

بررسی و تحلیل نقش کارکردهای سازمانی کارآفرینان در موفقیت آنان در صنایع کوچک استان خراسان رضوی

دکتر یعقوب مهارتی*

دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه

فردوسی مشهد

دکتر شمس الدین ناظمی

دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و

اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

با اینکه محققین زیادی در خصوص کارآفرینی مطالعات زیادی انجام داده اند، مطالب بسیاری در مورد آن در ایران نمی توان یافت. این تحقیق به منظور بررسی عوامل موفقیت کارآفرینان طراحی شده است و به کارکردهای سازمانی آنان اشاره دارد. به منظور رسیدن به این هدف، طرح تحقیق کمی بوده و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده و پاسخگویان از بین صنایع کوچک استان خراسان رضوی و از فهرستی استخراج شده اند که سازمان صنایع کوچک ایران در اختیار قرار داده است. براساس طرح نمونه گیری تصادفی ۱۲۳ کارآفرین به عنوان نمونه انتخاب و در مجموع تعداد ۵۸ پرسشنامه قابل استفاده برای تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت. برای تحلیل داده از روش رگرسیون استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد رابطه مثبت، معنی دار و خطی بین کارکردهای سازمانی کارآفرینان و موفقیت آنان وجود دارد و ضمن تأیید تحقیقات قبلی در این خصوص لزوم توجه به این عوامل را در کنار ویژگی های شخصیتی کارآفرینان نشان می دهد.

کلید واژه ها: کارآفرینی، کارکردهای سازمانی، موفقیت، صنایع کوچک

maharati2001@yahoo.com

* - نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۹۰/۸/۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۳/۲۲

این تحقیق با حمایت سازمان صنایع کوچک استان خراسان رضوی انجام گرفته است.

The Effect of Organizational Functions of Entrepreneurs on Small Industry Success index in Khorasan Razavi Province

Yaghoob Maharati

*Faculty of Economics & Administrative Sciences
Ferdowsi University of Mashhad*

Shamsodin Nazemi

*Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economic & Administrative Sciences
Ferdowsi University of Mashhad*

Abstract

Scholars and practitioners continuously report significance of research on entrepreneurship in Fluent performance of small industries. Even so, little has been established in the literature on entrepreneur studies in the Iranian context. To fulfill the aim of the research, a quantitative research design with self-administered questionnaire was employed. The respondents were selected from the directory of small industries provided by Iran Small Industries & Industrial Parks Organization (ISIPO). Based on the probability sampling design, 123 entrepreneurs were selected across Khorasan Razavi Province to participate in the study. The mail survey yielded 58 complete responses, which were included in the final analysis. For analyzing data, the regression method was used. The results of the analysis revealed that the relationship between organizational functions and entrepreneurs' success was found to be significant, positive, and linear. This study supports previous research findings that organizational functions of entrepreneurs must be taken into account besides the personal qualities.

Key words: Entrepreneurship, Organizational Function, Small Industries, Success

مقدمه

این روزها کلمات کارآفرین و کارآفرینی در زمره واژگانی است که بین مردم مصطلح است و محققین و دانشمندان نیز از منظرهای مختلف علاقه وافری به این زمینه تحقیقاتی نشان داده اند. فایول (۲۰۰۷) و همچنین رینولد، هی و کمپ (۱۹۹۹) تأثیر و معنی دار بودن کارآفرینی را بر رشد و توسعه اقتصادی در تمامی کشورها و در قرن حاضر امری اثبات شده می دانند؛ به طوری که ایروفیو (۲۰۰۲) با تأیید موضوع یاد شده، رشد اقتصاد آمریکا را متکی بر کارآفرینی و نوع آوری خوانده

و بر لزوم توجه به آن تاکید می‌نماید. به تازگی تلاش‌های متعددی بین اقتصاددانان برای شناخت ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی (Kreft & Sobel, 2005) و به‌طور مشابهی رابطه علی بین این دو در حوزه تئوری و عمل (تجربی) شکل گرفته است (Cynthia Benzing, Chu, & Kara, 2009; Poh, Yuen, & Erkkö, 2005). در تأیید این مفهوم زاکاراکیس، بی‌قربو و شفر (2000) بر اساس مشاهدات خود در ۱۶ اقتصاد توسعه یافته اذعان می‌کنند اکثریت اختلافات در رشد ناخالص ملی در کشورها با کارآفرینی توجیه پذیر بوده است. علاوه بر این هندرسون (۲۰۰۲) نیز نقش معنی داری را برای کارآفرینان در فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد شغل قایل است. این موضوع نشان دهنده نقش قوی و کارساز کارآفرینان در ایجاد فرصت‌های شغلی و کمک به رشد ثروت ملت‌هاست و پرداختن به این مهم را بیش از پیش نمایان می‌سازد.

علاوه بر اهمیت کارآفرینی، همان‌طوری که در بالا اشاره گردید، در دو دهه گذشته شاهد پیشرفت چشمگیری در رشد صنایع کوچک نیز بوده ایم (Carree & Thurik, 1998). در کنار صنایع بزرگ، صنایع کوچک نقش عمده‌ای در تقویت رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال داشته‌اند و تاکنون توانسته‌اند در ایجاد شغل و رشد اقتصادی کشورها نقش مهم و اساسی ایفا نمایند. با توجه به تعداد بسیار زیاد صنایع کوچک در ایران معنی دار بودن تحقیق در خصوص عوامل موفقیت صاحبان آنها بسیار ضروری و قابل توجه است، به‌طوری که حدوداً ۹۹/۹٪ کل صنایع در ایران متعلق به صنایع کوچک می‌باشد (Dehdashti & Naderifar, 2007). این تعداد بسیار زیاد این قبیل صنایع در ایران نشان دهنده اهمیت آنها در توسعه اقتصاد ایران است. با توجه به اینکه در ادبیات کارآفرینی ایجاد کنندگان واحدهای کوچک به عنوان کارآفرین شناخته می‌شوند از این رو در این تحقیق، صاحبان صنایع کوچک استان خراسان رضوی به عنوان جامعه آماری انتخاب گردیده‌اند.

بیان مسأله

در حالی که تعداد بسیار زیادی صنایع کوچک در ایران وجود دارد، مطالعات محدودی در خصوص عوامل موفقیت آنان صورت پذیرفته است (Dehdashti & Naderifar, 2007). به عنوان مثال آمار منتشر شده توسط وزارت صنایع و معادن نشان می‌دهد در سال ۱۳۸۸، ۸۹٪ مجوزهای صادر شده برای شرکت‌ها متعلق به صنایع کوچک در مقابل ۱۰/۲ درصد برای صنایع بزرگ بوده است. اهمیت و نقش صنایع کوچک همچنین کارآفرینان به وضوح در ادبیات نظری این رشته قابل

دسترس است، اما نرخ شکست آنان نیز مساله مهم و جدی است که باید به آن پرداخته شود. به عنوان مثال، آماری که توسط اداره واحدهای کوچک بازرگانی (SBA) منتشر شده است نشان می‌دهد یک چهارم این واحدها در دو سال اول و نصف آنان در چهار سال اول شکست خورده اند. ناسی (۱۹۹۳) معتقد است همان‌طوری که واحدهای کوچک تولیدی نقش مهم و اساسی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند، به همین صورت، زمانی که شکست می‌خورند، می‌توانند نقش منفی در این اقتصادها داشته باشند. بنابراین برنامه ریزی در جهت شناسایی عوامل موفقیت آنان، نقش حیاتی در اقتصاد کشور ایفا خواهد کرد.

