

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۲، تابستان ۱۳۹۵

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

## عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در استان فارس با تأکید بر بخش تعاون.

علی شمس‌الدینی: باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران  
سید روح‌اله موسوی<sup>۱</sup>: کارشناس ارشد مدیریت توسعه، مدرس واحد نورآباد ممسنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآباد، ایران

دریافت: ۱۳۹۴/۹/۲۰ صص ۶۰-۴۳ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۲۰

### چکیده

امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه جوامع در حال توسعه به شمار می‌آید. هدف از این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش تعاون در پهنه‌ی جغرافیایی استان فارس می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۸ نفر از کارآفرینان برتر استان فارس طی سال‌های ۹۲-۱۳۸۸ بود که اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه از جامعه آماری جمع‌آوری گردید. روایی ابزار اندازه‌گیری از طریق مصاحبه صاحب‌نظران موضوعی و پایایی آن نیز از طریق یک آزمون مقدماتی با تکمیل ۳۰ پرسشنامه و ارزیابی مقدار آلفای کرونباخ سوالات پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. اطلاعات جمع‌آوری شده به کمک روش‌های آماری مختلف نظیر ضریب همبستگی اسپیرمن و تحلیل عاملی اکتشافی و با استفاده از نرم‌افزار *SPSS18* مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که متغیرهای مورد بررسی پس از چرخش در ۷ عامل تلخیص شدند. به بیانی دیگر تعداد عامل‌هایی که از لحاظ آماری معنی دار بود و مقدار ویژه آنها بیشتر از ۱ بود ۷ عامل بودند که این عامل‌ها در مجموع ۸۸/۷۴۳ درصد واریانس مشترک بین متغیرها و عامل‌های مورد نظر را تبیین کردند. همچنین نتایج تحلیل عاملی نشان داد که «عامل قانونگذاری» تأثیرگذارترین عامل در توسعه کارآفرینی بوده و این عامل به تنهایی بیش از ۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌نماید. در مقابل «عامل فرهنگی» با تبیین ۸/۸۲۲ درصد از واریانس کل، کم‌اهمیت‌ترین عامل بود.

واژه‌های کلیدی: توسعه منابع انسانی، کارآفرینی، تعاون، استان فارس.

\* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که در سال ۱۳۹۴ با حمایت مالی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان فارس انجام گرفته است.

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: [Mousavi336@yahoo.com](mailto:Mousavi336@yahoo.com) ۰۹۱۷۸۲۴۳۹۲۹

**بیان مسأله:**

امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه در حال توسعه به شمار می‌آید. زیرا فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها و رقابت‌پذیری) منجر می‌شود (Verheul, 2004: 67). کارآفرینی به عنوان ابزار اصلی و موتور رشد و توسعه اقتصادی شناخته می‌شود (Sergey Anokhin, 2008: 142-172). لذا در این سیر تغییرات سریع و شتابان، تنها افراد و کشورهای موفق خواهند بود که در این فضای مملو از تقاضا و خواسته‌های جدید، بتوانند کسب و کارهای مناسب را درک و به منصف ظهور برسانند، به عبارت دیگر به توسعه کارآفرینی بپردازند (Micheal, 1985: 29). در واقع در عصر حاضر شرایط محیطی به گونه‌ای تغییر یافته است که کسب و کارهای موجود را جهت دستیابی به موفقیت، به سمت اتخاذ راهبردهای کارآفرینانه سوق می‌دهد. زیرا ماهیت یک فعالیت کارآفرینانه شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و عملکردهای بیش فعالانه است (Stokes, 2000: 16).

از آنجا که بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل عدم دسترسی کافی به منابع، با محدودیت‌های بیشماری روبه‌رو می‌شوند، فعالیت‌هایشان با ریسک‌پذیری و درجه بالاتری از نوآوری همراه است. بطوری‌که فعالیت‌های کارآفرینانه را بیشتر در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توان مشاهده نمود (Stokes and Lomax, 2002: 349-357). در اکثر مطالعات، نیز، رفتار کارآفرینانه به کسب و کارهای کوچک و متوسط نسبت داده شده است (Bjerke and Hultman, 2002: 34-48). همچنین از آنجایی‌که کارآفرینی به عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح (Stel, 2007: 14) و خود اشتغالی به عنوان برجسته‌ترین دستاورد کارآفرینی مطرح است (Bjuggren, 2010: 58). به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (تانگ و یو<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵: ۷۹۷-۸۱۰). البته ترویج و توسعه کارآفرینی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راهکارهای مؤثری است که بتواند شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی در سطح کل آحاد جامعه را فراهم آورد. یکی از ساختارهای مناسب جهت جذب کارآفرینان در کشور ما، بخش تعاونی است.

شواهد موجود نشان می‌دهد تعاونی بستر مناسبی برای کارآفرین و کارآفرینی بوده و به منزله یکی از پیش شرط‌های موفقیت تعاونی است و میان این دو، رابطه محکمی وجود دارد. هنگامی‌که کارآفرینی به حوزه تعاونی وارد می‌شود؛ می‌توان امیدوار بود که تعاونی با بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری‌های فردی او، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و ریسک‌پذیری بتواند در فضای رقابتی کسب و کارها جایگاه قابل قبولی را برای خود ایجاد کرده و موفق عمل نماید (جهان بانی، ۱۳۷۹: ۴۲-۱۵). با توجه به جایگاه خطیر بخش تعاون در ایجاد فرصت‌های مناسب برای کسب و کارهای کوچک و متوسط در سراسر کشور به نظر می‌رسد این بخش بتواند از طریق آموزش‌ها و مهارت‌های تعاونی و اشاعه فرهنگ تعاون و همکاری گروهی، نقش اساسی در توسعه کارآفرینی خلاق در سطح کشور و استان فارس ایفا نماید. بنابراین با توجه به ضرورت موضوع و فقدان پژوهشی جامع در خصوص روش‌های توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان فارس، پژوهش حاضر با این هدف انجام گرفته است. با توجه به آنچه مطرح گردید، در تحقیق حاضر مسأله اصلی، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش تعاون استان فارس بوده و پاسخ به این سؤال است که چگونه می‌توان از طریق شناسایی عوامل محیطی شامل عامل قانونی، عامل اقتصادی، عامل اجتماعی، عامل دولت، عامل خانواده، عامل فرهنگی و عامل مشاهده‌ای موجبات توسعه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه در بخش تعاون این استان را فراهم آورد.

**پیشینه تحقیق:**

اولین تحقیقی که به طور جدی به مقوله کارآفرینی در ایران پرداخته است مطالعه محمود احمدپور داریانی در سال ۱۳۷۷ است. وی در این مطالعه نتیجه گرفت مدیرانی که در دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی شرکت نموده‌اند، در

<sup>1</sup>. Tang & Yeo.

مقایسه با سایر مدیران در کسب و کارهای کارآفرینانه موفق‌تر عمل کرده‌اند. در راستای موضوع؛ نتایج برخی از مهم‌ترین مطالعات مرتبط تجربی انجام گرفته در داخل و خارج از کشور در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- خلاصه پژوهش‌های تجربی مرتبط انجام گرفته در داخل و خارج کشور

