی به یک اقتصاد مطلوب، وجود خلاقیت متهورانه کارآفرینان لازم و ضروریست، خصوصاً اگر اقتصاد بخواد جهانی شود (Stoner et al, 1998: 82).

فرای، از صاحب نظران برجسته کارآفرینی، معتقد است اجزاء فعالیت کارآفرینانه را که برای شروع فعالیت مخاطره آمیز، عمومیت دارند، می‌توان در قالب پنج جزء خلاصه نمود که عبارتند از: کارآفرین، فرصت، ساختار، منابع و استراتژی. شالوده نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه، سه بُعد اساسی را شامل می‌شود: نوآوری؛ ریسک پذیری؛ پیش‌نگری. حدی که این ابعاد به منصفه ظهور برسد، می‌تواند به عنوان یک رویداد کارآفرینانه^۱ تلقی شود؛ و شخصی که این نگرش‌ها و رفتارها را از خود بروز می‌دهد، کارآفرین نامیده می‌شود. هزاران فرصت برای کارآفرینان وجود دارد تا

مورد استفاده قرار دهند؛ اما فقط برخی از این فرصت‌ها دارای پتانسیل بالایی هستند، که ممکن است بینش‌ها و چشم اندازهای مطرح در آن، رشد پیوسته را مورد توجه قرار دهد. این همان فرصت واقعی کارآفرینانه است که شایسته تأمین مالی بیرونی است (Stoner et al, 1998: 37). ساختار، هویت قانونی فعالیت را شامل می‌شود. انتخاب ساختار مناسب برای کسب و کار مخاطره آمیز در توانایی سازمان در دستیابی به اهداف بلند مدت تأثیر حیاتی دارد (Fry, 1993: 12). در ارتباط با منابع، کوراتکو و هاجتس، در یک رویکرد امکان‌سنجی جامع، عوامل مرتبط با ایجاد یک فعالیت مخاطره آمیز جدید را از ایده کسب و کار جدید تا برنامه‌ریزی برای کسب و کار به شرح ذیل ذکر می‌کنند (Kuratko & Hadgetts, 2001: 85):

امکان‌سنجی فنی: تجزیه و تحلیل محصول یا خدمت؛ امکان‌سنجی بازار: تعیین فرصت‌ها و مخاطرات بازار؛ امکان‌سنجی مالی: تجزیه و تحلیل منابع و امکانات مالی؛ امکان‌سنجی سازمانی: تجزیه و تحلیل ظرفیت‌های سازمانی و الزامات پرسنلی؛ امکان‌سنجی رقابتی: تجزیه و تحلیل رقبا و محیط رقابتی.

از دیدگاه رابرت هیسریچ، فرآیند کارآفرینانه چهار مرحله مجزا دارد: ۱. شناسایی و ارزیابی فرصت؛ ۲. تدوین طرح تجاری؛ ۳. تأمین منابع مورد نیاز؛ ۴. اداره بنگاه تاسیس شده (Histrich & Peters, 2002: 117).

در خصوص ماهیت کارآفرینی رویکردهای فکری متفاوتی ذکر شده است. ایچیرو یامادا، رویکردهای کارآفرینی را در قالب سه رویکرد سطح کلان، سطح خرد و سطح میانه مورد بررسی قرار می‌دهد. رویکرد سطح کلان مبتنی بر محیط‌گرایی^۱ است. به عبارتی این دسته از مطالعات می‌کوشند آن دسته از عوامل محیطی را که باعث افزایش تعداد کارآفرینان می‌شوند شناسایی نمایند. بر این اساس، شناسایی ویژگی‌های فرهنگی جوامع خاص یا گروه‌های جمعیتی که موفقیت اقتصادی را موجب می‌شوند یا بررسی عوامل نهادی همچون بازار نیروی کار در زمره مطالعات این رویکرد است (Moghimi, 2005: 56).

از دیدگاه موریس و لوئیس عوامل تعیین‌کننده محیطی در قالب سه دسته کلی زیر گروه‌بندی می‌شوند:

۱. زیرساختهای محیطی: شامل ساختارهای اقتصادی، سیاسی، قانونی، مالی، تدارکاتی و اجتماعی؛

۲. آشفته‌گی محیطی: شامل تغییرات سریع در محیط تکنولوژی، اقتصادی، مشتریان، رقابتی، قانونی، منابع و اجتماعی؛

۳. تجربیات محیط شخصی (Morris & Lewis, 1995: 23).

به نظر می‌رسد ساختارهای خاصی، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه را تسهیل نمایند. برخی جوامع دارای کارآفرینان بسیار زیادی هستند. برای پی بردن به چرایی اختلاف جوامع از لحاظ سطح کارآفرینی، استونر و همکارانش معتقدند باید متغیرهای اقتصادی و اجتماعی در جوامع مختلف مورد بررسی قرار گیرند. کنت^۱ عوامل متعدد اقتصادی را که بر سطح فعالیت کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند، در قالب موارد ذیل مورد شناسایی قرار می‌دهد: تقاضا برای محصولات نهایی، دسترسی به ورودی‌ها، تورم، مالیات، مقررات و ثبات سیاسی (Stoner et al, 1998: 185).

از سوی دیگر به نظر می‌رسد فرآیند کارآفرینانه تحت شرایط متلاطم پرورش می‌یابد. این شرایط برای آنهایی که درگیر فعالیت هستند، هم فرصت آور و هم تهدیدزاست. از نظر تاریخی، آشفته‌گی محیطی در بسیاری از محصولات جدید و نوآوری‌های تکنولوژیکی، نقشی اساسی را ایفا کرده است. در شرایطی که بقاء سازمان منوط به یک واکنش مؤثر در مقابل تغییرات بازار است انتظار می‌رود که نوآوری و کارآفرینی اتفاق افتد (Morris & Lewis, 1995: 64).

وود و باندورا^۲ سه جریان عمده تجربیات مرتبط را مورد شناسایی قرار داده‌اند: تجربه شخصی (دست اول)، تجربه دیگران (تجربه دست دوم) و تجربه اجتماعی. مؤثرترین روش برای ایجاد حس خودکامیابی از طریق تجربیات دست اول حاصل می‌شود که فرد به طور عملی، صاحب تجربه می‌شود و این امر اعتماد به نفس را در افراد بالا می‌برد. افراد همچنین از طریق یادگیری مشاهده‌ای از مدل‌های نقش به عنوان تجربیات دست دوم، خودباوری را در خود تقویت می‌کنند. روش سوم برای تقویت حس خودکامیابی در افراد، نفوذ اجتماعی است. تلقین اجتماعی می‌تواند این باور را که فرد ظرفیت‌های لازم برای دستیابی به آنچه را که جستجو می‌کند داراست، افزایش دهد. آنها بیان می‌کنند که اگر افراد تشویق مثبت از جامعه دریافت نمایند، احتمالاً تلاش بیشتری

1. Kent

2. Wood & Bandura

از خود نشان خواهند داد (Erikson, 2003:32).

