

ارزیابی اثربخشی طرح بنگاه‌های زودبازده

دکتر علی دیواندری *

دکتر محمد رضا زالی **

محمد مهدی کولوبندی ***

چکیده:

تأمین مالی برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای جدید مانند کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) که معمولاً دارایی‌های کمتری به عنوان تضمین در اختیار دارند، یکی از مهمترین مراحل فرایند کارآفرینانه می‌باشد. به همین دلیل بسیاری از دولت‌ها طرح‌ها، برنامه‌ها و قوانین و مقررات مناسبی در جهت تسهیل تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) تدوین و اجرا می‌کنند. در ایران نیز، طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین برای تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) اجرا شده است.

این مطالعه به ارزیابی اثربخشی طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین در استان تهران، در مورد بنگاه‌های توسعه‌ای که از بانک ملت تسهیلات دریافت کرده‌اند، می‌پردازد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که اجرای طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین در کسب و کارهای توسعه‌ای مورد پژوهش، منجر به افزایش گرایش کارآفرینانه، اشتغال‌زایی، رشد فروش، سودآوری، انتظار اشتغال‌زایی و عملکرد جذب مشتری نسبت به قبل از دریافت تسهیلات شده است. همچنین رتبه میانگین رشد فروش کسب و کارهای مورد بررسی بعد از دریافت تسهیلات (۳/۰۴) افزایش قابل توجهی نسبت به قبل از دریافت تسهیلات (۲/۴۶) داشته است.

بنابراین حداقل در مورد بنگاه‌های توسعه‌ای مورد بررسی، اجرای این طرح اثربخش بوده است.

واژگان کلیدی: تأمین مالی، کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME)، طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین، گرایش کارآفرینانه، رشد، اشتغال‌زایی، سودآوری، اثربخشی

- * مدیر عامل بانک ملت و دانشیار دانشگاه تهران
- ** استادیار دانشگاه مازندران
- *** کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

کاروبار

فصلنامه علمی-تخصصی پژوهش‌های اقتصادی



کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد، نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات، همواره در حال تغییر می‌باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید به ارمغان می‌آورد. کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME)، ماحصل رشد کارآفرینی در جوامع هستند و به دلیل سهم گسترده‌ای که این واحدها در تولید ناخالص ملی، ایجاد شغل، مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی، خوداشتغالی و تسهیل مشکلات اقتصادی داشته‌اند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. در سال ۱۹۹۹ کسب و کارهای کوچک در آمریکا حدود ۶۸/۲ میلیون نفر در استخدام خود داشته‌اند که این رقم حدود ۵۸ درصد از نیروی کار بخش خصوصی را شامل می‌شود (شفیعی و شقاقی؛ ۱۳۸۲). در ایران ۹۹/۴ درصد از کسب و کارهای موجود، شامل کسب و کارهای کوچک و متوسط است که بیش از ۶۰ درصد از نیروی کار بخش خصوصی در این موسسات خدمت می‌کنند و سهم ارزش افزوده آنها در اقتصاد معادل ۳۴ درصد برآورد شده است (شفیعی و شقاقی؛ ۱۳۸۲). در کشور مانیز با توجه به وجود نیروی کار جوان و حرکت به سوی اقتصاد کارآفرین چند سالی است که مقوله کارآفرینی و توجه به کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) مورد توجه قرار گرفته است. از آنجا که دسترسی به سرمایه، یکی از عوامل مهم برای SMEها است (Shepherd; 2004; Wiklund, 2006)، بحث تأمین مالی برای کسب و کارها یکی از مباحث روز پژوهش‌ها و موضوعات دانشگاهی است. همچنین در اینکه تفاوت‌های مالی بین شرکت‌های کوچک و شرکت‌های بزرگ و سهامی عام وجود دارد، موافقت عمومی وجود دارد. (Vos et al, 2006). در ایران نیز پژوهشی نشان داده است که خطرپذیری مالی زیاد، ناتوانی در تأمین مالی، و موانع اداری به عنوان مهمترین عوامل ضدانگیزشی کارآفرینی در ایران مطرح هستند (زالی و رضوی، ۱۳۸۷).

دولت‌ها نیز به دنبال راه‌هایی برای تأمین مالی و کمک به کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) هستند و به این منظور نقش‌ها و کارکردهای متفاوتی ایفا می‌کنند. یکی از مهمترین نقش‌های دولت، نقش‌های تنظیمی مانند قوانین مالیاتی، توسعه بازارها و ابزارهای مالی و پرداخت وام‌های ضروری است (دانایی فرد و دیگران، ۱۳۸۶). در ایران نیز دولت با ارائه تسهیلات بانکی برای تأمین مالی بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین گام‌هایی را به منظور حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) و نیز کمک به ایجاد اشتغال در سطح کشور برداشته است.

با توجه به گستردگی این طرح که از اواخر سال ۱۳۸۴ در سراسر کشور به اجرا درآمده است و بیش از ۱۸ هزار میلیارد تومان اعتبار صرف آن شده، بررسی و ارزیابی اثربخشی این طرح به منظور تصمیم‌گیری در مورد چگونگی این طرح و بهبود آن امری بسیار مهم و اجتناب‌ناپذیر است. با توجه به اهداف این طرح که شامل افزایش تولید، تقویت تحرک اقتصادی، تقویت کارآفرینی، اشتغال‌زایی و افزایش فرصت‌های شغلی جدید است، سؤال اساسی این است که این طرح تا چه حد توانسته است اثربخش باشد و به بنگاه‌های کوچک، زودبازده و کارآفرین کمک کند؟ در این مقاله، تلاش شده است تا پاسخ این سؤال را بر مبنای رویکرد «نیل به هدف» یافته و به ارزیابی اثربخشی این طرح از طریق نظر سنجی از کارآفرینان دریافت‌کننده این تسهیلات در استان تهران پرداخته شود.

دولت با ارائه تسهیلات بانکی برای تأمین مالی بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین گام‌هایی را به منظور حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط و نیز کمک به ایجاد اشتغال در سطح کشور برداشته است

بررسی پیشینه تحقیق

یکی از مسائل مهمی که کارآفرینان در ابتدای راه‌اندازی کسب و کار با آن روبرو هستند، مسأله چگونگی تأمین مالی (Finance) کسب و کار آنهاست. هر گونه راه‌اندازی کسب و کار نیازمند حداقل سرمایه‌ای است که توسط فرد یا تیم کارآفرین می‌باید تأمین شود (زالی و رضوی، ۱۳۸۷) اما معمولاً تهیه این سرمایه برای کارآفرینان مقدور نیست. بدون تأمین مالی کافی، کسب و کارهای نوپا هرگز به موفقیت نخواهند رسید. کمبود سرمایه‌گذاری عاملی مؤثر در شکست بسیاری از کسب و کارهاست. با این حال به دلیل نرخ بالای مرگ و میر کسب و کارهای کوچک جدید و نیز نداشتن دارایی برای پشتوانه قرار دادن آنها نزد وام‌دهندگان، موسسات مالی تمایل چندانی به قرض دادن و جوه یا سرمایه‌گذاری در آنها ندارند. (بیگدلو، ۱۳۸۵) همچنین این بدان معنی نیست که کارآفرینانی که از مرحله راه‌اندازی عبور کرده‌اند، دارای مشکل تأمین مالی نیستند. علاوه بر زمان راه‌اندازی، مواجه شدن با فشارهای مالی یکی از مسائلی است که کارآفرینان به طور روزمره با آن مواجهند. (GEM, 2007) این مسأله برای توسعه کسب و کار و یا تأمین سرمایه در گردش کسب و کار نیز بسیار مهم و حیاتی است. به طور کلی تأمین مالی یکی از رایج‌ترین ضعف‌های شرکت‌های کوچک است که معمولاً به صورت مشکلات کمبود سرمایه^۱ یا سرمایه در گردش (جریان نقد^۲) می‌باشد. (جکسون^۳، ۲۰۱۰)

به منظور ارزیابی اثربخشی طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین، معیارهایی برای ارزیابی عملکرد کسب و کار و تأثیر دریافت تسهیلات بر آنها مورد نیاز بود به طوری که بتوان آن معیارها را در قبل و بعد از تسهیلات مقایسه کرد.