هدف اصلی و اساسی در تحقیق حاضر، فهم این مطلب است که چه عوامل سازمانی در موفقیت کارآفرینان ایران در بخش صنایع کوچک دخیل است. یوسفی (۲۰۰۲)، به مطالعاتی که در مورد محدودیت‌های پیش روی کارآفرینان انجام شده، پرداخته است که از آن جمله می‌توان به مواردی نظیر کمبود یا مشکل دسترسی به سرمایه و فقدان بانک‌های تخصصی برای اخذ وام برای صنایع کوچک اشاره کرد. وی معتقد است در طول سال‌های گذشته کارآفرینان ایرانی با مشکلات زیادی روبرو بوده اند که بیشتر مربوط به بازاریابی و دسترسی به منابع بازار بوده است. این در حالی است که سایر محققین از جمله هفده تن (۲۰۱۰) معتقد است تعداد زیاد مجوزهای صادر شده دلیل بر آن نیست که آنها واقعاً مشغول به کار هستند، بلکه در اکثر مواقع آنها از وام‌های اخذ شده که به منظور احداث و راه اندازی واحد تولیدی خود اخذ کرده اند در موارد دیگر استفاده می‌کنند. او می‌گوید درست است که صاحبان صنایع کوچک و مطالعه ویژگی‌های شخصیتی آنان مهم است، ولی آنان معمولاً از کمبود مهارت‌های سازمانی و مدیریتی رنج می‌برند. بنابر این پر واضح است که بیشتر کمبودها و مشکلات، مربوط به کارکردهای سازمانی و نحوه اداره واحدهای کوچک می‌باشد که در اکثر مواقع، موجب شکست کارآفرینان شده و آنان را با مشکل مواجه می‌سازد. این تحقیق با توجه به تعداد زیاد صنایع کوچک و کارآفرینان بالقوه در کشور، به دنبال یافتن عوامل موفقیت آنان بوده و سعی می‌نماید با تبیین رابطه بین آنها گامی موثر در برنامه ریزی و توسعه علم کارآفرینی که به نظر می‌رسد در شرایط کنونی کشور تنها راه توسعه پایدار باشد، بر دارد.

پیشینه تحقیق

در خصوص عوامل موفقیت کارآفرینان تحقیقاتی انجام شده است و در اینجا سعی بر این است که برخی از این موارد که به نقش سازمان و کارکردهای آن پرداخته اند اشاره گردد. بدیهی است در این مقوله ذکر تمامی این موارد امکان پذیر نبوده و مجال مفصل تری رامی طلبد. در یک کارارزشمند، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹) ۱۷ عامل را به عنوان عوامل موفقیت کارآفرینان شناسایی کرده و از ساختار مالیاتی کشور ترکیه به عنوان مشکل اصلی پیش پای آنان نام می‌برند. ادوارد در سال ۲۰۰۹ در پایان نامه خود که در مورد کارآفرینی و زنان آفریقایی-آمریکایی بوده است، سطح تحصیلات، ویژگی‌های شخصیتی و همچنین منابع مالی را از عوامل موفقیت معرفی می‌کند. بر اساس اطلاعات محقق قبل از ادوارد چهار محقق دیگر نیز در این مقوله وارد شده و در خصوص کارآفرینان آفریقایی به تحقیق پرداخته اند که از آن جمله می‌توان به آهیرا (۱۹۹۳) که در کار خود دسترسی به بازار، پیدا کردن مشتری، اخذ منابع مالی را به عنوان عوامل تأثیر گذار در موفقیت کارآفرینان می‌داند، اشاره کرد.

در مطالعه دیگری در این خصوص نیکولس (۱۹۹۵) عوامل موفقیت کارآفرینان آفریقایی-آمریکایی را داشتن سرمایه کافی و همچنین دارا بودن طرح تجاری موفق می‌داند. چهار سال بعد گراولی (۱۹۹۹) در مطالعه خود، مسایل مالی را دخیل در این امر یاد نموده و در این راستا ثبت و حفظ سوابق مالی، سرمایه، تجربه مدیریتی، مهارت‌های بازار یابی و کنترل‌های مالی را موثر در موفقیت کارآفرینان قلمداد می‌کند. و در نهایت اکهه (۲۰۰۰) در رساله خود دسترسی به سرمایه کافی و سایر مهارت‌های تجاری را در توفیق کارآفرینان سهم می‌داند. در ایران نیز کارهایی در خصوص کار آفرینی انجام شده است، ولی بر اساس شواهد موجود، در مورد موفقیت آنان کارزادی صورت نگرفته است. در این خصوص می‌توان به مطالعه اعرابی (۲۰۰۳) اشاره کرد که رهبری سازمان و مدیریت کردن منابع را عامل موفقیت قلمداد کرده است. همچنین زاهدی (۲۰۰۴) کمبود مهارت‌های مدیریتی، تجربه و شناخت محیط را از عوامل شکست کارآفرینان برشمرده است.

چارچوب نظری تحقیق

به زعم سان (۲۰۰۴)، محققین برای درک مفهوم موفقیت کارآفرینان، تئوریهای را ارائه کرده

اند. اما بوسنیچ و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند نتایج تحقیقات کارآفرینی در ۲۰ سال گذشته و دربره‌های مختلف نشان داده است که علم کارآفرینی در مرحله رشد و کودکی قرار دارد و بعضی از واقعیت‌های مربوط به این رشته خیلی مهم‌تر از پیدا کردن چهارچوب نظری برای آن است، بدین مفهوم که هیچ تئوری پذیرفته شده و همچنین روش استاندارد در این زمینه وجود ندارد. این بحث به بیان دیگری توسط سایر محققین نیز عنوان گردیده است. به عنوان مثال، سولی موسی (۱۹۹۸) بیان می‌دارد که مشابه سایر حوزه‌های علمی جدید، کمبود یک تئوری شناخته شده در حوزه کارآفرینی کاملاً جدی است، که این مطلب به تأیید سایر محققین این حوزه نیز رسیده است. از جمله فیت (۲۰۰۱) و زهرا (۲۰۰۷) که اعتقاد دارند کارآفرینی معمولاً از سایر رشته‌ها و زمینه‌های علمی اقدام به قرض تئوری می‌نماید که اغلب ناکافی و متضاد با هم بوده و کامل نیستند. در نهایت ادوارد (۲۰۰۸) مدعی است که اغلب تئوری‌ها در زمینه کارآفرینی ریشه در نظریه‌های انگیزش و مدیریت دارد تا کارآفرینی.

در عین حال کانینگهام و لیسچرون (۱۹۹۱) معتقدند هر نوع فعالیت تحقیقاتی در زمینه کارآفرینی در شش مکتب فکری طبقه بندی می‌گردد که هر کدام از آنها شرایط و کاربردهای خاص خود را دارد. در چهارمین مکتب فکری که به «مکتب فکری مدیریت» معروف است و با تحقیق حاضر نیز سنخیت بیشتری دارد، بیان می‌گردد که همانند سایر مطالعات سازمانی، کارآفرینی نیز رابطه تنگاتنگی با تئوری‌های مدیریت دارد. به زعم آنان این مکتب فکری بعد فنی مدیریت بوده و بر این اساس بنا گذاشته شده است که کارآفرینان می‌توانند توسعه پیدا کرده و آموزش ببینند. آنها بر این باورند که علت شکست همه ساله تعداد زیادی از واحدهای کارآفرینانه را در ضعف مدیریت، تصمیم‌گیری، مسایل مالی و ضعف بازار یابی باید جستجو کرد. همان‌طوری که مشاهده می‌گردد، ضعف این موارد که به کارکردهای سازمانی افراد بر می‌گردد به عنوان عامل اصلی شکست کارآفرینان قلمداد گردیده است که در کانون توجه تحقیق حاضر قرار گرفته است. بر اساس اظهارات کانینگهام و لیسچرون (۱۹۹۱) این مکتب فکری دقیقاً همسو با تئوری‌های پیشین است که توسط فایول، تیلور و میل، بنیانگذاری شده که معتقد بودند عملکرد یک کارآفرین در سازمان شامل سرپرستی، کنترل و جهت‌دهی به شرکت است.

محققین معتقدند عوامل سازمانی و میزان برخورداری کارآفرینان از آنها، در کنار ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان که هم‌اکنون مورد توجه بوده و معمولاً به عنوان عامل موفقیت آنان شناخته

می‌شود و اکثر مطالعات گذشته موفقیت آنها را منتسب به این صفات می‌دانند، می‌تواند موفقیت آنان را تضمین نماید. بر اساس گفته‌های باکس، واتس، و هیسریچ (۱۹۹۴)، چالش عمده و جدی پیش روی تحقیقات میدانی این است که تنها ویژگی‌های شخصیتی افراد نمی‌تواند به عنوان کارکرد کارآفرینانه آنان شناخته شود. در حمایت از این نظریه گاس (۱۹۸۲) و پرسنل (۱۹۹۹) به نقل از سان، (۲۰۰۴) بیان داشته‌اند که ادغام ویژگی‌های شخصیتی، عوامل محیطی و تجربه سازمانی افراد می‌تواند در موفقیت یک کمپانی تأثیر بسیار مطلوبی داشته باشد تا اینکه فقط ویژگی‌های فردی آنان ملاک باشد.

