

بررسی نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایزده

اصغر محمدی* (استادیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان)

اعظم عبدالهی بروجنی (دانشجوی دکتری، رشته جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان)

محمود سواری (دانشجوی دکتری، رشته جامعه شناسی سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان)

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایزده می‌باشد که در سال ۱۳۹۴-۱۳۹۵ اجرا گردید. از جمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان، بسترسازی اجتماعی و اقتصادی است. شناخت بسترهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه و زیرمجموعه‌های آنها می‌تواند، ما را در سطح کلان به سوی بستر اجتماعی پویا و هدایت کند. این تحقیق از لحاظ هدف کمی از مطالعات مقطعی و تبیینی است. روش مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات کمی پیمایشی است. که ابزار مورد استفاده در آن پرسشنامه ۲۸ سوالی خودساخته ای است که روایی توسط خبرگان و اساتید تائید و پایایی آن به میزان ۰/۹۱ بدست آمد. از نرم افزار Spss۲۲ برای تجزیه و تحلیل داده های توصیفی و استنباطی به همراه آزمون های آماری مرتبط استفاده شد. نتایج حاصله از پژوهش نشان داد که بین تورم بالا و نرخ بیکاری مزمن، عدم استفاده صحیح از منابع مالی، ترس از متفاوت عمل کردن و ضعف در کارهای تیمی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد و از بین این چهار عامل، قوی‌ترین عامل تاثیرگذار عدم استفاده صحیح از منابع مالی و پس از آن ترس از متفاوت عمل کردن می‌باشد.

کلیدواژه: نگرش، فعالان اقتصادی، شهرستان ایزده، موانع، اقتصادی، اجتماعی.

مقدمه

از جمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی^۱ در سطح کلان، بسترسازی اجتماعی و اقتصادی^۲ است. شناخت بسترهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه و زیرمجموعه‌های آنها می‌تواند، ما را در سطح کلان به سوی بستر اجتماعی پویا و کارآفرین و مرضی خداوند سبحان هدایت کند. بستر اجتماعی، به عنوان عاملی زیربنایی و یا حتی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی، مستلزم تحولات عمیقی در اقتصاد، فرهنگ و سیاست جامعه است. نوع و کیفیت هریک از این سه عامل اصلی می‌تواند، در کیفیت کارآفرینی تأثیر بسزایی داشته باشد. می‌دانیم که تحولات و دگرگونی نظامهای اجتماعی عصر حاضر، ریشه در پیشرفت و تغییرات به‌وجودآمده در علم و فناوری دارد که این به نوبه خود به تغییر علاقه‌ها و ذائقه‌ها منجر شده است. براساس "نظریهء مکتب جبرگرایی فناورانه"، سازمانهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گستردهء بین‌المللی روبه‌رو هستند. از این‌رو، تضمین تداوم حیات و بقای افراد، سازمانها و جوامع، نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روشهای جدید مقابله با مشکلات است و به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فایندها و روشهای جدید بستگی زیادی دارد. کارآفرینی قادر است، روشها و شیوه‌های جدید فرایند تولید و فرصتهای جدید کسب و کار را پیدا کند. به عبارت دیگر، کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری، مشارکت و مخاطره‌پذیری^۳ است (خانی جزنی، ۱۳۸۵).

کارآفرینی سبب اشتغالزایی، ایجاد رفاه و تولید ثروت می‌شود که از پس خود عدالت را در جامعه به همراه می‌آورد. حال که دولت کریمه جمهوری اسلامی ایران یکی از شعارهای اصلی خویش را "عدالت‌محوری" قرار داده، شناخت بستر اجتماعی کارآفرینی از اهم امور است؛ چرا که بدون شناخت این بستر نمی‌توان منویات دولت و نظام را پیاده کرد. بستر اقتصادی کارآفرینی، بستری است مرکب از نوع نظامهای اقتصادی، اقتصاد سیاسی جامعه، فضای اقتصاد بین‌الملل، مقررات، قوانین و چالشهای اقتصادی موجود، فضای دادوستد و کسب‌وکار و ... که در این‌جا به دلیل اهمیت نظامهای اقتصادی در بسترهای اقتصادی، بسترها را به نام نظامهای اقتصادی تقسیم‌بندی می‌کنیم (خانی جزنی، ۱۳۸۵).

دنیای در حال تحول امروز، کامیابی را از آن جوامع و سازمان‌هایی می‌داند که بین منابع کمیاب، قابلیت‌های مدیریتی و منابع انسانی خود، رابطه ای منطقی و معنی دار برقرار سازند. به عبارت دیگر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و پرشتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را

^۱ - Entrepreneurial

^۲ - infrastructure of Social and economic

^۳ - Risk taking

به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند (صمدآقایی، ۱۳۸۷). کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر همراه با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین «کارآفرینان» عوامل تغییر هستند که بنابراین گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت انگیز نیز شده‌اند (تارو^۱، ترجمه کیاوند؛ ۱۳۸۱).

انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند که از جمله آن‌ها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می‌توان نام برد. از دیگر مشخصات کارآفرینان داشتن خلاقیت و نوآوری، دارا بودن قدرت تحمل ابهام، داشتن اعتماد بنفس و عزت نفس، آینده نگر و عمل‌گرا بودن و فرصت شناس بودن می‌باشد (علوی، ۱۳۸۷). روند تحول زندگی بشر از دوران غارنشینی تاکنون همواره تحت تاثیر عامل «تغییر» بوده است. از میان عوامل تغییر به عامل انسانی توجه خاصی مبدول گردیده که از این میان نیز کارآفرینان دارای جایگاه ممتازی می‌باشند. امروزه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه اقتصادی مطرح می‌باشند و سعی در تشویق محیط به عرضه بیشتر مدیران کارآفرین و ظهور استعداد‌های کارآفرینانه دارند (گورول و آتسون^۲، ۲۰۰۶).

نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف روشن از آن است. کارآفرینی همانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی، هنگامی قابل تحلیل و تبیین می‌باشد که بتوان تعریف یا تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه نمود. از آن جا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم قطعی علوم فیزیک و شیمی به شمار نمی‌رود، ارائه یک تعریف قطعی و مشخص برای واژه‌های آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. «کارآفرینی» یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوت و حتی متناقضی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است (گلستان هاشمی، ۱۳۸۰).

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر موضوع کارآفرینی و توسعه آن موجب ایجاد موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا شده است. کشورهای مختلف راه‌حل‌هایی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آنها روی آورده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مهمترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش است و مناسب‌ترین محیط برای

^۱ - Tarow

^۲ - Gurol, Y. Atson, N

پرورش کارآفرینان محیط‌های آموزشی و به ویژه مدارس و دانشگاه‌هاست. ویژگی‌های شخصیتی افراد و مشکلات اقتصادی و ... از عوامل موثر در کارآفرینی محسوب می‌شود. بطوریکه گابلین و پوتنام (۲۰۱۱) در یک مطالعه که در مورد ۱۲۹ کارآفرین آمریکائی انجام شده نشان داد که ۳۴٪ کارآفرینان در جلب سرمایه گذاری دچار مشکل و مدیریت مالی را دومین مشکل عمده خود ذکر کرده‌اند.

لذا، توجه به این مسأله و ارائه راه‌حل‌های علمی و کاربردی می‌تواند در توسعه جامعه نقش اساسی و تعیین کننده داشته باشد. در این هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایزه می باشد. همچنین اهداف جزئی شامل؛ رابطه تورم بالا و نرخ بیکاری مزمین با توسعه کارآفرینی، رابطه عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی، رابطه ترس از متفاوت عمل کردن با توسعه کارآفرینی و رابطه ضعف در کارهای تیمی با توسعه کارآفرینی نیز مورد بررسی قرار گرفت.

مبانی نظری

تعاریف کارآفرینی

به‌طور کلی «کارآفرینی» از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون زندگی حضور داشته و مبنای تحولات و پیشرفتهای بشری بوده است. لیکن تعاریف زیاد و متنوعی از آن در سیر تاریخی و روند تکامل موضوع بیان شده است، که برخی از این تعاریف ارائه می‌گردد:

- کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند
- خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهائی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهائی طبق قرارداد (برنارد دو بلیدور^۱ اقتصاددان فرانسوی در اوایل قرن هیجدهم).
- کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولات قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند (ریچارد کانتیلون^۲ در حدود سال ۱۷۳۰).
- کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسوولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را برعهده می‌گیرد (جان باتیست سی^۳، اقتصاددان فرانسوی در سال ۱۸۰۳ میلادی).

