

طراحی مدل عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کار آفرینی در جمهوری آذربایجان

ممدواو محبت عشیر اوغلو^۱، علی اوا علی عسکر^۲، التفات وظیفه دمیرچی^{۳*}

تاریخ دریافت: ۲۸ خرداد ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۲۰ شهریور ۱۳۹۹

چکیده

تحقیق حاضر با هدف طراحی مدل عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کار آفرینی در جمهوری آذربایجان انجام گرفته است. این تحقیق یک توسعه ای و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را خبرگان فعال در حوزه کارآفرینی کشور جمهوری آذربایجان که دارای حداقل ۱۰ سال سابقه کار داشتند، تشکیل می‌دهند. حجم جامعه ۳۵ نفر بوده که برای مطالعه جامعه از روش نمونه در دسترس استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش دلفی سه دوری استفاده شده است. برای انجام تحقیق، ابتدا با مطالعه ادبیات و پیشینه موضوع و مدل‌ها و نظریه‌های فرهنگ کار آفرینی مدل اولیه با ۴۲ عامل فرعی شناسایی شد و با استفاده از روش دلفی در اختیار خبرگان قرار گرفت و نهایتاً بعد از تجزیه و تحلیل از طریق تکنیک دلفی ۳۶ عامل باقی ماند و ۳۶ عامل فرعی در قالب ۶ عامل اصلی؛ عوامل آموزشی و پژوهشی، عوامل هدایت و راهنمایی، عوامل مالی و تشویقی، عوامل مدیریتی، عوامل انسانی - روانشناختی و عوامل استراتژیک دسته بندی گردیدند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فرهنگ، فرهنگ کارآفرینی، جمهوری آذربایجان

۱- مقدمه

فرهنگ یک مفهوم گسترده است که شامل رفتارهای اجتماعی و هنجارهای موجود در جوامع بشری و همچنین دانش، اعتقادات، هنرها، قوانین، آداب و رسوم، قابلیت‌ها و عادات افراد در این گروه‌ها می‌شود

۱ گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه معماری و ساخت، باکو، آذربایجان

۲ گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه معماری و ساخت، باکو، آذربایجان

۳ دانشگاه جامع علمی کاربردی واحد استان اردبیل

(Tylor, 1871). تعاریف فرهنگ دارای عنصر بایستگی و شایستگی، کمال، ترقی مادی و معنوی، کرامت، حیثیت، شرف ذاتی انسان، حیات شایسته و آزادی مسئولانه و عدالت در اجرای حقوق و قوانین است. (Allameh Jafari, 2000: 130). فرهنگ عبارت است از کیفیت یا شیوه‌های بایست و یا شایسته برای آن دسته از فعالیتهای حیات مادی و معنوی انسانی که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات صعود کرده آنان در حیات معقول تکاملی باشد» (Allameh Jafari, 2000: 62). به عبارت دیگر فرهنگ سبک و صیاق زندگی ما است (Vazifeh Damirchi, 2015). فرهنگ شامل هنر، ادبیات، علم، آفرینش‌ها، فلسفه و دین است (Lucas, 2014: 4). هنجار فرهنگی رفتار قابل قبول یک جامعه را تعیین می‌کند؛ و به عنوان راهنمای نحوه رفتار، پوشش لباس، زبان، و حرکت در یک موقعیت خاص و همچنین انتظارات در یک گروه اجتماعی عمل می‌کند. تک فرهنگ گرایی^۱ در یک گروه اجتماعی می‌تواند ریسک‌هایی داشته باشد، درست همان‌طور که یک گونه حیوانی واحد می‌تواند در مقابل تغییرات محیطی از بین برود (Jackson, 2006: 203).

در ۱۹۵۲ آلفرد کلوبر^۲ و کلاید کلاک‌هون^۳ در کتاب خود به نام «فرهنگ: مروری انتقادی بر مفاهیم و تعاریف»^۴ با گردآوری ۱۶۴ تعریف از فرهنگ اظهار کردند که فرهنگ در اغلب موارد به سه برداشت عمده می‌انجامد:

- برترین فضیلت در هنرهای زیبا و امور انسانی که همچنین به فرهنگ عالی شهرت دارد.
- الگوی یکپارچه از دانش، عقاید و رفتار بشری که به گنجایش فکری و یادگیری اجتماعی نمادین بستگی دارد.

- مجموعه‌ای از گرایش‌ها، ارزش‌ها، اهداف و اعمال مشترک که یک نهاد، سازمان و گروه را مشخص و تعریف می‌کند (Kroeber & Kluckhohn, 1952).

کارکردهای مهم نظام فرهنگی ایجاد هماهنگی و انسجام و همبستگی بین نهادها و اجزای مختلف نظام اجتماعی است، به گونه‌ای که یکپارچگی آن نظام حفظ شود، برای نظام فرهنگی هر جامعه لااقل میتوان ۵ کارکرد ذکر کرد:

رتال جامع علوم انسانی

۱- تامین نیازهای فیزیولوژی

۲- ایجاد ارتباط جمعی

۳- دادن هویت فرهنگی خاص بر اعضا

۴- حفظ و تداوم و بقای جامعه

۵- ایجاد و حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی (Panahi, 1996:101)

Monoculturalism^۱

² Alfred Kroeber

³ Clyde Kluckhohn

⁴ Culture: A Critical Review of Concepts and Definition(

ساختار و عملکرد خرده فرهنگ و عناصر درونی آن در سطوح مختلف فردی، اجتماعی و هم چنین ارتباط آن با فرهنگ مسلط پیرامونی، به نحوی است که می‌توان گفت: بر اساس اصل تأثیر متقابل حوزه‌های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه‌های دیگر فرهنگ، از جمله حوزه‌ی اخلاق و مذهب، ارزش‌ها، عقاید اقتصادی و سیاسی تأثیر می‌پذیرد. از این رو ریشه‌های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله مراتب ارزش‌ها جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند و در تعارض و تقابل با کار و یا همنا و همساز با کارآفرینی هستند (Rajabzadeh, 1997).