اسکریوین^۴ در سال ۱۹۹۱ ارزیابی را چنین تعریف می‌کند:

«ارزیابی فرایند تعیین شایستگی^۵، بها^۶ و ارزش^۷ چیزها و ارزیابی محصول این فرایند است.»^۸

البته این تعریفی بین رشته‌ای است و گسترده‌تر از یک محدوده مانند علوم اجتماعی کاربردی است. این تعریف، گسترش رشته‌ای را علاوه بر منطق طراحی و آمار فراهم می‌سازد. ارزیابی دو فرایند را ترکیب می‌کند. گردآوری، تحلیل، ساده سازی یا استانداردسازی داده، فقط گام نخست در ارزیابی است. گام دوم به صورت غیر قابل اجتنابی شامل وضع ارزش‌ها و استانداردهاست. به هر حال در زمینه ارزیابی برنامه، برنامه‌های کمک‌ها و وام‌ها موضوعاتی کاملاً جذاب هستند.

1- Goal Attainment Approach
2- under capitalization
3- Cash flow
4- Jackson

5- Scriven
6- Merit
7- Worth
8- Value

از آنجا که مشخصات و ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME) متفاوت از همتایان بزرگترشان است، سعی بر این بوده است که معیارهای متناسبی را برای سیستم ارزیابی عملکرد این شرکت‌ها به دست بیاوریم. مباحث مالی، در اشکال مختلف، به عنوان بعد مهم و حیاتی عملکرد می‌باشد. همچنین مسائل مربوط به بازار و رضایت مشتریان در خارج از سازمان و نیز امور مربوط به پرسنل و منابع انسانی به طور مکرر به عنوان حوزه‌های حیاتی ارزیابی مطرح شده‌اند. (هادسون و همکاران، ۲۰۰۱)

شکل شماره ۱ دسته بندی اصطلاحات یافته شده در ادبیات را در قالب شش دسته مختلف نشان می‌دهد که تمام جنبه‌های کسب و کار را پوشش می‌دهد: نتایج مالی، عملکرد اجرایی (عملیاتی) از طریق ابعاد زمان، کیفیت و انعطاف پذیری، شیوه‌ای که کسب و کار از بیرون درک می‌شود (از طریق مشتریان) و نیز ابعاد فرهنگی محیط کار (از طریق بعد منابع انسانی). همچنین این نکته بسیار مهم است که کلیت این حوزه‌ها در زمان ارزیابی‌ها حمایت کننده و در راستای راهبردهای کسب و کار باشد.

جدول شماره ۱ - ابعاد بحرانی عملکرد (Hudson et al., 2001)

کیفیت	زمان	انعطاف پذیری
<ul style="list-style-type: none"> ❖ محصول ❖ تحویل ❖ قابلیت اطمینان ❖ وابستگی به ضایعات ❖ نوآوری 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ زمان آماده سازی ❖ فرایند قابلیت اطمینان ❖ زمان توان عملیاتی ❖ زمان پردازش ❖ زمان چرخه بهره‌وری ❖ سرعت تحویل ❖ کارایی نیروی کار ❖ استفاده از منابع 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ اثر بخشی تولید ❖ استفاده از منابع ❖ انعطاف پذیری در حجم ❖ معرفی محصول جدید ❖ سیستم‌های رایانه ای ❖ رشد آتی ❖ نوآوری محصول
مالی	رضایت مشتریان	منابع انسانی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ جریان نقد ❖ سهم بازار ❖ کاهش هزینه‌های سربار ❖ عملکرد انبار ❖ کنترل هزینه‌ها ❖ فروش ❖ سودآوری ❖ کارایی ❖ کاهش هزینه محصول 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ سهم بازار ❖ خدمت ❖ تصویر یکپارچه با مشتریان ❖ رقابت پذیری ❖ نوآوری ❖ قابلیت اطمینان تحویل 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ارتباطات کارمند ❖ درگیر شدن کارمند ❖ نیروی کار ❖ یادگیری ❖ مهارت نیروی کار ❖ کارایی نیروی کار ❖ کیفیت کار ❖ زندگی ❖ استفاده از منابع ❖ بهره‌وری

همچنین ادبیات موجود بیان می‌کند که کسب و کارهای کوچک و متوسط در تعدادی از ویژگی‌های کلیدی از شرکت‌های بزرگتر متمایزند و نکات کلی زیر مطرح می‌شوند: (هادسون و همکاران، ۲۰۰۱)

- ❖ مدیریت شخصی با اندکی اختیارات تفویض شده
- ❖ محدودیت منابع جدی در زمینه مدیریت و نیروی انسانی و همین‌طور منابع مالی
- ❖ اتکا به تعداد کمی از مشتریان و فعالیت در بازارهای محدود
- ❖ ساختارهای مسطح و انعطاف پذیر
- ❖ پتانسیل نوآوری بالا
- ❖ واکنشی و انفعالی^۱
- ❖ غیر رسمی و راهبردهای پویا^۲

1- Hudson
2- Reactive
3- Dynamic Strategies

محدودیت منابع مربوط به کسب و کارهای کوچک و متوسط اشاره به این دارد که کیفیت و زمان برای اطمینان از اینکه سطح ضایعات پایین نگه داشته شده است، بسیار لازم و حیاتی است. به طور مشابه اتکا به تعداد کمی از مشتریان نشان می‌دهد که باید رقابتی ماند و کسب و کارهای کوچک و متوسط باید اطمینان حاصل کنند که رضایت مشتریان در حد بالایی باقی می‌ماند و آنها باید به اندازه کافی انعطاف پذیر باشند تا بتوانند به تغییرات بازار، به سرعت واکنش نشان دهند. همچنین رویکرد مشتری مدار در کسب و کارهای کوچک و متوسط اثر مثبتی بر عملکرد آنان دارد. (آپیا آدو^۱ و سینگ^۲، ۱۹۹۸)

ابعاد مالی عملکرد هم برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و هم برای شرکت‌های بزرگ، حیاتی است اما با فرض کمبود خالص ایمنی پولی برای جذب اثر کوتاه مدت نوسانات که ناشی از تغییرات است، این بُعد در کسب و کارهای کوچک و متوسط مهم‌تر است. سال‌ها

