

The Perspective of Economic Trustees with Emphasis on the Economic and Social Challenges of Entrepreneurship (Case Study: Izeh County)

pages
79-102

E. Khajovi*¹, Farnaz Amin Salehi², T. Ebadi³ and N. Jamshidi⁴

^{1&2} Environmental Engineering, Mehr Alborz Institute of Higher Education, Tehran, Iran

^{3&4} Department of Environmental Engineering, Amirkabir University, Tehran, Iran.

*Corresponding Author: Sorena.izeh@yahoo.com

Received date: 2025.06.17

Accepted date: 2025.09.20

Abstract

The aim of this research is the perspective of economic trustees with an emphasis on the economic and social challenges of entrepreneurship in Izeh County. Among the necessary measures for applying entrepreneurial tools at the macro level is social and economic infrastructure. Understanding the economic, cultural and political contexts of society and their sub-categories can guide us towards a dynamic social context at the macro level. This research is a cross-sectional and explanatory study in terms of its quantitative objective. The method used to collect information in quantitative research is a survey. The tool used in it is a self-made 28-question questionnaire whose validity was confirmed by experts and professors and its reliability was 0.91. Spss22 software was used to analyze descriptive and inferential data along with related statistical tests. The results of the research showed that there is a significant and inverse relationship between high inflation and chronic unemployment rate, improper use of financial resources, fear of acting differently, and weakness in teamwork with the development of entrepreneurship in Izeh County. Of these four factors, the strongest influential factor is improper use of financial resources, followed by fear of acting differently.

Keywords: Perspective, Economic Trustees and Izeh County.

دیدگاه متولیان اقتصادی با تاکید بر چالش‌های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی (مورد مطالعه: شهرستان ایذه)

شماره صفحات

۷۹-۱۰۲

احسان خواجوی*^۱، فرناز امین صالحی^۲، تقی عبادی^۳ و ناصر جمشیدی^۴

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مهندسی محیط زیست، مؤسسه آموزش عالی مهر البرز، تهران، ایران

۲. استادیار گروه مهندسی محیط زیست، مؤسسه آموزش عالی مهر البرز، تهران، ایران.

۳. عضو هیئت علمی و دانشیار دانشکده عمران دانشگاه صنعتی امیرکبیر(پلی تکنیک تهران)، تهران، ایران.

۴. استادیار گروه مهندسی محیط زیست، دانشگاه امیر کبیر، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: Sorena.izeh@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۷

چکیده

هدف از این تحقیق دیدگاه متولیان اقتصادی با تاکید بر چالش‌های اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایذه است. از جمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان، بسترسازی اجتماعی و اقتصادی است. شناخت بسترهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه و زیرمجموعه‌های آنها می‌تواند، ما را در سطح کلان به سوی بستر اجتماعی پویا و هدایت کند. این تحقیق از لحاظ هدف کمی از مطالعات مقطعی و تبیینی است. روش مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات کمی پیمایشی است. که ابزار مورد استفاده در آن پرسشنامه ۲۸ سوالی خودساخته ای است که روایی توسط خبرگان و اساتید تأیید و پایایی آن به میزان ۰/۹۱ بدست آمد. از نرم افزار Spss22 برای تجزیه و تحلیل داده های توصیفی و استنباطی به همراه آزمون های آماری مرتبط استفاده شد. نتایج حاصله از پژوهش نشان داد که بین تورم بالا و نرخ بیکاری مزمن، عدم استفاده صحیح از منابع مالی، ترس از متفاوت عمل کردن و ضعف در کارهای تیمی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد و از بین این چهار عامل، قوی‌ترین عامل تأثیرگذار عدم استفاده صحیح از منابع مالی و پس از آن ترس از متفاوت عمل کردن می‌باشد.

کلید واژه: دیدگاه، متولیان اقتصادی و شهرستان ایذه.

مقدمه

کارآفرینی سبب اشتغالزایی، ایجاد رفاه و تولید ثروت می‌شود که از پس خود عدالت را در جامعه به همراه می‌آورد. حال که دولت کریمه جمهوری اسلامی ایران یکی از شعارهای اصلی خویش را "عدالت محوری" قرار داده، شناخت بستر اجتماعی کارآفرینی از اهم امور است؛ چرا که بدون شناخت این بستر نمی‌توان منویات دولت و نظام را پیاده کرد. بستر اقتصادی کارآفرینی، بستری است مرکب از نوع نظام‌های اقتصادی، اقتصاد سیاسی جامعه، فضای اقتصاد بین الملل، مقررات، قوانین و چالش‌های اقتصادی موجود، فضای دادوستد و کسب‌وکار و ... که در این‌جا به دلیل اهمیت نظام‌های اقتصادی در بسترهای اقتصادی، بسترها را به نام نظام‌های اقتصادی تقسیم‌بندی می‌کنیم (Khani Jazni, 2006).

دنیای در حال تحول امروز، کامیابی را از آن جوامع و سازمان‌هایی می‌داند که بین منابع کمیاب، قابلیت‌های مدیریتی و منابع انسانی خود، رابطه ای منطقی و معنی دار برقرار سازند. به عبارت دیگر، جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه جلو و پرشتایی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند (صمدآقایی، ۱۳۸۷). کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر همراه با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین «کارآفرینان» عوامل تغییر هستند که بنابراین گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت انگیز نیز شده‌اند (Tarow, 1381).

انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشند که از جمله آن‌ها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهم تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می‌توان نام برد. از دیگر مشخصات کارآفرینان داشتن خلاقیت و نوآوری، دارا بودن قدرت تحمل ابهام، داشتن اعتماد بنفس و عزت نفس، آینده نگر و عمل گرا بودن و فرصت شناس بودن می‌باشد (Alavi, 2008). روند تحول زندگی بشر از دوران غارنشینی تاکنون همواره تحت تاثیر عامل «تغییر» بوده است. از میان عوامل تغییر به عامل انسانی توجه خاصی مبذول گردیده که از این میان نیز کارآفرینان دارای جایگاه ممتازی می‌باشند. امروزه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه اقتصادی مطرح می‌باشند و سعی در تشویق محیط به عرضه بیشتر مدیران کارآفرین و ظهور استعداد‌های کارآفرینانه دارند (Atson & Gurol, 2006).

نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف روشن از آن است. کارآفرینی همانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی، هنگامی قابل تحلیل و تبیین می‌باشد که بتوان تعریف یا تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه نمود. از آن جا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم قطعی علوم فیزیک و شیمی به شمار نمی‌رود، ارائه یک تعریف قطعی و مشخص برای واژه‌های آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. «کارآفرینی» یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن

وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوت و حتی متناقضی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است (Golestan Hashemi, 2001).

