

## موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان به کار آفرینی

محمدتقی انصاری<sup>۱\*</sup> و بهمن فکور<sup>۲</sup>

### چکیده

کارآفرینی راهبردی مؤثر برای اشتغال جمعیت انبوه دانشجویان و دانش‌آموختگان و پیشرفت اقتصادی کشور محسوب می‌شود. هدف این پژوهش بررسی عوامل محیطی بازدارنده دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان کشور در گرایش به تأسیس بنگاه مستقل کسب و کار بود. روش پژوهش کمی و از نوع توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری شامل دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی بود که با تأسیس شرکت، کسب و کار آزاد و مستقل (کارآفرینی مستقل فردی) ایجاد کرده بودند. نمونه آماری تحقیق شامل مؤسسان شرکتهای مستقر در مراکز رشد دانشگاههای دولتی تابعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بود. ابزار پژوهش پرسشنامه بود و برای بررسی روایی آن به روش بررسی محتوا از نظرهای متخصصان و صاحبان نظر کارآفرینی و برای سنجش میزان پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. از آمار توصیفی و استنباطی به کمک نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری استفاده شد. بر مبنای تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق و نتایج به‌دست آمده از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی عوامل، مؤلفه‌های کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی، تأمین نشدن منابع مالی، نبود نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی، نبود دسترسی به دانش و فناوری، ضعف سیاستها و برنامه‌های حمایتی دولتی، باز نبودن بازار و قوانین و مقررات به ترتیب اهمیت عوامل محیطی بازدارنده دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان ایرانی در تأسیس بنگاه کسب و کار را تشکیل می‌دادند. همچنین، بر مبنای تحلیل همبستگی اسپیرمن بین هر یک از عوامل تأمین نشدن منابع مالی، کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی و قوانین و مقررات از مؤلفه‌های متغیر موانع محیطی با متغیر وابسته (تأسیس بنگاه جدید کسب و کار) در سطح ۹۵ درصد اطمینان همبستگی معنادار معکوس وجود است.

**کلید واژگان:** کارآفرینی، کارآفرینان جوان دانشگاهی، عوامل محیطی، موانع تأسیس بنگاه.

۱. مربی پژوهشکده مطالعات فناوریهای نوین، سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران، تهران، ایران.

\* مسئول مکاتبات: [mtxansari@yahoo.com](mailto:mtxansari@yahoo.com)

۲. مربی پژوهشکده مطالعات فناوریهای نوین، سازمان پژوهشهای علمی و صنعتی ایران، تهران، ایران: [bfakour@gmail.com](mailto:bfakour@gmail.com)

پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۲/۱۸

دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۵/۲۴

## مقدمه

سازمان بین‌المللی کار<sup>۳</sup> تخمین می‌زند که چهل و هفت درصد از افراد بیکار دنیا را جوانان تشکیل می‌دهند و تا سال ۲۰۱۵ حدود ۶۶۰ میلیون نفر جوان آماده کار یا در جست‌وجوی کار در سراسر جهان وجود خواهد داشت. این اعداد نشان می‌دهد که کاهش بیکاری جوانان یکی از دشوارترین چالش‌های پیش‌روی جهان آینده خواهد بود. این سازمان تخمین می‌زند که با نصف شدن میزان بیکاری جوانان حدود ۴/۴ تا ۷ درصد به GDP جهانی افزوده خواهد شد (Schoof, 2006, pp. 1- 2). آمارها نشان می‌دهد که حداقل نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله کشور طی سالهای ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ بالغ بر ۲۳ درصد بوده است (جدول ۱). اگر چه نرخ بیکاری کل پایین‌تر از این رقم است، ولی نرخ بیکاری جوانان کشور نسبتاً بالا محسوب می‌شود و یکی از چالش‌های مهم کشور به شمار می‌رود.

جدول ۱- جدول مقایسه‌ای نرخ بیکاری کل و جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله در کشور

سال	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰
نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله	۲۳/۳	۲۳/۵	۲۳/۳	۲۳	۲۴/۷	۲۸/۷	۲۶/۵
نرخ بیکاری کل	۱۱/۵	۱۱/۳	۱۰/۵	۱۰/۴	۱۱/۹	۱۳/۵	۱۲/۳

منبع: هفته نامه بازار کار شماره ۷۲۸، دوم آبان ۱۳۹۱

از سوی دیگر، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اعلام می‌دارد که جمعیت دانش‌آموختگان و در حال تحصیل دانشگاهی از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۰ با رشد ۹/۴ درصد افزایش یافته و نرخ بیکاری این گروه از افراد از سال ۱۳۵۵، که ۰/۴ درصد بوده، به ۱۹/۴ درصد در سال ۱۳۹۰ رسیده است (جدول ۲). این آمار نشان می‌دهد که طی این دوره با اینکه ظرفیت دانشگاهها افزایش یافته، ولی فرصتهای شغلی ایجاد شده در کشور عمدتاً نیازمند تخصصهای دانشگاهی نبوده است. اگر چه میزان این ناسازگاری در گروههای تحصیلی مختلف متفاوت است (SSIC<sup>۴</sup>, 2012, p. 30).

جدول ۲- جمعیت با تحصیلات عالی در سالهای ۱۳۵۵ و ۱۳۹۰

نرخ بیکاری	جمعیت فعال			کل جمعیت (فعال و غیر فعال)	شرح
	بیکار	شاغل	کل		
۰/۴	۱۱۳۶۵	۲۸۶۳۱۵	۲۹۷۶۸۰	۴۳۳۳۹۱	سال ۱۳۵۵
۱۹/۴	۹۰۱۶۱۹	۳۷۴۱۹۹۹	۴۶۴۳۶۱۸	۱۰۰۱۱۶۷۶	سال ۱۳۹۰
۱۱/۷	۱۳/۳	۷/۶	۸/۲	۹/۴	متوسط رشد دوره

منبع: فصلنامه آماری، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی، ۱۳۹۱: ص. ۲۹

### 3. International Labor Organization

۴. مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (Strategic Statistics and Information Center: Ministry of Labor and Social affair)

اگر چه راهکارهای ارائه شده برای واکنش به چالش‌های بیکاری جوانان ممکن است از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد، ولی دیدگاه مشترکی بین کشورهای مختلف در خصوص نقش و پتانسیل بنگاه‌های خرد به‌عنوان نتیجه کارآفرینی جوانان در ایجاد اشتغال آنان وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که در برخی از کشورها عقیده بر آن است که افراد جوان ذاتاً کارآفرین هستند (Chigunta, Schnurr, James-Wilson & Torres, 2005, p. 15) و از میان راهبردهایی که برای افزایش اشتغال جوانان ارائه می‌شود، به کارآفرینی به‌عنوان راهکاری برای سوق دادن جوانان به بازار کار و رفع بیکاری دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی توجه شده است (Martins, Couchi, Parat, Federico, Roberto & Mauren, 2004, p. 7). کارآفرینی جوانان فواید و تبعات مثبت فراوانی دارد که صاحب‌نظران در باره آن بحث کرده‌اند (Kapitsa, 2002, p. 4)؛ شاید مهم‌ترین فایده آن ایجاد اشتغال برای افراد جوانی است که مالک بنگاه کسب و کار می‌شوند و کالاها و خدمات ارزشمندی را به جامعه عرضه می‌کنند. کارآفرینی جوانان همچنین، موجب ارتقای نوآوری و ترغیب افراد جوان به یافتن راه‌حلها، ایده‌ها و روشهای انجام دادن امور از طریق یادگیریهای جدید می‌شود (Chigunta et al., 2005, p. 13).<sup>۵</sup> سازمان توسعه و همکاری اقتصادی<sup>۶</sup> در گزارشی به نقش توسعه بنگاهها در کاهش نرخ بیکاری در حوزه جوانان تأکید و نتیجه‌گیری کرده است که باید تمام دولتها سیاستهایی را اتخاذ کنند که سبب پیشبرد کارآفرینی جوانان به‌منظور رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه محلی و منطقه‌ای می‌شود (OECD, 2002, p. 17).

در کشور ما نیز نرخ بالای بیکاری جوانان، به خصوص دو میان دانش‌آموختگان جوان، موضوع اشتغال آنان را به موضوعی مهم برای سیاستگذاران و برنامه‌ریزان تبدیل ساخته (Pourkarimi, 2009, pp. 155-175) و سبب شده است تا مسئله اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی یکی از دغدغه‌های اصلی دولت، خانواده‌ها و دانشجویان باشد (Mehralizadeh & Arman, 2008, pp. 73-86). طبیعی است که نادیده گرفتن چالش بیکاری جوانان و به‌ویژه دانش‌آموختگان جوان نه تنها موجب نارضایتی اجتماعی می‌شود، بلکه هزینه‌های اقتصادی بالایی را نیز در پی خواهد داشت. با توجه به ابعاد این معضل در کشور، پژوهش حاضر با هدف شناسایی موانع و محدودیتهای محیطی کارآفرینی و تأسیس بنگاه کسب و کار به دست دانش‌آموختگان جوان ایرانی انجام شده است.

