



مدل سازی ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه ایران

محمدباقر ضمیر خورسندی^۱

محمدابراهیم محمد پورزرندی^۲ ✉

مهرزاد مینویی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۹

چکیده

هدف از اجرای این تحقیق طراحی و تبیین مدلی برای بررسی و شناخت عوامل اصلی و فرعی ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور و ارائه راهکارهای لازم برای اجرای آن می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و روش اجرای آن همبستگی می باشد. در این تحقیق پس از مطالعه ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق و مصاحبه عمیق با خبرگان و اساتید دانشگاهی در حوزه بازار سرمایه و کارآفرینی به تعداد ۱۵ نفر، عوامل اصلی و فرعی شناسایی و با استفاده از روش تحلیل مضمون و کدگذاری، ۵ گروه عوامل مالی، عوامل مربوط به محصول یا خدمت، عوامل مربوط به صنعت، عوامل شایستگی مدیران، عوامل اقتصادی و عوامل حاکمیت شرکتی طبقه بندی شدند و براساس آنها فرضیات اصلی و فرعی تحقیق تعیین شدند. سپس پرسشنامه ای بر مبنای طیف لیکرت طراحی و پس از انجام آزمونهای روایی و پایایی، در بین نمونه آماری شامل ۳۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان نهادهای مالی و سرمایه گذاران در بازار سرمایه توزیع و داده های پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تاییدی بررسی و براساس آنها فرضیه های اصلی و فرعی تحقیق تجزیه و تحلیل و در نهایت مدل نهایی تحقیق طراحی و همچنین راهکارهای اجرایی و عملیاتی برای ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور ارائه گردید.

واژه های کلیدی: کارآفرینی نگرش کارآفرینانه، بازار سرمایه.

طبقه بندی JEL: M1, M16

۱- گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. mkhorsandi@hotmail.com

۲- گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. نویسنده مسئول. pourzarandi@yahoo.com

۳- گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. omm1344@yahoo.com

۱- مقدمه

اقتصاد و بازرگانی یک جامعه تابع تغییرات و تحولات سرمایه گذاری است. عامل سرمایه به عنوان عامل غیر قابل انکار در ترکیب عوامل تولید مطرح است. یکی از راهبردهای توسعه که باعث حصول به اهداف توسعه می شود راهبرد انباشت سرمایه است. برای ایفای نقش فعال و مؤثر سرمایه در توسعه اقتصادی لازم است که انگیزه های کافی برای پس انداز و سرمایه گذاری بخش خصوصی و تجهیز منابع مالی مورد نیاز ایجاد شود. باید در نظر داشت که توسعه اقتصادی و معیار کمی آن یعنی رشد، از یک طرف موجب تقاضای سرمایه به قصد افزایش و تداوم تولید است و از طرف دیگر با توزیع درآمد بین عوامل تولید، ایجادکننده پس انداز است و قهرماً سهمی از پس انداز به بازار سرمایه راه یافته و سرمایه مورد نیاز برای تولید بیشتر را تأمین خواهد نمود.

با توجه به نقش کلیدی بازار سرمایه در توسعه اقتصادی کشور و کارکردهای اساسی آن در نظام اقتصادی، شناسایی عواملی که می توانند به موجب تقویت و گسترش و افزایش عمق بازار سرمایه گردند دارای اهمیت زیادی می باشد. سرمایه گذاران و سهامداران در بازار سرمایه به عنوان یکی از ارکان و اجزای اصلی بازار سرمایه محسوب می شوند که میزان اطمینان و اعتماد آنها به بازار سرمایه و نوع نگرش و تفکرات آنها نسبت به بازار سرمایه، بر رفتار سهامداری آنها تأثیر گذاشته و می تواند اثرات مهمی بر سمت و سوی بازار سرمایه داشته باشد. از سوی دیگر وجود نگرش کارآفرینانه در سهامداران، باعث ایجاد خلاقیت، ریسک پذیری و سنت شکنی در رفتارها و نوع تفکرات می شود. در این تحقیق برآنیم تا با شناسایی عوامل ایجاد توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه، گامی در جهت تقویت و گسترش بازار سرمایه کشور، به عنوان یکی از بازارهای مالی اساسی در اقتصاد کشور برداشته شود.

بیان مسأله تحقیق

بورس اوراق بهادار به معنی یک بازار متشکل و رسمی سرمایه است که در آن خرید و فروش سهام شرکت ها و سایر اوراق بهادار انجام می شود. مشخصه مهم بورس اوراق بهادار حمایت قانون از صاحبان پس اندازها و سرمایه های راكد و الزامات قانونی برای متقاضیان سرمایه است.

آنچه به عنوان مشکل و مسأله اصلی وجود دارد عدم هم سوئی و عدم نگرش یکسان از جانب سهامداران خرد با اهداف و نگرش های بلندمدت شرکت ها می باشد. عمده سهامداران خرد صرفاً نگرش سودآوری در سهامداری داشته و عملاً به دنبال سهامداری بلندمدت نمی باشند و هدف از خرید سهام شرکت ها را صرفاً در دریافت سود های نقدی سالانه بیشتر و همچنین دستیابی به سودهای ناشی از نوسانات کوتاه مدت قیمت سهام می دانند و به هیچ عنوان دیدگاه بلندمدت و

کارآفرینانه نسبت به خرید سهام شرکت ها ندارند و اهداف آنها با اهداف بلندمدت شرکتها یکسو و موازی نمی باشد و این عدم یکسونگری و تفاوت نگرش از سهامداری باعث می شود تا شرکت ها نتوانند به اهداف بلندمدت و استراتژیک خود دست پیدا کنند.

یکی از اهداف اصلی شرکت ها برای ورود به بازار سرمایه، تجهیز منابع مالی از طریق جمع آوری سرمایه های جزئی و پراکنده متعلق به سهامداران و هدایت این سرمایه ها به سمت تولید و اشتغال با رویکرد سرمایه گذاری های بلندمدت می باشد. وجود نگرش سوداگرانه و کوتاه مدت در بین سهامداران، رفتار سهامداران را به سمت سهامداری کوتاه مدت با اهداف دریافت حداکثری سود نقدی و سودجویی از نوسانات کوتاه مدت قیمت سهام، و عدم مشارکت در افزایش سرمایه های شرکتها، سوق می دهد که اینگونه رفتار و نگرش سهامداران، کارکردهای اصلی و اساسی بازار سرمایه را که در بالا به آنها اشاره گردیده است دچار اختلال می سازد و برنامه ریزی بلندمدت و استراتژیک شرکتهای بورسی را تحت تأثیر قرار می دهد.

در این تحقیق برای اولین بار به دنبال طراحی و تبیین مدلی برای شناسایی عوامل ایجاد و توسعه نگرش و فرهنگ کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور می باشیم.

