

ارزیابی دانشجویان از محیطهای کار آفرینانه و تبیین رابطه آن با قصد کار آفرینی

مهدی صادقی^۱ و عماد ملکی نیا^{۲*}

چکیده

قصد کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه است. از طرف دیگر، محیطهای مساعد کارآفرینی افراد را به سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید تشویق و به طور بالقوه قصد کارآفرینی افراد را برای سرمایه‌گذاری در فعالیتهای مخاطره آمیز تقویت می‌کند. در این پژوهش ارتباط بین پنج عامل کلیدی محیطهای کارآفرینانه و قصد کارآفرینی در دانشگاه تهران بررسی شده است. پنج عامل محیطی کارآفرینی به ترتیب شامل سیاستها و رویه‌های دولتی، شرایط اجتماعی-اقتصادی، مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار، مساعدت مالی و مساعدت غیر مالی هستند. از روش تحقیق توصیفی-پیمایشی برای مطالعه متغیرها استفاده شده است. در این پژوهش، به منظور اندازه‌گیری قصد کارآفرینی و دیگر متغیرهای کنترل از پرسشنامه قصد کارآفرینی (EIQ) و از تحلیل‌های متقارن نیز برای تعیین معناداری ارتباط بین عوامل محیطی و قصد کارآفرینی استفاده شده است. در این پژوهش بین تمامی عوامل محیطی کارآفرینی و قصد کارآفرینی روابط معناداری وجود داشت. همچنین اهمیت مقایسه ای عوامل محیطی، به همراه تحلیل‌های متقارن فرعی بر اساس ویژگی‌های افراد نمونه محاسبه گردیده است.

کلید واژگان: کارآفرینی، محیطهای کارآفرینی، سیاستها و رویه‌های دولتی، شرایط اجتماعی اقتصادی، مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار، مساعدت مالی، و مساعدت غیر مالی.

مقدمه

عصر جدید عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست و کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را در سرلوحه کار خود قرار داده و در پرتو وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص چرخهای رشد و توسعه را به حرکت در آورده و به ابداعات و نوآوریهای دست یافته‌اند. دسترسی به نوآوریها که اقتصاد کشورهای توسعه یافته را از نو زنده کرده است، منوط به کارآفرینی است.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران: mehdisadeghi@iau-ea.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

* مسئول مکاتبات: e_malekinia@ut.ac.ir

دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۷/۴ پذیرش مقاله: ۱۳۹۰/۲/۱۳

کارآفرینی بدین دلیل که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق می‌دهد و باعث رشد اقتصادی می‌شود و همچنین، بدین دلیل که دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل می‌کند، حایز اهمیت است. کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطرابهای اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود. کارآفرینی پدیده فنی-اقتصادی جدیدی است که در دو دهه اخیر دنیای اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت‌انگیز خود متحول ساخته است.

در سالهای اخیر، به دلیل اهمیت توسعه اقتصادی برای کشورها، توجه زیادی به انجام دادن فعالیتهای جسورانه^۳ جدید معطوف شده است. ایجاد فعالیتهای جسورانه جدید نه تنها به توسعه اقتصادی کمک می‌کند، بلکه فرصتهای جدیدی را نیز برای کارآفرینان آینده از طریق ارائه دانش و اطلاعات برای ایجاد مشاغل آتی فراهم می‌سازد. در سال ۲۰۰۷ تقریباً ۴۹۵.۰۰۰ کسب و کار جدید در هرماه در کشور آمریکا ایجاد شده است و در خلال سالهای ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۵، فعالیتهای جسورانه جدید بیش از یک سوم کل مشاغل جدیدی بوده‌اند که در کشور آمریکا ایجاد شده اند (Fairlie, 2009).

با وجود اینکه تمام کشورها به نقش با اهمیت فعالیتهای جسورانه در رشد و توسعه اقتصادی واقف هستند، لزوماً نمی‌توان نرخ بالایی از این‌گونه فعالیتها را در همه کشورها انتظار داشت. نرخ پایین ایجاد فعالیتهای جسورانه جدید در برخی از کشورها ممکن است دلایل متعددی داشته باشد. اما، کارآمد نبودن محیطهای کارآفرینی باید یکی از مهم‌ترین دلایل برای ناتوانی برخی کشورها در شکوفایی قصد و اقدام کارآفرینی افراد باشد؛ این بدان معناست که عوامل محیطی کارآفرینی یکی از مقدمات تسهیل‌پذیرش ریسک در فعالیتهای جسورانه جدید است.

پژوهشگران کارآفرینی کوشیده‌اند تا دلیل این موضوع را که چرا برخی از افراد به راه‌اندازی کسب و کارهای توأم با ریسک اقدام می‌کنند، در حالی که دیگران این چنین نیستند، توضیح دهند (Baron, 1998; Shane and Venkataraman, 2000). برای تصمیم‌گیری در باره ایجاد یک کسب و کار جدید، قصد کارآفرینی بخش ابتدایی و با اهمیتی از فرایند شناختی محسوب می‌شود. نیت و قصد کارآفرینان پایه راهبردی توسعه سازمانی جدید را بر مبنای رفتار آگاهانه شکل می‌دهد (Bird and Jelinek, 1988). با توجه به اهمیت نقش محیطهای مناسب کارآفرینی در افزایش قصد کارآفرینی، در این مطالعه با استفاده از ابعاد کلیدی محیطهای کارآفرینانه نیاولی و فوگل (Gnyawali and Fogel, 1994)، ارتباط بین عوامل محیطی کارآفرینی و قصد کارآفرینی بررسی شده است.

پیشینه پژوهش: کارآفرینان در خلأ عمل نمی‌کنند، اما به محیطهای کارآفرینی که آنها را احاطه کرده است واکنش نشان می‌دهند (Peters and Waterman, 1982). محیطهای کارآفرینانه به‌عنوان عواملی که در توسعه کارآفرینی در مناطق معین اهمیت دارند، تعریف شده است (Gnyawali and

(Fogel, 1994). پژوهش در باره محیطهای کارآفرینانه بر چند چارچوب متمرکز بوده است. برای مثال، بر اساس پژوهشی، مهارتهای کارآفرینی و درک ارزش تأثیر معناداری را بر ساختارها نشان داده است (Li??n, 2008). در پژوهش راهاندازی شرکتها در کشور سوئد، داویدسون و هنریکسون (Henrekson and Davidsson, 2002) دریافتهاند که ترتیبات مؤسسه بر فعالیتهای کارآفرینی تأثیر دارد. تعامل بین محیطهای کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی در کشور مجارستان تجزیه و تحلیل و به عنوان عوامل ضروری برای توسعه کارآفرینی مطرح شده است (Fogel, 2001). بدیهی است که بدون در نظر گرفتن ویژگیهای منطقه‌ای، افراد در محیطهای مساعد کارآفرینی به سرمایه‌گذاری در کسب و کار جدید تشویق می‌شوند. محیطهای کارآفرینانه را می‌توان به پنج گروه عمده دسته‌بندی کرد: سیاستها و رویه‌های دولتی^۴، شرایط اجتماعی-اقتصادی^۵، مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار^۶، مساعدت مالی^۷ و مساعدت غیر مالی^۸ (Gnyawali and Fogel, 1994). در جدول ۱ دسته‌بندیهای فرعی پنج عامل محیطی کارآفرینانه نشان داده شده است.