پژوهشگر	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
طالبی و زارع یکتا مقدم (۱۳۸۸)	بررسی راهکارها و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های استان گلستان	متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، به کارگیری عوامل فنی و سطح تحصیلات نقش مثبتی بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها داشته‌اند.
مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۱)	تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی	عامل پشتکار، عامل سازمانی، مالی و اقتصادی، آموزش و الگوی نقش، استقلال فردی، تجربه‌های قبلی، خلاقیت، احساس موفقیت و عامل مرکز کنترل درونی مهم‌ترین عوامل افزایش توانمندی روستاییان برای توسعه کارآفرینی بوده‌اند
جلودار و همکاران (۱۳۸۶)	عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور	بین سطح تحصیلات پدر، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، بازدید از کسب و کار دیگران، دوره‌های آموزشی و عضویت در نهادها و تعاونی‌ها با متغیر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
آمدی و همکاران (۱۳۸۸)	تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران	به ترتیب ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضاء، میزان شرکت در دوره‌های آموزشی، رضایت از فعالیت‌های انجام گرفته در تعاونی، انجام فعالیت‌ها بصورت گروهی در تعاونی، ارائه خدمات در تعاونی و عوامل اقتصادی در تعاونی نقش مثبتی بر ترویج کارآفرینی داشته‌اند.
اکبرپور دباغی (۱۳۸۸)	بررسی نقش تعاون در توسعه کارآفرینی: مطالعه موردی شرکت‌های تعاونی استان آذربایجان شرقی	۵ شاخص برون سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شناخته شدند که از بین آنها، دو عامل سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، و تسهیلات و کمک‌های مالی و غیرمالی دارای بیشترین تأثیر بودند.
دنیایی و همکاران (۱۳۸۹)	عوامل مؤثر بر تقویت و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان	از دیدگاه مدیران تعاونی‌ها ارائه حمایت‌های مالی و مالیاتی، اصلاح قوانین و مقررات بانکی و سازگار نمودن آن با شرایط کارآفرینان مهم‌ترین عوامل در تقویت کارآفرینی هستند.
رضایی و همکاران (۱۳۹۰)	موانع توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های دهیاری استان زنجان	موانع ساختاری (ساختار بروکراتیک، اعمال استانداردهای کاری مشخص، ساختار بالا به پایین)، زمینه‌ای (حمایت نکردن بانک‌ها، نبود امنیت اقتصادی لازم) روان‌شناختی (نبودن روحیه‌ی خطرپذیری، تمایل نداشتن اعضا به گروه‌سازی) و فردی - حرفه‌ای (پایین بودن سطح تجارب و تخصص، پایین بودن سطح مهارت‌های ارتباطی)
گارتنر <sup>۱</sup> (۱۹۸۵)	بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی	نتایج تحقیق چهار بعد فردی، فرآیندی، سازمانی و محیطی را به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی مطرح کرده است
کوارتکو <sup>۲</sup> و همکاران (۱۹۹۳)	عوامل مؤثر در ایجاد یک کسب و کار کارآفرینانه	ایجاد یک کسب و کار کارآفرینانه را نتیجه عوامل سازمانی، ویژگی‌های فردی و فراهم بودن بعضی از تسریع‌کننده‌ها دانسته‌اند
کوبین و اسلوین <sup>۳</sup> (۱۹۹۱)	عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه	نتایج تحقیق شرایط اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و قانونی و محیط را بر رفتار کارآفرینانه کسب و کار مؤثر دانسته‌اند.
کراسنیکی <sup>۴</sup> (۲۰۰۷)	بررسی موانع توسعه کارآفرینی در شرکتهای تجاری کوچک و متوسط در کشور کوزوو	محیط اقتصادی نامساعد برای کسب و کارها، محدودیت‌های قانونی، پایین بودن دانش و مهارت‌های شغلی اعضاء، نبود بسترهای لازم برای فعالیت گروهی، پایین بودن سطح آشنایی اعضاء به ویژه مدیران با ماهیت کارآفرینی و اهمیت آن

<sup>1</sup> - Gartner

<sup>2</sup> - Kuratko

<sup>3</sup> - Covin & Slevin

<sup>4</sup> - Krasniqi

درایسن و زوارت <sup>۱</sup> (۱۹۹۸)	بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک	علاوه بر تأثیر ابعاد فردی، محیطی و سازمانی در موفقیت کسب و کارهای کوچک، عوامل بیوگرافیکی و دموگرافیکی اجتماعی را نیز در نظر گرفته اند.
بومس و کولب <sup>۲</sup> (۲۰۰۴)	عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی	عوامل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی در دو سطح بررسی شدند. یکی موقعیت های ساختاری، شامل کالاها و خدمات، دسترسی به اعتبارات و وام، وجود بازار رقابتی و نرخ های مالیاتی بود و دیگری موقعیت های شخصی که عوامل نیروی کار ماهر و آموزش دیده، سرمایه انسانی و سطح درآمد را در بر می گیرد.
جانسیکوا <sup>۳</sup> (۲۰۰۴)	عوامل اقتصادی مؤثر بر موفقیت مؤسسات کشاورزی کارآفرین	عوامل اقتصادی تأثیرگذار شامل عوامل قابل اندازه گیری، از جمله موقعیت جغرافیایی مؤسسه، کیفیت زمین های زیر کشت، اندازه مؤسسه، ساختار سازمانی و مشوق های مادی و عوامل اقتصادی غیر قابل اندازه گیری شامل؛ کیفیت مدیریت، شیوه رهبری، نگرش کارکنان و مشوق های غیر مادی.
تیبجی و ویکری <sup>۴</sup> (۱۹۸۸)	عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی	توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه ها و سیاست های دولت و شرایط اجتماعی اقتصادی دانسته اند
تانگ و یو <sup>۵</sup> (۱۹۹۵)	فناوری، کارآفرینی، توسعه ملی: تجربه سنگاپور	رویه ها و سیاستهای دولت، شرایط اجتماعی اقتصادی، حمایت های مالی از ایجاد کسب و کار بر توسعه کارآفرینی مؤثرند.
نواز <sup>۶</sup>	عوامل اساسی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بنگلادش	عوامل اساسی مؤثر بر توسعه کارآفرینی را در سه گروه شامل عوامل قانونی، عوامل هنجاری و عوامل شناختی طبقه بندی کرده است.

منبع: مطالعات کتابخانه ای تحقیق، ۱۳۹۴.

### مبانی نظری:

کارآفرینی موضوعی است که توجه پژوهشگران رشته های علمی مختلف مانند اقتصاد، روان شناسی، جامعه شناسی و غیره را به خود معطوف نموده و هر یک از این محققان، تعاریف متفاوتی از کارآفرینی ارائه نموده اند که ناشی از دیدگاه های متفاوت آنان در این زمینه است. به عنوان مثال، یامادا<sup>۷</sup> (۲۰۰۴) کارآفرینی را عبارت از فعالیتهایی می داند که به پایداری اقتصادی- اجتماعی و استفاده مؤثر از منابع بوسیله تحریک پیشرفت اقتصادی- اجتماعی، ایجاد ارزش های جدید و فراهم کردن فرصت های استخدام کمک می نماید. کریجر و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۰۰) معتقدند که کارآفرینی یک شیوه تفکر است، شیوه تفکری که بر فرصت ها بیش از تهدیدها تأکید دارد. کرزرنر<sup>۹</sup> (۱۹۸۵) معتقد است که مشکل اصلی هر جامعه ناشی از عدم درک فرصت هاست و کارآفرینی آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده است.

به زعم «موریسون» آغاز فرآیند کارآفرینی ریشه در شخصیت فردی، جامعه و فرهنگ دارد. کارآفرینی دارای کارکردهایی فراتر از کارکرد اقتصادی صرف است، و عوامل مادی و غیرمادی و همچنین «عملگرایی» و «ایده آل گرایی» را با یکدیگر ترکیب می کند. جوهره ی کارآفرینی، به کارگیری فرآیندهای نوآورانه توأم با پذیرش ریسک و عامل تغییر در عوامل اقتصادی و اجتماعی است (Alison Morrison, 2000). به طور کلی، پدیده کارآفرینی و توسعه آن در جوامع از جمله مفاهیمی است که از دیدگاه های مختلف بررسی شده و بر مبنای مطالعات انجام شده، شرایط، ویژگی ها و رفتارهای خاصی به منزله عوامل و مؤلفه های مؤثر بر توسعه کارآفرینی معرفی شده اند. اما در این بین نکته اساسی در تحقق یک فعالیت کارآفرینانه در سطح

<sup>1</sup> - Driessen & Zwart.

<sup>2</sup> - Bommes and Kolb

<sup>3</sup> - Jancikova

<sup>4</sup> - Tyebjee

<sup>5</sup> - Tang & Yeo

<sup>6</sup> - Nawaz

<sup>7</sup> - Yamada

<sup>8</sup> - Krueger et al.

<sup>9</sup> - Kirzner

اجتماع، فراهم بودن زمینه و برخی الزامات انجام این دست فعالیت‌ها در جامعه می‌باشد. چیزی که امروزه از آن تحت عنوان "فضای کارآفرینی" یاد می‌شود. ویلیام گارتنر معتقد است که محققان باید کارآفرینی را پدیده‌ای چندبعدی در نظر بگیرند که علاوه بر ویژگی‌های رفتاری، عوامل دیگری نیز در ایجاد آن تأثیر گذارند (Ribinsin and Mitchell, 2020: 368).

از دیدگاه آلیسون<sup>۱</sup> (۱۹۹۰: ۱۶۶)، یک فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب و رسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی است که می‌تواند آثار و نتایج مختلفی را به لحاظ الگوهای رفتاری، اقتصادی، اجتماعی و جز اینها در بر داشته باشد. الگوهای رفتاری، انگیزه‌ها، اهداف و میزان موفقیت‌آنها که به رفتارهای کارآفرینانه روی می‌آورند، در میان افراد، صنایع، ملت‌ها و نواحی جغرافیایی متنوع است. به عنوان نمونه در ایالات متحده آمریکا تلاش‌های کارآفرینانه منجر به کمک‌های قابل ملاحظه‌ای به تولید ناخالص ملی و استاندارد زندگی در نیمه دوم قرن نوزدهم و قرن بیستم نموده است. در حالی که چنین تلاش‌هایی در طول همین دوره در کشور مکزیک که همسایه آمریکا است، چنین اهمیتی نداشته است. این موضوع ناشی از زمینه محیطی است که کارآفرینی در آن رخ داده است. تمایلات به سمت نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌نگری، ذاتی یک فرد یا جامعه نیست؛ و علاوه بر آن یک رویداد شانس و تصادفی هم نیست؛ بلکه کارآفرینی پدیده‌ای است که شرایط محیطی که عملیات در آن صورت می‌گیرد (در قالب سطوح مختلف) تعیین کننده است.