اهمیت و ضرورت تحقیق

بورس اوراق بهادار به عنوان یک بازار منسجم و سازمان یافته، مهم ترین متولی جذب و سازمان دادن صحیح منابع مالی سرگردان است و با جمع آوری نقدینگی جامعه و فروش سهام شرکت ها، ضمن به حرکت درآوردن چرخ های اقتصاد جامعه از طریق تأمین سرمایه ای مورد نیاز پروژه ها، کاهش دخالت دولت در اقتصاد و نیز افزایش درآمدهای مالیاتی، منافع اقتصادی چشمگیری به ارمغان می آورد و در کنار آن اثرات تورمی ناشی از وجود نقدینگی در جامعه را نیز از بین می برد. نتایج تحقیقات میدانی و مصاحبه با خبرگان بازار سرمایه در سالهای اخیر، نشان داده است که کارکردها و اهداف مورد نیاز شرکت های بورسی، به دلایل مختلف دچار اختلال گردیده و عوامل مختلفی، شرکت های بورسی را از دستیابی به اهداف اصلی خود باز می دارند که یکی از این عوامل تأثیرگذار، نوع رفتار و نگرش و فرهنگ سهامداران نسبت به نوع سهامداری آنان و نوع نگرش آنها به شرکت های سهامی می باشد. عدم نگرش بلندمدت به سهامداری در شرکت ها و عدم نگرش کارآفرینانه و عدم توجه به نقش بازار سرمایه در تقویت بنیان های اقتصادی کشور، رفتار و تصمیم گیری سهامداران را به سمت رفتار سفته بازی و سوداگری کوتاه مدت، ایجاد حباب در قیمت سهام، و عدم ارزش گذاری واقعی قیمت سهام سوق می دهد. با توجه به نقش اساسی بورس اوراق بهادار در اقتصاد کشور، ارائه مدلی که بتواند دلایل عدم وجود نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه را

تبیین کند و راهکارهای مناسب جهت ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینانه در بورس اوراق بهادار را ارائه نماید ضروری به نظر می رسد که در این تحقیق به آن پرداخته می شود.

چارچوب نظری تحقیق

در طول ۳۰ سال گذشته مجموعه ای از معیارهای و ابزارهای مختلف برای مطالعه در حوزه کارآفرینی معرفی شده اند. برخی از این ابزارها بدواً به عنوان "پیش بینی کننده" مانند آثار سکستون و باومن و برخی دیگر به عنوان ایجادکننده درکی فراگیر در حوزه کارآفرینی مانند آثار بوید و گامپرت، ساین و ولش و وایت بوده اند. بعلاوه برخی از این آثار مختص حوزه کارآفرینی و برخی دیگر معیارهایی برای سنجش ویژگی های عمومی تر بودند. (عسگری قدس و صالحی، ۱۳۹۱) به طور کلی چهار مورد از برجسته ترین ابزارهایی که برای سنجش کارآفرینی پیشنهاد شده اند، عبارتند از:

بهره کارآفرینی و مدل گرایش به نگرش کارآفرینانه که برای مشخص نمودن تمایز بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان طراحی شده اند و شاخص مایرز-بریگز و ابزار سلطه مغزی هرمان که به عنوان ابزارهایی برای نشان دادن شیوه های اعمال نظر افراد در نوع رفتار و تفکرشان ایجاد شده اند (هوفنتر و همکاران، ۱۹۹۶). دسته بندی این ابزارها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول (۱) مقایسه ابزارهای سنجش کارآفرینی

هدف از طراحی ابزار		تمایز بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان		شناخت ترجیحات فکری و رفتاری افراد
نام ابزار	بهره کارآفرینی (EQ)	گرایش به نگرش کارآفرینانه (EAO)	شاخص نوع مایرز-بریگز (MBTI)	ابزار سلطه مغزی هرمان (HBDI)
ویژگی(ها)	ابزاری ساده و دارای روایی ظاهری که به طور ویژه برای اندازه گیری سطح کارآفرینی طراحی شده است.	با استفاده از روندهای دقیق ساخت شاخص برای اندازه گیری سطح کارآفرینی و بر پایه نگرش بنا شده است تا نظریه شخصیت	شاخصی بسیار پر کاربرد در دامنه وسیعی از پژوهش ها(به عنوان محبوب ترین ابزار بینش نسبت به خود و دیگران در سطح ایالات متحده مورد استفاده قرار می گیرد).	این ابزار به طور عمده برای مطالعه در حوزه کارآفرینی مورد استفاده قرار می گیرد.
ارائه دهندگان	John Caspari	Peter B. Robinson	Cook Katharine Briggs Isabel Briggs Myers	William Edward "Ned" Herrmann

منبع: یافته های پژوهشگر

پیشینه تحقیق

با توجه به بکر بودن و جدید بودن موضوع این تحقیق، می توان اظهار داشت که در زمینه موضوع این تحقیق، تاکنون تحقیقات انجام شده در حوزه ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور صورت نپذیرفته است و تحقیقات مشابه این تحقیق وجود ندارد و در ادامه سعی شده تحقیقاتی که به طور غیر مستقیم به ایجاد نگرش کارآفرینانه پرداخته اند و در پی شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر ایجاد کارآفرینی در سازمان های مختلف بوده اند بیان شوند.

در تحقیق (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۷)، با عنوان چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته های علوم انسانی که با رویکرد تحلیل محتوا انجام گرفت هفت بعد فرهنگ کارآفرینی شامل نقش دولت، ساختار دانشگاهها، شیوه آموزش دانشگاه، تحقیق و تجاری سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی برای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی شناسایی شد.

در تحقیق (هندیجانی فرد و مجازی، ۱۳۹۷) که با عنوان شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی انجام گرفت نشان داد که عوامل فردی شامل باورها و مفروضات اسلامی و عوامل روان شناختی شامل وجدان و حس خیرخواهی، سرمایه انسانی شامل تجربه کارآفرینانه قبلی، تجربه اجتماعی پیشین و آموزشی، ویژگی های شخصیتی درک شده شامل برون گرایی، استقلال طلبی و توفیق طلبی و مرکز کنترل درونی، سرمایه ملی و عوامل محیطی از عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی هستند.

در تحقیق (تقوایی و مجازی، ۱۳۹۷) که با عنوان تأثیر گرایش کارآفرینانه بر یادگیری راهبردی با رویکرد توصیفی-همبستگی انجام گرفت، نشان داد که در یک بنگاه با گرایش کارآفرینانه، اتخاذ راهبردهای اثرسازانه تجربه گرایی و انعطاف پذیر به طور مثبت و راهبرد بین تعهد به طور منفی، بر یادگیری راهبردی اثر می گذارد.

در تحقیق (داوری و همکاران، ۱۳۹۷) که با عنوان تأثیر سیاست های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی انجام گرفت، نشاندهنده مناسب بودن مدل مفهومی و روابط آن می باشد. اما سیاست های کارآفرینی، محیط کسب و کار و توسعه کارآفرینی در وضعیت پیش برنده ای قرار ندارند.

