



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

مدل مفهومی موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش

سجاد معین فر^۱، راحله ساعی^۲، علی معین فر^۳، علی مناهی^۴ مجید آوج^۵

چکیده

کارآفرینی الکترونیکی راه اندازی کسب و کار جدید با ایده تجاری نوآورانه در اقتصاد و شبکه اطلاعات است که به ارابه محصول یا خدمت خود بر اساس خلق ارزش الکترونیکی می پردازد. این مقاله به دنبال آنست که موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش را شناسایی کند. روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بوده و داده ها از یک نمونه ۵۵ نفری اساتید مدیریت، کارآفرینی و IT دانشگاه های استان آذربایجان غربی بصورت تصادفی بدست آمده است. سپس به منظور دسته بندی موانع، داده های جمع آوری شده با تکنیک تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان می دهد که عمده ترین پیش بایست های رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش در پنج محور موانع حقوقی و فنی، موانع آموزشی، موانع اجتماعی، موانع فرهنگی و موانع اقتصادی دسته بندی می شوند. ضمناً موانع حقوقی و فنی و موانع آموزشی در بالاترین اولویت قرار دارند.

کلید واژگان: کارآفرینی الکترونیکی، موانع آموزشی، موانع فرهنگی، موانع اجتماعی، موانع اقتصادی، موانع فنی و حقوقی، تحلیل عاملی

^۱ کارشناس ارشد جامعه شناسی و مدرس مرکز علمی - کاربردی ارومیه email:sajjadmoeinfar@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد جامعه شناسی

^۳ کارشناس ارشد جامعه شناسی و مدرس مرکز علمی - کاربردی ارومیه

^۴ کارشناس IT

^۵ کارشناس مدیریت امور فرهنگی Avajmajid@gmail.com

بیان مسئله

زندگی بشر از عصر تولید انبوه به عصر ارتباطات و اطلاعات ارتقا یافته و حرکت تکاملی کشورهای جهان به سوی جوامع اطلاعاتی و دانش بنیان، کلیه فرایندها و فعالیتهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، صنعتی، آموزشی و روابط اجتماعی را تحت تاثیر قرار داده است. چارچوب ساختاری تشکیل دهنده این عصر را تولید، پردازش، انتقال و مدیریت اطلاعات و ارتباطات به منظور ایجاد پایگاههای دانش و معرفت فردی و گروهی تشکیل می دهد. فناوری اطلاعات شامل فناوری های به کار گرفته شده در فرایند مذکور بوده و در همه سیستم های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، و مدیریتی جنبه کاربردی پیدا کرده و پیشران توسعه خدمات و سیستم های مبتنی بر فناوری در محیط های مجازی و غیر مجازی شده است (کرمی پور، ۱۳۸۲: ۴۲).

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات و تحولات سریع بین المللی همراه شده و فرایند گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را سبب ساز گردیده است. از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می شود که می تواند در رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را بر عهده داشته باشد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۷: ۵). اما واقعا چه ابزار یا وسیله ای می تواند چنین فضای گسترده ای را فراهم نماید؟ فناوری اطلاعات و در راس آن اینترنت پاسخ این سوال را به آسانی داده است. و شرایط تازه ای را پدید آورده است که در آن تولید کنندگان و مصرف کنندگان و تقریبا همه عوامل دست اندر کار یک چرخه اقتصادی قادرند در یک فضای مجازی مشترک با یکدیگر در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات و خدمات بپردازند (نصیری یار، ۱۳۸۴). امکانات منحصر به فرد اینترنت سبب پیدایش شکل جدیدی از اشتغال شده که امروزه به نام کار آفرینی الکترونیکی شناخته می شود. همه این امکانات و توانمندی ها به دست توانمند کسانی به وجود آمده اند که فکری خلاق و ذهنی با استعداد داشته اند. کارآفرینی الکترونیکی به راه اندازی کسب و کار جدید با ایده تجاری نوآورانه در اقتصاد و شبکه اطلاعات که به ارایه محصول یا خدمت خود بر اساس خلق ارزش الکترونیکی می پردازد تعریف شده است (احیایی، ۱۳۸۹). کارآفرینی الکترونیکی از مهمترین زیر ساخت های اشتغال مولد در هزاره سوم تلقی شده است. کار آفرینی الکترونیکی فرصتی برای استفاده از نیروهای خلاق، با کم هزینه ترین و حداکثر اثربخشی در کسب و کار است. مزیت رقابتی و پتانسیل ممتاز تولید در عرصه IT (فناوری اطلاعات)، مولفه های اصلی رونق کسب و کار در این حوزه به شمار می رود. فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کلیه فعالیت های اجتماعی از جمله کارآفرینی اثر گذاشته و در بسیاری از آنها تحولات اساسی به وجود آورده است (خانی جزینی، ۱۳۸۶). امروزه کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش به شدت به بسترهای فناوری اطلاعات وابسته است و از آن بهره زیادی می گیرد. فعالیتهای کارآفرینانه باعث شناخت نیازها، خلق ایده ها و تولد فناوری ها می شوند.