نتایج نشان می‌دهد تجربیات خانوادگی (زمینه‌های خانوادگی دوران کودکی)، تجربیات آموزشی و تحصیلاتی، تجربیات گروه همکاران (اجرای مدل‌های نقش)، و تجربیات کاری (شغل قبلی) بر توسعه کارآفرینان تأثیر گذار است (Morris & Lewis, 1995: 65). هیسریچ نیز بر دو عامل نظام‌های حمایتی و الگوهای نقش، به عنوان عوامل محیطی شخصی تأکید می‌ورزد (Hisrich & Peters, 2002).

به طور کلی وجود یک الگوی نقش، سبب تشویق تلاش‌های کارآفرینانه در فرد می‌شود. این الگوها ممکن است در خانواده یا بین دوستان یا در محیط‌های کاری باشند (Ahmadpour & Azizi, 2005: 45). برای هر کارآفرین لازم است تا شبکه پشتیبانی روحی متشکل از اعضای خانواده و دوستان داشته باشد. در روند کارآفرینی، وقتی کارآفرین با بسیاری از مشکلات مواجه می‌شود و احساس تنهایی می‌کند، این گروه نقش حیاتی ایفا می‌کنند. اغلب کارآفرینان اذعان دارند که همسرانشان قوی‌ترین پشتیبانان آنها بوده‌اند و این امکان را فراهم آورده‌اند که بتوانند زمان بیشتری را صرف فعالیت‌های کارآفرینانه جدیدشان کنند. دوستان و بستگان نیز در شبکه پشتیبانی روحی، نقش کلیدی دارند، به ویژه اگر خود نیز کارآفرین باشند.

ضمناً، کارآفرین در هر مرحله از فعالیت کارآفرینانه، به نظام مشاوره‌ای و پشتیبانی قوی نیز نیاز دارد. شاید بتوان گفت این نظام پشتیبانی در مرحله آغازین کار حیاتی‌تر است، چرا که می‌تواند منبع تأمین اطلاعات، راهنمای مسائلی همچون ساختار سازمانی، کسب منابع مالی مورد نیاز و بازاریابی باشد. ممکن است همکار تجاری، مؤسسات تجاری، مشتریان، عرضه کنندگان، وابستگان و آشنایان شخص، این راهنمایی را بر عهده گیرند که مجموعاً شبکه پشتیبانی تخصصی را تشکیل می‌دهند و این شبکه می‌تواند محلی، منطقه‌ای و ملی باشد. اغلب شبکه‌ها رسماً سازماندهی نمی‌شوند، با این وجود، شبکه‌ای غیررسمی نیز می‌تواند تا حدود زیادی کارآفرین را از جنبه‌های روحی و تخصصی پشتیبانی کند.

پراپنکو و پاولین^۱، عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی را این گونه تقسیم‌بندی می‌نمایند: ۱. جو اجتماعی؛ ۲. سیاست‌های اقتصادی و صنعتی؛ ۳. زمینه‌های حقوقی و قانونی؛ ۴. توسعه نهادها. برای

توسعه کارآفرینی، جو مناسب اجتماعی مورد نیاز است. سیاست گذاران باید به طور روشن، کارآفرینی را به عنوان عاملی حیاتی و مهم در توسعه اقتصادی مورد شناسایی قرار دهند. سیاست اقتصادی باید برای محدودیت‌های بودجه در بخش سخت افزاری ایجاد اطمینان نموده و کارآیی عملیات کسب بازار را تضمین نماید، که شرط لازم برای توسعه کارآفرینی است. سیاست صنعتی نیز باید سهم سازمان‌هایی که توسعه کارآفرینی را موجب می‌شوند، ارتقاء بخشد. این امر از طریق مقررات زدایی و بازارهای رقابتی قابل دستیابی است. قوانین و مقررات مربوطه باید تسهیل‌گر فرآیند کارآفرینانه و شفاف بوده، و در رویه‌های اجرایی منعکس گردند. شفافیت باید شامل تمامی روابط کار، مجوزهای صنعتی، همکاری خارجی و غیره شود. توسعه نهادهایی که کارآفرینان بالقوه را ترغیب و تشویق می‌نمایند، سرمایه‌های نقدی را برای کارآفرینان فراهم می‌سازند، و همچنین حمایت فنی را برای مدیران فراهم می‌سازند، ضروری است. علاوه بر اینها، برخی راهکارهای ساختاری نیز وجود دارند که شامل ایجاد اشکال جدید سازمانی، همچون الگوهای ساختاری ماتریسی و پروژه‌ای و همچنین ایجاد مراکز رشد کسب و کار و شبکه سازی است. تحقیقات نشان می‌دهد دسترسی به تسهیلات و امکانات و یا زمین با هزینه پایین (کویرت^۱)، دسترسی به امکانات حمل و نقل (شاری^۲)، وجود کارآفرینان (کوپر و دانکلبرگ^۳)، کیفیت زندگی و مؤسسات آموزشی محلی (پنیگز^۴) از دیگر عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی است (Hurley, 1999: 78).

داشتن فرهنگ ملی کارآفرینی در جامعه نیز حائز اهمیت است، چرا که فرهنگ، تعیین کننده نگرش‌های افراد در جهت آغاز فعالیت کارآفرینانه است. بر طبق نظر تیمونز، آنچه در محیط مطلوب کارآفرینانه مورد نیاز است، به طور اخص نیازمند فرهنگی است که برای کارآفرینی ارزش قائل می‌شود (Timmons, 2004: 96).

سرانجام باید به تأثیر سیستم تأمین اجتماعی اشاره شود. کولینگ و بای گریو معتقدند سیستم تأمین اجتماعی مشخص می‌کند شخص بیکار تصمیم بگیرد آیا بیکار بماند یا به بازار کار و ایجاد کسب و کار روی آورد. هر قدر مزایای حق بیکاری در سیستم تأمین اجتماعی یک کشور زیاد

-
1. Quirt
 2. Schary
 3. Cooper & Dunkelberg
 4. Pennigs

باشد تأثیر منفی بر گرایش به کارآفرینی خواهد داشت (Cowling & Bygrave, 2003: 105). با توجه به مطالب یادشده، به طور کلی می‌توان عوامل محیط عمومی مؤثر بر توسعه کارآفرینی را شامل ابعاد: نقش دولت، نقش بخش خصوصی، قوانین و مقررات حقوقی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل فناوری، عوامل جمعیتی، و محیط تجربی شخصی در نظر گرفت که مؤلفه‌های تشکیل دهنده این ابعاد در جدول یک بیان شده‌اند. محیط اختصاصی نیز مشتمل بر روابط کارآفرینان با شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های کسب و کار می‌گردد که خارج از موضوع این تحقیق است.