مورفی^۳ و همکاران (۱۹۹۶) متغیرهایی را برای اندازه‌گیری عملکرد سازمانی در تحقیقات کارآفرینی در سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۳ استفاده کردند. در نهایت آنها ۷۱ متغیر وابسته را برای اندازه‌گیری در نمونه آماریشان شناسایی کردند. آنها این متغیرها را به ۸ بعد مختلف عملکرد دسته بندی کردند. وابستگی بالای منابع داده‌های اصلی^۴ در تحقیقات کارآفرینی رایج و مرسوم است، چرا که عموماً منابع داده‌های مالی همگانی برای شرکت‌های غیر سهامی عام وجود ندارد. یافته دیگر این بود که متغیرهای عملکردی که استفاده شدند بیشتر متغیرهای اصلی مالی بودند تا این که متغیرهای عملیاتی باشند. (کارتن^۵ و هوفر^۶، ۲۰۰۶)

جدول شماره ۲: دسته بندی و فراوانی ابعاد و معیارهای عملکرد در پژوهش مورفی و همکاران

تعداد	معیار	تعداد	معیار	بُعد
۲	میانگین بازگشت دارایی‌ها	۱۳	بازگشت سرمایه	کارایی
۱	فروش خالص به کل سرمایه	۹	بازگشت حقوق صاحبان سهام	
۱	بازگشت میانگین حقوق صاحبان سهام	۹	بازگشت دارایی‌ها	
۱	نرخ بازگشت داخلی	۶	بازگشت ارزش خالص	
۱	هزینه‌های نسبی محصول	۳	درآمد ناخالص بر حسب هر کارمند	
۱	تولید در شغل	۲۳	تغییر در فروش	
۱	ایجاد شرکت	۵	تغییر در کارکنان	
۱	تغییر در ارزش جاری	۲	رشد سهم بازار	
۱	تعداد کسب مالکیت	۲	تغییر در حاشیه درآمد خالص	
۱	تغییر در سود قبل از مالیات	۲	تغییر در جریان خدمات مدیرعامل	
۱	رشد وام	۱	تغییر در هزینه کارگر به درآمد	
۱	درک قیمت سهم	۱۱	بازگشت فروش	سودآوری
۱	قیمت به عایدی	۸	حاشیه سود خالص	
۱	ارزیابی مخاطب	۷	حاشیه سود ناخالص	
۱	عایدی هر سهم	۵	سطح سود خالص	
۱	بازگشت میانگین فروش	۵	سود خالص عملیاتی	
۱	میانگین حاشیه سود خالص	۳	سود پیش از مالیات	
۱	ارزش بازار به ارزش دفتری	۱	پیش بینی مشتریان از افزایش سود	
۵	تعداد کارکنان	۱۳	سطح فروش	

تعداد	معیار	تعداد	معیار	بعد
۱	جریان نقد به فروش	۶	سطح جریان نقد	نقد شوندگی
۱	گردش انبار	۵	توانایی افزایش سرمایه	
۱	گردش اسناد دریافتی	۲	نسبت جاری	
۱	جریان نقد به کل بدهی	۲	نسبت سریع	
۱	سرمایه در حال کار به فروش	۱	گردش کل دارایی ها	
۱	---	۱	جریان نقد به سرمایه	
۱	کارکردن زیر حکم دادگاه	۱	کسب و کار منقطع	موفقیت / شکست
۱	نداشتن شماره تلفن جدید	۱	ارزیابی عینی پژوهشگر	
۱	حقوق و دستمزد مالک	۱	بازگشت ارزش خالص	
۱	تغییر در عایدی ناخالص	۱	ارزیابی عینی مخاطب	
۱	ارزش PIMS	۱	ارزیابی مخاطب	سهام بازار
۱	---	۱	فروش محصولات شرکت نسبت به صنعت	

جدول شماره ۲ ابعاد عملکرد و معیارهای آن را نشان می‌دهد. نکته قابل توجه انتقاداتی است که به برخی طبقه‌بندی‌های مورفی و همکاران وارد می‌شود. برای مثال دارایی، موجودی انبار و گردش اسناد دریافتی عموماً به عنوان معیارهای کارایی در نظر گرفته می‌شود در حالی که بازگشت سرمایه، بازگشت حقوق صاحبان سهام، بازگشت دارایی‌ها و بازگشت ارزش خالص (عموماً مشابه حقوق صاحبان سهام در نظر گرفته می‌شود) و نرخ داخلی بازگشت همگی معیارهای سودآوری در نظر گرفته می‌شوند و لولاینکه مورفی و دیگران آنها را به عنوان معیارهای کارایی در نظر بگیرند. این تفاوت دسته‌بندی در تحقیقات مختلف وجود دارد اما خود معیارها سازگار هستند. با توجه به معیارهای موجود در ادبیات که بیشترین تکرار را داشته‌اند، معیارهای رشد فروش، سودآوری، عملکرد جذب مشتری و اشتغال‌زایی انتخاب شدند که با اهداف طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین نیز سازگاری دارد. با توجه به این نتایج چهار فرضیه زیر را خواهیم داشت:

فرضیه شماره ۱: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به اشتغال‌زایی بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

فرضیه شماره ۲: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به رشد فروش بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

فرضیه شماره ۳: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به سودآوری بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

فرضیه شماره ۴: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به بهبود عملکرد کسب و کار در جذب مشتری بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

گرچه قبلاً بخشی از تفاوت‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط با شرکت‌های بزرگ را بیان کردیم، یک سؤال اساسی این است که اصولاً تعریف کارآفرینی چیست و بنگاه‌های کارآفرین باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند. تعاریف گوناگونی برای کارآفرینی وجود دارد. «ژان باتیست سی» (۱۸۰۳) صنعتگر فرانسوی، درباره کارآفرین می‌نویسد: «کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه را که به کار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را بر عهده می‌گیرد». ژوزف شومپتر (۱۹۳۴) معتقد بود کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. او مشخصه کارآفرین را «نوآوری» می‌داند و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف می‌کند. او در کتاب «نظریه اقتصاد پویا» اشاره می‌کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌شود و این دو، مشخصه یک اقتصاد سالم هستند.

1- Jean Baptiste Say 2- Joseph Schumpeter
3-Creative Destruction 4- Theory of Dynamic Economics



اهمیت نوع کارآفرین به اندازه‌ای است که دیده بان جهانی کارآفرینی هر ساله گزارشی را با عنوان گزارش رشد بالا منتشر می‌کند. در گزارش رشد بالا به این سوال پاسخ داده می‌شود که کارآفرینی بالقوه رشد بالا در جهان چقدر است و کارآفرینان بالقوه رشد بالا دارای چه ویژگی‌هایی هستند