عوامل محیطی به صورت زیرساخت‌های محیطی، درجه آشفتنگی محیطی و تجربیات محیطی شخصی افراد جامعه، در کارآفرینی نقش دارند. فوگل و نیوالی<sup>۲</sup> در ساختاری که از شرایط محیطی مؤثر بر ایجاد کسب و کارهای جدید ارائه دادند، بر نگرش عمومی به کارآفرینی، حضور کارآفرینان مجرب، الگوهای نقش موفق، وجود افراد با ویژگی‌های کارآفرینانه و شناخت عملکردهای کارآفرینانه به عنوان شرایط محیطی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای جدید اشاره کرده‌اند.

از دیدگاه لوردکیپانیدزه<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) توسعه کارآفرینی به عوامل فرهنگی - اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد. عوامل اجتماعی و فرهنگی، از ابعاد فراموش شده کارآفرینی‌اند که تا به امروز ناشی از نگاه تک بعدی به کارآفرینی بوده است. زیرا فردی که به خلق ایده‌های نو می‌پردازد، دارای زمینه‌های اجتماعی، مانند ویژگی‌های خانوادگی، آداب و رسوم جامعه، میزان مشارکت و همکاری، دوستان و اقوام و همسایگان است که می‌توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند.

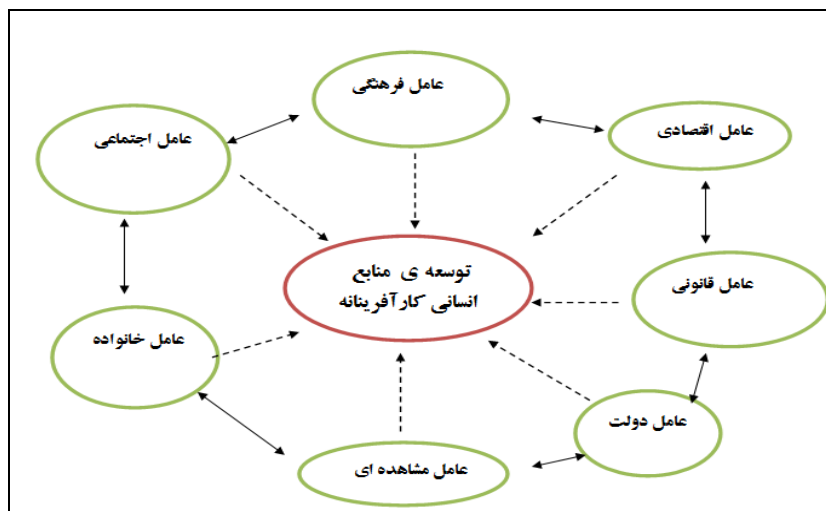
یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه‌ای، فرهنگ حاکم بر آن جامعه است. فرهنگی که برای افراد کارآفرین ارزش قابل است، افراد زیادی را به کارآفرینی تشویق می‌کند. در خصوص فرهنگ کارآفرینانه، جوامع می‌توانند سیاست‌هایی را اتخاذ کنند تا رفتار کارآفرینانه تشویق شود؛ رابطه قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد (لوردکیپانیدزه، ۲۰۰۲: ۴۷). از طرفی کارآفرینان زمانی به موفقیت نهایی دست می‌یابند که دولت و برنامه‌ریزان در مرحله نخست این سازمان‌های مبتکر و خلاق را از نظر مالی تحت پوشش خود قرار دهند (Dalal-Clayton et al, 2003: 134). در واقع کارآفرینی نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شود. زیرا هرگونه فعالیتی به نوعی به سازماندهی و تشکیلات در سطوح مختلف ملی و محلی نیاز دارد. دولت، سازمانها و ارگان‌های ذیربط آن، از جمله این نهادها هستند و از طرفی دیگر، نهادهای غیر دولتی محلی هم که به صورت خودجوش شکل گرفته‌اند، دارای تأثیرگذاری بالایی در رشد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی‌اند. برخی صاحب‌نظران شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی دانسته و معتقدند که کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب شده و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد (لوردکیپانیدزه، ۲۰۰۵: ۷۸۷). اما جامعه‌شناسان کارآفرینی را یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه‌ی متقابل بین کارآفرینان و سایر بخش‌ها و گروه‌های جامعه می‌پردازند. دانشمندان مدیریت نیز به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها توجه دارند (کرزنر، ۱۹۸۵: ۲۴). در مقابل، روان‌شناسان با بررسی ویژگی‌های شخصیتی و با تفاوت قائل شدن بین

<sup>1</sup> -Alison

<sup>2</sup> - Fogel and Gneyawali

<sup>3</sup> - Lordkipanidze

کارآفرینان، مدیران و غیرکارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان می‌پردازند. از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به توفیق طلبی، تمایل به پذیرش مخاطره، تحمل ابهام، استقلال طلبی، مرکز کنترل درونی، انرژی زیاد، انگیزه و تعهد اشاره کرد (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۲-۱۰۶). بر اساس نظریات بیان شده، می‌توان مدل مفهومی تحقیق را بصورت شکل شماره ۱ ارائه داد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

### روش تحقیق:

این تحقیق از دیدگاه طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از دیدگاه روش از نوع علی-ارتباطی می‌باشد. ابزار اصلی این تحقیق پرسشنامه شامل ۲۵ سؤال بوده که پرسش‌های آن به روش باز و بسته و در برخی موارد با استفاده از طیف لیکرت تهیه شده بود. جهت اطمینان از روایی پرسشنامه، پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از کارشناسان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان فارس قرار گرفت و پس از اصلاحات لازم، برای سنجش اعتبار آن طی یک تحقیق آزمایشی پایایی آن بررسی شد و ضریب آلفای کرونباخ برای ابزار تحقیق ۰/۷۸ به دست آمد که نشان از قابلیت پایایی پرسشنامه دارد. جامعه آماری تحقیق، شامل ۴۸ نفر از کارآفرینان برتر استان فارس بودند که طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ از طرف اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی فارس به عنوان کارآفرین برتر معرفی شده بودند و در حال حاضر در بخش‌های مختلف تعاون استان مشغول به فعالیت هستند. با توجه به محدودیت تعداد کارآفرینان، کلیه افراد جامعه آماری در تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند و از روش تمام شماری برای آنان استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق:

#### عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی:

یافته‌های مندرج در جدول شماره ۲ عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان در استان فارس را نشان می‌دهد. بر اساس دیدگاه کارآفرینان مورد مطالعه، عوامل "سیاست‌های دولت"، "سیاست‌های ایجاد اشتغال" و "قوانین کار" به ترتیب تأثیرگذارترین عوامل توسعه کارآفرینی بوده و در مقابل "حمایت‌های مالی اعضای خانواده"، "تعالیم نظام آموزشی" و "کسب و کار والدین" کم‌اهمیت‌ترین عوامل بوده است.

جدول ۲- عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش تعاون استان فارس از دیدگاه کارآفرینان

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۱۳/۳۹	۰/۶۲	۴/۶۳	سیاست های دولت
۲	۱۳/۸۱	۰/۶۳	۴/۵۶	سیاست های ایجاد اشتغال
۳	۱۸/۲۰	۰/۸۳	۴/۵۶	قوانین کار
۴	۲۳/۴۶	۱/۰۷	۴/۵۶	شرایط مناسب بازار
۵	۳۱/۹۸	۱/۳۴	۴/۱۹	مشاهده ی پیشرفت های دیگران
۶	۳۳/۳۳	۱/۳۰	۳/۹۰	ارزش های اجتماعی
۷	۳۴/۲۷	۱/۴۶	۴/۲۶	وضعیت اقتصادی فرد
۸	۳۵/۹۲	۱/۴۸	۴/۱۲	شرایط مناسب اقتصادی برای اقدامات کارآفرینانه
۹	۳۶/۲۷	۱/۴۴	۳/۹۷	مسافرت های داخلی و مشاهده ی کارآفرینان استان های دیگر
۱۰	۳۶/۴۱	۱/۳۴	۳/۶۸	قوانین مالیاتی
۱۱	۴۰/۷۵	۱/۴۱	۳/۴۶	حمایت های اجتماعی
۱۲	۴۱/۰۹	۱/۵۷	۳/۸۲	حمایت های غیر مالی اعضای خانواده
۱۳	۴۲/۷۷	۱/۵۴	۳/۶۰	حمایت و همکاری دوستان و کارفرمایان
۱۴	۴۴/۶۴	۰/۵۰	۴/۴۸	سیاست های مالی شبکه ی بانکی
۱۵	۴۶/۷۴	۱/۶۵	۳/۵۳	مسافرت های خارجی و مشاهده ی کارآفرینان کشورهای دیگر
۱۶	۵۱/۸۴	۱/۸۳	۳/۵۳	وضعیت مالی خانواده
۱۷	۵۵/۰۱	۱/۷۰	۳/۰۹	قوانین بیمه
۱۸	۵۶/۲۶	۱/۷۳	۳/۳۱	رسانه های همگانی
۱۹	۵۸/۸۹	۱/۸۲	۳/۰۹	قوانین گمرکی
۲۰	۶۰/۳۳	۱/۷۸	۲/۹۵	حمایت های مالی اعضای خانواده
۲۱	۶۱/۲۵	۱/۸۵	۳/۰۲	تعالیم نظام آموزشی
۲۲	۶۴/۷۲	۱/۶۷	۲/۵۸	کسب و کار والدین

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

## نگرش کارآفرینان پیرامون توسعه و راه اندازی کسب و کار:

به منظور بررسی نگرش کارآفرینان پیرامون توسعه و راه اندازی کسب و کار و گروه بندی آنها از روش فاصله انحراف استاندارد از میانگین استفاده شده است. در این روش داده های به دست آمده به چهار سطح به شرح زیر تقسیم و در نهایت بر اساس فراوانی و درصد به دست آمده در هر سطح، متغیر مورد نظر ارزیابی می شود (صدیقی و درویش نیا، ۱۳۸۱).

