

## ارزیابی فرهنگ کارآفرینی و عوامل مؤثر بر شکست کارآفرینان کشاورزی در شهرستان کرمانشاه

\* رضوان قمبرعلی<sup>۱</sup>، حسین آگهی<sup>۲</sup>، امیرحسین علی‌بیگی<sup>۳</sup>، کیومرث زرافشانی<sup>۴</sup>

۱- استادیار، گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.  
۲- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

### حکیده

تاریخ دریافت: ۲۸ دی ۱۳۹۴  
تاریخ پذیرش: ۳۰ فروردین ۱۳۹۵

برای دستیابی به کارآفرینی به ابزار نیاز داریم. یکی از ابزارهای مهم رشد و توسعه کارآفرینی وجود فرهنگ حامی کارآفرینی است. فرهنگ کارآفرینانه قوی به معنی تحمل بیشتر شکست و منعکس کننده میزانی است که جامعه عقاید کارآفرینان و ابتکارات را حمایت می‌کند. از این رو در این تحقیق ابتدا فرهنگ کارآفرینی و فرهنگ شکست در جامعه کشاورزی و در ادامه موانع فرهنگی از دیدگاه کارآفرینان کشاورزی بررسی شد. این مطالعه با استفاده از روش کمی انجام شد. جامعه آماری شامل دو گروه کارآفرینان کشاورزی و کشاورزان سرپرست خانوار ساکن روستاهای شهرستان کرمانشاه بودند که با استفاده از جدول بارتلت و همکاران، حجم نمونه‌ها در هر گروه تعیین شد. نتایج نشان داد که میزان نپذیرفتن شکست در جامعه مطالعه شده بسیار است و جامعه روستایی با دادن فرصت دوباره به افراد شکست‌خورده موافق هستند. فرهنگ جمع‌گرایی و دوری از عدم قطعیت یا به عبارتی ریسک‌گریزی، در بین جامعه روستایی غالب است. همچنین نتایج نشان داد کارآفرینان کشاورزی با موانعی فرهنگی مانند نبود فرهنگ خلاقیت، نپذیرفتن شکست، نگرش منفی به ریسک، بی‌اعتقادی به توانمندی‌های زنان، وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه و سازمان‌ها و مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی دختران روبه‌رو هستند. در مجموع نتایج نشان می‌دهد زیرسیستم فرهنگی در اکوسیستم کارآفرینی اوضاع مطلوبی ندارد و فرهنگ موجود حامی کارآفرینی نیست و حتی در بسیاری از مواقع از ظهور کارآفرینی جلوگیری می‌کند.

### کلیدواژه‌ها:

فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ شکست، شانس دوباره، کارآفرینی کشاورزی، موانع فرهنگی

### ۱. مقدمه

فرهنگ به معنی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهد؛ بنابراین کارآفرینان به‌عنوان بخشی از جامعه از مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که اصطلاحاً آن را خرده‌فرهنگ کارآفرینی می‌نامند (Ahmad Pourdaryani, 2001). اگرچه کارآفرینان ارزش‌ها و باورهایی متمایز از افراد جامعه دارند؛ ولی فرهنگ کارآفرینی از فرهنگ حاکم بر جامعه متأثر است (Movahedi & Yaghoobi, 2012). از این رو فرهنگ جامعه‌ای معین می‌تواند به‌طور جدی بر میزان روحیه کارآفرینی تأثیر بگذارد (Casson, 2002).

جامعه‌ای که شأن بالاتری به افرادی می‌دهد که برای خودشان کار می‌کنند، احتمال دارد بیشتر به تشویق روحیه کارآفرینی منتهی شود. فرهنگ کارآفرینی آن است که با نگرش اجتماعی مثبت از رهیافت کارآفرینانه حمایت می‌کند (Burns, 2011).

فرهنگ کارآفرینانه قوی اساس اقتصادی، پویا و منعکس‌کننده میزانی است که جامعه از عقیده‌ها و ابتکارهای کارآفرینان حمایت و افراد جوان را به سمت حرفه‌ای در تجارت هدایت و از طریق توسعه مهارت‌های ضروری به آن‌ها کمک می‌کند.

فرهنگ کارآفرینانه قوی به معنی تحمل بیشتر برای شکست و پذیرش نقش حیاتی کارآفرینان در ایجاد مشاغل جدید است (Grigore, 2012). به‌طور کلی تمایلات فرهنگی مثبت به سمت خودابتنکاری، استقلال، نوآوری و تلاش‌های فردی بر درک مطلوبیت و در نتیجه انگیزه‌های کارآفرینانه اثر دارد (Levie & Autio, 2007).

### ۲. مروری بر ادبیات موضوع

#### ابعاد فرهنگی هافستد

هافستد (۱۹۸۰) روش درخور توجهی برای متمایز کردن (تفکیک) فرهنگ استفاده از ابعاد فرهنگی پیشنهاد کرده است. این ابعاد مزایایی را در درک رفتارهای کارآفرینانه در زمینه‌های

\* نویسنده مسئول:

دکتر رضوان قمبرعلی

نشانی: خرم‌آباد، دانشگاه لرستان، دانشکده کشاورزی، گروه توسعه روستایی.

تلفن: ۵۶۵۵۷۷۶ (۹۱۸) +۹۸

پست الکترونیکی: rghanbari21@gmail.com

فرهنگی مختلف پیشنهاد می‌کند:

۱. محققان بسیاری آن‌ها را بررسی کرده‌اند و با توجه به این ابعاد، مقایسه‌هایی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه انجام شده است (Saffu, 2003)؛

۲. ابعاد فرهنگی هافستد مدلی کاربردی برای درک فرهنگ ملی ارائه می‌دهد، به طوری که تفاوت‌های ارزشی واضح در بین کشورها را توضیح می‌دهد؛

۳. شواهد آشکار کرد چهارچوب‌های فرهنگی دیگری پیدا شده است که چهارچوب فرهنگی هافستد را در برابر چهارچوب‌های دیگر حمایت و تقویت می‌کند (Ahmad, 2007). به علاوه مشخص شده است که این ابعاد فرهنگی به طور معناداری با اولویت‌های رفتاری مردم در سازمان‌ها و مجموعه‌های کسب و کار ارتباط دارد (Hayton, George, & Zahra, 2002)؛

۴. مدل هافستد به عنوان روشی ایده‌آل، فراگیری چشمگیری دارد که برای طبقه‌بندی فرهنگ ملی ارائه شده است و هنوز در توصیف ارزش‌های فرهنگی روشی صرفه‌جو محسوب می‌شود (Lim, 2001).