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر موضوع کارآفرینی و توسعه آن موجب ایجاد موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا شده است. کشورهای مختلف راه‌حلهایی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آنها روی آورده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مهمترین عامل موثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش است و مناسب‌ترین محیط برای پرورش کارآفرینان محیط‌های آموزشی و به ویژه مدارس و دانشگاه‌هاست. ویژگی‌های شخصیتی افراد و مشکلات اقتصادی و ... از عوامل موثر در کارآفرینی محسوب می‌شود. بطوریکه (Goblin and Putnam, 2011) در یک مطالعه که در مورد ۱۲۹ کارآفرین آمریکایی انجام شده نشان داد که ۳۴٪ کارآفرینان در جلب سرمایه‌گذاری دچار مشکل و مدیریت مالی را دومین مشکل عمده خود ذکر کرده‌اند.

لذا، توجه به این مسأله و ارائه راه‌حل‌های علمی و کاربردی می‌تواند در توسعه جامعه نقش اساسی و تعیین کننده داشته باشد. در این هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایذه می باشد.

ادبیات پژوهش

تعاریف کارآفرینی

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

- کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند

- خریداری نیروی کار و مواد اولیه به بهائی نامعین و به فروش رساندن محصولات به بهائی طبق قرارداد (برنارد دو بلیدور^۱ اقتصاددان فرانسوی در اوایل قرن هیجدهم).

- کارآفرین فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولات قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند (ریچارد

کانتیلون آدر حدود سال ۱۷۳۰).

1- Belidar Bernard F. De

2- R. Cantillon

- کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسوولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را برعهده می‌گیرد (جان باتیست سی،^۳ اقتصاددان فرانسوی در سال ۱۸۰۳ میلادی).
- کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل، به ویژه جنبه‌های غیراقتصادی جامعه و موسسات انتفاعی تاسیس شده برای تمتع از مزیت‌های اقتصادی و ارضاء آرزوهای اقتصادی (Arthur Cole, 1946).
- کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی درخصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد (Cason, 1982).
- کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد (Wilken, 1981).
- کارآفرین فردی است که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند (Kechamov, 1994).
- (Robert Lamb, 1902) معتقد بود که کارآفرینی یک نوع تصمیم‌گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اقتصادی انجام می‌شود و نقش عمده کارآفرینان را اجرای فرآیند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می‌دانست.
- (Herbert Van Evans, 1957) معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کارموردنظر را بر عهده داشته و یا آن را می‌پذیرد.
- (Penrose, 1968) جنبه اصلی کارآفرینی را همانا شناسایی و بهره‌برداری از کارهای فرصت‌طلبانه برای گسترش شرکت‌های کوچکتر می‌داند.
- (Carland, 1984) معتقد است که کارآفرین فردی است که جهت دستیابی به سود و رشد، شغلی را به وجود می‌آورد و مدیریت می‌کند.
- (Edi and Alm, 1985) معتقدند که کارآفرین فردی است که مایل و قادر به مخاطره‌پذیری است و در عین حال ابزار تولیدی و اعتباری را در هم می‌آمیزد تا به سود یا اهداف دیگری همچون قدرت و احترام اجتماعی دست یابد.
- (Trapman) and Morning (Star, 1989) در کتاب «نظام‌های کارآفرینانه» در دهه ۱۹۹۰ می‌نویسند: کارآفرین یعنی ترکیب متفکر با مجری، کارآفرین فردی است که فرصت‌ارائه یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا راه تفکری جدید برای یک مشکل قدیمی را می‌یابد. کارآفرین فردی است که می‌خواهد تاثیر اندیشه محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند.

³- Jean Baptiste Say

- (Jeffrey Timmons, 1990) در خصوص کارآفرینی می‌نویسد: کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصتها و دنبال کردن آنها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. کارآفرینی شامل، خلق و توزیع ارزش و منافع بین افراد، گروهها، سازمانها و جامعه می‌باشد.

- (Eric Flanigan, 1996) and (David McCrane) کارآفرینان را افرادی نوآور، بافکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می‌دانند که کمتر مطابق کتاب کاری‌کنند و در نظام اقتصادی، شرکتهایی نوآور، سودآور و با رشدی سریع را ایجاد می‌نمایند.

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

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

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

بستر اجتماعی

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

فرهنگ کارآفرینی

از جمله اقدامات لازم برای به‌کارگیری ابزار کارآفرینی در سطح کلان، بسترسازی، و یکی از مهم‌ترین جنبه‌های آن فرهنگ کارآفرینی است. بنابراین، ایجاد فرهنگ لازم برای این منظور از اهمیت خاصی برخوردار است. با توجه به آن که فرهنگ به مفهوم مجموعه ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت جامعه را تشکیل می‌دهد، کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از مجموعه ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می‌توان به آن "خرده‌فرهنگ کارآفرینی" اطلاق کرد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاه خود به پدیده‌های اطراف و

شیوه‌های متفاوت رفتاری در مواجهه با پدیده‌های پیرامون، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه کنند (Khani Jazni, 2006).

اقتصاد کارآفرینی

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

علاوه بر این، نوآوری که از اصول اساسی کارآفرینی است، به تولید محصولات جدیدتر و متنوع‌تر می‌انجامد به این ترتیب، قدرت انتخاب مردم افزایش می‌یابد و زندگی ساده‌تر می‌شود. با بالا رفتن سطح رفاه، افزایش ضریب جینی، آسایش، و اوقات فراغت، فرصت‌های بیشتری برای استفاده در راستای ایجاد کارآفرینی بیشتر فراهم می‌آید. پس اقتصاد کارآفرینی، با بهره‌گیری از اصول اقتصاد کلان، نوع نظام اقتصادی جامعه، اقتصاد سیاسی، تأثیرپذیری از اقتصاد بین الملل و دستورالعمل‌های اقتصادی، دز زاستاس ایجاد نوآوری، خلاقیت، انعطاف در برنامه‌ریزی، تمرکز بر نتیجه، تولید ثروت و رفاه اقتصادی حرکت می‌کند. کیفیت این حرکت را دکترین اقتصادی جامعه تعیین می‌کند و تا نقطه‌ای که بتواند اصول آن دکترین را رعایت و تأمین نماید، مورد پذیرش قرار می‌گیرد (Razmi, 1993).

نقش سرمایه اجتماعی در مسیر پیشرفت شغلی

روابط کاری مانند سایر روابط آسیب‌پذیر و ظریف هستند و به توجه و مراقبت دائمی نیاز دارند. هنگامی که کوتاهی شود و خدشه‌ای بردارد، ترمیم جای زخم و به حالت اول برگرداندن اوضاع، کاری بس دشوار است. علاوه بر مهارت‌های مفید شغلی، موفقیت شغلی بستگی به کیفیت و حسن روابط کاری نیز دارد. اولین و مهم‌ترین قدم در این راه، بهبود نگرش و طرز برخورد مناسب است (Coleman, 1998).

رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

ویکنن معتقد است که علاوه بر عوامل اقتصادی همچون مزیت‌های بازار و سرمایه که بر کارآفرینی تأثیر گذارند، عوامل غیر اقتصادی نظیر شبکه روابط اجتماعی نیز می‌تواند بر پدیده کارآفرینی تأثیرگذار باشد. سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود که از جمله شاخص‌های کارآفرینی محسوب می‌شوند (Coleman, 1998).