^۱ Belidar Bernard F. De

^۲ R. Cantillon

^۳ Jean Baptiste Say

- کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل، به ویژه جنبه‌های غیراقتصادی جامعه و موسسات انتفاعی تاسیس شده برای تمتع از مزیت‌های اقتصادی و ارضاء آرزوهای اقتصادی (آرتور کول^۱، ۱۹۴۶).
- کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی درخصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد (کاسون، ۱۹۸۲).
- کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقة رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد (Wilken، ۱۹۸۰).
- کارآفرین فردی است که شرکتهای جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند (که چموف^۲، ۱۹۹۴)
- (رابرت لمب^۳، ۱۹۰۲) معتقد بود که کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می‌شود و نقش عمده کارآفرینان را اجرای فرآیند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست.
- (هربرتون ایوانز^۴، ۱۹۵۷) معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کارموردنظر را بر عهده داشته و یا آن را می‌پذیرد.
- (پنروز^۵، ۱۹۶۸) جنبه اصلی کارآفرینی را همانا شناسایی و بهره‌برداری از کارهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکتهای کوچکتر می‌داند.
- (کارلند^۶، ۱۹۸۴) معتقد است که کارآفرین فردی است که جهت دستیابی به سود و رشد، شغلی را به وجود می‌آورد و مدیریت می‌کند.
- (ادی^۷) و (الم^۸، ۱۹۸۵) معتقدند که کارآفرین فردی است که مایل و قادر به مخاطره‌پذیری است و در عین حال ابزار تولیدی و اعتباری را در هم می‌آمیزد تا به سود یا اهداف دیگری همچون قدرت و احترام اجتماعی دست یابد.
- (تراپمان^۹) و مورنینگ (استار^۱، ۱۹۸۹) در کتاب «نظام‌های کارآفرینانه» در دهه ۱۹۹۰ می‌نویسند: کارآفرین کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری، کارآفرین فردی است که فرصت‌ارائه یک محصول، خدمات، روش و

¹ A.Cole

² B - Kirchhoff

³ R.K. Lamb

⁴ Herberton G.Evans

⁵ E.Penrose

⁶ J.c.carland

⁷ G.Eddy

⁸ k.olm

⁹ J. Torpman

سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تاثیر اندیشه محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند.

- (جفری تیمونز^۲، ۱۹۹۰) درخصوص کارآفرینی می‌نویسد: کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصتها و دنبال کردن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل، خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه می‌باشد. - (دیوید مک کران^۳) و (اریک فلانیگان^۴، ۱۹۹۶) کارآفرینان را افرادی نوآور، بافکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کارمی‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکتهایی نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌نمایند.

در واقع، هنوز هم تعریف کامل، جامع، مانع و مورد پذیرش همه صاحب‌نظران ارائه نشده است، لیکن در این بین تئوری و تعاریف اقتصاددان مشهور اتریشی به نام (جوزف شومپیتر^۵) از کارآفرینی و نقش کارآفرینان در فرآیند توسعه مورد توافق و ارجاع اکثر محققین در این زمینه است:

بر طبق نظر وی کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه می‌باشد و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد.

شومپیتر مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» می‌دانست و کار یک کارآفرین را «تخریب خلاق» تعریف کرد. وی در کتاب «نظریه اقتصاد پویا» اشاره می‌کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌گردد و اینها مشخصه یک اقتصاد سالم هستند.

بستر اجتماعی

"بستر اجتماعی کارآفرینی" به عنوان زیرساخت و متغیر اصلی در فرایند کارآفرینی به شمار می‌رود. آنچه در بستر اجتماعی کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد، بسترهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جامعه است. مشخص ساختن انواع خرده‌بسترهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می‌تواند مبانی و آثار این بسترها را بر بستر اجتماعی پدیده کارآفرینی مشخص کند.

فرهنگ کارآفرینی

از جمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان، بسترسازی، و یکی از مهم‌ترین جنبه‌های آن فرهنگ کارآفرینی است. بنابراین، ایجاد فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی

^۱ G.Morningstar

^۲ Jeffry Timmons

^۳ D. Mckeran

^۴ E.Flannigan

^۵ Joseph schumpeter

برخوردار است. با توجه به آن که فرهنگ به مفهوم مجموعه ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت جامعه را تشکیل می‌دهد، کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از مجموعه ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می‌توان به آن "خرده‌فرهنگ کارآفرینی" اطلاق کرد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاه خود به پدیده‌های اطراف و شیوه‌های متفاوت رفتاری در مواجهه با پدیده‌های پیرامون، دست به فعالیتهای کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه کنند (خانی جزنی، ۱۳۸۵).

اقتصاد کارآفرینی

ارتباط میان اقتصاد کارآفرینی، مانند سیاست و کارآفرینی، از دو سو قابل بررسی است. از یک طرف، نتایج کارآفرینی بر اقتصاد جامعه تأثیر می‌گذارد و از طرف دیگر، نفس فرایند کارآفرینی و اقتصاد حاکم بر آن، از فضای اقتصاد بین الملل، و مبانی و نظام اقتصادی جامعه متأثر است.

علاوه بر این، نوآوری که از اصول اساسی کارآفرینی است، به تولید محصولات جدیدتر و متنوع‌تر می‌انجامد به این ترتیب، قدرت انتخاب مردم افزایش می‌یابد و زندگی ساده‌تر می‌شود. با بالا رفتن سطح رفاه، افزایش ضریب جینی، آسایش، و اوقات فراغت، فرصتهای بیشتری برای استفاده در راستای ایجاد کارآفرینی بیشتر فراهم می‌آید. پس اقتصاد کارآفرینی، با بهره‌گیری از اصول اقتصاد کلان، نوع نظام اقتصادی جامعه، اقتصاد سیاسی، تأثیرپذیری از اقتصاد بین الملل و دستور العملهای اقتصادی، دز زاستاس ایجاد نوآوری، خلاقیت، انعطاف در برنامه‌ریزی، تمرکز بر نتیجه، تولید ثروت و رفاه اقتصادی حرکت می‌کند. کیفیت این حرکت را دکترین اقتصادی جامعه تعیین می‌کند و تا نقطه‌ای که بتواند اصول آن دکترین را رعایت و تأمین نماید، مورد پذیرش قرار می‌گیرد (رزمی، ۱۳۷۲).

نقش سرمایه اجتماعی در مسیر پیشرفت شغلی

روابط کاری مانند سایر روابط آسیب‌پذیر و ظریف هستند و به توجه و مراقبت دائمی نیاز دارند. هنگامی که کوتاهی شود و خدشه‌ای بردارد، ترمیم جای زخم و به حالت اول برگرداندن اوضاع، کاری بس دشوار است. علاوه بر مهارت‌های مفید شغلی، موفقیت شغلی بستگی به کیفیت و حسن روابط کاری نیز دارد. اولین و مهم‌ترین قدم در این راه، بهبود نگرش و طرز برخورد مناسب است (کلمن، ۱۹۹۸).

رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

ویکلن معتقد است که علاوه بر عوامل اقتصادی همچون مزیت‌های بازار و سرمایه که بر کارآفرینی تأثیر گذارند، عوامل غیر اقتصادی نظیر شبکه روابط اجتماعی نیز می‌تواند بر پدیده کارآفرینی تأثیرگذار باشد. سرمایه

اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود که از جمله شاخص‌های کارآفرینی محسوب می‌شوند (کلمن، ۱۹۹۸).

موانع کارآفرینی در ایران

بر اساس مطالعات انجام شده در خصوص کارآفرینی و موانع آن در ایران موارد زیادی وجود دارد که اهم موانع ایجاد و توسعه آن را به شرح زیر می‌توان بیان نمود.

مقاومت‌های فردی جزء ویژگی‌های شخصیتی است که در این خصوص می‌توان به موارد زیر از قبیل پایبندی به عادت، امنیت شغلی، عوامل اقتصادی و چشم بستن بر روی واقعیت‌ها اشاره کرد.

• عدم پذیرش تغییر و انجماد فکری

تحقیقات نشان می‌دهد که اکثر افراد در برابر تغییرات مقاومت و ایستادگی می‌کنند. این مقاومت در برابر تغییرات چه سازمانی و چه فردی از یکسو امری مثبت است چرا که موجب ثبات و پایداری و قابلیت پیش بینی رفتارهای آینده می‌گردد اما از طرفی می‌تواند منجر به تضاد و تعارض شود. با عنایت به اینکه کارآفرینی فرایندی است که لازمه آن پویایی و تحرک فکری است، لذا مقاومت در برابر تغییرات و عدم همراهی با تغییرات محیطی، انجماد فکری فرد یا سازمان را به دنبال خواهد داشت که خود مانع بسیار بزرگی برای کارآفرینی محسوب می‌شود (باقریان و نمازی، ۱۳۹۱).

• عدم اعتماد به نفس و خودباوری

انسان موجودی است که خداوند استعدادها و توانایی‌های فراوانی در وجود او نهاده است که اگر هر انسانی به آنان پی ببرد و به طور مؤثری از این موهبت‌های الهی بهره برداری نماید، می‌تواند نهایت سودمندی را برای زندگی خود و دیگران به ارمغان بیاورد.