کشورهای پیشرفته دنیا و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه از اواخر دهه ۱۹۷۰ موضوع کارآفرینی را مورد توجه جدی قرار داده‌اند. در کشور ما با تاخیر و تحت تأثیر پیش‌بینی افزایش بیکاری دهه ۸۰، از برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی به این موضوع توجه و با پیش‌بینی تکالیفی برای

۵. البته، باید توجه داشت که در شرایط و موقعیتهای معینی که حداقل زمینه‌های لازم فراهم نیست، کارآفرینی و تأسیس بنگاه به دست جوانان نباید ترویج شود که در این صورت تنها به «سرگرم کردن جوانان» منتهی می‌شود و با فراهم نبودن پشتیبانیهای کافی، آنها را به سمت شکست سوق خواهد داد (White & Kenyon, 2003, p. 5).

6. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

دستگاه‌های ذی‌ربط از قبیل وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، جهاد کشاورزی و صنعت، معدن و تجارت، زمینه‌سازی برای توسعه کارآفرینی در کشور آغاز شده است. توجه به توسعه کارآفرینی در برنامه‌های چهارم و پنجم نیز استمرار داشته است (Mirjalil, 2005). از جمله برنامه‌هایی که از برنامه سوم برای گسترش کارآفرینی میان قشرهای دانشگاهی اجرا شده، طرح «کاراد» است که با تأسیس مراکز کارآفرینی در سطح دانشگاهها تلاش شده است تا ضمن آموزش و ترویج مهارت‌های کارآفرینی، فرهنگ و انگیزه کارآفرینی میان قشرهای دانشگاهی گسترش یابد (EDO, 2012)<sup>۷</sup>. ارزیابی اثربخشی طرح کاراد و فعالیتهای مراکز کارآفرینی دانشگاهی نیازمند پژوهش جداگانه‌ای است، ولی می‌توان اذعان داشت که وجود این مراکز در سطح دانشگاهها موجب می‌شود ترویج فرهنگ کارآفرینی و ارتقای مهارت در این زمینه نهادینه شود. توسعه کارآفرینی در کشور نیازمند نگرش علمی و واقع‌بینانه به این حوزه از جمله تأمین زیرساختهای مورد نیاز و تعیین راهبردهای واقع‌بینانه است، علاوه بر اینکه ضرورت دارد این موضوع مهم در محیطهای دانشگاهی نیز مورد بحث، تعمیق و تحقیق بیشتر قرار گیرد و از رواج برداشتهای سطحی نظیر یکسان دانسته شدن کارآفرینی با اشتغال جلوگیری شود.

## مبانی نظری و پیشینه

گرچه هنوز تعریف مورد توافق در خصوص مفهوم کارآفرینی جوانان وجود ندارد، ولی برای دستیابی به هدف تحقیق حاضر، از تعریف مبتنی بر رفتار بجای رویکرد مبتنی بر ویژگیهای شخصیتی بهره می‌گیریم. بر این اساس، کارآفرینی مجموعه‌ای از رفتارهاست و کارآفرین کسی است که این رفتارها را انجام می‌دهد (Ahmadpour, 2002, p. 105; Peneder, 2009, p. 28). تلقی برخی از پژوهشگران و اندیشمندان از این رفتارها خلق ارزش از طریق ایجاد یا بسط یک فعالیت اقتصادی است (Ahmad & Seymour, 2007, p. 9). بنا به تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی، شاخصه رفتار کارآفرینانه تأسیس بنگاه کسب و کار است<sup>۸</sup> (GEM, 2003, p. 6). در آیین‌نامه توسعه کارآفرینی در دانشگاهها و مراکز آموزش عالی کشور کارآفرینی بدین‌گونه تعریف شده است: کارآفرینی فرایندی است که افراد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصتهای جدید و با بسیج منابع به ایجاد شرکتهای دانش‌بنیان و کسب و کارهای مولد، سازمانهای جدید و نوآور و رشد یابنده مبادرت می‌ورزند (EDO, 2012). در هر دو تعریف یادشده نتیجه کارآفرینی ایجاد کسب و کار جدید است که مبنای تعریف کارآفرینی در پژوهش حاضر نیز قرار گرفته است. کارآفرینی انواع مختلفی می‌تواند داشته باشد و تحت

۷. دفتر توسعه کارآفرینی (EDO: Entrepreneurship Development Office)

۸. در این شاخص تأسیس یک شرکت یا مالک و مدیر بنگاهی بودن با دوره فعالیت تا ۴۲ ماه مد نظر است.

انگیزه‌ها و دلایل گوناگونی صورت گیرد. از میان انواع مختلف کارآفرینی<sup>۹</sup>، کارآفرینی اقتصادی و شکل مستقل و فردی آن، که در تأسیس بنگاه کسب و کار تجلی می‌یابد، در این پژوهش مد نظر بوده است. پورتن و همکاران مراحل فرایند کارآفرینی را بدین گونه در نظر می‌گیرند: ۱. تصمیم فرد به کارآفرینی؛ ۲. تدوین موفقیت آمیز یک ایده تجاری؛ ۳. تبدیل ایده به عمل با تأسیس بنگاه؛ ۴. مدیریت و توسعه بنگاه تأسیس شده (Bortne, Sigurd & Dag, 2005, p. 4)، البته، بروز رفتارهای کارآفرینانه از سوی افراد و از جمله دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهها به عوامل زمینه‌ساز نیاز دارد. این عوامل را می‌توان به عوامل درونی و بیرونی تقسیم کرد. عوامل درونی شامل ویژگیهای فردی و انگیزش ذاتی و عوامل بیرونی متأثر از متغیرهای مختلف محیطی است. در بررسی ادبیات، عوامل متعددی به‌عنوان عوامل محیطی تأثیرگذار بر کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته‌اند که اثرگذاری منفی این عوامل در فعالیتهای کارآفرینی به‌عنوان موانع کارآفرینی در پژوهش حاضر مدنظر بوده است.

اساساً سیاستها و برنامه‌های دولتی مرتبط با کارآفرینی درصدد فراهم کردن محیطی مناسب و مشوق برای ظهور کارآفرینان جدید به همراه شرکتهای نوپیاد و امکان رشد آنهاست (Rotefoss & Nyvold, 2011, p. 2). این سیاستها می‌توانند محیطی پاسخگو برای کارآفرینان دارای انگیزه فراهم کنند (Levie & Autio, 2008)؛ به‌عبارت دیگر، هدف اصلی سیاستهای کارآفرینی افزایش سطح فعالیتهای کارآفرینی و ایجاد محیطی مطلوب برای پدیدار شدن شرکتهای جدید است. از آنجا که «افراد» تأسیس کننده شرکتهای هستند، توجه سیاستهای کارآفرینی از شرکتهای به افراد کارآفرین و کارآفرینان بالقوه متمرکز است. زیربنای سیاستهای کارآفرینی هر جامعه را میزان انگیزشها، فرصتها و مهارتهای کارآفرینی موجود در آن جامعه تشکیل می‌دهد (Audretsch, Grilo & Thurik, 2007, pp. 104-105). دولتها از اتخاذ سیاستهای کارآفرینی انگیزه‌متفاوتی دارند، ولی بسته به شرایط و ساختار اقتصادی و دیدگاه دولتها در خصوص منشأ و عوامل منجر به رشد، این انگیزه در محدوده ترغیب به ایجاد اشتغال، توسعه ناحیه‌ای، نوآوری، ایجاد ثروت و رشد اقتصادی قرار می‌گیرد (Stevenson & Lundström, 2001, p. 41).

کمبود منابع مالی یا دسترسی نداشتن به آن یکی از موانع مهم کارآفرینی است که در پژوهشهای متعددی بر آن تأکید شده است. در بررسی انجام شده «همکاریهای کارآفرینی اروپایی»<sup>۱۰</sup>، محدودیتهای مالی اقتصادی، نداشتن سرمایه و پشتیبانیهای مالی ناکارآمد از موانع مختص کارآفرینی جوانان شناخته شده است (Martins et al., 2004, pp. 17-20).

بر طبق مطالعات یورو بارومتر حدود ۷۸ درصد از پاسخگویان پانزده تا بیست و چهار ساله با این گزاره که «نبود بودجه مانع جدی تری نسبت به رویه‌های اداری یا فضای نامطلوب اقتصادی برای راه‌اندازی

۹. برای آگاهی از انواع مختلف کارآفرینی رجوع شود به: Cornwall & Perlman, 1990, p. 36

10. European Entrepreneurship Cooperation (EEC)

بنگاه تلقی می‌شود»، موافق هستند. در سال ۲۰۰۰ انجمن مراکز اشتغال جوانان اونتاریو<sup>۱۱</sup> در پژوهشی در خصوص موانع کارآفرینان جوان پی برد که مهم‌ترین مانع برای تأسیس کسب و کار از نظر آنان نبود سرمایه و بودجه مورد نیاز است که به‌صورت کمبود منابع مالی و پس‌اندازهای شخصی، نبود ضمانت‌های لازم برای اخذ وام، نداشتن تجربه و مهارت برای اخذ وام، دوره‌های انتظار طولانی برای دریافت وام، ناآشنایی با روش‌های ممکن برای تأمین اعتبار برای تأسیس بنگاه و نبود مراکز وام‌دهی بروز می‌کند (Schoof, 2006, p. 41-44). در سایر مطالعات نیز نبود دسترسی به بودجه مورد نیاز برای راه‌اندازی بنگاه به‌عنوان یک مانع تأیید شده است (Flash Eurobarometer, 2004, p. 3; European Commission, 2003). در تمام مدلهای ارائه شده برای شرایط زمینه‌ای مناسب توسعه کارآفرینی، عامل حمایت‌های مالی منظور شده است (Levie & Autio, 2008).