در تحقیق حاضر، پس از مطالعه تحقیقات گذشته، محققین سعی نمودند متغیرهایی را انتخاب کنند که بیشترین تکرار را در این مطالعات داشته و به عبارت دیگر، بیشترین نقش را در موفقیت کارآفرینان ایفا نموده است. یکی از این متغیرها که ادبیات و مبانی نظری فراوانی پیرامون آن منتشر شده، مسایل مالی است. سان (۲۰۰۴) بیان می‌دارد که دانش مالی یکی از عناصر کلیدی است که در موفقیت کارآفرینان نیز نقش بسزایی دارد. علاوه بر این، تحقیقات گذشته نقش دسترسی به منابع مالی و غیرمالی را بسیار در موفقیت کارآفرینان برجسته ساخته‌اند (به عنوان مثال، Nickels, McHugh, & McHugh, 2009; Rhods & Butter, 2004). این در حالی است که دیگر محققین نیز این عوامل را مورد تأیید قرار داده و نقش دسترسی به اعتبار و منابع مالی را برای کارآفرینان مهم تلقی نموده‌اند (برای مثال منابع زیر دیده شود، Duncan, 1991; Longenecker, Moor, & Petty, 2003). رینولد (۱۹۸۷) در گزارشی اعلام می‌دارد که توجه به مسایل مالی در موفقیت واحدهای کوچک معنی‌دار است، و صاحبان واحدهای موفق در مقایسه با واحدهایی ناموفق، معمولاً روی موضوعات مالی تأکید بیشتری دارند. از سوی دیگر وازمنظر سرمایه، که یکی از پارامترهای مهم مالی است، بارن (۱۹۸۹) بیان می‌کند که نداشتن سرمایه کافی مخصوصاً در بین موسسات تازه تأسیس یکی از عوامل اصلی شکست این شرکت‌ها محسوب می‌شود. دیگر متغیر مورد بحث در این مطالعه مسایل مدیریتی است. آنچه که مسلم است این که بعد از راه اندازی مؤسسه آنچه بیشترین نقش را در کسب موفقیت یک واحد تولیدی ایفا می‌کند، مهارت‌ها و مسایل مربوط به مدیریت آن است. بدین منظور در تحقیق حاضر به مواردی از جمله برنامه ریزی، داشتن تجربه مدیریتی قبلی و مهارت‌های مدیریتی اشاره شده است. مطلب مهم قابل ذکر این است که رابطه بین مهارت‌های مدیریتی و موفقیت کارآفرینان به‌طور گسترده‌ای در ادبیات این رشته مطالعه

شده است به عنوان مثال منابع زیر را ببینید، (Benzing, Chu, & Bove, 2005; Benzing, Chu, & McGee, 2007; Callanan, 2005; Chu, Benzing, & McGee, 2007). کوپر و دیگران (۱۹۹۰) بیان کرده اند بسیاری از متخصصین بازرگانی تأکید دارند که نیاز به برنامه ریزی نقش حیاتی در واحدهای کوچک تولیدی ایفا می نماید. در حالی که لی و تسنگ (۲۰۰۱) نیز تجربه مدیریتی را عامل اصلی موفقیت می دانند.

دیگر عامل مطرح به عنوان کارکردهای مدیریتی واحدهای کوچک، پارامترهای مربوط به منابع انسانی است که در این تحقیق نیز مورد توجه قرار گرفته است. راف، فرزه، و استاچ (۲۰۰۵) بیان می دارند که در تحقیقات کارآفرینی عامل انسانی مورد توجه می باشد و تلاش های بسیار زیادی هم در خصوص مبانی نظری آن صورت گرفته است. آنها معتقدند نیروی انسانی به طور ذاتی مهم بوده و به عنوان عاملی که بیشترین نقش را در مهارت ها و دانش مربوط به واحدهای کوچک و موفقیت آنان دارد شناخته می شود. در مطالعه دیگری روگوف و دیگران (۲۰۰۴) نشان داده اند که پارامترهای مربوط به عامل انسانی یکی از مهم ترین عواملی است که در موفقیت نقش به سزایی دارد. در تحقیق دیگری راف و فرزه (۲۰۰۰) بیان می کنند سرمایه انسانی در واحدهای کوچک، از جمله منابع حیاتی به شمار رفته و می تواند عملکرد آنان را تحت تأثیر قرار دهد. این در حالی است که بارنی (۱۹۹۱) توسعه منابع انسانی را یکی از عوامل مهم ایجاد مزیت رقابتی در بین واحدهای کوچک قلمداد می کند. جذب نیروی انسانی خوب و باکیفیت و فراهم کردن موقعیتی که بتواند از ترک خدمت کارکنان جلوگیری نماید، از جمله سایر مواردی است که در این مقوله مطرح است (Lauzen, 1985).

عامل بسیار مهم دیگر که به عنوان یکی از کارکردهای مهم کارآفرینان به شمار می رود، مسایل بازار یابی است. واضح است که واحدهای کوچک تولیدی اغلب با مشکل فروش محصول خود مواجه بوده و با عوامل تأثیرگذار عدیده ای در این خصوص دست و پنجه نرم می کنند. بورداس و آلپایی (۲۰۱۰) توسعه بازار یابی و بازار یابی موثر را برای واحدهای تولیدی بسیار حیاتی می دانند. بازار یابی و کارآفرینی هر دو به نوعی تمرین نوآوری و تغییرات و شناسایی فرصت ها در بازار هستند (Durkin & McGowan, 2001).

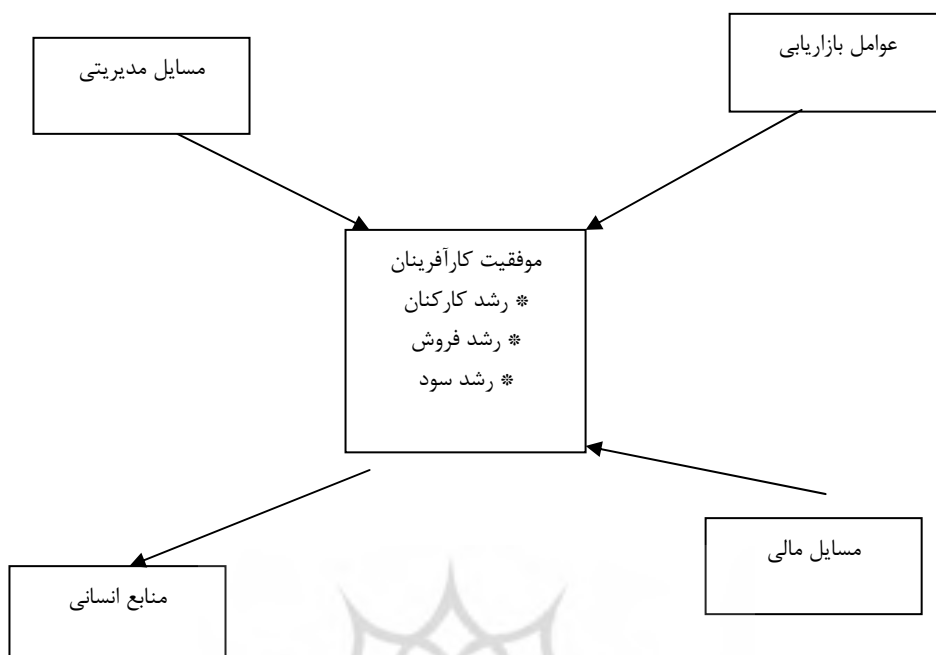
در مطالعه ای یوسف (1995) از مخاطبان خواست که عوامل مهم مورد نیاز برای موفقیت را رتبه بندی نمایند که نتیجه حاصل، عوامل بازار یابی مخصوصاً مکان، میزان تقاضا و مهارت های

مربوط به تخفیفات فروش را از مهم ترین عوامل معرفی نمود. همچنین در مطالعه روگوف و دیگران (۲۰۰۴) یکی از مهم ترین عامل ها در کسب موفقیت، بازاریابی با ضریب $۷۸/۵$ معرفی شده است. از سوی دیگر زالی و رضوی (۲۰۰۹) در تحقیق خود که مربوط به محدودیت های کارآفرینی در ایران بود، نشان دادند مسایل بازاریابی یکی از مهم ترین عوامل پیش روی واحدهای کوچک است. بنابراین و با توجه به اهمیت این عامل، در تحقیق حاضر به عنوان یکی از عوامل تأثیر گذار بر موفقیت کارآفرینان مورد بحث قرار می گیرد.