جدول ۱- چارچوبی برای محیطهای کارآفرینانه (Gnyawali and Fogel, 1994)

سیاستها و رویه‌های دولتی	شرایط اجتماعی-اقتصادی	مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار	مساعدت مالی	مساعدت غیر مالی
<ul style="list-style-type: none"> • محدودیتهای واردات و صادرات • مقرر داشتن قوانین ورشکستگی • موانع ورود • رویه‌های ضروری برای ثبت نام و صدور مجوز • تعداد مؤسساتی که قوانین و مقررات حاکم بر فعالیتهای کارآفرینی را به کارآفرینان گزارش می‌دهند • قوانین حمایت از حقوق مالکیت 	<ul style="list-style-type: none"> • نگرش عمومی به کارآفرینی • حضور کارآفرینان مجرب • وجود الگوهای نقش موفق • وجود اشخاصی با ویژگیهای کارآفرینی • شناخت عملکرد نمونه کارآفرینی • نسبت شرکتهای کوچک به جامعه شرکتهای متنوع فعالیتهای اقتصادی • میزان رشد اقتصادی 	<ul style="list-style-type: none"> • آموزش فنی و حرفه‌ای • آموزش کسب و کار • برنامه‌های آموزش کارآفرینی • برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای • در دسترس بودن اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> • ریسک سرمایه • منابع جایگزین مالی • وامهای کم بهره • تمایل مؤسسات مالی برای تأمین مالی کارآفرینان خرد • برنامه‌های تأمین اعتبار برای شرکتهای نوپا • رقابت در میان مؤسسات مالی 	<ul style="list-style-type: none"> • مشاوره و خدمات پشتیبانی • شبکه‌های کارآفرینی • تسهیلات مراکز رشد • برنامه‌های دولت در زمینه تدارک کسب و کارهای کوچک • حمایت دولت از تحقیق و توسعه • مشوقها و معافیتهای مالیاتی • شبکه‌های اطلاعات محلی و بین‌المللی • امکانات حمل و نقل و ارتباطی مدرن

4. Government Policies and Procedures
5. Socioeconomic Conditions
6. Entrepreneurial and Business Skills
7. Financial Assistance
8. Non-financial Assistance

سیاستها و رویه‌های دولتی: سیاستهای دولت می‌تواند چارچوب بازار را تحت تأثیر قرار دهد و فرهنگ مساعد کارآفرینی^۹ را خلق کند و چنین فرهنگی پذیرش ریسک و شروع کسب و کار را در میان افراد ترویج و تشویق می‌کند (Gnyawali and Fogel, 1994). در صورتی که کارآفرینان با تعداد زیادی از قوانین و مقررات بازدارنده مواجه شوند، از ایجاد شرکتهای جدید دلسرد خواهند شد (Fogel, 2001). همچنین، در بسیاری از مواقع دولت به عنوان مانعی برای شروع فعالیتهای کارآفرینانه تشخیص داده شده است (Kouriloff, 2000). زاپالسکا و همکاران (Zapalska et al., 2003)، در پژوهشی تأثیر عوامل محیطی بر فعالیتهای کارآفرینی میان کارآفرینان مائوری^{۱۰} کشور زلاندنو را مطالعه و بررسی کردند؛ نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که سیاستها و رویه‌های دولتی از قبیل محدودیتهای واردات و صادرات، موانع ورود و رویه‌های ضروری برای ثبت نام و صدور مجوز بیش از آنکه دارای آثار مثبت بر کارآفرینی باشند، اثرهای منفی دارند.

شرایط اجتماعی - اقتصادی: درک افراد از قصد و عمل کارآفرینی می‌تواند تحت تأثیر نگرشهای خانواده، دوستان و جامعه اطراف آنها از کارآفرینی قرار گیرد (Mokry, 1988). پژوهشی در این خصوص نشان می‌دهد که فشار خارجی و الگوهای نقش برای کارآفرینی نه تنها می‌تواند افراد را به شروع کسب و کار خویش هدایت کند، بلکه سبب تغییر در فرایند فعالیت جسورانه به شکل تغییر در مراحل پیش و پس از ایجاد یک کسب و کار جدید نیز می‌شود (Davidsson et al., 2006). در پژوهش دیگری با ارائه شواهد تجربی بیان شده است که شبکه ارتباط شخصی مثبت^{۱۱} به همراه خودکارآمدی کارآفرینانه نیرومند^{۱۲} احتمال قصد و عمل کارآفرینی را افزایش می‌دهد (Sequeira, et al., 2007). به‌طور کلی، نگرش مثبت جامعه به کارآفرینی و برنامه حمایت عمومی از فعالیت کارآفرینی، افراد را برای شروع کسب و کارهای خود بر می‌انگیزاند (Gnyawali and Fogel, 1994).

مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار: در صورتی که کارآفرینان آینده در ارتباط با مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار به‌خوبی آموزش دیده باشند، زمانی که با وظایف چالش برانگیز در شروع فرایند کسب و کارشان مواجه می‌شوند، دلسرد نخواهند شد (Gnyawali and Fogel, 1994). داویدسون (Davidsson, 1991) نشان داد که توان کارآفرین برای آغاز و انجام کسب و کار همبستگی بالایی با تجربه و آموزش مرتبط با کسب و کار دارد. بنابراین، برنامه آموزشی که مهارتهای کارآفرینی را ارائه می‌دهد، عاملی با اهمیت در ظهور و موفقیت یک کسب و کار کوچک محسوب می‌شود (Ladzani and Van Vuuren, 2002). برنامه‌های آموزشی برای کارآفرینان آینده در کشورهای در حال توسعه‌ای که

9. Entrepreneurship Friendly Culture

10. Maori

11. Positive Personal Network

12. Strong Entrepreneurial Self-efficacy

منابع محدود دارند، از سیاستهای حمایتی دولتی برخوردار نیستند و موانع جدی در ارتباط با شرکتهای بزرگ دارند، بسیار با اهمیت است (Gnyawali and Fogel, 1994).

مساعدت مالی به کسب و کار: بهطورکلی، کارآفرینان حداقل به یکی از سه دلیل زیر به حمایت مالی نیاز دارند: ۱. متنوع ساختن ریسک راه اندازی کسب و کار جدید؛ ۲. فراهم کردن سرمایه مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار جدید؛ ۳. گسترش کسب و کار (Gnyawali and Fogel, 1994). هرچند که حمایت مالی هیچگاه تضمین کننده رشد و پرورش شرکتهای نوپا نیست (Amit, et al., 1990) و در برخی موارد فعالیتهای جسورانه جدید نیازمند فعالیتهای دیگری همچون کوششهای مقتضی و مشارکت پس از سرمایه گذاری هستند (Wiltbank, 2005)، با وجود این، هنوز هم برای راه اندازی بیشتر سرمایه گذاریهای مخاطره آمیز حمایت مالی یکی از عواملی است که نه تنها در ایجاد فعالیت جسورانه، بلکه در موفقیت سرمایه گذاری در مراحل بعدی نیز اهمیت دارد. پژوهشها همچنین، نشان می دهد که در فرهنگها و محیطهای مؤسسه ای متفاوت در میان کشورها روشهای تأمین سرمایه و حمایت مالی از صنایع متفاوت است (Bruton and Ahlstrom, 2003).

مساعدت غیر مالی به کسب و کار: علاوه بر مساعدت مالی، کارآفرینان نیازمند مساعدت غیرمالی نظام مند هستند (Gnyawali and Fogel, 1994). یکی از نظامهای مساعدت غیر مالی می تواند مراکز رشد کارآفرینی باشد. بهطورکلی، مراکز رشد محیطهای مثبتی را برای مرحله آغازین سرمایه گذاریها از طریق ارائه فضای اداری به شکل اجاره، خدمات اداری مشترک و حمایت مشاوره ای کسب و کار با هزینه های پایین تدارک می بینند (Allen and Rahman, 1985). ثابت شده است که مراکز رشد ممتاز ارائه دهنده نرخی بالایی از بقا برای شرکتهای نوپا، ایجاد تأثیر مثبت بر درک از کارآفرینی و ایجاد روشی ساختارمند برای بازارهای مالی هستند (Aernoudt, 2004).