$A = \text{منفی} : A < Mean - SD$

$B = \text{نسبتاً منفی} : Mean - SD < B < Mean$

$C = \text{نسبتاً مثبت} : Mean < C < Mean + SD$

$D = \text{مثبت} : Mean + SD < D$

نتایج حاصل از اولویت بندی گویه های مربوط به نگرش کارآفرینان پیرامون توسعه و راه اندازی کسب و کار نشان می دهد که از دید کارآفرینان، گویه های "توسعه کسب و کارها در کشور موجب توسعه اقتصاد دانش محور در بخش های مختلف می شود"، "توسعه کسب و کار جدید می تواند مدل مناسبی برای اشتغال باشد" و "ایجاد کسب و کار سبب افزایش مشارکت افراد در امور اقتصادی می شوند" در سه اولویت بالا و در مقابل گویه های "ایجاد کسب و کار سبب پیشگیری از تمرکز ثروت در

دست عده‌ای خاص می‌شوند"، "بخش کسب و کار ظرفیت وارد شدن به فعالیتهای کلان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را ندارد" و "دیدگاه راه‌اندازی کسب و کارهای جدید صرفاً دیدگاهی مدمآبانه بوده و کارآیی ندارد" در پایین‌ترین اولویت‌ها قرار گرفته‌اند. (جدول شماره ۳).

جدول ۳- اولویت بندی گویه های مربوط به نگرش افراد پیرامون توسعه و راه اندازی کسب و کار

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۸/۳۷	۰/۳۲	۳/۸۲	توسعه کسب و کارها در کشور موجب توسعه اقتصاد دانش محور در بخشهای مختلف می شود.
۲	۸/۵۷	۰/۴۱	۴/۷۸	توسعه کسب و کار جدید می تواند مدل مناسبی برای اشتغال باشد.
۳	۱۴/۲۸	۰/۶۳	۴/۴۱	ایجاد کسب و کار سبب افزایش مشارکت افراد در امور اقتصادی می شوند.
۴	۲۳/۴۶	۱/۰۷	۴/۵۶	کسب و کار محل مناسبی برای اشتغال دانشجویان و فارغ التحصیلان است.
۵	۲۹/۱۲	۱/۲۰	۴/۱۲	توسعه کسب و کار سبب جلوگیری از کارفرمایی مطلق دولت در اقتصاد ملی می شود
۶	۳۰/۷۰	۰/۳۵	۱/۱۴	ایجاد کسب و کار سبب ایجاد اشتغال از منابع نو و جدید می شوند.
۷	۴۱/۵۷	۱/۴۸	۳/۵۶	توسعه کسب و کار زمینه ساز دستیابی به عدالت اجتماعی است.
۸	۴۲/۳۳	۱/۶۳	۳/۸۵	راه اندازی کسب و کار سبب سالم سازی چرخه اقتصاد در کشور می شوند.
۹	۴۵/۵۸	۰/۶۲	۱/۳۶	ایجاد کسب و کار سبب پیشگیری از تمرکز ثروت در دست عده ای خاص می شوند.
۱۰	۴۸/۱۵	۱/۷۰	۳/۵۳	بخش کسب و کار ظرفیت وارد شدن به فعالیتهای کلان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را ندارد.
۱۱	۵۸/۲۷	۱/۷۶	۳/۰۲	دیدگاه راه‌اندازی کسب و کارهای جدید صرفاً دیدگاهی مدمآبانه بوده و کارآیی ندارد.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

#### موانع و مشکلات کارآفرینان در استان:

نتایج جدول شماره ۴ اولویت‌بندی موانع و مشکلات کارآفرینان استان فارس را نشان می‌دهد که بر اساس آن، مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در استان فارس "آگاهی ضعیف پیرامون توسعه کسب و کار جدید در جامعه"، "وجود مقررات دست و پاگیر جهت گرفتن تسهیلات بانکی جهت راه‌اندازی کسب و کارهای جدید" و "کافی نبودن سیاست‌های حمایتی دولت از کسب و کارهای جدید بوده و در مقابل "نگرانی پیرامون هدر رفتن سرمایه در توسعه کسب و کارهای جدید"، "نبود سرمایه اولیه جهت شروع کسب و کارهای جدید و عدم حمایت مالی آنها توسط دولت" و "عدم توانایی رقابت کسب و کارهای جدید با سایر اشکال کسب و کار به دلیل نوع ساختار آنها" کم اهمیت‌ترین موانع شناخته شده است.

جدول ۴- اولویت بندی موانع و مشکلات کارآفرینان برتر استان فارس

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	موانع
۱	۵/۲۸	۰/۲۶	۴/۹۲	آگاهی ضعیف پیرامون توسعه کسب و کار جدید در جامعه.
۲	۷/۲۱	۰/۳۵	۴/۸۵	وجود مقررات دست و پاگیر جهت گرفتن تسهیلات بانکی جهت راه اندازی کسب و کارهای جدید
۳	۱۶/۲۲	۰/۷۴	۴/۵۶	کافی نبودن سیاست های حمایتی دولت از کسب و کارهای جدید
۴	۲۵/۶۲	۱/۱۳	۴/۴۱	وجود مقررات سخت، مشکل و بعضاً دست و پاگیر جهت توسعه کسب و کارهای کوچک
۵	۲۸/۸۰	۱/۲۵	۴/۳۴	عدم آرایه مشوقهای لازم از سوی دولت به توسعه کسب و کارهای جدید
۶	۳۳/۵۰	۱/۳۳	۳/۹۷	نگرانی پیرامون هدر رفتن سرمایه در توسعه کسب و کارهای جدید
۷	۳۴/۴۷	۱/۴۱	۴/۰۹	نبود سرمایه اولیه جهت شروع کسب و کار جدید و عدم حمایت مالی آنها توسط دولت.



۸	۴۲/۱۱	۱/۵۵	۳/۶۸	عدم توانایی رقابت کسب و کارهای جدید با سایر اشکال کسب و کار به دلیل نوع ساختار آنها.
---	-------	------	------	--

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

### مشوق‌های راه‌اندازی کسب و کار آفرینانه در استان:

نتایج اولویت مشوق‌های راه‌اندازی کسب و کار در استان فارس نشان می‌دهد که از دید کارآفرینان، مهم‌ترین مشوق‌های راه‌اندازی کسب و کار "پرداخت یارانه سود تسهیلات بانکی و سایر هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید"، "کمک بلاعوض و پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه برای تأمین تمام یا بخشی از آورده فرد" و "تخفیف در مالیات پرداختی توسط افراد" بوده و در مقابل "ارائه مشاوره، کمک به ارتقاء بهره‌وری، آموزش کارآفرینی، مهارت، کارآموزی، به صورت رایگان"، "تأسیس صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری کسب و کارهای جدید به منظور حل مشکل افراد" و "کمک به انجام مطالعات، تهیه طرح، راه‌اندازی بانک اطلاعاتی، تملک و آماده‌سازی کسب و کار" کمترین اهمیت را داشته‌اند. (جدول شماره ۵).