بر اساس این دلایل در تحقیق حاضر ابعاد فرهنگی هافستد پذیرفته شده است. مطابق دیدگاه هافستد تفاوت‌های فرهنگی در میان جوامع می‌تواند به چهار بُعد واجد شرایط کاهش یابد: ۱. اجتناب از عدم قطعیت: ترجیح قطعیت و ناراحتی با موقعیت‌های ساختار نیافته یا مبهم را نشان می‌دهد؛ ۲. فردگرایی: موضعی برای ترجیح فعالیت در جهت منفعت شخصی و خانواده نزدیک به شمار می‌آید و از بُعد جمع‌گرایی موضع متمایزی است که فرد در جهت منفعت گروهی بزرگ‌تر در برابر حمایت و وفاداری آن‌ها فعالیت می‌کند. ۳. بُعد فاصله قدرت: پذیرش نابرابری در موقعیت و اختیار بین مردم را نشان می‌دهد؛ ۴. فردگرایی موضعی برای باور در ماتریالیسم و قطعیت در قبال خدمت و شهودگرایی است.

به طور کلی محققان با استفاده از مفهوم فرهنگ هافستد (۱۹۸۰) فرض کرده‌اند که کارآفرینی به واسطه فرهنگی تسهیل می‌شود که فردگرایی بسیار، اجتناب از عدم قطعیت پایین، فاصله قدرت اندک و فردگرایی درخور توجه‌ای داشته باشد (Hayton, George, & Zahra, 2002). در تحقیق حاضر دو بُعد از ابعاد هافستد (فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام) برای مطالعه فرهنگ کارآفرینی، انتخاب شد؛ زیرا آن‌ها به طور مستقیم به مطالعه کارآفرینی مربوط هستند و اغلب برای متمایز کردن کارآفرینان از غیر کارآفرینان استفاده شده‌اند (McGrath, MacMillan, Yang, & Tsai, 1992; Muller & Thomas, 2001).

### فرهنگ شکست

جنبه دیگر مطالعه فرهنگ کارآفرینی به مطالعه فرهنگ تحمل شکست مربوط می‌شود. اخیراً این عقیده در بین سیاست‌گذاران

رایج شده است که دلیل میزان پایین رفتارهای کارآفرینان در اروپا و کشورهای دیگر در برابر آمریکا، نگرش‌های فرهنگی منفی نسبت به شکست است. اغلب ادعا شده است که برچسب بدنامی که به شکست داده می‌شود افراد را از ریسک‌پذیری درباره شروع یک کسب و کار جدید یا شروع دوباره (اگر بار اول شکست خورده است) باز می‌دارد. در همین زمینه مطالعات گسترده‌ای در زمینه فرهنگ شکست صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد در میان کشورها دیدگاه شکست متفاوت است و بر پیشرفت اقتصادی آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

محققان بین دو جنبه از نگرش نسبت به شکست کسب و کار تفاوت قائل شدند. آن‌ها اولین جنبه را «تحمل شکست» نامیدند. این نگرش ریسک شکست کسب و کار و پیامدهایی را برای شهرت آن‌هایی در برمی‌گیرد که شکست می‌خورند. در این جنبه میزان بالای پذیرش شکست به این معنی است که تمایل بیشتری به پذیرش معانی ضمنی شکست وجود دارد. محققان جنبه دیگر را «فرصت دوم» نامیدند و به وسیله میزانی از موافقت با این موضوع سنجیده می‌شود که باید به آن‌هایی که شکست می‌خورند، فرصتی دوباره داده شود (Litch & Seigel, 2006).

در کشور آمریکا محیط فرهنگی پشتیبان میزان بالای کسب و کارهای کارآفرینانه است و به مردم اجازه می‌دهد بعد از شکست فرصت دوباره‌ای داشته باشند و قانون ورشکستگی محدودیت‌های عقلانی بر مخاطره‌ای وضع کرده است که در رویداد شکست کسب و کار به وجود می‌آید. این در حالی است که در کشورهای دیگر اغلب به کارآفرینی که شکست خورده است، فرصت دیگری داده نمی‌شود. با وجود این سیاست کارآفرینی باید شرایطی را بررسی کند که شکست معنای ضمنی منفی کمتری را دریافت کند و این می‌تواند امتحان دوباره را پذیرفتنی کند.

ترس از شکست می‌تواند به عنوان مانع نیرومندی برای کارآفرینان بالقوه عمل کند و هزینه واقعی شکست ممکن است بسیاری از کسانی را که برای اولین بار صادقانه شکست خورده‌اند، از شروع دوباره بترساند. بنابراین با توجه به اهمیت فرهنگ شکست، در مطالعه حاضر نیز سعی شد دیدگاه جامعه مورد مطالعه در زمینه تحمل شکست بررسی شود.

### تأثیر فرهنگ بر کارآفرینی

محققان بر تأثیر عوامل فرهنگی بر رفتار کارآفرینی اذعان کرده‌اند و به دنبال آن در برخی مطالعات این تأثیر را بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند که تأثیر فرهنگ بر کارآفرینی نافذ و فراگیر است و نقش فرهنگ در شکل دادن به رفتارهای کارآفرینی بسیار مهم است. در همین رابطه لوتجه و فرانک (۲۰۰۳) خاطرنشان می‌کنند که قصد کارآفرینی با ارزش‌های فرهنگی در ارتباط است و حمایت‌ها و موانع ادراک شده در شکل‌گیری آن مؤثر است (Karimi, Bimenz, Chizari, & Molder, 2013). پاکز و مارکلی

(۲۰۰۶) در زمینه بررسی ساختارهای فرهنگی اجتماعی مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه نشان داد که نگرش موافق اطرافیان به زن کارآفرین، عاملی تقویت کننده در ایجاد کسب‌وکار زنان دانشگاهی ایران محسوب می‌شود.

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

این مطالعه با استفاده از روش کمی انجام شد. به منظور مطالعه فرهنگ کارآفرینی در بین جامعه کشاورزان دو بُعد از ابعاد فرهنگی هافستد (فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام) با استفاده از پرسشنامه استاندارد هافستد (۲۰۰۱) بررسی شد. این پرسشنامه شامل هجده گویه بود که در قالب طیف لیکرت (پنج‌گزینه‌ای) برای سنجش میزان توافق و عدم توافق پاسخ‌گویان با گویه‌های مربوط به فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام طراحی شده است. در گام بعدی به منظور بررسی فرهنگ شکست در جامعه کشاورزان دو بُعد «تحمل شکست» و «فرصت دوم» بررسی و برای سنجش آن‌ها از پرسشنامه استاندارد گزارش مؤسسه اروپایی یوروبارومتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) (شامل هشت گویه با مقیاس طیف لیکرت) استفاده شد. بررسی موانع فرهنگی از دیدگاه کارآفرینان، یکی دیگر از اهداف این تحقیق بود که با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت.