حال باید به دنبال معیاری برای سنجش میزان کارآفرین بودن و قابلیت کارآفرینی بنگاه‌های استفاده کننده از این تسهیلات و تأثیرات قبل و بعد از آن باشیم. یکی از مهمترین معیارهایی که برای سنجش کارآفرینی یک سازمان وجود دارد، گرایش کارآفرینانه (Entrepreneurial orientation) می‌باشد. لامپکین و دس^۱ (۱۹۹۶) گرایش کارآفرینانه (EO) را این گونه تعریف می‌کنند: «گرایش کارآفرینانه فرایندها، اقدامات و فعالیت‌های تصمیم‌گیری هستند که منجر به یک ورود جدید^۲ می‌شوند». گرایش کارآفرینانه توسط ویژگی‌های در سطح شرکت که توسط میلر (۱۹۸۳) اینگونه خلاصه شده است، مشخص می‌شود: «یک شرکت کارآفرین (با گرایش کارآفرینانه) شرکتی است که به نوآوری در عرصه محصول و بازار می‌پردازد، سرمایه‌گذاری‌هایی انجام می‌دهد که تا حدودی مخاطره آمیز می‌باشد و نخستین سازمانی است که با نوآوری‌های ابتکار آمیز خود رقبا را از میدان به در می‌کند. بیشتر صاحب‌نظران، پنج بعد برای گرایش کارآفرینانه (EO) قائل هستند که عبارتند از: خطرپذیری، استقلال، نوآوری، پیشگامی و رقابت تهاجمی. گرچه به نظر می‌رسد وجود هر پنج بعد درک فرایندهای کارآفرینانه ضروری است، بسته به نوع فرصت‌های کارآفرینانه که سازمان در پی کسب آنها می‌باشد، این ابعاد حالت‌های مختلفی به خود می‌گیرند. (لامپکین و دس، ۱۹۹۶)

لامپکین و دس به دنبال آن بودند تا نشان دهند که EO پاداش‌های ارزشمندی را برای عملکرد کسب‌وکار در پی دارد. پژوهش‌های متعددی نشان می‌دهد که شرکت‌های با گرایش کارآفرینانه بیشتر، عملکرد بهتری دارند (زهره، ۱۹۹۱؛ زهرا و کوین^۳، ۱۹۹۵؛ ویکلاند و شفر^۴، ۲۰۰۳ و ۲۰۰۵) اما استثنائاتی نیز وجود دارد. (اسلوین و کوین^۵، ۱۹۹۰)

به نظر می‌رسد که در بعضی مواقع - امانه همیشه - EO منجر به بهبود عملکرد کسب و کار می‌گردد. بدین جهت ما بررسی می‌کنیم آیا اجرای این طرح بر گرایش کارآفرینانه بنگاه‌های استفاده کننده از تسهیلات این طرح، تأثیری داشته است و فرضیه زیر را مطرح می‌کنیم:

فرضیه شماره ۶: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین، منجر به افزایش گرایش کارآفرینانه بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده کننده از تسهیلات این طرح شده است.

از نظر «پتر دراکر^۱» (۱۹۸۵)، کارآفرینی یک رفتار است و نه یک صفت ویژه در شخصیت فرد کارآفرین. کارآفرینی همانا به کار بردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استاندارد سازی محصول، به کارگیری ابزارها و فرایندهای طراحی و بنا نهادن کار بر پایه‌ی آموزش و تحلیل کار انجام شده می‌باشد.

«کرچهوف^۲» (۱۹۹۴) کارآفرینان را افرادی می‌داند که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند.

دیده بان جهانی کارآفرینی^۳ GEM، این واژه را چنین تعریف می‌کند: هرگونه تلاشی برای ایجاد یا راه‌اندازی کسب و کاری جدید مانند خود اشتغالی، شرکت و تشکیلات تجاری جدید، یا توسعه کسب و کار موجود توسط یک فرد، گروه و یا یک سازمان.

بر اساس این تعریف؛ کلیه کسب و کارهایی که در این تحقیق مورد مطالعه قرار می‌گیرند؛ کارآفرین شناخته می‌شوند.

کارآفرین‌ها نیز بر اساس تعاریف مختلف، به انواع مختلفی دسته‌بندی می‌شوند اما در اینجا ما کارآفرین‌ها را بر اساس نیازمندی‌های تحقیق و نیز تحقیقات دیده بان جهانی کارآفرینی، دسته بندی و تعریف می‌کنیم:

کارآفرین با انتظار بالا: یک کارآفرین نوپا^۴ که انتظار دارد در بازه زمانی ۵ ساله حداقل ۲۰ نفر کارمند را استخدام کند.

کارآفرین با رشد بالا: کارآفرین تثبیت شده‌ای است که هم اکنون ۲۰ نفر کارمند یا بیشتر را در استخدام دارد.

کارآفرین نوپا: کارآفرینان نوظهور و جدیدی هستند که در بین جمعیت بالغ ۱۸ تا ۶۴ سال قرار دارند.

کارآفرینان نوظهور^۵ افرادی هستند که در سنین ۱۸ تا ۶۴ سال بوده و برای ایجاد یک کسب و کار جدید در سال گذشته اقدامی به عمل آورده باشند. برای قرار گرفتن در این طبقه، افراد باید انتظار این را داشته باشند که مالکیت بخشی از کسب و کاری که ایجاد می‌کنند را داشته باشند و کسب‌وکارشان نباید دستمزد و یا حقوقی برای بیش از سه ماه را پرداخت نکرده باشد. (زالی و رضوی، ۱۳۸۷)

مالکین کسب و کار جدید، افرادی هستند که به عنوان مالک - مدیر یک کسب و کار جدیدی که دستمزد و یا حقوقی برای بیش از سه ماه، اما کمتر از ۴۲ ماه را پرداخت کرده باشد، فعالیت دارند.

اهمیت نوع کارآفرین به اندازه‌ای است که دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) هر ساله گزارشی را با عنوان گزارش رشد بالا منتشر می‌کند. در گزارش رشد بالا به این سوال پاسخ داده می‌شود که کارآفرینی بالقوه رشد بالا در جهان چقدر است و کارآفرینان بالقوه رشد بالا دارای چه ویژگی‌هایی هستند. برای مثال، گزارش رشد بالا در سال ۲۰۰۵ نشان داد که تقریباً سطح کارآفرینی با رشد بالا در جهان دو برابر کانادا و آمریکا است. ۱۰ درصد کارآفرینانی که در مرحله راه‌اندازی قرار دارند، بیش از ۷۵ درصد مشاغل را در سراسر جهان ایجاد کرده‌اند. شناخت اینکه این کارآفرینان چگونه کار می‌کنند، عامل بسیار کلیدی برای سیاست‌گذاری است. (GEM, 2007)

با توجه به این مطالب به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که آیا استفاده از تسهیلات این طرح، تأثیری بر تغییر نوع کارآفرین داشته است و فرضیه زیر را مطرح می‌کنیم:

فرضیه شماره ۵: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین، منجر به تغییر نوع کارآفرین (از کارآفرین با انتظار بالا به کارآفرین با رشد بالا) در بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده کننده از تسهیلات این طرح شده است.