جدول ۵- مشوق‌های راه‌اندازی کسب و کار آفرینانه در استان فارس از دیدگاه پاسخگویان

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	مشوق
۱	۱۸/۷۳	۰/۸۳	۴/۴۳	پرداخت یارانه سود تسهیلات بانکی و سایر هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید
۲	۲۳/۴۶	۱/۰۷	۴/۵۶	کمک بلاعوض و پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه برای تأمین تمام یا بخشی از آورده فرد
۳	۲۵/۶۲	۱/۱۳	۴/۴۱	تخفیف در مالیات پرداختی توسط افراد
۴	۲۶/۲۵	۱/۱۰	۴/۱۹	تخفیف حق‌بیمه افراد
۵	۴۲/۳۱	۱/۶۸	۳/۹۷	ارائه مشاوره، کمک به ارتقاء بهره‌وری، آموزش کارآفرینی، مهارت، کارآموزی، به صورت رایگان.
۶	۴۳/۷۱	۱/۶۷	۳/۸۲	تأسیس صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری کسب و کارهای جدید به منظور حل مشکل افراد
۷	۵۰/۷۰	۱/۷۹	۳/۵۳	کمک به انجام مطالعات، تهیه طرح، راه‌اندازی بانک اطلاعاتی، تملک و آماده‌سازی کسب و کار

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

### تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق:

نتایج تحلیل عاملی: در تحقیق حاضر از تحلیل عاملی با رویکرد تلخیص داده‌ها استفاده شده است. هدف اصلی این روش، تبیین تعداد زیادی از متغیرها، براساس یک ساختار اصلی و با عناصر کمتر می‌باشد. همان‌طور که نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد متغیرهای مورد بررسی پس از چرخش در ۷ عامل تلخیص شدند. به عبارت دیگر تعداد عامل‌هایی که از لحاظ آماری معنی دار بود و مقدار ویژه آنها بیشتر از ۱ بود ۷ عامل بودند که این عامل‌ها در مجموع ۸۸/۷۴۳ درصد واریانس مشترک بین متغیرها و عامل‌های مورد نظر را تبیین می‌کنند.

همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق مندرج در جدول ۶ می‌توان نتیجه گرفت که عامل اول از بین دیگر عوامل استخراجی با مقدار ویژه ۳/۵۶۰ بیشترین درصد واریانی تبیین شده را به خود اختصاص داده، یعنی ۱۶/۱۸۰ درصد از کل واریانس تبیین شده توسط این عامل تبیین شده‌اند و در مقابل عامل هفتم با ۸/۸۲۲ درصد کمترین سهم واریانس کل را تبیین کرده است.

جدول ۶- عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
اول	۳/۵۶۰	۱۶/۱۸۰	۱۶/۱۸۰
دوم	۳/۴۵۵	۱۵/۷۰۵	۳۱/۸۸۵
سوم	۲/۸۶۲	۱۳/۰۰۹	۴۴/۸۹۴
چهارم	۲/۷۸۲	۱۲/۶۴۶	۵۷/۵۴۰

پنجم	۲/۵۴۷	۱۱/۵۷۷	۶۹/۱۱۷
ششم	۲/۳۷۷	۱۰/۸۰۵	۷۹/۹۹۲
هفتم	۱/۹۴۱	۸/۸۲۲	۸۸/۷۴۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

طبق بررسی‌های انجام گرفته پس از چرخش عوامل، هفت عامل قانون گذاری، عامل محیطی، عامل خانوادگی، عامل سیاست گذاری (دولت)، عامل اقتصادی، عامل اجتماعی و عامل فرهنگی شناسایی شده‌اند. با بررسی متغیرهای مبین عامل اول، با توجه به ماهیت و کارکرد آنها که حاکی از مسایل مربوط به قانون موجود در زمینه کارآفرینی است؛ این عامل را می‌توان تحت عنوان "عامل قانون گذاری" نام نهاد. این عامل از ۴ متغیر "قوانین مالیاتی"، "قوانین بیمه"، "قوانین گمرکی" و "قوانین کار" می‌باشد و این متغیرها ۱۶/۱۸۰ درصد از واریانس کل تبیین شده را به خود اختصاص داده‌اند. (جدول شماره ۷).

جدول ۷- متغیرهای مربوط به عامل قانون گذاری، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۱	متغیرها	بارعاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل قانون گذاری	قوانین مالیاتی	۰/۶۳۷	۱۶/۱۸۰
	قوانین بیمه	۰/۸۷۸	
	قوانین گمرکی	۰/۸۴۸	
	قوانین کار	۰/۸۳۷	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

همان طور که نتایج جدول شماره ۸ نشان می‌دهد عامل دوم منعکس کننده کارکرد محیط پیرامون فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشد. بنابراین به عنوان عامل "محیطی یا مشاهده‌ای" نامگذاری شد. این عامل در برگیرنده متغیرهای "حمایت و همکاری دوستان و کارفرمایان"، "مسافرت‌های داخلی و مشاهده کارآفرینان استان‌های دیگر"، "مسافرت‌های خارجی و مشاهده کارآفرینان کشورهای دیگر" و "مشاهده پیشرفت‌های دیگران" می‌باشد که این گویه‌ها ۱۵/۷۰۵ درصد واریانس کل را تبیین نموده است.

جدول ۸- متغیرهای مربوط به عامل محیطی، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۲	متغیرها	بارعاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل محیطی (مشاهده‌ای)	حمایت و همکاری دوستان و کارفرمایان	۰/۷۹۴	۱۵/۷۰۵
	مسافرت‌های داخلی و مشاهده کارآفرینان استان‌های دیگر	۰/۸۳۳	
	مسافرت‌های خارجی و مشاهده کارآفرینان کشورهای دیگر	۰/۷۹۶	
	مشاهده پیشرفت‌های دیگران	۰/۶۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴.

عامل سوم منعکس کننده ویژگی‌های خانوادگی افراد کارآفرین می‌باشد. از این‌رو، این عامل تحت عنوان "عامل خانوادگی" نامگذاری شد. همان طور که نتایج جدول ۹ نشان می‌دهد این عامل در برگیرنده متغیرهای "کسب و کار والدین"، "وضعیت مالی خانواده"، "حمایت‌های غیر مالی اعضای خانواده" و "حمایت‌های مالی اعضای خانواده" می‌باشد و در مجموع ۱۳/۰۰۹ درصد از کل واریانس تبیینی را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۹- متغیرهای مربوط به عامل خانوادگی، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۳	متغیرها	بارعاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل خانوادگی	کسب و کار والدین	۰/۸۳۷	۱۳/۰۰۹
	وضعیت مالی خانواده	۰/۸۶۸	

	۰/۶۵۵	حمایت های غیر مالی اعضای خانواده	
	۰/۹۳۸	حمایت های مالی اعضای خانواده	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

عامل چهارم سیاست‌های موجود در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه را منعکس می‌کند. به همین دلیل برای این عامل، عنوان "عامل سیاست گذاری" انتخاب گردید. این عامل از چهار متغیر "سیاست های دولت"، "سیاست‌های مالی شبکه بانکی" و "سیاست های ایجاد اشتغال" تشکیل شده و ۱۲/۶۴۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. (جدول شماره ۱۰).

جدول ۱۰- متغیرهای مربوط به عامل سیاست گذاری، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۴	متغیرها	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل سیاست گذاری (دولت)	سیاست های دولت	۰/۷۲۵	۱۲/۶۴۶
	سیاست های مالی شبکه بانکی	۰/۸۸۵	
	سیاست های ایجاد اشتغال	۰/۷۳۲	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

پنجمین عامل مربوط به وضعیت اقتصادی افراد کارآفرین می‌باشد. به همین دلیل برای این عامل، عنوان "عامل اقتصادی" انتخاب گردید. که شامل سه متغیر شرایط مناسب "اقتصادی برای اقدامات کارآفرینانه"، "وضعیت اقتصادی فرد" و "شرایط مناسب بازار" بوده و ۱۱/۵۵۷ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. (جدول شماره ۱۱).

جدول ۱۱- متغیرهای مربوط به عامل اقتصادی، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۵	متغیرها	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل اقتصادی	شرایط مناسب اقتصادی برای اقدامات کارآفرینانه	۰/۷۷۰	۱۱/۵۵۷
	وضعیت اقتصادی فرد	۰/۶۸۱	
	شرایط مناسب بازار	۰/۸۳۷	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

ششمین عامل، ویژگی‌های اجتماعی مؤثر بر توسعه فعالیت‌ها و منابع انسانی کارآفرینانه را نشان می‌دهد و به عنوان "عامل اجتماعی" نامگذاری شد. این عامل شامل دو متغیر "ارزش‌های اجتماعی" و "حمایت های اجتماعی" بوده و ۱۰/۸۰۵ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. (جدول شماره ۱۲).

جدول ۱۲- متغیرهای مربوط به عامل اجتماعی، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۶	متغیرها	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده
عامل اجتماعی	ارزش های اجتماعی	۰/۷۹۶	۱۰/۸۰۵
	حمایت های اجتماعی	۰/۶۰۰	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

هفتمین عامل وضعیت فرهنگی مؤثر بر توسعه فعالیت‌ها و منابع انسانی کارآفرینانه را نشان می‌دهد و به عنوان عامل فرهنگی نامگذاری شد. این عامل شامل دو متغیر "ارزش‌های اجتماعی" و "حمایت‌های اجتماعی" بوده و ۸/۸۲۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. (جدول شماره ۱۳).

جدول ۱۳- متغیرهای مربوط به عامل فرهنگی، میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل ۷	متغیرها	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده

عامل فرهنگی	تعالیم نظام آموزشی	۰/۷۸۶
	رسانه های همگانی	۰/۵۷۲
		۸/۸۲۲

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۴.