در تحقیق (راشکی و همکاران، ۱۳۹۶)، با عنوان ارائه الگوی تعیین و استقرار اثربخش استعداد کارآفرینانه با رویکرد فراترکیب، کدهای خلاقیت، راه حل های نوآور، تخصص خانوادگی، فعالیت های تیمی، مباحث اقتصادی، فرصت های نوآور، چیرگی در کار، تمایل به کسب درآمد و عوامل اجتماعی و فرهنگی، بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد شش گانه استعداد کارآفرینانه دارند.

پیشینه تحقیقات خارجی

در تحقیقات خارج از کشور، علی رغم مطالعات و جستجوی فراوان، موضوعاتی که مربوط به ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه باشد یافت نشد. با این وجود سعی گردید موضوعاتی که به طور غیر مستقیم مشابهتی با موضوع این تحقیق دارند انتخاب و به آنها اشاره شود که در ادامه به آنها اشاره می شود.

نتایج تحقیقات نایت و لیش (۲۰۱۶) نشان می دهد گرایش کارآفرینانه چه در شرکت هایی که از ابتدا بین المللی نیستند و طی گام های تدریجی بین المللی سازی می شوند و چه در شرکت هایی که بین المللی متولد می شوند بسیار تأثیرگذار است، زیرا برای حضور در عرصه های بین المللی باید نوآوری داشت و ریسک حضور در بازارهای خارجی را پذیرفت.

پشکن و همکاران (۲۰۱۶) نشان دادند هم سویی اطلاعات و ویژگی ها و گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر بین المللی سازی کسب و کارها دارد.

کاوگیل و نایت (۲۰۱۵) بیان کرده اند ترکیب گرایش کارآفرینانه و تفکر مبتنی بر قابلیت های سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر بین المللی سازی کسب و کارها و عملکرد صادراتی آنها دارد. در نتیجه، شرکت هایی که گرایش کارآفرینانه قوی تری داشتند، عملکرد صادراتی بهتری نیز داشته اند. کلمن و کریستوفر (۲۰۱۴) اظهار داشته اند که رویکردهای جامع نظیر ویژگی های کارآفرین، مدل کسب و کار و گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل بین المللی سازی کارآفرینان دارد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق بررسی و شناخت عوامل ایجاد و توسعه نگرش و فرهنگ کارآفرینانه، در بازار سرمایه کشور و ارائه راهکارهای لازم برای ایجاد و توسعه نگرش و فرهنگ کارآفرینانه می باشد و اهداف فرعی این تحقیق نیز عبارتند از:

- ۱) شناسایی عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور
- ۲) تبیین درجه ارتباط هر یک از این عوامل بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور
- ۳) اولویت بندی عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور
- ۴) ارائه راهکارها و راه حل هایی برای ایجاد نگرش کارآفرینانه برای سهامداران در بازار سرمایه کشور

سؤالات یا فرضیه های تحقیق

تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر می باشد:

- (۱) عوامل و مؤلفه های ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور کدام هستند؟
- (۲) مهم ترین عوامل و مؤلفه های ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور کدام هستند؟
- (۳) راهکارها و راه حل های ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور کدام هستند؟

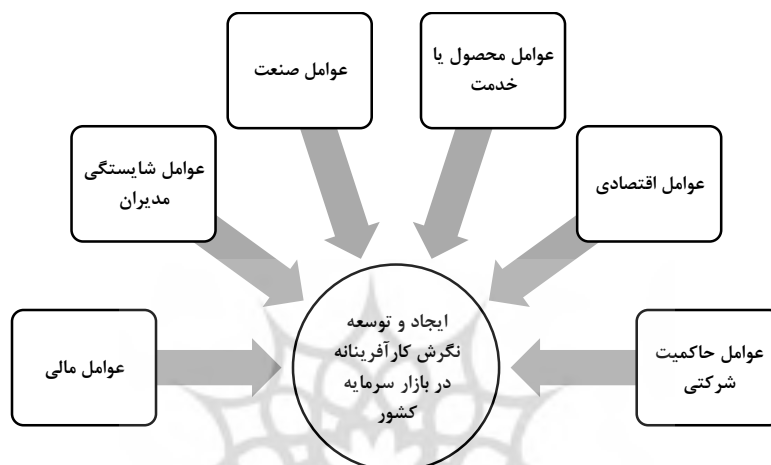
همچنین با توجه به اینکه شناسایی مضامین اصلی و فرعی پس از تحلیل مضمون انجام می گیرد پس از انجام تحلیل مضمون و پس از تجزیه و تحلیل داده ها می توانیم فرضیات این تحقیق را نیز مشخص و بررسی نماییم.

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرای تحقیق همبستگی و از منظر رویکرد، تحقیق کیفی و کمی می باشد. ابزار گردآوری داده ها در بخش کیفی تحقیق، پس از مطالعه ادبیات و پیشینه تحقیق، مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی در حوزه کارآفرینی و بازار سرمایه، که پس از اشباع نظری، با توجه به نظرات ۱۲ نفر از آنان، با روش تحلیل مضمون، عوامل اصلی و زیرمجموعه های آنها مشخص گردیدند. در بخش کمی تحقیق پس از شناسایی مضامین و مؤلفه ها، از پرسشنامه برمبنای طیف لیکرت شامل ۶ مضمون اصلی و ۴۱ مضمون فرعی استفاده شده است. روایی پرسشنامه طراحی شده توسط شاخص روایی محتوا و پایایی پرسشنامه توسط روش آلفای کرونباخ سنجیده شده و تجزیه و تحلیل داده های پرسشنامه توسط روش تحلیل عاملی تاییدی صورت پذیرفته است. آزمونهای KMO و بارتلت و برازش مدل بخش دیگری از تجزیه و تحلیل داده ها را تشکیل می دهد. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارشناسان نهادهای مالی و سرمایه گذاران در حوزه بازار سرمایه می باشد که به روش نمونه گیری کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند. همچنین بازه زمانی اجرای این تحقیق طی سال ۱۳۹۸ می باشد.

ارائه مدل اولیه

پس از انجام مصاحبه با خبرگان و انجام تحلیل مضمون و شناسایی مضامین اصلی و فرعی، مدل تحقیق براساس مصاحبه با خبرگان در شکل ۱ ارائه می شود که در واقع ترسیم شبکه مضامین می باشد:



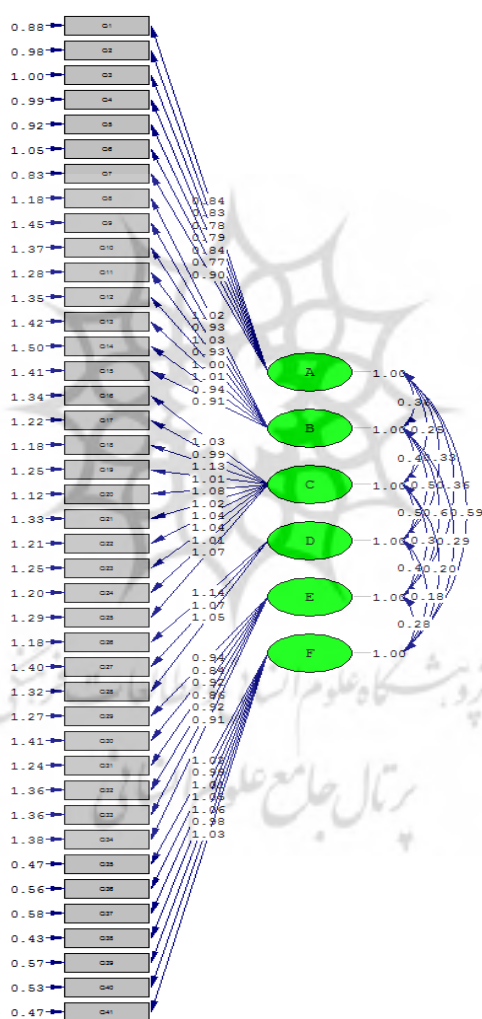
شکل (۱): مدل بومی عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور براساس نظر خبرگان (خورسندی و همکاران ۱۳۹۸)
منبع: یافته های پژوهشگر

پس از انجام بخش کیفی تحقیق با روش تحلیل مضمون و مصاحبه با خبرگان و فرایند کدگذاری محوری و اولیه و دستیابی به مدل نظری تحقیق، اکنون می توانیم فرضیاتی را برای این تحقیق تعیین و در ادامه با طراحی پرسشنامه و انجام تجزیه و تحلیل عاملی به بررسی فرضیات مطرح شده بپردازیم. فرضیات اصلی مطرح شده در این بخش از تحقیق به شرح زیر می باشند:

- ۱) عوامل مالی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
- ۲) عوامل محصول یا خدمت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
- ۳) عوامل صنعت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
- ۴) عوامل شایستگی های مدیران، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
- ۵) عوامل اقتصادی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
- ۶) عوامل حاکمیت شرکتی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.

تجزیه و تحلیل داده ها

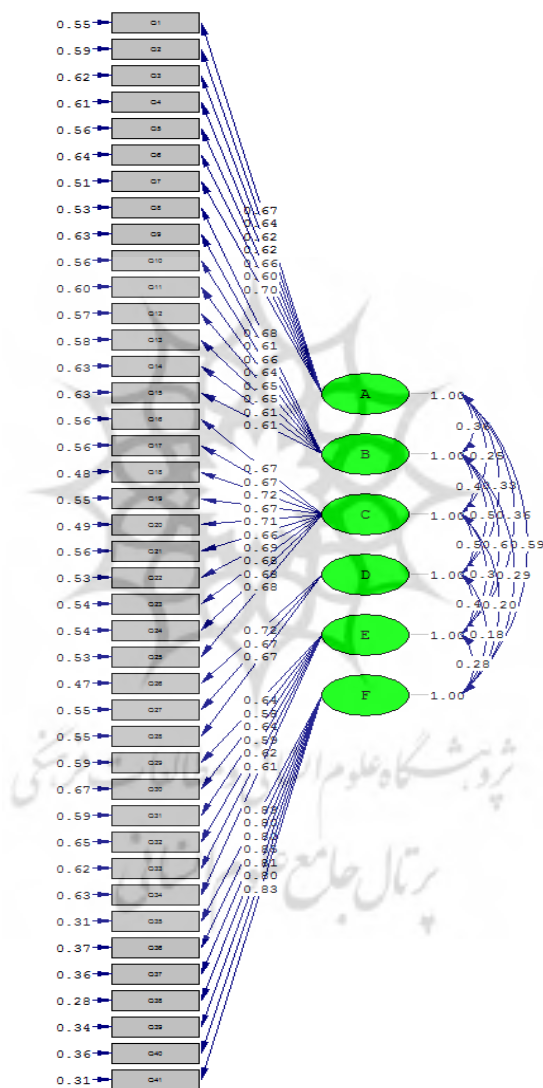
در این تحقیق برای اندازه گیری روابط بین متغیر ها و میزان اثر گذاری هر یک از متغیر ها از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده و ضرایب غیر استاندارد و استاندارد و همچنین ضرایب معنی داری مرتبه ی اول و دوم محاسبه شده است که در ادامه بخشی از محاسبات مربوط به تحلیل عاملی به عنوان نمونه ذکر شده است:



شکل (۲) مدل ضرایب غیر استاندارد تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول

منبع: یافته های پژوهشگر

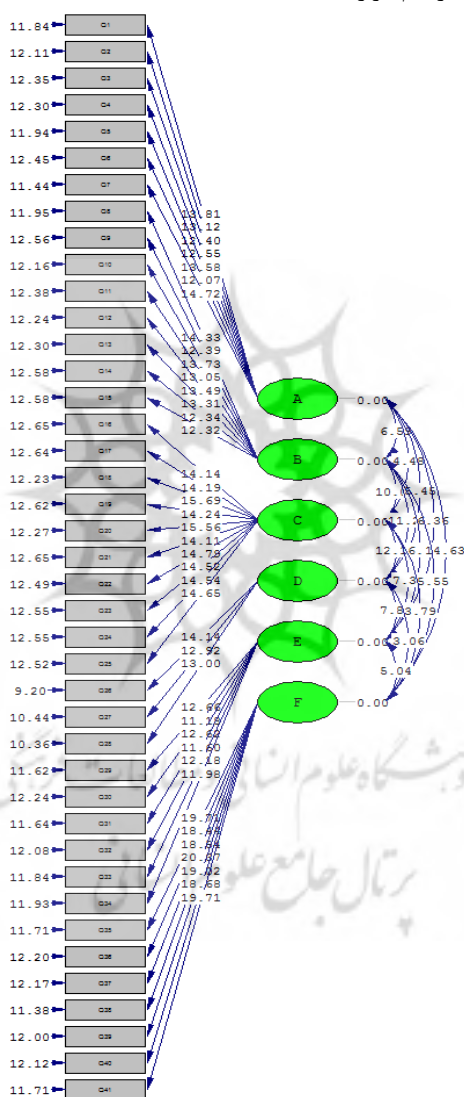
شکل ۲ مربوط به ضرایب غیراستاندارد هر زیرعامل در برآورد عامل اصلی مربوط به خود می باشد. همان طور که در شکل می توان مشاهده کرد تمام ضرایب مسیر بیشتر از ۰,۳ و در حد مناسب و مطلوبی هستند. بنابراین می توان عامل های ششگانه تحقیق را در معادلات ساختاری با توجه به مدل مفهومی تحقیق در کنار هم قرار داد.



شکل (۳) مدل ضرایب استاندارد تحلیل عاملی مرتبه ی اول

منبع: یافته های پژوهشگر

شکل ۳ مربوط به ضرایب استاندارد هر زیرعامل در برآورد عامل اصلی مربوط به خود می باشد. همان طور که در نمودار فوق می توان مشاهده کرد تمام ضرایب مسیر بیشتر از ۰,۳ و در حد مناسب و مطلوبی هستند. بنابراین می توان عامل های ششگانه تحقیق را در معادلات ساختاری با توجه به مدل مفهومی تحقیق در کنار هم قرار داد.



