

تبیین مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی)

حسنعلی آقاجانی¹
¹استادیار دانشگاه مازندران

چکیده

هدف از اجرای تحقیق حاضر، بررسی و شناسایی متغیرها و تبیین مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شهرستان بابل بوده است. بر این اساس، ضمن مروری جامع بر ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی به صورت عام و کارآفرینی مستقل به صورت خاص، از میان جامعه آماری 100 عضوی انتخاب شده، از دیدگاه های تعداد 33 نفر استفاده شده و سپس با جمع آوری داده های مورد نیاز، با استفاده از ابزارهای مراجعه به اسناد و مدارک، مصاحبه و بویژه پرسشنامه با ضریب پایایی 85٪ در قالب روش تحقیق غیرآزمایشی پیمایشی، به استخراج مدل معادله ساختاری تبیین کننده عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) با استفاده از آزمونهای آماری همبستگی و روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها، و نیز معادلات رگرسیون تعاملی در قالب تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Lisrel پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که از چهار گروه متغیرهای تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در قالب یک مدل معادله ساختاری، یعنی متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی، ضمن تأیید کلیت مدل استخراج شده، هر کدام با شدت و ضعف خاص خود، هم بصورت مستقیم، و هم بصورت غیرمستقیم و تعاملی، بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح شهرستان بابل تأثیرگذار بوده اند. به استناد ضرایب مدل معادله ساختاری، بیشترین اثرگذاری مستقیم بر روی فرآیند کارآفرینی مستقل مربوط به متغیر رفتاری بوده و از این نظر متغیرهای محیطی، شغلی و فردی در درجات اهمیت بعدی قرار دارند. در پایان مقاله، نتیجه گیری، بحث و مقایسه، پیشنهادهای کاربردی مدیریتی و پیشنهادهای مرتبط با ادامه و پیگیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه شده است.

واژه های کلیدی: مدل - معادله ساختاری - فرآیند - کارآفرینی مستقل.

مقدمه

بررسی روند زندگی اجتماعی انسان از دوران اولیه‌ی پیدایش تاریخ تاکنون نشان می‌دهد که همواره عامل تغییر یا همان کارآفرین، نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که کارآفرینی و کارآفرینان از قدیم الایام وجود داشته‌اند، اما توجه به آنها به گونه‌ای شایسته و بایسته، صرفاً در چند دهه‌ی اخیر بوده است. کارآفرینی، خلاقیت، و کسب‌وکارهای ریسکی، بعنوان سوخت موتور اقتصاد مدرن در نظر گرفته شده‌اند. کارآفرینان در رأس کسب‌وکارها قرار گرفته، در جستجوی فرصتها بوده‌اند و خلاقیت نیز ابزاری برای موفقیت آنها تلقی می‌شود. کارآفرینان تغییر را بعنوان یک پدیده معمولی بدان می‌نگرند؛ همیشه در جستجوی آن هستند؛ به آن واکنش نشان داده و از آن، به عنوان یک فرصت استفاده می‌کنند (Dunphy, 1994, 1). پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین‌الملل و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، باعث شده که از کارآفرینی بعنوان موتور محرک توسعه اقتصادی یاد شود؛ زیرا آن می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمدپور و دیگران، 1383، 1). کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره‌گیری از فرصتها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقاداتی، در جوامع، لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (Kuratko et al, 1989). گرایش به سوی کارآفرینی و کارآفرینان از اوایل دهه- 1980 به بعد، هم زمان با تأکید شرکتهای بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند موجب هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه به درون شرکتهای شد. امروزه، اهمیت فرآیندهای کارآفرینانه در شرکتهای بزرگ بیش از گذشته مورد تأکید قرار می‌گیرد و محققین کانون توجه خود را به چگونگی القاء مقوله کارآفرینی در ساختار اداری شرکتهای بزرگ معطوف نموده‌اند (Stevenson et al, 1985). تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن‌آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه‌ی موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحرانهای اقتصادی، به

یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین علت برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند (آقاجانی، 1384). افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی به عهده دارند و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند (Duane, 2000).

کارآفرینی به عنوان سمبول و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. آنها از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارآیی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقاد بعضی، لازم است که در جوامع، انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (کوراتکو و هاجتس، 1383، 23). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصتها بیان می‌کند که چگونه افراد به صورت مستقل و یا در داخل سازمانها، مسائل و چالشهای ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آنها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می‌بیند و برای استفاده از آن برنامه‌ریزی می‌کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصت‌ها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می‌کنند که مشتری‌پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آنهاست. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات کاملی از بازار و محیط داشته باشند. فرآیند مبادله و تعامل با محیط می‌تواند این اطلاعات را فراهم کند (Javanovic, 1982; Arrow, 1974). در بسیاری از کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه طی چند دهه‌ی اخیر توجه خاصی به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان شده است. علت این توجه به موضوع، نقش مهم، مثبت و سازنده کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی، بهره‌برداری از این انرژی و نیروی بالقوه در جهت مقابله با مسائل و چالشهایی نظیر تورم، رکود و بخصوص بیکاری بوده است. نتایج این توجه در اغلب کشورها قابل ملاحظه بوده است. مطالعه و مقایسه‌ی تطبیقی نتایج به دست آمده ناشی از اثرات توجه به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان در دیگر کشورها می‌تواند اهمیت آنرا بیش از پیش نمایان ساخته، و راهنمای خوبی در استفاده از تجربه آنها برای کشورمان ایران باشد. بر اساس تحقیقات انجام شده در میان 47 کشور صنعتی و نیز در حال توسعه (احمدپور و دیگران، 1383، 4)، با توجه به پنج شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کارآفرینی شامل: درصد ایجاد اشتغال، سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل، توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و ریسکی برای توسعه‌ی کسب‌وکار، میزان درک مدیران از کارآفرینی، و سرانجام هزینه کل تحقیقات، تأیید شده است که بین میزان توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه و بهبود شاخص‌های مذکور در کشورهای مورد مطالعه رابطه مثبت وجود دارد. همانگونه که مستندات مختصر فوق‌الذکر نشان می‌دهند لزوم انجام تحقیقات مرتبط با کارآفرینی (به‌خصوص تحقیقات بومی)

در کشور، به منظور بهره‌برداری از مزایای توجه به آن در جامعه، بخوبی می‌تواند توجیه‌کننده‌ی مسأله‌ی تحقیق حاضر باشد.