### بحث و آزمون فرضیه‌ها:

**فرضیه ۱-** بین سن کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد. همان‌طور که اطلاعات موجود در جدول ۱۴ نشان می‌دهد بین سن افراد مورد مطالعه و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه رابطه معنی دار منفی در سطح ۱ درصد خطا مشاهده شد. بدین معنی که با افزایش سن کارآفرینان، نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کاهش یافته است. بنابراین فرض  $H_0$  که دلالت بر عدم وجود رابطه بین این دو متغیر داشت رد و در مقابل، فرض  $H_1$  مورد قبول واقع می‌شود.

**فرضیه ۲-** بین سطح تحصیلات کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین سطح تحصیلات کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده و نتایج آن نشان داد که بین این دو متغیر رابطه معنی داری در سطح یک درصد خطا وجود دارد. در نتیجه فرض  $H_0$  رد شده و در مقابل آن، فرض  $H_1$  مورد پذیرش قرار می‌گیرد. (جدول ۱۴).

**فرضیه ۳-** بین سابقه فعالیت کسب و کار افراد و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد.

ارتباط بین دو متغیر سابقه فعالیت کسب و کار افراد و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این ضریب همبستگی نشان داد که بین این دو متغیر ارتباط معنی دار در سطح یک درصد خطا وجود داشته است. (جدول ۱۴). بنابراین فرض  $H_0$  که دلالت بر عدم وجود رابطه بین دو متغیر مذکور داشت رد و فرض  $H_1$  مورد قبول واقع می‌شود.

**فرضیه ۴-** بین نگرش افراد با وضعیت شغلی مختلف نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه تفاوت معنی داری وجود دارد. با توجه به اسمی بودن متغیر وضعیت شغلی و شبه فاصله‌ای بودن نگرش کارآفرینان، به منظور مقایسه نگرش افراد با وضعیت شغلی مختلف نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، از آزمون  $f$  استفاده شد. نتایج نشان داد که بین افراد با وضعیت شغلی مختلف از این حیث تفاوت معنی داری در سطح ۵ درصد خطا وجود نداشته است. در نتیجه فرض  $H_0$  مورد پذیرش قرار گرفته و در مقابل، فرض  $H_1$  رد می‌گردد.

**فرضیه ۵-** بین میزادام و دریافتی کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین میزادام و دریافتی کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل از ضریب همبستگی نشان داد که بین این دو متغیر رابطه معنی داری در سطح یک درصد خطا وجود داشته است. (جدول ۱۴). بنابراین فرض  $H_0$  که دلالت بر عدم وجود رابطه بین دو متغیر مذکور داشت رد و در مقابل فرض  $H_1$  مورد قبول واقع می‌شود.

**فرضیه ۶-** بین ارزیابی موانع فعالیت‌های کارآفرینانه از طرف کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط معنی داری وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین ارزیابی موانع فعالیت‌های کارآفرینانه از طرف کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج ضریب همبستگی حاکی از این بود که بین این دو

متغیر در سطح یک درصد خطا همبستگی منفی و معنی داری وجود دارد. در نتیجه فرض  $H_0$  که دلالت بر عدم وجود رابطه بین این دو متغیر داشت رد و در مقابل فرض  $H_1$  مورد پذیرش می‌شود.

**فرضیه ۷-** بین میزان آورده افراد برای راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه خود ارتباط معنی داری وجود دارد.

به منظور بررسی ارتباط بین میزان آورده افراد برای راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی همبستگی بین این دو متغیر نشان داد که بین این دو متغیر ارتباط معنی داری منفی در سطح ۵ درصد وجود دارد. در نتیجه فرض  $H_0$  که دلالت بر عدم وجود رابطه بین این دو متغیر داشت رد و فرض  $H_1$  مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

جدول ۱۴- بررسی رابطه ویژگی‌های کارآفرینان با نگرش آنها پیرامون توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه

متغیر ۱	مقیاس	متغیر ۲	مقیاس	نوع آزمون	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
نگرش نسبت به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه	فاصله ای	سن	نسبی	پیرسون	۰/۲۴۵ *	۰/۰۰۰
		سطح تحصیلات	رتبه ای	اسپیرمن	۰/۲۳۹ *	۰/۰۰۰
		سابقه‌ی فعالیت کارآفرینانه	فاصله ای	پیرسون	۰/۲۷۰ *	۰/۰۰۰
		وضعیت اشتغال	اسمی	$F test$	۱/۱۶۳	۰/۶۷۷
		میزان وام دریافتی	فاصله ای	همبستگی پیرسون	۰/۲۷۰ *	۰/۰۰۰
		ارزیابی موانع فعالیت‌های کارآفرینانه	شبه فاصله ای	پیرسون	۰/۳۱۴ *	۰/۰۰۰
		میزان آورده برای راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه	نسبی	پیرسون	۰/۱۴۴ *	۰/۰۳۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۴. \* \* : معنی داری در سطح ۰/۰۱. \* : معنی داری در سطح ۰/۰۵.

- با توجه به میانگین ۴۶ سال سن کارآفرینان، فراوانی بالای گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال و فراوانی پایین گروه‌های سنی ۲۵-۳۵ و ۶۵-۵۶ می‌توان گفت که کارآفرینان استان فارس میانسال بوده و افراد جوانان و مسن نسبت به افراد میانسال کمتر به فعالیت‌های کارآفرینانه دست زده‌اند.

- با توجه به اینکه بیش از ۹۰ درصد کارآفرینان مرد بوده‌اند، می‌توان گفت زنان کمتر در کارهای کارآفرینانه مشارکت داشته‌اند و اکثریت قاطع کارآفرینان استان فارس، مرد بوده‌اند.

- اکثریت افراد مورد مطالعه دارای مدرک تحصیلی لیسانس بوده و کمترین فراوانی مربوط به افراد با مدرک سیکل بوده است.

- بیشترین فراوانی وضعیت شغلی متعلق به افرادی است که خوداشتغال بوده‌اند و در مقابل کمترین فراوانی مربوط به کسانی است که بازنشسته بوده‌اند.

- میانگین اشتغال‌زایی کارآفرینان مورد مطالعه در استان فارس ۲۶ نفر بوده، میزان اشتغال‌زایی آنها بین ۲ تا ۱۲۰ نفر متغیر بوده است.

- میانگین آورده کارآفرینان استان فارس برابر با ۹۲/۳ میلیون تومان بوده، میزان آورده آنها بین ۰ تا ۳۵۰ میلیون تومان متغیر بوده است. همچنین میانگین وام دریافتی این افراد برابر با ۶۶/۳ میلیون تومان بوده است.

- نتایج اولویت‌بندی عوامل تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی از دید کارآفرینان استان فارس نشان می‌دهد که عامل "سیاست‌های دولت" و عامل "کسب و کار والدین" به ترتیب کم اهمیت‌ترین و با اهمیت‌ترین عامل بوده است. این یافته تحقیق مؤید این است که سیاست‌های دولت در زمینه کارآفرینی می‌تواند نقش بزرگی در پرورش افراد کارآفرین داشته باشد.