موانع کارآفرینی در ایران

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

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

• عدم پذیرش تغییر و انجماد فکری

تحقیقات نشان می‌دهد که اکثر افراد در برابر تغییرات مقاومت و ایستادگی می‌کنند. این مقاومت در برابر تغییرات چه سازمانی و چه فردی از یکسوامری مثبت است چرا که موجب ثبات و پایداری و قابلیت پیش بینی رفتارهای آینده می‌گردد اما از طرفی می‌تواند منجر به تضاد و تعارض شود. با عنایت به اینکه کارآفرینی فرایندی است که لازمه آن پویایی و تحرک فکری است، لذا مقاومت در برابر تغییرات و عدم همراهی با تغییرات محیطی، انجماد فکری فرد یا سازمان را به دنبال خواهد داشت که خود مانع بسیار بزرگی برای کارآفرینی محسوب می‌شود (Bagherian and Namazi, 2012).

عدم اعتماد به نفس و خودباوری

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

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

رخوت اجتماعی و ایده آل گرایی به جای عمل گرایی یکی از موانع فرهنگی و رشد خلاقیت و کارآفرینی، رخوت اجتماعی است که در حوزه‌های گوناگون به چشم می‌خورد. در حوزه ی ادبیات فولکلور ایران، در حوزه ی تئاتر و سینما عدم وجود

برنامه‌های نشاط آور با محتوای سیال و پرورش دهنده فکر خلاق و عدم وجود بازی‌های نمایشی، طرح مسأله و حل مسأله، ترویج مفهوم شکست بدون انتقال مفهوم سخت کوشی و ابتکار در رسانه‌ها مخصوصاً رسانه ی ملی به چشم می‌خورد. همچنین جامعه ایرانی به عنوان یک جامعه ی ایده آل گرا شناخته می‌شود. وقتی انسان یک شخصیت آرمانی را به عنوان الگوی ذهنی خود قرار می‌دهد که فرسنگ‌ها از او فاصله دارد، در حقیقت ارزش قدم‌های خود را حس نمی‌کند و حس موفقیت از او گرفته می‌شود. وقتی فرد در ذهن خود آدم‌هایی را تصور می‌کند که به راحتی کارهای خود را پیش می‌برند و فی ذات بسیار خوب عمل می‌کنند، بسیار طبیعی است که آنها را قهرمان خود بدانند و آنان را موظف به بهبود دنیا بدانند و بر خود وظیفه ی آنچنانی قائل نباشد. ذهن ایده آل گرای ایرانی معمولاً شخصی را پیدا می‌کند و از او قهرمان افسانه ای می‌سازد که به هیچ وجه با واقعیت آن فرد هماهنگی ندارد و اگر آن قهرمان زنده باشد از او چیزی می‌طلبد که لزوماً با توانایی‌های آن فرد تناسب ندارد. این مطلب بدان معنا نیست که حرکت‌ها احتیاج به رهبر ندارند بلکه به این معناست که رهبر حرکت، فردی است که به طور نسبی از قدرت مدیریت و هوش بالاتری برخوردار می‌باشد (Bagherian and Namazi, 2012).

ترس و روحیه ی محافظه کاری

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

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

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می‌کنند تا مبدا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان‌های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعداد‌های متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می‌شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد. مبرهن است که ترس از متفاوت عمل کردن در جامعه ی ایرانی وجود دارد و این یکی از دلایلی است که موجبات کاهش خلاقیت و کارآفرینی در جامعه ی ایران گردیده است (Bagherian and Namazi, 2012).

نظام ناکارآمد بوروکراتیک

در ایران بسیاری از سازمان‌ها به صورت بوروکراتیک عمل می‌کنند. فرایندهای بسیار پیچیده و طولانی امور اداری و مراجع صدور مجوز این شیوه ی عمل باعث کاهش انعطاف، اتلاف وقت و منابع می‌شود و کارآفرینان را به جای تمرکز بر فعالیتهای

کارآفرینانه درگیر بوروکراسی می‌کند. همچنین تعدد دستگاه‌ها مرتبط، نبود یک دستگاه مسئول واحد و تعدد آئین نامه‌ها و قوانین و عدم ثبات نسبی آن‌ها، کارآفرینان را با مشکلات عدیده ای مواجه نموده است.

• آموزش‌های نامناسب

آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینان اثر می‌گذارد. فعالیت‌های آموزشی در ایران به ندرت پویا و یادگیرنده می‌باشند و نمی‌توانند مطابق با نیازهای جامعه، آموزش‌های صحیح را ارائه دهند و به افراد در کارآفرین شدن کمک کنند. دلیل این امر می‌تواند عدم وجود سیاست‌های کلان آموزشی متناسب با فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزشی کشور باشد. کاربردی نبودن آموزش‌ها و عدم وجود رابطه ی صحیح بین محتوای آموزشی و مهارت‌های لازم برای کارآفرینی باعث شده است که افراد نتوانند توانایی‌های لازم برای کارآفرینی را به دست آورند. همچنین دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی که نقش بسزایی در توسعه ی فرهنگ کارآفرینی ایفا می‌کنند گاهی به صورت دوباره کاری و تکراری در فرایند آموزش عمل می‌کنند که این امر ناشی از ضعف برنامه ریزی در سطوح مختلف آموزشی می‌باشد (Kutiner and Knicki, 1992).

تغییرات و محدودیت‌های سیاسی و اجتماعی

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

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

• عدم شناسایی و استفاده ی صحیح از منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی را شناسایی، انتخاب، استخدام و پرورش و تربیت نیروی انسانی به منظور نیل به اهداف سازمان تعریف کرده اند (Saadat, 2004) در ایران انتخاب و گزینش و استخدام نیروی انسانی در بسیار موارد پایبند به ضوابط و مقررات نیست

و گاهی با پیروی از نظام ناشایستگی، عواملی از قبیل خویشاوندی، آشنایی و توصیه‌ی مقامات با نفوذ و روابط شخصی اساس بکارگماری قرار می‌گیرد. همچنین نیروی انسانی بدون توجه به مهارت‌ها و تخصص فرد صرفاً بر اساس نیازهای واحدها به کار گماشته می‌شود این امر باعث کاهش بهره‌وری و تعهد افراد می‌شود و همچنین مانعی برای کارآفرین و کارآفرینی قلمداد می‌شود (Rezaian, 2008).

• عدم استفاده‌ی صحیح از منابع مالی و تخصیص نادرست منابع

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

راهکارهای گذر از موانع کارآفرینی در ایران

انجمادزدایی می‌تواند اولین مرحله از فرایند کارآفرینی باشد تا پس از آن آموزش و ترویج توسعه فرهنگ کارآفرینی و در عین حال رفع سایر موانع و اعمال سیاست‌های حمایتی، زمینه‌های کارآفرینی در جامعه را فراهم آورد. Kutner and Knicki (1992) می‌نویسند که در مرحله خروج از انجماد، باید تمرکز بر ایجاد انگیزش و آمادگی برای تغییر وجود داشته باشد. بدین منظور افراد تشویق می‌شوند تا نگرش‌ها و رفتارهای قدیمی خود را با رفتارهای مطلوب جایگزین کنند. برای ترک عادت افراد می‌بایستی که پنداشت خود را نسبت به تغییر عوض کنند و عادت را کنار بگذارند.