نکته مهم وقابل ذکر دیگر تعریف موفقیت کارآفرینان و یا صاحبان صنایع کوچک است. در مورد کارآفرینی مطالعات زیادی صورت گرفته است، ولی در مورد تعریف موفقیت آنان چندان توافقی وجود ندارد. بعضی از محققین سودآوری (Devine, 2002; Sirinivasan, Woo,) (Cooper, 1994) & برخی دیگر بقای موسسه (Devine, 2002; Duchesneau & Gartner,) (Reid, 1991; Jenssen & Koenig, 2002; Ibrahim, 1986; 1990) و برخی دیگر رشد در تعداد کارکنان (Chandler & Hanks, 1994; Covin & Covin, 1990) و همچنین عده ای دیگر رشد در فروش (Smith, Bracker, & Miner, 1987) را به عنوان موفقیت کارآفرینان عنوان نموده اند. از سوی دیگر برخی دیگر از محققین مانند جنسن و کوینگ (۲۰۰۲) تأسیس یک واحد بازرگانی و کسب سود سالیانه مشخص را به عنوان موفقیت قلمداد می نماید. در عین حال و با توجه به ادبیات موجود در خصوص کارآفرینی، رشد فروش، رشد کارکنان و رشد سود به عنوان عوامل سنجش موفقیت کارآفرینان در تحقیق حاضر لحاظ شده است. با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، فرضیه های زیر در تحقیق حاضر تدوین و آزمون خواهد شد:

- فرضیه شماره ۱: رابطه مثبت و معنی داری بین مسایل مالی و موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک وجود دارد.
- فرضیه شماره ۲: رابطه مثبت و معنی داری بین مسایل مدیریتی و موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک وجود دارد.
- فرضیه شماره ۳: رابطه مثبت و معنی داری بین پارامترهای نیروی انسانی و موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک وجود دارد.
- فرضیه شماره ۴: رابطه مثبت و معنی داری بین مسایل بازاریابی و موفقیت کارآفرینان در صنایع

کوچک وجود دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

برگرفته از (Erofeev, 2002; Solymossy, 1998)

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش با توجه به اینکه به دنبال یافتن روابط بین پدیده‌ها بوده و هدف آن شناخت عقاید و نگرش‌های کارآفرینان است، توصیفی-پیمایشی می‌باشد.

جامعه و نمونه آماری

تعداد صنایع کوچک معمولاً زیاد بوده و همه ساله تعدادی از آنها تشکیل و تعدادی نیز از بین می‌روند. در تحقیق حاضر جامعه مورد نظر تمام واحدهای صنعتی را در گروه‌های مختلف شامل می‌شود. براین اساس، جامعه آماری این تحقیق واحدهای تولیدی با تعداد کارکنان کمتر از ۵۰

نفرو مستقر در شهرک‌های صنعتی استان خراسان رضوی است که براساس آماراخذ شده از سازمان صنایع کوچک ایران تعداد آن‌ها ۱۳۰۵ واحد است. به دلیل محدودیت زمان و بودجه و همچنین نبودن نیروی انسانی کافی، برای محققین امکان پژوهش در کل جامعه آماری وجود نداشت، اگر چه سکاران (۲۰۰۳) معتقد است که نمونه گیری درخیلی از موارد نتایج بهتری قابل اعتماد تری به دست می‌دهد. بنابراین با توجه به اینکه محققین به دنبال این بودند که تمامی اجزای جامعه مورد نظرازشانس مساوی برخوردار باشند و نتایج حاصله قابل تعمیم به کل جامعه باشد، لذا از شیوه نمونه گیری تصادفی استفاده گردید. برطبق آنچه که در آمارعرف تلقی می‌گردد، تعداد نمونه بین ۳۰ تا ۵۰۰ مورد، قابل قبول است. از آنجائی که شیوه تحلیل داده‌ها در این تحقیق رگرسیون می‌باشد این شیوه تحلیل، حداقل ۵۰ و ترجیحاً ۱۰۰ نمونه لازم دارد (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). تاباچنیک و فیدل (۲۰۰۷) معتقدند برای به دست آوردن نمونه آماری می‌توان از فرمول $N > 50 + 8M$ استفاده کرد که در آن M تعداد متغیرهای مستقل می‌باشد، که در این صورت برای تحقیق حاضر تعداد ۸۲ نمونه کافی خواهد بود. اما براساس تجربه محققین ومشکلاتی که معمولاً برای پرسشنامه‌های پستی وجود دارد تصمیم برآن شد که تعداد ۱۲۰ پرسشنامه ارسال گردد. از بین این تعداد ارسال شده تعداد ۵۸ پرسشنامه سالم برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

روش گردآوری داده‌ها

برای تحقیق حاضر به نظرمی رسد پرسشنامه بهترین شیوه برای جمع آوری داده‌ها باشد؛ چرا که می‌توان از طریق آن تعداد زیادی از صنایع کوچک را تحت پوشش قرار داد واهداف تحقیق را براحتی برای آنان بازگو نمود. بدین منظور پرسشنامه طراحی شده از طریق پست، با توجه به اینکه آدرس تمامی صنایع کوچک در دسترس بود، برای صاحبان آنها ارسال گردید. پرسشنامه مورد استفاده محقق ساخته بوده و صرفاً برای اهداف این پژوهش طراحی شده است. تمامی سؤالات دارای مرجع مشخص و معتبر بوده و از تحقیقات قبلی استفاده گردیده است، البته برای آزمون روایی و پایایی آن اقدامات لازم انجام شده که در ادامه توضیح داده خواهد شد. با توجه به اینکه گویه‌های اصلی پرسشنامه به زبان انگلیسی بوده، ابتدا توسط محققین به فارسی برگردانده شد، سپس از متخصصی که به هر دو زبان مسلط بود خواسته شد آن را دوباره به زبان انگلیسی ترجمه و

سپس مجدداً به زبان فارسی برگرداند. پس از مقایسه دو متن فارسی ترجمه شده، نسبت به نهایی کردن آن اقدام گردید. به زعم آلدرا (۱۹۸۳) این مراحل برای پرسشنامه‌های دو زبانه الزامی و مفید است.

تحلیل اکتشافی داده‌ها (EDA)

قبل از آغاز تجزیه و تحلیل داده‌ها اولین و مهم‌ترین قدم در تحلیل داده‌ها آزمایش آنهاست تا آنها از هرگونه خطا و اشتباه عاری باشند. به همین منظور در سطح اطمینان ۹۵٪ تحلیل اکتشافی داده‌ها به شرح ذیل انجام گردید.

الف) نرمال بودن داده‌ها: این آزمون برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک از جمله رگرسیون الزامی بوده و بایستی فرضیه زیر برای اثبات آن مورد توجه قرار گیرد.
 H_0 : نمونه‌ها دارای توزیع نرمال هستند.

اگر $P > 0.05$ باشد فرضیه رد نمی‌شود و مفهوم آن اینست که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند. بدین منظور نرمال بودن با انجام آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (-Kolmogrov-Smirnov) انجام شد که نتایج حاصله در جدول ۱ آمده است و نشان می‌دهد تمام متغیرها دارای توزیع نرمال هستند. علاوه بر این نمودار مربوطه نیز برای آزمون فرض مذکور مورد استفاده قرار گرفت.

ب) برابری واریانس‌ها: فرضیه مورد نظر برای آزمون این فرض به صورت زیر است:
 H_0 : گروه‌ها و یا نمونه‌های جامعه دارای واریانس مساوی هستند.

اگر $P > 0.05$ باشد، پس H_0 یا فرضیه صفر رد نمی‌شود و موید این مطلب است که واریانس‌ها برابر هستند. بدین منظور مراحل تحلیل آنوا (ANOVA) مورد بهره‌برداری قرار گرفت و مشخص گردید واریانس‌ها دارای ارزش مساوی هستند. نتایج به دست آمده در جدول ۲ نشان داده شده است.