جامعه آماری در بخش کمی شامل دو گروه بود: گروه اول، کشاورزان سرپرست خانوار ساکن روستاهای شهرستان کرمانشاه بودند (N=۲۴۳۹۱) که تعداد آنان با استفاده از جدول بارتلت و همکارانش (۲۰۰۱) ۳۷۰ نفر تعیین شد. به منظور انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای سه مرحله‌ای استفاده شد؛ به طوری که ابتدا از میان چهار بخش شهرستان کرمانشاه، دو بخش مرکز و ماهی‌دشت انتخاب شدند. سپس از میان هشت دهستان این دو بخش شهرستان کرمانشاه، به صورت تصادفی سه دهستان و در مرحله دوم، از میان ۱۵۰ آبادی این دهستان‌ها ۱۰ درصد از آن‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند. سپس از بین این پانزده روستای منتخب اعضای نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مشخص شدند. گروه دوم شامل ۱۰۷ نفر از کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند که حداقل به مدت دو سال پیایی فعالیت داشتند و توسط سازمان جهاد کشاورزی معرفی شده بودند. حجم نمونه بررسی شده با استفاده از جدول بارتلت و همکارانش (۲۰۰۱) ۸۲ نفر تعیین و برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد.

اگرچه پیش از این پرسشنامه‌های فرهنگ کارآفرینی و بررسی فرهنگ شکست تأیید شده بود، ولی برای اطمینان از روایی و

(۲۰۰۴) وجود منابع سرمایه‌های متنوع، فرهنگ مشوق، شبکه‌های کارآفرینانه و زیرساخت‌های حمایت‌کننده (حمایت‌های دولتی) را چهار عامل کلیدی اثرگذار بر کارآفرینی گروهی می‌دانند.

(Yaghoobi Farani, Soleimani, Movahedi, & Eskandari, 2013).

پیتوی و کپ (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که قصد کارآفرینی یک فرد می‌تواند به وسیله تصورات و برداشت‌های شخصی او از موانع و حمایت‌های موجود در زمینه شروع یک کسب‌وکار و همچنین ارزش‌های فرهنگی و محیطی متأثر شود که او در آن قرار گرفته است. همچنین نتایج مطالعه سازمان بین‌المللی کار در زمینه شناسایی موانع توسعه کارآفرینی در سال ۲۰۰۶ نشان داد که نگرش فرهنگی و اجتماعی به کارآفرینی جوانان، از موانع پراهمیت راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور در شهر تهران محسوب می‌شود (Zali & Razavi, 2008).

میراندزادی، ایروانی، شعبانعلی، حسینی و کافی (۲۰۰۷) در مطالعه‌شان دریافتند فرهنگ در کنار عوامل دیگری همچون سیاست‌گذاری، اقتصادی، پشتیبانی، آموزشی، زیرساختی و فرهنگی از عمده‌ترین موانع توسعه کارآفرینی به‌شمار می‌آید. نتایج مطالعه امیری، زالی و مجد (۲۰۰۹) نشان داد که محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی همچون تبعیض‌های اداری مانند پارتی‌بازی (رابطه‌مداری) در ارائه تسهیلات و مجوزها به افراد خاص، فرهنگ دلالی و واسطه‌گری و نگرش‌های سلیقه‌ای مسئولان و کارشناسان نهادهای مرتبط، مهم‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکار است. نتایج بررسی بافنده‌زنده، نوروزی و عالی (۲۰۱۰) بیانگر آن است که بیشترین مشکلات مدیران صنایع کوچک و متوسط به ترتیب در حوزه اقتصاد، بازار، فرهنگ، منابع انسانی، قوانین، مقررات و اطلاعات بوده است.

زیودار و قاسمی (۲۰۱۱) در مطالعه‌شان به اولویت‌بندی عوامل تسهیل‌گر در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط براساس اظهارنظرهای گردآوری شده از کارآفرینان پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد زیرساخت‌های قانونی و تجاری، سیاست‌های دولت و هنجارهای فرهنگی اجتماعی به ترتیب در جایگاه‌های اول تا سوم قرار دارد. آن‌ها دریافتند که هنجارهای فرهنگی و اجتماعی موجود ممکن است در تشویق یا سرکوب کسب و کارهای کارآفرینی مؤثر باشد. در مطالعه‌های دیگر، کریمی و جوهری (۲۰۱۳) به شناسایی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که فرهنگ در کنار عوامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، نگرشی و سیاست‌گذاری، عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی را تشکیل می‌دهد.

نتایج پژوهش صابر (۱۳۸۱) روی چند زن کارآفرین ایرانی اعم از دانشگاهی و غیردانشگاهی، از وجود موانع فرهنگی اجتماعی در جامعه زنان کارآفرین ایرانی حکایت داشت. نتایج مطالعه آراستی

1. Eurobarometer



هستند که برای بار اول شروع به کار کرده‌اند» ارزیابی شد.

یافته‌ها نشان داد میانگین نمره در بُعد «تحمل شکست» ۳/۶ است که میزان چشمگیر نپذیرفتن شکست را بیان می‌کند؛ یعنی تمایل کمتری به پذیرش معانی ضمنی شکست در جامعه روستایی وجود دارد. نتایج در زمینه بُعد «فرصت دوم» نیز نشان داد میانگین نمره در این بُعد ۳/۸ است که این میزان موافقت بالای جامعه روستایی با دادن فرصت دوباره به افرادی را نشان می‌دهد که شکست می‌خورند (جدول شماره ۲). البته باید توجه کرد میزان موافقت جامعه با دادن فرصت دوباره به کارآفرینان شکست‌خورده به دلیل ورشکستگی کارآفرینان بستگی دارد.

#### بررسی موانع فرهنگی از دیدگاه کارآفرینان کشاورزی

یکی از اهداف بررسی شده در این سیستم تعیین موانع فرهنگی در راهاندازی کسب‌وکار کارآفرینان کشاورزی بود. به‌همین منظور در این بخش ابتدا مصاحبه‌های کیفی با کارآفرینان درباره موانع فرهنگی درک‌شده در روند راهاندازی کسب‌وکار انجام گرفت. سپس از طریق تحلیل محتوا موانع مدنظر معین شد که به‌عنوان گویه‌ها در تهیه پرسشنامه به‌کاررفت. البته در این میان چهار گویه مشخص شد که تنها مختص زنان کارآفرین بود. جدول شماره ۳ نتایج رتبه‌بندی موانع فرهنگی درک‌شده را در راهاندازی کسب‌وکار مردان کارآفرین نشان می‌دهد.