دیدگاه‌ها و رویکردهای کارآفرینی

کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان

کارآفرینی و کارآفرینان برای اولین بار مورد توجه و بحث اقتصاددانان بوده است بگونه‌ای که بیشتر مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی درباره آن سخن رانده‌اند (Ahmadpour, 2002). طبق نظر اقتصاددانان، کارآفرینان، ویژگی‌های خاصی داشته و کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به آنها نسبت داده می‌شود. اگر چه مفهوم کارآفرینی برای اولین بار در نظریات اقتصادی مطرح شد اما رفته‌رفته، با گرایش پیدا کردن مباحث اقتصادی به استفاده از مدل‌ها و روشهای ریاضی و آماری، عملاً این مفهوم از تئوریهای اقتصادی حذف و رشته‌های علمی دیگری به بحث در مورد آن پرداخته‌اند (Jennings, 1994).

شومپتر از معروفترین دانشمندان رشته اقتصاد است که در باره کارآفرینی و کارآفرینان نظریات جالب و در خور توجهی را ارائه داده است. شومپتر معتقد بود که کارآفرین، نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصاد است و نقش وی عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیبهای تازه از مواد (Casson, 1982). وی نقش مدیران و افراد ایجاد کننده کسب و کار را متفاوت از نقش کارآفرینان

می‌دانسته و معتقد بود که کارآفرینی یعنی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، یافتن بازاری جدید، یافتن منابع جدید و یا ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت. و کارآفرین در این میان کسی است که بتواند در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش، صاحبان سرمایه را متقاعد نموده و آن‌ها را با خود همراه سازد (Palmer, 1987).

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم رفتاری

علاوه بر اقتصاددانان که بعنوان اولین محققان و نظریه‌پردازانی بوده‌اند که درباره کارآفرینی و کارآفرینان تئوری‌هایی را ارائه کرده‌اند دانشمندان رشته‌های دیگر نیز در مورد موضوع مطالعات خوبی داشته‌اند و نظریاتی را به دنیای علم عرضه داشته‌اند. در این میان دانشمندان علوم رفتاری نظیر روانشناسان، جامعه‌شناسان، و بخصوص مدیریت، نقش مهمی را ایفاء نموده‌اند. از مهمترین دانشمندان رشته‌های علوم رفتاری که در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان نظریه‌پردازی کرده‌اند ون در ورف و براش می‌باشند. آنها ضمن بررسی بیست و پنج تعریف از کارآفرینی، اینگونه نتیجه‌گیری کرده‌اند که کارآفرینی بعنوان یک فعالیت تجاری، ویژگی‌هایی بدین شرح دارد (Vanderwerf & Brush, 1987):

- ایجاد، یعنی تأسیس یک واحد تجاری یا یک کسب‌وکار جدید.
- مدیریت عمومی، یعنی هدایت و سازماندهی یک فعالیت تجاری یا کسب و کار و تخصیص منابع.
- نوآوری و خلاقیت، یعنی خلق و بهره‌برداری تجاری از کالا، خدمت، فرآیند، بازار، مواد اولیه و یا سازمان جدید.
- ریسک‌پذیری، یعنی قبول و شهادت داشتن در مواجهه با زیان یا شکست بالقوه یک واحد تجاری.
- قصد و نیت، یعنی داشتن ایمان قوی در دستیابی به سطوح بالای رشد و سود یک واحد تجاری.

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت

همانند دیگر رشته‌ها، در مدیریت نیز دانشمندان و نظریه‌پردازان مختلف و متعددی در مورد کارآفرینی و کارآفرینان تئوری‌پردازی کرده‌اند که بحث تفصیلی در مورد همه آنها از حوصله مقاله حاضر خارج است و به فرصتی دیگر واگذار می‌گردد. پیتر دراگر از جمله معروفترین دانشمندانی است که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان نظرات جالبی را ارائه کرده است (Drucker, 1985). در یکی از تعاریف او اینگونه بیان شده است: کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. در تمامی دیگر تعاریف ارائه شده از سوی دراگر اشاره شده است که کارآفرینان تغییردهنده ارزشها هستند، ریسک‌پذیرند، به سرمایه نیاز دارند، هیچوقت سرمایه گذار نیستند، بدرستی تصمیم می‌گیرند، همواره بدنبال تغییر بوده و آنرا اصل مسلم و سالم می‌دانند، قدرت شناسایی فرصتها را دارند، مفاهیم و فنون مدیریتی را بکار می‌گیرند، رفتارگرا و عملگرا هستند و بالاخره اینکه بر مبنای نظریات اقتصادی و اجتماعی عمل می‌کنند.

از دیگر دانشمندان معروف مدیریت که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان نظریه‌پردازی کرده است تیمونز می‌باشد. وی معتقد است (Timmons, 1990) که کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است، کارآفرینی فرآیند ایجاد و دستیابی به

فرصت‌ها و پیگیری آنها بدون توجه به منابع موجود است، کارآفرینی به معنی خلق و توزیع ارزش و منابع بین افراد، گروه‌ها، سازمانها و جامعه است، و کارآفرینی معادل یک شبه پولدارشدن نیست.

پیشینه تحقیقات انجام شده

Bagherian and Namazi (2012)، در پژوهشی تحت عنوان "موانع کارآفرینی در ایران، نقش بومی سازی و راهکارها" به نتایجی دست یافتند. بر اساس نتایج تحقیق عدم توجه به ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و به ویژه فرهنگی در زمینه ی کارآفرینی باعث کاهش کارآیی و اثربخشی فعالیت های کارآفرینی در ایران گردیده است.

Thousand Acres (2005)، در پژوهشی تحت عنوان " بررسی نقش کارآفرینی در ایجاد فرصتهای اقتصادی" به نتایجی دست یافت. فرآیند کارآفرینی را در جامعه رو به توسعه ایران شتاب می‌بخشد و بازنگری در سازماندهی و مدیریت منابع انسانی را لازم می‌سازد. کارآفرینی موجب تحول در سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی جامعه می‌شود و با روش‌سازی شیوه زندگی و نحوه استفاده از فرصت‌ها و کسب و کار و فعالیت‌های جدید اقتصادی را بوجود می‌آورد. این پژوهش با بررسی چندین فرضیه تأیید کرده است که فعالیتهای کارآفرینانه به ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی منجر می‌شود.

Ahmad Pour Dariani and Erfanian (2007)، در پژوهشی تحت عنوان " نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی " به نتایجی دست یافتند. در خصوص مفهوم توسعه و توسعه‌یافتگی اقتصادی بحث خواهیم کرد و روندهای مختلف توسعه در کشورها را بر خواهیم شمرد در نهایت نیز عوامل و پیش‌نیازهای ترویج فرهنگ، روحیه و تفکر کارآفرینی را بیان خواهیم کرد. در واقع خروجی اصلی این مقاله تبیین جایگاه کارآفرینی و ارتباط آن با مقولاتی مانند توسعه کسب و کار و توسعه اقتصادی است.