ج) خطی بودن: نمودار پراکنندگی رسم شده (Q-Q Plot) در فرایند رگرسیون نیز نشان دهنده خطی بودن رابطه بین متغیر وابسته و مستقل است. بنابراین با توجه به اینکه هر سه فرض مهم در فرآیند رگرسیون مورد تأیید قرار گرفته است، می‌توان از آزمون پارامتری رگرسیون خطی استاندارد استفاده کرد.

جدول ۱: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	آماره ها	آلفا
عوامل بازاریابی	۰/۱۱۶	۰/۰۶۵
عوامل مدیریتی	۰/۰۹۶	۰/۲۰
مسایل مالی	۰/۰۸۶	۰/۲۰
منابع انسانی	۰/۱۰۱	۰/۲۰
رشد	۰/۱۰۵	۰/۲۰

جدول ۲: آزمون برابری واریانس‌ها

متغیرها	آلفا
عوامل بازاریابی	۰/۹۷۳
عوامل مدیریتی	۰/۲۳۴
مسایل مالی	۰/۳۱۰
منابع انسانی	۰/۸۱۷
رشد	۰/۰۷۱

روایی و پایایی ابزار تحقیق

به نظر سکاران (۲۰۰۳)، به هر صورت ممکن باید این مهم به اثبات برسد که ابزار اندازه گیری استفاده شده به درستی متغیرها را می‌سنجد. این امر از طریق سنجش پایایی و روایی ابزار تحقیق میسر خواهد شد، ضمن اینکه موثر بودن ابزار را نیز نشان می‌دهد.

الف) پایایی: در بین روش‌هایی که برای سنجش میزان پایایی ابزار تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد، آلفای کرانباخ روش مورد تأیید است (Ary, Jacobs, Razavieh, & Sorensen, 2009). در این تحقیق، پایایی از طریق آلفای کرانباخ برای هر کدام از متغیرها محاسبه و مورد تأیید قرار گرفته است و نتیجه در جدول ۳ دیده می‌شود.

ب) روایی: روایی ابزار تحقیق یکی از وظایف سخت و مهم محقق است. برای بررسی ابتدایی روایی یکی از روش‌های مورد نظر پیش آزمون است. به زعم محققین پیش آزمون دراصل یک آزمون واقعی است قبل از انجام آزمون اصلی و در آن دقیقاً ساختار پرسشنامه اصلی به کار می‌رود.

در تحقیق حاضر فرایند پیش آزمون با استفاده از یک نمونه متشکل از ۱۰ نفر کارآفرین مورد بررسی قرار گرفت و دقت آن تأیید و پاره ای اشکالات مرتفع گردید. بعد از این فرایند کلیه سؤالات پرسشنامه با حضور گروهی متخصص شامل دو نفر دانشیار گروه مدیریت، یک نفر آمارگر و یک نفر از اساتید دانشگاه و از صاحبان صنعت مورد بررسی قرار گرفت و نظرات آنها در پرسشنامه نهایی اعمال گردید. با اینکه تمامی سؤالات از منابع معتبر استفاده شده بود و همچنین مراحل پیش آزمون و نظر متخصصین اعمال گردیده بود، در عین حال محققین تصمیم گرفتند فرایند تحلیل عاملی را نیز به اجرا درآورند تا مطمئن شوند تمامی سؤالات مربوط به هر متغیر به درستی در گروه بندی مربوطه قرار گرفته و تعلق به آن گروه دارند. در این فرایند ابتدا آزمون (KMO) (Kaiser-Meyer-Olkin) که نشان دهنده دقت نمونه گیری بوده و در سطح آلفای ۰/۰۵ بایستی حداقل ۰/۶ باشد (Pallant, 2007; Tabachnick & Fidell, 2007) اجرا گردید. این آزمون برای تمامی آیتم‌های مربوط به هر متغیر در جدول پیوست آمده است و نشانگر قابل قبول بودن آزمون دارد. همچنین، جدول مذکور نشان می‌دهد از بین ۲۰ آیتم سه آیتم دارای مقداری کمتر از ۰/۳ بوده و در تحلیل نهایی بایستی حذف گردند (آیتم اول مسایل مدیریتی و آیتم اول از سؤالات مربوط به مسایل مالی که نتایج کامل در پیوست قابل رویت است). بنابر این بعد از طی تمامی مراحل قید شده روایی ابزار اندازه گیری مورد تأیید قرار گرفت:

جدول ۳: آزمون پایایی برای متغیرها

متغیرها	آلفا کرانباخ	آلفا کرانباخ *
عوامل بازاریابی	۰/۷۸۱	۰/۷۸۱
عوامل مدیریتی	۰/۸۰۷	۰/۸۱۷
مسایل مالی	۰/۷۶۵	۰/۸۰۲
منابع انسانی	۰/۷۸۲	۰/۷۸۲
رشد	۰/۸۶۶	۰/۸۶۶

* آلفای کرانباخ بعد از تحلیل عاملی

شیوه تجزیه و تحلیل داده ها

برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS نسخه ۱۴ استفاده گردیده است. پس از کد گذاری، طبقه

بندی و حذف اطلاعات زاید، داده‌های واقعی وارد نرم افزار شده و برای آزمون فرضیه‌ها از رگرسیون خطی استاندارد استفاده گردید. بر اساس گفته‌های پلنت (2007) رگرسیون خطی یکی از مهم‌ترین و بهترین شیوه‌هاست که در آن متغیرهای وابسته و مستقل بایستی کمی بوده و توزیع داده نیز نرمال باشد. بنابراین برای پیدا کردن رابطه بین متغیرهای وابسته و مستقل در تحقیق حاضر از رگرسیون استاندارد خطی استفاده شد.

نتایج

با توجه به محدودیت‌های موجود در این مقوله از ذکر اطلاعات توصیفی پرهیز شده و صرفاً به نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها اشاره می‌گردد. نتایج به دست آمده برای فرضیه شماره یک: برای پیش بینی موفقیت کارآفرینان و برای سنجش این فرضیه رگرسیون خطی استاندارد به کار گرفته شد. متغیر مستقل در این فرضیه مسایل مالی بوده و معادله رگرسیون آن به صورت ذیل است.

$$GR = b_0 + b_1 (FI) + \epsilon$$

که در آن:

GR: موفقیت کارآفرینان (رشد)

b_0 : مقدار ثابت

b_1 : ضریب رگرسیون

FI: مسایل مالی

ϵ : ضریب خطا

جدول (۴) نتایج حاصله را نشان می‌دهد:

جدول (۴) نشان می‌دهد مسایل مالی در این مدل و به منظور پیش بینی موفقیت کارآفرینان

معنی دار بوده و مدل تخمین زده شده به صورت زیر ارائه شده است:

$$GR = 1.23 + 0.527 (FI) + \epsilon$$

مشاهده می‌گردد که ضریب بتا برابر با ۰/۳۸۵ است و مشارکت نسبتاً خوب این متغیر را در

پیش بینی متغیر وابسته نشان می‌دهد. این امر نشانگر این است که اگر یک واحد در مسایل مالی

تغییراتی رخ دهد به دنبال آن موفقیت کارآفرینان به میزان ۰/۳۸۵ واحد تغییر خواهد کرد.

جدول ۴: ضرایب رگرسیون

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	۱/۲۳۰	۰/۷۱۵		۱/۷۱۹	۰/۰۹۳		
۱	مسایل مالی	۰/۵۲۷	۰/۱۹۷	۰/۳۸۵	۲/۶۷۱	۰/۰۱۱	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰

Dependent Variable: GR رشد

جدول ۵: خلاصه اطلاعات مدل رگرسیون

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
۱	(a)۰/۳۵۸	۰/۱۴۸	۰/۱۲۷	۰/۸۰۰۱۴	۰/۱۴۸	۷/۱۳۶	۱	۴۱	۰/۰۱۱

Predictors: (Constant), a مسایل مالی

Dependent Variable: GR رشد

ولی با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول ۵ با اینکه معنی دار بودن مدل مورد تأیید است، مقدار R^2 نشان می‌دهد این مدل تقریباً مدلی خوبی برای بیان رابطه بین متغیر مستقل و وابسته می‌باشد. از سوی دیگر جدول آنوا به دست آمده نشان می‌دهد مقدار F بزرگ و معنی دار است؛ بنابراین رابطه خطی بین مسایل مالی و موفقیت کارآفرینان وجود دارد.