نبودن فرهنگ خلاقیت با بیشترین میانگین (۴/۴۲) به‌عنوان مهم‌ترین مانع فرهنگی درک‌شده مردان کارآفرین در روند راهاندازی کسب‌وکار در جایگاه نخست جدول قرار گرفت و سموانع نپذیرفتن شکست (با میانگین ۴/۲۱) و نگرش منفی به ریسک (با میانگین ۴/۱۱) به‌ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفت. همچنین نتایج نشان داد که موانعی مانند نبود خود باوری، وجود روحیه محافظه‌کاری در جامعه، حقیرشمردن کارهای غیردولتی و وجود ایده‌آل‌گرایی به جای عمل‌گرایی، بی‌اعتمادی جامعه به کارآفرینان، مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی فرزندان،

پایایی پرسشنامه‌ها، از روش ترجمه معکوس<sup>۲</sup> (Tamanin, An- cona, Botega, & Rodrigues-Netto, 2002) استفاده شد. درنهایت کارآفرینان کشاورزی شهرستان‌های دیگر استان کرمانشاه نیز سی پرسشنامه را تکمیل کردند. ضریب آلفای محاسبه‌شده برای پرسشنامه مربوط به کارآفرینان کشاورزی درباره گویه‌های بررسی فرهنگ کارآفرینی و بررسی فرهنگ شکست به‌ترتیب ۰/۸۹ و ۰/۸۶ به‌دست‌آمد. به‌منظور تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از آماره‌های توصیفی میانگین و انحراف‌معیار استفاده شد.

#### ۴. یافته‌ها

##### بررسی فرهنگ کارآفرینان جامعه کشاورزان

یافته‌ها نشان داد که میانگین نمره در بُعد ارزشی جمع‌گرایی در مقابل فردگرایی ۳/۲ است که فرهنگ جمع‌گرایی را در میان جامعه روستایی نشان می‌دهد (جدول شماره ۱). یافته‌ها درباره بُعد اجتناب از عدم قطعیت در مقابل تحمل ابهام نیز نشان داد که میانگین نمره در این بُعد ۳/۵ است که فرهنگ اجتناب از عدم قطعیت یا به‌عبارتی ریسک‌گریزی در بین جامعه روستایی را بیان می‌کند.

##### بررسی فرهنگ شکست در جامعه کشاورزان

در این بخش برای مطالعه فرهنگ شکست در جامعه روستایی، دو بُعد «تحمل شکست» و «فرصت دوم» بررسی شد. بُعد «تحمل شکست» با استفاده از سه گویه سنجیده شد. بُعد «فرصت دوم» نیز به‌وسیله میزانی از موافقت با گویه‌های «ورشکسته باید قادر به راهاندازی مجدد باشد»، «جامعه باید از یک شروع تازه برای ورشکسته حمایت کند»، «دولت باید یک صندوق برای کمک از شروع‌کنندگان مجدد داشته باشد»، «کارآفرینان ورشکسته از مزایای حقوق بیکاری به‌طور کامل برخوردار شوند»، «کارآفرینانی که بعد از شکست، دوباره شروع می‌کنند موفق‌تر از کارآفرینانی

##### 2. Back translation

جدول ۱. میانگین ابعاد ارزشی هافستد.

| ابعاد ارزشی                    | میانگین (Mean) | انحراف‌معیار (SD) |
|--------------------------------|----------------|-------------------|
| شاخص فردگرایی (IDV)            | ۳/۲            | ۰/۸۳              |
| شاخص اجتناب از عدم قطعیت (UAI) | ۳/۵            | ۰/۴۸              |

تاسنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۲. ابعاد فرهنگ شکست.

| ابعاد فرهنگ شکست | میانگین (Mean) | انحراف‌معیار (SD) |
|------------------|----------------|-------------------|
| تحمل شکست        | ۳/۶            | ۰/۸۰              |
| شانس دوباره      | ۳/۸            | ۰/۳۵              |

تاسنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۳. موانع فرهنگی درک‌شده مردان کارآفرین در روند راه‌اندازی کسب‌وکار.

| رتبه | انحراف معیار (SD) | میانگین از ۵ (M) | تعداد (N) | موانع فرهنگی                                  |
|------|-------------------|------------------|-----------|---|
| ۱    | ۰/۵۹              | ۴/۴۲             | ۳۵        | نبودن فرهنگ خلاقیت                            |
| ۲    | ۰/۶۱              | ۴/۲۱             | ۳۵        | نپذیرفتن شکست                                 |
| ۳    | ۰/۷۳              | ۴/۱۱             | ۳۵        | نگرش منفی به ریسک                             |
| ۴    | ۰/۵۴              | ۳/۸۵             | ۳۵        | نبود خودباوری                                 |
| ۵    | ۰/۷۷              | ۳/۷۸             | ۳۵        | وجود روحیه محافظه‌کاری در جامعه               |
| ۶    | ۰/۷۹              | ۳/۶۷             | ۳۵        | حقیر شمردن کارهای غیردولتی                    |
| ۷    | ۰/۸۳              | ۳/۵۲             | ۳۵        | وجود ایده‌آل‌گرایی به جای عمل‌گرایی           |
| ۸    | ۰/۶۷              | ۳/۵۰             | ۳۵        | بی‌اعتمادی جامعه به کارآفرینان                |
| ۹    | ۰/۸۴              | ۳/۴۸             | ۳۵        | مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی فرزندان |
| ۱۰   | ۰/۶۵              | ۳/۴۶             | ۳۵        | بی‌احترامی به کارآفرینان در اداره‌های دولتی   |
| ۱۱   | ۰/۷۹              | ۳/۳۴             | ۳۵        | قدردانی نکردن از کارآفرینان در جامعه          |

#### مصاحبه‌پژوهی‌های روستایی

موانع بی‌اعتقادی به توانمندی‌های زنان (با میانگین ۴/۸۲)، وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه و سازمان‌ها (با میانگین ۴/۷۳) و مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی دختران (با میانگین ۴/۵۰) به ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین موانع فرهنگی زنان کارآفرین مشخص شده است (جدول شماره ۴).