از مطالعات مرتبط انجام شده در داخل کشور، می‌توان به تحقیقات احمدپور (Ahmadpour, 1998)، گلرد (Gelard, 2005) و صابر (Saber, 2000) اشاره نمود. احمدپور در الگوی فرآیند کارآفرینی خود، عوامل محیطی مشتمل بر سیاست دولت، وجود کمک‌های مالی و غیر مالی، رقابت/عدم رقابت، پویایی/عدم پویایی، و همگونی/ناهمگونی را به عنوان یکی از عوامل ورودی مؤثر بر فرآیند سیستمی کارآفرینی مورد توجه قرار داده است. در الگوی توسعه کارآفرینی زنان گلرد، از مهم‌ترین شاخص‌ها و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان به عوامل محیطی شامل عوامل اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، بین‌المللی، تکنولوژیکی، و عوامل شبکه‌ای اشاره شده است. صابر نیز در الگوی توسعه کارآفرینی زنان خود سه استراتژی را مد نظر قرار داده است: استراتژی نخست، حفظ نهاد خانواده است. دولت به عنوان سیاستگذار و نهادهای غیر دولتی به عنوان اجرا کننده و حمایت کننده، دو استراتژی دیگر محقق را تشکیل می‌دهد.

۳. روش تحقیق

هدف: هدف این تحقیق عبارت است از بررسی عوامل (عمومی) محیطی مؤثر در توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه از دیدگاه کارآفرینان کشور.

سؤالات تحقیق: در راستای هدف تحقیق، سؤالات زیر مطرح می‌شوند:

۱. ویژگی‌ها و عوامل (عمومی) محیطی مؤثر در توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه از دیدگاه کارآفرینان چیست؟
۲. آیا رابطه معنی‌داری بین نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل محیطی در جهت‌گیری کارآفرینانه با رفتار کارآفرینانه آنان وجود دارد؟

نوع تحقیق: این تحقیق بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، با توجه به سؤال اول از نوع توصیفی - پیمایشی و با توجه به سؤال دوم از نوع توصیفی - همبستگی است.

جامعه و نمونه آماری: کلیه کارآفرینانی که در سطح کشور اقدام به ایجاد یا توسعه کسب و کار مستقل کرده و توسط مراکز و نهادهای ذیربط (از قبیل مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها، سازمان‌های دولتی یا غیر دولتی) به عنوان کارآفرین شناسایی و معرفی شده‌اند، جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند که در مجموع برای ۱۸۷ نفر از آنان پرسش‌نامه ارسال شد و ۱۱۹ فقره پرسش‌نامه دریافت گردید.

روش گرد آوری داده‌ها: برای بررسی ادبیات و سوابق نظری تحقیق از روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای و برای تهیه داده‌های مربوط به متغیر وابسته (رفتار کارآفرینانه) و متغیر مستقل (نگرش کارآفرینان نسبت به تاثیر عوامل محیطی) از پرسشنامه محقق ساخت استفاده شده است. کلیه گویه‌های پرسش‌نامه به صورت بسته دو گزینه‌ای (بلی، خیر) و طیف پنج‌گانه لیکرت هستند. روایی پرسش‌نامه پس از مشاوره با صاحب نظران مورد تأیید قرار گرفت و میزان پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۹۲٪ به دست آمد که بیانگر تایید پرسش‌نامه است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها: برای پاسخ به سؤال اول تحقیق، از آماره‌های توصیفی جدول فراوانی، میانگین، و انحراف معیار استفاده شده است و برای پاسخ به سؤال دوم، از تحلیل همبستگی دو متغیری برای بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های متغیر نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل محیطی در جهت‌گیری کارآفرینانه به عنوان متغیر مستقل با رفتار کارآفرینانه به عنوان متغیر وابسته استفاده می‌شود. محاسبات و تجزیه و تحلیل‌های آماری به کمک نرم افزار SPSS انجام گرفته است.

۴. چارچوب مفهومی تحقیق

در این تحقیق یک متغیر مستقل تحت عنوان نگرش کارآفرینان نسبت به تاثیر عوامل محیطی در جهت‌گیری کارآفرینانه و یک متغیر وابسته با عنوان رفتار کارآفرینانه تعریف شده است. متغیر مستقل یاد شده از ۹ بُعد به شرح زیر تشکیل می‌شود:

۱. نگرش نسبت به تأثیر محیط تجربی شخصی؛ ۲. نگرش نسبت به تأثیر نقش دولت؛ ۳. نگرش نسبت به تأثیر نقش بخش خصوصی؛ ۴. نگرش نسبت به تأثیر قوانین و مقررات حقوقی؛ ۵. نگرش

نسبت به تأثیر عوامل اقتصادی؛ ۶. نگرش نسبت به تأثیر عوامل سیاسی داخلی و خارجی؛ ۷. نگرش نسبت به تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی؛ ۸. نگرش نسبت به تأثیر عوامل فناوری؛ ۹. نگرش نسبت به تأثیر عوامل جمعیتی.

هریک از این ابعاد دارای مؤلفه‌های مختلفی هستند (در مجموع ۵۳ مؤلفه) که به طور کامل در جدول (۱) ارائه شده است. این ابعاد و مؤلفه‌ها بر اساس ادبیات و سوابق نظری تحقیق و نیز مصاحبه با صاحب نظران، محققین و کارشناسان کارآفرینی و کارآفرینان استخراج شده است. برای طراحی پرسش‌نامه‌های تحقیق شاخص اندازه‌گیری برای تمامی این مؤلفه‌ها طیف پنج‌گانه لیکرت است و بر اساس امتیازات ۱ تا ۵ در این طیف، میانگین و انحراف معیار هر مؤلفه محاسبه شده است. لازم به ذکر است در بعد نگرش نسبت به تأثیر محیط تجربی شخصی طیف لیکرت به صورت خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) و در بقیه ابعاد، طیف به صورت بسیار منفی (۱)، منفی (۲)، بدون تأثیر (۳)، مثبت (۴) و بسیار مثبت (۵) در نظر گرفته شده است.