- ارزیابی نگرش کارآفرینان استان فارس پیرامون توسعه و راه اندازی کسب و کار نشان می دهد که حدود نیمی از کارآفرینان مورد مطالعه نگرش منفی نسبت به راه اندازی فعالیت های کارآفرینانه داشته اند و نیمی دیگر نگرش آنها مثبت است. با توجه به اینکه افراد مورد مطالعه کارآفرینان برتر استان بوده اند؛ این یافته تحقیق تأمل برانگیز است، چرا که از کارآفرینان برتر انتظار می رود که نگرش مساعدتری داشته باشند و این امر نیازمند آسیب شناسی است.
- نتایج اولویت بندی موانع و مشکلات کارآفرینان استان فارس نشان می دهد که مهم ترین مانع توسعه کارآفرینی در استان فارس " آگاهی ضعیف پیرامون توسعه کسب و کارهای جدید در جامعه " بوده است.
- از دید کارآفرینان مورد مطالعه مهم ترین مشوق فعالیت های کارآفرینانه در استان فارس " پرداخت یارانه سود تسهیلات بانکی و سایر هزینه های سرمایه گذاری اولیه برای راه اندازی کسب و کارهای جدید"، "کمک بلاعوض و پرداخت تسهیلات قرض الحسنه برای تأمین تمام یا بخشی از آورده فرد" و "تخفیف در مالیات پرداختی توسط افراد" بوده است.
- بین سن کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه خود ارتباط معنی داری منفی وجود دارد. این یافته تحقیق حاکی از این است که با افزایش سن کارآفرینان، نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه کاهش یافته است. به بیانی دیگر افراد جوان تر نگرش مساعدتری نسبت به فعالیت های کارآفرینانه داشته اند.
- بین سطح تحصیلات کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه ارتباط معنی دار مثبت وجود داشته، این یافته تحقیق نشان می دهد که افراد با سطح تحصیلات بالاتر، نگرش مساعدتری نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه داشته اند.
- سابقه فعالیت کارآفرینانه افراد مورد مطالعه با نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه ارتباط معنی دار مثبت داشته است. این یافته مؤید این مطلب است که با افزایش سابقه کارآفرینی افراد، نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه بهبود یافته است.
- بین میزان وام دریافتی کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه ارتباط معنی دار مثبت وجود دارد. این نتیجه نشان می دهد کارآفرینانی که وام بیشتری دریافت داشته اند از نگرش مساعدتری نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه خود برخوردار بوده اند.
- بین میزان آورده کارآفرینان برای راه اندازی فعالیت های کارآفرینانه و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه ارتباط منفی معنی داری وجود داشته و این نشان می دهد افرادی که آورده بیشتری داشته اند و یا به بیانی دیگر هزینه مالی بیشتری در زمینه راه اندازی کسب و کار کرده اند نگرش مساعدی در زمینه توسعه فعالیت های کارآفرینانه نداشته اند. این یافته تحقیق ممکن است به علت برآورده نشدن انتظارات افراد از فعالیت کارآفرینانه باشد.
- ارتباط بین ارزیابی موانع فعالیت های کارآفرینانه از طرف کارآفرینان و نگرش آنها نسبت به توسعه فعالیت های کارآفرینانه نشان می دهد افرادی که موانع پیش روی فعالیت های کارآفرینانه را در جامعه بیشتر ارزیابی نموده اند، نگرش مساعدی پیرامون توسعه فعالیت های کارآفرینانه نداشته اند.
- متغیرهای مورد بررسی پس از چرخش در ۷ عامل تلخیص شدند و این عامل ها در مجموع ۸۸/۷۴۳ درصد واریانس مشترک بین متغیرها و عامل های مورد نظر را تبیین می کنند.
- با بررسی متغیرهای مبین عامل اول، با توجه به ماهیت و کارکرد آنها که حاکی از مسایل مربوط به قانون موجود در زمینه کارآفرینی است؛ این عامل را می توان تحت عنوان "عامل قانونگذاری" نام نهاد و این متغیرها ۱۶/۱۸۰ درصد از واریانس کل تبیین شده را به خود اختصاص داده اند و تأثیرگذارترین عامل در توسعه نیروی انسانی کارآفرینانه شناخته شده است.
- عامل دوم منعکس کننده کارکرد محیط پیرامون فعالیت های کارآفرینی می باشد، بنابراین به عنوان عامل "محیطی" نامگذاری شد و ۱۵/۷۰۵ درصد واریانس کل را تبیین نموده است، مطابق با این یافته تحقیق، عامل محیطی نیز نقش بارزی در پرورش نیروی انسانی کارآفرینانه دارد.

- عامل سوم منعکس کننده‌ی ویژگی‌های خانوادگی افراد کارآفرین می‌باشد. از این‌رو، این عامل تحت عنوان "عامل خانوادگی" نامگذاری شد، و در مجموع ۱۳/۰۰۹ درصد از کل واریانس تبیینی را به خود اختصاص داده‌اند.
- عامل چهارم سیاست‌های موجود در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه را منعکس می‌کند، به همین دلیل برای این عامل، عنوان "عامل سیاست‌گذاری" انتخاب گردید. این عامل ۱۲/۶۴۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.
- پنجمین عامل مربوط به وضعیت اقتصادی افراد کارآفرین می‌باشد، به همین دلیل برای این عامل، عنوان "عامل اقتصادی" انتخاب گردید و ۱۱/۵۵۷ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.
- ششمین عامل، ویژگی‌های اجتماعی مؤثر بر توسعه فعالیت‌ها و منابع انسانی کارآفرینانه را نشان می‌دهد و به عنوان "عامل اجتماعی" نامگذاری شد، این عامل ۱۰/۸۰۵ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.
- هفتمین عامل مربوط به وضعیت فرهنگی مؤثر بر توسعه فعالیت‌ها و منابع انسانی کارآفرینانه بوده و ۸/۸۲۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.
- نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که "عامل قانون‌گذاری" تأثیرگذارترین عامل در توسعه نیروی انسانی کارآفرینانه بوده و این عامل به تنهایی توانسته است بیش از ۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین نماید. در مقابل "عامل فرهنگی" با تبیین ۸/۸۲۲ درصد از واریانس کل کم‌اهمیت‌ترین عامل بوده است.

#### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

امروزه، در همه‌ی جوامع، ایجاد، تقویت و توسعه کارآفرینی کم و بیش مورد تأکید است و دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای ارتقای آن ارائه شده است که برحسب شرایط هر جامعه می‌توان از آنها بهره گرفت. از طرفی هر چند کارآفرینی می‌تواند آثار مثبت متعددی در جوامع داشته باشد، ولی خود نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی وابسته، متأثر از زمینه‌ها، عوامل و مهارت‌های مختلفی است. واقع‌ظهور کارآفرینی در یک جامعه وابسته به زمینه‌ها و عواملی است که در شکل‌گیری آن تأثیر ویژه دارند. در واقع توسعه کارآفرینی نیازمند شناسایی ساختارهای مناسب و راهکارهای مؤثری است که بتواند شرایط لازم برای تحقق کارآفرینی در سطح کل آحاد جامعه را فراهم آورد. یکی از ساختارهای مناسب جهت جذب کارآفرینان در کشور ما، بخش تعاونی است.

در تحقیق حاضر مسأله اصلی، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش تعاون استان فارس بوده و پاسخ به این سؤال است که چگونه می‌توان از طریق شناسایی عوامل محیطی شامل عامل قانونی، عامل اقتصادی، عامل اجتماعی، عامل دولت، عامل خانواده، عامل فرهنگی و عامل مشاهده‌ای موجبات توسعه کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه در بخش تعاون این استان را فراهم آورد. در مجموع با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- با توجه اینکه عامل "قانون‌گذاری" تأثیرگذارترین عامل در توسعه نیروی انسانی کارآفرینانه بوده پیشنهاد می‌گردد با تدوین قوانین و مقررات مشوق نوآوری و کارآفرینی، از کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه حمایت شود. در این زمینه می‌توان با اعمال برنامه‌های عملیاتی نظیر بخشش‌ای مالیاتی در سه تا پنج سال اول فعالیت برای حمایت از کارآفرینانی که واجد شرایط کارآفرینی در یک کسب و کار شده‌اند، حذف یا کاهش مقررات دست و پاگیر اخذ تسهیلات بانکی جهت راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و پرداخت یارانه سود تسهیلات بانکی و سایر هزینه‌های سرمایه‌گذاری اولیه برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید، توسعه کارآفرینی در بخش تعاون را بهبود بخشید.
- دومین عامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی "عامل محیطی یا مشاهده‌ای" است که این امر حاکی از این است که می‌توان توسعه منابع انسانی کارآفرین را از طریق مشاهده توسعه داد. زیرا از دیدگاه کارآفرینان، مشاهده، نقش بسیار زیادی در تحقق رفتارهای کارآفرینانه و توسعه فعالیت‌های آنان داشته است. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در کوتاه مدت شرایطی مهیا شود تا افراد مستعد و علاقه‌مند به فعالیت‌های کارآفرینی، از طریق مسافرت به خارج کشور و دیگر استان‌ها، کارآفرینان استان‌ها و کشورهای دیگر را مشاهده نمایند و با فعالیت‌های کارآفرینی آنها آشنا شوند و در بلند مدت نیز

- امکان مشاهده رفتارهای کارآفرینان در رسانه‌ها نظیر؛ رادیو، تلویزیون، مطبوعات و کتاب‌های درسی برای دانش‌آموزان و جوانان فراهم گردد و گنجاندن این‌گونه برنامه‌ها در دروس آموزشی مدارس و دانشگاه‌ها می‌تواند مفید واقع شود.
- با توجه اینکه از دید کارآفرینان برتر استان فارس، آگاهی ضعیف پیرامون توسعه کسب و کار جدید در جامعه مهم‌ترین مانع توسعه فعالیت‌های کارآفرینی شناخته شده پیشنهاد می‌شود، از طریق ارائه آموزش‌های لازم در جامعه، شیوه‌های پرورش خلاقیت، کارآفرینی و آگاهی افراد در جامعه، از طریق سرمایه‌داری بیش‌تر تقویت یابد. همچنین به دلیل تغییرات روزافزون تکنولوژی‌ها و فرایندها و خلق نوآوری‌های جدید، باید کانال ارتباطی میان افراد کارآفرین و این پیشرفت‌های روزافزون را تقویت کرد تا کارآفرینان در این مسیر هم‌چنان به پیشرفت خود ادامه دهند.
  - ارزیابی نگرش کارآفرینان استان فارس پیرامون توسعه و راه‌اندازی کسب و کار نشان می‌دهد که حدود نیمی از کارآفرینان مورد مطالعه نگرش منفی نسبت به راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه داشته‌اند. بنابراین پیشنهاد می‌گردد این مسأله در دستور کار مسئولین و برنامه‌ریزان استان قرار گیرد و تبیین‌کننده‌های نگرش منفی کارآفرینان شناسایی شده و در جهت رفع آن اقدامات اساسی صورت گیرد.