- 1- Peter Drucker
- 2- Kirchoff
- 3- Global Entrepreneurship Monitor
- 4- Early stage
- 5- Nascent Entrepreneurs
- 6- Lumpkin & Dess
- 7- New Entry
- 8- Zahra & Covin
- 9- Wiklund & Shepherd
- 10- Slevin & Covin

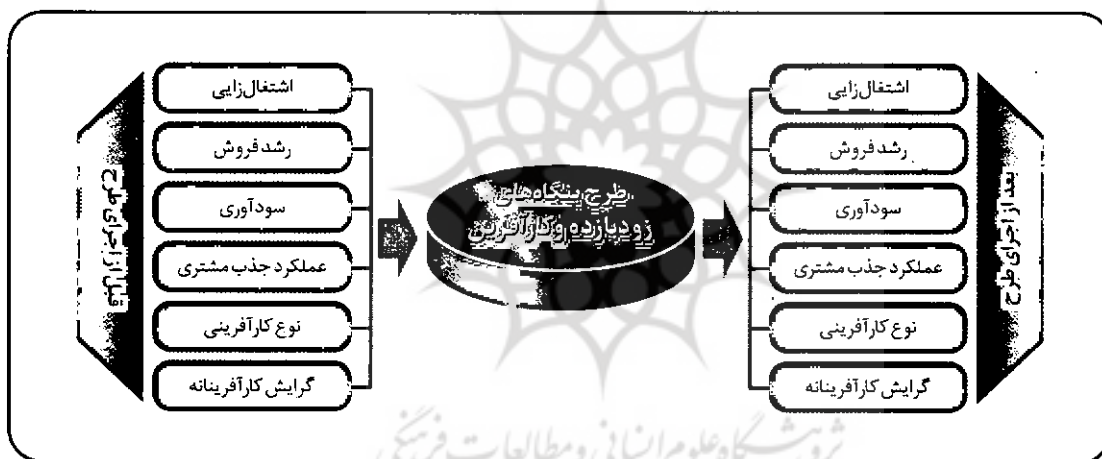
با توجه به مطالبی که تاکنون در ادبیات بررسی شد و نیز در نظر گرفتن رویکرد نیل به هدف برای ارزیابی اثربخشی این طرح، به معیارهای مناسبی دست یافته ایم که در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره ۳- شاخص‌های ارزیابی اثربخشی طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین با رویکرد نیل به هدف

معیارهای ارزیابی اثربخشی						اهداف طرح
عملکرد جذب مشتری	نوع کارآفرینی	سودآوری	رشد فروش	اشتغال‌زایی	گرایش کارآفرینانه	
✓	●	✓	✓	●	✓	افزایش تولید
●	●	✓	✓	●	●	تقویت تحرک اقتصادی
●	✓	●	●	●	✓	تقویت کارآفرینی
●	✓	●	●	✓	●	اشتغال‌زایی

بنابراین می‌توان چارچوب مفهومی این تحقیق را در شکل زیر به طور خلاصه نشان داد:

شکل شماره ۱- چارچوب مفهومی تحقیق



روش‌شناسی تحقیق

جامعه آماری این تحقیق، کسب و کارهای کوچک و متوسطی هستند که در سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵ در استان تهران به منظور توسعه کسب و کار خود در قالب طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین از بانک ملت تسهیلات دریافت کرده‌اند. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام و حجم نمونه بر اساس فرمول ۱ و ۲، ۸۲ نفر برآورد شد. حدود ۱۰۰ پرسشنامه توزیع شد که با نرخ برگشتی مناسب به دلیل حضور پرسشگر در بیشتر موارد و پیگیری لازم در نهایت ۸۵ پرسشنامه به دست آمد. در قسمت الف پرسشنامه مشخصات پاسخگو مورد سؤال قرار گرفته و در قسمت ب سؤالات اصلی در مورد موانع مقایسه وضعیت معیارهای مختلف بنگاه در قیل و بعد از دریافت تسهیلات پرسیده شده است (۳۲ سؤال در هر مرحله)، که ۱۹ سؤال آن مربوط به گرایش کارآفرینانه پرسشنامه استاندارد DESS و LUMPKIN بود. قسمت ج پرسشنامه که مربوط به میزان اشتغال‌زایی و انتظار اشتغال‌زایی است از ۴ سؤال اصلی تشکیل شده و در قسمت د پرسشنامه نیز از پرسش‌شوندگان خواسته شده بود تا اطلاعات مالی کسب و کار خود را در سال ۱۳۸۶ بیان کنند.

$$1- n = \frac{z^2 p q N}{d^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$2- n = \frac{(143) \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.07)^2 \times (2000) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 83$$

همه سؤالات قسمت ب به صورت بسته و در مقیاس لیکرت از خیلی کم (با امتیاز ۱) تا خیلی زیاد (با امتیاز ۵) استفاده گردیده است؛ و مقیاس استفاده شده در قسمت ج و د نیز عددی بوده است. همچنین دو سؤال در قسمت ب مربوط به سنجش گرایش کارآفرینانه و زمان تحویل کالا / خدمت به صورت معکوس بوده است. ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه با کمک نسخه ۱۵ نرم افزار SPSS، ۰/۵۰/۷۸ درصد به دست آمد که اعتبار خوبی را برای پرسشنامه نشان می دهد. از طرف دیگر جدول شماره ۴ بیشترین و کمترین اعتبار پرسشنامه را در صورت حذف هر یک از سؤالات نشان می دهد.

جدول شماره ۴: تأثیر حذف برخی از متغیرها که بیشترین اثر را در آلفای کرونباخ بر آورده شده کل پرسشنامه داشته اند

سؤال	متغیرهای اصلی	ضریب آلفا در صورت حذف سؤال
۴۰	میزان تلاش برای ارائه محصول جدید (قبل از دریافت تسهیلات)	0.787
۶۲	میزان سودآوری شرکت (پس از دریافت تسهیلات)	0.786
۶۵	زمان تحویل کالا / خدمت به مشتریان (پس از دریافت تسهیلات)	0.786
۶۷	تعداد مورد انتظار کارکنان شاغل به کار در این شرکت در ۵ سال آینده (قبل از دریافت تسهیلات)	0.724
۶۸	تعداد کارکنان شرکت (قبل از دریافت تسهیلات)	0.731
۶۹	تعداد مورد انتظار کارکنان شاغل به کار در این شرکت در ۵ سال آینده (پس از دریافت تسهیلات)	0.726
۷۰	تعداد کارکنان شرکت (پس از دریافت تسهیلات)	0.731

نتایج تحقیق

۱۰/۶ درصد پاسخ دهندگان (۹ نفر) کمتر از ۲۵ سال، ۹/۴ درصد (۸ نفر) بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۱۴/۱ درصد (۱۲ نفر) بین ۳۰ تا ۳۵ سال، ۲۱/۲ درصد (۱۸ نفر) بین ۳۵ تا ۴۰ سال و ۱۶/۵ درصد (۱۴ نفر) بین ۴۰ تا ۴۵ سال، ۱۱/۸ درصد (۱۰ نفر) بین ۴۵ تا ۵۰ سال و ۱۶/۵ درصد (۱۴ نفر) نیز ۵۰ سال یا بیشتر سن دارند. ۶۵/۹ درصد پاسخ دهندگان (۵۶ نفر) مرد، و در مقابل ۳۴/۱ درصد (۲۹ نفر) زن هستند. ۱۶/۵ درصد پاسخ دهندگان (۱۴ نفر) مجرد، ۷۷/۶ درصد (۶۶ نفر) متاهل و ۵/۹ درصد (۵ نفر) نیز مطلقه، بیوه و... هستند. میزان تحصیلات ۱۰/۶ درصد (۹ نفر) مدیر / مالکان شرکت های دریافت کننده تسهیلات فوق لیسانس، ۵۲/۹ درصد (۴۵ نفر) لیسانس، ۹/۴ درصد (۸ نفر) فوق دیپلم، ۱۶/۵ درصد (۱۴ نفر) دیپلم و ۱۰/۶ درصد (۹ نفر) دارای تحصیلات زیر دیپلم هستند. با توجه به نتایج به دست آمده، هیچ یک از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات دکتری و بالاتر نبوده اند.