نقش قصد کارآفرینی در فعالیت جسورانه جدید: ایجاد یک کسب و کار آشکارا از فعالیتهایی آگاهانه تشکیل شده است. فردی ایده آغاز یک کسب و کار جدید را می ربايد، طرح را در محیط معین توسعه می دهد و برنامه کسب و کار را با اقدامات عملی به منصفه ظهور می رساند (Krueger Jr et al., 2000). با این حال، قصد و نیت داشتن یک شغل کارآفرینانه پیش از سازماندهی عملی یک کسب و کار، به دلیل اهمیتی که در نقطه آغاز یک فعالیت جسورانه جدید دارد، به عنوان نکته جالب توجه در حوزه کارآفرینی تلقی می شود (Bird, 1988; Katz and Gartner, 1988). در این مفهوم، قصد کارآفرینی یک حوزه پژوهشی با اهمیت در تلاش برای یافتن نقطه محوری ایجاد یک سرمایه گذاری جدید است (Bird, 1988).

بهطورکلی، رفتار از مقاصد و نیت فردی تبعیت می کند و همزمان نگرشهای معین بر نیت تقدم دارند. از این رو، مقاصد به عنوان یک رابط آشکار بین پیشایندها^{۱۳} و رفتار عمل می کنند (Ajzen, 1988).

1991). از سوی دیگر، آجزن و فیشبین (Ajzen and Fishbein, 1980) اشاره کرده‌اند که نگرش‌های کلی و صفات شخصیتی رفتارهای معین را از طریق نفوذ بر عواملی که رابطه نزدیکی با رفتار دارند، به شکل غیر مستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهند. این عوامل باورهای موقعیتی^{۱۴}، درک منابع موجود^{۱۵} و دریافت پیامدهای رفتار^{۱۶} را شامل می‌شوند (Ajzen, 1991). بنابراین، فعالیتهای کارآفرینی نیز می‌توانند تحت تأثیر عوامل محیطی پیشرفت کنند یا ناکام شوند.

اهمیت محیطهای کارآفرینانه برای فعالیت جسورانه جدید: پژوهشگران مطالعاتی را در زمینه ویژگیهای شخصیتی و صفات کارآفرینان برای ایجاد تمایز بین این افراد با سایرین انجام داده‌اند. پژوهشگران دیگری نیز بر چگونگی اثر عوامل محیطی بر نرخ رشد فعالیتهای جسورانه جدید تمرکز داشته‌اند. از آنجا که هر یک از رویکردهای علوم اجتماعی در توسعه پژوهشهای کارآفرینی مشارکت دارند و استفاده از رویکرد ترکیبی مدل‌های پژوهشی صحیح‌تری را ارائه می‌کند، هر دو مطالعات به اصطلاح «ویژگیها^{۱۷} و نرخها^{۱۸}» مکمل یکدیگر به حساب می‌آیند (Aldrich, 1990). بنابراین، به منظور فهم بهتر قصد کارآفرینی لازم است در فضای محیطهای کارآفرینانه مطالعه شود.

طبقه‌بندیهای مختلفی در ارتباط با کارآفرینی وجود دارد که یکی از آنها رویکرد درون به برون^{۱۹} و رویکرد برون^{۲۰} به درون است. رویکرد درون به برون جریانی از مطالعات است که تمرکز آن بر ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان برای فهم کارآفرینی است. در رویکرد برون به درون سعی می‌شود کارآفرینی به وسیله محیطهای زمینه‌ای توصیف شود. در عین حال، پژوهشهای مختلفی که در زمینه کارآفرینی صورت گرفته است، دارای عناوین دویبخشی دیگری از قبیل عرضه گرا^{۲۱} و تقاضا گرا^{۲۲} (Thornton, 1999) و فرایندهای درونزاد^{۲۳} و برونزاد^{۲۴} هستند (Carroll and Khessina, 2005). واقعیت آشکار این است که ایجاد یک سرمایه‌گذاری جدید فعالیتی متکی بر قصد و نیت قبلی شخص کارآفرین است، اما کارآفرین بدون وجود یک زیرساخت نمی‌تواند پیشرفت کند (Thornton, 1999).

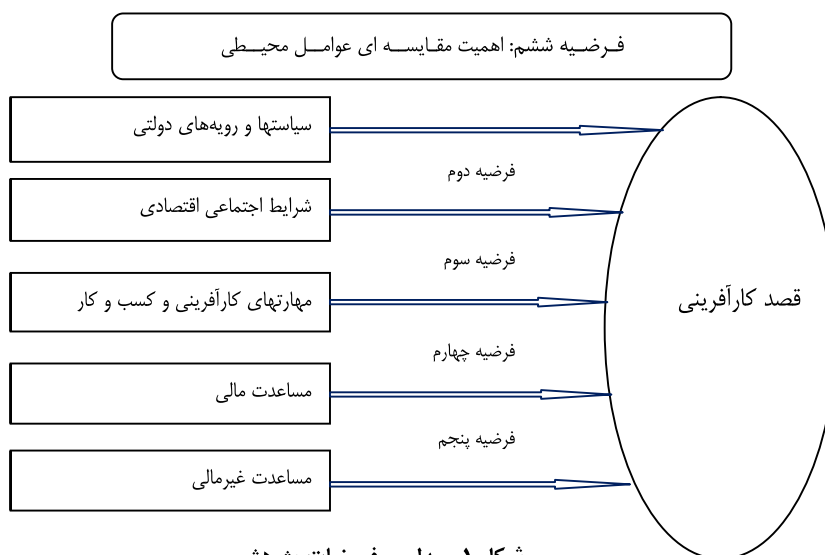
بوم‌شناسی مؤسسه‌ای مشخص می‌کند که چگونه مقررات، حمایت اجتماعی و تأیید از جانب مؤلفه‌های بیرونی می‌تواند سبب افزایش احتمال موفقیت یک مؤسسه در زمینه خلاقیت شود (Meyer and Rowan, 1977). باثوم و اولیور (Oliver and Aldrich, 1996) نشان دادند که زمینه اقتصادی-

-
14. Situational Beliefs
 15. Perception of Available Resources
 16. Consequences of the Behavior
 17. Traits
 18. Rates
 19. Inside-Out
 20. Outside-In
 21. Supply-Side
 22. Demand-Side
 23. Endogenous
 24. Exogenous

اجتماعی بر نرخ خلاقیت سازمانی تأثیرگذار است. آلدریچ (Aldrich, 1990) نیروهای مؤسسه‌ای مؤثر بر تأسیس یک سازمان را به عوامل فرعی خط و مشی‌ها و سیاستهای دولتی، موقعیت مکانی و دیگر رویدادهای خاص برای دوره‌های خاص تقسیم می‌کند. برخی از این عوامل کوتاه مدت و رویدادهایی غافلگیر کننده هستند و سایر عوامل بلند مدت و رویدادهایی تکرار شونده با قدرت انباشتی هستند.