یکی دیگر از موانع جوانان در مسیر کارآفرینی، محدودیت‌ها و مشکلات گوناگون اداری است که در محیط خود با آنها مواجه می‌شوند، از جمله ثبت شرکت، قوانین مالیاتی، اخذ مجوزهای سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری، هماهنگی با مقررات ثبت اختراع، قانون رقابت، قانون تجارت، قانون کار، قوانین بیمه و بانزشتگی، قوانین زیست محیطی، قوانین و مقررات بانکی، قوانین و مقررات ورشکستگی، جواز احداث و ساختمان، گواهی ترخیص گمرکی و اشتراک خدمات همگانی (از قبیل آب، برق و تلفن) (Flash Eurobarometer, 2004, p. 3; Klapper, Laeven, & Rajan, 2006, pp. 591-629). پیامد این موانع صرف زمان و هزینه برای کارآفرینان جوانی است که اغلب تجربه قبلی چندانی در این موضوعات ندارند.

مطالعات یورو بارومتر نشان می‌دهد که پیچیدگی رویه‌های اداری مانع مهمی برای کارآفرینی و تأسیس بنگاه کسب و کار جدید است؛ به نحوی که ۶۷ درصد از پاسخگویان پانزده تا بیست و چهار ساله اروپایی پیچیدگی رویه‌های اداری را مانع مهمی برای راه‌اندازی کسب و کار تلقی کرده‌اند (Flash Eurobarometer, 2004, p. 35). در بیشتر مطالعات مربوط به شرایط محیطی فعالیت‌های کارآفرینی و کسب و کار، عامل مقررات اداری مورد توجه بوده و به‌عنوان یکی از موانع راه‌اندازی بنگاه‌ها شناخته شده است (Martins et al., 2004, pp. 17-20; Levie & Autio, 2008).

کمبود آموزش‌های کارآفرینی که به‌صورت وجود نداشتن آموزش یا ناکافی بودن آموزش‌های ارائه شده در زمینه تأسیس کسب و کار، روش‌های غلط آموزش، نبود مدرسان آموزش دیده و متخصص و نیز متناسب نبودن تناسب آموزش‌ها با کسب و کار ظاهر می‌شود، از دیگر موانع مهم کارآفرینی است. این آموزش‌ها برای کمک به جوانان به منظور توسعه مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه و نیز آشنایی با روند تأسیس بنگاه کسب و کار کاملاً ضروری است. آموزش‌های کارآفرینی نه تنها وسیله‌ای برای پرورش و پیشبرد کارآفرینی جوانان و خوداشتغالی است، بلکه در عین حال جوانان را با نگرش‌هایی همچون

مسئولیت‌پذیری بیشتر و مهارت‌هایی از قبیل انعطاف‌پذیری و خلاقیت که برای مواجهه با مسیره‌های نامطمئن شغلی در جوامع امروزی ضروری است، تجهیز می‌کند- (Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007; Levie & Autio, 2008, pp. 566-591)

نتایج مطالعات موجود نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر دارد (European Commission, 2008, p. 99) و آنها را به تأسیس بنگاه کسب و کار ترغیب می‌کند (Alsos, Isaksen & Softing, 2006, p. 11) و به همین دلیل، استریتر و همکاران بر ضرورت ارائه آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه تأکید می‌ورزند (Streeter, Jaquette (4-7), Hovis, 2002, pp. 4-7). راسموسن و همکاران با بررسی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در شش دانشگاه جهان و با در نظر داشتن شاخص «تعداد بنگاه‌های تأسیس شده به دست آموزش‌دیدگان»، نتیجه می‌گیرند که آموزش کارآفرینی می‌تواند در اقدام به کارآفرینی بسیار مؤثر باشد (Rasmussen & Sorheim, 2006, pp. 185-194).

ضعف زیرساخت‌های حمایتی از کارآفرینی در قالب کافی نبودن نهادهای حمایتی و مشاوران متخصص، اطلاع‌رسانی نامناسب از خدمات حمایتی موجود، ارائه نشدن مشاوره‌های لازم به بنگاه‌های نوپیان جوانان، کافی نبودن میزان زیرساخت‌ها، فضای کار و مکان‌های همایش و گردهمایی و کافی نبودن شبکه‌های تعامل و تبادل اطلاعات، مانع اساسی دیگری در مسیر کارآفرینی است (Bosma, Jonse, Autio & Levie, 2008, pp. 40-42; Chambers & Lake, 2004, pp. 4-11; Schoof, 2006, p. 57). در مرحله تأسیس کسب و کار هر قدر که از کارآفرینان جوان پشتیبانی بیشتری به عمل آید، شانس بیشتری برای ایجاد کسب و کار موفق و پایدار وجود خواهد داشت. به این عامل در مطالعات متعددی توجه و انواع خدمات حمایتی از کسب و کار تشریح شده است. این‌گونه خدمات حمایتی شامل تأمین مشاوران، شبکه‌های پشتیبانی و وجود مراکز رشد کسب و کار می‌شود که در ایجاد دسترسی به فضای فیزیکی و دفتر کار و تبدیل بنگاه‌های نوپیان تک نفره به کسب و کارهای کوچک یا متوسط نقش کلیدی دارند. دولتها تحت برنامه‌های حمایت از کارآفرینی ضمن شناسایی کمبود منابع مختلف مورد نیاز بنگاه‌های کارآفرین و با تأمین آنها، فعالیت این بنگاه‌ها را تسهیل می‌کنند (Levie & Autio, 2008).

در اغلب کسب و کارها دانش و فناوری نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و توسعه آنها دارد. بر این اساس، میزان دسترسی به دانش و فناوری از عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی محسوب می‌شود و به عبارت دیگر، دسترسی نداشتن به دانش و فناوری از موانع کارآفرینی شناخته می‌شود. دانش جدید عمدتاً در مؤسسات تحقیقاتی و بنگاه‌های بزرگ تولید می‌شود و برای اثرگذاری اقتصادی لازم است دانش به دست آمده از تحقیقات به دانش قابل استفاده اقتصادی تبدیل یا اختراعات به نوآوری تبدیل شوند که فرایند تبدیل یا از طریق بنگاه‌های موجود برحسب توان جذب آنها یا از طریق بنگاه‌های نوآور و کارآفرین صورت می‌گیرد (Levie & Autio, 2008).

ماگیون و همکاران (Mugione, Aerni & Bartel, 2008, p. 7) یکی از چالش‌هایی را که کارآفرینان به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه با آن مواجه‌اند، دسترسی نداشتن به فناوری ذکر و اظهار کرده‌اند که بیشتر کارآفرینان به دلیل وجود نداشتن شبکه‌های مناسب کسب و کار در دسترسی به فناوریهای مفید و مقرون به صرفه در ارتقای کسب و کارشان با مشکل مواجه می‌شوند. میتلستات و همکاران ضمن تأکید بر اهمیت مسئله دسترسی بنگاههای کسب و کار به فناوری، اظهار می‌دارند که افزایش دسترسی به فناوری سبب افزایش تعداد کارآفرینان می‌شود. آنها از دو دسته از اقداماتی که به افزایش دسترسی بنگاهها به فناوری منجر می‌شود، نام می‌برند: الف. ارتباط قوی‌تر بین دانشگاهها، مراکز تحقیقاتی و بخش کسب و کار با هدف تأمین تحقیق و توسعه مورد نیاز؛ ب. بالا بردن ظرفیت جذب فناوری جدید بنگاهها به روشهای مختلف (Mittelstadt & Cerri, 2009, pp. 10-18).

اقتصاددانان پویایی بازار و ساختار صنعتی را از عوامل محرک فعالیتهای کارآفرینی می‌شناسند (Levie & Autio, 2008). باز بودن بازار<sup>۱۲</sup> به مفهوم قابلیت تغییر بازار<sup>۱۳</sup>؛ یعنی تغییر هر ساله بازار و امکان ورود بنگاههای جدید به بازارهای موجود، امکان بقا و رشد بنگاههای کارآفرینانه نوپا و کوچک در بازار داخلی و نیز باز بودن بازار برای سرمایه‌گذاری و تجارت بین‌المللی با هدف ترغیب رقابت و کارآفرینی، عامل تأثیرگذار دیگری در کارآفرینی است که در مطالعات مختلف به آن پرداخته شده است (Autio, 2007, p. 34; Fogel, Ashton, Randall & Bernard, 2006, pp. 36-38). ورود شرکتهای جدید محرک مهمی برای پویایی بازار است و فرصتهای جدیدی را برای ورود شرکتهای کارآفرین دیگر به وجود می‌آورد (Levie & Autio, 2008).

سازمان OECD در گزارشهای متعددی که در خصوص کشورهای عضو منتشر کرده است، این شاخص را بررسی و عموماً کشورها را به بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات ذی‌ربط به‌منظور برطرف کردن موانع ورود بنگاهها به بازار و در نتیجه، کاستن از موانع کارآفرینی توصیه کرده است (OECD, 2003, pp. 9-17). در پیمایشهای ملی نیز که همه ساله دیده‌بان جهانی کارآفرینی در کشورهای عضو در خصوص بررسی فعالیتهای کارآفرینانه انجام می‌دهد، این عامل یکی از مؤلفه‌های مورد بررسی است.