Barzegari and Zamani (2011)، در پژوهشی تحت عنوان " نقش و جایگاه کارآفرینی در نیل به رشد و توسعه اقتصادی بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی" به نتایجی دست یافتند. از استراتژی‌های دولتی برای توسعه کارآفرینی سبز، تغییر انگیزه‌های مالیاتی (پاداش برای توسعه بنگاه‌های سبز و تنبیه برای استفاده غیر منطقی از منابع طبیعی)، توسعه خلاقیت و انگیزه کارآفرینی سبز در استانداردهای مدیریت بخش دولتی، استفاده از کارآفرینی زیست محیطی به عنوان یک ارزش و سرمایه اجتماعی، اجباری شدن بازرسی زیست محیطی، ابلاغ دستورالعمل‌های مرتبط با فعالیت‌های زیست محیطی، اجباری شدن برچسب‌ها، استقرار سیستم مدیریت زیست محیطی و بازنگری در قوانین به منظور تعهد بنگاه‌ها در قبال نتایج بنگاه‌های اقتصادی ناپایدار می‌باشد.

بانک جهانی در سال‌های پایانی قرن بیستم در پژوهشی میدانی با عنوان «موانع نهادی کسب و کار» به انجام یک تحقیق گسترده بین‌المللی، برای شناسایی موانع و مشکلاتی پرداخت که در کشورهای مختلف فراروی سرمایه‌گذاران و اصحاب کسب و کار وجود دارد. این پژوهش که در سال ۱۹۹۶ توسط سه محقق پیش‌گفته (برونتی، کیسانکو و ودر) انجام شد، نمونه‌ای متشکل

از ۳۶۰۰ بنگاه در ۶۹ کشور را شامل می‌شد و بانک جهانی از نتایج آن برای تهیه «گزارش توسعه جهانی ۱۹۹۷»^۵ استفاده کرد. نمونه مورد اشاره به دو نمونه جزئی‌تر شامل کشورهای توسعه یافته^۶ و کشورهای کمتر توسعه یافته^۷ تقسیم شده و کشورهای استرالیا، کانادا، فرانسه، آلمان، ایرلند، ایتالیا، پرتغال، اسپانیا، سوئد، انگلستان و ایالات متحده در گروه نخست، و کشورهایی از منطقه خاورمیانه، امریکای لاتین، صحرای افریقا، اروپای غربی و مرکزی و برخی از کشورهای تشکیل‌دهنده اتحاد جماهیر شوروی سابق در نمونه یا گروه دوم جای گرفته‌اند. بدین ترتیب، نمونه قابل توجهی از هر دو گروه در تحقیق برونٹی، کیسانکو و ودر فراهم آمده است.^۸

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

«شواهد زیادی وجود دارد که حاکی از این است که نامطمئن بودن قوانین، مقررات و سیاست‌ها، توسعه بخش خصوصی در بسیاری از کشورهای کمتر توسعه یافته (LDC) را تهدید می‌کند. چند نمونه برجسته از این شواهد عبارت است از مطالعه انجام شده توسط (DeSoto (1989 درباره معضلات بنگاه‌های غیررسمی در پرو؛ توصیفی که کلیتگارد (۱۹۹۰) از وضعیت نااطمینانی در انجام کسب و کار در گینه استوایی ارائه کرده است؛ و تحلیل (Borner, Bronte, and Wedder (1995) از نااطمینانی نهادی در نیکاراگوئه. این مطالعات میدانی نشان می‌دهند که رفتار غیرقابل پیش‌بینی دولت‌ها می‌تواند هزینه‌های سنگینی را در مسیر توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کند. اگر به روشنی معلوم نباشد که در آینده نزدیک چه قوانین و مقرراتی قرار است به اجرا گذارده شود، کدام قراردادها حتماً – و نه به دلخواه دولت – اجرا خواهد شد، و بالأخره، اگر معلوم نباشد که آیا از حقوق مالکیت محافظت خواهد شد یا نه، بنگاه‌ها در بخش خصوصی، نوعاً به کاستن از سرمایه‌گذاری بلندمدت خود اقدام خواهند نمود.

غالب پروژه‌ها مستلزم هزینه‌های سنگین غیرقابل برگشت هستند. این مسأله باعث می‌شود که در فضای عدم اطمینان، بنگاه‌ها انگیزه‌ای برای تخصیص منابع خود به سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت نداشته باشند. نظریه «سرمایه‌گذاری غیرقابل برگشت» (به عنوان مثال: دیکسیت و پندیک (۱۹۹۴)؛ این ایده را، که چنین عدم اطمینان‌هایی به زیان سرمایه‌گذاری کل تمام می‌شود، تقویت می‌کند.

مطالعه‌ای با عنوان «کارآفرینی در بخش دولتی» توسط Zerbinati and Sotarisi in 2004 انجام شد. هدف این تحقیق، توسعه نقش بالقوه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی بود که نشان می‌داد که چگونه چارچوب استیونسون درباره فرایند کارآفرینی

⁵- World Development Report (1997), The state in a changing world

⁶- Developed countries (DC)

⁷- Less Developed countries (LDC)

⁸- Brunetti, Kisunko, & Weder (1997)

⁹- Klitgaard (1990), Information and Market Institutions in Adjusting to Reality: Beyond "State versus Market" in Economic Development. ICS Press.

¹ - Dixit, Avinash K and Pindyck, Robert S

می‌تواند در یک سازمان دولتی اروپایی بکار رفته و ابتکاراتی را برای بهره‌گیری از سرمایه‌های ساختاری اتحادیه اروپا، ارائه دهد. مبنای پژوهش شامل ده مطالعه موردی از سازمان‌های دولتی بود که پنج تا در انگلستان و پنج تای دیگر در ایتالیا مستقر بودند. در نهایت نتایج بدست آمده، حاکی از مناسب بودن مدل استیونسون در سنجش فرایند کارآفرینی در بخش دولتی بود.