روش پژوهش

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که ظاهراً انجام دادن فعالیتهای جسورانه از فرایندی آگاهانه پیروی می‌کند و بنابراین، قصد کارآفرینی یکی از مهم‌ترین فرایندها در مرحله شروع یک فعالیت جسورانه جدید است. برای تسهیل قصد کارآفرینی محیطهای مساعد برای کارآفرینی شناسایی می‌شوند. بنابراین، در این پژوهش ارتباط بین عوامل محیطی کارآفرینی و قصد کارآفرینی با استفاده از روش پیمایشی بررسی و نیز اهمیت مقایسه‌ای عوامل محیطی برای قصد کارآفرینی ارائه شده است. پنج عامل محیطی کارآفرینی که در این پژوهش در نظر گرفته شده‌اند، شامل سیاستها و رویه‌های دولتی، شرایط اجتماعی- اقتصادی، مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار، مساعدت مالی و مساعدت غیرمالی هستند. در شکل ۱ مدل این پژوهش نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل و مفروضات پژوهش

- از آنجا که پیشفرض ما در این پژوهش بر آن بوده است که تمام عوامل محیطی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی خواهند داشت، بنابراین، پنج فرضیه زیر پیشنهاد شد:
۱. سیاستها و رویه‌های مساعدتر دولتی به‌عنوان یکی از ابعاد محیط کارآفرینانه امکان قصد کارآفرینی افراد را بیشتر خواهد کرد.
 ۲. شرایط اجتماعی-اقتصادی مساعدتر به‌عنوان یکی از ابعاد محیط کارآفرینانه امکان قصد کارآفرینی افراد را بیشتر خواهد کرد.
 ۳. مهارت‌های بالاتر کارآفرینی و کسب و کار به‌عنوان یکی از ابعاد محیط کارآفرینانه امکان قصد کارآفرینی افراد را بیشتر خواهد کرد.
 ۴. در دسترس‌تر بودن مساعدت مالی به‌عنوان یکی از ابعاد محیط کارآفرینانه امکان قصد کارآفرینی افراد را بیشتر خواهد کرد.
 ۵. در دسترس‌تر بودن مساعدت غیرمالی به‌عنوان یکی از ابعاد محیط کارآفرینی امکان قصد کارآفرینی افراد را بیشتر خواهد کرد.
- به علاوه، با استفاده از تحلیل‌های متقارن این امکان وجود دارد که ترکیب مناسبی از عوامل محیطی مساعد مرتبط با قصد کارآفرینی را شناسایی کرد. بنابراین، فرضیه ششم بر این مبنا شکل گرفته است:
۶. ترکیب بهینه‌ای از اهمیت مقایسه‌ای پنج بعد محیط‌های کارآفرینانه وجود دارد که مطلوبیت بیشتری برای افزایش امکان قصد کارآفرینی دارد.
- در این پژوهش از تحلیل‌های متقارن^{۲۵} استفاده شده است، روشی که در آن لازم است پاسخ‌دهندگان یک سری قضاوت را بر مبنای منحنی‌های ترجیح انجام دهند که از تجزیه و تحلیل فرایندهای تصمیم‌گیری پاسخ‌دهندگان می‌توان به ساختار اساسی دست یافت. دلیل انتخاب مدل تحلیل متقارن در این پژوهش به واسطه امکانی است که این مدل برای شناسایی یک ترکیب مناسب از عوامل محیطی کارآفرینی را که هدایت‌کننده و مؤثر بر قصد کارآفرینی هستند، فراهم می‌سازد. همچنین، این مدل تحریف در تصمیمات افراد را به حداقل می‌رساند. این روش داده‌های واقعی را از تصمیمات پاسخ‌دهندگان فراهم و از سوگیری‌های درون‌نگرایانه ایشان جلوگیری می‌کند (Fischhoff, 2002; Shepherd and Zacharakis, 1999). برای اجرای تحلیل‌های متقارن پژوهشگر ویژگی‌هایی با سطوح مختلف برای هر یک از پاسخ‌دهندگان ارائه می‌کند و سپس، این ویژگی‌ها را شرکت‌کنندگان از طریق روش‌های ترکیبی انتخاب می‌کنند. پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها برای هر سناریو پژوهشگر می‌تواند داده‌ها را برای آشکار کردن اهمیت نسبی هر ویژگی تجزیه و تحلیل کند (Lohrke et al., 2010).
- به‌منظور اندازه‌گیری قصد کارآفرینی و دیگر متغیرهای کنترل از پرسشنامه قصد کارآفرینی^{۲۶} (Li??n and Chen, 2009) استفاده شده است. سازندگان پرسشنامه اعتقاد دارند که پرسشنامه اعتبار

25. Conjoint Analysis

26. Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)

و پایایی بالایی دارد و قابلیت اجرا در فرهنگهای مختلف را داراست. منحنیهای ترجیح در این پژوهش تجربی شامل پنج ویژگی و هر ویژگی دارای دو سطح مختلف است. به منظور تضمین اعتبار بیرونی منحنیهای ترجیح در تحلیلهای متقارن با سه کارآفرین حرفه‌ای برای تأیید صحت اصطلاحات فنی مورد استفاده برای توصیف طبقه‌ها، اثر بخشی تعریفها در منحنیهای ترجیح و خروجیهای مورد انتظار از هر سطح از ویژگیها مصاحبه شده است. همچنین، برای اطمینان از صحت ترجمه پرسشنامه قصد کارآفرینی از دو دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی خواسته شد تا پرسشنامه را مجدداً به انگلیسی ترجمه کنند. رویه‌های یاد شده در تبعیت از مواردی است که بریسلین (Brislin, 1980) آن را توصیه کرده است. آزمون آلفای کرونباخ پرسشنامه طیفی از اعداد را بین دو عدد از ۸۵۶ تا ۹۲۸ نشان داد. در جدول ۲ آلفای کرونباخ هر یک از منحنیهای ترجیح نشان داده شده است.

جدول ۲- نتایج آلفای کرونباخ برای منحنیهای ترجیح

منحنی ترجیح	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
آلفای کرونباخ	۸۴۴.	۹۱۹.	۹۱۰.	۸۸۰.	۸۹۹.	۹۱۲.	۹۰۸.	۹۰۸.	۹۱۲.	۹۲۳.

به زعم گارتنر (Gartner, 1989) در پژوهش کارآفرینی ضروری است افراد نمونه از جامعه‌ای انتخاب شوند که هنوز فعالیت کارآفرینی واقعی را آغاز نکرده‌اند. دلیل این امر آن است که به نظر می‌رسد افراد در زمانها و شرایط مختلف رفتارهای متناقضی را از خود بروز می‌دهند (Mischel, 1968). به همین دلیل، در این پژوهش جامعه دانشجویان سال چهارم مقطع کارشناسی و سال دوم مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تهران در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ که تعداد آنها بالغ بر ۱۲۵۰۰ نفر بود، مد نظر قرار گرفته است. بدین دلیل جامعه دانشجویان سال چهارم کارشناسی و سال دوم کارشناسی ارشد انتخاب شده‌اند که به طور بالقوه در آستانه شروع یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه هستند و همچنین، به دلیل حضور چند ساله آنها در دانشگاه می‌توان تأثیر حضور در محیط دانشگاه بر نظرها و ترجیحات آنها را به خوبی استخراج کرد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول زیر استفاده شد (Saraei, 2003: 137) و در آن مقادیر زیر مورد نظر قرار گرفت:

$$n = \frac{N t^2 S^2}{N d^2 + t^2 S^2}$$

$$n = \frac{12500 (1.96)^2 (0.25)^2}{12500 (0.04)^2 + (1.96)^2 (0.25)^2} = \frac{3000}{20.24} = 149$$