فرهنگ یک جامعه می‌تواند موجبات تقویت بنیانهای کارآفرینانه را فراهم ساخته و بستر مناسب و مساعد را برای رشد و توسعه کارآفرینی به ویژه در سازمانها به وجود آورد. از سوی دیگر کارآفرینی از طریق تحرک بخشیدن به جامعه و ایجاد زمینه‌های توسعه همه جانبه باعث رشد و ارتقای ارزشهای اجتماعی شده و با تولید ثروت، امکان سرمایه‌گذاری بیشتر در تمام ابعاد از جمله امور فرهنگی را میسر میسازد. بدیهی است که برای نفوذ فرهنگ کارآفرینی در عمق جامعه، باید تمام خرده فرهنگهای مرتبط یعنی: فرهنگ کار، فرهنگ مشارکت و کارگروهي، فرهنگ خلاقیت و نوآوری، فرهنگ سرمایه‌گذاری بویژه سرمایه‌گذاری خطرپذیر، و فرهنگ جسارت پروری و خطرپذیری در جامعه شکل گیرد (Brockhaus, Horwitz, 2000).

قسمت اعظم فرهنگ کارآفرینی در جوامع کنونی متأثر از نهادینه شدن فرهنگ علم در جامعه است. واژه‌هایی مانند: مدیریت علمی، اقتصاد مبتنی بر دانش، خلاقیت در صنعت، نوآوری و... در سمینارها و همایش‌ها بسیار بکار برده می‌شود و همه این‌ها گواه این ادعا است که فرهنگ کارآفرینی در محیطی امکان‌پذیر است که هنجارهای غالب بر آن محیط، ارزش‌ها و باورهای فرهنگ کار و علم را تقویت نمایند. فرنچ معتقد است که یک سازمان مثل کوه یخ است که بخش عمده آن نامرئی است. در این تعبیر آنچه که در زیر آب قرار دارد (Iranzadeh, 1998).

فرهنگ سازمانی عبارت است از محیط سازمانی خاص. فرهنگ سازمانی فضا و سیستم پاداش دارد و طرفدار تصمیمات محافظه‌کارانه است. در صورتی که نتایج مورد نظر حادث نشود به جمع‌آوری مقادیر زیادی اطلاعات به عنوان پایه‌ای برای تصمیم‌گیری منطقی و استفاده از این داده‌ها برای توجیه تصمیم‌ها می‌پردازد. اغلب تصمیم‌ها دارای ریسک تا گردآوری اطلاعات قاطع و کافی یا مشاوره به منظور شناسایی موارد ناشناخته به تعویق می‌افتد (Clark, ۲۰۰۴). فرهنگ سازمان کارآفرینانه درون سازمانی به جای داشتن ساختار سلسله‌مراتبی ساختار مسطح با شبکه‌سازی، کار گروهی مبتکران و مشاوران فراوان دارد. ارتباطات کاری نزدیک به ایجاد جوی از اعتماد و رایزنی کمک می‌کنند و دست‌یابی به دیدگاه‌ها و هدف‌ها را تسهیل می‌نمایند (Peykarju, 2008).

دستیابی به آرمان‌های چشم‌انداز بیست‌ساله که جایگاه شایسته‌ای را برای کشور فراهم می‌کند و همچنین حل مشکلات فعلی جامعه نیز تنها از طریق استراتژی توسعه کارآفرینی و به تعبیری

جایگزینی اقتصاد کارآفرینی به جای اقتصادی نفتی امکان‌پذیر است. بدون توجه به نقش کارآفرینی در توسعه کشور، تحقق هدف‌ها امکان‌پذیر نیست و تلاش‌های درحال انجام را ناکام می‌گذارد و با ادامه وضع موجود، همچنان منابع را به هدر می‌دهد و حجم و پیچیدگی مشکلات را اضافه می‌کند. بنابراین توجه جدی به کارآفرینی و تدوین و اجرای برنامه ملی توسعه کارآفرینی برای کشور بسیار حیاتی است. لذا کارآفرینی به عنوان یکی از مهمترین محورهاى اصلی رشد و توسعه اقتصادی و پایدار به دلایل زیر دارای اهمیت است:

- ۱- عامل افزایش سرمایه‌گذاری و به تبع آن افزایش سود و سرمایه، سرمایه‌گذاران می‌شود.
 - ۲- سبب ایجاد فرصت‌های تازه در بازار کار و راهکار مؤثری در ایجاد اشتغال مولد و پایدار در کشور است.
 - ۳- موجب دگرگونی ارزش‌ها و تحول ماهیت آن‌ها می‌شود و ارزش‌های تازه‌ای به وجود می‌آورد.
 - ۴- موجب آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می‌شود.
 - ۵- محیط و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آن‌ها فراهم می‌سازد.
 - ۶- کارآفرینی سبب پیدایش محصولات، خدمات، روش‌ها، سیاست‌ها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می‌شود.
 - ۷- عامل تقویت و تکامل صنایع داخلی است و زمینه رقابت صنایع داخلی با صنایع خارجی را فراهم می‌آورد و منجر به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می‌شود.
 - ۸- باعث رقابت، تقویت و تکامل صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و افزایش سطح کیفیت کالاها می‌شود.
 - ۹- عامل توسعه اقتصادی، رفاه و تامین اجتماعی جامعه است. (Behzadian Najad, 2001)
- هدف تحقیق حاضر دستیابی به عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در جمهوری آذربایجان است. و برای همین منظور دو هدف کلی زیر را دنبال می‌کند:
- شناسایی و اکتشاف عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی
 - شناسایی مهمترین عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- فرهنگ کارآفرینی

با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای درحال توسعه نیز به دنبال ایجاد مجموعه گسترده‌ای از سازمان‌های کارآفرین هستند. از این رو، باید نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه یا موانع آن در سازمانها مشخص و معرفی شوند (Jedi, 2001: 35).

کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره گیری از فرصت ها. استیونسون، کارآفرینی را فرایند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصر به فرد به منظور بهره برداری از یک فرصت می داند. طبق تعریفی که در واژه نامه امریکن هریتیج^۱ بیان شده است، کارآفرین سازمانی، شخصی است که در یک سازمان از قبل تأسیس شده، از طریق نوآوری و خطرپذیری، مسئولیت تبدیل یک فکر و ایده خام را به کالایی ساخته شده و سودمند بر عهده می گیرد (Prokopenko & Pavlin, 1999: 17).