نگاه مثبت فرهنگی به خوداشتغالی، استقلال، نوآور بودن و تلاش فردی به رضایتمندی فردی منجر می‌شود و فعالیتهای کارآفرینی را در پی دارد. از طرف دیگر، نگاه منفی فرهنگی به کارآفرینی به‌عنوان یکی از موانع فعالیتهای کارآفرینانه در کشورهای متعددی از جمله ژاپن و روسیه مطالعه شده است (Martins et al., 2004, pp. 17-20; Levie & Autio, 2008). پژوهشگران پی برده‌اند که در جوامع مختلف نگرشهای فرهنگی بر فعالیتهای کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد و تعامل بین فرهنگ و کارآفرینی در خصوص برخی از گروههای اجتماعی نسبت به بقیه قوی‌تر است (Schoof,

12. Product Market Openness

13. Market Change

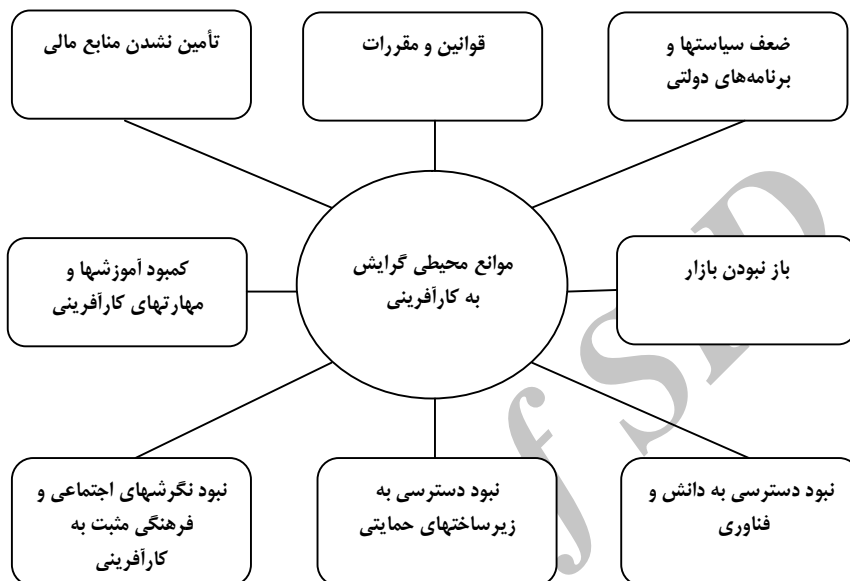


2006, p. 24). هر محیط فرهنگی که در آن به کارآفرینی توجه و ارزشمند تلقی شود و نیز شکست در کسب و کار به عنوان یک تجربه یادگیری مفید و نه یک لکه ننگ به حساب آید، به‌طور طبیعی بیشتر مستعد کارآفرینی خواهد بود (Pandey, 2006, p. 23). سادل و همکاران (Suddle, Beugelsdijk & Wennekers, 2007, p. 10) در مطالعه خود نتیجه می‌گیرند که هر چه در یک کشور فرهنگ کارآفرینانه قوی‌تری حاکم باشد، نرخ فعالیتهای کارآفرینانه و تأسیس بنگاههای کسب و کار بالاتر خواهد بود.

جدول ۳- عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی در پژوهشهای قبلی

عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی	پژوهشهای قبلی
سیاستها و برنامه‌های دولتی	Rotefoss & Nyvold, 2011; Audretsch, et al., 2007; Stevenson & Lundström; 2001
قوانین و مقررات	Schoof, 2006; Martins et al., 2004; Flash Eurobarometer, 2004; Klapper et al., 2006
تأمین منابع مالی	Schoof, 2006; Flash Eurobarometer, 2004; European Commission, 2003; Martins et al., 2004; Autio, 2007
باز بودن بازار	OECD, 2003; Autio, 2007; Fogel et al., 2006; Martins et al., 2004
آموزشها و مهارتهای کارآفرینی	Schoof, 2006; European Commission, 2008; Souitaris et al., 2007; Alsos et al., 2006; Rasmussen & Sorheim, 2006; Martins et al., 2004
دسترسی به دانش و فناوری	Mugione et al., 2008; Mittelstadt & Cerri, 2009; Autio, 2007
دسترسی به زیرساختهای حمایتی	Schoof, 2006; Chambers & Lake, 2004; Bosma et al., 2008; Autio, 2007; Mugione et al., 2008
نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی	Schoof, 2006; Pandey, 2006; Suddle et al., 2007; Martins et al., 2004; Autio, 2007

مجموعه عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی، حاصل از پژوهشهای قبلی، در جدول ۳ مشخص شده است. این عوامل موجب تسهیل و شدت یافتن کارآفرینی می‌شود و بدیهی است کمبودها و محدودیتهای موجود در این عوامل که عوامل زمینه‌ساز محیطی فعالیتهای کارآفرینانه شناخته می‌شوند، به‌عنوان موانع و عوامل بازدارنده در گرایش به فعالیتهای کارآفرینانه در محیط اقتصادی اجتماعی عمل خواهند کرد. بر این اساس، مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل ۱ ترسیم می‌شود.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

در این پژوهش با درک اهمیت شرایط محیطی برای ایجاد گرایش به کارآفرینی و از سوی دیگر، وضعیت نامناسب اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی تلاش شده است تا شناخت عینی‌تری از موانع محیطی گرایش به کارآفرینی در کشور به دست آید و بر این اساس، یافتن پاسخ برای سؤالات زیر مد نظر بوده است تا از این رهگذر ضمن روشن کردن موانع مسیر کارآفرینی در کشور، پیشنهادهایی نیز در خصوص اقدامات سیاستی مناسب به منظور کاهش مشکلات موجود ارائه شود:

۱. کدام عوامل محیطی مانع گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاه‌های ایران به کارآفرینی است؟
۲. عوامل محیطی بازدارنده از گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاه‌های ایران به کارآفرینی چگونه اولویت‌بندی می‌شوند؟

### روش پژوهش

این پژوهش بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی پیمایشی بود (Sarmad, Bazargan & Hejazi, 2002, pp. 80-82). هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل محیطی

بازدارنده دانش‌آموختگان جوان دانشگاه‌های کشور در گرایش به کارآفرینی بود که تأسیس بنگاه‌های جدید و مستقل کسب و کار شاخصی برای این موضوع در نظر گرفته شد.

موانع گرایش به کارآفرینی متغیرهای مستقل تحقیق را تشکیل می‌دهد که بر اساس مدل مفهومی به‌دست آمده از جمع‌بندی پیشینه تحقیق استخراج شده است. برای اندازه‌گیری این متغیرها بر اساس طیف پنج‌گانه لیکرت از یک تا پنج امتیاز اختصاص داده شد. متغیر وابسته در این تحقیق «تأسیس بنگاه جدید و مستقل کارآفرینانه» بود که سنجش آن با ترکیب سه شاخص «تأسیس / عدم تأسیس بنگاه» (به ترتیب: یک و صفر امتیاز)، «وضعیت بنگاه شامل سه حالت: تلاش برای بقا، تثبیت شرکت و رشد» (به ترتیب: یک، دو و سه امتیاز) و «تعداد کارکنان شامل دو حالت: کمتر از ۱۰ نفر و ۱۰ نفر یا بیشتر» (به ترتیب: یک و دو امتیاز) صورت گرفته است.

جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی بود که با تأسیس شرکت، به ایجاد کسب و کار آزاد و مستقل (کارآفرینی مستقل فردی) اقدام کرده بودند. برای سهولت دسترسی به این کارآفرینان واحدهای فناور مستقر در مراکز رشد دانشگاه‌های تابعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بنگاه‌های نوپای مرتبط با مراکز کارآفرینی این دانشگاه‌ها به‌عنوان جامعه آماری تحقیق در نظر گرفته شدند، زیرا بنگاه‌های مستقر در این مراکز واجد ویژگی‌های مورد نظر شامل دانشجو یا دانش‌آموخته جوان دانشگاهی هستند، با تأسیس شرکت و استقرار در این مراکز به کارآفرینی و تأسیس بنگاه مبادرت ورزیده و با موانع و عوامل بازدارنده احتمالی در این مسیر روبه‌رو شده‌اند یا در مرحله ارائه ایده و در شرف استقرار برای عملیاتی ساختن ایده خود هستند و هنوز به طور جدی با موانع مواجه نشده‌اند. بدیهی است افرادی که مسیر کارآفرینی را طی کرده باشند، از موانع این مسیر شناخت بیشتری خواهند داشت.

برای نمونه‌گیری در مجموع فهرستی شامل ۲۳۰ مورد از واحدهای فناور مستقر در مراکز رشد یا مرتبط با مراکز کارآفرینی دانشگاهی به‌دست آمد که به‌صورت سرشماری (تمام‌شماری) برای تمام آنها پرسشنامه ارسال و ۹۸ پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد. این تعداد حجم قابل قبولی برای نمونه آماری است، چرا که بر اساس فرمول محاسبه تعداد نمونه در پژوهش‌های پیمایشی و با حجم محدود جامعه (Momeni, 2007: 219) حجم نمونه<sup>۱۴</sup> ۶۸ به‌دست می‌آید.