نتایج به دست آمده برای فرضیه شماره دو: برای پیش بینی موفقیت کارآفرینان و برای سنجش این فرضیه رگرسیون خطی استاندارد به کار گرفته شد. متغیر مستقل در این فرضیه مسایل مدیریتی بوده و معادله رگرسیون آن به صورت ذیل است:

$$GR = b_0 + b_1 (MN) + \epsilon$$

که در آن:

موفقیت کارآفرینان (رشد): GR

مقدار ثابت: b_0

ضریب رگرسیون: b_1

مسایل مدیریتی: MN

ضریب خطا: ε

جدول ۶: ضرایب رگرسیون

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	۰/۰۳۴	۰/۵۳۵		-۰/۰۶۴	۰/۹۴۹		
۱ مسایل مدیریتی	۰/۸۸۶	۰/۱۴۸	۰/۶۸۶	۵/۹۶۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰

Dependent Variable: GR رشد

جدول (۶) نشان می‌دهد مسایل مدیریتی در این مدل و به منظور پیش بینی موفقیت کارآفرینان معنی دار بوده و مدل تخمین زده شده به صورت زیر ارائه شده است:

$$GR = -.034 + 0.886 (MN) + \varepsilon$$

مشاهده می‌گردد ضریب بتا برابر با ۰/۶۸۶ است و مشارکت بسیار خوب این متغیر را در پیش بینی متغی وابسته نشان می‌دهد. این امر نشانگر این است که اگر یک واحد در مسایل مدیریتی تغییراتی رخ دهد به دنبال آن موفقیت کارآفرینان به میزان ۰/۶۸۶ واحد تغییر خواهد کرد.

جدول ۷: خلاصه اطلاعات مدل رگرسیون

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
۱	(a) ۰/۶۸۶	۰/۴۷۱	۰/۴۵۸	۰/۶۳۷۸۲	۴۷۱.	۳۵/۶۳۲	۱	۴۰	۰/۰۰۰

a Predictors: (Constant), MN مسایل مدیریتی

Dependent Variable: GR رشد

با توجه به موارد مندرج در جدول ۷ معنی دار بودن مدل مورد تأیید و مقدار R^2 نیز نشان می‌دهد این مدل، مدلی بسیار خوب برای بیان رابطه بین متغیر مستقل و وابسته است. از سوی دیگر جدول آنوا به دست آمده نشان می‌دهد مقدار F خیلی بزرگ و معنی دار است، بنابراین این رابطه خطی بین

مسایل مدیریتی و موفقیت کارآفرینان وجود دارد.

نتایج به دست آمده برای فرضیه شماره سه: برای پیش بینی موفقیت کارآفرینان و برای سنجش این فرضیه رگرسیون خطی استاندارد به کار گرفته شده است. در این فرضیه پارامترهای نیروی انسانی به عنوان متغیر مستقل بوده و معادله رگرسیون آن به صورت ذیل است.

$$GR = b_0 + b_1 (HR) + \epsilon$$

که در آن:

GR: موفقیت کارآفرینان (رشد)

b_0 : مقدار ثابت

b_1 : ضریب رگرسیون

HR: پارامترهای نیروی انسانی

ϵ : ضریب خطا

جدول ۸: ضرایب رگرسیون

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	۰/۴۰۹	۰/۶۳۰		۰/۶۵۵	۰/۵۲۰		
HR							
۱ پارامترهای نیروی انسانی	۰/۷۷۶	۰/۱۸۰	۰/۵۵۴	۴/۳۱۵	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰

Dependent Variable: GR رشد

جدول (۸) نشان می دهد پارامترهای نیروی انسانی در این مدل و به منظور پیش بینی موفقیت کارآفرینان معنی دار بوده و مدل تخمین زده شده به صورت زیر ارائه شده است:

$$GR = .409 + 0.776 (HR) + \epsilon$$

مشاهده می گردد که ضریب بتا برابر با ۰/۵۵۴ است و مشارکت خوب این متغیر را در پیش بینی متغیر وابسته نشان می دهد. این امر نشانگر این است که اگر یک واحد در مسایل مدیریتی تغییراتی رخ دهد به دنبال آن موفقیت کارآفرینان به میزان ۰/۵۵۴ واحد تغییر خواهد کرد. با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول ۹ معنی دار بودن مدل مورد تأیید و مقدار R^2 نیز نشان

می‌دهد این مدل، مدلی خوبی برای بیان رابطه بین متغیر مستقل و وابسته است. از سوی دیگر جدول آنوا به دست آمده نشان می‌دهد مقدار F بزرگ و معنی دار است، بنابراین رابطه خطی بین پارامترهای نیروی انسانی و موفقیت کارآفرینان وجود دارد.

جدول ۹: خلاصه اطلاعات مدل رگرسیون

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
۱	(a) ۰/۵۵۴	۰/۳۰۷	۰/۲۹۱	۰/۷۲۶۸۵	۰/۳۰۷	۱۸/۶۶۲	۱	۴۲	۰/۰۰۰

Predictors: (Constant), HR

Dependent Variable: GR

نتایج به دست آمده برای فرضیه شماره چهار: در این فرضیه متغیر مستقل مسایل بازاریابی بوده و برای پیش بینی موفقیت کارآفرینان رگرسیون خطی استاندارد به کار گرفته شده است. متغیر مستقل در این فرضیه مسایل بازاریابی بوده و معادله رگرسیون آن به صورت ذیل است.

$$GR = b_0 + b_1 (MI) + \epsilon$$

موفقیت کارآفرینان (رشد): GR

مقدار ثابت: b_0

ضریب رگرسیون: b_1

مسایل بازاریابی: MI

ضریب خطا: ϵ

جدول ۱۰ نشان می‌دهد مسایل بازاریابی در این مدل و به منظور پیش بینی موفقیت کارآفرینان معنی دار بوده و مدل تخمین زده شده به صورت زیر ارائه شده است:

$$GR = .277 + 0.812 (MI) + \epsilon$$

جدول ۱۰: ضرایب رگرسیون

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
۱	(Constant)	۰/۲۷۷	۰/۵۵۱		۰/۵۰۳	۰/۶۱۳		

MI Marketing Concern	۰/۸۱۲	۰/۱۵۵	۰/۶۳۳	۵/۲۳۷	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Dependent Variable: GR a رشد

مشاهده می گردد ضریب بتا برابر با ۰/۶۳۳ است و مشارکت بسیار خوب این متغیر را در پیش بینی متغیر وابسته نشان می دهد. این امر نشانگر این است که اگر یک واحد در مسایل مدیریتی تغییراتی رخ دهد به دنبال آن موفقیت کارآفرینان به میزان ۰/۶۳۳ واحد تغییر خواهد کرد.

جدول ۱۱: ضرایب رگرسیون

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
۱	۰/۶۳۳ (a)	۰/۴۰۱	۰/۳۸۶	۰/۶۷۱۱۲	۰/۴۰۱	۲۷/۴۲۲	۱	۴۱	۰/۰۰۰

Predictors: (Constant), MI a مسایل بازاریابی

Dependent Variable: GR رشد

با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول ۱۱ معنی دار بودن مدل مورد تأیید و مقدار R^2 نیز نشان می دهد این مدل، مدلی خوبی برای بیان رابطه بین متغیر مستقل و وابسته است. از سوی دیگر جدول آنوا به دست آمده نشان می دهد مقدار F بزرگ و معنی دار است، بنابراین رابطه ای خطی بین پارامترهای نیروی انسانی و موفقیت کارآفرینان وجود دارد.

بحث، نتیجه گیری و پیشنهاد ها

نتایج به دست آمده از این تحقیق و معنی دار بودن تمامی عوامل سازمانی، نتایج مطالعات قبلی را مورد تأیید قرار داد که همگی معتقد بودند کارکردهای سازمانی کارآفرینان در کنار ویژگی های شخصیتی آنان باید مورد توجه قرار گیرد. نکته قابل توجه اینکه بالا بودن ارزش R^2 در خصوص مسایل بازاریابی و مدیریتی نشان دهنده اهمیت این دو مقوله در موفقیت کارآفرینان دارد. همان طوری که قبلاً عنوان گردید، بازار یابی برای واحدهای کوچک از اهمیت بالایی برخوردار

است زیرا معمولاً در دسترسی به بازارهای مختلف دچار مشکل هستند و این مشکلی اساسی است که همانطور که زالی و رضوی (۲۰۰۹) در تحقیقات خود بدان اشاره دارند، واحدهای تولیدی کوچک در ایران با آن مواجه هستند. از سوی دیگر معنی دار بودن این دو عامل و همچنین بالا بودن قدرت پیش بینی کنندگی آنان در خصوص میزان موفقیت کارآفرینان تأیید کننده مکتب فکری مدیریتی ارائه شده توسط کانینگهام و لیسچرون (۱۹۹۱) است که ادعا داشتند بخش قابل توجهی از علل شکست کارآفرینان مربوط به ضعف مدیریتی و بازار یابی آنان می باشد. در حالی که این یافته مغایر با یافته‌های تحقیق آلوز (۱۹۸۷) است که مدعی شده بود عوامل مدیریتی در پیش بینی موفقیت واحدهای کوچک معنی دار نیست.