ارتباط میان کارآفرینی و فرهنگ، از دو جنبه قابل بحث است. از یک سو، نتایج کارآفرینی بر جامعه تأثیر می گذارد و از سوی دیگر، فرایند کارآفرینی و فرهنگ حاکم بر آن، علاوه بر اینکه متأثر از مبانی فرهنگ جامعه است، می تواند تحولات اساسی نیز در آن ایجاد کند. کارآفرینی با ایجاد فرصت های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پی ش زمینه ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است. با رفع نیازهای اولیه معیشتی، زمینه برای بروز نیازهای عالی تر انسانی فراهم می شود و اگر این کار در مسیری درست هدایت شود، به شکوفایی و تعالی انسان ها و جامعه می انجامد. علاوه بر این، نوآوری که از مشخصه های اساسی کارآفرینی است، موجب تولید محصولات و خدمات جدیدتر و متنوع تر می گردد و بدین ترتیب، قدرت انتخاب مردم افزایش می یابد. با افزایش میزان رفاه، آسایش و اوقات فراغت افراد، فرصت های بیشتری برای فعالیت های فرهنگی ایجاد می شود. در ضمن، نحوه شکل گیری و ثمربخشی کارآفرینی، روش ها و شیوه های خاصی را می طلبد که بر پایه باورها و ارزش های ویژه ای استوار شده است. مجموعه این روش ها و باورها را می توان یک فرهنگ تلقی کرد. در واقع، فرایند کارآفرینی در بطن خود، فرهنگ خاصی را دارد. این فرهنگ را می توان همان فرهنگ حاکم بر شرکت های کارآفرینی کوچک دانست، این فرهنگ، مفهوم مشترکی است که اعضای شرکت پذی رفته اند و ارزش ها، باورها و روش های مشترک، بر فعالیت شرکت حاکم است (Thompson et al, 2000: 45).

مدل های مختلف توسعه فرهنگی از نظر متخصصان و نظریه پردازان مختلف در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

جدول شماره ۱: نظریه های مربوط به توسعه عوامل فرهنگ کار آفرینی

نظریه پرداز و مدل	عوامل	منبع
مدل علی توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه پارسونز	۱. شیوه جامعه پذیری	Thompson et al, 2000: 76
	۲. میزان رشد و انسجام شخصیت	
	۳. استقلال فردی	
	۴. فرهنگ غالب کار در جامعه	
	۵. سختکوشی، پشتکار، وقتشناسی)	

¹ American Heritage

Haug & Pardy, 1999: 99	۱. تشویق به کار برای سعادت ۲. ریسک پذیری برای تغییر سرنوشت ۳. برنامه ریزی برای آینده ۴. صرفه جویی	مدل علی توسعه فرهنگ کارآفرینی از دیدگاه وبر
Brockhaus & Horwitz, 2000: 103	۱. ریسک پذیری ۲. انگیزه پیشرفت ۳. امید به آینده ۴. مستقل بودن ۵. داشتن اعتماد به نفس	میل به سرمایه گذاری و ایجاد کسب و کار جدید، همراه با خوداشتغالی
Hurley , 1998: 42	تحریک و پرورش انگیزه ها	
Thompson et al, 2000: 67	آموزش مهارت ها	
Echols & Neck, 1998: 18	فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت	
Fry,2001: 27	فرهنگ مشارکت	
Duphy, 2004:36	فرهنگ خلاقیت	
Fry,2001: 29	فرهنگ استقلال طلبی و قبول مسئولیت	
Hurley , 1998: 31	فرهنگ مخاطره پذیری	
Dess & Miriamand, 1998:42	تغییر و تحول ارزش های سازمانی	

۲-۲- کارآفرینی در جمهوری آذربایجان

در سال ۲۰۱۹ یکی از راه های مهاجرت به کشور آذربایجان کارآفرینی در آذربایجان می باشد. متقاضیان از طریق کارآفرینی در آذربایجان می توانند اقامت این کشور را با رعایت قوانین و شرایط به دست آورند. متقاضیان خارجی به تنهایی و بدون داشتن شریکی از این کشور می توانند شرکت خود را تاسیس کرده و ثبت نمایند. اما باید برای تکمیل نیروی کار خود باید شهروندان این کشور را نیز استخدام نمایید. و برای استخدام نیروی کار خارجی باید از اداره مهاجرت مجوز کار دریافت نمایید. در رابطه با کارآفرینی در آذربایجان می توان گفت که متقاضیان می توانند از این طریق اقامت موقت و اقامت دائم این کشور را به دست آورند.

- سرمایه گذاران خارجی و بین المللی، بدون دریافت هیچ مجوزی اجازه دارند در بورس سهام خریداری نمایند
- این امکان برای سرمایه گذاران خارجی وجود دارد تا بدون محدودیتی سهامدار شرکت های فعال شوند
- سرمایه گذاران می توانند در این کشور سرمایه گذاری کرده و ۱۰۰٪ سهام شرکت متعلق به خودشان باشد