از مطالعات کتابخانه‌ای به‌منظور تدوین دیدگاه‌های نظری و سوابق تحقیق و از ابزار پرسشنامه (در مقیاس طیف پنج‌گانه لیکرت) برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در طراحی پرسشنامه از پرسشنامه‌های «مشوقها و موانع توسعه کارآفرینی جوانان» سازمان بین‌المللی کار (Schoof, 2006)

۱۴. برای محاسبه حجم نمونه از رابطه  $n = N \cdot z^2 \cdot p \cdot q / [d^2 (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q]$  استفاده می‌شود که در آن N حجم جامعه، d خطای مجاز محقق و معمولاً برابر با ۰/۱ است، Z مقدار متغیر نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان  $1 - \alpha$  که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر با ۱/۹۶ است، p برآورد نسبت صفت متغیر با استفاده از مطالعات قبلی و  $q = 1 - p$  و حداکثر مقدار حاصل ضرب pq برابر با ۰/۲۵ است.

(p.112 و پیمایش‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، Bosma et al., 2007, p. 7; Autio, 2007, p. 33) استفاده و برای انطباق آن با شرایط جامعه آماری تحقیق بومی سازی شده است. این پرسشنامه شامل چهار و هفت سؤال پنج گزینه‌ای بود که برای بررسی روایی آن به روش بررسی محتوا از نظرهای متخصصان و صاحب‌نظران کارآفرینی و برای سنجش میزان پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. برای این کار پیش‌آزمونی با ۱۵ فقره پرسشنامه انجام گرفت که با استفاده از فرمول محاسبه آلفا (Momeni, 2007, p.211) این ضریب برای کلیه سؤالهای پرسشنامه (بجز بخش جمعیت شناختی) برابر با ۰/۸۷ به‌دست آمد که بیانگر پایایی ابزار پژوهش است. از آمار توصیفی و استنباطی شامل آماره‌های توصیفی (درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار)، آزمون دوجمله‌ای، آزمون فریدمن و تحلیل ضریب همبستگی اسپیرمن به کمک نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

## یافته‌ها

### الف. مهم‌ترین مشخصات و ویژگیهای جمعیت‌شناختی کارآفرینان مورد مطالعه:

از میان مشخصات و ویژگیهای جمعیت‌شناختی کارآفرینان جوان دانشگاهی که جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند، یافته‌های مربوط به ویژگیهای جنسیت، سن، تحصیلات و رشته تحصیلی (در ارتباط با کارآفرینان) و مدت زمان تأسیس شرکت، حوزه فعالیت و تعداد کارکنان شرکت (در ارتباط با شرکت‌های تأسیس شده به‌دست کارآفرینان) به‌طور خلاصه در جدول ۴ ارائه شده است. ستون دوم این جدول بیانگر «مد» یا «نما» است (یعنی دسته‌ای که در جدول توزیع فراوانی متغیر مربوط، دارای بیشترین فراوانی است).

جدول ۴- مهم‌ترین ویژگیهای جمعیت‌شناختی کارآفرینان مورد مطالعه

ویژگی	«دسته» واجد بالاترین فراوانی در جدول توزیع فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۸۶/۳
سن	۲۵-۲۹ سال	۴۶/۲
تحصیلات	کارشناسی	۴۷/۳
	کارشناسی ارشد	۴۲/۱
رشته تحصیلی	فنی مهندسی	۷۳/۱
سابقه فعالیت کارآفرینانه (تأسیس شرکت)	بین ۱ تا ۳ سال	۶۴/۵
حوزه فعالیت	صنعت	۸۹/۱
تعداد کارکنان شرکت	بین ۱ تا ۹ نفر (بنگاه خرد)	۶۴/۵

**ب. عوامل بازدارنده محیطی در گرایش به کارآفرینی و ایجاد بنگاه کسب و کار**  
**سؤال ۱. کدام عوامل محیطی مانع گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان**  
**دانشگاههای ایران به کارآفرینی است؟**

برای پاسخگویی به سؤال اول تحقیق از آمار توصیفی شامل درصد فراوانی معتبر، میانگین و انحراف معیار استفاده و نتایج مربوط به آن در جدول ۵ ارائه شده است. با توجه به جدول ۵ مشاهده می‌شود که:

❖ در مجموع، ۵۷/۱ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۲۷/۴ درصد مخالف یا کاملاً مخالف این موضوع و ۱۵/۵ درصد نیز بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۴۹/۳ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که قوانین و مقررات یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۲۶/۵ درصد با این موضوع مخالف یا کاملاً مخالف و ۲۴/۲ درصد نیز در این خصوص بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۷۴/۱ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که تأمین منابع مالی یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۱۴/۱ درصد با این موضوع مخالف یا کاملاً مخالف و ۱۱/۸ درصد نیز در این خصوص بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۷۱/۱ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که باز نبودن بازار یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۱۲/۴ درصد با این موضوع مخالف یا کاملاً مخالف و ۱۶/۵ درصد نیز در این خصوص بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۶۵ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که آموزشها و مهارتهای کارآفرینی یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۲۲/۸ درصد با این موضوع مخالف یا کاملاً مخالف و ۱۲/۲ درصد نیز در این خصوص بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۶۰/۲ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که دسترسی به دانش و فناوری یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۲۰/۸ درصد مخالف یا کاملاً مخالف این موضوع و ۱۹ درصد نیز بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۴۵/۳ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که نبود دسترسی به زیرساختهای حمایتی یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ ۳۹/۵ درصد مخالف یا کاملاً مخالف این موضوع و ۱۵/۲ درصد نیز بی‌نظر بودند.

❖ در مجموع، ۶۳/۷ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق بودند که نگرشهای اجتماعی و فرهنگی به کارآفرینی یک مانع محیطی در مسیر گرایش به کارآفرینی است؛ یعنی ۲۴ درصد مخالف یا کاملاً مخالف این موضوع و ۱۲/۳ درصد نیز بی‌نظر بودند.

جدول ۵- آماره‌های توصیفی موانع محیطی کارآفرینی از منظر کارآفرینان مورد مطالعه

انحراف معیار	میانگین	درصد فراوانی معتبر					موانع محیطی کارآفرینی
		کاملاً موافق	موافق	بی نظر	مخالف	کاملاً مخالف	
۰/۷۸۲	۳/۵۱	۲۸/۳	۲۸/۸	۱۵/۵	۱۹/۳	۸/۱	ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی
۰/۵۱۹	۳/۳۷	۲۳/۶	۲۵/۷	۲۴/۲	۱۸/۲	۸/۳	قوانین و مقررات
۰/۸۲۴	۳/۸۹	۳۶/۹	۳۷/۲	۱۱/۸	۸/۹	۵/۲	تأمین نشدن منابع مالی
۰/۶۰۴	۳/۴۶	۲۶/۱	۴۵/۰	۱۶/۵	۹/۰	۳/۴	باز نبودن بازار
۱/۱۰۷	۳/۸۲	۴۱/۲	۲۳/۸	۱۲/۲	۱۵/۳	۷/۵	کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی
۰/۷۴۰	۳/۶۶	۲۴/۲	۳۶/۰	۱۹/۰	۱۹/۸	۱/۰	نبود دسترسی به دانش و فناوری
۰/۷۳۵	۳/۱۶	۱۴/۰	۳۱/۳	۱۵/۲	۳۶/۷	۲/۸	نبود دسترسی به زیرساخت‌های حمایتی
۰/۹۰۴	۳/۷۰	۲۸/۹	۳۴/۸	۱۲/۳	۲۳/۵	۰/۵	وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی

در این پژوهش از آزمون دوجمله‌ای (Momeni, 2007, p.211) استفاده شد تا مشخص شود که از دیدگاه کارآفرینان مورد مطالعه هر یک از مؤلفه‌های شناسایی شده مانع گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود یا خیر؟ در فرض صفر این آزمون هر یک از مؤلفه‌های مورد نظر مانعی برای گرایش به کارآفرینی نیست و در فرض مقابل، هر یک از این عوامل مانعی برای گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود. این آزمون برای هر هشت مؤلفه مندرج در جدول ۵ انجام شد که نمونه‌ای از نتایج در جدول ۶ ارائه و برای رعایت اختصار از ذکر سایر جداول خودداری شده است.

جدول ۶- نتیجه آزمون دوجمله‌ای برای مؤلفه اول از موانع محیطی

	Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Asymp. Sig. (1-tailed)
قوانین و مقررات	Group ۱	<= ۳	۲۱	۰/۲	۰/۶
	Group ۲	> ۳	۶۶	۰/۸	
	Total		۸۷	۱/۰	

- a. Alternative hypothesis states that the proportion of cases in the first group < ۰/۶.  
 b. Based on Z Approximation.

مطابق نتایج به‌دست آمده از این آزمونها، فرض صفر در خصوص مؤلفه «نبود دسترسی به زیرساختهای حمایتی» با سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته و در خصوص سایر مؤلفه‌ها این فرض با سطح اطمینان ۹۹ درصد رد شد. از این رو، با سطح اطمینان ۹۵ درصد «نبود دسترسی به زیرساختهای حمایتی» را نمی‌توان از دیدگاه کارآفرینان مورد مطالعه به‌عنوان مانعی در خصوص کارآفرینی و ایجاد بنگاه کسب و کار به دست دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهها به‌شمار آورد. اما هفت عامل باقیمانده در جدول ۵ (با سطح اطمینان ۹۹ درصد) به‌عنوان مؤلفه‌های موانع محیطی گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شوند.