روش تحقیق

در هر فعالیت پژوهشی، روش شناسی آن اصل مهمی در درستی و موفقیت آمیز بودن نتایج است. انواع بخصوصی از مسائل مستلزم روش‌های تحقیقی معینی هستند چنانچه مسئله تحقیق شناسایی عوامل تاثیرگذار بر یک معلول باشد در این صورت رویکرد کمی بهترین رویکرد است. بررسی‌های کمی کم هزینه‌تر از بررسی‌های کیفی هستند و انجام آن‌ها ساده‌تر و آسان‌تر است و علاوه بر این با استفاده از این تحقیقات می‌توان سریعتر به نتیجه رسید (Cromwell, 2002). متغیرهای اصلی مورد بررسی تحقیق کارآفرینی و موانع اقتصادی بود که متغیر مستقل کارآفرینی و متغیر وابسته موانع اقتصادی و اجتماعی بود. تعریف عملیاتی برای کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و ریسک‌پذیر، بسترسازی مناسب و شناخت و ارزیابی موانع پیش از اجرا است همچنین تعریف عملیاتی برای موانع اقتصادی، تورم بالا، نرخ بیکاری و منابع مالی می‌باشد. با توجه به موضوع پژوهش و اهداف آن، پژوهش حاضر مطالعه کمی بوده است. از آنجا که پژوهش در پی بررسی نگرش فعالان اقتصادی در خصوص موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی می‌باشد، بنابراین این تحقیق از مطالعات مقطعی و تبیینی است. روش مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات کمی پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق عبارتست از: کلیه فعالان اقتصادی شهرستان ایزه به تعداد ۴۱۷ نفر که از بین کلیه افراد تعداد ۲۰۰ نفر به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده و پژوهش بر روی آن‌ها انجام شده است. ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر عبارتست از پرسشنامه محقق ساخته که دارای ۲۸ عامل و ۵ مؤلفه می‌باشد که این عوامل باتوجه به نظر نخبگان و فعالان اقتصادی شهرستان ایزه انتخاب و نسبت به بقیه عوامل ارجحیت داده شدند و هر ماده از ۵ گزینه بسیار کم، کم، تا حدودی، زیاد، بسیار زیاد تشکیل شده که از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت الهام گرفته است. برای انجام تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزار آماری SPSS و آزمون‌های آماری مرتبط استفاده گردید. برای روایی پرسشنامه از نظر خبرگان اقتصادی، اساتید و کارشناسان بخش کارآفرینی استفاده شد و برای سنجش پایایی پرسشنامه محقق ساخته روش آلفای کرونباخ به کار گرفته شده است. پرسشنامه بکار رفته در این پژوهش دارای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ می‌باشد.

فرضیات تحقیق

- (۱) فعالان اقتصادی بر این باورند که تورم بالا و نرخ بیکاری مزمن با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه رابطه دارد.
- (۲) فعالان اقتصادی بر این باورند که عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایزه رابطه دارد.

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

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

یافته‌ها

الف) آمار توصیفی

مطابق نتایج بدست آمده تعداد کلیه شرکت کنندگان در نمونه گیری ۲۰۰ نفر بوده که اطلاعات جنسیتی، محدوده سنی و میزان تحصیلات آن‌ها مورد ارزیابی واقع شده است. کمترین سطح سنی را افراد ۲۰ تا ۲۲ و ۲۶ تا ۲۸ ساله با مجموع درصد فراوانی ۰۰.۴ درصد کمترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده اند. بیشترین درصد فراوانی نیز سهم افراد بالای ۳۷ سال با درصد فراوانی ۰۰.۴۱ درصد (۸۲ نفر) بوده است. دو گروه جنسیتی در این نمونه گیری حاضر بوده اند که البته بیشترین درصد سهم مردان (۹۵ درصد) بوده است. ۵ درصد باقی مانده نیز سهم فعالان اقتصادی زن بوده است و این بدان معناست که در شهرستان ایذه زن‌ها کمتر وارد عرصه اقتصادی می‌شوند و یا به عبارتی رگه‌هایی از مرد سالاری در این شهر مشاهده می‌شود. کمترین سطح تحصیلی را افراد فوق لیسانس با درصد فراوانی ۰۰.۹ درصد به خود اختصاص داده اند. بیشترین درصد فراوانی نیز سهم افراد دارای مدرک کاردانی (فوق دیپلم) به مقدار ۰۰.۳۷ درصد (۷۴ نفر) بوده و پس از آن سهم افراد دارای مدرک کارشناسی (۲۷ درصد معادل ۵۴ نفر) بوده است. افراد دارای مدرک دیپلم (با درصد ۱۲ درصد) و افراد دارای مدرک بالاتر از ارشد (۱۵ درصد) جزء کمترین درصد فراوانی‌ها پس از افراد دارای مدرک ارشد می‌باشند.

ب) آمار استنباطی

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

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

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

جدول ۱. بررسی رابطه بین تورم بالا و نرخ بیکاری با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه با کمک ضریب همبستگی پیرسون

Table 1. Examining the relationship between high inflation and unemployment rate with entrepreneurship development in Izeh County using Pearson correlation coefficient

توسعه کارآفرینی	تورم بالا و نرخ بیکاری
Entrepreneurship development	High inflation and unemployment rate
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۷۲۱*
Pearson correlation coefficient	
سطح معناداری	۰/۰۰۶
Significance level	

تعداد کل	۲۰۰	۲۰۰
Total number		
* معنادار بودن		
*Being meaningful		

از بعد اقتصادی وجود تورم بالا، نرخ بیکاری مزمن و بالا، رشد اندک، الگوی سرمایه‌گذاری، الگوی مصرف، ... از «موانع اقتصادی» جامعه هستند که فعالیت نظام برنامه‌ریزی را با موانع جدی و بسیار کلیدی مواجه می‌کند (Gholami-Nataj and Azimi, 2009). با توجه به این توضیح و نیز جدول فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین تورم بالا و نرخ بیکاری مزمن با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان $-0,721$ بدست آمده که مقداری منفی و نشان دهنده معکوس بوده رابطه می‌باشد و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار $0,006$ بدست آمده که تأیید کننده معناداری این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. این نتیجه مشخص می‌سازد که هرچه تورم و نرخ بیکاری بالا باشد میزان توسعه در امر کارآفرینی پایین می‌آید، لذا کارآفرینان نمی‌توانند با توجه به تورم بالا اقدام به اجرای طرح کارآفرینانه نمایند.

فرضیه دوم: آزمون رابطه عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه
فرض H_1 : بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه دارد.
فرض H_0 : بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه ندارد.

جدول ۲. بررسی رابطه عدم استفاده صحیح از منابع مالی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه با کمک ضریب همبستگی پیرسون

Table 2. Investigating the relationship between improper use of financial resources and entrepreneurship development in Izeh County using Pearson's correlation coefficient

	توسعه کارآفرینی	عدم استفاده صحیح از منابع مالی
	Entrepreneurship development	Improper use of financial resources
ضریب همبستگی پیرسون	۱	$0,968$ **
Pearson correlation coefficient		
سطح معناداری		$0/000$
Significance level		
تعداد کل	۲۰۰	۲۰۰
Total number		
** بسیار زیاد معنادار بودن		
**Being very meaningful		

یکی از مشکلاتی که امروزه بر سر راه کارآفرینی در ایران قرار دارد عدم استفاده صحیح و تقسیم ناصحیح منابع مالی می‌باشد. در شرایط اقتصادی فعلی کشور و با توجه به تحریم‌های همه‌جانبه‌ی موجود، عدم تخصیص بهینه‌ی منابع مالی به ایده‌های کارآفرینانه، باعث کاهش این فعالیت‌ها، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، کاهش تولید ناخالص ملی GDP و در نهایت عدم رشد و توسعه‌ی کشور می‌شود (Rezaian, 2011).

با توجه به شرح و جدول فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین عدم استفاده صحیح از منابع مالی با توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان ۰,۹۶۸- بدست آمده که مقداری معکوس بوده و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار ۰,۰۰۰ بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. یعنی همانند فرضیه قبلی هرچه استفاده از منابع مالی به صورت صحیح صورت نپذیرد این منابع به هدر رفته و در نتیجه عاملی بسیار موثر در تشدید نزول توسعه کارآفرینی می‌باشد. به موازات اگر از منابع مالی به صورت صحیح استفاده شود توسعه کارآفرینی افزایش می‌یابد.