به استناد مسئله مذکور در فوق، هدف از اجرای تحقیق حاضر، بررسی و شناسایی متغیرها و تبیین مدل معادله‌ی ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شهرستان بابل، و مدل مفهومی مورد استفاده با توجه به مرور ادبیات موضوعی مربوط (Sahlman et al, 1999, 140؛ Fry, 1993, 377؛ Cornwall & Perlman, 1990, 221؛ زالی، 1384؛ مقیمی، 1379) چهار بعد تبیین‌کننده مدل معادل ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) شامل متغیرهای فردی، رفتاری، شغلی و محیطی بوده است. بر همین اساس، در تحقیق حاضر به این سؤال اصلی پاسخ داده خواهد شد که: مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شهرستان بابل چیست؟

پیشینه تحقیق

واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی (Entrepreneur) به معنی متعهدشدن و نیز اصطلاحاً به معنی واسطه یا دلال نشأت گرفته و مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف و متعددی مورد بررسی قرار گرفته است. بسیاری بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه‌ی توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و نیز در حال توسعه است. سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه‌ی فن‌آوری و اشتغال مولد است. در عین حال، در موارد زیادی به اشتباه، این مفهوم را صرفاً معادل اشتغال‌زایی تعریف کرده‌اند. از اواخر دهه‌ی 70، در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزشها و گرایش‌های جامعه و به عبارتی تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمدند، بگونه‌ای که این موضوع باعث شده است تا مقوله‌ی کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و بوسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی مورد مطالعه و بحث قرار گیرد. همانند سایر بحثها در علوم انسانی، از کارآفرینی نیز تعاریف مختلف و متعددی شده است (احمدپور، 1381، 3). وجود تعاریف و تعبیر مختلف و متنوع از کارآفرینی، از سویی بیانگر گستردگی و اهمیت موضوع بوده که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر، نشان دهنده‌ی پویایی موضوع است که می‌تواند زمینه ارائه مدلها، تئوری‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم آورد. ذیلاً به ذکر چند مورد از تعاریف مختلف ارائه شده در مورد کارآفرینی پرداخته می‌شود: شومپتر¹ معتقد است که کارآفرینی موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش کارآفرین عبارت است از: نوآوری و ایجاد

1. Schumpeter.

ترکیبهای تازه‌ای از مواد (Palmer, 1987, 48). فرای (Fry) کارآفرین را فردی می‌داند که یک کسب و کاری را راه اندازی می‌کند و یا از طریق روشهای نوآورانه، آن را بهبود می‌بخشد (Fry, 1993, 59). کارآفرینی یعنی شناسایی و بهره‌برداری از افکار فرصت‌طلبانه برای ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک (Brockhaus & Horwitz, 1986, 45). کارآفرینی فرآیند کسب سود از طریق ترکیب جدید، منحصر به فرد و ارزشمند منابع، در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است. کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و ریسک‌پذیر است (احمدپور، 1381، 25). کارآفرینی فرآیندی است که در آن، کارآفرین فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (Drucker, 1985) کارآفرینی فرآیندی است که بدون توجه به منابعی که در اختیار است فرصتها بوسیله افراد تعقیب می‌شود (Hurley, 1999, 2). در مجموع، بهترین تعریفی که می‌توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارتست از: فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسکهای مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه‌ی کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (Hisrich, 2002). و یا به عبارت دیگر، کارآفرینی به معنی شناسایی، خلق فرصتها و استفاده از آنها از طریق تبدیل ایده‌های نو و جدید به واقعیت‌های سودآور و تجاری در قالب کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه است (آقاجانی، 1385، 2). برای واژه‌ی کارآفرینی تقسیمات مختلفی نیز ذکر شده است. علاوه بر کارآفرینی فردی که به شکلی نوعی نوآوری در زندگی اجتماعی و اقتصادی است در دهه‌های اخیر دو واژه کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی شرکتی نیز به ادبیات کارآفرینی معرفی شده‌اند. علت رواج این مفاهیم هماهنگی با تغییرات محیط اجتماعی و اقتصادی بوده است. در یکی از مهم‌ترین تقسیم‌بندی‌ها، کارآفرینی را سه نوع دانسته‌اند: کارآفرینی شرکتی (فردی یا مستقل)، کارآفرینی درون‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی. در کارآفرینی مستقل، شرکت و سازمان (کسب و کار) جدیدی تأسیس می‌شود تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه گردد. در کارآفرینی درون‌سازمانی، نوعی نوآوری در درون سازمانها و شرکت‌های موجود شکل می‌گیرد تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه شود. در کارآفرینی سازمانی، شرایط مدیریتی داخل سازمانها مورد بررسی و آسیب‌شناختی مدیریتی قرار می‌گیرد تا بستر و شرایط لازم به منظور نوآوری و بالندگی سازمانی فراهم شود (آقاجانی، همان مأخذ).