یکی از مهم ترین کاربردهای این تحقیق این است که باید در کنار ویژگی های شخصیتی کارآفرینان به سایر عوامل نیز توجه گردد و این می تواند راهنمای موثری برای اداره کنندگان و همچنین سازمان صنایع کوچک باشد که در حمایت و کمک به این واحدها به این مهم نیز توجه نمایند. به ویژه ضرورت توجه به مسایل بازار یابی که اکثر صنایع کوچک معمولاً در فروش محصولات خود و سایر پارامترهای بازار یابی دچار مشکلات عدیده ای هستند. نکته قابل توجه دیگر اینکه کارآفرینان باید دقت داشته باشند برای کسب موفقیت شان تنها توجه به ظرفیت های شخصی کافی نیست و لازم است به دانش مربوط به تأمین مالی، بازاریابی، جذب نیروی انسانی مناسب و غیره توجه داشته باشند. مطالعه حاضر با بررسی مهم ترین عوامل تأثیر گذار در موفقیت کارآفرینان و با تحقیق روی کارهای صورت گرفته در ۳۰ سال گذشته، تلاش نمود نقشی هر چند اندک در افزودن به دانش موجود در عرصه کارآفرینی ایفا نماید. این تحقیق در مسیر انجام خود با محدودیت هایی نیز مواجه بود؛ از جمله اینکه در بررسی میزان موفقیت واحدهای کوچک مجبور بود به اظهارات شخصی صاحبان صنایع اکتفا کند و از دسترسی به آمار و اطلاعات واقعی در خصوص فروش و سود محروم بود. نکته قابل ذکر دیگر اینکه با وجود حمایت سازمان صنایع کوچک از تحقیق حاضر و هماهنگی های صورت گرفته باز هم شاهد برگشت تعداد نسبتاً کمی از پرسشنامه ها بودیم. این تحقیق می تواند در فضایی وسیع تر و با نمونه گیری بیشتری در سایر استان ها نیز به انجام برسد. همچنین می توان این مطالعه را برای تمامی صنایع کوچک حتی آنهایی که در شهرک های صنعتی نیز مستقر هستند اجرا نمود.

References

- 1- Ahiarah, S. (1993). Black American's business ownership factors: A theoretical perspective. *The Review of Black Political Economy*, 22(2), 15-39.
- 2- Alder, N. J. (1983). A typology of management studies involving culture. *Journal of International Business Studies*, 14(2), 29-47.
- 3- Alves, J. R. (1978). *The prediction of small business failure utilizing financial and non-financial data*. Massachusetts: University of Massachusetts.
- 4- Arabi, S. M. (2003). Determination of entrepreneurs success factors in Iran's market. Retrieved on 25 Aug, 2008, from www.karafarini.gov.ir (In Persian)
- 5- Ary, D., Jacobs, L. C., Razavieh, A., & Sorensen, C. (2009). *Introduction to research in education* (8th ed.). USA: Thomson Higher Education.
- 6- Baldwin, J., & Picot, G. (1995). Employment generation by small producers in the Canadian manufacturing sector. *Small Business Economics*, 7(4), 317-331.
- 7- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- 8- Barren, B. W. (1989). Avoiding undercapitalization. *Small Business Reports*, 14(8), 45-50.
- 9- Benzing, C., Chu, H. M., & Bove, R. (2005). The motivation, problems, and perceived success of entrepreneurs in Romania. *Journal of the Academy of Business Administration*, 10(1&2), 73-88.
- 10- Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58-91.
- 11- Benzing, C. A., Chu, H. M., & Callanan, G. (2005). A regional comparison of the motivation and problems of Vietnamese entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 10(1), 3-27.
- 12- Birch, D. L. (1987). *Job creation in America*. New York, NY: Free Press.
- 13- Box, T., Watts, L., & Hisrich, R. (1994). Manufacturing entrepreneurs: An empirical study of the correlates of employment growth in the Tulsa MSA and Rural East Texas. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 261-270.
- 14- Burdus, E., & Alpopi, C. (2010). The internationalization of business as an option in the marketing strategy of the entrepreneur *Management & Marketing*, 8(1), 49-56.
- 15- Busenitz, L. W., West Iii, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.
- 16- Carree, M. A., & Thurik, A. R. (1998). Small firms and economic growth in Europe. *Atlantic Economic Journal*, 26(2), 137.
- 17- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1994). Founder competence, the environment, and venture performance. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(3), 77-89.
- 18- Chu, H. M., Benzing, C., & McGee, C. (2007). Ghanaian and Kenyan entrepreneurs: A comparative analysis of their motivations, success characteristics, and problems. *Journal of Developmental Entrepreneurship*,

- 12(3), 295-322.
- 19- Cooper, A. C., Dunkelberg, W. C., Woo, C. Y., & Dennis, W. (1990). *New business in America: The firms and their owners*. Washington D.C: The NFIB Foundation.
 - 20- Coulter, M. (2000). *Entrepreneurship in action*. New Jersey: Prentice- Hall.
 - 21- Covin, J. G., & Covin, T. J. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 14(4), 35-50.
 - 22- Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45-61.
 - 23- Dehdashti, Z., & Naderifar, B. (2007). The characteristics of successful small industries: Plastic small industries. *Marketing*, 61, 14-23(In Persian).
 - 24- Devine, P. (2002). The institutional context of entrepreneurial activity. In F. Adaman & P. Devine (Eds.), *Economy and society: Money, capitalism and transition*. Montreal: Black Rose Books.
 - 25- Duchesneau, D. A., & Gartner, W. B. (1990). A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 5(5), 297-312.
 - 26- Duncan, I. (1991). An introduction of entrepreneurship. *CMA Magazine*, 65(9), 32.
 - 27- Durkin, M. G., & McGowan, P. (2001). 'Net Effect', Views from the periphery: Exploring the role and importance of the internet in marketing activity in entrepreneurial firms. *Irish Marketing Review*, 14(1), 15.
 - 28- Edwards, C. C. (2008). *Assessing entrepreneurship and African American women: Factors of success*. Unpublished PhD, North central University, United States, Arizona.
 - 29- Ekeh, I. E. (2000). *Factors and attributes contributing to the success of African American entrepreneurs in the San Francisco bay area of the United States of America*. Unpublished D.B.A., Golden Gate University, United States, California.
 - 30- Erofeev, D. A. (2002). *Personal, organizational, and environmental factors as predictors of entrepreneurial success within a franchising company in the personnel service industry*. Unpublished PhD, Central Michigan University, United States, Michigan.
 - 31- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and new value creation: The dynamic of the entrepreneurial process*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - 32- Fiet, J. O. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1-24.
 - 33- Gasse, Y. (1982). Commentary elaboration: Elaborations on the psychology of the entrepreneur. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 58-71). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
 - 34- Gravely, M. J., II. (1999). *Understanding entrepreneurial success: A study of African-American small business owners*. Unpublished PhD, The Union