بی‌احترامی به کارآفرینان در اداره‌های دولتی و قدردانی نکردن از کارآفرینان در جامعه، با میانگین مقبولی به‌عنوان موانع فرهنگی درک‌شده کارآفرینان، در رتبه‌های بعدی قرار گرفته است.

این در حالی است که نتایج رتبه‌بندی زنان کارآفرین از موانع فرهنگی درک‌شده در روند راه‌اندازی کسب‌وکار نشان می‌دهد که

جدول ۴. موانع فرهنگی درک‌شده زنان کارآفرین در روند راه‌اندازی کسب‌وکار.

| رتبه | انحراف معیار (SD) | میانگین از ۵ (M) | تعداد (N) | موانع فرهنگی                                  |
|------|-------------------|------------------|-----------|---|
| ۱    | ۰/۵۹              | ۴/۸۲             | ۲۹        | بی‌اعتقادی به توانمندی‌های زنان               |
| ۲    | ۰/۶۲              | ۴/۷۳             | ۲۹        | وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه و سازمان‌ها     |
| ۳    | ۰/۷۶              | ۴/۵۰             | ۲۹        | مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی دختران  |
| ۴    | ۰/۷۴              | ۴/۳۳             | ۲۹        | نپذیرفتن شکست                                 |
| ۵    | ۰/۵۵              | ۴/۲۲             | ۲۹        | نبود فرهنگ خلاقیت                             |
| ۶    | ۰/۵۷              | ۴/۲۷             | ۲۹        | نگرش منفی به ریسک                             |
| ۷    | ۰/۸۳              | ۴/۱۵             | ۲۹        | نبود خودباوری                                 |
| ۸    | ۰/۶۸              | ۴/۰۲             | ۲۹        | بی‌احترامی به کارآفرینان در اداره‌های دولتی   |
| ۹    | ۰/۷۱              | ۳/۸۹             | ۲۹        | وجود روحیه محافظه‌کاری در جامعه               |
| ۱۰   | ۰/۶۳              | ۳/۷۶             | ۲۹        | وجود ناامنی‌های اجتماعی برای زنان             |
| ۱۱   | ۰/۸۷              | ۳/۷۳             | ۲۹        | حقیر شمردن کارهای غیردولتی                    |
| ۱۲   | ۰/۵۴              | ۳/۶۷             | ۲۹        | بی‌اعتمادی جامعه به کارآفرینان                |
| ۱۳   | ۰/۶۶              | ۳/۵۴             | ۲۹        | مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی فرزندان |
| ۱۴   | ۰/۷۱              | ۳/۴۸             | ۲۹        | قدردانی نکردن از کارآفرینان در جامعه          |
| ۱۵   | ۰/۸۰              | ۳/۳۵             | ۲۹        | وجود ایده‌آل‌گرایی به جای عمل‌گرایی           |

#### مصاحبه‌پژوهی‌های روستایی

بر حمایت جامعه از افراد شکست‌خورده است (Landier, 2005).

نتایج بررسی فرهنگ کارآفرینانه در جامعه روستایی نشان داد که فرهنگ جمع‌گرایی و اجتناب از عدم‌قطعیت یا به‌عبارتی ریسک‌گریزی در بین جامعه روستایی غالب است. در فرهنگ جمع‌گرایی، جمع نسبت به منفعت فردی در درجه اول اهمیت قرار دارد (Vosoughi, Mirzaei, & Rahmani, 2005). در جوامع آسیایی که جمع‌گرایی ترجیح دارد، بریدن از خانواده و گسستگی از دوستان و خانواده آسیب‌زاست و به‌عنوان ناهنجاری اجتماعی قلمداد می‌شود. ساخت جغرافیایی، اقتصادی و فرهنگی جامعه روستایی ایران در طول قرن‌ها به پیدایش نهادهای مشارکتی منجر شده که بر پایه همکاری و یاریگری شکل گرفته است. گرچه تغییراتی که در چند دهه گذشته، به‌ویژه از زمان اصلاحات ارضی در ساخت اجتماعی روستاهای ایران صورت گرفته، بسیاری از نهادهای مشارکتی را از بین برده است؛ اما سنت‌های این نوع مشارکت‌ها از نظر فرهنگی هنوز به قوت خود باقی است.

از سوی دیگر بافت روستاهای ایران با توجه به موقعیت اقلیمی آن‌ها، زمین و آب به گونه‌ای بوده که همکاری و همیاری می‌طلبیده است. فرد روستایی از همان ابتدا متوجه شده که دولت برای او کاری نمی‌کند و برای بقای خود لازم است که با دیگران همکاری کند و با توجه به اعتقادهای اسلامی خود، این مسئله به‌صورت عرف و سنت در میان آنان درآمده و فرهنگ خاصی را به‌وجود آورده است (Ansari, 1996). بنابراین کاملاً بدیهی است که فرهنگ جمع‌گرایی در جامعه روستایی به‌عنوان فرهنگ غالب رایج باشد.

تعدادی از پژوهش‌ها رابطه مثبتی را بین فرهنگ‌های فردگرا و گرایش کارآفرینی فرض می‌کند (Codrina Conțiu, 2008). محققان معتقدند نگرش اجتماعی مثبت به ارزش‌آفرینی فردی و دیدگاه‌های فردگرایانه اثر مثبت بر کارآفرینی گذاشته و در مقابل دیدگاه‌های جمع‌گرایانه به نوآوری و ارزش‌آفرینی فردی نظر موافق نداشته است و آن را حمایت نمی‌کند و از نظر اجتماعی موجه نمی‌داند. در تحقیق مولر و توماس (۲۰۰۱) کشورهای آفریقای جنوبی، اسلوانی و کنیا فرهنگ جمع‌گرا و کشورهای دیگر فرهنگ فردگرا داشتند که در آن‌ها کارآفرینی رشد بالاتری را نشان می‌داد (Muller & Thomas, 2001).