شکل (۴) مدل ضرایب معنی داری مدل عاملی تاییدی مرتبه اول

منبع: یافته های پژوهشگر

شکل های فوق مربوط به تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و عوامل درون مدل ساختاری تحقیق می باشد. همان طور که مشاهده می شود زیرعامل ها به خوبی و به صورت معنی دار عامل های خود را برآورد می کنند. و از آنجا که شاخص RMSEA در حد مطلوب است، می توان گفت که این ۶ مقوله می توانند در مدل ساختاری در کنار هم واقع شوند. و از آنجا که ضرایب معنی داری یا همان تی ولیو برای همه زیرعامل های هر عامل اصلی بیشتر از ۱,۹۶ می باشد. می توان گفت که زیرعامل ها به خوبی عامل اصلی مربوطه را برآورد کرده و بنابراین عامل ها و زیرعامل ها می توانند در مدل ساختاری تحقیق شرکت کرده و معادلات ساختاری نیازی به اصلاح عامل یا زیرعامل ندارد.

شاخص های برازش

جدول ۲ مربوط به معنی دار بودن تحلیل عاملی تاییدی مربوط به روابی سازه و یا روابط ساده بین عامل های تحقیق می باشد و بررسی می کند که آیا مدل مربوط به تحلیل عاملی تاییدی معنی دار هست یا خیر. همان طور که در جدول می توان مشاهده کرد میزان آماره آزمون کای اسکور تقسیم بر درجه آزادی از ۳ کمتر است که به معنی، معنی دار بودن مدل مربوط به تحلیل عاملی تاییدی می باشد.

جدول (۲) شاخص های برازش مدل عاملی تاییدی مرتبه اول

RFI	IFI	CFI	NFI	GFI	SRMR	Chi - square/df	RMSEA	شاخص های برازش
$0.9 \leq$	$0.9 \leq$	$0.9 \leq$	$0.9 \leq$	$0.9 \leq$	$0.08 \geq$	$3.00 \geq$	$0.08 \geq$	مقدار مطلوب
۰,۹۴	۰,۹۸	۰,۹۸	۰,۹۴	۰,۸۷	۰,۰۴۴	۱,۶۴۱	۰,۰۳۷	مقدار موجود

منبع: یافته های پژوهشگر

جدول همبستگی بین متغیرهای تحقیق

با توجه به جدول ۳ در تمامی موارد ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق معنی دار است زیرا مقدار معناداری کمتر از ۰,۰۵ می باشد. در نتیجه تمام متغیرهای داخل مدل با هم رابطه دارند. هرچه ضریب همبستگی بیشتر باشد، همبستگی بین متغیرهای مورد نظر نیز بیشتر است.

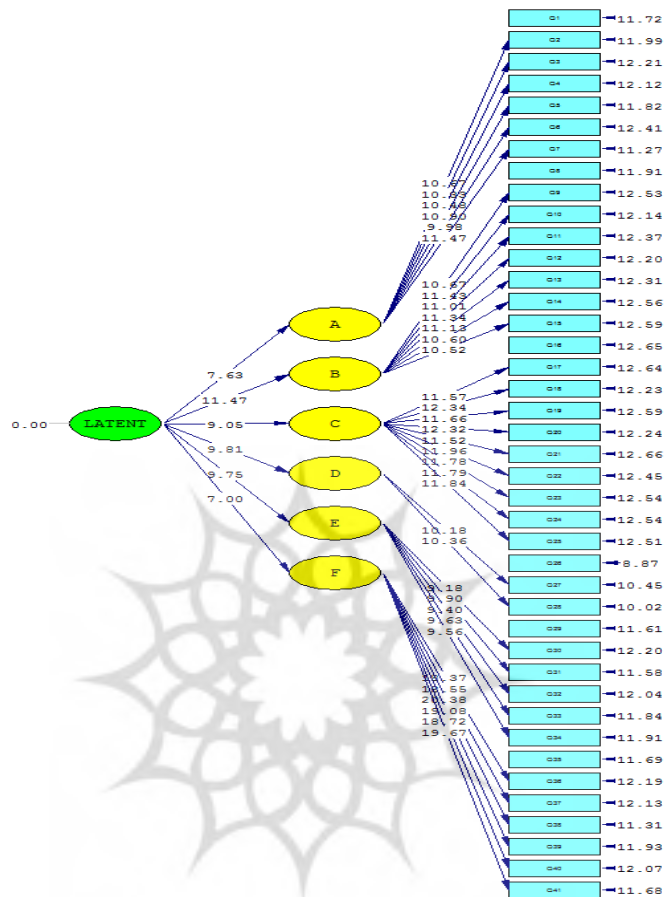
جدول (۳) ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق

عوامل حاکمیت شرکتی	عوامل اقتصادی	عوامل مدیران	عوامل صنعت	عوامل محصول یا خدمت	عوامل مالی	متغیرهای تحقیق	
0.520	0.293	0.260	0.219	0.301	1.000	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل مالی
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		مقدار معناداری	
0.258	0.542	0.443	0.415	1.000	0.301	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل محصول یا خدمت
0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	مقدار معناداری	
0.187	0.324	0.470	1.000	0.415	0.219	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل صنعت
0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	مقدار معناداری	
0.152	0.345	1.000	0.470	0.443	0.260	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل مدیران
0.003	0.000		0.000	0.000	0.000	مقدار معناداری	
0.242	1.000	0.345	0.324	0.542	0.293	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل اقتصادی
0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	مقدار معناداری	
1.000	0.242	0.152	0.187	0.258	0.520	ضریب همبستگی پیرسون	عوامل حاکمیت شرکتی

منبع: یافته های پژوهشگر

شکل ۵ مربوط به معادلات ساختاری و مدل پیشنهادی محقق است. در مدل فوق، ضرایب معنی داری بین متغیرها یا عوامل تحقیق آمده است. تمامی ضرایب معنی داری یا تی و لیو بین متغیرها بزرگتر از ۱,۹۶ و معنی دار هستند.

حال با توجه به اینکه شاخصهای برازش مدل ساختاری تایید شدند و تحلیل عاملی تاییدی هم نشان داده که سوالات هر متغیر به خوبی متغیر را تبیین می کنند به بررسی فرضیات تحقیق بر اساس نمودار معادلات ساختاری می پردازیم.



شکل (۵) مدل ضرایب معنی داری مدل عاملی تاییدی مرتبه دوم

منبع: یافته های پژوهشگر

جدول (۴) مقادیر بتا و تی و لیو مدل عاملی تاییدی مرتبه دوم

رتبه متغیرهای مستقل	نتیجه	تی (T-Value)	ضریب مسیر یا بتا (β)	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۵	تایید رابطه	۷,۶۳	۰,۵۱	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل مالی (A)
۱	تایید رابطه	۱۱,۴۷	۰,۸۲	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل محصول یا خدمت (B)
۴	تایید رابطه	۹,۰۵	۰,۶۰	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل صنعت (C)
۳	تایید رابطه	۹,۸۱	۰,۶۹	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل مدیران (D)
۲	تایید رابطه	۹,۷۵	۰,۷۴	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل اقتصادی (E)
۶	تایید رابطه	۷,۰۰	۰,۴۱	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل حاکمیت شرکتی (F)

منبع: یافته های پژوهشگر

جدول فوق شامل تمام روابط در مدل می‌باشد. با توجه به جدول ۱۰۰ درصد روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق معنی‌دار است زیرا هم ضریب مسیر یا Beta مثبت و هم تی ولیو بیشتر از ۱,۹۶ می‌باشد.