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 شد و رشته‌های علمی دیگری به بحث در مورد آن پرداختند (Jennings, 1994, 8). علاوه بر اقتصاددانان، دانشمندان رشته‌های علوم رفتاری نیز در زمینه کارآفرینی و کارآفرینان نظریه‌پردازی کرده‌اند که از جمله این دانشمندان ون در ورف و برانش هستند. آنها ضمن بررسی

بیست و پنج تعریف از کارآفرینی، اینگونه نتیجه‌گیری کرده‌اند که کارآفرینی بعنوان یک فعالیت تجاری، ویژگی‌هایی بدین شرح دارد (Vanderwerf & Brush, 1989): - ایجاد، یعنی تأسیس یک واحد تجاری یا یک کسب‌وکار جدید. - مدیریت عمومی، یعنی هدایت و سازماندهی یک فعالیت تجاری یا کسب‌وکار 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. اگر چه شروع نظریه‌پردازی در مورد کارآفرینی و کارآفرینان با دانشمندان رشته اقتصاد و ادامه آن نیز با رفتارشناسی بوده است، اما به جرأت می‌توان ادعا کرد که بیشترین کار را در مورد موضوع را علما و دانشمندان مدیریت انجام داده‌اند. محققان مدیریتی عمدتاً رویکرد فرآیندی را در تشریح و تبیین مدیریت کارآفرینی انتخاب، و به ایجاد و خلق بستر و محیط کارآفرینانه در سازمانها و محیط آنها پرداخته‌اند (احمدپور، 1381) (آقاچانی، 1384). تحقیقات نشان داده‌اند که بین رشد اقتصادی کشورها با سطح فعالیت‌های کارآفرینانه آنها همبستگی مثبت وجود دارد. به موجب مطالعه انجام شده در 21 کشور¹، نتایج کلی زیر در مورد ارتباط بین کارآفرینی و رشد اقتصادی با استفاده از مدل GEM² و طرح سؤالات زیر به دست آمده است (احمدپور و دیگران، 1383). سؤالات مدل مذکور عبارت بوده‌اند از: 1- سطح فعالیت‌های کارآفرینی بر روی میزان رشد اقتصاد ملی و رفاه جامعه چه تأثیری می‌گذارد؟ 2- فعالیت‌های شروع کسب‌وکار بین کشورهای مختلف تا چه سطحی با هم تفاوت دارند؟ 3- چه چیزی می‌تواند یک کشور را کارآفرین معرفی کند؟ چه عواملی می‌توانند فعالیت‌های شروع یک کسب‌وکار را محدود کنند یا ارتقاء بخشند؟ نتایج کلی این مطالعه به قرار ذیل است: ♦- سطح فعالیت‌های کارآفرینانه بین کشورها بسیار متفاوت است. ♦- سیاست‌های اتخاذ شده و تقویت ظرفیت کارآفرینی یک جامعه (از قبیل مهارت‌ها و انگیزه‌ها) بیشترین تأثیر را در سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهد داشت. ♦- تأثیر مشارکت زنان در کارآفرینی، ضرورت همیشگی برای اقتصاد است. ♦- برای داشتن اثرات طولانی مدت سیاست‌ها، باید افراد زیر 25 سال و بالای 44 سال را برای شرکت در فرآیند کارآفرینی تشویق کرد. ♦- هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است باید حمایت‌های لازم را برای کلیه جنبه‌های سیستم اقتصادی که افزایش دهنده سطوح فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشند را فراهم نماید. مواردی نظیر حداقل کردن مالیاتها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیر حقوق بگیر، کاهش مقررات، و آسان‌سازی ایجاد کسب‌وکار، نمونه‌هایی از این حمایت‌ها

1. این تحقیق در سال 1999 میلادی میان ده کشور آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، فنلاند، دانمارک و اسرائیل انجام شد و در سال 2000 نیز یازده کشور دیگر به آن اضافه شدند.

هستند. ♦- سیاستها باید تعیین‌کننده توسعه سرمایه‌گذاریهای مخاطره‌آمیز و افزایش انگیزه‌های افراد و بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری بهینه در مراحل ابتدایی هر کسب‌وکار باشند.

براساس تحقیقات انجام شده در میان 47 کشور صنعتی و نیز در حال توسعه، با توجه به پنج شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کارآفرینی شامل: درصد ایجاد اشتغال، سرانه تولید ناخالص داخلی به ازای هر نفر شاغل، توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و ریسکی برای توسعه کسب‌وکار، میزان درک مدیران از کارآفرینی، و سرانجام، هزینه کل تحقیقات. تأیید شده است که بین میزان توجه به فعالیتهای کارآفرینانه و بهبود شاخصهای مذکور در کشورهای مورد مطالعه رابطه مثبت وجود دارد (احمدپور و دیگران، 1383، 4). در تحقیقی اشاره شده است که نوآوری در درون سازمانها مستلزم تغییر در الگوی بکارگیری منابع و ایجاد تواناییهای جدید است. در تحقیق مذکور هم چنین آمده است که برای تجدید حیات سازمانی باید از راهبردهای سه‌گانه ریسک‌پذیری سازمانی، نوسازی سازمانی و تغییر مبتنی بر چهارچوب‌شکنی استفاده شود (Sandra & Dubinsky, 2000).

احمدپور در رساله‌ی تحصیلی دوره دکتری خود، ضمن جمع‌بندی ویژگی‌ها و عوامل مؤثر بر کارآفرینی مستقل و سازمانی، کارآفرینی را به صورت سیستمی در نظر گرفته است که دارای ورودی‌ها، فرآیند و خروجی خاص (رشد، تغییر و نوآوری) خود است. وی در نهایت، مدلی را از کارآفرینی نیز ارائه داده است (احمدپور، 1381). مقیمی در تحقیق خود موانع کارآفرینی موجود در صنعت کشور را در قالب مدلی سه شاخگی شامل موانع رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای بررسی کرده است. عوامل ساختاری تحقیق حاضر عبارت بودند از: ساختار سازمانی، استراتژی سازمانی، سیستم حقوق و دستمزد، سیستم ارزیابی عملکرد، سیستم مالی و بودجه‌ای و سیستم تحقیق و توسعه. عوامل رفتاری نیز در برگیرنده عواملی همچون: فرهنگ سازمانی، تضاد و نقش، سبک رهبری، ویژگی‌های شخصیتی کارکنان، و ویژگی‌های شخصیتی مدیران هستند. همچنین، عوامل زمینه‌ای یا محیطی آن شامل: ارتباط با ارباب رجوع، ویژگی‌های محیطی، و ارتباط با دولت می‌شود. در بخشی از نتایج این تحقیق، آمده است که اگر چه مدیران با مباحث کارآفرینی آشنایی دارند، اما به علت وجود نظام نادرست پاداش، از آن استقبال نمی‌کنند (مقیمی، 1379). لای‌ولینگ و دیگران دوازده خصوصیت مؤثر بر تبیین فرآیند کارآفرینی کارآفرینان را در سطح اعتقادی شناسایی و آنها را معرفی کرده‌اند؛ بدین شرح: مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می‌دهد؛ عرضه‌کننده سرمایه مالی است، مبتکر است؛ تصمیم‌گیرنده است؛ رهبر صنعتی است؛ مدیر یا رئیس است؛ سازمان‌دهنده یا هماهنگ‌کننده منابع اقتصادی است؛ مالک شرکت تجاری است؛ به کارگیرنده عوامل مختلف تولید است؛ پیمانکار است، حاکم است و سرانجام، فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف به کار می‌گیرد (Liewellyng et al, 2003). صمدآقایی در تحقیقی با هدف بررسی تنگناهای توسعه‌ی کارآفرینی در ایران، موانع کارآفرینی در مجموعه شرکتهای سازمان گسترش و نوسازی صنایع