کارآفرینی الکترونیکی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان‌ها و انسانها امکان پذیر نیست (حجازی، ۱۳۸۳). کارآفرینی مستلزم کشف یک نیاز اجتماعی است و کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آن وابسته است. در شناسایی نیاز هر واقعیت کارآفرینانه، ایده پرداز می بایست نسبت به محیط، بینش و بصیرت داشته باشد و بداند چه راه‌حلهایی برای رفع آن نیاز، در نقاط دیگری از دنیا ارائه شده است. بنابراین اطلاعات و دانش مانند ارتباطات از ملزومات هر فعالیت کارآفرینی است (حجازی، ۱۳۸۳). از سوی دیگر یادگیری الکترونیکی یکی از مهمترین کاربردهای فناوری اطلاعات است که به منظور کسب ارزشهای افزوده در قالب سیستمهای مختلف مانند یادگیری برخط، یادگیری از طریق تلفن همراه، آموزش مبتنی بر وب، آموزش مبتنی بر رایانه، یا کاربردهای مشابه، در عرصه آموزش و ارائه خدمات آموزشی در سالهای اخیر مورد استفاده قرار گرفته است. در یادگیری فرض بر آن است که شخص علاوه بر یادگیری، نحوه آموزش و یادگیری غیرحضوری مادام‌العمر از محیط را نیز بیاموزد (گریسون و آندرسون، ۱۳۸۳، به نقل از ثقفی ۱۳۸۸)، با این وجود، بسیاری از پروژه‌های یادگیری الکترونیکی شکست خورده‌اند. این امر به دلایلی از جمله عدم موفقیت در طراحی استراتژی آموزشی مناسب و سیستمی متوازن با در نظر گرفتن توانمندی و نیازهای مخاطبان بوده است (آی بی ام، ۲۰۰۳، به نقل از ثقفی ۱۳۸۸).

فناوری اطلاعات با برخورداری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مختلف توانسته است انعطاف پذیری شایان توجهی را در زمینه کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش از خود نشان دهد که در یک نگاه کلی می توان به برخی از این ویژگی‌ها اشاره نمود:

۱- سرعت: محاسبه و پردازش سریع اطلاعات و انتقال فوری آن، زمان انجام کار را کاهش و در نتیجه بهره‌وری را افزایش می دهد. فناوری اطلاعات امکان جستجو و دستیابی سریع به اطلاعات را نیز فراهم می کند.