نتایج بخش کیفی تحقیق

در بخش کیفی تحقیق با استفاده از ابزار مصاحبه عمیق با ۱۲ نفر از خبرگان بازار سرمایه و اساتید دانشگاهی که در زمینه کارآفرینی و بازار سرمایه دارای تخصص لازم و کافی بوده‌اند، با رویکرد تحلیل مضمون، مضامین اصلی و مضامین فرعی پس از انجام کدگذاری اولیه و طبقه بندی کدها، ۶ مضمون اصلی و ۴۱ مضمون فرعی شناسایی شدند و مدل اولیه تحقیق بدست آمد. مضامین اصلی در این تحقیق شامل ۱- عوامل مالی ۲- عوامل مربوط به محصول یا خدمت ۳- عوامل مربوط به صنعت ۴- عوامل مربوط به شایستگی های مدیران ۵- عوامل اقتصادی ۶- عوامل مربوط به حاکمیت شرکتی می‌باشند. از مضامین اصلی و فرعی شناسایی شده، پرسشنامه بر مبنای طیف لیکرت طراحی و بین نمونه آماری توزیع گردید.

نتایج بخش کمی تحقیق

پس از انجام بخش کیفی تحقیق و توزیع پرسشنامه، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است. به منظور انجام تحلیل عاملی تاییدی، ابتدا آزمون نرمال بودن داده‌ها، آزمون KMO برای اطمینان از کفایت نمونه گیری، و برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌ها برابر صفر نیست از آزمون بارتلت، استفاده شده است و سپس آزمون برازش مدل نیز انجام شده در نهایت با توجه به خروجی تحلیل عاملی در حالت معناداری و مقادیر (T-Value)، توانستیم فرضیات اصلی و فرضیات فرعی مطرح شده را مورد بررسی قرار دهیم. فرضیات اصلی مطرح شده در این تحقیق عبارتند از:

- ۱) عوامل مالی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.
- ۲) عوامل محصول یا خدمت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.
- ۳) عوامل صنعت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.
- ۴) عوامل شایستگی های مدیران، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.
- ۵) عوامل اقتصادی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.
- ۶) عوامل حاکمیت شرکتی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

در ادامه به بررسی این فرضیات پرداخته شده است.

فرضیه اول:

عوامل مالی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند. با توجه به تحلیل انجام شده و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۷,۶۳ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه اول تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اول نیز به شرح جدول زیر است:

جدول (۵) نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اول اصلی

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۳,۸۱	منابع و روش های تأمین مالی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۱۲	هزینه منابع و روش های تأمین مالی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۴۰	برنامه های آتی افزایش سرمایه عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۵۵	دوره برگشت سرمایه کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۵۸	پتانسیل کسب درآمد شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۰۷	نرخ بازده دارایی های شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۷۲	سهیم کردن در سودهای آتی شرکتهای ناشی از طرحهای آتی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

فرضیه دوم:

عوامل مربوط به محصول یا خدمت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.

با توجه به تحلیل انجام شده و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۱۱,۴۷ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه دوم تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی دوم به شرح جدول زیر است:

جدول (۶) نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی دوم

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۴,۳۳	میزان نوآوری در محصولات و خدمات عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۳۹	مزیت های رقابتی محصول یا خدمت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۷۳	برخورداری از فناوری و تکنولوژی جدید عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۰۵	قابلیت صادراتی محصول یا خدمات عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۴۹	طرح ها و پروژه های در دست اجراء عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۳۱	طرح ها و پروژه های آینده شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۳۴	چرخه عمر محصولات یا خدمات شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۳۲	میزان انحصاری بودن محصول یا خدمات شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

فرضیه سوم:

عوامل مربوط به صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند. با توجه به تحلیل انجام شده از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۹,۰۵ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه سوم تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی سوم به شرح جدول زیر است:

جدول (۷) نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی سوم

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۴,۱۴	سهم از بازار محصول یا خدمت شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۱۹	قلمرو جغرافیایی ارائه محصول یا خدمت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۵,۶۹	رو به رشد بودن یا رو به افول بودن صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۴,۲۴	میزان انحصاری بودن صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۵,۵۶	شدت رقابت در صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۱۱	تأمین کنندگان مواد اولیه و قطعات در صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۷۹	میزان حمایت دولت از صنعت فوق عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۵۲	میزان نظارت و دخالت دولت در صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.
پذیرش	۱۴,۵۴	میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی داخلی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۴,۶۵	میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی بین المللی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

فرضیه چهارم:

عوامل مربوط به شایستگی های مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.

با توجه به تحلیل انجام شده و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۹,۸۱ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه چهارم تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی چهارم به شرح جدول زیر است:

جدول (۸) نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی چهارم

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۴,۱۴	میزان شایستگی های حرفه ای و تجربی و عملی مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۲,۹۲	حسن شهرت و سوابق مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۳,۰۰	تفکر استراتژیک مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

فرضیه پنجم:

عوامل اقتصادی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند. با توجه به تحلیل انجام شده و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۹,۷۵ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه پنجم تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی پنجم به شرح جدول زیر است:

جدول (۹) - نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی پنجم

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۲,۶۶	میزان کاهش وابستگی به خارج از کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۱,۱۸	میزان ارزآوری به داخل کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۰,۶۴	میزان تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۰,۵۹	میزان تأثیرگذاری بر میزان اشتغال در کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۰,۶۲	میزان تأثیرگذاری بر رشد و توسعه اقتصادی کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۰,۶۱	میزان تأثیرگذاری بر تولید ناخالص داخلی کشور عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

فرضیه ششم:

عوامل مربوط به حاکمیت شرکتی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند. با توجه به تحلیل انجام شده و از آنجایی که مقدار (T-Value) برابر با ۷,۰۰ و از ۱,۹۶ بیشتر است لذا فرضیه ششم تحقیق مورد پذیرش قرار میگیرد و نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی ششم به شرح جدول زیر است:

جدول (۱۰) نتایج فرضیه های فرعی مربوط به فرضیه اصلی ششم

نتیجه	T-Value	فرضیه
پذیرش	۱۹,۷۱	اسامی سهامداران نهادی شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۸,۴۴	اسامی سهامداران عمده غیر نهادی شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۸,۵۴	ترکیب سهامداران شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۲۰,۳۷	برنامه های تغییر در سهامداران و ترکیب آنها عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۹,۰۲	مأموریت فلسفه وجودی شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۸,۶۸	تعداد سهامداران شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.
پذیرش	۱۹,۷۱	اندازه شرکت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشد.