فرضیه سوم: آزمون رابطه ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه

فرض H1: بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه وجود دارد.

فرض H0: بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه وجود ندارد.

جدول ۳. بررسی رابطه بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه با کمک ضریب همبستگی پیرسون

Table 3. Examining the relationship between fear of acting differently and entrepreneurship development in Izeh County using Pearson correlation coefficient

	توسعه کارآفرینی Entrepreneurship development	ترس از متفاوت عمل کردن Fear of acting differently
ضریب همبستگی پیرسون Pearson correlation coefficient	۱	** -۰ /۸۴۲
سطح معناداری Significance level		۰/۰۰۰
تعداد کل Total number	۲۰۰	۲۰۰
** بسیار زیاد معنادار بودن Being very meaningful **		

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

با توجه به جدول و توضیحات فوق، باید اینگونه استدلال نمود که بین ترس از متفاوت عمل کردن و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه بسیار معنادار و معکوس وجود دارد. زیرا میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان -0.842 بدست آمده که نشان دهنده معکوس بودن رابطه و از طرفی میزان سطح معناداری نیز به مقدار 0.000 بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد.

باتوجه به اینکه شهرستان ایذه دارای وسعت کمی می‌باشد، لذا عدم استقبال از طرح‌های جدید، طرح‌های کسب و کار نوآورانه، کم بودن ریسک پذیری، نبود منابع کافی و ... ترس از متفاوت عمل کردن یکی از عوامل مانع توسعه کارآفرینی در سطح این شهرستان است.

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

جدول ۴. بررسی رابطه ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه با کمک ضریب همبستگی پیرسون

Table 4. Investigating the relationship between weakness in teamwork and entrepreneurship development in Izeh County using Pearson's correlation coefficient

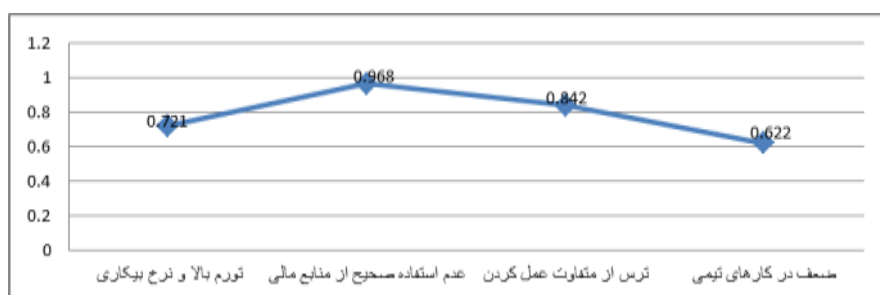
	توسعه کارآفرینی Entrepreneurship development	ضعف در کارهای تیمی Weakness in teamwork
ضریب همبستگی پیرسون	۱	* -0.842
Pearson correlation coefficient		
سطح معناداری		0.000
Significance level		
تعداد کل	۲۰۰	۲۰۰
Total number		
** بسیار زیاد معنادار بودن		
Being very meaningful **		

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

هم چنین ما در عصر جهش‌های تکنولوژیک، در یک شرایط رقابتی سنگین در همه عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی قرار داریم. در شرایطی که رقبا با استفاده از بهره‌های فعالیت‌های جمعی، پروژه‌های بزرگی را اجرا می‌کنند و بدین وسیله سلطه خود را بر جهان می‌افزایند، بی‌تفاوتی نسبت به فواید کار جمعی می‌تواند موقعیت ما را در جهان تضعیف کند (District Information Database, 2010).

بنابراین باید اینگونه استدلال نمود که بین ضعف در کارهای تیمی و توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه رابطه بسیار معنادار و معکوسی وجود دارد. زیرا با توجه به جدول فوق، میزان ضریب همبستگی پیرسون در این رابطه به میزان 0.622 - و میزان سطح معناداری نیز به مقدار 0.021 بدست آمده که تأیید کننده معناداری بالای این رابطه می‌باشد. بنابراین فرض H_1 که دال بر وجود رابطه می‌باشد، تأیید و فرض H_0 که مبنی بر عدم وجود رابطه است، رد می‌گردد. زیرا هر چقدر هماهنگی در کارهای تیمی در کسب و کار بیشتر باشد موجبات توسعه کارآفرینی از جهات بسیار را بدنبال دارد، لذا عدم وجود این امر و معکوس بودن آن یعنی وجود تک روی‌های ممتد در یک گروه تیمی، کاهش و منع شدن توسعه کارآفرینی را بدنبال دارد.

بررسی شدت رابطه‌ها



شکل ۲. بررسی شدت رابطه بین مولفه‌های مورد بررسی

Figure 2. Examining the intensity of the relationship between the components under study

نتیجه‌گیری

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

✓ فعالان اقتصادی در قبال تورم بالا در اقتصاد کشور و نرخ بیکاری منطقه این عوامل را جزء عوامل موثر می‌دانند، که این عوامل نشان دهنده اقتصاد ناپایدار توأم با تورم و عدم تناسب بین واجدان شرایط کار و تولید شغل است. لذا اگر مولفه‌های ذکر شده کاهش یا حد متناسب با درآمد و نیاز داشته باشند، موجبات توسعه کارآفرینی را فراهم می‌آورند و اگر عدم وجود این موارد لحاظ گردد و میزان بالایی را به خود اختصاص دهند، موجبات کاهش توسعه کارآفرینی یا حتی ورشکستگی کسب و کارها را بدنبال دارد. این یافته با یافته‌های باقری و نمازی (۱۳۹۱) همسو می‌باشد.

✓ فعالان اقتصادی در قبال منابع مالی و نحوه استفاده آن، نظر بر عدم استفاده صحیح دارند که این امر را میتوان ساطع شده از عواملی همچون؛ استفاده ناصحیح دولت در مورد بحث بودجه کارآفرینی و توسعه آن، عدم حمایت مالی کارشناسی شده، باتوجه به نیازها، استفاده منابع بسیار زیاد مالی برای کسب و کارهایی که با هزینه واقعی همخوانی ندارد، عدم سرمایه گذاری مناسب و ... دانست. گاهی واحدهای ارزیابی طرح‌های کارآفرینانه از لحاظ توجیه پذیری به صورتی ناصحیح و بدون بررسی علمی و بر اساس قضاوت شخصی عمل می‌کنند و روابط به جای ضوابط در تخصیص منابع به طرح‌های کارآفرینی حاکم می‌شود. تصمیم گیری در تخصیص منابع به دلایلی مانند عدم وجود قانون، نظارت ناکافی و نیز نبود عوامل انگیزشی به طور صحیح انجام نمی‌شود این یافته با یافته‌های پیراش و رسولی (۱۳۹۵)، باقری و نمازی (۱۳۹۱) و احمدی و احمدی (۱۳۹۱) همسو می‌باشد.