۲- افزایش دقت

۳- کاهش اندازه گیری فیزیکی مخازن اطلاعات: با توسعه فناوری اطلاعات و به کار گیری آن دیگر لزومی به حمل و نگهداری حجم زیادی از کتاب‌های مرجع تخصصی وجود ندارد، به راحتی می توان در هر دیسک فشرده اطلاعات چندین کتاب را ذخیره نموده و یا آنکه منابع مورد نیاز را از طریق شبکه‌های رایانه‌ای دریافت نمود. با عنایت به مباحث بالا ملاحظه شد که فناوری اطلاعات تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به عنوان مهمترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است. بر اساس اهمیت نقش بستر ساز کارآفرینی، وظیفه نهادهای مسئول مدنی و اجتماعی مشخص می شود. دولت‌ها باید بستر کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات را توسعه داده و تقویت کنند و امکان دسترسی آسان همگان به این شبکه‌ها را فراهم نمایند، در ضمن فرهنگ استفاده از شبکه‌ها را



همایش ملی ایده‌های کارآفرین و فرصت‌های جدید کسب و کار

ایجاد کرده و گسترش دهند و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا نمایند (ابراهیم بیگی چیمه، ۱۳۸۶). از این رو اولین اصل برای گسترش فناوری اطلاعات در هر کشوری، فراهم کردن بستر مخابراتی لازم برای تبادل اطلاعات است. تا این بستر مخابراتی آماده نباشد، تعداد لازم کاربر برای پیوستن به این حوزه تولید نمی‌شود. همچنین هر فناوری جدید، به وجود آورنده حوزه‌های حقوقی جدیدی است که اگر چنانچه قوانین لازم در آن حوزه وجود نداشته باشد، استفاده صحیح و معقول و مفید از آن فناوری به مخاطره می‌افتد. کاربرد فناوری در حوزه آموزش مستلزم وجود امکانات سخت افزاری و نرم افزاری است که در هر دو مورد کشور ما با شرایط مطلوب فاصله زیادی دارد. به عنوان نمونه نسبت تعداد رایانه‌های موجود نسبت به افراد در دانشگاه‌ها و مدارس پایین است و حتی برخی از مراکز آموزشی فاقد حتی یک رایانه هستند. البته فناوری اطلاعات محدود به استفاده از رایانه نیست و رایانه تنها یکی از مجموعه ابزار فناوری است. از دیگر ساخت‌ها برای کارآفرینی در حوزه آموزش، خطوط دیتا و امکان ارتباط اینترنتی است که در این زمینه هم با مشکلات زیادی مواجهیم. عدم پوشش کامل کشور، سرعت بسیار پایین و هزینه بالای آن (جانبا، ۱۳۸۶)، از آن جمله‌اند. همچنین عادت به کپی برداری و سایر سوء استفاده‌ها از اینترنت مواردی است که به عنوان موانع فناوری اطلاعات در حوزه کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش می‌باشد. از این رو ساختن بستری مناسب برای کارآفرینی الکترونیکی در ایران مستلزم مطالعه و سرمایه‌گذاری در موارد ذیل است: ۱- اتصال و زیرساخت فناوری ۲- محیط تجاری - اقتصادی ۳- محیط اجتماعی - فرهنگی ۴- محیط قانونی ۵- سیاست و چشم‌انداز دولت ۶- پذیرش مشتری و بنگاه‌ها. بررسی موانع پیش روی کارآفرینان نوظهور که در دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار در تهران شرکت کرده‌اند، نشان داد که محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی (میانگین ۳.۷)، محدودیت‌های آموزشی (میانگین ۳.۶۶)، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی (میانگین ۳.۶۴)، محدودیت‌های بازار و محیط کار (میانگین ۳.۳۸)، محدودیت‌های قانونی و اداری (میانگین ۳.۴۱)، و محدودیت‌های مالی (میانگین ۳.۴۲) به ترتیب مهم‌ترین مانع‌های راه‌اندازی کسب و کار هستند (امیری و زالی، ۱۳۸۸). با توجه به اینکه تحقیق یاد شده یک پژوهش کلی است، لذا با عنایت به مباحث مطرح شده در بالا حال پرسش اصلی این است که موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش (از دیدگاه اساتید مدیریت، کارآفرینی و IT دانشگاه‌های استان آذربایجان غربی) کدامند؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

کارآفرینی دیجیتالی، عاملی مهم در تقویت پول ملی و در نهایت افزایش درآمد ملی (NI) است. افزایش رشد ناخالص ملی (GNP) با هر صورتی که محاسبه شود، توسط مختصات این نوع کارآفرینی قابل وصول است.