منبع: یافته های پژوهشگر

همچنین رتبه بندی فرضیات اصلی نیز به شرح جدول (۱۱) میباشد:

جدول ۱۱

رتبه	متغیرهای مستقل	نتیجه	تی (T-Value)	ضریب مسیر یا بتا (β)	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۱	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۱۱,۴۷	۰,۸۲	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل محصول یا خدمت (B)
۲	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۹,۷۵	۰,۷۴	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل اقتصادی (E)
۳	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۹,۸۱	۰,۶۹	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل مدیران (D)
۴	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۹,۰۵	۰,۶۰	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل صنعت (C)
۵	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۷,۶۳	۰,۵۱	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل مالی (A)
۶	متغیرهای مستقل	تایید رابطه	۷,۰۰	۰,۴۱	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	عوامل حاکمیت شرکتی (F)

منبع: یافته های پژوهشگر

در نهایت با توجه به نتایج فرضیه های اصلی و فرضیه های فرعی تحقیق و تأیید تمامی فرضیه های اصلی و فرعی، مدل نهایی تحقیق در شکل ۶ ارائه شده است:



مدل نهایی تحقیق عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور (خورسندی و

همکاران، ۱۳۹۸)

منبع: یافته های پژوهشگر

پیشنهادات مربوط به فرضیه های تحقیق

- پیشنهادات مربوط به فرضیه اول با توجه به فرضیه های فرعی
فرضیه اول مبنی بر عوامل مالی بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل مالی تأیید شده به شرکت ها پیشنهاد می شود تا هزینه های تأمین مالی خود را تا آنجا که می توانند کاهش داده و در طرح هایی سرمایه گذاری کنند که دوره برگشت سرمایه مناسبی داشته باشد و با افزایش بهره وری، نرخ بازده دارایی ها را افزایش داده و سهم کردن سهامداران در سودهای آتی ناشی از طرح های آینده شرکت بصورت مشارکتی می تواند نقش مهمی در همراهی سهامداران با برنامه های بلندمدت شرکت ها داشته باشد.
- پیشنهادات مربوط به فرضیه دوم با توجه به فرضیه های فرعی
فرضیه دوم مبنی بر عوامل مربوط به محصول یا خدمت بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل مربوط به محصول یا خدمت تأیید شده، نوآوری در محصولات و خدمات ارائه شده، جایگزین تکنولوژی و فناوری جدید با تکنولوژی و فناوری های قدیمی، تلاش برای ایجاد مزیت های رقابتی، در جریان گذاشتن و اطلاع رسانی و شفاف سازی در مورد طرح ها و پروژه های در دست اجرا و طرح ها و پروژه های آتی شرکت، و تلاش برای ورود محصولات و خدمات به بازارهای جهانی، برای شرکت ها پیشنهاد می شود.
- پیشنهادات مربوط به فرضیه سوم با توجه به فرضیه های فرعی
فرضیه سوم مبنی بر عوامل مربوط به صنعت بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده مرتبط با ماهیت صنعت، تلاش شرکت ها برای افزایش سهم بازار و نفوذ در بازار، افزایش قلمرو جغرافیای فعالیت های شرکت، افزایش رقابت و تلاش برای متمایز شدن در صنعت، و تلاش برای متنوع ساختن راههای تأمین مواد اولیه و قطعات پیشنهاد می شود.
- پیشنهادات مربوط به فرضیه چهارم با توجه به فرضیه های فرعی
فرضیه چهارم مبنی بر عوامل مربوط به شایستگی های مدیران در ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده انتخاب مدیران حرفه ای و کاربرد و دارای حسن شهرت و با سابقه مفید در رأس شرکت ها، می تواند نقش بسزایی در ایجاد اعتماد و همدلی در بین سهامداران و تشویق و ترغیب آنان به همراهی و سهامداری بلند مدت داشته باشد.

• پیشنهادات مربوط به فرضیه پنجم با توجه به فرضیه های فرعی فرضیه پنجم مبنی بر عوامل اقتصادی بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل اقتصادی تأیید شده پیشنهاد می شود شرکت های بورسی در کاهش وابستگی به خارج از کشور با رویکرد افزایش اشتغال و تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی و تأثیرگذاری بر تولید ناخالص داخلی و تلاش برای ارزآوری به داخل کشور با رویکردی نوین و مسئولانه تلاش نمایند.

• پیشنهادات مربوط به فرضیه ششم با توجه به فرضیه های فرعی فرضیه ششم تحقیق مبنی بر عوامل مربوط حاکمیت شرکتی بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده نقش مدیران ارشد و سهامداران عمده نهادی و غیر نهادی و در واقع اینکه صاحبان و مالکان اصلی شرکت ها چه کسانی می باشند و اینکه سهامداران عمده دولتی یا شبه دولتی می باشند و به طور خلاصه این که شرکت توسط چه کسانی اداره و مدیریت می شود، حائز اهمیت می باشد. در واقع در اینجا بحث اعتماد و همدلی بین سهامداران و مدیران و مالکان اصلی مطرح می شود. هرچه قدر شرکت ها بزرگتر باشند و مالکیت اصلی آنها در اختیار بخش نهادی قرار داشته باشد، تمامی تصمیمات اساسی و کلیدی تحت تأثیر تصمیمات سهامداران عمده یا نهادی قرار می گیرد و منافع سهامداران تحت تأثیر تصمیمات سهامداران عمده یا نهادی قرار می گیرد و منافع سهامداران خرد ممکن است نادیده گرفته شود. در این قسمت پیشنهاد می شود تا شرکت ها با رعایت اصول حاکمیت شرکتی و شفاف سازی و برگزاری همایش ها و جلسات هم اندیشی و شفاف سازی، سایر سهامداران را در جریان همه امورات اصلی شرکت قرار دهند و به سهامداران اطمینان دهند که منافع بلندمدت آنها تأمین می شود. دسته بندی پیشنهادات و ارائه راهکارهای اجرایی و عملیاتی، با توجه به نتایج فرضیات اصلی و فرضیات فرعی تحقیق در جدول ۱۲ نشان داده شده است:

جدول فرضیه ها و ارائه پیشنهادات و راهکارهای اجرایی با توجه به فرضیات اصلی و فرعی

فرضیه های اصلی	پیشنهادات و ارائه راهکارها
فرضیه اصلی اول: عوامل مالی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.	۱- کاهش هزینه های تأمین مالی و جذب منابع از طریق اصلاح ساختار سرمایه کشور ۲- افزایش بهره وری به منظور کوتاه کردن دوره برگشت سرمایه و افزایش نرخ بازده دارایی ها ۳- سهیم کردن سهامداران در سودهای طرح های آتی شرکت و از این طریق افزایش انگیزه در سهامداران به منظور شرکت در برنامه های افزایش سرمایه