یکی از دلایل عدم موفقیت کارآفرینی در ایران را عدم اعتماد به نفس کافی و خودباوری می‌توان دانست. این موضوع می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی مانند ناآگاهی به لزوم خودباوری، ترس و تردید، عدم اطمینان، تقلید کورکورانه، تنبلی و افزون خواهی و ... باشد. ضعف در کار تیمی با توجه به سوابق تاریخی و فرهنگی، بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ ایرانی از ضعف بزرگی در کار تیمی رنج می‌برد. این دسته دسته شدن و ساز فردی زدن در فرهنگ ایرانی را می‌توان در بسیاری از جاها دید. در دانشگاه‌ها، محیط کار، احزاب و حتی در داخل خانواده‌ها. این درگیری‌های قابل اجتناب که در فرهنگ ایران عادی می‌نماید معمولاً چیزی نیست جز عدم توانایی فرد در تعمیم خودخواهی خود به خودخواهی گروهی، که باعث ائتلاف نیرو بسیاری در فعالیت‌های جمعی می‌شود و بازدهی و قدرت تیم را به شدت کاهش می‌دهد. تأکید بر تفاوت‌ها به جای شباهت‌ها، عدم گذشت و خشونت‌های نابجا، اثرات عدم پختگی در احساسات و روابط اجتماعی می‌باشد. در تیم‌های ایرانی شاهد عدم

انتخاب صحیح افراد برای کار تیمی، عدم اعتماد متقابل، سیستم پاداش دهی نامناسب و پنهان کاری افراد در تیم هستیم که از جمله موانع شکل‌گیری تیم به معنای واقعی و کارآفرینی محسوب می‌گردد.

رخوت اجتماعی و ایده آل‌گرایی به جای عمل‌گرایی یکی از موانع فرهنگی و رشد خلاقیت و کارآفرینی، رخوت اجتماعی است که در حوزه‌های گوناگون به چشم می‌خورد. در حوزه ی ادبیات فولکلور ایران، در حوزه ی تئاتر و سینما عدم وجود برنامه‌های نشاط آور با محتوای سیال و پرورش دهنده فکر خلاق و عدم وجود بازی‌های نمایشی، طرح مسأله و حل مسأله، ترویج مفهوم شکست بدون انتقال مفهوم سخت کوشی و ابتکار در رسانه‌ها مخصوصاً رسانه ی ملی به چشم می‌خورد. همچنین جامعه ایرانی به عنوان یک جامعه ی ایده آل‌گرا شناخته می‌شود. وقتی انسان یک شخصیت آرمانی را به عنوان الگوی ذهنی خود قرار می‌دهد که فرسنگ‌ها از او فاصله دارد، در حقیقت ارزش قدم‌های خود را حس نمی‌کند و حس موفقیت از او گرفته می‌شود. وقتی فرد در ذهن خود آدم‌هایی را تصور می‌کند که به راحتی کارهای خود را پیش می‌برند و فی ذات بسیار خوب عمل می‌کنند، بسیار طبیعی است که آنها را قهرمان خود بداند و آنان را موظف به بهبود دنیا بداند و بر خود وظیفه ی آنچنانی قائل نباشد. ذهن ایده آل‌گرای ایرانی معمولاً شخصی را پیدا می‌کند و از او قهرمان افسانه ای می‌سازد که به هیچ وجه با واقعیت آن فرد هماهنگی ندارد و اگر آن قهرمان زنده باشد از او چیزی می‌طلبد که لزوماً با توانایی‌های آن فرد تناسب ندارد. این مطلب بدان معنا نیست که حرکت‌ها احتیاج به رهبر ندارند بلکه به این معناست که رهبر حرکت، فردی است که به طور نسبی از قدرت مدیریت و هوش بالاتری برخوردار می‌باشد (باقریان و نمازی، ۱۳۹۱).

• ترس و روحیه ی محافظه کاری

متأسفانه به دلیل تهاجم ویرانگری که بر ایرانیان در طول تاریخ تحمیل شده است که یکی از دهشتناک‌ترین این حمله‌ها، تهاجم مغولان بوده است، در کنار سیستم عقیدتی ایرانیان که آن‌ها کاملاً تحت تأثیر این حمله‌ها قرار گرفته، ایرانیان از لحاظ فکری و منش زندگی محافظه کار محسوب می‌شوند. این محافظه کاری متأسفانه نتایج بسیار منفی برای فرهنگ ایرانی به ارمغان آورده است که تأثیر بسیار مخربی در فعالیت‌های کارآفرینانه در جامعه ی ایران داشته است. متأسفانه افراد در جامعه ی ایران به دلایلی همچون ترس از دست دادن موقعیت و جایگاه فعلی و مورد سرزنش قرار گرفتن و مغایرت برخی ایده‌ها با سنت‌ها و اعتقادات جامعه از فعالیت‌های کارآفرینانه اجتناب می‌نمایند (همان).

• تمایل به هم‌رنگی با جماعت و ترس از متفاوت عمل کردن

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می‌کنند تا مبدا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان‌های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعداد‌های متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به

خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می‌شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد. مبرهن است که ترس از متفاوت عمل کردن در جامعه ی ایرانی وجود دارد و این یکی از دلایلی است که موجبات کاهش خلاقیت و کارآفرینی در جامعه‌ی ایران گردیده است (باقریان و نمازی، ۱۳۹۱).

• نظام ناکارآمد بوروکراتیک

در ایران بسیاری از سازمان‌ها به صورت بوروکراتیک عمل می‌کنند. فرایندهای بسیار پیچیده و طولانی امور اداری و مراجع صدور مجوز این شیوه ی عمل باعث کاهش انعطاف، اتلاف وقت و منابع می‌شود و کارآفرینان را به جای تمرکز بر فعالیت‌های کارآفرینانه درگیر بوروکراسی می‌کند. همچنین تعدد دستگاه‌ها مرتبط، نبود یک دستگاه مسئول واحد و تعدد آئین نامه‌ها و قوانین و عدم ثبات نسبی آنها، کارآفرینان را با مشکلات عدیده ای مواجه نموده است.

• آموزش‌های نامناسب

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینان اثر می‌گذارد. فعالیت‌های آموزشی در ایران به ندرت پویا و یادگیرنده می‌باشند و نمی‌توانند مطابق با نیازهای جامعه، آموزش‌های صحیح را ارائه دهند و به افراد در کارآفرین شدن کمک کنند. دلیل این امر می‌تواند عدم وجود سیاست‌های کلان آموزشی متناسب با فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزشی کشور باشد. کاربردی نبودن آموزش‌ها و عدم وجود رابطه ی صحیح بین محتوای آموزشی و مهارت‌های لازم برای کارآفرینی باعث شده است که افراد نتوانند توانایی‌های لازم برای کارآفرینی را به دست آورند. همچنین دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی که نقش بسزایی در توسعه ی فرهنگ کارآفرینی ایفا می‌کنند گاهی به صورت دوباره کاری و تکراری در فرایند آموزش عمل می‌کنند که این امر ناشی از ضعف برنامه ریزی در سطوح مختلف آموزشی می‌باشد (کوتینر و کنیکی، ۱۹۹۲).

• تغییرات و محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی

تغییرات سیاسی را در نظریه‌های افرادی چون تافلر، فوکویاما یا دیگر کسانی که به آینده پژوهی و یا مباحث کلان سیاسی یا ارتباطی علاقه داشته اند به روشنی می‌توان مشاهده نمود که چگونه به توصیف شرایط جدید و ارائه ی راهکار برای مقابله با این تغییرات و عوارض ناشی از آن پرداخته اند. ایجاد وابستگی از عوامل مهم و اساسی در نفوذ استعمارگران در ممالک تحت سلطه است. هر ملتی که بخواهد خود را از سلطه ی اجانب نجات بخشد، می‌باید بر خویش تکیه کند و دست حاجت به سوی دیگران دراز نکند. در مکتب اسلام به مسأله حفظ هویت و استقلال اقتصادی ارزش بسیار داده است.

در روایات اسلامی نیز کار و فعالیت در جهت بی‌نیازی از دیگران و تحمل رنج و زحمت برای رسیدن به غنا و بی‌نیازی عبادت شمرده شده است. حصر اقتصادی می‌تواند ملت‌ها را به خود آورد و آنها را به نیازمندی‌ها و توانایی‌های خود متوجه سازد و به بهره‌گیری از توان و استعدادهای خویش تشویق کند. بسیاری از ملت‌ها مانند ژاپن پس از جنگ جهانی دوم، با نوعی مراقبه و خودسازی و اتکا به استعدادها و توان خویش و با افزایش خلاقیت و نوآوری (که ژاپنی‌ها به آن تاکوگاوا می‌گویند) به شکوفایی رسیدند. در ایران نیز با توجه به شرایط تحریم‌های بین‌المللی باید به استفاده از توان و استعداد داخلی و ایجاد خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی توجه شود تا بتوان تحریم‌ها را به طور مؤثری به فرصت‌هایی برای خودکفایی ملی تبدیل نمود (همان).

• عدم شناسایی و استفاده صحیح از منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی را شناسایی، انتخاب، استخدام و پرورش و تربیت نیروی انسانی به منظور نیل به اهداف سازمان تعریف کرده اند (سعادت، ۳۸۳) در ایران انتخاب و گزینش و استخدام نیروی انسانی در بسیار موارد پایبند به ضوابط و مقررات نیست و گاهی با پیروی از نظام ناشایستگی، عواملی از قبیل خویشاوندی، آشنایی و توصیه‌ی مقامات با نفوذ و روابط شخصی اساس بکارگماری قرار می‌گیرد. همچنین نیروی انسانی بدون توجه به مهارت‌ها و تخصص فرد صرفاً بر اساس نیازهای واحدها به کار گماشته می‌شود این امر باعث کاهش بهره‌وری و تعهد افراد می‌شود و همچنین مانعی برای کارآفرین و کارآفرینی قلمداد می‌شود (رضائیان، ۱۳۸۷).