کارآفرینی دیجیتالی به معنی تام و کمال، محرک ارزش افزوده در بازارهای کسب و کار است. معنی ارزش افزوده و بهره‌وری را صنعت‌گران و اقتصاددانان بخوبی درک می‌کنند. رسیدن به این دو مولفه، یکی از دشوارترین فعالیت‌ها و فرآیندهای کاری در جهان است که بالطبع، موفق‌ترین شرکت‌ها و انسان‌های کره زمین را می‌توان افرادی دانست که توانسته‌اند با هنر و توانایی خود، بر این دو مولفه فائق آیند. با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق می‌توان ضمن شناساندن موانع کارآفرینی در این حوزه بستری فراهم کرد تا صنعتگران و کارآفرینان با شناخت بهتر در این مسیر قدم بگذارند. با بهره‌گیری از دانش و علوم و فنون جدید می‌توان بستر و پایه‌های گسترش و توسعه علوم در قلب و مرکز انتقال دانش بر اساس اصول علمی جدید استوار کرد. مزیت رقابتی شدیدی که امروز در دنیا برای کسب پول بیشتر در فضای دیجیتالی به وجود آمده است، نشانگر اهمیت این مطلب برای سیاستگذاران و مدیران اجرایی است. کارآفرینی دیجیتالی در حقیقت یک نگاه از درون به مختصات اثرگذار کسب و کار الکترونیکی بر روی تقویت نهادهای جامعه اطلاعاتی ایران می‌باشد. کارآفرینی دیجیتالی، یک فرصت ارزشمند برای تقویت و خلق نوآوری‌های دیجیتالی و بالندگی و نشاط در جامعه اطلاعاتی ایران است. نتایج این تحقیق با رویکرد فوق می‌تواند فضاهای جدیدی را برای سیاستگذاران ملی فراهم نماید. این پژوهش فرصتی برای انتقال تجربیات به دانشجویان و صاحبان دانش به شمار می‌رود که شناسایی موانع کلیدی و اثرگذار سبب کاربردی شدن موضوع و ضمناً به عنوان پایه‌ای برای مطالعات آتی موثر می‌باشد.

مبانی نظری تحقیق

در این تحقیق ابتدائاً نظر اندیشمندان علوم انسانی و نظریه شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شود. همچنین در این بخش با مطالعه ۲۰ مقاله که در فاصله زمانی بین سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۰ نوشته شده، تا مبانی تحقیق مطالعه شود. این تحقیقات را می‌توان عمدتاً در چهار محور دسته‌بندی کرد (۱) نظرات اندیشمندان علوم انسانی راجع به کارآفرینی الکترونیکی. (۲) مقالاتی که فقط جنبه کارآفرینی و موانع آن را بطور عام مورد توجه قرار می‌دهند (۳) مقالاتی که فقط در حوزه آموزش و یادگیری الکترونیکی هستند و موانع این حوزه را بدون توجه خاص به کارآفرینی بررسی می‌کنند (۴) مقالاتی که کارآفرینی الکترونیکی را در ارتباط با موضوعات دیگر بررسی کرده‌اند.