احساس تعهد به جمع و تقبیح فردگرایی عامل تضییع کارآفرینی و اولویت‌دادن به فرد و ارجحند دانستن رشد و ترقی فردی تقویت‌کننده کارآفرینی به‌شمار می‌آید (Alwani, 2011). با این حال به‌نظر می‌رسد وجود فرهنگ فردگرایی به‌تنهایی دلیلی بر توسعه و رشد کارآفرینی نیست. در همین زمینه رأو (۲۰۰۴) معتقد است که اگر کارآفرینان جوامع جمع‌گرا در برابر کارآفرینان جوامع فردگرا کمتر موفق هستند، پس چه توضیحی برای موفقیت کارآفرینان سنگاپوری، ژاپنی و مالزیایی وجود دارد که ارزش‌های جمع‌گرایانه نیرومندی دارند؟

یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین دغدغه زنان کارآفرین نگاه جنسیتی به آنان است. فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی است و از ابتدا تربیت و اجتماعی‌شدن دختران، در نظر گرفتن آنان به‌عنوان جنس دوم، تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خودکم‌بینی توانایی‌های آن‌ها را در پی داشته است. در جامعه ما عرف، عادات، سنت‌های گذشته و باورهای حاکم درباره قابلیت‌های جنسیتی زنان می‌تواند مانعی جدی برای حضور زنان در صحنه‌های اقتصادی باشد. به‌عبارت‌دیگر فرهنگ سنتی ما نه‌تنها امکان رشد کسب‌وکار را برای زنان ایرانی فراهم نمی‌کند؛ بلکه مهم‌ترین مانع برای آنان محسوب می‌شود.

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر با هدف بررسی فرهنگ کارآفرینی و شکست روی کارآفرینان کشاورزی انجام شده است. یافته‌ها درباره بررسی ابعاد فرهنگ شکست نشان داد میزان نپذیرفتن شکست در جامعه مطالعه‌شده فراوان است؛ به این معنی که تمایل کمتری به پذیرش معانی ضمنی شکست در جامعه روستایی وجود دارد. متأسفانه در جامعه ما شکست خوردن نه‌تنها ارزش نیست؛ بلکه ضدارزش است. در فرهنگ‌هایی که از کودکی در خانواده و سپس در محیط‌های آموزشی افراد را از شکست می‌ترسانند، شکست خوردن به‌معنای ازمیان‌رفتن است و کارآفرینی تضعیف می‌شود. این در حالی است که در فرهنگ‌هایی که شکست مقدمه پیروزی محسوب می‌شود و استقامت و پایداری ارزش به‌شمار می‌آید، کارآفرینی امکان رشد بیشتری دارد (Alwani, 2011).

در این باره کیو، اکلز و راندل (۲۰۰۱) نگرش کارآفرینان شکست‌خورده در کشورهای آمریکا و انگلیس را بررسی کردند. نتیجه مطالعه آن‌ها نشان داد در آمریکا به شکست به‌عنوان تجربه یادگیری نگریسته می‌شود؛ در حالی که در انگلستان برچسب شکست وجود دارد. نتایج مطالعه لاندیر (۲۰۰۵) نیز نشان داد در بعضی مناطق و کشورها شکست کارآفرینانه بار منفی دارد؛ در حالی که در کشورهای دیگر برچسب اجتماعی کمتری به شکست زده می‌شود. برای مثال در حالی که اغلب در ژاپن و فرانسه کارآفرینان شکست‌خورده برچسب زده می‌شوند، فرهنگ موجود در سیلیکان‌والی شکست را به‌عنوان مدال افتخار در نظر می‌گیرد (Bengtsson, 2005).

در زمینه بُعد «فرصت دوم» نیز نتایج نشان داد جامعه روستایی با دادن فرصت دوباره به افراد شکست‌خورده موافق هستند. البته باید توجه داشت میزان موافقت جامعه با دادن فرصت دوباره به کارآفرینان شکست‌خورده به‌دلیل ورشکستگی کارآفرینان بستگی دارد. نتایج مطالعات نیز نشان می‌دهد زمانی که جامعه کلاهبرداری را به‌عنوان عامل شکست کارآفرینان احتمال دهد، با دادن شانس دوباره کمتر موافق است. این اعتقاد وجود دارد که ناآگاهی درباره دلیل اصلی شکست کارآفرینان از عوامل تأثیرگذار



همچنین در روستاها به علت آداب و عرف معمولاً نوآوری‌ها به سختی پذیرفته می‌شود. فرهنگ سنتی روستایی مجموعه کاملی را تشکیل می‌دهد و گرایش زیادی به حفظ و نگهداری خود در مسیر نسبتاً ثابتی دارد. براین اساس بستر بروز خلاقیت و نوآوری در روستا به نسبت شهر کمتر فراهم است. عدم خودباوری یکی دیگر از مشکلات فرهنگی موجود در روستاهاست که ممکن است به عنوان مانعی در جهت کارآفرین شدن افراد جامعه عمل کند. مردم روستا باور ندارند که روستا مکانی برای ماندن است و متأسفانه در روستاها با عدم خودباوری مردم مواجه هستیم. آن‌ها ترجیح می‌دهند برای حل مشکلات منتظر بمانند تا دولت به آن‌ها کمک کند و به ظرفیت‌ها و توانایی‌های خدادادی خود باور ندارند و بدیهی است با رویارویی با کمترین مشکلات در بن بست‌های فراگیر گرفتار خواهند شد که سراسر زندگی آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. محافظه کاری و ویژگی دیگر جامعه روستایی است که ریشه در سنت دارد و وجه مشخصه آن مبارزه با نوآوری و خلاقیت در عرصه‌های مختلف زندگی است. تمام این عوامل دست به دست هم می‌دهد تا زمینه‌های بروز کارآفرینی در بین افراد جامعه محدود شود.

نتایج رتبه‌بندی زنان کارآفرین از موانع فرهنگی درک شده در روند راه‌اندازی کسب و کار نشان داد که موانع بی‌اعتقادی به توانمندی‌های زنان، وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه و سازمان‌ها و مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی دختران، به ترتیب به عنوان مهم‌ترین موانع فرهنگی زنان کارآفرین مشخص شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین دغدغه زنان کارآفرین نگاه جنسیتی به آنان است. تبعیض جنسیتی یکی از عوامل زمینه‌ای به شمار می‌آید که مشکلاتی را در فعالیت زنان کارآفرین به وجود آورده است. زنان روستایی به دلایلی از جمله پذیرفته نشدن از سوی جامعه به راحتی نمی‌توانند با محیط اطراف ارتباط برقرار کنند. این مسئله را می‌توان به عنوان یکی از مهم‌ترین عواملی دانست که باعث بروز محدودیت‌های دیگر از جمله محدودیت‌های علمی و کسب دانش و مهارت کمتر و در نهایت نداشتن اعتماد به نفس و گوشه‌گیری زنان می‌شود.

در مجموع نتایج نشان می‌دهد زیرسیستم فرهنگی در اکوسیستم کارآفرینی وضعیت مطلوبی ندارد و فرهنگ موجود حامی کارآفرینی نیست و حتی در بسیاری از موارد از ظهور کارآفرینی جلوگیری می‌کند. از این رو این بستر فرهنگی به عنوان عامل زیربنایی یا اساس دیگر بسترهای لازم برای کارآفرینی، به تحولات عمیقی در شناخت، باورها، حقوق، آداب و رسوم و اخلاق افراد جامعه احتیاج دارد.