• عدم استفاده صحیح از منابع مالی و تخصیص نادرست منابع

یکی از مشکلاتی که امروزه بر سر راه کارآفرینی در ایران قرار دارد عدم استفاده صحیح و تقسیم ناصحیح منابع مالی می‌باشد. در شرایط اقتصادی فعلی کشور و با توجه به تحریم‌های همه‌جانبه‌ی موجود، عدم تخصیص بهینه‌ی منابع مالی به ایده‌های کارآفرینانه، باعث کاهش این فعالیت‌ها، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، کاهش تولید ناخالص ملی GDP و در نهایت عدم رشد و توسعه‌ی کشور می‌شود (همان).

راهکارهای گذر از موانع کارآفرینی در ایران

انجمادزدایی می‌تواند اولین مرحله از فرایند کارآفرینی باشد تا پس از آن آموزش و ترویج توسعه فرهنگ کارآفرینی و در عین حال رفع سایر موانع و اعمال سیاست‌های حمایتی، زمینه‌های کارآفرینی در جامعه را فراهم آورد. کوتینر و کنیکی (۱۹۹۲) می‌نویسند که در مرحله خروج از انجماد، باید تمرکز بر ایجاد انگیزش و آمادگی برای تغییر وجود داشته باشد. بدین منظور افراد تشویق می‌شوند تا نگرش‌ها و رفتارهای قدیمی خود را با رفتارهای مطلوب جایگزین کنند. برای ترک عادت افراد می‌بایستی که پنداشت خود را نسبت به تغییر عوض کنند و عادت را کنار بگذارند.

دیدگاه‌ها و رویکردهای کارآفرینی

کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان

کارآفرینی و کارآفرینان برای اولین بار مورد توجه و بحث اقتصاددانان بوده است بگونه‌ای که بیشتر مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی درباره آن سخن رانده‌اند (احمد پور، ۱۳۸۱: ص ۵). طبق نظر اقتصاددانان، کارآفرینان، ویژگی‌های خاصی داشته و کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به آنها نسبت داده می‌شود. اگر چه مفهوم کارآفرینی برای اولین بار در نظریات اقتصادی مطرح شد اما رفته‌رفته، با گرایش پیدا کردن مباحث اقتصادی به استفاده از مدل‌ها و روش‌های ریاضی و آماری، عملاً این مفهوم از تئوری‌های اقتصادی حذف و رشته‌های علمی دیگری به بحث در مورد آن پرداخته‌اند (Jennings, ۱۹۹۴: ۸).

شومپتر از معروفترین دانشمندان رشته اقتصاد است که در باره کارآفرینی و کارآفرینان نظریات جالب و در خور توجهی را ارائه داده است. شومپتر معتقد بود که کارآفرین، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصاد است و نقش وی عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد (Casson, ۱۹۸۲). وی نقش مدیران و افراد ایجاد کننده کسب و کار را متفاوت از نقش کارآفرینان می‌دانسته و معتقد بود که کارآفرینی یعنی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، یافتن بازاری جدید، یافتن منابع جدید و یا ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت. و کارآفرین در این میان کسی است که بتواند در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش، صاحبان سرمایه را متقاعد نموده و آنها را با خود همراه سازد (Palmer, ۱۹۸۷: ۴۸).

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری

علاوه بر اقتصاددانان که بعنوان اولین محققان و نظریه‌پردازانی بوده‌اند که درباره کارآفرینی و کارآفرینان تئوری‌هایی را ارائه کرده‌اند دانشمندان رشته‌های دیگر نیز در مورد موضوع مطالعات خوبی داشته‌اند و نظریاتی را به دنیای علم عرضه داشته‌اند. در این میان دانشمندان علوم رفتاری نظیر روانشناسان، جامعه‌شناسان، و بخصوص مدیریت، نقش مهمی را ایفاء نموده‌اند. از مهمترین دانشمندان رشته‌های علوم رفتاری که در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان نظریه‌پردازی کرده‌اند ون در ورف و براش می‌باشند. آنها ضمن بررسی بیست و پنج تعریف از کارآفرینی، اینگونه نتیجه‌گیری کرده‌اند که کارآفرینی بعنوان یک فعالیت تجاری، ویژگی‌هایی بدین شرح دارد (Vanderwerf & Brush, ۱۹۸۷):

- ایجاد، یعنی تأسیس یک واحد تجاری یا یک کسب‌وکار جدید.
- مدیریت عمومی، یعنی هدایت و سازماندهی یک فعالیت تجاری یا کسب و کار و تخصیص منابع.
- نوآوری و خلاقیت، یعنی خلق و بهره‌برداری تجاری از کالا، خدمت، فرآیند، بازار، مواد اولیه و یا سازمان جدید.

- ریسک‌پذیری، یعنی قبول و شهامت داشتن در مواجهه با زیان یا شکست بالقوه یک واحد تجاری.
- قصد و نیت، یعنی داشتن ایمان قوی در دستیابی به سطوح بالای رشد و سود یک واحد تجاری.

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت

همانند دیگر رشته‌ها، در مدیریت نیز دانشمندان و نظریه‌پردازان مختلف و متعددی در مورد کارآفرینی و کارآفرینان تئوری‌پردازی کرده‌اند که بحث تفصیلی در مورد همه آنها از حوصله مقاله حاضر خارج است و به فرصتی دیگر واگذار می‌گردد. پیتر دراگر از جمله معروفترین دانشمندانی است که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان نظرات جالبی را ارائه کرده است (Drucker, ۱۹۸۵). در یکی از تعاریف او اینگونه بیان شده است: کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. در تمامی دیگر تعاریف ارائه شده از سوی دراگر اشاره شده است که کارآفرینان تغییردهنده ارزشها هستند، ریسک‌پذیرند، به سرمایه نیاز دارند، هیچوقت سرمایه‌گذار نیستند، بدرستی تصمیم می‌گیرند، همواره دنبال تغییر بوده و آنرا اصل مسلم و سالم می‌دانند، قدرت شناسایی فرصتها را دارند، مفاهیم و فنون مدیریتی را بکار می‌گیرند، رفتارگرا و عملگرا هستند و بالاخره اینکه بر مبنای نظریات اقتصادی و اجتماعی عمل می‌کنند.

از دیگر دانشمندان معروف مدیریت که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان نظریه‌پردازی کرده است تیمونز می‌باشد. وی معتقد است (Timmons, ۱۹۹۰) که کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است، کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصتها و پیگیری آنها بدون توجه به منابع موجود است، کارآفرینی به معنی خلق و توزیع ارزش و منابع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه است، و کارآفرینی معادل یک شبه پولدار شدن نیست.

پیشینه تحقیقات انجام شده

باقریان و نمازی، (۱۳۹۱)، در پژوهشی تحت عنوان "موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها" به نتایجی دست یافتند. بر اساس نتایج تحقیق عدم توجه به ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و به ویژه فرهنگی در زمینه‌ی کارآفرینی باعث کاهش کارآیی و اثربخشی فعالیت‌های کارآفرینی در ایران گردیده است. هزار جریبی (۱۳۸۴)، در پژوهشی تحت عنوان "بررسی نقش کارآفرینی در ایجاد فرصتهای اقتصادی" به نتایجی دست یافت. فرآیند کارآفرینی را در جامعه رو به توسعه ایران شتاب می‌بخشد و بازنگری در سازماندهی و مدیریت منابع انسانی را لازم می‌سازد. کارآفرینی موجب تحول در سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی جامعه می‌شود و با روش‌سازی شیوه زندگی و نحوه استفاده از فرصتها و کسب و کار و فعالیتهای جدید اقتصادی را بوجود می‌آورد. این پژوهش با بررسی چندین فرضیه تأیید کرده است که فعالیتهای کارآفرینانه به ایجاد فرصتهای جدید اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی منجر می‌شود.

احمد پور داریانی و عرفانیان (۱۳۸۶)، در پژوهشی تحت عنوان " نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی " به نتایجی دست یافتند. در خصوص مفهوم توسعه و توسعه‌یافتگی اقتصادی بحث خواهیم کرد و روندهای مختلف توسعه در کشورها را بر خواهیم شمرد در نهایت نیز عوامل و پیش‌نیازهای ترویج فرهنگ، روحیه و تفکر کارآفرینی را بیان خواهیم کرد. در واقع خروجی اصلی این مقاله تبیین جایگاه کارآفرینی و ارتباط آن با مقولاتی مانند توسعه کسب و کار و توسعه اقتصادی است.