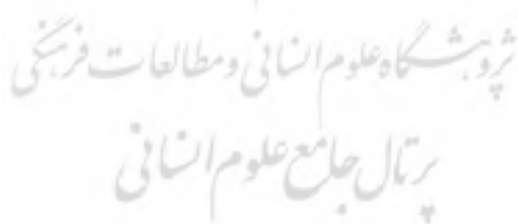
پیشنهادات و ارائه راهکارها	فرضیه های اصلی
<p>۱- تلاش برای نوآوری در تولید محصول و ارائه خدمات از طریق تقویت بخش های تحقیق و توسعه با تقویت روحیه کارآفرینی در شرکت ها و به دنبال آن افزایش مزیت های رقابتی محصولات و خدمات و ایجاد قابلیت صادراتی محصول و خدمات</p> <p>۲- ورود به طرح ها و پروژه های جدید با افزایش روحیه کارآفرینی در سازمان</p> <p>۳- بازدیدهای ماهانه سهامداران از خطوط تولیدی شرکت ها و آگاهی از برنامه های تولید و فروش ماهانه شرکت ها</p>	<p>فرضیه اصلی دوم: عوامل مربوط به محصول یا خدمت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.</p>
<p>۱- افزایش قلمرو جغرافیایی محصول یا خدمت از طریق ایجاد روحیه کارآفرینی در شرکت ها و بکارگیری شیوه های متنوع بازاریابی</p> <p>۲- در صورت امکان خروج از صنایع در حال افول و ورود به صنایع جدید</p> <p>۳- عقد قرارداد با تأمین کنندگان مواد اولیه و قطعات بصورت چندگانه تا از شدت وابستگی به تأمین کنندگان کاسته شود.</p>	<p>فرضیه اصلی سوم: عوامل مربوط به صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.</p>
<p>۱- بکارگیری و انتخاب مدیران دارای صلاحیت حرفه ای و علمی و تجربی در سطوح کلیدی و استراتژیک و بهره مندی از تیم های مشاوره ای تخصصی و ایجاد ارتباط با بخش های تحقیقاتی و مشاوره ای دانشگاهها</p> <p>۲- برگزاری سمینارها و دوره های آموزشی تخصصی برای مدیران و آشنایی آنها با مباحث جدید و نوین در دنیای کسب و کار</p>	<p>فرضیه اصلی چهارم: عوامل مربوط به ویژگی های مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.</p>
<p>۱- برگزاری دوره های تخصصی و آموزشی در حوزه فرهنگ کارآفرینی و فراهم آوردن ساختارهای تحقیقاتی و توسعه ای در شرکت ها و حمایت از ایده ها و پیشنهادات کارشناسان و کارآفرینان که مجموعه این عوامل در نهایت بر رشد و توسعه اقتصادی کشور تأثیرگذار خواهد بود.</p>	<p>فرضیه اصلی پنجم: عوامل اقتصادی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.</p>
<p>۱- شفاف سازی در مورد مأموریت و فلسفه وجودی شرکت و برنامه های بلندمدت شرکت برای سهامداران از طریق کارگاه های آموزشی و جلسات عمومی با مدیران جهت نزدیک ساختن دیدگاه مدیران ارشد با سهامداران</p> <p>۲- آشنایی سهامداران با سهامداران عمده نهادی و غیرنهادی و آشنایی با برنامه ها و تفکرات استراتژیک آنها از طریق جلسات ماهانه عمومی و تبادل ایده ها و نقطه نظرها</p>	<p>فرضیه اصلی ششم: عوامل حاکمیت شرکتی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می باشند.</p>

منبع: یافته های پژوهشگر

پیشنهادات کاربردی ناشی از تحقیق

پس از انجام مصاحبه با خبرگان و فرایند تحلیل مضمون و شناسایی مضامین اصلی و فرعی که در واقع متغیرهای مستقل تحقیق را تشکیل می دهند باید به این نکته توجه داشت که برخی از

عوامل یا متغیرهای مستقل شناسایی شده خارج از کنترل مدیریت و خارج از کنترل شرکت می باشند. همانند رو به رشد بودن یا رو به افول بودن صنعت، میزان حمایت دولت از یک صنعت، میزان نظارت دولت بر یک صنعت، میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانهای سیاسی داخلی و جریانهای سیاسی بین المللی، که هر چند این عوامل ممکن است نقش زیادی در ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه داشته باشند، ولی در عمل مدیران ارشد شرکت ها توانایی کنترل و مدیریت بر این عوامل را ندارند. بنابراین پیشنهاد می شود با توجه به درجه کنترل پذیری و مدیریت بر سایر عوامل، برنامه ریزی لازم برای بکارگیری و تقویت سایر عوامل برای ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه انجام پذیرد و طبیعتاً هرچه میزان کنترل بر عاملی بیشتر باشد، برنامه ریزان استراتژی های متنوع تری را در دست خواهند داشت. میزان تأثیرپذیری سهام شرکت ها از عوامل مختلف توسط ضریب بتای سهم اندازه گیری می شود که نشاندهنده ریسک سیستماتیک یا غیر قابل کنترل می باشد و بر این اساس توجه به ضریب بتای سهام شرکت ها نیز پیشنهاد می شود.



فهرست منابع

- ۱) عسگری قدس، محمد و صالحی، سمیه، ۱۳۹۱، نگرش کارآفرینانه، چاپ اول، تهران، انتشارات میانکوشک
- ۲) گودرزی، ریحانه، سید رسول، طبائیان، سید کمال، ۱۳۹۷، چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته های علوم انسانی، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۴، دوره ۱۱
- ۳) هنديجانی فرد، مرتضی، حجازی، سیدرضا، ۱۳۹۷، شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۳، دوره ۱۱
- ۴) تقوایی، سمیه، حجازی، سیدرضا، ۱۳۹۷، تأثیر گرایش کارآفرینانه بر یادگیری کاربردی، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۲، دوره ۱۱
- ۵) داوری، علی، رمضانپور، قاسم، افراسیابی، راحله، داوری، الهه، ۱۳۹۷، تأثیر سیاست های کارآفرینی و محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۲، دوره ۱۱
- ۶) راشکی، مریم، سالارزهی، حبیب الله، کمالیان، امین رضا، سید نقوی، میرعلی، وظیفه، زهرا، ۱۳۹۶، ارائه الگوی تعیین و استقرار اثربخش استعداد کارآفرینانه با رویکرد فراترکیب، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۲، دوره ۱۰
- 7) Cavusgil, S.T., & Knight, G. (2015). "The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization". *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3-16.
- 8) Huefner, J. C., Hunt, H.K., & Robinson, P. B. (1996). A comparison of four scales Predicting entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1(2), 56-80.
- 9) Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). "Internationalization: From incremental to born global". *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.
- 10) Kollmann, T., & Christofor, J. (2014). "International entrepreneurship in the network economy: Internationalization propensity and the role of entrepreneurial orientation". *Journal of International Entrepreneurship*, 12(1), 43-66.
- 11) Peschken, T., Shukla, P., Lennon, J., & Rate, S. (2016). "The role of information alignment and entrepreneurial traits on SME internationalization: A conceptual framework". *Management Research Review*, 39(2), 196-214