متغیر وابسته از سه بعد تشکیل می‌شود که عبارتند از: ۱. ایجاد (خلق، تأسیس)؛ ۲. رشد سازمانی؛ ۳. نوآوری سازمانی. برای هر یک از این ابعاد مؤلفه‌های مختلفی به شرح زیر در نظر گرفته شده است:

ایجاد: ۱. تأسیس شرکت؛ ۲. راه اندازی شعبه داخلی؛ ۳. راه اندازی شعبه خارجی.

رشد: ۱. اشتغال زایی (متوسط تغییرات پرسنلی در ۵ سال گذشته)؛ ۲. فروش (متوسط تغییرات فروش در ۵ سال گذشته).

نوآوری سازمانی: ۱. ارائه یک محصول یا خدمت جدید در سطح کشور؛ ۲. ارائه یک محصول یا خدمت جدید در سطح شرکت؛ ۳. اعمال تغییرات در ویژگی‌های کارکردی محصول یا خدمت قدیمی؛ ۴. اعمال تغییرات در ویژگی‌های ظاهری محصول یا خدمت قدیمی؛ ۵. نوآوری در روش، فرآیند یا فناوری تولید؛ ۶. نوآوری در توزیع و فروش؛ ۷. نوآوری در روش‌های بازاریابی؛ ۸. نوآوری در طراحی ساختار سازمانی؛ ۹. نوآوری در جذب منابع مالی به منظور سرمایه گذاری اولیه یا توسعه سرمایه موجود.

جدول ۱: مؤلفه‌های مختلف ابعاد متغیر مستقل تحقیق
(نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل محیطی در جهت‌گیری کارآفرینانه)

مؤلفه‌ها	ابعاد	نام متغیر
پایگاه اجتماعی خانواده	نگرش به تأثیر محیط تجربی شخصی در جهت‌گیری کارآفرینانه	
جایگاه اقتصادی خانواده		
ازدواج		
الگوپرداری از شخصیتی خاص		
حوادث ناگوار دوران کودکی و نوجوانی		
فعالیت کاری در طول دوران کودکی و نوجوانی		
مهاجرت		
طرد اجتماعی یا سیاسی		
اخراج از شغل قبلی		
ترک خدمت		
ور شکستگی		
پیشنهاد شراکت		
تحصیلات و دانش آکادمیک		
دوره‌های آموزشی آزاد		
تجربیات حرفه‌ای (شغلی)		
قابلیت‌های مدیریتی	نگرش نسبت به تأثیر محیط در جهت‌گیری کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی	
تسهیلات بانکی	نگرش به تأثیر نقش دولت در توسعه کارآفرینی	
تسهیلات صادرات		
تسهیلات واردات		
معافیت‌های مالیاتی		
معافیت‌های گمرکی		
رقابت دولتی (بسته بودن دولت)		
میزان تغییر در قوانین		
میزان شفافیت قوانین و مصوبات	نگرش به تأثیر نقش بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی	
تسهیلات مالی بخش خصوصی	نگرش به تأثیر قوانین و مقررات حقوقی در توسعه کارآفرینی	
تسهیلات غیر مالی بخش خصوصی		
تسهیلات اتحادیه کارفرمایی یا صنفی مربوطه		
قوانین تجارت و شرکت‌ها		
قوانین صادرات، واردات و گمرکی		
قوانین مالیاتی		
قوانین کار		
قوانین بیمه		
قوانین پولی و بانکی		

نام متغیر	ابعاد	مؤلفه ها
نگرش به تأثیر عوامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی		قوانین زیست محیطی، ایمنی و بهداشت
		امنیت اقتصادی
		افزایش قیمت‌ها و تورم
		رکود اقتصادی و نرخ بیکاری
		نحوه اخذ و بازپرداخت وام
		دسترسی به اطلاعات اقتصادی
		فساد اقتصادی و عواملی نظیر قاچاق، رانت و ...
		جهانی شدن (ورود به سازمان تجارت جهانی)
		تحریم‌های اقتصادی
		امنیت و ثبات سیاسی
نگرش به تأثیر عوامل سیاسی داخلی و خارجی در توسعه کارآفرینی		میزان مشارکت در ساختار سیاسی
		مناسبات بین المللی با سایر کشورها
		امنیت اجتماعی در سیستم‌های دولتی
نگرش به تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه کارآفرینی		فاصله طبقاتی
		مذهب، رسوم، سنت‌ها، ارزش‌ها و اسطوره‌ها
		وجود زیر ساخت‌های مناسب ارتباطی و فناوری اطلاعات
نگرش به تأثیر عوامل فناوری در توسعه کارآفرینی		دسترسی به بانک‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی
		تجارت الکترونیک
		وجود پارک‌های علمی و فناوری
		نرخ رشد جمعیت کشور
نگرش به تأثیر عوامل جمعیتی در توسعه کارآفرینی		ترکیب و ساختار جمعیت کشور (هرم سنی، جنسی و ...)

این ابعاد و مؤلفه‌ها بر اساس مطالعه دهها تعریف ارائه شده از سوی صاحب نظران در خصوص کارآفرین و کارآفرینی استخراج گردیده که فصل مشترک این تعاریف بر سه عنصر ایجاد، نوآوری و رشد استوار بوده است. شاخص‌های اندازه‌گیری برای مؤلفه‌های بعد ایجاد، تعداد هر واحد، برای مؤلفه‌های بعد رشد سازمانی متوسط تغییرات در پنج سال گذشته و برای مؤلفه‌های بعد نوآوری سازمانی، دو سطح بلی و خیر می‌باشد. نحوه محاسبه امتیازات برای متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲: نحوه محاسبه متغیر وابسته (ملاک) رفتار کارآفرینانه