برزه گری و زمانی (۱۳۹۰)، در پژوهشی تحت عنوان " نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی " به نتایجی دست یافتند. از استراتژی‌های دولتی برای توسعه کارآفرینی سبز، تغییر انگیزه‌های مالیاتی (پاداش برای توسعه بنگاه‌های سبز و تنبیه برای استفاده غیر منطقی از منابع طبیعی)، توسعه خلاقیت و انگیزه کارآفرینی سبز در استانداردهای مدیریت بخش دولتی، استفاده از کارآفرینی زیست محیطی به عنوان یک ارزش و سرمایه اجتماعی، اجباری شدن بازرسی زیست محیطی، ابلاغ دستورالعمل‌های مرتبط با فعالیت‌های زیست محیطی، اجباری شدن برچسب‌ها، استقرار سیستم مدیریت زیست محیطی و بازنگری در قوانین به منظور تعهد بنگاه‌ها در قبال نتایج بنگاه‌های اقتصادی ناپایدار می‌باشد.

بانک جهانی در سال‌های پایانی قرن بیستم در پژوهشی میدانی با عنوان «موانع نهادی کسب و کار» به انجام یک تحقیق گسترده بین‌المللی، برای شناسایی موانع و مشکلاتی پرداخت که در کشورهای مختلف فراروی سرمایه‌گذاران و اصحاب کسب و کار وجود دارد. این پژوهش که در سال ۱۹۹۶ توسط سه محقق پیش‌گفته (برونتی، کیسانکو و ودر) انجام شد، نمونه‌ای متشکل از ۳۶۰۰ بنگاه در ۶۹ کشور را شامل می‌شد و بانک جهانی از نتایج آن برای تهیه «گزارش توسعه جهانی ۱۹۹۷»^۱ استفاده کرد. نمونه مورد اشاره به دو نمونه جزئی‌تر شامل کشورهای توسعه یافته^۲ و کشورهای کمتر توسعه یافته^۳ تقسیم شده و کشورهای استرالیا، کانادا، فرانسه، آلمان، ایرلند، ایتالیا، پرتغال، اسپانیا، سوئد، انگلستان و ایالات متحده در گروه نخست، و کشورهایایی از منطقه خاورمیانه، امریکای لاتین، صحرای افریقا، اروپای غربی و مرکزی و برخی از کشورهای تشکیل‌دهنده اتحاد جماهیر شوروی سابق در نمونه یا گروه دوم جای گرفته‌اند. بدین ترتیب، نمونه قابل توجهی از هر دو گروه در تحقیق برونٹی، کیسانکو و ودر فراهم آمده است.^۴

^۱. World Development Report (1997), The state in a changing world

^۲. Developed countries (DC)

^۳. Less Developed countries (LDC)

^۴. Brunetti, Kisunko, and Weder (1997)

محققان در مقاله جداگانهای که در آن، داده‌ها، متدولوژی، پرسش‌نامه و نتایج تحقیق به صورت جداگانه منتشر شده است، انگیزه خود را از انجام تحقیق مزبور این‌گونه بیان کرده‌اند:

«شواهد زیادی وجود دارد که حاکی از این است که نامطمئن بودن قوانین، مقررات و سیاست‌ها، توسعه بخش خصوصی در بسیاری از کشورهای کمتر توسعه‌یافته (LDC) را تهدید می‌کند. چند نمونه برجسته از این شواهد عبارت است از مطالعه انجام شده توسط دسوتو (۱۹۸۹)^۱ درباره معضلات بنگاه‌های غیررسمی در پرو؛ توصیفی که کلیتگارد (۱۹۹۰)^۲ از وضعیت نااطمینانی در انجام کسب و کار در گینه استوایی ارائه کرده‌است؛ و تحلیل بورنر، برونٹی و ودر (۱۹۹۵)^۳ از نااطمینانی نهادی در نیکاراگوئه. این مطالعات میدانی نشان می‌دهند که رفتار غیرقابل پیش‌بینی دولت‌ها می‌تواند هزینه‌های سنگینی را در مسیر توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کند. اگر به روشنی معلوم نباشد که در آینده نزدیک چه قوانین و مقرراتی قرار است به اجرا گذارده شود، کدام قراردادها حتماً - و نه به دلخواه دولت - اجرا خواهد شد، و بالأخره، اگر معلوم نباشد که آیا از حقوق مالکیت محافظت خواهد شد یا نه، بنگاه‌ها در بخش خصوصی، نوعاً به کاستن از سرمایه‌گذاری بلندمدت خود اقدام خواهند نمود. غالب پروژه‌ها مستلزم هزینه‌های سنگین غیرقابل برگشت هستند. این مسأله باعث می‌شود که در فضای عدم اطمینان، بنگاه‌ها انگیزه‌ای برای تخصیص منابع خود به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت نداشته‌باشند. نظریه «سرمایه‌گذاری غیرقابل برگشت» (به عنوان مثال: دیکسیت و پندیک (۱۹۹۴)^۴، این ایده را، که چنین عدم اطمینان‌هایی به زیان سرمایه‌گذاری کل تمام می‌شود، تقویت می‌کند.

مطالعه‌ای با عنوان «کارآفرینی در بخش دولتی» توسط زربیناتی^۵ و سوتاریس^۶ در سال ۲۰۰۴ انجام شد. هدف این تحقیق، توسعه نقش بالقوه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی بود که نشان می‌داد که چگونه چارچوب استیونسون درباره فرایند کارآفرینی می‌تواند در یک سازمان دولتی اروپایی بکار رفته و ابتکاراتی را برای بهره‌گیری از سرمایه‌های ساختاری اتحادیه اروپا، ارائه دهد. مبنای پژوهش شامل ده مطالعه موردی از سازمان‌های دولتی بود که پنج تا در انگلستان و پنج تای دیگر در ایتالیا مستقر بودند. در نهایت نتایج بدست آمده، حاکی از مناسب بودن مدل استیونسون در سنجش فرایند کارآفرینی در بخش دولتی بود.

^۱ De Soto, Hernando, The Other Path: The Invisible Revolution in Third World. Harpercollins. 1989.

^۲ Klitgaard (1990), Information and Market Institutions in Adjusting to Reality: Beyond "State versus Market" in Economic Development. ICS Press.

^۳ Borner Silvio, Aymo Brunetti and Beatrice Weder (1995)

^۴ Dixit, Avinash K and Pindyck, Robert S

^۵ - S. Zerbinati

^۶ - Souitaris

در جمع بندی نتایج تحقیقات گذشته می توان گفت؛ کارآفرینی تاکید و رابطه مستقیمی بر اشتغال زایی و توسعه دارد، همچنین مواردی همچون خلاقیت کارآفرینی، بها دادن به ایده های جدید، حمایت های مالی، بسترسازی مناسب در جهت کارآفرینی که در نهایت به توسعه و رشد اقتصادی جوامع می انجامد می باشد.

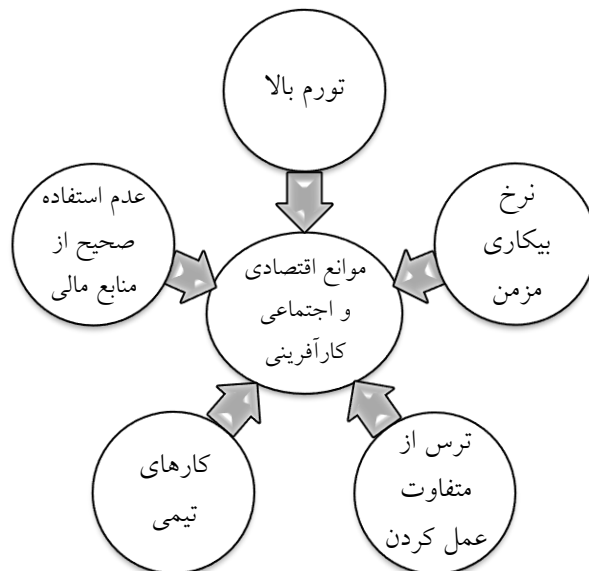
جدول شماره (۱): چارچوب نظری تحقیق

ردیف	نظریه	نظریه پرداز/سال	خلاصه نظریه
۱	نیروی کار	برنارد دو بلیدور در اوایل قرن هیجدهم	خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهائی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهائی طبق قرارداد.
۲	ابزار	ریچارد کانتیلون ۱۷۳۰	ابزار تولیدی به منظور ادغام آنها برای تولید محصولات قابل عرضه
۳	ابزار تولیدی و مسوولیت پذیری	جان باتیست سی ۱۸۰۳	ترکیب ابزار تولیدی و مسوولیت پذیری ارزش ها
۴	ارضاء آرزوهای اقتصادی	آرتو کول ۱۹۴۶	پلی است بین جامعه و جنبه های اقتصادی
۵	تصمیم گیری	کاسون ۱۹۸۲	تصمیم گیری عقلانی و منطقی در خصوص ایجاد هماهنگی
۶	توسعه اقتصادی	ویکن ۱۹۸۰	تسریع کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی
۷	رونق شغل های جدید	چموف ۱۹۹۴	ایجاد و رونق شغل های جدید
۸	صمیم گیری اجتماعی	رابرت لمب ۱۹۰۲	دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی
۹	فرصت طلبی	پنروز ۱۹۶۸	شناسایی و بهره برداری از کارهای فرصت طلبانه
۱۰	سود و رشد	کارلند ۱۹۸۴	ایجاد شغل برای دستیابی به سود و رشد
۱۱	مخاطره پذیری و ابزار	ادی و الم ۱۹۸۵	آمیختن مخاطره پذیری و در عین حال ابزار تولیدی و اعتباری
۱۲	تفکر جدید	تراپمان و مورنینگ استار ۱۹۸۹	فرصت ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی
۱۳	خلق و توزیع ارزش	جفری تیمونز ۱۹۹۰	خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه
۱۴	نوآوری و تمرکز فکری	دیوید مک کران و اریک فلائیگان ۱۹۹۶	نوآور، افکار متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها
۱۵	نوآوری	شومپتر	تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می گردد
۱۶	فعالیت تجاری	ون در ورف و برانش ۱۹۸۹	کسب وکار، هدایت و سازماندهی، نوآوری و خلاقیت، ریسک پذیری، قصد و نیت
۱۷	خلق و ایجاد بینشی ارزشمند، ابزار	تیمونز ۱۹۹۰	خلق و توزیع ارزش و منابع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه

مدل مفهومی تحقیق

مرور ادبیات موضوعی مربوط به تحقیق حاضر نشان داده است که عوامل مختلفی در تقویت نگرش کارآفرینی سازمانی وجود دارد. در تحقیق حاضر از بین این عوامل مؤثر در ایجاد و استمرار کارآفرینی سازمانی پس از غربالهای متعدد و با در نظر داشتن جامعه و محیط مورد بررسی؛ همچنین میزان اشتراک نظر محققین درباره انتخاب این عوامل در تحقیقات متعدد، عواملی را که به نظر می‌رسید بیشترین تأثیر را چه از نظر فردی و چه از نظر سازمانی بر کارآفرینی سازمانی دارند، انتخاب نموده و مدل تحلیلی زیر تدوین گردید. به منظور برنامه ریزی جهت اجرای طرح تحقیق حاضر، می‌توان از مدل‌های مفهومی مختلفی استفاده کرد. همانگونه که در بیان فلسفه استفاده از مدل تحلیلی تحقیق گفته شده است شروع کار طرح تحقیق حاضر با استفاده از این مدل تحلیلی خواهد بود اما در حین کار مطمئناً از مدل‌های تحلیلی دیگر نیز کمک گرفته خواهد شد. مدل تحلیلی تحقیق مستند به ادبیات تحقیق ارایه و روابط بین مولفه‌های آن از تجزیه تحلیل نمودار ۱ آمده (Mulford & Rogers, ۱۹۸۲).

شکل شماره (۱): مدل مفهومی تحقیق



فرضیات تحقیق

(۱) فعالان اقتصادی بر این باورند که تورم بالا و نرخ بیکاری مزمن با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه دارد.

۲) فعالان اقتصادی بر این باورند که عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه دارد.

۳) فعالان اقتصادی اذعان می‌کنند بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه وجود دارد.

۴) به نظر می‌رسد بین ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

در هر فعالیت پژوهشی، روش شناسی آن اصل مهمی در درستی و موفقیت آمیز بودن نتایج است. انواع بخصوصی از مسائل مستلزم روش‌های تحقیقی معینی هستند چنانچه مسئله تحقیق شناسایی عوامل تاثیرگذار بر یک معلول باشد در این صورت رویکرد کمی بهترین رویکرد است. بررسی‌های کمی کم هزینه‌تر از بررسی‌های کیفی هستند و انجام آن‌ها ساده‌تر و آسان‌تر است و علاوه بر این با استفاده از این تحقیقات می‌توان سریعتر به نتیجه رسید (کرمول، ۲۰۰۲). متغیرهای اصلی مورد بررسی تحقیق کارآفرینی و موانع اقتصادی بود که متغیر مستقل کارآفرینی و متغیر وابسته موانع اقتصادی و اجتماعی بود. تعریف عملیاتی برای کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و ریسک‌پذیر، بسترسازی مناسب و شناخت و ارزیابی موانع پیش از اجرا است همچنین تعریف عملیاتی برای موانع اقتصادی، تورم بالا، نرخ بیکاری و منابع مالی می‌باشد. با توجه به موضوع پژوهش و اهداف آن، پژوهش حاضر مطالعه کمی بوده است. از آنجا که پژوهش در پی بررسی نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی می‌باشد، بنابراین این تحقیق از مطالعات مقطعی و تبیینی است. روش مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات کمی پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق عبارتست از: کلیه فعالان اقتصادی شهرستان ایذه به تعداد ۴۱۷ نفر که از بین کلیه افراد تعداد ۲۰۰ نفر به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب شده و پژوهش بر روی آن‌ها انجام شده است. ابزار اندازه گیری در پژوهش حاضر عبارتست از پرسشنامه محقق ساخته که دارای ۲۸ عامل و ۵ مؤلفه می‌باشد که این عوامل با توجه به نظر نخبگان و فعالان اقتصادی شهرستان ایذه انتخاب و نسبت به بقیه عوامل ارجحیت داده شدند و هر ماده از ۵ گزینه بسیار کم، کم، تا حدودی، زیاد، بسیار زیاد تشکیل شده که از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت الهام گرفته است. برای انجام تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزار آماری Spss و آزمون های آماری مرتبط استفاده گردید. برای روایی پرسشنامه از نظر خبرگان اقتصادی، اساتید و کارشناسان بخش کارآفرینی استفاده شد و برای سنجش پایایی پرسشنامه محقق ساخته روش آلفای کرونباخ به کار گرفته شده است. پرسشنامه بکار رفته در این پژوهش دارای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ می‌باشد.

متغیر های تحقیق**متغیری مستقل****الف) تعریف نظری**

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. کارآفرینی: کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت‌ها (هزار جریبی، ۱۳۸۳: ۱۸).

ب) تعریف عملیاتی

کارآفرینی فرآیند کسب سود از طریق ترکیب جدید، منحصر به فرد و ارزشمند منابع، در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است. کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و ریسک‌پذیر است (احمدپور، ۱۳۸۱). طی فرآیند کارآفرینی، یک فرد کارآفرین، فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند، (دراکر، ۱۹۸۵) و بدون توجه به منابعی که در اختیار افراد است، فرصت‌ها به وسیله آنان تعقیب می‌شود. کارآفرینی فرآیند تخریب خلاق است (محصولات و خدمات جدیدتر، بازار موجود را تخریب و بازار جدیدی ایجاد می‌کنند). موتور توسعه اقتصادی، کارآفرینی است.

متغیر وابسته**موانع اقتصادی****الف) تعریف نظری**

دیدگاه کالسکی درباره تورم، به واقع یک دیدگاه ساختارگرایانه است یعنی تورم نتیجه ناهمخوانی بخش‌های مختلف اقتصاد با یکدیگر است و به همین دلیل، سیاست‌هایی چون کنترل اعتبارات یا سیاست‌های پولی دیگر بر این نوع تورم تاثیر قابل توجهی نخواهد داشت (سیف، ۱۳۹۵).

ب) تعریف عملیاتی

در پژوهش حاضر موانع اقتصادی عبارت از تورم بالا، نرخ بیکاری و منابع مالی می‌باشند.

یافته ها**الف) آمار توصیفی**

مطابق نتایج بدست آمده تعداد کلیه شرکت کنندگان در نمونه گیری ۲۰۰ نفر بوده که اطلاعات جنسیتی، محدوده سنی و میزان تحصیلات آن‌ها مورد ارزیابی واقع شده است. کمترین سطح سنی را افراد ۲۰ تا ۲۲ و ۲۶ تا ۲۸ ساله با مجموع درصد فراوانی ۰۴ درصد کمترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده اند. بیشترین درصد فراوانی نیز سهم افراد بالای ۳۷ سال با درصد فراوانی ۰۴۱ درصد (۸۲ نفر) بوده است. دو

گروه جنسیتی در این نمونه گیری حاضر بوده اند که البته بیشترین درصد سهم مردان (۹۵ درصد) بوده است. ۵ درصد باقی مانده نیز سهم فعالان اقتصادی زن بوده است و این بدان معناست که در شهرستان ایزه زن‌ها کمتر وارد عرصه اقتصادی می‌شوند و یا به عبارتی رگه‌هایی از مرد سالاری در این شهر مشاهده می‌شود. ، کمترین سطح تحصیلی را افراد فوق لیسانس با درصد فراوانی ۰۹.۰۰ درصد به خود اختصاص داده اند. بیشترین درصد فراوانی نیز سهم افراد دارای مدرک کاردانی (فوق دیپلم) به مقدار ۰۳۷.۰۰ درصد (۷۴ نفر) بوده و پس از آن سهم افراد دارای مدرک کارشناسی (۲۷ درصد معادل ۵۴ نفر) بوده است. افراد دارای مدرک دیپلم (با درصد ۱۲ درصد) و افراد دارای مدرک بالاتر از ارشد (۱۵ درصد) جزء کمترین درصد فراوانی‌ها پس از افراد دارای مدرک ارشد می‌باشند.