ایران را بررسی و آنها را به دو گروه موانع داخلی و خارجی تقسیم کرده است (صمدآقایی، 1378). زالی در تحقیقی به بررسی و ارزیابی خصیصه‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران پرداخته و نتیجه‌گیری کرده است که در جامعه آماری مورد مطالعه، هیچکدام از افراد واجد خصیصه‌های کارآفرینانه نیستند (زالی، 1385). ناظم و عباسی در تحقیق خود، به بررسی رابطه بین کارآفرینی و عملکرد مدیران دبیرستانهای شهر تهران پرداخته و نتیجه‌گیری کرده‌اند که بین کارآفرینی و عملکرد مدیران رابطه معناداری وجود دارد، کارآفرینی یکی از متغیرهای مؤثر در عملکرد مدیران زن و مرد است، بین کارآفرینی و سطح تحصیلات مدیران رابطه معنادار وجود دارد، بین کارآفرینی و سن مدیران رابطه معنادار وجود دارد و سرانجام اینکه بین کارآفرینی و وضعیت تأهل مدیران رابطه معنادار وجود دارد (ناظم و عباسی، 1384).

مواد و روشها

در مورد روش تحقیق تاکنون نظریات و دیدگاههای متفاوتی عنوان شده است (ظهوری، 1378، 27). علی رغم این، با توجه به روشهای چهارگانه دیدگاه تئوری پردازی، یعنی، بسط یا بهبود تئوریهای موجود، مقایسه دیدگاههای تئوریک مختلف، بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاههای تئوریک مختلف و نیز بررسی پدیده‌ای مستند و تکراری (تحقیقی که قبلاً انجام شده است) در محیط و شرایطی جدید (Feldman, 2004, 1-6)، روش تحقیق حاضر در گروه چهارم قرار می‌گیرد. و با توجه به روشهای دوگانه تبیین فرضیات در تحقیقات مدیریتی شامل استفاده از فنون آماری و استفاده از فنون غیرآماري مانند تحقیق در عملیات (آذر، 1373، 34)، تحقیق حاضر غیرآزمایشی پیمایشی بوده و درگروه اول قرار می‌گیرد.

جامعه‌ی آماری 100 نفری تحقیق حاضر را افرادی تشکیل داده‌اند که مؤسس حداقل یک شرکت در سطح شهرستان بابل باشند، به گونه‌ای که به استناد مرور ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی، بتوان آنها را کارآفرین شرکتی (مستقل و فردی) قلمداد کرد.

با توجه به تعداد نسبتاً محدود اعضای جامعه آماری، در تحقیق حاضر از نمونه‌گیری استفاده نشده، بلکه پرسشنامه‌های تحقیق برای همه آنها ارسال گردیده است. از میان 100 پرسشنامه ارسالی، محقق توانسته است فقط تعداد 33 مورد آنها را جمع‌آوری نماید که تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز بر اساس آنها انجام شده است.

قلمرو موضوعی تحقیق حاضر را مباحث مرتبط با کارآفرینی مستقل، قلمرو زمانی آن را داده‌های جمع‌آوری شده طی سال 1385، و قلمرو مکانی آن را کارآفرینان شرکتی (مستقل) شهرستان بابل تشکیل داده‌اند.

متغیرهای تحقیق از نظر نقشی که در پاسخ دادن به سؤالات و یا آزمون فرضیات ایفا می‌کنند به پنج نوع تقسیم شده‌اند (بازرگان و دیگران، 1376، صص 43-45) که تحقیق حاضر از نوع "تک متغیری مستقل" است. بر این اساس، عوامل چهارگانه‌ی ویژگیهای فردی، رفتاری، شغلی و محیطی بعنوان متغیرهای مستقل مشهود، و فرآیند کارآفرینی شرکتی بعنوان متغیر مستقل نامشهود می‌باشند.

از ابزارهای چهارگانه‌ی جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در تحقیق حاضر پرسشنامه‌ی "محقق‌ساخته" مستند به مرور ادبیات موضوعی تحقیق، حاوی 10 سؤال مشخصات جمعیت‌شناختی، دو سؤال باز و 59 سؤال در مقیاس پنج گزینه‌ای¹ بوده است.

روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق بدین صورت بوده است که پرسشنامه طراحی شده، در مراجعه‌ی حضوری اول، در اختیار اعضای جامعه آماری قرار گرفته و توضیحات لازم نیز برایشان داده شد سپس در مراجعه حضوری دوم نسبت به جمع‌آوری آنها اقدام شده است.

آزمونهای مورد استفاده در تحقیق حاضر شامل محاسبه همبستگی و روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها، و نیز معادلات رگرسیون تعاملی در قالب تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel بوده است.