رتبه	مؤلفه	مقیاس سطح اول	امتیاز	مقیاس سطح دوم	امتیاز	مقیاس سطح سوم	امتیاز	مقیاس سطح چهارم	امتیاز	مقیاس سطح پنجم	امتیاز
تعداد	ایجاد شرکت	۱ واحد	۱ امتیاز	۲ واحد	۲ امتیاز	۳ واحد	۳ امتیاز	۴ واحد	۴ امتیاز	بیش از ۴ واحد	۵ امتیاز
	راه اندازی شعبه داخلی	اصلاً	۰ امتیاز	۱ واحد	۱ امتیاز	۲-۳ واحد	۲ امتیاز	۴-۵ واحد	۳ امتیاز	بیش از ۵ واحد	۴ امتیاز
رشد و توسعه	راه اندازی شعبه خارجی	اصلاً	۰ امتیاز	۱ واحد	۱ امتیاز	۲-۳ واحد	۲ امتیاز	۴-۵ واحد	۳ امتیاز	بیش از ۵ واحد	۴ امتیاز
	تغییرات پرسنلی طی ۵ سال گذشته	کاهش زیاد	۰ امتیاز	کاهش نسبی	۰ امتیاز	ثابت	۰ امتیاز	افزایش نسبی	۱ امتیاز	افزایش زیاد	۲ امتیاز
نوآوری سازمانی	تغییرات فروش طی ۵ سال گذشته	کاهش زیاد	-۲ امتیاز	کاهش نسبی	-۱ امتیاز	ثابت	۰ امتیاز	افزایش نسبی	۱ امتیاز	افزایش زیاد	۲ امتیاز
	نوآوری در ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در کشور	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در شرکت	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در ویژگی‌های کارکردی محصول یا خدمت قدیمی	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در ویژگی‌های ظاهری محصول یا خدمت قدیمی	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در روش، فرآیند و تکنولوژی تولید	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در توزیع و فروش	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در روش‌های بازاریابی	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در طراحی ساختار سازمانی	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						
	نوآوری در جذب منابع مالی به منظور سرمایه‌گذاری اولیه یا توسعه سرمایه موجود	خیر	۰ امتیاز	بلی	۱ امتیاز						

۵. یافته‌ها و نتایج

الف) پاسخ به سؤال اول تحقیق:

خلاصه نتایج حاصل از داده‌ها در ارتباط با نگرش کارآفرینان نمونه آماری نسبت به تأثیر مؤلفه‌های مختلف عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه در جدول شماره (۳) ارائه شده است. این جدول حاوی آماره‌های توصیفی (میانگین و انحراف معیار) است و برای پاسخ به سؤال اول تحقیق استخراج شده است. اما اینکه با توجه به این آماره‌ها، کدام مؤلفه از ابعاد مختلف متغیر عوامل محیطی را می‌توان به عنوان یک ویژگی مؤثر در جهت‌گیری کارآفرینانه نام برد، خود یک مسئله است؛ در نظر گرفتن میانگین به تنهایی نمی‌تواند ما را به هدف رهنمون سازد، چرا که ممکن است میزان انحراف معیار آن، چنان باشد که پراکندگی زیاد داده‌ها را نشان دهد. لذا در خصوص مؤلفه‌های بعد نگرش کارآفرینان به محیط تجربی شخصی، مؤلفه‌هایی که در آنها میانگین بیشتر از ۳ (۳ معادل گزینه متوسط) و انحراف معیار کمتر از یک (یک، فاصله برابر بین گزینه‌های پاسخ) است مؤثر در جهت‌گیری کارآفرینانه قلمداد می‌شوند. در خصوص مؤلفه‌های سایر ابعاد، یعنی نقش دولت، نقش بخش خصوصی، قوانین و مقررات حقوقی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی داخلی و خارجی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل فناوری و عوامل جمعیتی از متغیر محیطی، مؤلفه‌هایی که در آنها میانگین مخالف ۳ (۳ معادل گزینه بدون تاثیر) و انحراف معیار کمتر از یک (یک، فاصله برابر بین گزینه‌ها) است، مؤثر در توسعه کارآفرینی قلمداد می‌شوند.

جدول ۳: جدول فراوانی نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر مؤلفه‌های مختلف محیطی در توسعه کارآفرینی

انحراف معیار	میانگین	فراوانی	مؤلفه‌ها	ابعاد
۱.۱۷	۳.۲۷	۱۱۸	پایگاه اجتماعی خانواده	نگرش به تأثیر محیط تجربی شخصی در جهت‌گیری کارآفرینانه
۱.۱۹	۲.۸۹	۱۱۵	جایگاه اقتصادی خانواده	
۱.۲۴	۲.۷۴	۱۱۳	ازدواج	
۱.۳۴	۲.۹۹	۱۱۶	الگوپردازی از شخصیتی خاص	
۱.۲۵	۱.۸۷	۱۱۶	حوادث ناگوار دوران کودکی و نوجوانی	
۱.۴۴	۳.۲۵	۱۱۹	فعالیت کاری در طول دوران کودکی و نوجوانی	
۱.۴۳	۲.۱۱	۱۱۴	مهاجرت	
۱.۰۵	۱.۴۲	۱۱۵	طرد اجتماعی یا سیاسی	
۰.۷۵	۱.۲۳	۱۱۵	اخراج از شغل قبلی	
۱.۳۹	۱.۸۱	۱۱۶	ترک خدمت	
۰.۸۸	۱.۳۴	۱۱۷	ورسکستگی	
۱.۳۳	۲.۶۰	۱۱۴	یشنهاد شراکت	
۱.۳۷	۳.۱۷	۱۱۸	تحصیلات و دانش آکادمیک	
۱.۴۶	۲.۹۷	۱۱۵	دوره‌های آموزشی آزاد	
۰.۹۹	۴.۱۰	۱۱۷	تجربیات حرفه ای (شغلی)	
۰.۷۵	۴.۴۶	۱۱۸	قابلیت‌های مدیریتی	
۰.۹۷	۴.۰۹	۱۱۶	تسهیلات بانکی	نگرش به تأثیر نقش دولت در توسعه کارآفرینی
۰.۸۲	۴.۰۷	۱۰۹	تسهیلات صادرات	
۱.۰۷	۳.۵۷	۱۰۹	تسهیلات واردات	
۰.۹۳	۴.۱۵	۱۱۷	معافیت‌های مالیاتی	
۱.۱۱	۳.۸۶	۱۱۱	معافیت‌های گمرکی	
۱.۳۱	۲.۴	۱۰۶	رقابت دولتی (بسته بودن دولت)	
۱.۴۸	۲.۸۲	۱۰۸	میزان تغییر در قوانین	
۱.۱۸	۴.۰۹	۱۱۳	میزان شفافیت قوانین و مصوبات	
۰.۸۹	۴.۰۱	۱۱۴	تسهیلات مالی بخش خصوصی	نگرش به تأثیر نقش بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی
۰.۷۰	۴.۰۹	۱۱۳	تسهیلات غیر مالی بخش خصوصی	
۰.۸۹	۳.۸	۱۱۰	تسهیلات اتحادیه کارفرمایی یا صنفی مربوطه	
۱.۰۱	۳.۷۷	۱۱۰	قوانین تجارت و شرکت‌ها	نگرش به تأثیر قوانین و مقررات حقوقی در توسعه کارآفرینی
۱.۱۶	۳.۷۹	۱۱۰	قوانین صادرات، واردات و گمرکی	
۱.۳۶	۳.۶۱	۱۱۴	قوانین مالیاتی	
۱.۶۲	۳.۲۴	۱۱۳	قوانین کار	
۱.۵۵	۳.۲۱	۱۱۴	قوانین بیمه	
۱.۵۲	۳.۴۵	۱۱۳	قوانین پولی و بانکی	
۱.۰۴	۳.۶۱	۱۱۳	قوانین زیست محیطی، ایمنی و بهداشت	