N = تعداد افراد جامعه مورد مطالعه، t = سطح اطمینان ۰.۹۵، d = اشتباه مجاز ۰.۰۴

s^2 = واریانس جامعه مورد مطالعه: این واریانس از طریق انتخاب یک نمونه پایلوت [قبل از اینکه پرسشنامه در سطح وسیع اجرا شود] ۳۰ نفری از دانشجویان و اجرای پرسشنامه در بین آنها تعیین شد. مقدار واریانس به دست آمده $0.0625 = (0.25)^2$ بود که برای تعیین حجم نمونه از آن استفاده شد. با توجه به فرمول مذکور حجم نمونه به دست آمده ۱۴۹ نفر دانشجو بوده است، ولی برای اطمینان بیشتر از نتایج تحقیق و همچنین، با این پیش‌بینی که ممکن است تعدادی از پرسشنامه‌ها توسط دانشجویان عودت داده نشود، تصمیم گرفته شد که ۱۷۵ نفر از دانشجویان به‌عنوان نمونه انتخاب شوند. بنابراین، بر اساس نمونه در دسترس و با روش نمونه‌گیری تصادفی حجم نمونه در این پژوهش شامل ۹۵ نفر دانشجوی کارشناسی و ۸۰ نفر دانشجوی کارشناسی‌ارشد دانشگاه تهران بوده است. از ۱۷۵ پرسشنامه توزیع شده در میان شرکت‌کنندگان ۱۳۷ پرسشنامه به شکل کامل جمع‌آوری (۷۸.۲٪) و برای آزمون فرضیات تحقیقات از داده‌های آنها استفاده شد. در جدول ۳ ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان توصیف شده است.

جدول ۳- ویژگی‌های افراد نمونه پژوهش

انحراف معیار	میانگین	تعداد	
۲.۴۴	۲۲.۴۵	۱۳۷	سن
۰.۶۱	۴.۰۷	۱۳۷	خانوار
مرد (۹۹ نفر)، زن (۳۸ نفر)			جنسیت
ابتدایی (۴ نفر)، راهنمایی (۵ نفر)، دبیرستان (۵۰ نفر)، تحصیلات دانشگاهی (۶۵ نفر)، سایر (۱۳ نفر)			سطح تحصیلات پدر
ابتدایی (۴ نفر)، راهنمایی (۷ نفر)، دبیرستان (۷۷ نفر)، تحصیلات دانشگاهی (۴۳ نفر)، سایر (۵ نفر)			سطح تحصیلات مادر
بخش خصوصی (۵۶ نفر)، بخش دولتی (۲۱ نفر)، خود اشتغال (۵۴ نفر)، بازنشسته (۲ نفر)، بیکار (۲ نفر)، سایر (۲ نفر)			اشتغال پدر
بخش خصوصی (۲۳ نفر)، بخش دولتی (۸ نفر)، خود اشتغال (۲۶ نفر)، بازنشسته (۲ نفر)، بیکار (۷۸ نفر)، سایر (۰ نفر)			اشتغال مادر
۵ تا ۱۰ (۳۲ نفر)، ۱۰ تا ۱۵ (۴۷ نفر)، ۱۵ تا ۲۰ (۳۱ نفر)، ۲۰ تا ۲۵ (۱۳ نفر)، ۲۵ تا ۳۰ (۵ نفر)، بالاتر از ۳۰ (۹ نفر)			مجموع درآمد سالانه خانوار (میلیون تومان)

یافته‌ها

الف) یافته‌های مربوط به عوامل محیطی کارآفرینی: مدل سلسله مراتبی خطی^{۲۷} که برای داده‌های تو در تو^{۲۸} (آشپانه‌ای) مناسب تشخیص داده و در تحقیقات بسیاری به کار برده شده است (Hofmann, 1997)، در این پژوهش استفاده شده است. این مدل از روشهایی است که با در نظر گرفتن ساختار سلسله مراتبی داده‌ها و قرار دادن آنها در سطوح مختلف تحلیل، برای بر طرف کردن مشکلات ناشی از

27. Hierarchical Linear Modeling (HLM)

28. Nested Data

کاربرد روشهای کلاسیک به کار می‌رود. همچنین، در این روش با قرار دادن داده‌های نمونه در سطوح تحلیل متفاوت اثر ساختار ناهمسان سلسله مراتبی مطالعه می‌شود. در مطالعه حاضر سطح ۱ تحلیل به سطح تصمیم اشاره دارد و سطح ۲ تحلیل مربوط به سطح فردی تحلیلی است. در جدول ۴ نتایج تحلیلهای مدل سلسله مراتبی خطی نشان داده شده است.

جدول ۴- نتایج اثر بخشی پنج عامل محیطی کارآفرینی

اثرهای ثابت			اثرهای تصادفی			عوامل
مقدار تی	خطای استاندارد	بتا	مقدار تی	خطای استاندارد	بتا	
۱۴.۸۶۲**	۰.۰۵۲	۰.۷۷۳	۱۲.۵۸۷**	۰.۰۶۲	۰.۷۹۷	رویه‌ها و سیاستهای دولتی
۱۶.۳۸۵**	۰.۰۵۲	۰.۸۵۳	۱۴.۵۳۳**	۰.۰۶۰	۰.۸۶۸	شرایط اجتماعی اقتصادی
۹.۷۳۹**	۰.۰۵۲	۰.۵۰۷	۱۰.۳۴۱**	۰.۰۴۸	۰.۴۹۳	مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار
۱۶.۱۰۲**	۰.۰۵۲	۰.۸۳۸	۸.۶۳۳**	۰.۰۵۷	۰.۸۲۹	مساعدت مالی
۷.۸۳۳**	۰.۰۵۲	۰.۴۰۸	۸.۶۳۳**	۰.۰۵۱	۰.۴۴۱	مساعدت غیر مالی

متغیر وابسته: قصد کارآفرینی ** $p \leq .001$

نتایج این پژوهش از دو مدل مرتبط استنتاج شده است: مدل ضرایب تصادفی و مدل ضرایب ثابت. مدل ضرایب تصادفی شامل ضرایب خطا در سطح ۲ برای محاسبه پتانسیل عدم تجانس بین افراد است و این در حالی است که مدل ضرایب ثابت این کار را انجام نمی‌دهد (Raudenbush and Bryk, 2002). این بدان معناست که وقتی ما اثرهای مستقیم متغیرهای سطح تصمیم (سطح ۱) را آزمون می‌کنیم، ضرایب و ضرایب خطا در سطح فردی (سطح ۲) نمی‌تواند تأثیر معناداری بر نتایج سطح تصمیم (سطح ۱) داشته باشد. این یکی از مزایای استفاده از روش مدل سلسله مراتبی خطی (HLM) است و ضرایب خطا را برای سطح ۱ و سطح ۲ به شکل جداگانه محاسبه می‌کند (Hofmann, 1997). ضرایب و خطاهای استاندارد در هر دو مدل ارزشهای یکسانی را نشان داد. همچنین، مقادیر T-value نیز به همان شکل بودند. ارزش مربع کای از نظر آماری $p=0.000$, $X^2=165.477$; $df=53$ value رابطه معناداری را بین مدل ثابت و مدل تصادفی نشان داد. بنابراین، با توجه به نتایج به‌دست آمده، عوامل پنج‌گانه محیطی اثر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی داشتند و پنج فرضیه نخست این پژوهش تأیید شدند (شکل ۲).