### References:

1. Arasti, Z. (2006): *Socio-Cultural Structures Involved in Entrepreneurial Businesses, Quarterly Journal of Women Studies, Vol 4, NO. 2, pp 93-119. (in Persian)*
2. Amadi, A.; Malek Mohammadi, E.; and Husseini Nia, G. (2009): *Regression Analysis of Factors Affecting Entrepreneurship Promotion in Agricultural Cooperatives in Tehran, Iran, Bimonthly Journal of Cooperation, Vol 20, No 210. (in Persian)*
3. Amadi, A. (2009): *The Role of Cooperatives in Promoting Entrepreneurship, Master's dissertation Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University and Research Center, Tehran University. (in Persian)*
4. Ahmad Pour Dariani, M. (2003): *Entrepreneurship (Definitions, Theories and Models), Pardis Press, Second Edition, Tehran. (in Persian)*
5. Akbar Pour Sabaghi, F. (2009): *The Role of Cooperatives in the Development of Entrepreneurship: A Case Study: Co-operatives Companies in East Azerbaijan province, the 20<sup>th</sup> year, Quarterly Journal of Cooperation, Tehran, Vol 20, No. 206 and 207. (in Persian)*
6. Alison, M., (1990): *Entrepreneurship: An International Perspective, Guide to Rural Economic and Enterprise Development, Working Paper, November, Available at: www.wgtz.de.*
7. Amit, R.h., Brande, L., & Zott, S. (1998): *Blinded by the Cities? Has There Been Progress in Entrepreneurship Research? Academy of Management Journal, 36(2): 93-121.*
8. Audretsch, D.B. & Thurik, A.R. (1998): *Capitalism and Democracy in the 21<sup>st</sup> Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy, Journal of Evolutionary Economics, 10 (1), pp17-34.*
9. Bjerke, B. & Hultman, C. (2002): *Entrepreneurial Marketing – The Growth of Small Firms in the New Economic Era. Edward Elgar.*
10. Bomess, A & Kolb, G. (2004): *“Values and Entrepreneurship in the Americas” in R. Swedeberg (Ed). Entrepreneurship, Oxford Management Reader, New York: Oxford University Press, pp.28-110.*
11. Copac, E. (2000): *The Contribution of cooperative to Employment Prounotion. Reprinted for International Day of cooperatives, July 2000.*
12. Coulter, M. (2005): *Entrepreneurship in action (2th ed.): Prentice Hall Pub. New Delhi, India.*
13. Cox, L.W., Muller, S.I. & moss, S.E. (2003): *The Impact of Entrepreneurship Education Entrepreneurial Self-Efficacy. International Journal of Entrepreneurship Education, 1(2).*
14. Dalal-Clayton, B., Debt, D., and Dubois, O. (2003): *Rural Planning in Developing Countries: Supporting Natural Resource Management and Sustainable Livelihoods, London: Earthscan/IIED, 240p.*



15. Donyaee, H.; Yaghoubi, G.; and Rajaei, Y. (2010): *Factors Affecting Entrepreneurship Strengthening and Development in Agricultural Cooperatives, Zanjan Province, Iran, Quarterly Journal of Cooperation, Vol 21, No. 3. (in Persian).*
16. Dillman, D.A. (2000): *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method.* New York: John Wiley and Sons.
17. George, Z & Zahra, G. (2002): *Strategia Sukcesu Firmy (Strategy of Firm Success).* PWE, Warszawa. Sedek G, (1995): *Bezradnosc intelektualna W Szkole (Intellectual Helplessness at School).* WIP PAN, Warszawa..
18. Golerd, P. (2005): *Factors Affecting Iranian Women Entrepreneurship Development, Quarterly Journal of Women, Vol 3, No , 1. Pp 101-123. (in Persian)*
19. Harmes, B (2004): *The Role of Cooperative in Enterprise and SMME Development. Paper Prepared in German Cooperative and Raiffeisen Confederation.*
20. Hofstede, S. (2003): *Transaction Costs and the Theory of the Firm: The Scope and Limitation of the New Institutional approach, in Institutions and the Evolution of Modern Business M. Casson and M. B. Rose (eds). London: Frank Cass.*
21. Jancikova, H. (2004): *The Entrepreneurial Factor in Economic Growth.* London: Macmillan. *Organization Studies* 20 (6): 1011-1033.
22. Kiesner, W. F. (1985): "Small Business Course Content, Training and Other Critical Factors in the Success of Small Business Training Courses", Montreal, Canada, Paper Presented to the 30th Annual World Conference of the International Council for Small Business, No. June.
23. Krasniqi, B. (2007): *Barriers to entrepreneurship and SMEs growth: The Case of Kosovo. Journal of Developmental Entrepreneurship, 12 (1), 37-55.*
24. Kuratko, D. D., & Goldsby, M. G. (2004): *Entrepreneurship: Theory, process and practice.* Mason: South-Western College Publishers
25. Lordkipanidze, M; Brezet, H, & Backman, M., (2005): *The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. Journal of Cleaner Production Vol. 2, No. 13, pp 787- 798.*
26. Michael H. Morris; Pamela S. Lewis; Donald L. Sexton; (1994): "Reconceptualizing entrepreneurship:an input-output perspective", *SAM Advanced Management Journal*, vol. 59, Wntr.
27. Moghimi, M. (2008): *Entrepreneurship in Civil Society, Tehran, Iran, Tehran University and Tehran University Entrepreneurship Center. (in Persian)*
28. Motee Langaroudi, S.H.; Ghadiri Masoum, M.; Dadvar Khani, F.; Yadollahi Farsi, J.; and Torkashvand, Z. (2012): *Factor Affecting Villagers` Empowerment in Entrepreneurship Development (Case Study: Zand and Samen Districts, Malayer, Iran), Quarterly Journal of Human Geography, Vol 41, No 80, pp 119-138. (in Persian)*
29. Nawaz, F. (2009): "Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh". U.S. A: Bangladesh Development Research Center (BDRC).
30. Ribinsin, A., and Mitchell, T. (2002): *Models of Self-Employment in a Competitive Market, Journal of Economic Surveys. 7: 367-397.*
31. Rezaee, R.; Gholi Far, A.; Safa, L.; and Kazemi, M. (2011): *Identifying Barriers to Entrepreneurship Development in Consulting services, Technical, and Agricultural Engineering Companies, Zanjan Province, Iran, Quarterly Journal of Entrepreneurship Development, Vol 4. No 14, pp 18-32. (in Persian)*
32. Rezaee, R.; Gholi Far, A.; and Safa, L. (2011): *Investigation and Analysis of Barriers to of Entrepreneurship Development in the Cooperatives in Villages, Zanjan Province, Iran, the First Conference of knowledge-based sustainable management of Natural Resources and Agricultural Sciences, University of Agricultural Sciences and Natural Resources. (in Persian)*

33. Schwartz, S & Badri, R. (2003): *Employment, Innovation and Growth: The Washington 56-Workshop, OECD, and Paris*. Olson, M., 1996, *Big Bills Left on the Sidewalk. Journal of Economic Perspectives* 10(2), Spring, 3-24.
34. Sergey Anokhin; Dietmar Grichnik; Robert D. Hisrich; (2008): "The Journey from Novice to Serial Entrepreneurship in China and Germany: Are the Drivers the Same?", *Managing Global Transitions*, issue 2, vol. 6, p.p. 117-142.
35. Shane, F, Locke, E & Collins, P. (2003): *Women Business Owners and terms of credit: Some Empirical Findings of the Canadian Experience*, *Journal of Business Venturing* 5(5), 327-340.
36. Seif, E. (1997): *Psychology of Education –Psychology of Learning and Teaching*. 15<sup>th</sup> Edition, Tehran: Agah Press. (in Persian)
37. Sobel, R. S., & King, K. A. (2008): *Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship?* *Economics of Education Review*, 27(4), 429-438.
38. Stel.A; Thurik.R.; Verheul.I.; Baljeu.L.; (2007): *The Relationship between Entrepreneurship and Unemployment in Japan*, Tinbergen Institute Discussion Papers.
39. Stokes, D. and Lomax. (2002): *Taking control of word of mouth marketing: the case of an entrepreneurial hotelier*, *Journal of business and enterprise development*, 9(4), 349-357.
40. Stokes, D. (2000): *Putting Entrepreneurship into Marketing: The Processes of Entrepreneurial Marketing*. *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, 2(1), 1-16.
41. Tang, H. K. & K. T. Yeo (1995): *Technology, entrepreneurship and national development: Lesson from Singapore*, *International Journal of Technology Management*, 10 (7):797-810.

Archive of SID