- متقاضیان خارجی می توانند شعبه خارجی شرکت خود را در این کشور افتتاح نمایند (Sevitoxofesky, 2002).
 - کارآفرینی در آذربایجان به دلایل ذیل مطمئن و دارای سود بسیار زیادی می باشد.
 - وجود ثبات سیاسی در این کشور
 - برخورد توأم با احترام و همچنین عدم تفاوت بین سرمایه گذاران ایرانی با سایر کشور ها
 - نزدیکی آذربایجان با کشورهای اروپایی پیشرفته-
 - داشتن منابع طبیعی بسیار زیاد و فوق العاده-
 - وجود آزاد راه خلیج فارس به کشورهای آسیای میانه وجود خط راه آهن بندر عباس به آسیای میانه-
 - وجود پروژه های بسیار عظیم در رابطه با جزیره های مصنوعی خزر که با سرمایه ای بالغ بر ۱۲۰ میلیارد دلار در حال انجام می باشد
 - پروژه های انتقال انرژی از شهر باکو به اروپا با سرمایه گذاری شرکت هایی از کشور آلمان و کشور انگلستان و...
 - نوشتن خلاصه ای از کارهای اجرایی اولیه و اهداف کسب و کار و انتظاراتی که از محصول و ارائه خدمات دارید
 - تمکن مالی یا مشخص کردن ساپورت های مالی (Soleymanov, 2006)
- در چند سال اخیر شرکت های غربی در بخش انرژی این کشور میلیون ها دلار سرمایه گذاری کرده اند. بخش های دیگری که در اقتصاد این کشور تأثیر دارند بخش معدن و بخش کشاورزی می باشد. بیشتر افرادی که به این کشور مهاجرت می کنند در بخش های معدن، نفت و گاز مشغول به کار می شوند. که بالاترین بخش کارآفرینی در جهان کشور آذربایجان بشمار می رود. در گزارش سالانه بانک جهانی، از وضعیت کسب و کار که به تازگی هم منتشر شده، ۱۰ شاخص مهم و مؤثر در کسب و کار ۱۸۱ کشور جهان مورد بررسی قرار گرفته است، جمهوری آذربایجان در میان کشورهای جهان، بیشترین ترقی را داشته که از رتبه ۹۶ به ۳۳ صعود کرده است. آنچه مسلم است آن که اصلاح فضای کسب و کار و بهبود شاخص های مزبور آذربایجان در عرصه جهانی، نه تنها گامی مثبت و اساسی در جهت تقویت جنبه مشارکت بخش خصوصی در عرصه اقتصاد، ارتقای سطح اشتغال و تولید در این کشور محسوب می شود، بلکه به طور قطع، نمادی مهم برای استقبال سرمایه گذاران خارجی برای ورود به کشور و ارتقا و تسهیل جریان ورود فناوری به کشور به شمار می رود. براساس آمار اکونومیست (۲۰۱۱) و بانک جهانی، رتبه جمهوری آذربایجان بر مبنای مطلوبیت فضای کسب و کار، در جایگاه دهم منطقه ای است (Haji Isa, 2015).

۳-۳- سوالات تحقیق

عوامل و مؤلفه های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی کدام هستند؟
مهمترین عوامل و مؤلفه های مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی کدام هستند؟

۳- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، تحقیقی توسعه ای و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری تحقیق حاضر را خبرگان فعال در حوزه کارآفرینی کشور جمهوری آذربایجان که دارای حداقل ۱۰ سال سابقه کار داشتند، تشکیل می دهند که به عنوان کارشناس نخبه در روش دلفی می باشند. حجم جامعه ۳۵ نفر بوده که برای مطالعه جامعه از روش نمونه بردسترس استفاده گردید.

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش دلفی سه دوری استفاده شده است؛ در این پژوهش، پس از تعیین تخصص های مورد نیاز تعیین و اعضای پانل دلفی در سه مرحله و با استفاده از روشهای نمونه گیری غیراحتمالی، شناسایی و انتخاب شد. پس از تعیین اعضای پانل، برای تعیین عوامل و عوامل مدل توسعه فرهنگ کارآفرینی در جمهوری آذربایجان از روش دلفی بر اساس مراحل سه گانه اشمیت و همکاران (۲۰۰۱) استفاده شده است.

۴- یافته های تحقیق و نتیجه گیری

الف) اجرای دلفی

در این پژوهش، ابتدا موضوع و ابعاد آن تعریف شد. بر اساس تعریف موضوع، تخصص های مورد نیاز تعیین و اعضای پانل دلفی در سه مرحله و با استفاده از روشهای نمونه گیری غیراحتمالی، شناسایی و انتخاب شدند. پس از تعیین اعضای پانل، برای تعیین عوامل و عوامل مدل توسعه فرهنگ کارآفرینی در جمهوری آذربایجان از روش دلفی بر اساس مراحل سه گانه اشمیت و همکاران (۲۰۰۱) استفاده شده است. پرسشنامه های هر دور به صورت غیر حضوری توزیع و گردآوری شدند.

جدول (۲) تاریخ توزیع و گردآوری پرسشنامه های هر دور را به همراه تعداد آنها نشان می دهد.

جدول ۲: تاریخ توزیع و گردآوری پرسشنامه ها

دور	توزیع پرسشنامه	گردآوری پرسشنامه
اول	تاریخ توزیع	آخرین تاریخ
اول	۱۳۹۹/۰۱/۱۰	۱۳۹۹/۰۱/۳۰
دوم	۱۳۹۹/۰۲/۰۵	۱۳۹۹/۰۲/۲۰

ب) مقیاس اتفاق نظر

در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل، از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد. ضریب هماهنگی کندال مقیاسی است برای تعیین درجه هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به N شیئی یا فرد. در حقیقت با کاربرد این مقیاس می‌توان همبستگی رتبه‌ای میان K مجموعه رتبه را یافت. چنین مقیاسی بویژه در مطالعات مربوط به «روایی میان داوران» مفید است. ضریب هماهنگی کندال نشان می‌دهد که افرادی که چند مقوله را بر اساس اهمیت آنها مرتب کرده‌اند، به‌طور اساسی معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت هر یک از مقوله‌ها به کار برده‌اند و از این لحاظ با یکدیگر اتفاق نظر دارند (Sieglel and Castellan, 1998). این مقیاس با استفاده از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$w = \frac{s}{\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)}$$

که در آن: حاصل جمع مربعات انحراف‌های R_j ها از میان R_j ها

$$s = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2$$

مجموع رتبه‌های مربوط به یک عامل R_j

تعداد مجموعه‌های رتبه‌ها (تعداد داوران) k

تعداد عوامل رتبه‌بندی شده N

$$\frac{1}{12} k^2 (N^3 - N)$$

ها R_j = حداکثر حاصل جمع مربعات انحراف‌های از میانگین

یعنی حاصل جمع s که در صورت وجود موافقت کامل بین k رتبه‌های مشاهده می‌شد.

مقدار این مقیاس هنگام هماهنگی یا موافقت کامل برابر با یک و در زمان نبود کامل هماهنگی برابر با صفر است.