روشهای مختلفی برای تعیین اعتبار (روایی) ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که یکی از آنها پرسش از متخصصان و خبرگان است (بازرگان و دیگران، 1377، 166-171). سؤالات ابزار اندازه‌گیری تحقیق حاضر دارای اعتبار است زیرا اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری، از ادبیات موضوعی تحقیق گرفته شده‌اند و به عبارتی، توافق خبرگان امر در مورد آنها اکتیاف شده است. به علاوه اینکه شاخص GFI = 0.94 نیز که به عنوان یکی از معیارهای سنجش روایی است (Hair et al, 1998) در این تحقیق بیشتر از 0.90 به دست آمده است.

به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز روشهای مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آنها سنجش سازگاری درونی آن است (Conca & et al, 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (Cronbach, 1951). این روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد (Peterson, 1994). اگر چه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید 0/7 باشد اما مقادیر 0/6 و حتی 0/55 نیز قابل قبول و پذیرش است (Van de Ven & Ferry, 1979) (Nunnally, 1978). در تحقیق حاضر، قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری 0/85 بوده است.

¹ به منظور تبدیل داده‌های جمع‌آوری شده به مقیاس فاصله‌ای، امتیازات به دست آمده از سازه‌های هر کدام از متغیرهای چهارگانه تحقیق با هم جمع شدند. بدین ترتیب دامنه و بازه تغییرات امتیازات هر کدام از متغیرها حداقل عدد ده بوده است (اصغرپور، 1377، 192).

نتایج و یافته‌ها

1- داده‌های آماری جمعیت‌شناختی

جدول زیر داده‌های آماری توصیفی جمعیت‌شناختی اعضای 33 نفره نمونه آماری تحقیق را بر اساس آنچه که در پرسشنامه بوده است نشان می‌دهد.

جدول شماره یک- داده‌های آماری توصیفی جمعیت‌شناختی اعضاء نمونه آماری

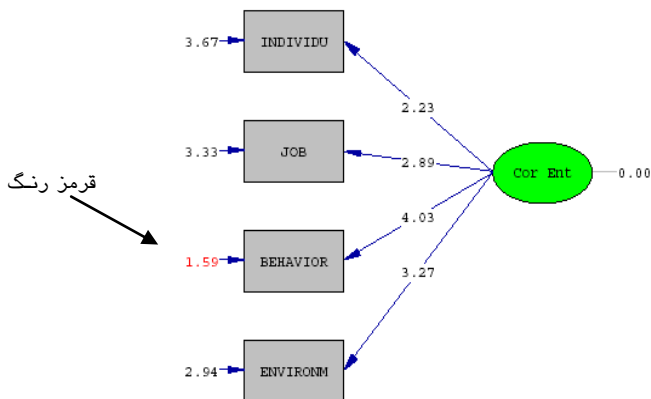
جمع							مرد	زن	کمیت	جنس			
33							30	3	فراوانی				
%100							%91	%9	درصد				
جمع							50-60	40-50	30-40	20-30	کمیت	سن(سال)	
33							7	14	10	2	فراوانی		
%100							%22	%42	%30	%6	درصد		
جمع							20-25	15-20	10-15	5-10	1-5	کمیت	سابقه(سال)
33							بیشتر از 25	7	4	6	5	1	
%100							%31	%21	%12	%18	%15	%3	درصد
جمع	فوق لیسانس و بالاتر		لیسانس		فوق دیپلم		دیپلم		زیر دیپلم		کمیت	تحصیلات	
33	2		13		4		10		4		فراوانی		
%100	%6		%39		%12		%31		%12		درصد		

2- استخراج مدل معادله ساختاری تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل

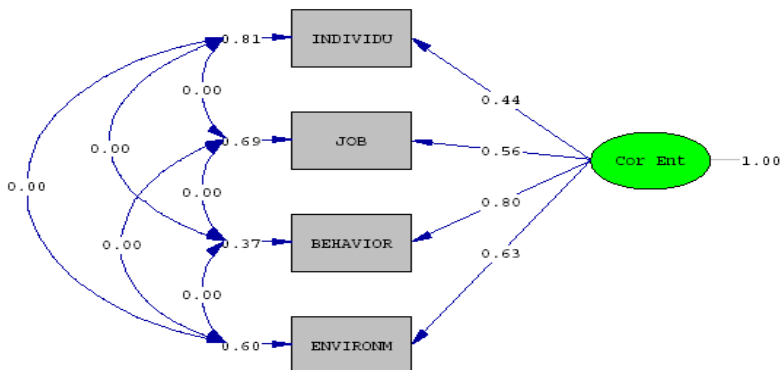
در این قسمت، با توجه به مدل مفهومی تحقیق، مدل معادله ساختاری چهار متغیر اصلی تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل ارائه خواهد شد. قابل ذکر اینکه از میان شاخصهای مختلف و متعدد تعیین برازندگی یک مدل معادلات ساختاری (هومن، 1381)، شاخصهای¹ RMSEA و GFI از بهترین و معروفترین آنها بوده و می‌توانند در حد کفایت لازم، برازندگی یک مدل معادله ساختاری را تعیین کنند. در تحقیق حاضر $RMSEA = 0.076$ و $GFI = 0.94$ و $AGFI = 0.71$ به دست آمده است لذا، مدل تحقیق دارای برازندگی لازم بوده و کلیت آن مورد تأیید است چرا که $RMSEA \leq 0.10$ بوده و متغیرهای مشهود چهارگانه‌ی فردی، رفتاری، شغلی و محیطی نیز می‌توانند 94٪ متغیر نامشهود اصلی مورد مطالعه یعنی فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه را توجیه و تبیین نمایند.