## سؤال ۲. عوامل محیطی بازدارنده از گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاههای ایران به کارآفرینی چگونه اولویت بندی می‌شوند؟

به‌منظور رتبه‌بندی و مقایسه اهمیت مؤلفه‌های مختلف موانع محیطی در جامعه آماری و بررسی معناداری اختلاف آنها از آزمون فریدمن استفاده شد. در این آزمون فرض صفر بر یکسان بودن اهمیت و اولویت مؤلفه‌های هشت‌گانه دلالت دارد و فرض مقابل، بیانگر آن است که حداقل اهمیت دو مؤلفه با هم برابر نیست. نتایج به دست آمده از این آزمون نشان داد که آزمون مربع کای دو ( $df=7$ )،  $\text{Chi-Square} = 85/602$  و  $\text{Asymp.Sig} = 0/000$  معنادار است و فرض صفر رد می‌شود. با توجه به رد فرض صفر در آزمون فریدمن، ماتریس رتبه میانگینها به‌دست می‌آید که در جدول ۷ ارائه شده است. ستون آخر این جدول اولویت هر یک از مؤلفه‌های موانع محیطی گرایش به کارآفرینی را نشان می‌دهد.<sup>۱۵</sup>

جدول ۷- اولویت بندی موانع محیطی گرایش به کارآفرینی (آزمون فریدمن)

اولویت	رتبه میانگین	مؤلفه‌های موانع محیطی
۱	۵/۷۰	کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی
۲	۵/۶۱	تأمین نشدن منابع مالی
۳	۴/۹۰	وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی
۴	۴/۷۸	نبود دسترسی به دانش و فناوری
۵	۴/۲۸	ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی
۶	۴/۱۷	باز نبودن بازار
۷	۳/۵۳	قوانین و مقررات
۸	۳/۰۲	دسترسی به زیرساختهای فیزیکی

۱۵. با توجه به نتایج بخش قبلی، مؤلفه «نبود دسترسی به زیرساختهای حمایتی» را حذف و آزمون فریدمن را تکرار کردیم. تفاوتی در ترتیب «اولویتها» حاصل نشد.

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، از منظر جامعه آماری مورد مطالعه، موانع محیطی در گرایش به کارآفرینی و تأسیس بنگاه کسب و کار به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی، تأمین نشدن منابع مالی، وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی، نبود دسترسی به دانش و فناوری، ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی، باز نبودن بازار، قوانین و مقررات و دسترسی به زیر ساخت‌های فیزیکی.

برای بررسی همبستگی میان متغیرها از تحلیل همبستگی اسپیرمن<sup>۱۶</sup> استفاده شد.<sup>۱۷</sup> نتایج مربوط به آزمون همبستگی اسپیرمن میان مؤلفه‌های مختلف متغیر موانع محیطی با متغیر وابسته تحقیق (تأسیس بنگاه جدید کسب و کار) در جدول ۸ ارائه شده است.

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، نتایج بیانگر آن است که از منظر دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان مورد مطالعه، در سطح ۹۵ درصد اطمینان بین هر یک از مؤلفه‌های «تأمین نشدن منابع مالی» با ضریب همبستگی  $-0/423$ ، «کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی» با ضریب همبستگی  $-0/392$  و «قوانین و مقررات» با ضریب همبستگی  $-0/349$  با متغیر وابسته تحقیق به صورت معکوس همبستگی معنادار وجود دارد و همبستگی معناداری بین سایر مؤلفه‌های موانع محیطی با متغیر تأسیس بنگاه کسب و کار در سطح ۹۵ درصد اطمینان مشاهده نمی‌شود.

جدول ۸- نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن بین مؤلفه‌های موانع محیطی و متغیر وابسته

تأسیس بنگاه کسب و کار	ضریب همبستگی سطح معناداری تعداد	ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی	قوانین و مقررات	تأمین نشدن منابع مالی	باز نبودن بازار
	$-0/056$ $0/586$ ۹۷		(*) $-0/349$ $-0/041$ ۸۷	(*) $-0/423$ $-0/029$ ۹۶	$-0/026$ $0/117$ ۹۶
	کمبود آموزشها و مهارت‌های کارآفرینی	نبود دسترسی به دانش و فناوری	نبود دسترسی به زیرساخت‌های حمایتی	وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی	
تأسیس بنگاه کسب و کار	ضریب همبستگی سطح معناداری تعداد	(*) $-0/392$ $0/038$ ۹۶	$0/022$ $-0/129$ ۹۷	$-0/067$ $-0/517$ ۹۶	$-0/051$ $0/623$ ۹۷

\* همبستگی در سطح ۵ درصد معنادار است (دو طرفه).

#### 16. Spearman's Correlation Analysis

۱۷. پیشفرض این آزمون نرمال نبودن توزیع متغیرهاست که با اجرای آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (Kolmogrov-Smirnov) مشخص شد توزیع شش مورد از متغیرها نرمال نیست. البته، با توجه به بالا بودن تعداد مشاهدات، از تحلیل همبستگی پیرسون نیز نتایج مشابهی به دست می‌آید.



## بحث و نتیجه‌گیری

حجم انبوه دانش‌آموختگان دانشگاهی کشور به‌عنوان جمعیت جوان و با انرژی که از تحصیلات دانشگاهی برخوردارند و در عین حال، پتانسیل عظیمی را برای رشد و توسعه اقتصادی کشور فراهم می‌آورد، در صورت استفاده نشدن درست از این پتانسیل ملی و گرفتار شدن این قشر در معضل بیکاری، به‌عنوان تهدید اجتماعی و اقتصادی جدی به‌شمار خواهد رفت. بنا بر تجربه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، راهبرد گسترش کارآفرینی از مؤثرترین راهکارهای استفاده از فرصت «انبوه دانش‌آموختگان دانشگاهی» است.

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل محیطی بازدارنده دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی کشور در گرایش به کارآفرینی و تأسیس بنگاههای جدید و مستقل کسب و کار و اولویت‌بندی این موانع شکل گرفته است. بر اساس نتایج به‌دست آمده عواملی از قبیل کمبود آموزشها و مهارتهای کارآفرینی، تأمین نشدن منابع مالی، وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی، نبود دسترسی به دانش و فناوری، ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی، باز نبودن بازار و قوانین و مقررات به ترتیب مهم‌ترین موانع محیطی کشور در گرایش به کارآفرینی و تأسیس بنگاههای جدید و مستقل کسب و کار دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان دانشگاهها را تشکیل می‌دهند.

این موانع عوامل شناخته شده‌ای در محیطهای اجتماعی - اقتصادی مختلف محسوب می‌شوند و در کشور ما نیز با جهتگیریهای سیاستی دو دهه اخیر برای زمینه سازی گسترش کارآفرینی و رفع موانع این مسیر شاهد اقدامات مختلفی در برخی از این زمینه‌ها بوده‌ایم؛ با این حال، نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که هنوز این عوامل به‌عنوان موانع محیطی گسترش کارآفرینی جوانان و دانش‌آموختگان دانشگاهی عمل می‌کنند.

به‌زعم اعضای جامعه آماری مورد پیمایش در تحقیق حاضر، کمبود آموزشها و مهارتهای کارآفرینی یکی از موانع محیطی مهم در گرایش به کارآفرینی محسوب می‌شود. این یافته با نتایج برخی از تحقیقات (Schoof, 2006; European Commission, 2008; Souitaris et al., 2007; Alsos et al., 2006; Rasmussen & Sorheim, 2006; Martins et al., 2004) همسویی دارد. علی‌رغم گسترش آموزشهای کارآفرینی در دانشگاهها و تشکیل مراکز کارآفرینی در آنها و همچنین، اقدامات سایر ارگانهای ذی‌ربط نظیر وزارت رفاه، تعاون و کار در سالهای اخیر، یافته حاضر نشان می‌دهد که هنوز کمبود این نوع آموزشها به‌مثابه یکی از موانع مسیر کارآفرینی جوانان است. در پژوهش حاضر همسو با نتایج برخی از تحقیقات (Schoof, 2006; Flash Eurobarometer, 2004; European Commission, 2003; Martins et al., 2004; Autio, 2007) نشان داده شد که تأمین نشدن منابع مالی از دیگر موانع مهم مسیر کارآفرینی جوانان دانش‌آموخته دانشگاهی است. این یافته دور از انتظار نیست، چرا که تأمین منابع مالی مورد نیاز کارآفرینان در شکل‌گیری فعالیتهای کارآفرینانه و بنگاههای تازه تأسیس نقشی حیاتی دارد؛

به‌ویژه تأمین منابع مالی در مراحل ابتدایی تبدیل ایده‌های کارآفرینانه به تأسیس بنگاه و تا مرحله قابلیت اخذ وام از بانکها یا عرضه اوراق بنگاههای تأسیس شده از اهمیت بیشتری برخوردار است. در این مرحله برای پاسخگویی به نیازهای مالی کارآفرینان فقط منابع مالی خود کارآفرینان و دوستان و نزدیکان آنها، سرمایه‌گذاران شخصی، برنامه‌های حمایتی دولتی و سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر مطرح هستند. علی‌رغم اینکه در سطح کشور با گذشت زمان انواع برنامه‌های حمایت مالی دولتی گسترش یافته است، نتایج بررسی نشان می‌دهد که هنوز تأمین نشدن منابع مالی به‌عنوان دومین مانع مهم مطرح است. باید توجه داشت به دلیل نبودن سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر در بازار سرمایه کشور و نقش منحصر به فردی که این سرمایه‌گذاران در مرحله خاصی از فرایند شکل‌گیری بنگاهها ایفا می‌کنند، که برنامه‌های حمایتی دولتی از ایفای آن عاجزند، می‌توان گفت که در این خصوص زمینه کارآفرینی کشور با تنگنای اساسی مواجه است.