«اشمیت^۱» برای تصمیم‌گیری درباره توقف یا ادامه دوره‌های دلفی دو معیار آماری ارائه می‌کند. اولین معیار، اتفاق نظری قوی میان اعضای پانل است که بر اساس مقدار ضریب هماهنگی کندال تعیین می‌شود. در صورت نبود چنین اتفاق نظری، ثابت ماندن این ضریب یا رشد ناچیز آن در دو دور متوالی نشان می‌دهد که افزایشی در توافق اعضا صورت نگرفته است و فرایند نظرخواهی باید متوقف شود.

¹ Schmidt

شایان ذکر است که معناداری آماری ضریب W برای متوقف کردن فرایند دلفی کفایت نمی‌کند. برای پانل‌های با تعداد بیشتر از ۱۰ عضو حتی مقادیر بسیار کوچک نیز معنادار به حساب می‌آیند (Schmidt, 1997:763-773).

دور اول: تولید ایده

در این مرحله شرکت کنندگان از بین کارکنان موسسات فرهنگی‌های استان اردبیل انتخاب شدند و از آنان خواسته شد تا عامل‌ها و ابعاد مدل مطلوب مدیریت منابع انسانی در موسسات فرهنگی را مشخص نمایند. تعداد ۳۵ پرسشنامه باز پخش گردید و نهایتاً تعداد ۲۵ مورد آنها برگشت داده شد. در این قسمت افراد بر اساس استنباط خود از مدل عامل‌هایی را مشخص کرده‌اند.

مرحله دوم: کاهش اقلام

در این مرحله همه ایده‌های اعضاء جمع‌بندی و طبقه‌بندی گردید و نهایتاً ۴۲ عامل قابل بررسی به دست آمد. ۴۲ عامل بدست آمده به صورت جمع‌بندی شده در اختیار تمامی اعضاء قرار گرفت و نظراعضای درباره میزان اهمیت عوامل دریافت گردید. در این مرحله عامل‌های با اهمیت متوسط و پایینتر بر اساس جدول ضریب هماهنگی کندال^۱ حذف گردیدند. جدول (۳) تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندال را نشان می‌دهد.

جدول ۳: تفسیر مقادیر گوناگون ضریب هماهنگی کندال (اشمیت، ۱۹۹۷)

مقدار W	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

دور سوم: تعیین ترکیب عوامل

در ادامه پس از حذف عامل‌های با اتفاق نظر متوسط و ضعیف حذف شده عامل به اندازه قابل قبول برای ادامه کار مشخص شدند و سپس مجموعه عامل‌های انتخابی مجدداً برای دریافت ترتیب (رتبه-بندی) میزان اهمیت عوامل به اعضاء ارایه و دریافت گردید. اتفاق نظر در مورد تناسب مدل حاصل گردید.

^۱ Kendall's coefficient of concordance (W)

تحلیل مرحله تولید ایده

در این قسمت پرسنل برای تعیین عامل‌ها و عوامل مدل توسعه فرهنگ کارآفرینی، بر اساس استنباط خود از مدل عامل‌هایی را مشخص کرده‌اند و بعد از حذف موارد تکراری تعداد ۴۲ نوع عامل باقی ماند. جدول (۴) لیست عامل‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۴ : لیست عامل‌ها از نظر اعضاء

مفهوم	ردیف	عامل
فرهنگ کارآفرینی	۱	وجود رشته‌های دانشگاهی با رویکرد کارآفرینی
	۲	حمایت از تالیف کتاب و مقالات پیرامون کار آفرینی
	۳	حمایت از پایانامه‌های و تحقیقات در حوزه کار آفرینی
	۴	برگزاری در همایش‌ها و جلسات هم‌اندیشی
	۵	وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی
	۶	وجود مراکز رشد
	۷	وجود کلینیک‌های اشتغال
	۸	وجود اتاق فکر کارآفرینی
	۹	حمایت از شرکتهای دانش بنیان
	۱۰	ایجاد دفاتر کارآفرینی
	۱۱	تسهیلات حمایتی از طرح‌های ورشکست شده
	۱۲	حمایت از طرح‌های اقتصادی برای ورود به بازار بورس سهام
	۱۳	حمایت از طرح‌ها در قالب کاهش مالیات بر درآمد
	۱۴	حمایت از فرصت جویی
	۱۵	آموزش مخاطره پذیری
	۱۶	نظام حقوق و دستمزد عادلانه
	۱۷	نظام تشویقی مناسب در سازمان
	۱۸	مناسب سازی نوع کار با علایق و تخصص کارکنان
	۱۹	دادن فرصتهای شغلی برابر به کارکنان
	۲۰	ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره برداری از آنها
	۲۱	برنامه ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان
	۲۲	توزیع مناسب قدرت در سازمان
	۲۳	ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت های دست و پاگیر
	۲۴	اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان
	۲۵	رسمیت پایین در سازمان ها
	۲۶	وجود استراتژی متفاوتسازی
	۲۷	پویایی گروهی در سازمان ها
	۲۸	وجود فضای خلاق در سازمان ها
	۲۹	تفکر کار گروهی در سازمان ها
	۳۰	وجود فضای سازمانی رقابت جو

تقویت شخصیت توفیقگرا در میان کارکنان	۳۱
تقویت روحیه استقلال فردی در میان کارکنان	۳۲
فرهنگ انعطافپذیری در جامعه	۳۳
سبک مدیریتی مشارکتی	۳۴
تقویت گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان	۳۵
درک تغییرات جدید و کشف فرصتهای مناسب خلاقانه	۳۶
ارزشگذاری به رضایتمندی مشتری	۳۷
برنامه ریزی راهبردی برای کار آفرینی	۳۸
برنامه ریزی مبتنی بر تکنولوژیهای جدید	۳۸
برنامه های تمرکززدایی در سازمان ها	۴۰
ایجاد و وجود چشم انداز سازمانی	۴۱
حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی از کارآفرینی	۴۲

تحلیل مرحله کاهش ارقام

در این مرحله عامل‌های با اهمیت متوسط و پایینتر بر اساس جدول ضریب هماهنگی کندال^۱ حذف گردیدند. جدول (۵) نتایج بدست آمده از تحقیق با استفاده از ضریب هماهنگی کندال را نشان می‌دهد. جدول ۵: نتایج بدست آمده از تحقیق