بر پایه نتایج به دست آمده پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. نگرش نسبت به ریسک، پاداش و شکست باید دوباره بررسی شود. سیاست کارآفرینی باید شرایطی را بررسی کند که شکست

شاید عبارت پیرسون و چاترجی (۲۰۰۱) بتواند این پدیده را توضیح دهد. آن‌ها بیان می‌کنند که ماهیت مفهوم غربی از کارآفرینی در فردگرایی نهفته است، در حالی که اساس موفقیت برای کارآفرینی آسیایی حمایت شبکه خانوادگی جمعی بوده است. محققان پیشنهاد می‌کنند کارآفرینان در هر دو زمینه می‌توانند به شیوه‌های خاص خود موفق باشند. بنابراین همان‌طور که کودرینا کانتیو (۲۰۰۸) بیان می‌کند، بهترین راه برای برخورد با فرهنگ و کارآفرینی متعادل کردن فردگرایی و جمع‌گرایی است؛ زیرا کارآفرین برای موفقیت علاوه بر ویژگی‌های فردی به گروهی از افراد با مهارت‌ها و منابع منحصر به فرد نیاز دارد. از این رو برقراری این تعادل نیازمند ابتکار عمل فردی با روح همکاری و مالکیت گروهی نوآوری است.

نتایج بررسی موانع فرهنگی در راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینان کشاورزی نشان داد از دیدگاه مردان کارآفرین نبودن فرهنگ خلاقیت، نپذیرفتن شکست و نگرش منفی به ریسک، به ترتیب به عنوان مهم‌ترین موانع فرهنگی ذکر شده است. همچنین موانعی مانند نبود خودباوری، وجود روحیه محافظه کاری در جامعه، وجود پارتی‌بازی (رابطه‌مداری) در ادارها، حقیر شمردن کارهای غیردولتی و وجود ایده‌آل‌گرایی به جای عمل‌گرایی، بی‌اعتمادی جامعه به کارآفرینان، مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی فرزندان، بی‌احترامی به کارآفرینان در اداره‌های دولتی و قدردانی نکردن از کارآفرینان در جامعه، به عنوان موانع فرهنگی درک شده کارآفرینان در رتبه‌های بعدی قرار گرفته است.

نبودن فرهنگ خلاقیت از جمله مشکلات جامعه ما محسوب می‌شود. ما بیش از آنکه به تلاش، سخت‌کوشی، ابداع، تفکر، تعمق و مسئولیت اهمیت بدهیم، به شانس، راحت‌طلبی، تقلید، میانبر رفتن، توجیه و... علاقمند هستیم. بنابراین نظام آموزشی، اجتماعی، اداری و حتی خانوادگی ما به تجدیدنظر در شیوه‌های زندگی و باورهای خود به صورت تدوین روش‌های مبتنی بر حمایت از خلاقیت نیاز مبرم دارد (Pour Zahir, 2005). به عبارت دیگر ما بیش از آنکه به یک معلم، کارمند و کشاورز منضبط، دقیق و وظیفه‌شناس نیازمند باشیم، به فردی مبتکر و خلاق نیاز داریم.

از سوی دیگر وجود رابطه‌مداری به جای شایسته‌سالاری و ضابطه‌مداری در به دست آوردن منابع از جمله عواملی است که در سطح کلان جامعه و فرهنگ کار به عنوان ارزش، به خودی خود در تعارض بوده و کارآفرینی و خلاقیت و نوآوری را تضعیف کرده است. حال آنکه فرهنگی که خواستار پرورش کارآفرین باشد باید مردم را به سبب دستاوردهای‌شان و نه مقتضیات تولدشان طبقه‌بندی کند. این در حالی است که بسیار دیده می‌شود افراد کارآفرین در قبال بی‌توجهی به آن‌ها گله و شکایت می‌کنند و طبیعتاً انگیزه کار کردن در بین آن‌ها از بین می‌رود. بنابراین باید ابتدا معضل رابطه‌مداری را که بیشتر کشورهای در حال توسعه با آن دست به گریبانند، حل کرد.