انحراف معیار	میانگین	فراوانی	مؤلفه ها	ابعاد
۱.۲۶	۴.۲۲	۱۱۶	امنیت اقتصادی	نگرش به تأثیر عوامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی
۱.۳۰	۲.۳۶	۱۱۳	افزایش قیمت‌ها و تورم	
۱.۳۰	۲.۲۴	۱۱۶	رکود اقتصادی و نرخ بیکاری	
۱.۳۲	۳.۵۳	۱۱۴	نحوه اخذ و بازپرداخت وام	
۱.۲۰	۳.۹۲	۱۱۴	دسترسی به اطلاعات اقتصادی	
۱.۳۲	۱.۸۳	۱۱۲	فساد اقتصادی و عواملی نظیر قاچاق، رانت و ...	
۱.۰۸	۳.۹۴	۱۱۱	جهانی شدن (ورود به سازمان تجارت جهانی)	
۱.۴۰	۲.۳۹	۱۱۳	تحریم‌های اقتصادی	
۱.۲۵	۴.۲۰	۱۱۳	امنیت و ثبات سیاسی	نگرش به تأثیر عوامل سیاسی داخلی و خارجی در توسعه کارآفرینی
۰.۹۵	۴.۱۵	۱۱۰	میزان مشارکت در ساختار سیاسی	
۰.۹۵	۴.۴۱	۱۱۱	مناسبات بین المللی با سایر کشورها	
۱.۰۵	۴.۰۸	۱۱۲	امنیت اجتماعی در سیستم‌های دولتی	نگرش به تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه کارآفرینی
۱.۰۵	۲.۶۳	۱۱۲	فاصله طبقاتی	
۰.۹۱	۳.۵۳	۱۱۳	مذهب، رسوم، سنت‌ها، ارزش‌ها و اسطوره‌ها	
۰.۸۷	۴.۳۵	۱۱۳	وجود زیر ساخت‌های مناسب ارتباطی و فناوری اطلاعات	نگرش به تأثیر عوامل فناوری در توسعه کارآفرینی
۰.۸۱	۴.۳۴	۱۱۴	دسترسی به بانک‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی	
۰.۸۶	۴.۰۹	۱۱۴	تجارت الکترونیک	
۰.۷۹	۴.۰۶	۱۱۲	وجود پارک‌های علمی و فناوری	
۱.۱۱	۳.۳۳	۱۱۰	نرخ رشد جمعیت کشور	نگرش به تأثیر عوامل جمعیتی در توسعه کارآفرینی
۰.۹۳	۳.۶۷	۱۰۶	ترکیب و ساختار جمعیت کشور (هرم سنی، جنسی و ...)	

منبع: محاسبات تحقیق

با توضیح یاد شده و با توجه به جدول شماره (۳):

- ♦ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر محیط تجربی شخصی، می‌توان مؤلفه‌های تجربیات شغلی (حرفه‌ای) و قابلیت‌های مدیریتی را در جهت‌گیری کارآفرینانه مؤثر دانست.
- ♦ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر نقش دولت، می‌توان مؤلفه‌های تسهیلات بانکی، تسهیلات صادرات و معافیت‌های مالیاتی (مانند تخفیف‌های مالیاتی برای مناطق محروم یا کالاهای ویژه) را در توسعه کارآفرینی مؤثر دانست.
- ♦ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر نقش بخش خصوصی، می‌توان مؤلفه‌های تسهیلات مالی بخش خصوصی (مانند اعطای وام و لیزینگ ماشین آلات)، تسهیلات غیر مالی بخش خصوصی (مانند مشاوره‌های حقوقی، مدیریتی و اقتصادی) و تسهیلات اتحادیه کارفرمایی

- یا صنفی مربوط را در توسعه کارآفرینی تاثیرگذار دانست.
- ◆ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر قوانین و مقررات حقوقی و نیز از بعد تأثیر عوامل اقتصادی، هیچ یک از مؤلفه‌های ذکر شده را نمی‌توان در توسعه کارآفرینی مؤثر دانست.
 - ◆ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل سیاسی داخلی و خارجی، می‌توان مؤلفه‌های میزان مشارکت در ساختار سیاسی و مناسبات بین‌المللی با سایر کشورها را مؤثر در توسعه کارآفرینی عنوان نمود.
 - ◆ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی، مؤلفه مذهب، سنن، آداب و رسوم، ارزش‌ها و اسطوره‌ها در توسعه کارآفرینی مؤثر است.
 - ◆ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل فناوری، می‌توان مؤلفه‌های زیرساخت‌های مناسب ارتباطی و فناوری اطلاعات، دسترسی به بانک‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی، تجارت الکترونیک و وجود پارک‌های علم و فناوری (و مراکز رشد) را مؤثر در توسعه کارآفرینی عنوان نمود.
 - ◆ از بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل جمعیتی، می‌توان مؤلفه ترکیب و ساختار جمعیت کشور (هرم سنی، جنسی و ...) را مؤثر در توسعه کارآفرینی عنوان نمود.

ب) پاسخ به سؤال دوم تحقیق:

- در جدول (۴)، خلاصه نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل همبستگی مؤلفه‌های مختلف نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر هر یک از عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه با متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه ارائه شده است.
- ◆ ملاحظه می‌شود که از مؤلفه‌های بعد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر محیط تجربی شخصی، جایگاه اقتصادی خانواده و مهاجرت در سطح ۹۵ درصد و ازدواج، الگوبرداری، حوادث ناگوار دوران کودکی و قابلیت‌های مدیریتی در سطح ۹۹ درصد با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی‌دار دارند. بدین مفهوم که با توجه به نگرش کارآفرینان، هرچه تأثیر این مؤلفه‌ها در جهت‌گیری کارآفرینانه بیشتر باشد، احتمال بروز سطح بالاتری از رفتار کارآفرینانه بیشتر است. این مطلب بیانگر اهمیت وجود مؤلفه‌های یاد شده در شروع یک فعالیت کارآفرینانه است.