ب) آمار استنباطی

فرضیه اول: آزمون رابطه بین تورم بالا و نرخ بیکاری مزمین با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه

فرض H_1 : تورم بالا و نرخ بیکاری مزمین با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه رابطه دارد.

فرض H_0 : تورم بالا و نرخ بیکاری مزمین با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه ندارد.

جدول شماره (۲): بررسی رابطه بین تورم بالا و نرخ بیکاری با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه با کمک

ضریب همبستگی پیرسون

	توسعه کارآفرینی	تورم بالا و نرخ بیکاری
ضریب همبستگی پیرسون	۱	*-۰/۷۲۱
سطح معناداری		۰/۰۰۶
تعداد کل	۲۰۰	۲۰۰
* معنادار بودن		

از بعد اقتصادی وجود تورم بالا، نرخ بیکاری مزمین و بالا، رشد اندک، الگوی سرمایه‌گذاری، الگوی مصرف، ... از «موانع اقتصادی» جامعه هستند که فعالیت نظام برنامه‌ریزی را با موانع جدی و بسیار کلیدی مواجه می‌کند (غلامی نتاج و عظیمی، ۱۳۸۸). با توجه به این توضیح و نیز جدول فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین تورم بالا و نرخ بیکاری مزمین با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان ۰.۷۲۱- بدست آمده که مقداری منفی و نشان دهنده معکوس بوده رابطه می‌باشد و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار ۰.۰۰۶ بدست آمده که تأیید کننده معناداری این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. این نتیجه مشخص می‌سازد که هرچه تورم و نرخ بیکاری بالا باشد میزان

توسعه در امر کارآفرینی پایین می‌آید، لذا کارآفرینان نمی‌توانند با توجه به تورم بالا اقدام به اجرای طرح کارآفرینانه نمایند.

فرضیه دوم: آزمون رابطه عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه فرض H_1 : بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه دارد. فرض H_0 : بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه ندارد. جدول شماره (۳): بررسی رابطه عدم استفاده صحیح از منابع مالی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه با

کمک ضریب همبستگی پیرسون

عدم استفاده صحیح از منابع مالی	توسعه کارآفرینی	
۰/۹۶۸۰**	۱	ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۰۰		سطح معناداری
۲۰۰	۲۰۰	تعداد کل
		** بسیار زیاد معنادار بودن

یکی از مشکلاتی که امروزه بر سر راه کارآفرینی در ایران قرار دارد عدم استفاده صحیح و تقسیم ناصحیح منابع مالی می‌باشد. در شرایط اقتصادی فعلی کشور و با توجه به تحریم‌های همه جانبه موجود، عدم تخصیص بهینه منابع مالی به ایده‌های کارآفرینانه، باعث کاهش این فعالیت‌ها، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، کاهش تولید ناخالص ملی GDP و در نهایت عدم رشد و توسعه کشور می‌شود (رضائیان، ۱۳۹۰). با توجه به شرح و جدول فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان ۰-۰۹۶۸- بدست آمده که مقداری معکوس بوده و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار ۰-۰۰۰ بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. یعنی همانند فرضیه قبلی هرچه استفاده از منابع مالی به صورت صحیح صورت نپذیرد این منابع به هدر رفته و در نتیجه عاملی بسیار موثر در تشدید نزول توسعه کارآفرینی می‌باشد. به موازات اگر از منابع مالی به صورت صحیح استفاده شود توسعه کارآفرینی افزایش می‌یابد.

فرضیه سوم: آزمون رابطه ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده فرض H_1 : بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه وجود دارد. فرض H_0 : بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه وجود ندارد. جدول شماره (۴): بررسی رابطه بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده با کمک

ضریب همبستگی پیرسون

ترس از متفاوت عمل کردن	توسعه کارآفرینی	
۰/۸۴۲**	۱	ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۰۰		سطح معناداری
۲۰۰	۲۰۰	تعداد کل ** بسیار زیاد معنادار بودن

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می‌کنند تا مبدا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان‌های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعداد‌های متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می‌شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد. مبرهن است که ترس از متفاوت عمل کردن در جامعه ی ایرانی وجود دارد و این یکی از دلایلی است که موجبات کاهش خلاقیت و کارآفرینی در جامعه ی ایران گردیده است. با توجه به جدول و توضیحات فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه بسیار معنادار و معکوس وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان ۰/۸۴۲- بدست آمده که نشان دهنده معکوس بودن رابطه و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار ۰/۰۰۰ بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. باتوجه به اینکه شهرستان ایزده دارای وسعت کمی می‌باشد، لذا عدم استقبال از طرح‌های جدید، طرح‌های کسب و کار نوآورانه، کم بودن ریسک‌پذیری، نبود منابع کافی و ... ترس از متفاوت عمل کردن یکی از عوامل مانع توسعه کارآفرینی در سطح این شهرستان است.

فرضیه چهارم: آزمون رابطه بین ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده فرض H_1 : ضعف در کارهای تیمی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه دارد. فرض H_0 : ضعف در کارهای تیمی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه ندارد.

جدول شماره (۵): بررسی رابطه ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده با کمک ضریب

همبستگی پیرسون

ضعف در کارهای تیمی	توسعه کارآفرینی	
۰/۶۲۲۰*	۱	ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۲۱		سطح معناداری
۲۰۰	۲۰۰	تعداد کل * معنادار بودن

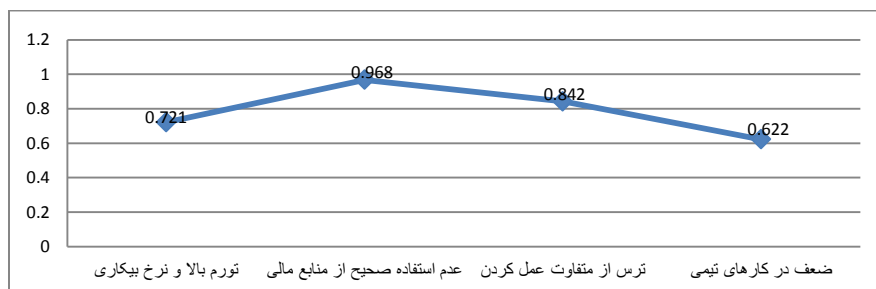
ضرورت کار جمعی را می‌توان از جوانب گوناگون مورد مطالعه و بررسی قرار داد؛ زیرا انجام برخی کارها به صورت فردی امکان پذیر نیست، و لازم است تا به صورت گروهی صورت بگیرد. گاهی نیز هر چند امکان انجام کار به صورت فردی وجود دارد، اما مستلزم تحمل هزینه فراوان و فشار زیاد است، که از لحاظ کیفیت اجرا نیز قابل مقایسه با صورت جمعی آن نیست. گروهی انجام ندادن کار، به معنی عدم استفاده از امکاناتی است که در اختیار داریم، کسانی که قابلیت قرارگرفتن در کنار ما و در یک گروه را دارند، با توانایی‌های مختلف خود، هر یک سرمایه بالقوه ای هستند که بی توجهی به آن‌ها عقلایی نیست.

هم چنین ما در عصر جهش‌های تکنولوژیک، در یک شرایط رقابتی سنگین در همه عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی قرار داریم. در شرایطی که رقبا با استفاده از بهره‌های فعالیت‌های جمعی، پروژه‌های بزرگی را اجرا می‌کنند و بدین وسیله سلطه خود را بر جهان می‌افزایند، بی‌تفاوتی نسبت به فواید کار جمعی می‌تواند موقعیت ما را در جهان تضعیف کند (پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۳۸۹).

بنابراین باید اینگونه استدلال نمود که بین ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزده رابطه بسیار معنادار و معکوسی وجود دارد. زیرا با توجه به جدول فوق، میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان ۰/۶۲۲- و میزان سطح معناداری نیز به مقدار ۰/۰۲۱ بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. زیرا هر چقدر هماهنگی در کارهای تیمی در کسب و کار بیشتر باشد موجبات توسعه کارآفرینی از جهات بسیار را بدنبال دارد، لذا عدم وجود این امر و معکوس بودن آن یعنی وجود تک روی‌های ممتد در یک گروه تیمی، کاهش و منع شدن توسعه کارآفرینی را بدنبال دارد.