ردیف	عامل‌ها	ضریب بدست	نتیجه
۱	وجود رشته‌های دانشگاهی با رویکرد کارآفرینی	۰/۹۲۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۲	حمایت از تالیف کتاب و مقالات پیرامون کار آفرینی	۰/۹۲۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۳	حمایت از پایان‌نامه‌های و تحقیقات در حوزه کار آفرینی	۰/۹۰۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۴	برگزاری در همایش‌ها و جلسات هم‌اندیشی	۰/۸۴۰	اتفاق نظر قوی
۵	وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۶	وجود مراکز رشد	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۷	وجود کلینیک‌های اشتغال	۰/۶۵۰	اتفاق نظر متوسط
۸	وجود اتاق فکر کارآفرینی	۰/۸۸۵	اتفاق نظر قوی
۹	حمایت از شرکتهای دانش بنیان	۰/۹۲۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۱۰	ایجاد دفاتر کارآفرینی	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۱۱	تسهیلات حمایتی از طرح‌های ورشکست شده	۰/۶۵۰	اتفاق نظر متوسط
۱۲	حمایت از طرح‌های اقتصادی برای ورود به بازار بورس	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۱۳	حمایت از طرح‌ها در قالب کاهش مالیات بر درآمد	۰/۶۰۰	اتفاق نظر متوسط

^۱ Kendall's coefficient of concordance (W)

۱۴	حمایت از فرصت جویی	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۱۵	آموزش مخاطره پذیری	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۱۶	نظام حقوق و دستمزد عادلانه	۰/۸۰۰	اتفاق نظر قوی
۱۷	نظام تشویقی مناسب در سازمان	۰/۸۶۰	اتفاق نظر قوی
۱۸	مناسب سازی نوع کار با علائق و تخصص کارکنان	۰/۸۲۷	اتفاق نظر قوی
۱۹	دادن فرصتهای شغلی برابر به کارکنان	۰/۵۵۰	اتفاق نظر ضعیف
۲۰	ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره برداری از آنها	۰/۹۲۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۲۱	برنامه ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان	۰/۹۰۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۲۲	توزیع مناسب قدرت در سازمان	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۲۳	ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت های دست و پاگیر	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۲۴	اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان	۰/۸۱۰	اتفاق نظر قوی
۲۵	رسمیت پایین در سازمان ها	۰/۹۲۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۲۶	وجود استراتژی متفاوت سازی	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۲۷	پویایی گروهی در سازمان ها	۰/۹۰۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۲۸	وجود فضای خلاق در سازمان ها	۰/۸۲۰	اتفاق نظر قوی
۲۹	تفکر کار گروهی در سازمان ها	۰/۸۰۰	اتفاق نظر قوی
۳۰	وجود فضای سازمانی رقابت جو	۰/۵۲۰	اتفاق نظر ضعیف
۳۱	تقویت شخصیت توفیقگرا در میان کارکنان	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۳۲	تقویت روحیه استقلال فردی در میان کارکنان	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۳۳	فرهنگ انعطاف پذیری در جامعه	۰/۴۵۰	اتفاق نظر ضعیف
۳۴	سبک مدیریتی مشارکتی	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۳۵	تقویت گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان	۰/۷۵۰	اتفاق نظر قوی
۳۶	درک تغییرات جدید و کشف فرصتهای مناسب خلاقانه	۰/۹۲۰	اتفاق نظر قوی
۳۷	ارزشگذاری به رضایتمندی مشتری	۰/۸۰۰	اتفاق نظر قوی
۳۸	برنامه ریزی راهبردی برای کار آفرینی	۰/۹۵۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۳۸	برنامه ریزی مبتنی بر تکنولوژیهای جدید	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۴۰	برنامه های تمرکززدایی در سازمان ها	۰/۸۵۰	اتفاق نظر قوی
۴۱	ایجاد و وجود چشم انداز سازمانی	۰/۹۰۰	اتفاق نظر بسیار قوی
۴۲	حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی از کارآفرینی	۰/۹۵۰	اتفاق نظر بسیار قوی

لذا با توجه به نتایج جدول فوق؛ عوامل با اهمیت متوسط و پایینتر بر اساس جدول ضریب هماهنگی کندال حذف گردیدند و ۶ عامل زیر از بین ۳۶ عامل، با ضریب اهمیت ضعیف و متوسط حذف گردیدند و نهایتاً ۳۶ عامل طبق جدول (۵) زیر در تحلیل ماندند.

۱. وجود کلینیکهای اشتغال
۲. تسهیلات حمایتی از طرحهای ورشکست شده
۳. حمایت از طرحها در قالب کاهش مالیات بر درآمد

۴. دادن فرصتهای شغلی برابر به کارکنان

۵. وجود فضای سازمانی رقابت جو

۶. فرهنگ انعطافپذیری در جامعه

با حذف عامل‌های با اهمیت پایین مدل نهایی عملیاتی تحقیق حاضر طبق جدول زیر مورد تایید قرار گرفت. عوامل بر اساس نوع و ماهیت در قالب عوامل کلی طبقه بندی شدند و مجموعاً ۳۶ عامل در شش عامل طبقه بندی شدند. چه جدول شماره ۶ آورده شده اند.