✓ فعالان اقتصادی در خصوص ایجاد کسب و کار و کارآفرینی با توجه وبه ایده‌های خود قابلیت ریسک پذیری را دارا نمی‌باشند، که می‌تواند موانعی برای عدم ریسک‌پذیری وجود داشته باشد، مانند؛ هم‌رنگی با جماعت، ترسهای اجتماعی و اقتصادی، عدم ثبات بازار، تورم، عدم حمایت‌های مالی در حین کار و ... این یافته با یافته‌های ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۰) و باقری و نمازی (۱۳۹۱) همسو می‌باشد.

ایرانیان بسیار شبیه هم زندگی می‌کنند تا مبادا از طرف اطرافیان مورد سؤال واقع شوند بسیار واضح است که ما انسان‌های متفاوتی هستیم و هر کدام از ما نیازها و استعداد‌های متفاوتی داریم پس باید سبک زندگی مختص به خود را داشته باشیم حال آن که در تفکر ایرانی راه موفقیت راهی است که از سوی جامعه و خانواده به فرد تحمیل می‌شود و فرد جسارت سرپیچی ندارد. مبرم است که ترس از متفاوت عمل کردن در جامعه ی ایرانی وجود دارد و این یکی از دلایلی است که موجبات کاهش خلاقیت و کارآفرینی در جامعه ی ایران گردیده است (Bagherian and Namazi, 2012).

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

ضعف در کار تیمی با توجه به سوابق تاریخی و فرهنگی، بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ ایرانی از ضعف بزرگی در کار تیمی رنج می‌برد. این دسته دسته شدن و ساز فردی زدن در فرهنگ ایرانی را می‌توان در بسیاری از جاها دید. در دانشگاه‌ها، محیط کار، احزاب و حتی در داخل خانواده‌ها. این درگیری‌های قابل اجتناب که در فرهنگ ایران عادی می‌نماید معمولاً چیزی نیست جز عدم توانایی فرد در تعمیم خودخواهی خود به خودخواهی گروهی، که باعث ائتلاف نیرو بسیاری در فعالیت‌های جمعی می‌شود و بازدهی و قدرت تیم را به شدت کاهش می‌دهد. تأکید بر تفاوت‌ها به جای شباهت‌ها، عدم گذشت و خشونت‌های نابجا، اثرات عدم پختگی در احساسات و روابط اجتماعی می‌باشد. در تیم‌های ایرانی شاهد عدم انتخاب صحیح افراد برای کار تیمی، عدم اعتماد متقابل، سیستم پاداش دهی نامناسب و پنهان کاری افراد در تیم هستیم که از جمله موانع شکل‌گیری تیم به معنای واقعی و کارآفرینی محسوب می‌گردد (Bagherian and Namazi, 2012).

به طور کلی، بیشترین عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در شهرستان ایذه عدم استفاده صحیح از منابع مالی و پس از آن ترس از متفاوت عمل کردن، می‌باشد. با این تفاسیر بزرگترین موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در شهرستان ایذه از دیدگاه فعالان اقتصادی این شهرستان، عدم استفاده صحیح از منابع مالی و ترس از متفاوت عمل کردن می‌باشد که ضروریست تدابیری جهت مرتفع سازی این موانع بعمل آید. از اینرو جهت بهبود کارآفرینی در سطح منطقه می‌توان؛ برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت در خصوص مفهوم سازی متغیرهای مورد بررسی، بررسی رابطه متغیر نگرش فعالان اقتصادی و فرهنگ و سیاست کارآفرینی و نیز موانع اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی با متغیرهای دیگر در پژوهش‌های آینده، ایجاد بستر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جهت فرهنگ سازی و زمینه سازی فعالیت کارآفرینان، حمایت بخش خصوصی و دولتی از بنگاه‌های زود بازده و کارآفرینان، شناسایی مشکلات و موانع کارآفرینی و مرتفع نمودن آنان جهت پیشرفت منطقه از سوی مسئولان شهر یا استان، را پیشنهاد کرد. همچنین در راستای ارائه پیشنهاد در خصوص فرضیات می‌تون ایجاد راهکارهایی در جهت مرتفع ساختن فرضیات شاخص (عدم استفاده صحیح از منابع مالی و ترس از متفاوت عمل کردن)، عدم استفاده صحیح از منابع مالی، تخصیص منابع کارشناسی شده، مطالعات مالی با آینده نگری پیش از اجرای طرح کسب و کار، حمایت‌های مالی از سوی دولت و بخش خصوصی جامعه و نمونه آماری برای بازده نتایج واقعی کوچک بوده لذا توصیه می‌شود در آینده این پژوهش در جامعه نمونه آماری گسترده تری صورت پذیرد.

منابع

- **Ahmadpour Dariani, M., & Erfanian, A. (2007).** The role and position of entrepreneurship in achieving economic growth and development. *Economic Journal*, 69–70, 22–25. [In Persian]
- **Ahmadpour, M. (2002).** Entrepreneurship. Pardis Publications. [In Persian]
- **Alavi, B. (2008).** The role of social capital in development. *Tadbir Monthly*, 116, 3. [In Persian]
- **Bagheri, M., & Namazian, M. (2012).** Obstacles to entrepreneurship in Iran, the role of localization and solutions. In *Proceedings of the National Conference on Entrepreneurship and Knowledge-Based Business Management*. Babolsar, Iran: Toroud Shomal Research Company.

http://www.civilica.com/Paper-KNOWLEDGEBASE01-KNOWLEDGEBASE01_121.html [In Persian]

- **Borner, S. (1995).** Aymo Brunetti and Beatrice Weder.
 - **De Soto, H. (1989).** The Other Path: The Invisible Revolution in Third World. Harpercollins.
 - **Drunker, P. (1985).** "the Discipline of Innovation" Harvard Business Review, PP 67 – 72
 - **Golestan Hashemi, M. (2001).** Development and technology: Organizational and technological creativity and innovation. Issue 26, 83–90. [In Persian]
 - **Guroi, Y., & Atsan, N. (2005).** Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey. *Education and Training*, 48(1), 25-38.
 - **Hezar-Jeribi, J. (2005).** Entrepreneurship. Economic Affairs Research Institute Publications. [In Persian]
 - **Khani Jazni, J. (2006).** Social context of entrepreneurship. *Business Management Perspective*, 19–20, 62–93. [In Persian]
 - **Klitgaard. (1990).** Information and Market Institutions in Adjusting to Reality: Beyond “State versus Market” in Economic Development. ICS Press.
 - **Mulford, D. L. , & Rogers, C. L. (1982).** “Definitions and models”, in Rogers. D. L., & Whetten, D. A. (eds) *Interorganizational Coordination: Theory, Research & Mplementation*. Ames: Iowa State University Press, pp. 9–31.
 - **Oleman, J.S. (1998)** , absorptive capacity, anew perspeyive on learning and innovation, *administrative science quarterly*, p: 128- 129.
 - **Rezaei, A. (2008).** The role of social capital in the career development path. *Age of Management*, 2(8), 5. [In Persian]
 - **Saadat, A. (2004).** Human resources management. Samt Publications. [In Persian]
 - **Tarou, L. (2002).** Wealth-makers (A. Kiavand, Trans.). Ferrara Publications. [In Persian]
- Avinash **K. D., & Robert S. P. (1994).** *Investment under Uncertainty*, ISBN: 9780691034102.