## References

- Ahmad, N. (2007). *A cross-cultural study of entrepreneurial competencies and entrepreneurial success in SMEs in Australia and Malaysia* (Doctoral dissertation). Adelaide: University of Adelaide.
- Ahmad Pourdaryani, M. (2001). [*Entrepreneurship: definitions, theories, models* (Persian)] (3<sup>rd</sup> ed.). Tehran: Pardis Publication.
- Alwani, S. (2011). [Entrepreneurship, individual synergy, society and culture (Persian)]. *Journal of Labour and Society*, 134(3), 5-9.
- Amiri, M., Zali, M. R., & Majd, M. (2009). [Limitations of starting new businesses (Persian)]. *Journal of Development of Entrepreneurship*, 1(3), 81-102.
- Ansari, E. (1996). [Participation and role of rural cultural values on development (Persian)]. *Journal of the Faculty of Literature and Human Sciences (Isfahan University)*, 8, 1-11.
- Arasti, Z. (2006). [Iranian women entrepreneurs: the socio-cultural structures affecting the development of entrepreneurial business (Persian)]. *Journal of Women Research*, 4(1-2), 93-119.
- Bafandeh, A., Norouzi, D., & Aali, S. (2010). [The study of managers problems of eastern Azerbaijan small & medium sized enterprises (SMES) (Persian)]. *Journal of Industrial Management*, 5(13), 41-54.
- Bartlett, J. E., Kotrlík, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43- 50.
- Bengtsson, O. (2005). *Investor attitudes and the supply of capital: are venture capitalists in California more forgiving?* Evanston, I.L.: Northwestern University Publication.
- Burns, P. (2011). *Entrepreneurship and small business* (3<sup>rd</sup> ed.). Basingstoke, U.K.: Palgrave Macmillan Press.
- Casson, M. (2002). *Entrepreneurship. The concise encyclopedia of economics*. Retrieved from <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>
- Cave, F., Eccles, S., & Rundle, M. (2001). Attitudes towards entrepreneurial failure: a learning experience or an indelible stigma? Paper presented at the 2001 Babson College-Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Jonkoping, Sweden, 13-16 May 2001.
- Codrina Conțiu, L. (2008). The importance of individualism vs. collectivism in organizational entrepreneurship. Paper Presented at National and Regional Economics VII, Technical University of Kosice, Herlany, Slovakia, 1-3 October 2008.
- Eurobarometer. (2002). Flash Eurobarometer 134 "entrepreneurship". Brussels: European Commission.
- Grigore, A. (2012). A nation's culture and its openness to entrepreneurship: an established liason notes about the situation in Romania today. *International Journal of Business and Social Science*, 3(10), 139-44.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations* (2<sup>nd</sup> ed). California, CA: Sage, Thousand Oaks.
- معنای ضمنی منفی کمتری را دریافت و دولت باید قوانینی را برای کاهش آسیب‌های ورشکستگی وضع کند؛
۲. فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اعتماد به آن‌ها که می‌تواند از طریق معرفی مصادیق موفق زنان کارآفرین به جامعه انجام شود؛
۳. ترویج کارآفرینی و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان به‌وسیله برنامه‌های صداوسیما، به‌طوری‌که در انتقال مفاهیمی از خلاقیت و کار، چهره‌سازی مثبت از کارآفرینان، معرفی مصادیق کارآفرینی ایران، انعکاس دیدگاه چهره‌های برجسته کشور درباره کارآفرینی و طرح شاخص‌های اسلامی مرتبط و تقویت زمینه کارآفرینی در فیلم‌ها و سریال‌ها فعالیت کند؛
۴. اعمال سیاست‌های تشویقی برای مطبوعات فعال در توسعه فرهنگ کارآفرینی و اختصاص حداقل یک صفحه از مطبوعات ملی و محلی به مباحث کارآفرینی و کسب‌وکار. همچنین مطبوعات می‌تواند به‌عنوان حلقه ارتباط بین کارآفرینان و مسئولان، سرمایه‌گذاران و صاحبان ایده یا کارآفرینان جوان و مشاوران کسب‌وکار، نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا کند؛
۵. ارائه آموزش‌هایی برای مدیران و کارکنان دستگاه‌های دولتی به‌منظور رفتار مناسب و احترام‌آمیز با کارآفرینان. علاوه‌براین باید دستورالعمل‌هایی برای نحوه رفتار مناسب با کارآفرینان تهیه شود و به کارکنان دستگاه‌های دولتی ابلاغ شود، به‌طوری‌که ملزم به اجرای آن شوند تا بدین‌وسیله از دلسردی و یأس کارآفرینان در نتیجه برخورد نامناسب اداره‌های دولتی جلوگیری شود؛
۶. قدردانی از کارآفرینان موفق از طریق معرفی آن‌ها در رسانه‌ها. البته استفاده از رسانه به‌تنهایی کافی نیست، بلکه بهتر است دولت در این زمینه از ابزارهایی مانند معافیت‌های مالیاتی، تشویق مالی، بخشودگی وام، ارائه تسهیلات ارزان‌تر و... استفاده کند.



- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52.
- Karimi, A., & Johari, H. (2013). [Identify factors inhibiting the development of entrepreneurship from the perspective of graduate students (the case of agricultural colleges in Tehran) (Persian)]. *Journal of Development of eEntrepreneurship*, 6(4), 151-67.
- Karimi, S., Bimenz, H., Chizari, M., & Molder, M. (2013). [Investigate the effect of environmental and cultural factors on entrepreneurial intention of agricultural students (Persian)]. *Journal of Development of Entrepreneurship*, 5(3), 105-24.
- Landier, A. (2005). *Entrepreneurship and the stigma of failure*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=850446>. doi: 10.2139/ssrn.850446
- Levie, J., & Autio, E. (2007). *Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: seven-year panel study*. Paper Presented at the 3<sup>rd</sup> Global Entrepreneurship Research Conference George Mason University, Washington D.C., USA, 1-3 October 2007.
- Lim, L. (2001). Work-related values of Malays and Chinese Malaysians. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1(2), 209-26.
- Litch, A., & Siegel, J. (2006). The social dimensions of entrepreneurship. In A. Basu, M. Casson, N. Wadson, & B. Yeung (Eds.). *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press. Available from <http://ssrn.com/abstract=824844>
- McGrath, R., MacMillan, I., Yang, E., Tsai, W. (1992). Does culture endure, or is it malleable? Issues for Entrepreneurial economic development. *Journal of Business Venturing*, 7(6), 441-58.
- Moradnejhadi, H., Irvani, H., Shabanali Fami, H., Hosseini, S. M., & Kafi, M. (2007). [Analysis of the barriers to entrepreneurship development in greenhouse production units in Iran (Persian)]. *Iranian Journal of Agricultural Sciences*, 38(2), 175-84.
- Movahedi, R., & Yaghobi, A. (2012). [Introduction to rural entrepreneurship (Persian)]. Hamedan: Bu-Ali Sina University Publication.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Pearson, C., & Chatterjee, S. (2001). Differences and similarities of entrepreneurial characteristics in a diverse social setting—evidence from Australian and Singaporean managers. *Journal of Enterprising Culture*, 9(3), 273-89.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Pour Zahir, A. (2005). [Principles and foundations of education (Persian)] (4<sup>th</sup> ed.). Tehran: Agah Publication.
- Rao, D. (2004). *Culture and entrepreneurship in Fijis small tourism business sector* (Doctoral desertation). Melbourne: Victoria University.
- Saber, F. (2002). *Women Entrepreneurship Development Ways*. Tehran: Intellectuals and women's studies Publication.
- Saffu, K. (2003). The role and impact of culture on Sought Pacific Island entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 9(2), 55-73.
- Tamanin, T., Ancona, C., Botega, N., & Rodrigues-Netto, N. (2002). *Translation, validation and cross-cultural adaptation into Portuguese language of the King's health questionnaire*. Paper Presented at International Continence Society Annual Conference, Heidelberg, Germany, 28-30 August 2002.
- Vosoughi, M., Mirzaei, H., & Rahmani, A. (2005). [Individualism and collectivism of Iranians the perspective of foreign tourists (Persian)]. *Journal of Cultural Studies & Communication*, 6(2), 115-34.
- Yaghoobi Farani, A., Soleimani, A., Movahedi, R., & Eskandari, F. (2013). [Educational and institutional factors on rural women entrepreneurship (the case of Hamedan province) (Persian)]. *Journal of Development of Entrepreneurship*, 2(20), 115-34.
- Zali, M. R., & Razavi, S. M. (2008). [Research on barriers to entrepreneurship development in Iran (Persian)]. Tehran: Tehran University Press.
- Zivdar, M., & Ghasemi, A. M. (2011). [Prioritize facilitating factors in setting up small and medium-sized businesses using a combination of judgments in fuzzy environment (Persian)]. *Journal of Development of Entrepreneurship*, 11(4), 167-86.