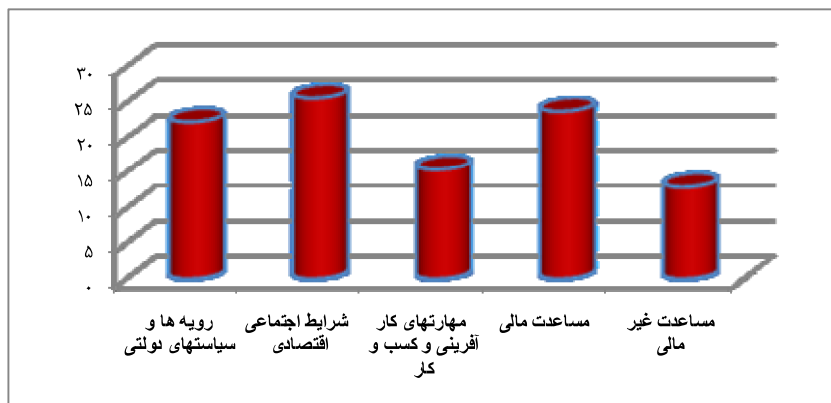


شکل ۲- رابطه عوامل محیطی کارآفرینی با قصد کارآفرینی

ب) یافته‌های مرتبط با اهمیت مقایسه‌ای عوامل پنج‌گانه محیط‌های کارآفرینانه: اهمیت مقایسه‌ای ویژگیها در جدول ۵ به ترتیب نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد که شرایط اجتماعی-اقتصادی (۲۶٪) دارای بیشترین اهمیت و مساعدت مالی (۲۳٪)، سیاستها و رویه‌های دولتی (۲۲٪)، مهارت‌های کارآفرینی و کسب کار (۱۵٪) و مساعدتهای غیرمالی (۱۴٪) دارای رتبه‌های بعدی هستند. این نتایج فرضیه ششم این پژوهش مبنی بر وجود ترکیب بهینه‌ای از اهمیت مقایسه‌ای پنج بعد محیطی کارآفرینی را که مطلوبیت بیشتری برای میل به کارآفرینی دارد، تأیید می‌کند. همچنین، نمودار ۱ نمودار میله‌ای اهمیت مقایسه‌ای محیط‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد.

جدول ۵- نمره اهمیت مقایسه‌ای عوامل محیطی کارآفرینی

عامل	درصد اهمیت
رویه‌ها و سیاست‌های دولتی	۲۲.۲۳۶
شرایط اجتماعی-اقتصادی	۲۵.۶۲۱
مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار	۱۵.۴۲۷
مساعدت مالی	۲۳.۷۴۰
مساعدت غیر مالی	۱۲.۹۳۸

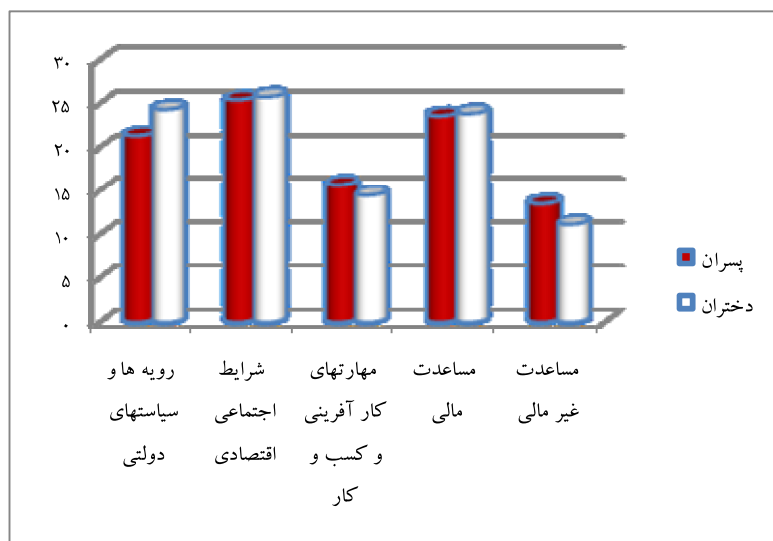


نمودار ۱- ارزشهای عوامل محیطی

ج) یافته‌های فرعی مرتبط با اهمیت نسبی عوامل پنج‌گانه: در جدول ۶ تفاوت‌های روابط جایگزینی^{۲۹} بین دانشجویان مرد و زن نشان داده شده است. هم مردان و هم زنان دانشجو وزن و اهمیت بیشتری را برای شرایط اجتماعی-اقتصادی قابل شدند. در حالی که سیاستها و رویه‌های دولتی به عنوان دومین عامل با اهمیت برای دانشجویان مرد شناسایی شد، برای دانشجویان زن مساعده‌های مالی به‌عنوان دومین عامل مهم شناسایی شد. نمودار ۲ نمودار میله‌ای نتایج و مقایسه بین ترجیحات زنان و مردان است.

جدول ۶- نمرات اهمیت مقایسه‌ای عوامل محیطی کارآفرینی دانشجویان زن و مرد

عامل	پسران (۹۹ نفر)	دختران (۳۸ نفر)
رویه‌ها و سیاستهای دولتی	۲۱.۴۳۱	۲۴.۴۱۰
شرایط اجتماعی اقتصادی	۲۵.۵۳۱	۲۵.۸۵۵
مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار	۱۵.۷۶۶	۱۴.۵۸۸
مساعده مالی	۲۳.۶۶۸	۲۳.۹۲۹
مساعده غیر مالی	۱۳.۶۰۴	۱۱.۲۱۸

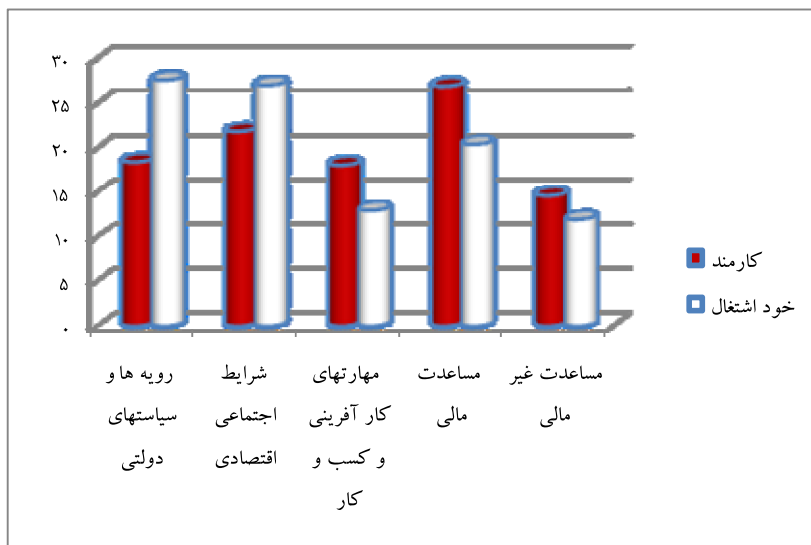


نمودار ۲- مقایسه ارزشهای عوامل محیطی کارآفرینی بین دانشجویان زن و مرد

در جدول ۷ اهمیت مقایسه‌ای محیط‌های کارآفرینانه بین دانشجویانی که پدرانشان کارمند (خصوصی و دولتی) هستند و دانشجویانی که پدرانشان خود اشتغال هستند، نشان داده شده است. مساعده مالی مهم‌ترین عامل برای دانشجویانی است که پدران کارمند است. در حالی که دانشجویانی که پدران خود اشتغال بوده است، اهمیت بیشتر را برای سیاستها و رویه‌های دولتی قایل شده‌اند و این ترجیح تنها اندکی بیش از اهمیتی بوده است که آنان به شرایط اجتماعی-اقتصادی داده‌اند. در ادامه نمودار میله‌ای ۳ نیز مقایسه ارزشها بین دانشجویانی که پدران کارمند است و دانشجویان با پدران خود اشتغال را نشان می‌دهد.