۷۵ درصد (۴۲ نفر) مدیر / مالکان دریافت کننده تسهیلات طرح بنگاه های زودبازده، قبل از کسب و کار فعلی حداقل یک بار اقدام به راه اندازی کسب و کار جدید کرده اند و ۲۵ درصد (۱۴ نفر) نیز ۲ بار اقدام به تاسیس و راه اندازی شرکت جدید نموده اند. ۲۵ نفر نیز به سؤال فوق پاسخ نداده اند. همچنین ۵۲/۳ درصد (۴۰ نفر) از پاسخ دهندگان دارای مدرک فنی - حرفه ای و ۴۶/۷ درصد (۳۵ نفر) فاقد مدرک فنی - حرفه ای می باشند. نکته قابل توجه آن است که تنها ۱۶ درصد (۱۲ نفر) از پاسخ دهندگان از سایر اعتبارات دولتی نیز بهره مند بوده اند و ۸۴ درصد (۶۳ نفر) تنها از تسهیلات مربوط به طرح بنگاه های زودبازده و کارآفرین استفاده کرده اند.

برای بررسی فرضیه های تحقیق، از آزمون مقایسه زوجی استفاده شد. به این منظور فرض نداشتن تفاوت معنی دار متغیر مورد مطالعه و فرض معنادار بودن تفاوت متغیر در قبل و بعد از دریافت تسهیلات در نظر گرفته شد. به عنوان مثال برای فرضیه تفاوت معناداری بین اشتغال زایی بنگاه ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد در نظر گرفته شد و در مقابل تفاوت معناداری بین اشتغال زایی بنگاه ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود دارد فرض قرار گرفت. همان طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می شود تفاوت معناداری در مورد هر یک از فرضیات در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود دارد که با توجه به منفی بودن T محاسبه شده و سطح معنی داری آزمون نشان می دهد که تمامی متغیرها بعد از دریافت تسهیلات بهبود یافته اند بنابراین مطابق این نتایج با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا نمود که، اشتغال زایی، رشد فروش، سودآوری، عملکرد جذب مشتری، گرایش کارآفرینانه، نوع کارآفرینی پس از دریافت تسهیلات نسبت به قبل از آن بهبود یافته است.

جدول شماره ۵: نتایج آزمون مقایسه زوجی

فرض H0	تفاوت زوجی					T محاسبه شده	سطح معنی داری آزمون	نتیجه آزمون
	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد	برآورد فاصله‌ای ۹۵٪				
				حد بالا	حد پایین			
تفاوت معناداری بین اشتغال زایی بنگاه‌ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-0.27647	0.76961	0.08348	-0.44247	-0.11047	-3.312	0.001	رد H0
تفاوت معناداری بین رشد فروش بنگاه‌ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-0.65686	0.62802	0.06812	-0.79232	-0.52140	-9.643	0.000	رد H0
تفاوت معناداری بین سودآوری بنگاه‌ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-0.41176	0.96039	0.10417	-0.61892	-0.20461	-3.953	0.000	رد H0
تفاوت معناداری بین عملکرد جذب مشتری بنگاه‌ها قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-0.66471	0.46540	0.05048	-0.76509	-0.56432	-13.16	0.000	رد H0
تفاوت معناداری بین گرایش کارآفرینانه بنگاه‌ها در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-0.46848	0.65339	0.07087	-0.60942	-0.3275	-6.610	0.000	رد H0
تفاوت معناداری بین نوع کارآفرین در کسب و کارهای جدید در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-12.61538	10.75203	2.10865	-8.27255	-16.9582	-5.983	0.000	رد H0
تفاوت معناداری بین نوع کارآفرین در کسب و کارهای تثبیت شده در قبل و بعد از دریافت تسهیلات وجود ندارد.	-2.90909	5.48828	0.74004	-1.42540	-4.39278	-3.391	0.000	رد H0

همچنین برای رتبه بندی متغیرهای تحقیق از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد. جدول شماره ۶ نتایج این آزمون را نشان می‌دهد. همان طور که آزمون فریدمن نشان می‌دهد که رتبه میانگین رشد فروش، از ۲/۴۶ به ۳/۰۴ افزایش یافته که قبل از دریافت تسهیلات اولویت پنجم بوده و بعد از دریافت تسهیلات، دومین اولویت بوده است. عملکرد جذب مشتری، در قبل و بعد از دریافت تسهیلات، نخستین اولویت را دارا بوده است. اگرچه رتبه میانگین سایر شاخص‌ها (EO، سودآوری و اشتغال‌زایی) تغییر داشته است، اما ترتیب اولویت آنها تغییر نداشته است.

جدول شماره ۶ - آزمون رتبه بندی فریدمن برای اولویت بندی شاخص‌های اثربخشی

بعد از دریافت تسهیلات					قبل از دریافت تسهیلات				
رتبه بندی متغیرها	رتبه میانگین	میانگین	متغیرها	ردیف	رتبه بندی متغیرها	رتبه میانگین	میانگین	متغیرها	ردیف
اول	۳/۹۸	۳/۶۶	عملکرد جذب مشتری	۱	اول	۳/۹	۳/۰	عملکرد جذب مشتری	۱
دوم	۳/۰۴	۳/۱۶	رشد فروش	۲	دوم	۳/۱۶	۲/۸۲	گرایش کارآفرینانه	۲
سوم	۲/۸۹	۳/۲۹	گرایش کارآفرینانه	۳	سوم	۲/۷۶	۲/۵۹	سودآوری	۳
چهارم	۲/۷۵	۳/۰	سودآوری	۴	چهارم	۲/۷۰	۲/۵۴	اشتغال‌زایی	۴
پنجم	۲/۳۴	۲/۸۲	اشتغال‌زایی	۵	پنجم	۲/۴۶	۲/۵	رشد فروش	۵

آزمون همبستگی پیرسون:

با مقایسه نتایج جداول شماره ۷، مشاهده می‌شود که استفاده از تسهیلات، منجر به افزایش تعداد همبستگی‌ها شده است.

همبستگی بین گرایش کارآفرینانه با رشد فروش و نیز سودآوری با جذب مشتری در سطح معناداری کمتر از مقدار خطای قابل قبول (۰/۰۵)، از همبستگی‌های ایجاد شده بعد از دریافت تسهیلات می‌باشد. همچنین بین تعداد پرسنل و انتظارات اشتغال‌زایی بعد از دریافت تسهیلات، ضریب همبستگی ۰/۹۲۳ به وجود آمده است که نشان از تأثیر بسیار زیاد تسهیلات برانتظار اشتغال‌زایی دارد.

ضریب همبستگی بین سایر متغیرهای معنی‌دار در قبل از دریافت نیز عموماً افزایش یافته است. به عنوان مثال، ضریب همبستگی بین سودآوری و رشد فروش از ۰/۲۸۸ به ۰/۵۲۶ افزایش یافته است.