1. Root Mean Square Error of Approximation & Goodness of Fit Index.

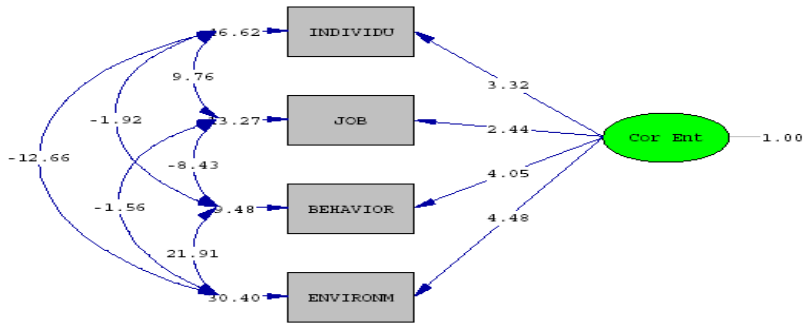
در نمودار شماره یک، ضرائب T Value مربوط به روابط بین متغیرها و فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه نشان داده شده است. در معادلات ساختاری، متغیرها دارای دوگونه روابط تبیین‌کنندگی برای متغیر اصلی مورد مطالعه هستند که در این تحقیق، فرآیند کارآفرینی مستقل است. آنها عبارتند از: مستقیم و غیر مستقیم. همانگونه که ملاحظه می‌گردد در بخش روابط مستقیم همه روابط مورد تأیید قرار گرفته‌اند؛ زیرا هیچکدام از آنها قرمز نشده‌اند. اما در بخش روابط غیر مستقیم، فقط متغیر شماره سه مورد تأیید قرار نگرفته است؛ زیرا ضریب مربوطه قرمز شده است. در نمودارهای شماره‌های دو و سه، ضرائب رگرسیونی استاندارد و برآوردی (غیر استاندارد) مستقیم و غیر مستقیم مدل معادله ساختاری هماهنگی فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه ارائه شده است.



نمودار شماره یک- ضرائب T Value مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل



نمودار شماره دو- ضرائب استاندارد مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل



نمودار شماره سه- ضرائب برآوردی(غیر استاندارد) مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل

معادله ساختاری تبیین‌کننده‌ی روابط بین متغیرها و فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه شامل چهار متغیر مشهود و یک متغیر نامشهود شود. جدول زیر توضیحات بیشتر مربوط به متغیرهای مشهود و نامشهود، ضرائب استاندارد و غیراستاندارد مستقیم، و T Value معادله ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول شماره دو- متغیرها و ضرائب مستقیم مدل معادله ساختاری

متغیر نامشهود	متغیرهای مشهود	علامت اختصاری متغیرهای مشهود	T Value	ضرائب استاندارد	ضرائب غیراستاندارد	تأیید/رد کلیت مدل	تأیید/رد روابط
فرآیند کارآفرینی مستقل	ویژگیهای فردی	Individu=X ₁	2.23	0.44	3.32	RMSEA=0.076 GFI = 0.94 کلیت مدل تأیید می‌شود	تأیید
	ویژگیهای شغلی	Job=X ₂	2.89	0.56	2.44		تأیید
	ویژگیهای رفتاری	Behavio=X ₃	4.03	0.80	4.05		تأیید
	شرایط محیطی	Environm=X ₄	3.27	0.63	4.48		تأیید

همانگونه که در جدول بالا و نیز نمودار شماره یک مشاهده می‌گردد، همه روابط مستقیم و نیز سه مورد از روابط غیر مستقیم بین متغیرهای مشهود با فرآیند کارآفرینی مستقل مورد تأیید قرار گرفته است، زیرا بر طبق خروجی لیزرل، فقط یک مورد از آنها قرمز شده‌اند. لذا در استخراج معادله ساختاری لازم است تنها روابط مستقیم و غیرمستقیم مورد تأیید وارد معادله شوند. مدل عمومی معادله ساختاری روابط تعاملی بین متغیرها(اثرات مستقیم و غیرمستقیم) عبارت است از:

(اثرات غیر مستقیم) + (اثرات مستقیم) = مدل معادله ساختاری

در نمودار شماره دو(ضرائب استاندارد) مشاهده می‌گردد که ضرائب روابط غیر مستقیم هر کدام از متغیرهای مشهود با همدیگر برابر با صفر است. لذا مدل معادله ساختاری تبیین کننده فرآیند

کارآفرینی مستقل (CEP)¹ در سطح شهرستان بابل بر حسب ضرایب استاندارد (فقط روابط مستقیم) عبارت است از:

$$CEP = (0.44 X_1 + 0.56 X_2 + 0.80 X_3 + 0.63 X_4) + (\text{صفر})$$

و مدل معادله ساختاری تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح شهرستان بابل بر حسب ضرائب غیر استاندارد با توجه به عدم تأیید رابطه غیر مستقیم متغیر سوم عبارت است از:

$$CEP = (3.32 X_1 + 2.44 X_2 + 4.05 X_3 + 4.48 X_4) + ((9.76 X_1 \times 2.44 X_2) + (-12.66 X_1 \times 4.48 X_4) + (-1.56 X_2 \times 4.48 X_4))$$

بحث و مقایسه

مرور مطالعات و تحقیقات مرتبط با فرآیند کارآفرینی مستقل مؤید این نکته هستند که در داخل ایران تاکنون تحقیقی در مورد موضوع انجام نشده است. به عنوان یک جمع‌بندی کلی از همه آنها، می‌توان گفت که محدودیتهای بعد زمان و مکان در تمام تحقیقات رشته‌های علوم انسانی به طور عام و رشته‌ی مدیریت به طور خاص، این فرصت را به کاربران نمی‌دهد که بتوانند از نتایج مطالعات مذکور در مکانها(کشورها) و یا زمانهای مختلف استفاده کنند. جهت کاربرد نتایج بدست آمده از مطالعات مذکور لازم است که ابتدا با توجه به شرایط زمانی و مکانی مورد استفاده، بومی‌سازی های لازم مرتبط با نتایج مطالعات بعمل آمده انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد. لای‌ولینگ و دیگران فقط دوازده خصوصیت مؤثر بر تبیین فرآیند کارآفرینی کارآفرینان را در سطح اعتقادی شناسایی و آنها را معرفی کرده‌اند. مقیمی موانع کارآفرینی موجود در صنعت ایران را در قالب سه متغیر رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای مورد بررسی قرار داده و آنها را تبیین کرده است. صمدآقایی با هدف بررسی تنگناهای توسعه کارآفرینی در ایران، موانع کارآفرینی موجود در مجموعه شرکتهای سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران را مورد بررسی قرار داده و به تبیین آنها در قالب دو متغیر کلی داخلی و خارجی پرداخته است. لیتونن مشخصه‌های توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارتهای مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار، و توانایی برای شکار فرصتها را تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی می‌داند. میشل هیت و دیگران تبیین فرآیند کارآفرینی را مرهون پنج متغیر نوآوری، خطرپذیری، رفتار اثرگذار، استراتژی مبنی بر رقابت، و استقلال می‌دانند.