نظرات اندیشمندان علوم انسانی راجع به کارآفرینی الکترونیکی

بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران علوم انسانی و مدیریت سازمانی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوریهای نوین ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر سبب گشایش مرحله تازه‌ای در جوامع بشری شده است، مرحله‌ای که با اصطلاحاتی نظیر جامعه فراصنعتی (بل)، جامعه شبکه‌ای (کاستلز) و جامعه اطلاعاتی توصیف شده است. جامعه اطلاعاتی یک جامعه چند وجهی است که در آن تمام لایه‌بندیها و سطوح، نیازمند اطلاعات هستند. اصطلاح جامعه اطلاعاتی، بازگو کننده توسعه تکنولوژی‌های نوین و تجدید سازمان جامعه پیرامون جریان اطلاعات است. "این واژه و مفاهیم شبیه آن، جامعه‌ای را توصیف می‌کند که در آن برای تولید انواع کالاها و خدمات بستگی زیادی به کاربرد فناوری اطلاعات وجود دارد." (بهشتی، ۱۳۸۰) فناوری اطلاعات و ارتباطات جدید تحولات شگرفی در دستیابی به اطلاعات بوجود آورده و بسترهای ارتباطی قویتری را فراهم کرده است. این فناوریها اهمیت و ارزش اطلاعات و ارتباطات را بالا برده‌اند. سرعت تحولات در زمینه فناوری اطلاعات و همچنین تاثیر فراوانی که این فناوری بر کلیه زمینه‌ها داشته است باعث شده تا در زمینه علوم سازمانی و مدیریت نیز ضرورت به وجود آید. در جهان کنونی معنایی که از سازمان ارایه می‌کنیم در حال تغییر است. ما به سرعت به سمت یک جامعه شبکه‌ای حرکت می‌کنیم و از جامعه کارمندی فاصله می‌گیریم. (اسکات، ۱۳۸۰). با توجه به این تحولات، جامعه کسب و کار فردا جامعه‌ای مجازی خواهد بود که به جای ارتباطات سنتی، شبکه‌ای از ارتباطات الکترونیک قواعد آن را شکل می‌دهد (بزاری و ثانی، ۱۳۸۴). شاید بتوان گفت مهم‌ترین عنصر در تحقق جامعه اطلاعاتی دانایی و مدیریت مبتنی بر دانایی است.

در نتیجه کارآفرینی نیز مانند سایر امور از مزیت‌های این فناوری بهره برده است. برای درک اهمیت این فناوریها در کارآفرینی به بررسی نظریه شبکه‌های اجتماعی می‌پردازیم. طبق نظریه شبکه‌های اجتماعی کارآفرینی، فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل نمایند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷: ۳۰).

شبکه‌ها دارای سه ویژگی تراکم، دسترس‌پذیری و مرکزیت می‌باشند، به کمک این ویژگی اثر بخش سنجیده می‌شوند. تراکم به کثرت ارتباطات بین افراد، دسترس‌پذیری به قلمرو شبکه و تعداد واسطه‌های ارتباطی یا گروه‌های مرتبط، و مرکزیت به فاصله کلی فرد از تمامی افراد دیگر و تعداد افرادی که می‌توانند به وی دسترسی داشته باشند اطلاق می‌گردد (همان: ۳۱).

بنابراین علاوه بر افزایش و ارزش ویژگی‌های مورد ذکر در نظریه شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌های ارتباطی جدیدی مانند کنفرانس از راه دور و یا فعالیت‌های توزیع شده را بوجود آورده و دسترسی آسان‌تر و سریع‌تر به اطلاعات را امکان‌پذیر ساخته‌اند.

توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه‌ای عظیم با مقیاس جهانی، (اینترنت) شده است.

در کشورهای پیشرفته اینترنت، یکی از مهمترین ابزارهای کارآفرینان است و این افراد از طریق این شبکه بر قابلیت‌های خود افزوده و از مزایای آن بهره می‌گیرند. اینترنت شبکه‌ای مجازی است که تا حد زیادی مستقل از محل می‌باشد. اینترنت و شبکه‌های الکترونیکی یک بستر ارتباطی هستند. این شبکه بازاری بدون مرز است که می‌توان به راحتی در آن تجارت نمود. در کشور ما به خاطر عدم توسعه قوی و قابل توجه اینترنت شاید این شبکه ابزار کارآفرینی چندان قوی محسوب نگردد، درحالیکه تلفن همراه یکی از ابزارهای مهم کارآفرینی در ایران است (دیده ور، ۱۳۸۴).