جدول شماره ۷- نتایج آزمون همبستگی قبل و بعد از دریافت تسهیلات

آزمون همبستگی - قبل از دریافت تسهیلات							
		گرایش کارآفرینانه	رشد فروش	سودآوری	جذب مشتری	انتظار اشتغال‌زایی	تعداد اشتغال‌زایی
گرایش کارآفرینانه	ضریب همبستگی	1					
	سطح معنی‌داری						
رشد فروش	ضریب همبستگی	0.198	1				
	سطح معنی‌داری	0.069					
سودآوری	ضریب همبستگی	0.359(**)	0.388(**)	1			
	سطح معنی‌داری	0.001	0.000				
جذب مشتری	ضریب همبستگی	0.146	0.694(**)	0.033	1		
	سطح معنی‌داری	0.181	0.000	0.765			
انتظار اشتغال‌زایی	ضریب همبستگی	-0.186	0.383(**)	0.006	0.219	1	
	سطح معنی‌داری	0.097	0.000	0.955	0.050		
تعداد اشتغال‌زایی	ضریب همبستگی	-0.115	0.284(*)	0.018	0.194	0.954(**)	1
	سطح معنی‌داری	0.308	0.010	0.872	0.082	0.000	

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

آزمون همبستگی - بعد از دریافت تسهیلات							
		گرایش کارآفرینانه	رشد فروش	سودآوری	جذب مشتری	انتظار اشتغال‌زایی	تعداد اشتغال‌زایی
گرایش کارآفرینانه	ضریب همبستگی	1					
	سطح معنی‌داری						
رشد فروش	ضریب همبستگی	0.281(**)	1				
	سطح معنی‌داری	0.009					
سودآوری	ضریب همبستگی	0.352(**)	0.536(**)	1			
	سطح معنی‌داری	0.001	0.000				
جذب مشتری	ضریب همبستگی	0.186	0.585(**)	0.241(*)	1		
	سطح معنی‌داری	0.088	0.000	0.027			
انتظار اشتغال‌زایی	ضریب همبستگی	-0.039	0.401(**)	0.025	0.014	1	
	سطح معنی‌داری	0.727	0.000	0.822	0.900		
تعداد اشتغال‌زایی	ضریب همبستگی	0.151	0.537(**)	0.129	0.135	0.923(**)	1
	سطح معنی‌داری	0.168	0.000	0.239	0.217	0.000	

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

در بررسی اثر بخشی طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین بر بنگاه‌های توسعه‌ای بهره‌مند از تسهیلات این طرح در بانک ملت استان تهران که با استفاده از رویکرد نیل به هدف صورت گرفت نتایج زیر به دست آمد:

نتیجه‌گیری اول: اجرای طرح بنگاه‌های زودبازده، منجر به افزایش اشتغال‌زایی بنگاه‌های فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

اشتغال‌زایی یکی از معیارهایی است که پژوهشگرانی مانند جکسون (۲۰۰۰)، هادسون و همکاران (۲۰۰۱) و کارتن (۲۰۰۶) بر آن تاکید دارند. در تحقیقات ما نیز، همان‌طور که آزمون‌های مختلف و نیز آزمون فریدمن نشان داد، گرچه اشتغال‌زایی بعد از دریافت تسهیلات، افزایش اندکی یافته است، اما باید تأثیر سایر عوامل را بر ایجاد شغل در نظر گرفت به ویژه این که ایجاد اشتغال پایدار، به مراتب دشوار و در گرو تعامل با عوامل درونی و بیرونی بسیاری است. آزمون همبستگی به خوبی این مسأله را نشان می‌دهد که اشتغال‌زایی با تمامی متغیرهای فرضیات تحقیق چه قبل از دریافت تسهیلات و چه بعد از آن همبستگی بالایی دارد. بنابراین با توجه به این نکات، طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین در رسیدن به هدف اشتغال‌زایی خود، اثر بخش بوده است و باید این هدف را با توجه به سایر معیارها و شرایط، تنظیم و برنامه ریزی کرد.

نتیجه‌گیری دوم: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به رشد فروش بنگاه‌های فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

پژوهشگران بر این نکته اتفاق نظر دارند که رشد یک بنگاه از مهم‌ترین معیارهای عملکرد یک بنگاه است به عنوان مثال می‌توان به لامپکین و دس (۱۹۹۶)، سینگ و آویا آدو (۱۹۹۸)، هادسون و همکاران (۲۰۰۱)، کارتن (۲۰۰۶)، پت و وولف (۲۰۰۷)، و ووه همکاران (۲۰۰۷) و سون و همکاران (۲۰۰۷) اشاره کرد.

معمولا SMEها در مرحله رشد، نیازمند تأمین مالی از خارج از بنگاه می‌باشند. در این پژوهش، در آزمون فریدمن، تأثیر تأمین مالی بر رشد فروش بنگاه‌های مورد نظر، چشمگیر بود. در واقع تعهدات ایجاد شده به واسطه دریافت تسهیلات منجر به افزایش اهمیت میزان فروش از سوی مدیر / مالکان شده است.

همچنین رشد با تمامی متغیرهای فرضیات تحقیق، همبستگی بالایی دارد. همبستگی رشد فروش با اشتغال‌زایی و جذب مشتری بسیار زیاد است. بنابراین، طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین در زمینه ی افزایش تحرک اقتصادی اثر بخش بوده است.

نتیجه گیری سوم: اجرای طرح بنگاه‌های زودبازده منجر به سودآوری بنگاه‌های فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

سودآوری یکی از معیارهای عملکرد شرکت است و پژوهشگرانی مانند لامپکین و دس (۱۹۹۶)، هادسون و همکاران (۲۰۰۱) و ویکلانند و شرفد (۲۰۰۵) بر آن تاکید دارند. سودآوری، مورد اتفاق نظر کسانی که معیارهای عملکرد را فقط معیارهای مالی می‌دانند، نیز می‌باشد. سودآوری با رشد فروش، جذب مشتری، گرایش کارآفرینانه و اشتغال‌زایی همبستگی بالایی دارد. به نظر می‌رسد سودآوری نیز باید در قالب ارتباطات با مشتریان و عوامل درونی و بیرونی دیده شود.

نتیجه‌گیری چهارم: اجرای طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین منجر به بهبود عملکرد جذب مشتری بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

به دست آوردن فروش بیشتر، معمولا با گسترش بازارها و جذب مشتریان جدید و افزایش خرید مشتریان فعلی است که برای بنگاه‌های کوچک و متوسط توسعه‌ای و نوآور اهمیت بیشتری دارند (ویکلانند و شرفد، ۲۰۰۵). که اولویت نخست را در قیل و بعد از اجرای طرح برای بنگاه‌های مورد نظر داشته است.

مدیر / مالکان دریافت‌کننده تسهیلات، پس از دریافت تسهیلات نسبت به میزان عملکرد خود در جذب مشتری اهمیت بیشتری داده‌اند. در واقع تعهدات ایجاد شده به واسطه دریافت تسهیلات منجر به افزایش اهمیت میزان جذب مشتری از سوی مدیر / مالکان شده است که با نتایج سایر بخش‌ها مانند رشد، سودآوری و... در یک راستا می‌باشد.