جدول ۷- اهمیت مقایسه‌ای عوامل محیطی کارآفرینی برای دانشجویان با پدر کارمند و خود اشتغال

عامل	پدر کارمند (۷۷ نفر)	پدر خود اشتغال (۵۴ نفر)
رویه‌ها و سیاستهای دولتی	۱۸.۴۵۵	۲۷.۵۹۶
شرایط اجتماعی- اقتصادی	۲۱.۹۰۲	۲۷.۰۲۶
مهارت‌های کارآفرینی و کسب و کار	۱۸.۰۹۸	۱۲.۹۸۷
مساعده مالی	۲۶.۸۹۵	۲۰.۴۴۸
مساعده غیر مالی	۱۴.۶۵۱	۱۱.۹۷۰



نمودار ۳- ارزشهای بین دانشجویان با پدر کارمند و خود اشتغال

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش آثار پنج عامل محیطی مؤثر در کارآفرینی (رویه‌ها و سیاستهای دولتی، شرایط اجتماعی-اقتصادی، مهارتهای کارآفرینی و کسب و کار، مساعده مالی و مساعده غیر مالی) بر قصد کارآفرینی و اهمیت مقایسه‌ای این عوامل محیطی بررسی شد. تمام عوامل محیطی برای توسعه کارآفرینی اهمیت داشتند. همان‌گونه که در پژوهشهای نیاولی و فروگل (Gnyawali and Fogel, 1994) نیز ذکر شده است، تمام عوامل محیطی اثرهای معناداری بر بالا بردن قصد کارآفرینی نشان دادند. نکته جالب توجه در یافته‌ها این است که عامل اجتماعی-اقتصادی نقش با اهمیت تری نسبت به مساعده مالی در افزایش قصد کارآفرینی داشته است.

این پژوهش همچنین، نشان داد که افراد با جذابیت و خودباوری بالا در کارآفرینی و افرادی که در خانواده دارای الگوی نقش هستند، به‌طور کلی دارای قصد کارآفرینی قوی‌تری هستند. شایان ذکر است که عامل اجتماعی-اقتصادی در تحلیل‌های متقارن به‌عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در میان پنج عامل محیطی شناخته شد، در سطح تحلیل‌های فردی که با استفاده از روش سلسله مراتبی خطی (HLM) انجام شد، از نظر آماری معنادار نبود. علت احتمالی این است که گروه اجتماعی-اقتصادی در منحنی ترجیح متقارن مرکب از اعضای خانواده است. خانواده تنها گروهی است که رابطه

معناداری با قصد کارآفرینی دارد. همچنین، دانش کارآفرینی، سطح تحصیلات مادر و درآمد خانوار دارای معناداری ناچیز، اما رابطه قوی با قصد کارآفرینی بودند. می‌توان گفت که استفاده از تحلیل‌های متقارن سبب گسترش تقاضا برای استفاده از این ابزار مفید خواهد شد. توجه به یافته‌های این پژوهش که محیط‌های مساعد کارآفرینی را در قصد آغاز یک فعالیت جسورانه جدید مؤثر می‌داند، چشم‌اندازهای جدیدی را برای سیاستگذاران و دست‌اندرکاران که نگران رشد کارآفرینی هستند، فراهم می‌کند و نیز آگاهی از اهمیت مقایسه‌ای محیط‌های کارآفرینی بینش خوبی را برای سیاستگذاران و دست‌اندرکاران برای تخصیص منابع محدود به برنامه‌های سیستماتیک کارآفرینی فراهم می‌سازد.

با توجه به مباحث مطرح شده در این مقاله، می‌توان گفت که دانشگاهها در توسعه کارآفرینی، نهادینه کردن و ایجاد محیط مناسب برای تشویق نوآوری می‌توانند نقش اساسی ایفا کنند. دانشگاهها می‌توانند با استفاده از شیوه‌های مختلف از جمله فرهنگ‌سازی، انجام دادن تحقیقات علمی، برگزاری دوره‌های آموزشی و نیز ایجاد مراکز حمایت از کارآفرینی گام مهمی در تحقق این مأموریت خطیر بردارند. از طرف دیگر، دانشگاهها می‌توانند از طریق زمینه‌سازی فرهنگی اقبال عمومی به کارآفرینی را افزایش و خطرهای غیر مالی فرایند کارآفرینانه را کاهش دهند و در ارزیابی ریسک- پاداش، وزنه را به طرف کارآفرینی سنگین‌تر کنند. دانشگاه به‌عنوان پایگاه تولید علم باید دانش کارآفرینی را با توجه به مسائل اقتصادی و اجتماعی در کشور تبیین کند و از سوی دیگر، با برنامه‌ریزی و سیاستگذاری دقیق از کارآفرینان حمایت‌های پژوهشی به عمل آورد و در نهایت، کارآفرینان بتوانند از نتایج تحقیقات دانشگاهها در کسب و کار خود استفاده کنند.

دولتمردان و تصمیم‌گیران کلان جامعه نیز باید توجه داشته باشند که با نهادینه کردن رویکرد کارآفرینانه در آموزش عالی، دانشگاهها می‌توانند نقش مهم‌تری در توسعه اقتصادی و فناوری جامعه ایفا کنند، زیرا دانشگاهها در این نقش جدید با تجاری ساختن دانش و همچنین، راه‌اندازی شرکت‌های دانشگاهی به طور مستقیم، منابع درآمدی جدیدی برای خود ایجاد و با افزایش شهرت از طریق فرصتها و فعالیتهای فوق برنامه، دانشجویان مستعدی را جذب می‌کنند و همچنین، با داشتن اعضای هیئت‌علمی بیشتر و با بهره‌وری بالاتر از طریق نفوذ تجاری در دنیای کسب و کار نقش مستقیمی را در توسعه ایفا می‌کنند.

پیشنهادها

برای افزایش و بهبود قصد کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهها موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. تدابیری اندیشیده شود که موانع و محدودیتهای دولتی و قانونی ایجاد و راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه برداشته شود تا دانشجویان هرچه بیشتر به سمت این فعالیتها تشویق شوند. رویه‌های قانونی

راهاندازی این‌گونه فعالیتهای به‌صورت شفاف مشخص و همچنین، با وضع قوانین شفاف از حقوق مالکیت فکری صیانت شود.

۲. مسئولان دانشگاه با طراحی و اجرای برنامه‌های تبلیغی و تشویق‌کننده نگرش مثبتی را در جامعه درخصوص فعالیتهای کارآفرینانه ایجاد کنند.

۳. آموزش مهارتهای کارآفرینی یکی از موارد اساسی است که دانشجویان برای ورود به بازار کار و شروع کسب و کار کارآفرینانه به آن نیازمندند. بنابراین، ضروری است که مدیران و دست‌اندرکاران دانشگاه آموزش مهارتهای کارآفرینی را در قالب برنامه‌های درسی بگنجانند و به دانشجویان ارائه دهند. نیاز است که آموزش مهارتهای کارآفرینی سه بعد اصلی کارآفرینی قبل، در حین و بعد از راه‌اندازی کسب و کار را پوشش دهد. قبل از تأسیس شرکت یا راه‌اندازی کسب و کار فرد کارآفرین باید چگونگی راه‌اندازی کسب و کار و مراحل آن، چگونگی انجام دادن کار گروهی و مهارتهای ارتباطی و نظایر آن را بیاموزد. در زمان راه‌اندازی باید در زمینه مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار و امور حقوقی آگاهی و تبحر لازم را کسب کند. توانایی مدیریت توسعه و رشد، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار، یافتن بازارهای جدید نیز از جمله مهارتهای مورد نیاز کارآفرین بعد از راه‌اندازی کسب و کار است.

۴. به‌منظور تسهیل شروع کسب و کارهای کارآفرینی از بعد مالی و اقتصادی نیاز است که از طرف مسئولان دانشگاهها تدابیری از قبیل اعطای وامهای کم بهره به دانشجویان کارآفرین، وضع معافیهای مالیاتی برای کسب و کارهای کارآفرینانه دانشجویی، تأمین سرمایه اولیه برای شروع کسب و کار کارآفرینانه، طراحی و تدوین برنامه‌های تأمین اعتبار برای شرکتهای نوپای دانشجویی و ... اندیشیده شود.