افراد مورد نظرخواهی در این پژوهش عامل نبود دسترسی به زیرساختهای حمایتی را از جمله موانع مسیر کارآفرینی دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی نمی‌شناسند. این یافته کمی دور از انتظار است و با یافته‌های چمبرز و لیک (Chambers & Lake, 2004)، شوف (Schoof, 2006)، بوسما و همکاران (Bosma et al., 2008)، آتو (Autio, 2007) و میکون و همکاران (Mugione et al., 2008) همسویی نشان نمی‌دهد. این ناهمسویی می‌تواند علل مختلفی داشته باشد، از جمله اینکه نزد افراد نمونه آماری این تحقیق احتمالاً این عامل در مقایسه با سایر عوامل مورد سؤال اهمیت کمتری داشته است یا اینکه به‌دلیل برخورداری این افراد از زیرساختهای حمایتی مراکز رشد، این مانع چندان در نظر آنها اهمیت نداشته است.

از منظر جامعه آماری این تحقیق وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی یکی دیگر از موانع مسیر کارآفرینی است که با نتایج برخی از تحقیقات (Schoof, 2006; Pandey, 2006; Suddle et al., 2007; Martins et al., 2004; Autio, 2007) سازگاری دارد. در حقیقت، تا زمانی که در جامعه ما کارآفرینی به یک ارزش اجتماعی و فرهنگی بارز تبدیل نشود، طبیعی است که مورد اقبال قشرهای اجتماعی به‌ویژه جوانان نخواهد بود. بررسی انجام شده نشان می‌دهد که هنوز وجود نداشتن نگرشهای اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی به‌عنوان مانع مهمی در مسیر کارآفرینی جوانان کشور مطرح است.

با گذشت زمان تولید، انتشار و بهره‌برداری از دانش و فناوری به محرک مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها تبدیل شده است. در این فضا کارآفرینی مبتنی بر فناوری یا تأسیس بنگاههای جدید دانش‌بنیان از شاخصه‌های مهم اقتصاد دانش‌محور محسوب می‌شود. بدیهی است کارآفرینان در مسیر حرکت خود به هر میزان که بر ایده‌های مبتنی بر دانشهای جدید متکی باشند، نیاز بیشتری به دانش و فناوری خواهند داشت و اصولاً این ایده‌ها در گستره‌ای از فعالیتهای علمی و تحقیقاتی یا تجاری سازی آنها بروز و ظهور خواهند یافت. بنابراین، امکان سرمایه‌گذاری در تولید دانشهای جدید، توانایی

بهره‌برداری از نتایج تحقیقات مؤسسات دانشگاهی و میزان ارتباط و همگرایی بخش اقتصادی کشور با بخش دانشگاهی تعیین کننده اصلی میزان دسترسی به دانش و فناوری خواهد بود. نبود دسترسی به دانش و فناوری عامل دیگری است که در پژوهش حاضر بررسی شده است و همان‌گونه که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، از دیدگاه مسئولان واحدهای فناوری مستقر در مراکز رشد دانشگاهی، نبود دسترسی به دانش و فناوری به مثابه مانعی در مسیر گرایش به کارآفرینی شناخته می‌شود. نتایج تحقیقات ماگیون و همکاران (Mugione et al., 2008)، میتلستاد و کری (Mittelstadt & Cerri, 2009) و آتیو (Autio, 2007) نیز مؤید این یافته است؛ این یافته با توجه به فضای شدید رقابتی و ضرورت عرضه محصولات و خدمات مبتنی بر دانش دور از انتظار نیست. این نتیجه با میزان تجاری شدن نتایج تحقیقات در کشور و میزان رویکرد دانشگاهها به کارآفرینی دانشگاهی که به‌عنوان نمونه فکور و حاجی حسینی (Fakour & hajihosseini, 2008) در تحقیقات خود به آن پرداخته‌اند، سازگاری دارد.

به‌زعم دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی مورد مطالعه ضعف سیاستها و برنامه‌های دولتی به‌عنوان یک عامل بازدارنده دیگر در گرایش به کارآفرینی عمل می‌کند و این یافته با نتایج برخی از تحقیقات (Rotefoss & Nyvold, 2011; Audretsch et al., 2007; Stevenson & Lundström, 2001) همسویی دارد. باید توجه داشت که به دلیل نوپایی سیاستها و برنامه‌های اجرایی حمایت از کارآفرینی در کشور، طبیعی است در این مرحله با ضعفهایی در این زمینه مواجه باشیم که برای مثال، در تأمین نشدن نهادهای حمایتی و مشاوره‌ای تخصصی، نبود تعداد کافی از برنامه‌های دولتی برای حمایت از کسب و کار یا وجود نداشتن طیف گسترده‌ای از کمکهای دولتی برای شرکتهای جدید و در حال رشد که از یک سازمان واحد قابل دسترس باشند، بروز می‌یابد. بر اساس یافته‌های تحقیق، باز نبودن بازار یکی دیگر از موانع مهم پیش روی کارآفرینان کشور شناخته شده است. با سهمی که اقتصاد دولتی در کلان اقتصاد ملی کشور دارد، این یافته بیره نخواهد بود. این یافته در نتایج برخی از تحقیقات (OECD, 2003; Autio, 2007; Fogel et al., 2006; Martins et al., 2004) نیز تأیید شده است. خوشبختانه، با جهتگیریهای امید بخشی که با اجرای اصل چهل و چهار قانون اساسی در کشور ایجاد شده است، امید است با گذشت زمان و رونق فضای کسب و کار کشور این شاخصه اقتصادی بهبود یابد.

قوانین و مقررات مرتبط با کسب و کار از قبیل ثبت شرکت، قوانین مالیاتی، اخذ مجوزهای سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری، مقررات ثبت اختراع، قانون رقابت، قانون تجارت، قانون کار، قوانین بیمه و بانخشستگی، قوانین زیست محیطی، قوانین و مقررات بانکی، قوانین و مقررات ورشکستگی، دریافت جواز احداث و ساختمان، گواهی ترخیص گمرکی و غیره عملاً در مسیر کارآفرینی و تشکیل بنگاه می‌توانند موجب سهولت یا دشواریهای اداری شوند. در تحقیق حاضر نیز قوانین و مقررات از دیدگاه پرسش‌شوندگان به‌عنوان یک مانع در مسیر گرایش به کارآفرینی تلقی شده است و این یافته با نتایج

تعدادی از مطالعات (Schoof, 2006; Martins et al., 2004; Flash Eurobarometer, 2004; Klapper et al., 2006) در بررسی انجام شده یکی از موانع مسیر کارآفرینی در کشور شناخته می‌شود جای تردید نیست، اما اینکه این عامل از منظر پرسش‌شوندگان آخرین رده اهمیت را در بین سایر موانع مسیر کارآفرینی به خود اختصاص داده است، می‌تواند بحث‌انگیز باشد. شاید دلیل به‌دست آمده این نتیجه به جامعه آماری تحقیق مرتبط باشد که بیشتر آنها ساکنان مراکز رشد بودند و هنوز به‌طور مستقل در محیط اقتصادی کشور با تمام این مقررات و قوانین مواجه نشده‌اند.

دستآورد ویژه این پژوهش را می‌توان در به‌دست دادن هفت عامل مشخص شده به‌عنوان موانع محیطی گرایش به کارآفرینی برای جوانان دانش‌آموخته و اولویت‌بندی این موانع از نظر آنها دانست. از محدودیت‌های پژوهش انجام شده می‌توان به جامعه آماری آن اشاره کرد که در عین حال که نماینده خوبی از کارآفرینان جوان و دانش‌آموختگان دانشگاهی محسوب می‌شود، ولی به کارآفرینان مستقر در مراکز رشد یا مرتبط با مراکز کارآفرینی دانشگاهی محدود است. برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود در خصوص رفع محدودیت یادشده جامعه آماری به نحو فراگیرتری انتخاب شود.

## پیشنهادها

نتایج پژوهش حاضر با مشخص کردن موانع مسیر کارآفرینی دانش‌آموختگان جوان دانشگاهی عملاً مجموعه سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و مدیران سطوح مختلف حوزه‌های ذی‌ربط با کارآفرینی را در معرض شناخت عینی از چالش‌های توسعه کارآفرینی در کشور قرار داده و زمینه‌های اقدام برای تسهیل کارآفرینی را مشخص ساخته است. در عین حال، با توجه به ماهیت، تعدد و رتبه اولویتی موانع مشخص شده، روشن است که طرحها و برنامه‌های تک بعدی که فقط بر رفع یک یا چند مانع مشخص متمرکز می‌شوند، در مجموع تأثیر کمتری بر گسترش کارآفرینی در کشور خواهند داشت و برای رفع موانع این مسیر لازم است اقدامات سیاستی فراگیرتری که مجموعه عوامل زمینه‌ای را شامل شوند، مورد توجه قرار گیرند. با این حال، هر کدام از موانع شناسایی شده نیز لازم است مورد توجه دستگاه‌های اجرایی کشور قرار گیرد.