- Institute, United States, Ohio.
- 35- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
 - 36- Hebert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1(1), 39-49.
 - 37- Hefdahtan, S. H. (2010). Pathology of entrepreneurship in Iran. Retrieved on April, 2010, from www.karafarini.ir
 - 38- Henderson, J. (2002). Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, 87(3), 45-70.
 - 39- Ibrahim, A. B. (1986). Perceived causes of success in small business *American Journal of Small Business*, 11(2), 41-50.
 - 40- Jenssen, J. I., & Koenig, H. F. (2002). The effect of social networks on resource access and business start-ups. *European Planning Studies*, 10(8), 1037-1039.
 - 41- Kreft, S. F., & Sobel, R. S. (2005). Public policy, entrepreneurship, and economic freedom. *Cato Journal*, 25(3), 595-616.
 - 42- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(5), 577-597.
 - 43- Lauzen, L. G. (1985). Small business failures are controllable. *Corporate Accounting*, 3(3), 34-38.
 - 44- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. K. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583-602.
 - 45- Longenecker, J., Moor, C., & Petty, J. (2003). *Small business management*. Southwestern, Ohio: Mason.
 - 46- Nichols, C. R., Jr. (1995). Factors affecting the success or failure of African-American new business ventures in the St. Louis, Missouri metropolitan area. Unpublished Ph.D., The Union Institute, United States, Ohio.
 - 47- Nickels, W., McHugh, J., & McHugh, S. (2009). *Understanding Business* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
 - 48- Nucci, A. R. (1993). The demography of business failure: U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, Centre of Economic.
 - 49- Pallant, J. (2007). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis, using SPSS for Windows (version 15)* (3rd ed.). Crows Nest: Allen & Unwin.
 - 50- Poh, K. W., Yuen, P. H., & Erkkö, A. (2005). Entrepreneurship, innovation, and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.
 - 51- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational*

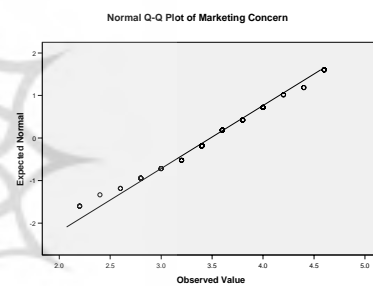
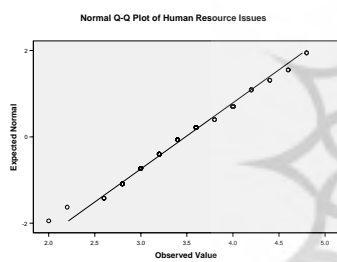
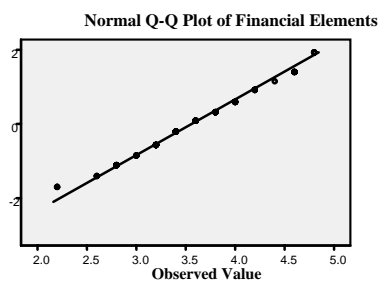
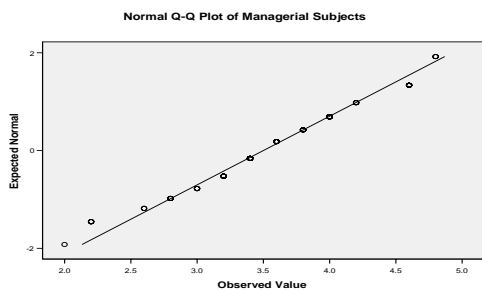
- psychology (Vol. 13, pp. 101-141). Chichester, UK: Wiley.
- 52- Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A. (2005). Effects of human capital and long-term human resources development and utilization on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(6), 681-698.
- 53- Reid, G. C. (1991). Staying in business. *International Journal of Industrial Organization*, 9(4), 545-558.
- 54- Reynolds, P. D. (1987). New firms: Societal contribution versus potential. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 231-246.
- 55- Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). *Global entrepreneurship monitor: 1999 Executive report*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation.
- 56- Rhods, C., & Butter, J. (2004). Understanding self-perception of business performance: An examination of black American entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(1), 55-68.
- 57- Rogoff, E. G., Myung-Soo, L., & Dong-Churl, S. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 364-376.
- 58- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill building approach* (4th ed.). USA: John Wiley & Sons, Inc.
- 59- Sirinivasan, R., Woo, C. Y., & Cooper, A. A. (1994). Performance determinants for male and female entrepreneurs. Paper presented at the Babson Entrepreneurship Research, Cambridge, MA: Babson College.
- 60- Smith, N. R., Bracker, J. S., & Miner, J. B. (1987). Correlates of firm and entrepreneur success in technologically innovative companies. In N. C. Churchill, B. A. Kirchoff, O. J. Krasner & K. vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, MA: Babson College.
- 61- Solymossy, E. (1998). *Entrepreneurial dimensions: The relationship of individual, venture, and environmental factors to success*. Unpublished PhD, Case Western Reserve University, United States, Ohio.
- 62- Sun, T. (2004). *Knowledge required to achieve entrepreneurial success*. Unpublished D.M., University of Phoenix, United States, Arizona.
- 63- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.): Pearson Education, Inc.
- 64- Yosoufi, M. (2002). The role of small industries in industrial development in Iran. from www.irandoc.ac.ir. Accessed on 12 September 2008 (In Persian)
- 65- Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: Perceptions of south pacific entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 33(2), 68-73.
- 66- Zacharakis, A. L., Bygrave, W. D., & Shepherd, D. A. (2000). *Global entrepreneurship monitor: National entrepreneurship assessment*. Kansas City, Mo: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- 67- Zahedi, S. (2004). Systematic analysis from alternatives that affect

- entrepreneurship phenomenon. Retrieved on 10 Aug., 2008, from www.karafarini.gov.ir (In Persian)
- 68- Zahra, S. A. (2007). Theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22, 443-454.
- 69- Zali, M. R., & Razavi, S. M. (2009). Barriers of entrepreneurship development in Iran. Tehran: Faculty of Entrepreneurship. (In Persian)



پیوستها

نمودارهای مربوط به خطی بودن رابطه بین متغیرها



جدول مربوط به آزمون تحلیل عاملی برای آزمون روایی ساختاری متغیرها

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

آزمون روایی برای متغیر مسایل مدیریتی

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.634
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	117.861
	df	6
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
MAN2 Firms that do not develop specific business plans have a greater chance of failure than firms that develop specific business plans.	1.000	.729
MAN3 with take part in activities related to trade/industry associations, I improve my management skills.	1.000	.702
MAN4 I use written plans, budgets, or forecasts in my company.	1.000	.805
MAN5 with Keeping low inventory/stock levels in company....	1.000	.389

Extraction Method: Principal Component Analysis.

آزمون روایی برای متغیر مسایل مالی

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.660
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	106.113
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
FI1 Firms that start capitalized have a grater chance of success than businesses that start with unadequate capital.	1.000	.142
FI2 Firms that keep updated accurate records such as record for firm, cash flow, accounts receivables and payables, inventory, etc. have a greater chance of success than businesses that do not do it.	1.000	.668
FI3 Record keeping and financial control in the company (day- to -day accounts and finance activities) contributes to success of my company.	1.000	.710
FI4 I understand how financial statements depict my business	1.000	.860
FI5 I always assure of obtaining capital from various institutions and recourses (banks, venture capital, etc.)	1.000	.347

Extraction Method: Principal Component Analysis.

آزمون روایی برای متغیر مسایل بازاریابی

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.676
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	91.662
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
MI1 Industry owners with marketing skills (sales, promotion, advertising, pricing, etc.) have a greater chance of success than owners without marketing skills	1.000	.418
MI2 I emphasis to promote the company and its products/services	1.000	.751
MI3 Understanding the market /customers needs are emphasized in my company	1.000	.723
MI4 Customer feedback and services that influencing my marketing strategy usually are emphasized in my company	1.000	.513
MI5 I try to explore new methods for marketing	1.000	.329

Extraction Method: Principal Component Analysis.

آزمون روایی برای متغیر مسایل منابع انسانی

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.638
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	96.928
	df	10
	Sig.	.000

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Communalities

	Initial	Extraction
HR1 Firms that can attract and retain quality employees have a greater chance of success than organizations that can not attract and retain quality employees.	1.000	.522
HR2 I emphasis to develop performance standard to monitor top management staffs progress. (Performance appraisal)	1.000	.681
HR3 I try to motivate employees to achieve company goals	1.000	.460
HR4 Employees in my company are involved in decision-making	1.000	.722
HR5 I try to emphasize staff training	1.000	.346

Extraction Method: Principal Component Analysis.

آزمون روایی برای متغیر موفقیت

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.653
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	99.445
	df	15
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
P2 Since start-up, firm's profit growth	1.000	.861
P3 Compare to last year, profit growth	1.000	.590
SG1 Since start-up, sales growth	1.000	.376
SG3 Compare to last year, sales growth	1.000	.616
EG1 Since start-up, growth of employees	1.000	.709
EG2 Compare to last year, employee growth	1.000	.515

Extraction Method: Principal Component Analysis.