نتیجه‌گیری پنجم: اجرای طرح بنگاه‌های زودبازده منجر به تغییر نوع کارآفرینی در بنگاه‌های دایر یا نیمه فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

اجرای این طرح توانسته است به تقویت کارآفرینی که در اهداف طرح بوده کمک کند و افزایش امید به آینده را برای کارآفرینان همراه داشته است؛ چنانکه نوع کارآفرینی بنگاه‌های جدید را از انتظار پایین به کارآفرینی با انتظار بالا تغییر داده است.

نتایج آزمون همبستگی نیز؛ همبستگی بالایی را قبل و بعد از دریافت تسهیلات برای انتظار اشتغال‌زایی با رشد فروش و میزان اشتغال‌زایی نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری ششم: اجرای طرح بنگاه‌های زودبازده منجر به افزایش گرایش کارآفرینانه بنگاه‌های فعال استفاده‌کننده از تسهیلات این طرح شده است.

EO به شدت تحت تأثیر محیط کسب و کار است و این نوع طرح‌ها فضای کسب و کارها را بهبود داده و باعث حرکت صاحبان کسب و کار به ارائه خدمات و محصولات جدید می‌شود.

همان‌طور که لامپکین و دس هم بیان کرده‌اند، گرایش کارآفرینانه بنگاه‌ها می‌تواند تحت تأثیر بهبود محیط بیرونی افزایش پیدا کند و اجرای طرح باعث افزایش گرایش کارآفرینانه بنگاه‌های مورد نظر شده است. افزایش ضریب همبستگی‌های EO با سایر معیارها موید این موضوع است.

با توجه به نتایج یافته‌های این تحقیق، پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌شود:

- ۱) گرفتن آزمون گرایش کارآفرینانه از درخواست‌کنندگان وام (Entrepreneurial Orientation Survey)
- ۲) بازنگری در ارزیابی طرح‌ها و جایگزینی معیارهایی مانند رشد فروش، جذب مشتری و بازارهای جدید به جای رویکرد اشتغال‌زایی
- ۳) ارزیابی طرح‌های کسب و کار (Business plan) متقاضیان توسط مراکز تخصصی خارج از بدنه بانک‌ها مانند شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری و سپس ارزیابی نهایی توسط بانک‌ها
- ۴) گسترش طرح بنگاه‌های زودبازده و کارآفرین به کسب و کارهایی که نوآوری بالایی دارند مانند شیمیایی پیشرفته (مواد آلی پیشرفته؛ بیومواد، نانومواد)، ریز فناوری (نانو تکنولوژی) و زیست فناوری (بیو تکنولوژی)، فناوری اطلاعات و ارتباطات ICT و شرکت‌های فنی

۵) نظارت کارشناسی بر طرح بنگاه‌های زودبازده از طریق مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها یا سایر مراکز توانمند مشابه
 همچنین پیشنهادهای زیر را می‌توان در قالب سایر پیشنهادها که حاصل تجربیات پژوهشگر در حین مراحل پژوهش است مطرح کرد:

- ۱) اولویت دادن به بنگاه‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی و پارک‌های علم و فناوری
- ۲) توزیع اعتبارات استانی بر اساس شاخص قصد کارآفرینانه
- ۳) اولویت بندی تأمین منابع مالی بنگاه‌ها بر اساس مزیت رقابتی و نسبی و سند توسعه استانی
- ۴) تشکیل بانک‌های تخصصی کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ۵) توسعه بانک‌های اطلاعاتی و شرکت‌های خدمات مشاوره راه‌اندازی کسب و کار و حفظ ارتباط با بنگاه‌های دریافت‌کننده تسهیلات

در انتهای یاد آور می‌شود که بررسی اثربخشی طرح بنگاه‌های زودبازده، مستلزم تحقیقات بیشتری است. از این رو این پیشنهاد برای تحقیقات آتی ارائه می‌شود: بررسی ارزیابی عملکرد SME‌های بهره‌مند از تسهیلات طرح، به تفکیک نوع، صنعت، و زمان دریافت وام در سراسر کشور، آسیب شناسی، بررسی اشکالات و موانع طرح بنگاه‌های زود بازده و ارائه پیشنهادات و راهکارهای بهبود آن، تدوین معیارهای عملکرد SME‌ها در صنایع مختلف ایران، بررسی نقش بانک‌ها در توسعه کارآفرینی در ایران، مطالعات تطبیقی تأمین مالی SME‌ها در کشورهای مختلف، بررسی اثر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد SME‌ها، تبیین معیارهای عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با توجه به چرخه عمر کسب و کار و مرحله‌ای که کسب و کار در آن قرار دارد. انجام تحقیقات طولی در زمینه ارزیابی اثربخشی طرح‌های مشابه، طراحی مدل جامع حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط و کارآفرین. □

منابع

- ۱- احمد پور داریانی محمود (۱۳۸۶)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، انتشارات شرکت پردیس
- ۲- بیگدلو مهدی (۱۳۸۵) منابع تأمین مالی کارآفرینان، تهران، مجموعه مقالات اولین کنفرانس سرمایه گذاری خطر پذیر. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
- ۳- دانایی فرد، حسن و دیگران، (۱۳۸۶)؛ ارتقا کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۲۱-۲۶۲، ۱۳۸۶
- ۴- زالی، محمدرضا؛ رضوی، سید مصطفی (۱۳۸۷)، پژوهشی در زمینه: موانع توسعه کارآفرینی در ایران، تهران: دانشکده تهران، دانشکده کارآفرینی.
- ۵- شفیع، مسعود؛ شقاقی، عبدالرضا (۱۳۸۲)، افزایش مشارکت مؤثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.

6- Appiah-Adu Kwaku, Singh Satyendra, 1998, Customer orientation and performance: a study of SMEs, Management decision, Vol. 36, 385-394

7- Carton Robert B., Charles W. Hofer, 2006, Measuring Organizational Performance Metrics for Entrepreneurship and Strategic Management Research, Northampton, Edward Elgar Publishing.

8- Covin, J.G., Covin, T., 1990, Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol. 14, 35-50

9- Global Entrepreneurship Monitor, 2007, Annual report

10- Hudson-Mel et al., 2001, Theory and practice in SME performance measurement Systems, International Journal of operations & production management, Vol. 21, No.6, 1096-1115

11- Hughes Mathew, Morgan Robert E., 2006, Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth, industrial marketing management, Vol. 36, 651-661

12- Jackson Annabel, 2001, An evaluation of evaluation: problems with performance measurement in small business loan and grant schemes, progress in planning, Vol. 55, 1-64

13- Lumpkin, G., Dess, G.G., 1996, clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, Academy Management Review, vol. 21; 135-172

14- Miller, D. 1983, The correlation of entrepreneurship in three types of firms. Management Science, Vol. 29, 770-791

15- Vos et al., 2007, the happy story of SME Finance. Journal of Banking & Financing Vol. 31, 2648-2672

16- Webster's ninth new collegiate dictionary. 1991. Springfield. MA: Merriam Webster.

17- Wiklund Johan, Shepherd Dean, 2004, Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach, Journal of business venturing, Vol. 20; 71-91

18- Zahra, S., 1993, Environment corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach, Journal of Business Venturing, Vol. 8, 319-340.

19- Zahra, S., Covin J-G, 1993, Business strategy, technology policy and firm performance, Strategic Management Journal, Vol. 14, 451-478.

20- <http://www.gemconsortium.org>