با توجه به اهمیت برنامه‌های پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، پیشنهاد می‌شود در طراحی برنامه ششم سیاست توسعه کارآفرینی از جایگاه شایسته‌ای برخوردار باشد و با پیش‌بینی زیرساخت‌های مناسب و تعیین تکالیف دستگاه‌های مرتبط با این حوزه موانع این مسیر کاهش یابد. به‌طور مشخص پیشنهاد می‌شود که آموزشها و ایجاد مهارت‌های کارآفرینی در قشر جوان، با توجه به گستردگی مخاطبان، به‌طور گسترده در دستور کار همه ارگان‌های ذی‌ربط فرهنگی و رسانه‌ای و به‌خصوص وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، علوم، تحقیقات و فناوری و رفاه، تعاون و کار قرار گیرد.

از آنجا که حمایت از کارآفرینی در باورهای اعتقادی و فرهنگ ادبیات ملی ما ریشه‌های عمیقی دارد و این زمینه اعتقادی و فرهنگ ملی ظرفیت بسیاری را برای تحول فرهنگی با ویژگی‌های ارزشمندی کار، تلاش، سختکوشی و کارآفرینی ایجاد می‌کند، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران، روحانیان و مدیران فرهنگی جامعه از این ظرفیت عظیم حداکثر استفاده را به عمل آورند و این تحول فرهنگی را از قوه به فعل تبدیل سازند.

قانون «بهبود مستمر محیط کسب و کار» در مورخه ۱۳۹۰/۱۲/۳ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است. با درک اهمیت اجرایی شدن این قانون برای رفع بعضی از موانع مهم کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود که دستگاه‌های قانونی ذی‌ربط از فوت وقت جلوگیری کنند و تلاش کافی را برای تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی آن و فراهم سازی زمینه عملیاتی شدن قانون به عمل آورند.

## قدردانی

از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران برای پشتیبانی از اجرای این تحقیق تشکر و قدردانی می‌شود.

## References

1. Ahmad, N., & Seymour, R.G. (2007). *Defining entrepreneurial activity*. OECD. Retrieved from <http://www.oecd.org/dataoecd/2/62/39651330.pdf>.
2. Ahmadpour, M. (2002). *Entrepreneurship: Definitions, theories and models*. Pardis 57 Publications, Tehran: Iran (in Persian).
3. Alsos, G. A., Espen, J. I., & Softing, E. (2006, May). Youth enterprise experience and business start-up intentions. Proceedings of the 14th Nordic Conference on Small Business Research, Stockholm 11-13 May.
4. Audretsch, D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R. (2007). *Handbook of research on entrepreneurship policy*. Edward Elgar Publishing. Chapter 6, Dressing the Emperor: The Fabric of Entrepreneurship Policy, by Stevenson, L. and Lundström, A.

5. Autio, E. (2007). *2007 global report on high growth entrepreneurship*. Babson College, London Business School, and Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA).
6. Bortne, E. A., Westgaard, S., & Ofstad, D. (2005). Simulating entrepreneurship through e-learning and higher education, Paper Presented at the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference – IntEnt 2005, University of Surrey, United Kingdom.
7. Bosma, N., Jonse, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *GEM 2007 executive report*. Babson College, London Business School, and Global Entrepreneurship Research Consortium (GERA).
8. Chambers, R., & Lake, A. (2004). In focus program on skills, knowledge and employability. Skills Working Paper, No. 3, International Labor Office, Geneva.
9. Chigunta, F., Schnurr, J., James-Wilson, D., & Torres, V. (2005). Being “real” about youth entrepreneurship in eastern and Southern Africa. SEED Working Paper, No. 72, International Labor Office, Geneva.
10. Cornwall, J., & Perlman, B. (1990). *Organizational entrepreneurship*. Richard Irwin.
11. EDO (2012). Regulation of entrepreneurship development at universities (KARAD). Retrieved from <http://karad.irost.org/asasnameh.pdf>. July, 2013, (in Persian).
12. European Commission (2008). *Survey of entrepreneurship in higher education in Europe*. Main Report, NIRAS Consultants, FORA, ECON Pöyry.
13. European Commission (2003). *Entrepreneurship in Europe*. Green Paper, Enterprise Publications, Brussels.

14. Fakour, B., & Hajihosseini, H. (2008). Academic entrepreneurship and commercialization of research results in Iranian universities (Case study of seven Iranian universities). *Science and Technology Policy*, 1(2), 59-7 (in Persian).
15. Flash Eurobarometer (2004). *Entrepreneurship*. Realized by EOS Gallup Europe upon request of the European Commission, No.160, Brussels.
16. Fogel, K., Ashton, H., Randall, M., & Bernard, Y. (2006). *Institutional obstacles to entrepreneurship*. In Oxford Handbook of Entrepreneurship, Mark Casson, Bernard Yeung, Anuradha Basu, and Nigel Wadeson, (eds.), Oxford University Press. Retrieved from [http://pages.stern.nyu.edu/byeung/supply\\_of\\_entrepreneurs.pdf17](http://pages.stern.nyu.edu/byeung/supply_of_entrepreneurs.pdf17).
17. GEM (2003). *Global entrepreneurship monitor, US 2002 executive report*. Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London: UK.
18. Kapitsa, L. (2002). *Youth entrepreneurship policies and programs in the UNECE member states*. Coordinating Unit for Operational Activities, UNECE, September.
19. Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82, 591-629.
20. Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31 (3), 235-263.
21. Martins, S., Couchi, C., Parat, L., Federico, C., Roberto, D., & Maureen, S. (2004), *Barriers to entrepreneurship and business creation*. EEC/Act04/02, European Entrepreneurship Cooperation. Retrieved from [www.eec-observatory.org](http://www.eec-observatory.org).
22. Mehralizadeh, Y., & Arman, S.A. (2008), A follow up study of employability of public university graduates. *Daneshvar*, 14(26), *Special Edition on Management* 9, 73-86 (in Persian).

23. Mirjalili, F. (2005), Employment of higher education graduates. *Journal of Research and Parliament*, 12(49-50), 77-92 (in Persian).
24. Mittelstadt, A., & Cerri, F. (2009). Fostering entrepreneurship for innovation. *STI Working Paper*, 2008/5, OECD.
25. Momeni, M. (2007), *Statistical Analysis with SPSS*. Ketab-e-now Publications, Tehran: Iran (in Persian).
26. Mugione, F., Aerni, P., & Bartel, C. (2008), *Summary of the workshop: Development through women entrepreneurship*. UN, UNCTAD, Swiss Federal Institute of Technology, Zurich.
27. OECD (2003), *Enhancing Market Openness through Regulatory Reform*. OECD Reviews of Regulatory Reform, Regulatory Reform in France, Retrieved from <http://www.oecd.org/dataoecd/36/37/32481180.pdf>.
28. OECD (2002), *Small and Medium Enterprise Outlook*. Paris.
29. Pandey, A. (2006), *Building an Entrepreneurial Culture*. Retrieved from [http://www.yesweb.org/thematicpublications\\_KenyaSummit2006/building\\_an\\_entrepreneurial\\_culture.pdf](http://www.yesweb.org/thematicpublications_KenyaSummit2006/building_an_entrepreneurial_culture.pdf).
30. Peneder, M. (2009, March). The meaning of entrepreneurship: A modular concept. WIFO Working Papers, No. 335.
31. Pourkarimi, J. (2009). Motivation on self employment and non self employment among agricultural graduates. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 15(1), 155-175 (in Persian).
32. Rasmussen, E.A., & Sorheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26,185–194.
33. Rotefoss, B., & Nyvold, C.E. ( 2011). Entrepreneurship and innovation policy in european countries. Executive Summary, The Case of Norway, IPREG.



34. Sarmad, Z., Bazargan, A., & Hejazi, E. (2002). *Research methods in behavioral sciences*. Agah Publications, Tehran: Iran (in Persian).
35. Schoof, U. (2006). Stimulating youth entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people. SEED Working Paper, No. 76, International Labor Office, Geneva, Switzerland.
36. Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566–591.
37. SSIC (2012). *Statistical quarterly*. Strategic Statistics and Information Center: Ministry of Labor and Social affair, 4( 10), 30 (in Persian).
38. Stevenson, L., & Lundström, A. (2001). Patterns and trends in entrepreneurship/ SME policy and practice in ten economies. Volume 3 of the Entrepreneurship Policy for the Future Series, Swedish Foundation for Small Business Research.
39. Streeter, D.H., Jaquette, J. P., & Hovis, K. (2002). University-wide entrepreneurship education: Alternative models and current trends, Working Paper, Department of Applied Economics and Management, Cornell University, Ithaca, New York 14853-7801 USA.
40. Suddle, K., Beugelsdijk, S., & Wennekers, S.(2007). *Entrepreneurial culture and its effect on the rate of nascent entrepreneurship*. Netherlands Ministry of Economic Affairs. Retrieved from [http:// www. Entrepreneurship-SME. Eu/ PDF-ez/ H200715. PDF](http://www.Entrepreneurship-SME.Eu/PDF-ez/H200715.PDF).
41. White, S., & Kenyon, P. (2003). Enterprise-based youth employment policies, strategies and programs. Skills Working Paper, No. 1, International Labor Office, Geneva, Switzerland.