جدول ۴: مؤلفه‌های منتج از آزمون همبستگی مؤلفه‌های مختلف متغیر مستقل عوامل محیطی با متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه

آزمون همبستگی		مؤلفه	بعد	متغیر
سطح اطمینان (%)	ضریب R			
۹۹	۰.۴۰۷	قابلیت‌های مدیریتی	محیط تجربی شخصی	نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر محیط در جهت‌گیری کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی
۹۹	۰.۲۹۶	الگو برداری		
۹۹	۰.۳۱۱	حوادث ناگوار دوران کودکی		
۹۹	۰.۳۱۶	ازدواج		
۹۵	۰.۲۲۶	جایگاه اقتصادی خانواده		
۹۵	۰.۱۹۴	مهاجرت		
		- نقش دولت		
		- نقش بخش خصوصی		
		- قوانین و مقررات حقوقی		
		- عوامل اقتصادی		
		- عوامل سیاسی داخلی و خارجی		
۹۵	-۰.۲۳۱	امنیت اجتماعی سیستم‌های دولتی	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
		-	عوامل فناوری	
		-	عوامل جمعیتی	

منبع: محاسبات تحقیق

- ♦ از دیدگاه کارآفرینان هیچ یک از مؤلفه‌های ابعاد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل محیطی، شامل نقش بخش دولتی، نقش بخش خصوصی، قوانین و مقررات حقوقی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی داخلی و خارجی، عوامل فناوری و عوامل جمعیتی در توسعه کارآفرینی، دارای همبستگی معنی دار با رفتار کارآفرینانه نیستند.
- ♦ ملاحظه می‌شود که از بین مؤلفه‌های بعد تأثیر نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان، امنیت اجتماعی سیستم‌های دولتی (مانند تأمین اجتماعی، حقوق باز نشستگی، حق بیمه بیکاری و ...) در سطح ۹۵ درصد با ضریب همبستگی ۰/۲۳۶ - با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی دار دارد. به عبارت دیگر می‌توان گفت از نظر کارآفرینانی که سطح بالاتری از رفتار کارآفرینانه را بروز می‌دهند، امنیت اجتماعی سیستم‌های دولتی اثری محدود کننده و منفی در توسعه کارآفرینی دارد.

در جدول (۵)، نتایج روابط همبستگی ابعاد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر عوامل محیطی در جهت‌گیری کارآفرینانه با رفتار کارآفرینانه آنان آمده است.

جدول ۵: جدول همبستگی ابعاد نگرش کارآفرینان نسبت به تأثیر محیط در جهت‌گیری کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی با رفتار کارآفرینانه (n=119)

عوامل اقتصادی	قوانین و مقررات حقوقی	نقش بخش خصوصی	نقش دولت		
-۰.۰۱۷ ۰.۸۵۵	-۰.۰۶۷ ۰.۴۶۷	۰.۰۸۱ ۰.۳۷۹	۰.۰۱۸ ۰.۸۴۴	ضریب همبستگی پیرسون سطح معنی داری	رفتار کارآفرینانه
عوامل جمعیتی	عوامل فناوری	عوامل فرهنگی و اجتماعی	عوامل سیاسی داخلی و خارجی		
۰.۲۶ ۰.۷۷۹	-۰.۰۷۳ ۰.۴۳۳	-۰.۱۹۳ ۰.۰۳۶	-۰.۱۳۰ ۰.۱۵۸	ضریب همبستگی پیرسون سطح معنی داری	رفتار کارآفرینانه
			محیط تجربی شخصی		
			۰.۳۱۹ ۰.۰۰۰	ضریب همبستگی پیرسون سطح معنی داری	رفتار کارآفرینانه

منبع: محاسبات تحقیق

همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، از ابعاد مختلف تأثیر عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان، عوامل فرهنگی و اجتماعی در سطح ۹۵ درصد با ضریب همبستگی $-۰/۱۹۳$ و محیط تجربی شخصی در سطح ۹۹ درصد با ضریب همبستگی $۰/۳۱۹$ با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی دار دارند. بدین مفهوم که:

- هر چه نگرش فرد کارآفرین نسبت به اثر محدود کننده مؤلفه‌های عوامل فرهنگی و اجتماعی شامل مذهب و سنن، فاصله طبقاتی، امنیت اجتماعی در سیستم‌های دولتی در توسعه کارآفرینی بیشتر باشد، احتمال بروز رفتار کارآفرینانه بیشتر است.
- هر چه نگرش فرد کارآفرین نسبت به تأثیر مثبت محیط تجربی شخصی در جهت‌گیری کارآفرینانه او زیادتر باشد، احتمال بروز رفتار کارآفرینانه بیشتر است.

توجه: همانطور که در جداول (۴ و ۵) مشاهده می‌شود، هر چند همبستگی تعداد قابل توجهی از مؤلفه‌ها و ابعاد با رفتار کارآفرینانه معنی دار است، اما مقدار ضریب همبستگی بعضی از مؤلفه‌ها پایین است. از دلایلی که می‌تواند احتمالاً برای پایین بودن ضریب همبستگی مترتب باشد، عدم وجود یک طیف یکسان در جامعه آماری تحقیق است. جامعه آماری این تحقیق، کارآفرینان بخش‌های مختلف صنایع و خدمات را فارغ از جنسیت، سن، تحصیلات، حوزه تخصصی فعالیت، و ... در بر می‌گیرد. بدیهی است به طور مثال، ریسک پذیری مورد نیاز برای شروع یک فعالیت کارآفرینانه در صنایع مختلف، متفاوت است. البته این از محدودیت‌های یک تحقیق با چنین جامعه گسترده‌ای است.