جدول ۶: عوامل اصلی و فرعی مدل فرهنگ کارآفرینی

عوامل اصلی	عوامل فرعی
عوامل آموزشی و پژوهشی	وجود رشته‌های دانشگاهی با رویکرد کارآفرینی حمایت از تالیف کتاب و مقالات پیرامون کار آفرینی حمایت از پایان‌نامه‌های و تحقیقات در حوزه کار آفرینی برگزاری در همایش‌ها و جلسات هم‌اندیشی وجود برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی
عوامل هدایت و راهنمایی	وجود مراکز رشد وجود اتاق فکر کارآفرینی حمایت از شرکتهای دانش بنیان ایجاد دفاتر کارآفرینی
عوامل مالی و تشویقی	حمایت از طرح‌های اقتصادی برای ورود به بازار بورس حمایت از فرصت چوبی آموزش مخاطره پذیری نظام حقوق و دستمزد عادلانه نظام تشویقی مناسب در سازمان
عوامل مدیریتی	مناسب سازی نوع کار با علایق و تخصص کارکنان ارزش دادن به اطلاعات و کشف و بهره برداری از آنها برنامه ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان توزیع مناسب قدرت در سازمان ایجاد انگیزه به منظور اصلاح مقررات و محدودیت های دست و پاگیر اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان رسمیت پایین در سازمان ها وجود استراتژی متفاوت سازی پویایی گروهی در سازمان ها وجود فضای خلاق در سازمان ها تفکر کار گروهی در سازمان ها
عوامل انسانی - روانشناختی	تقویت شخصیت توفیقگرا در میان کارکنان تقویت روحیه استقلال فردی در میان کارکنان

سبک مدیریتی مشارکتی

تقویت گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان

درک تغییرات جدید و کشف فرصتهای مناسب خلاقانه

ارزشگذاری به رضایتمندی مشتری

برنامه ریزی راهبردی برای کار آفرینی

برنامه ریزی مبتنی بر تکنولوژیهای جدید

برنامه های تمرکززدایی در سازمان ها

ایجاد و وجود چشم انداز سازمانی

حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی از کارآفرینی

عوامل استراتژیک

مدل نهایی فرهنگ کارآفرینی بر اساس نظر نخبگان با ۳۶ عامل فرعی و ۶ عامل اصلی مورد تایید قرار گرفت.

تعیین رتبه بندی عوامل

پس از حذف عامل‌های با اتفاق نظر ضعیف و متوسط توسط تیم خبرگان ۳۶ عامل فرعی و ۶ عامل اصلی به اندازه قابل قبول برای ادامه کار مشخص شدند و سپس مجموعه عامل‌های انتخابی مجدداً برای دریافت ترتیب (رتبه‌بندی) میزان اهمیت عوامل به اعضاء ارایه و دریافت گردید. اتفاق نظر در مورد تناسب مدل حاصل گردید. جدول (۷) رتبه بندی نهایی عامل‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۷: رتبه‌بندی نهایی عوامل

رتبه	میانگین	عامل
۳	۴/۲۰	عوامل آموزشی و پژوهشی
۱	۴/۵۰	عوامل هدایت و راهنمایی
۲	۴/۳۰	عوامل مالی و تشویقی
۶	۴/۰۰	عوامل مدیریتی
۵	۴/۱۰	عوامل انسانی - روانشناختی
۴	۴/۱۵	عوامل استراتژیک

بر اساس یافته‌های تحقیق، عامل "عوامل هدایت و راهنمایی" با میانگین ۴/۵۰ در رتبه اول، و عامل "عوامل مدیریتی" با میانگین ۴/۰۰ در رتبه ششم قرار گرفتند.

۴- نتیجه گیری و پیشنهادها

ابتدا با مطالعه ادبیات و پیشینه موضوع و مدل ها و نظریه های فرهنگ کار آفرینی مدل اولیه با ۴۲ عامل فرعی شناسایی شد و با استفاده از روش دلفی در اختیار خبرگان قرار گرفت و نهایتا بعد از تجزیه و تحلیل از طریق تکنیک دلفی ۳۶ عامل باقی ماند و ۳۶ عامل فرعی در قالب ۶ عامل اصلی؛ عوامل آموزشی و پژوهشی، عوامل هدایت و راهنمایی، عوامل مالی و تشویقی، عوامل مدیریتی، عوامل انسانی- روانشناختی و عوامل استراتژیک دسته بندی گردیدند که در شکل شماره ۱ آورده شده است.



شکل شماره ۱: مدل نهایی عوامل موثر بر فرهنگ کار آفرینی

با توجه به مدل فوق پیشنهاد می شود که وزات های مربوطه کشور آذربایجان به موارد زیر توجه کنند و فرهنگ کار آفرینی را تقویت نمایند.

تقویت عوامل آموزشی و پژوهشی؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. رشته های دانشگاهی با رویکرد کار آفرینی در جمهوری آذربایجان ایجاد شود.
۲. تالیف کتاب و مقالات پیرامون کار آفرینی در جمهوری آذربایجان حمایت شود.
۳. از پایان نامه های و تحقیقات در حوزه کار آفرینی در جمهوری آذربایجان حمایت شود.
۴. برگزاری در همایش ها و جلسات هم اندیشی در جمهوری آذربایجان افزایش یابد.
۵. برنامه های آموزشی با رویکرد کار آفرینی در صدا وصیما و رایو و ... برگزار گردد.

تقویت عوامل هدایت و راهنمایی؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. مراکز رشد تقویت و تاسیس گردد.

۲. اتاق فکر برای کارآفرینی تاسیس گردد.

۳. از شرکتهای دانش بنیان حمایت گردد.

۴. دفاتر کارآفرینی در سراسر جمهوری آذربایجان ایجاد شود.

تقویت عوامل مالی و تشویقی؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. از طرحهای اقتصادی برای ورود به بازار بورس حمایت شود

۲. از فرصت جویی حمایت شود و فرهنگ صرفه جویی نهاییه گردد.

۳. مخاطره پذیری برای کارآفرینان آموزش داده شود.

۴. نظام حقوق و دستمزد عادلانه تعیین گردد.

۵. نظام تشویقی مناسب در سازمان ها ایجاد و تقویت شود.

تقویت عوامل مدیریتی؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. نوع کار با علایق و تخصص کارکنان متناسب شود.

۲. به اطلاعات و کشف و بهره برداری از آنها ارزش داده شود.

۳. برنامه ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان انجام شود.

۴. توزیع مناسب قدرت در سازمان تقویت و نهادینه گردد.

۵. به منظور اصلاح مقررات و محدودیت های دست و پاگیر ایجاد انگیزه شود.

۶. به کارکنان اختیار و آزادی عمل اعطا شود.

۷. رسمیت پایین در سازمان ها نهادینه گردد.

۸. استراتژی متفاوت سازی بوجود آید.

۹. پویایی گروهی در سازمان ها ایجاد و تقویت شود.