بررسی شدت رابطه‌ها

شکل شماره (۲): بررسی شدت رابطه بین مولفه‌های مورد بررسی



بحث و نتیجه گیری

با توجه به جداول فوق و نمودار ۲ می‌توان نتیجه گرفت که:

- ✓ فعالان اقتصادی در قبال تورم بالا در اقتصاد کشور و نرخ بیکاری منطقه این عوامل را جزء عوامل موثر می‌دانند، که این عوامل نشان دهنده اقتصاد ناپایدار توأم با تورم و عدم تناسب بین واجدان شرایط کار و تولید شغل است. لذا اگر مولفه‌های ذکر شده کاهش یا حد متناسب با درآمد و نیاز داشته باشند، موجبات توسعه کارآفرینی را فراهم می‌آورند و اگر عدم وجود این موارد لحاظ گردد و میزان بالایی را به خود اختصاص دهند، موجبات کاهش توسعه کارآفرینی یا حتی ورشکستگی کسب و کارها را بدنبال دارد. این یافته با یافته های باقری و نمازی (۱۳۹۱) همسو می باشد.
- ✓ فعالان اقتصادی در قبال منابع مالی و نحوه استفاده آن، نظر بر عدم استفاده صحیح دارند که این امر را میتوان ساطع شده از عواملی همچون؛ استفاده ناصحیح دولت درمورد بحث بودجه کارآفرینی و توسعه آن، عدم حمایت مالی کارشناسی شده، باتوجه به نیازها، استفاده منابع بسیار زیاد مالی برای کسب و کارهایی که با هزینه واقعی همخوانی ندارد، عدم سرمایه گذاری مناسب و ... دانست. گاهی واحدهای ارزیابی طرح‌های کارآفرینانه از لحاظ توجیه پذیری به صورتی ناصحیح و بدون بررسی علمی و بر اساس قضاوت شخصی عمل می‌کنند و روابط به جای ضوابط در تخصیص منابع به طرح‌های کارآفرینی حاکم می‌شود. تصمیم گیری در تخصیص منابع به دلایلی مانند عدم وجود قانون، نظارت ناکافی و نیز نبود عوامل انگیزشی به طور صحیح انجام نمی‌شود این یافته با یافته های پیراش و رسولی (۱۳۹۵)، باقری و نمازی (۱۳۹۱) و احمدی و احمدی (۱۳۹۱) همسو می باشد.
- ✓ فعالان اقتصادی در خصوص ایجاد کسب و کار و کارآفرینی با توجه وبه ایده‌های خود قابلیت ریسک پذیری را دارا نمی‌باشند، که می‌تواند موانعی برای عدم ریسک‌پذیری وجود داشته باشد، مانند؛ هم‌رنگی با

جماعت، ترسهای اجتماعی و اقتصادی، عدم ثبات بازار، تورم، عدم حمایت‌های مالی در حین کار و ... این یافته با یافته های ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۰) و باقری و نمازی (۱۳۹۱) همسو می باشد.

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می کنند تا مبدا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان‌های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعداد‌های متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد. مبرم است که ترس از متفاوت عمل کردن در جامعه ی ایرانی وجود دارد و این یکی از دلایلی است که موجبات کاهش خلاقیت و کارآفرینی در جامعه ی ایران گردیده است (باقریان و نمازی، ۱۳۹۱: ۷).

✓ فعالان اقتصادی یکی از عوامل مانع کننده توسعه کارآفرینی را ضعف در کارهای تیمی دانسته اند که مواردی همچون؛ عدم سازماندهی، عدم روحیه کاری در جهت اهداف، موارد مالی، غیر اصولی بودن و استاندارد نبودن روابط تیمی جهت اهداف کسب و کار و ... شامل می باشد. این یافته با یافته های حسینی نسب و همکاران (۱۳۸۹) و باقری و نمازی (۱۳۹۱) همسو می باشد.

ضعف در کار تیمی با توجه به سوابق تاریخی و فرهنگی، بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ ایرانی از ضعف بزرگی در کار تیمی رنج می برد. این دسته دسته شدن و ساز فردی زدن در فرهنگ ایرانی را می توان در بسیاری از جاها دید. در دانشگاه ها، محیط کار، احزاب و حتی در داخل خانواده ها. این درگیری‌های قابل اجتناب که در فرهنگ ایران عادی می نماید معمولاً چیزی نیست جز عدم توانایی فرد در تعمیم خودخواهی خود به خودخواهی گروهی، که باعث اتلاف نیرو بسیاری در فعالیت‌های جمعی می شود و بازدهی و قدرت تیم را به شدت کاهش می دهد. تأکید بر تفاوت‌ها به جای شباهت‌ها، عدم گذشت و خشونت‌های نابجا، اثرات عدم پختگی در احساسات و روابط اجتماعی می باشد. در تیم‌های ایرانی شاهد عدم انتخاب صحیح افراد برای کار تیمی، عدم اعتماد متقابل، سیستم پاداش دهی نامناسب و پنهان کاری افراد در تیم هستیم که از جمله موانع شکل گیری تیم به معنای واقعی و کارآفرینی محسوب می گردد (باقریان و نمازی، ۱۳۹۱: ۶).

به طور کلی، بیشترین عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه عدم استفاده صحیح از منابع مالی و پس از آن ترس از متفاوت عمل کردن، می باشد. با این تفاسیر بزرگترین موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایذه از دیدگاه فعالان اقتصادی این شهرستان، عدم استفاده صحیح از منابع مالی و ترس از متفاوت عمل کردن می باشد که ضروریست تدابیری جهت مرتفع سازی این موانع بعمل آید. از اینرو جهت بهبود کارآفرینی در سطح منطقه می توان؛ برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت در خصوص مفهوم سازی متغیرهای مورد بررسی، بررسی رابطه متغیر نگرش فعالان اقتصادی و فرهنگ و سیاست کارآفرینی و نیز

موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی با متغیرهای دیگر در پژوهش‌های آینده، ایجاد بستر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جهت فرهنگ سازی و زمینه سازی فعالیت کارآفرینان، حمایت بخش خصوصی و دولتی از بنگاه‌های زود بازده و کارآفرینان، شناسایی مشکلات و موانع کارآفرینی و مرتفع نمودن آنان جهت پیشرفت منطقه از سوی مسئولان شهر یا استان، را پیشنهاد کرد. همچنین در راستای ارائه پیشنهاد درخصوص فرضیات می‌تون ایجاد راهکارهایی در جهت مرتفع ساختن فرضیات شاخص (عدم استفاده صحیح از منابع مالی و ترس از متفاوت عمل کردن)، عدم استفاده صحیح از منابع مالی، تخصیص منابع کارشناسی شده، مطالعات مالی با آینده نگری پیش از اجرای طرح کسب و کار، حمایت‌های مالی از سوی دولت و بخش خصوصی جامعه و نمونه آماری برای بازده نتایج واقعی کوچک بوده لذا توصیه می‌شود در آینده این پژوهش در جامعه نمونه آماری گسترده تری صورت پذیرد.

منابع و ماخذ

- ۱- احمد پور داریانی، محمود؛ عرفانیان، امیر (۱۳۸۶)، نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی، مجله: مجله اقتصادی « مرداد و شهریور ۱۳۸۶ - شماره ۶۹ و ۷۰ (۱۸ صفحه - از ۵ تا ۲۲).
- ۲- احمدپور، م. (۱۳۸۱)، کارآفرینی، تهران، انتشارات پردیس.
- ۳- باقری، مسعود و مریم نمازیان، ۱۳۹۱، موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال.
- ۴- تارو، ل. (۱۳۸۱). ثروت آفرینان. ترجمه عزیز کیاوند، تهران: نشر فررا.
- ۵- خانی جزنی، جمال (۱۳۸۵)، بستر اجتماعی کارآفرینی، مجله: چشم انداز مدیریت بازرگانی « تابستان و پاییز - شماره ۱۹ و ۲۰ (۳۲ صفحه - از ۶۲ تا ۹۳)
- ۶- رضایی، ع. (۱۳۸۷)، نقش سرمایه اجتماعی در مسیر پیشرفت شغلی، عصر مدیریت، سال دوم، شماره هشتم، ص: ۵.
- ۷- سعادت، اسفندیار، (۱۳۸۳)، مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات سمت.
- ۸- علوی، ب (۱۳۸۷)، نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۶، ص ۳.
- ۹- گلستان هاشمی، سید مهدی (۱۳۸۰)، توسعه و فناوری: خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه، زمستان - شماره ۲۶ (۸ صفحه - از ۸۳ تا ۹۰)
- ۱۰- هزارجریبی، ج. (۱۳۸۴). کارآفرینی، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، ۴۸۳۱، ص ۶۰۱ صورت‌های مالی شرکتهای مورد مطالعه.
- 11-Avinash K. Dixit & Robert S. Pindyck (1994), Investment under Uncertainty, ISBN: 9780691034102.
- 12-Borner Silvio(1995), Aymo Brunetti and Beatrice Weder.
- 13-De Soto, Hernando(1989), The Other Path: The Invisible Revolution in Third World. Harpercollins.
- 14-Drunker, P (1985). "the Discipline of Innovation" Harvard Business Review, May June, PP 67 – 72
- 15-Gürol, Y., & Atsan, N. (2005). Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey. *Education and Training, Vol. 48, Issue, 1*, pp. 25-38.
- 16-Klitgaard (1990), Information and Market Institutions in Adjusting to Reality: Beyond “State versus Market” in Economic Development. ICS Press.
- 17-MULFORD, D. L. , AND ROGERS, C.L. 1982. “Definitions and models”, in Rogers, D. L., an Whetten, D. A. (eds) Interorganizational Coordination: Theory, Research and Mplementation . pp. 9–31. Ames: Iowa State University Press.
- 18-oleman. J.S. (1998) , absorptive capacity, anew perspeyive on learning and innovation ,administrative science quarterly, p: 128- 129.