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

از دیدگاه کارآفرینان، مؤلفه‌های زیر (۱۷ مؤلفه از ۵۳ مؤلفه مندرج در جدول ۳) بر توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه مؤثر هستند:

- تجربیات شغلی (حرفه‌ای)، قابلیت‌های مدیریتی؛
- تسهیلات بانکی، تسهیلات صادرات و معافیت‌های مالیاتی؛
- تسهیلات مالی و غیر مالی بخش خصوصی و تسهیلات اتحادیه کارفرمایی یا صنفی؛
- میزان مشارکت در ساختار سیاسی، مناسبات بین‌المللی با سایر کشورها؛
- مذهب، سن، آداب و رسوم و ارزش‌ها؛
- زیرساخت‌های مناسب ارتباطی، فناوری اطلاعات، دسترسی به بانک‌های اطلاعاتی، تجارت الکترونیک و وجود پارک‌های علم و فناوری؛
- ترکیب و ساختار جمعیت کشور؛

از سوی دیگر، از دیدگاه کارآفرینان، سایر مؤلفه‌های مندرج در جدول ۳ (از جمله مؤلفه‌های مربوط به عوامل اقتصادی و قوانین و مقررات)، در توسعه کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه مؤثر نیستند. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات موریس و لوئیس (از نظر تجربیات شغلی، زیرساخت‌های مالی و تدارکاتی و سیاسی)، هیسریچ و پیترز (از نظر نظام‌های حمایتی)، استونر (از نظر معافیت‌های مالیاتی، مقررات و ثبات سیاسی)، هارلی (از نظر تسهیلات و امکانات)، پروکوپنکو (از نظر برخی راهکارهای ساختاری شامل ایجاد اشکال جدید ساختاری، ایجاد مراکز رشد کسب و

کار) و سرانجام با نتایج تحقیقات کولینگ و بای گریو (از نظر مزایای حق بیکاری در سیستم‌های تأمین اجتماعی یک کشور) مطابقت دارد و در مقابل اریکسون در تحقیقات خود به الگوی نقش، موریس و لوئیس به زمینه‌های خانوادگی در دوران کودکی، عوامل و ساختارهای اقتصادی و ساختارهای قانونی، هیسریچ به الگوی نقش، استونر به تأثیر تورم و مقررات، هارلی به سهولت دسترسی به امکانات حمل و نقل اشاره می‌کنند که با نتایج پژوهش حاضر همسویی ندارند. در توجیه این امر می‌توان به تعدد و تنوع در تعاریف کارآفرینی مستقل و نیز طیف مورد مطالعه در جامعه آماری اشاره کرد.

به هر حال با عنایت به نتایج حاصله، توجه داشتن به موارد زیر می‌تواند زمینه‌های توسعه کارآفرینی را بیش از پیش فراهم نماید:

- آموزش مهارت‌های کارآفرینی و مدیریت کسب و کار به منظور تقویت قابلیت‌های مدیریتی؛

- ایجاد تسهیلات بانکی مناسب؛

- پیش بینی تشویق‌ها و تسهیلات مؤثر صادراتی؛

- تصویب معافیت‌های تشویقی مؤثر مالیاتی از کسب و کارهای مبتنی بر کارآفرینی و نوآوری؛

- بستر سازی و کمک به بخش خصوصی در ارائه تسهیلات مالی و غیر مالی؛

- ایجاد فضای سیاسی مشارکتی؛

- تقویت و گسترش زیر ساخت‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات؛

- ایجاد و گسترش مراکز رشد کسب و کار و پارک‌های علم و فناوری؛

- ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی در جامعه و بخصوص دانشجویان و دانش‌آموختگان

دانشگاه‌ها؛

- ایجاد فضای کسب و کار، شناسایی، معرفی و تشویق کارآفرینان برتر؛

در این صورت می‌توان انتظار داشت جمعیت فعال کشور و بخصوص دانش‌آموختگان

دانشگاهی با گرایش به کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای مستقل در رفع معضل بیکاری جامعه

خویش و رونق اقتصادی در کشور، ایفای نقش نمایند.

References

1. Ahmadpour, Mahmoud (1998), "**Designing and Modeling for Training of Entrepreneurial Managers at Industry**", PhD thesis, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran. (In Persian).
2. Ahmadpour, Mahmoud (2002), "**Entrepreneurship: Mdefinitions, Theories, and Models**", Tehran, Iran, Pardis-e 57 Publications. (In Persian).
3. Ahmadpour, Mahmoud and Azizi, Mohammad (2005), "**Entrepreneurship- Doing and Learning Cluster**", 2nd ed., Tehran, Iran, Mehrab-e-Ghalam Publications. (In Persian).
4. Ahmadpour, Mahmoud and Moghimi, Mohammad (2006), "**Fundamental of Entrepreneurship**", Tehran, Iran, Nashr-e-Farandish Publications. (In Persian).
5. Bosma, N. & Harding, R. (2007), "**Global Entrepreneurship, GEM 2006 Summary Results**", available at: <http://www.gemconsortium.org/documents>
6. Cornwall, Jeffrey & Perlman, Baron, (1990), "**Organizational Entrepreneurship**", Richard Irwin.
7. Cowling, M. & Bygrave, W.D., (2003), "**Entrepreneurship and Unemployment**", available at: <http://www.gemconsortium.org/files>
8. Erikson, Truls, (2003), Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Learning Experiences among Potential Entrepreneurs, Vol.10, No.1.
9. Fry, Fred L., (1993), "**Entrepreneurship: A Planning Approach**", West Publishing Company.
10. Gelard, Parvaneh (2005), "**Modeling for Women Entrepreneurship Development in Iran**", PhD Thesis, Islamic Azad University of Iran, Tehran, Iran. (In Persian).
11. Hisrich, Robert D. & Peters, Michael P., (2002), "**Entrepreneurship**", McGraw- Hill.
12. Hurley, Amy, (1999), "**Incorporating Feminist Theories to Sociological Theories of Entrepreneurship**", *Women in Management Review*, Vol.14, No.2.
13. Kuratko, Donald F. & Hodgetts Richard M., (2001), "**Entrepreneurship: a Contemporary Approach**"; Harcourt College Publishers.
14. Moghimi, Mohammad (2005), "**Entrepreneurship in Public Organizations**", Tehran, Iran, Nashr-e-Farandish Publications. (In Persian).
15. Morris, Michael & Lewis, Pamela, (1995), "**the Determinants of Entrepreneurial Activity: Implication for Marketing**"; *European Journal of Marketing*, Vol.29, No.7.
16. Morrison, Alison, (2000), Entrepreneurship: **What Triggers It?**, *International Journal of Entrepreneurship Behavior and Research*, Vol.6, No.2.
17. Prokopenko, Joseph & Pavlin, Igor, (1991), "**Entrepreneurship Development in Public Enterprises**", International Labor Office.

18. Saber Rezazadeh, Fifouzeh (2000), "**The Mechanisms of Women Entrepreneurship Development in Iran**", MBA Thesis, Management Faculty, Industrial Management Organization. (In Persian).
19. Schumpeter, J., (1934), "**The Theory of Economic Development**", Cambridge, Harvard.
20. Stoner, James, Freeman, Edward & Gilbert, Daniel, (1998), "**Management**", Prentice-Hall.
21. Timmons, Jeffrey A. & Spinelli, Stephen, (2004), "**New Venture Creation**", McGraw-Hill.