۱۰. فضای خلاق در سازمان ها بوجود آید.

۱۱. تفکر کار گروهی در سازمان ها نهادینه و عملیاتی گردد.

تقویت عوامل انسانی - روانشناختی؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. شخصیت توفیقگرا در میان کارکنان آموزش و تقویت شود.

۲. روحیه استقلال فردی در میان کارکنان آموزش و تقویت شود.

۳. سبک مدیریتی مشارکتی ایجاد و نهادینه شود.

۴. گرایش بالا به موفقیت در میان کارکنان آموزش و تقویت گردد.

۵. درک تغییرات جدید و کشف فرصتهای مناسب خلاقانه آموزش و تقویت گردد.

۶. ارزشگذاری به رضایتمندی مشتری آموزش و تقویت گردد

تقویت عوامل استراتژیک؛ در این خصوص توصیه می شود به:

۱. برنامه ریزی راهبردی برای کار آفرینی انجام شود.
۲. برنامه ریزی مبتنی بر تکنولوژیهای جدید آموزش همگانی شود.
۳. برنامه های تمرکززدایی در سازمان ها ایجاد گردد.
۴. وجود چشم انداز سازمانی ضروری و ایجاد گردد.
۵. حمایت سازنده و مؤثر مدیریت عالی از کارآفرینی تقویت شود.

References

- Behzadianejad, Gh. (2001), The need to pay attention to entrepreneurship and advanced technologies, collection of articles on entrepreneurship and advanced technology. [in Persian]
- Brockhaus R. and Horwitz P. (2000). "The Psychology of the Entrepreneur" ,In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge Mass: Ballinger.
- Brockhaus, R. & Horwitz, P. (2000) The Psychology of the Entrepreneur, In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge, Mass: Ballinger.
- Clark B. R. (2004). "The Entrepreneurial University Demand and Response". Theory and Practice: Tertiary Education Management ,Vol.22 ,spring.
- Dess, G. & Haas, M. (1998) the meaning of social entrepreneurship, Kaffman center for entrepreneurial Leadership.
- Duphy, S. & Herbig, Paul & Golden J. (2004) The relationship of entrepreneurial and innovative Success, marketing intelligence & planning, vol. 12.No. 9.
- Echols, A. & Neck, Ch. (1998) The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success, journal of managerial psychology, vol. 13, No. 1/2.
- Fry, F. (2001) Entrepreneurship: A Planinig Approach, Englewood Cliffs Nj: Prentice-Hall.
- Haji Issa, M. (2015), Sustainable Cities Planning (Baku-Azerbaijan), The First National Conference on Sustainable Development, Tehran. Shahid Beheshti University. [in Persian]
- Haug, H. M. & Pardy W. (1999) Community entrepreneurship in north eastland, international journal of entrepreneurial behavior & research, vol. 5, No. 4.
- Iranzadeh, S., (1998). "Organization Culture Management", Tehran: Moalef Publishing. [in Persian]
- Jackson, Y. (2006). Encyclopedia of Multicultural Psychology, SAGE Publications, Inc
- Jedi, S. (2001) Barriers to Entrepreneurship Development, Tadbir Monthly, No. 120 [in Persian]

- Kroeber, A. L. and C. Kluckhohn, (1952). Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions.
- Lucas H., (2014) History of Civilization, Volume One, Translated by Abdolhossein Azarang, Publisher: Sokhan, First Edition
- Panahi, M. H., (1996). "Cultural system, its functions and transformation in relation to the discussion of cultural invasion", Quarterly Journal of Cultural Research. [in Persian]
- Peykarjoo, K., Farzaneh, A. A., (2008). "Organizational Entrepreneurship and Entrepreneurial Organizations", Tehran, Strategic Research Institute. [in Persian]
- Prokopenko, J. & Pavlin, I., (1999) Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization
- Rahimi, M. (2007), "Principles and Foundations of Entrepreneurship", sixth edition, Kia Tehran Publications. [in Persian]
- Rajabzadeh, A. (1997). "Values and Weakness of Work Conscience in Iran", Research Monthly. [in Persian]
- Suleimanov, M. (2006). Baku, the city of oil and music, translated by Samad Sardarinia, Tabriz: Akhtar. [in Persian]
- Svitokhovsky, T. (2002). Azerbaijan Russia The formation of national identity in a Muslim society, translated by Kazem Firouzmand, Tehran: Shadegan. [in Persian]
- Thompson, J. & Geoff, A. & Lees, A., (2000) The worls of the entrepreneur, vol. 38, No. 5.
- Tylor, E.. (1871). Primitive Culture. Vol 1. New York: J.P. Putnam's Son. [in Persian]

Designing factors affecting model of entrepreneurial culture development in the Republic of Azerbaijan

Mammadov Mahabat Aşir oglu^۱, A.M.Aliyev^۲, Eltefat Vazifeh Damirchi^۳

Received: June 17, 2020

Accepted: September 10, 2020

Abstract

The aim of the present study is Designing factors affecting model of entrepreneurial culture development in the Republic of Azerbaijan. This research is a development and applied in terms of purpose. The statistical population consists of experts active in the field of entrepreneurship in the Republic of Azerbaijan who have at least 10 years of experience. The population size was 35 people and the sample method was available sample method. Three-stage Delphi method has been used to analyze the data. To conduct research, Frist was identified by studying the literature and background of the subject and models and theories of entrepreneurial culture. The original model with 42 sub-factors and was provided to experts using the Delphi method and finally after analysis through Delphi technique 36 factors remained and 36 sub-factors in the form of 6 main factors; were classified educational and research factors, guidance factors, financial and incentive factors, managerial factors, human-psychological factors and strategic factors.

Keywords: Entrepreneurship, Culture, Entrepreneurship Culture, Republic of Azerbaijan

¹ Department of Management, Faculty of Management, Azarbaycan Memarliq VA İnşaat Universiteti, Baku, Azarbaycan

² Department of Management, Faculty of Management, Azarbaycan Memarliq VA İnşaat Universiteti, Baku, Azarbaycan

³ Comprehensive University of Applied Sciences, Ardabil Branch, Ardabil. Iran