۵. حمایت و پشتیبانی مسئولان و مدیران دانشگاه از تأسیس شرکتهای دانش بنیان، راه‌اندازی مراکز رشد (انکوباتورها) در دانشگاه و ایجاد پارکهای علم و فناوری در دانشگاه و ... از عوامل اصلی شروع کسب و کارهای کارآفرینانه است که نیاز است برای تحقق آن توجه جدی مبذول شود.

References

1. Aernoudt, R. (2004); "Incubators: Tool for Entrepreneurship?"; *Small Business Economics*, Vol. 23, No. 2, pp. 127-135.
2. Ajzen, I. (1988); *Attitudes, Personality, and Behavior*; Milton Keynes: Open University Press.
3. Ajzen, I. (1991); "The Theory of Planned Behavior"; *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, No. 2, P. 179.

4. Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980); *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*; Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
5. Aldrich, H. (1990); "Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 14, No. 3, pp. 7-24
6. Allen, D. and Rahman, S. (1985); "Small Business Incubators: A Positive Environment for Entrepreneurship"; *Journal of Small Business Management*, Vol. 23, No. 3, pp. 12-22.
7. Amit, R., Glosten, L. and Muller, E. (1990); "Does Venture Capital Foster the Most Promising Entrepreneurial Firms?"; *California Management Review*, Vol. 32, No. 3, pp. 102-111.
8. Baron, R. A. (1998); "Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When"; *Journal of Business Venturing*, Vol. 13, No. 4, P. 275.
9. Baum, J. A. C. and Oliver, C. (1996); "Toward an Institutional Ecology of Organizational Founding"; *Academy of Management Journal*, Vol. 39, Vol. 5, pp. 1378-1427.
10. Bird, B. (1988); "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention"; *Academy of Management Review*, Vol. 13, No. 3, pp. 442-453.
11. Bird, B. and Jelinek, M. (1988); "The Operation of Entrepreneurial Intentions"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 13, pp. 21-29.
12. Brislin, R. W. (1980); *Translation and Content Analysis of Oral and Written Materials*: In Triandis, H. C. and Berry, J. W. (Eds.); *Handbook of Cross-cultural Psychology*; Boston: Allyn and Bacon, pp. 389-444.
13. Bruton, G. D. and Ahlstrom, D. (2003); "An Institutional View of China's Venture Capital Industry Explaining the Differences between China and the West"; *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, No. 2, pp. 233-259.
14. Carroll, G. R. and Khessina, O. M. (2005); The Ecology of Entrepreneurship; In Alvarez, S. A., Agarwal, R. and Sorenson, O.

- (Eds.); *Handbook of Entrepreneurship Research: Disciplinary Perspectives*; New York: Springer, pp. 167-200.
15. Davidsson, P. (1991); "Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth"; *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, No. 6, pp. 405.
 16. Davidsson, P. and Henrekson, M. (2002); "Determinants of the Prevalence of Start-ups and High-growth Firms"; *Small Business Economics*, Vol. 19, No. 2, P. 81.
 17. Davidsson, P., Hunter, E. and Klofsten, M. (2006); "Institutional Forces: The Invisible Hand that Shapes Venture Ideas?"; *International Small Business Journal*, Vol. 24, No. 2, pp. 115-131.
 18. Fairlie, W. R. (2009); *Kauffman Index of Entrepreneurial Activity 1996-2008*; Kauffman Foundation.
 19. Fischhoff, B. (2002); *For those Condemned to Study the Past: Heuristics and Biases in Hindsight; Foundations of Cognitive Psychology: Core Readings*; Cambridge, MA US: MIT Press, pp. 621-636.
 20. Fogel, G. (2001); "An Analysis of Entrepreneurial Environment and Enterprise Development in Hungary"; *Journal of Small Business Management*, Vol. 39, No. 1, pp. 103-109.
 21. Gartner, W. (1989); "Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 14, No. 1, pp. 27-37.
 22. Gnyawali, D. and Fogel, D. (1994); "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18, No. 4, pp. 43-62.
 23. Hofmann, D. (1997); "An Overview of the Logic and Rationale of Hierarchical Linear Models"; *Journal of Management*, Vol. 23, No. 6, P. 723.
 24. Katz, J. and Gartner, W. (1988); "Properties of Emerging Organizations"; *Academy of Management Review*, Vol. 13, No. 3, pp. 429-441.

25. Kouriloff, M. (2000); "Exploring Perceptions of a Priori Barriers to Entrepreneurship: A Multidisciplinary Approach"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 25, No. 2, pp. 59-79.
26. Krueger Jr., N. F., Reilly, M. D. and Carsrud, A. L. (2000); "Competing Models of Entrepreneurial Intentions"; *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, No. 5/6, P. 411.
27. Ladzani, W. and Van Vuuren, J. (2002); "Entrepreneurship Training for Emerging SMEs in South Africa"; *Journal of Small Business Management*, Vol. 40, No. 2, pp. 154-161.
28. Li??n, F. (2008); "Skill and Value Perceptions: How do they Affect Entrepreneurial Intentions?"; *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 4, No. 3, pp. 257-272.
29. Li??n, F. and Chen, Y. W. (2009); "Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions"; *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 33, No. 3, pp. 593-617.
30. Lohrke, F., Holloway, B. and Woolley, T. (2010); "Conjoint Analysis in Entrepreneurship Research"; *Organizational Research Methods*, Vol. 13, No. 1, pp. 16-30.
31. Meyer, J. W. and Rowan, B. (1977); "Institutional Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony"; *American Journal of Sociology*, Vol. 83, pp. 929-984.
32. Mischel, W. (1968); *Personality and Assessment*; Hoboken, NJ US: John Wiley and Sons Inc.
33. Mokry, B. W. (1988); *Entrepreneurship and Public Policy: Can Government Stimulate Start-ups?*; New York: Harper and Row.
34. Peters, T. J. and Waterman, R. H. (1982); *In search of excellence*; New York: Harper and Row.
35. Raudenbush, S. W. and Bryk, A. S. (2002); *Hierarchical Linear Models: Applications and Data Analysis Methods (2nd ed.)*; Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

36. Saraei, Hassan (2003); *Introduction to Sampling in Research*; Tehran. Samt Publication, P. 137 (in Persian).
37. Sequeira, J., Mueller, S. and McGee, J. (2007); "The Influence of Social Ties and Self Efficacy in Forming Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior"; *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol, 12, No. 3, pp. 275-293.
38. Shane, S. and Venkataraman, S. (2000); "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research"; *Academy of Management Review*, Vol. 25, pp. 217-226.
39. Shepherd, D. and Zacharakis, A. (1999); "Conjoint Analysis: A New Methodological Approach for Researching the Decision Policies of Venture Capitalists"; *Venture Capital*, Vol. 1, No. 3, pp. 197-217.
40. Thornton, P. (1999); "The Sociology of Entrepreneurship"; *Annual Review of Sociology*, Vol. 25, No 1, P. 19.
41. Wiltbank, R. (2005); "Investment Practices and Outcomes of Informal Venture Investors"; *Venture Capital*, Vol. 7, No. 4, pp. 343-357.
42. Zapalska, A., Dabb, H. and Perry, G. (2003); "Environmental Factors Affecting Entrepreneurial Activities: Indigenous Maori Entrepreneurs of New Zealand"; *Asia Pacific Business Review*, Vol. 10, No. 2, pp. 160-177.