¹ Corporate Entrepreneurship Process.

با توجه به دو محدودیت زمان و مکان مورد مطالعه یعنی ویژگی اقتضایی بودن موضوع، اگر چه می‌توان همچون دیگر بحث‌های علوم انسانی و اجتماعی، نتایج تحقیق حاضر را با نتایج برخی از تحقیقات اشاره شده در بالا مقایسه کرد؛ اما بهتر آن است که این مقایسه در کمال احتیاط انجام گیرد زیرا در ایران هنوز در ابتدای راهیم و تحقیق حاضر می‌تواند بعنوان یک ابداع و نوآوری جهت ادامه کار و انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه باشد. در هر صورت، حتی در مقام مقایسه نیز می‌توان گفت که اولین قدم در راه توسعه و ترویج فرهنگ و عمل کارآفرینی و مقایسه نتایج کار خود با دیگران در این است که ببینیم در کجای راه هستیم و عوامل تبیین‌کننده و ضرایب تأثیرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه‌ی آماری مورد مطالعه چه هستند؟ این سؤالی است که در تحقیق حاضر بدان پاسخ داده شد.

نتیجه‌گیری

همانگونه که قبلاً نیز آمده است هدف از انجام تحقیق حاضر تعیین و تبیین مدل معادله ساختاری روابط بین متغیرها و عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه‌ی آماری مورد مطالعه یعنی شهرستان بابل بوده است. در راستای دسترسی به هدف تحقیق حاضر، به استناد مرور ادبیات موضوعی مربوط، مدل مفهومی مورد استفاده، ترکیبی از چهار متغیر (سازه) فرعی بوده که در قالب 59 سؤال ارزیابی و سنجش ویژگیهای کارآفرینی مستقل به کارگرفته شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده مرتبط با تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه از آزمونهای مرتبط با تحلیل‌های همبستگی و رگرسیونی متعامل میان متغیرها به وسیله‌ی نرم‌افزار "لیزرل" استفاده شده است. در نهایت نیز با توجه به این چهار متغیر، مدل معادله ساختاری تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه استخراج شد. به استناد مدل معادله‌ی ساختاری استخراج شده در بخش پیشین، نتیجه‌گیری می‌شود که فرآیند کارآفرینی مستقل متغیری نامشهود است به گونه‌ای که رؤیت و اندازه‌گیری آن بصورتی ملموس عملی و مقدور نیست بلکه لازم است از طریق نشانگرهایی در دنیای واقعی اندازه‌گیری شود که این کار در تحقیق حاضر بوسیله 59 سؤال در قالب چهار متغیر انجام شده و معادله ساختاری مربوط نیز استخراج شده است.

معادله‌ی ساختاری مستخرجه در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که هر گونه بهبود در فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه می‌تواند از طریق توجه به متغیرهای چهارگانه‌ی تبیین‌کننده‌ی آن در دنیای واقعی عملی گردد. به استناد ضرایب معادله ساختاری، بیشترین اثرگذاری بر روی فرآیند کارآفرینی مستقل بصورت مستقیم مربوط به متغیر رفتاری بوده و از این نظر متغیرهای محیطی، شغلی و فردی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. در حقیقت، ضرایب معادله

ساختاری مذکور این امر را نشان می‌دهند که به منظور بهبود فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه‌ی آماری مورد تحقیق، لازم است در درجه اول، بیشترین توجه به بهبود وضعیت متغیر رفتاری معطوف گردد، و در درجات بعد به متغیرهای محیطی، شغلی و فردی توجه شود.

پیشنهادهای کاربردی مدیریتی

همان گونه که قبلاً نیز اشاره شد، سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. مدیران برای ترویج روحیه کارآفرینی بایستی به ایده‌های جدید مطرح شده توجه کنند و منابع لازم را در اختیار افراد قرار دهند تا بتوانند نظریات خود را عملی سازند. تغییرات و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عوامل توسعه‌ی فن‌آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه‌ی موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحرانهای اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین دلیل برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل شوند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه‌ی درخشان کارآفرینان در توسعه‌ی بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) به طور عام و در سطح شهرستان بابل به صورتی خاص، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. به استناد نتایج ارائه شده در تحقیق حاضر، مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری و استفاده از الگو و عوامل مؤثر ارائه شده، توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال مولد در سطح جامعه آماری مورد مطالعه را پیگیری نمایند. مدل معادله ساختاری ارائه شده در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که چهار متغیر فردی، شغلی، رفتاری، و محیطی می‌توانند بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیرگذار باشند. لذا مدیران محترم خواهند توانست با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق، در جهت توسعه و ترویج فرهنگ و عمل کارآفرینی و کارآفرینان اقدامات بایسته و شایسته را انجام دهند. در این راستا لازم است مدیران محترم به منظور بهبود در فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، در درجه اول به متغیر رفتاری توجه کنند، چرا که این متغیر بیشترین اثرگذاری را بر روی فرآیند کارآفرینی مستقل و تبیین آن داشته است. در درجات بعد، لازم است به متغیرهای محیطی، شغلی و فردی توجه نمایند. قابل ذکر اینکه هر کدام از متغیرهای چهارگانه مذکور، خود حاوی متغیرهای فرعیتری هستند که در میدان عمل باید شناسایی شده و در جهت تقویت آنها کوشید تا بتوان در راستای توسعه و ترویج فرآیند کارآفرینی مستقل اقدام نمود.

پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده

- مستند به موارد اشاره شده در متن مقاله، موارد زیر به عنوان پیشنهادهایی به منظور انجام تحقیقات آتی در ارتباط با موضوع تحقیق حاضر می‌تواند ارائه گردد:
- طراحی، توسعه و تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل با استفاده از مدل‌های مفهومی دیگر غیر از آنچه در مقاله حاضر آمده است.
- طراحی، توسعه و تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل با توجه به هر یک از ابعاد چهارگانه فردی، رفتاری، شغلی و محیطی، یعنی همان ابعاد چهارگانه تحقیق حاضر.
- اجرای مدل مفهومی تحقیق حاضر در زمان و مکان دیگر و مقایسه نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر

منابع و مأخذ

- آذر، عادل، (1373)، فنون آمار استنباطی در پژوهشهای مدیریتی و رفتاری، دانش مدیریت، (26)، صص 28-39.
- آقاجانی، حسنعلی، (1384)، کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی، رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی، (10 و 11).
- آقاجانی، حسنعلی، (1385)، معرفی مدیریت کارآفرینی، گاهنامه کارآفرینی و کارآفرینان دانشگاه مازندران، سال اول، شماره دوم، صص 2-3.
- احمد پور، محمود، (1381)، کارآفرینی، تهران: انتشارات پردیس.
- احمد پور، محمود و دیگران، (1383)، تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- اصغر پور، محمدجواد، (1377)، تصمیم‌گیریهایی چند معیاره، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بازرگان، عباس و دیگران، (1377)، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه.
- زالی، محمد رضا، (1385)، ارزیابی خصیصه های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران، طرح پژوهشی، بابلسر: دانشگاه مازندران، مرکز کارآفرینی.
- صمدآقایی، جلیل، (1378)، سازمانهای کارآفرین، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ظهوری، قاسم، (1378)، کاربرد روشهای تحقیق علوم اجتماعی در مدیریت، تهران: انتشارات میر.
- کوراتکو، داند اف و هاجتس، ریچارد ام. (نویسنندگان)، (1383)، کارآفرینی، عامل محرابی، ابراهیم و تیرائی، محسن (مترجمان)، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- مقیمی، سید محمد، (1379)، بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه آن، تهران: جهاد دانشگاهی.
- ناظم، فتاح و عباسی، زهره، (1384)، رابطه بین کار آفرینی و عملکرد مدیران بیرستانهای شهر تهران، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی دانشگاه رودهن، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- هومن، حیدرعلی، (1381)، استنباط آماری در پژوهش رفتاری، نشر پارسا، صص: 409-412.

- Arrow, K., (1974), Limited knowledge and economic analysis, *American Economic Review*, (64)(1), pp. 1-10.
- Brockhaus, R. & Horwitz, P., (1986), The psychology of the entrepreneur, in D. Sexton & R. Smilor(eds), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, Mass: Ballinger.
- Conca, F. J. & et al, (2004), Development of a measure to assess quality management in certified firms, *European journal of operational research*, (156), pp. 683-697.

- Cronbach, L. J., (1951), Coefficient alpha and the internal structure of test, *Psychometrika*, (16), pp. 297-334.
- Cornwall, R. Jeffery & Baron, Perlman., (1990), *Organizational Entrepreneurship*, Richard Irwin, pp: 171-175.
- Drucker, P., (1985), *Innovation and entrepreneurship*, NY: Harper Collins Publisher.
- Entrepreneurship and venture management, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Duane, G. A., (2000), *Management and organization*, Ohio:South-western.
- Dunphy, S. et al., (1994), The relationship of entrepreneurial and innovative success, *Marketing Intelligence and Planning*, (12)(9).
- Feldman, D. C., (2004), The devil is in the detail: converting good research into publishable articles, *Journal of management*, (30)(1), pp. 1-6.
- Fry, F., (1993), *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Hair, J. F. & Anderson, R. E. & Tatham, R. L. & Black, W. C., (1998), *Multivariate data analysis*, Prentice Hall International Inc., Upper Saddle River, NJ.
- Herbert Robert F. & Albert, H., (1982), *link the Entrepreneu mainsteram views and radical critiques*, New York: praeger publishers.
- Hitt, Micheal A. & Hoskison, Robert E. Ireland R. Duanc.,(2000), *Corpoate entrepreneurship and innovation*, South western college publishing.
- Hisrich, R. D. & Peters, M., (2002), *Entrepreneurship*, New York: Mc-Graw Hill.
- Hurley, A., (1999), Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship, *Woman in Management Review*, 14(2), p. 2.
- Jennings, D., (1994), *Multiple perspectives of entrepreneurship test, readings, and cases*, Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Jovanovic, B., (1982), Selection and the evolution of industry, *Econometrica*, (50)(3), pp. 649-670.
- Kuratko, D. & Hodgetts, R., (1989), *Entrepreneurship: A contemporary approach*, 3rd ed., NY: The Dryden Press.
- Littunen, Annu., (2000), *Entrepreneursip and the characteristics of entrepreneurial personality*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior Rsearch*. vol.6,no.6.
- Liewellyn, David, J. & Wilson, Kerry M., (2003), *The controversial role of personality traits in entrepreneurial psychology*, Leeds Metropolitan University.
- Nunnally, J. C., (1978), *Psychometric theory*, Second ed., McGraw-Hill, New York.
- Palmer, M., (1987), *The application of psychological testing to entrepreneurial potential*, In C. Baumbach & J. Mancuso(eds),
- Peterson, R. A., (1994), A meta-analysis of cronbach,s coefficient alpha, *Journal of consumer research*, (21), pp. 381-391.
- Stevenson, H. & Gumpert, D., (1985), the heart of entrepreneurship, *Harvard business review*, (63)(2), pp. 85-94.
- Sandra, S. L. & Dubinsky, A. J., (2000), *Institution entrepreneurship-A package for universities in transition*, *European Journal of Marketing*, (34)(11 & 12).
- Van de ven, A. & Ferry, D., (1979), *Measuring and assessing organizations*, John Wiley, New York.
- Vanderwerf, P. & Brush, C., (1989), *Toward agreement on the focus of entrepreneurship research: Progress without definition*, Paper Presented at the National Academy of management, Washington, D. C.