«کار آفرینی موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است» با کارآفرینی است که نیازها شناخته می‌شود و با رفع نیازها پیشرفت حاصل می‌شود. کشورهای پیشرفته به این دلیل پیشرفته‌اند که در فناوری پیشرفت کرده‌اند و توسط آن، هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته، هم قدرت نظامی شده‌اند و هم فرهنگ جهان را به سوی خواسته‌های خود هدایت می‌کنند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف الف- سخت‌افزار ب- نرم‌افزار ج- اطلاعات د- ارتباطات ه- کاربردها انجام‌پذیر است.

گسترش و نفوذ هر فناوری بستگی به منافع بالقوه فناوری و ظرفیت جذب بنگاه‌ها دارد. منافع بالقوه نه تنها به تولیدکنندگان کالاها و خدمات می‌رسد که از فناوری جدید استفاده می‌کنند، بلکه مصرف‌کنندگان آن کالاها و خدمات نیز از آن بهره‌مند می‌شوند. برای مثال، رشد سریع اینترنت باعث می‌شود هم عرضه‌کنندگان و هم مصرف‌کنندگان از مطلوبیت بیشتری برخوردار گردند (جوانمردی، - ۱۳۸۶).

پذیرش فناوری کسب و کار الکترونیک تابعی از چندین عامل است. این عوامل در اکثر مواقع اثر تقویت‌کننده دو جانبه‌ای (متقابلی) بر یکدیگر دارند.

یکی از شرایط مهم دیگر در کارآفرینی الکترونیکی وجود شبکه ارتباطی قوی همراه با اطمینان بالاست. دسترسی به پهنای باند بالاتر در اختیار هیچ کدام از بنگاه‌ها نیست. پهنای باند قسمتی از زیرساخت‌های نهادینه شده توسط دولت است. هر قدر این پهنای باند بالاتر باشد، حجم و سرعت اطلاعاتی که رد و بدل می‌کند بیشتر خواهد بود. از این رو با در نظر گرفتن نقش مهمی که این عامل می‌تواند در

موقعیت خدمات شبکه با توان بالا داشته باشد، خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی خدمات ارتباطی به منظور افزایش کارایی در سیستم مخابرات در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مورد تاکید قرار می‌گیرد. متغیرهای رفتاری نظیر میزان مهارت نیروی انسانی بنگاه‌ها، حجم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و نرخ‌های دستمزد، از عوامل مهمی هستند که در پذیرش کارآفرینی الکترونیکی توسط بنگاه‌ها موثرند. هر قدر بنگاه تجاری از نیروی انسانی متخصص بیشتری برخوردار باشند و منابع بیشتری را به سرمایه‌گذاری تخصیص دهد، موقعیت بهتری در جذب و پذیرش کارآفرینی الکترونیکی دارد (زیارتی، ۱۳۸۳).

موانع و محدودیت‌های کارآفرینی بصورت عام

در مقاله ای که توسط مجتبی امیری و محمدرضا زالی در سال ۱۳۸۸ تحت عنوان محدودیت‌های راه اندازی کسب و کارهای نوظهور در دانشکده مدیریت تهران به نگارش درآمده است این نتایج حاصل شده که سالانه بسیاری از کارآفرینان نوظهور اقدام به راه اندازی کسب و کار جدید می‌کنند اما تنها تعداد اندکی از آن‌ها موفق به ایجاد یک شرکت پایدار می‌شوند. بیشتر این کارآفرینان در مواجهه با موانع و مشکل‌های راه اندازی کسب و کار جدید، دست از تلاش می‌کشند. این مطالعه به بررسی موانع‌های پیش روی کارآفرینان نوظهور که در دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار در تهران شرکت کرده‌اند، می‌پردازد. یافته‌های این پیمایش ($n=179$) نشان می‌دهد که محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی میانگین (۳.۷)، محدودیت‌های آموزشی (میانگین ۳.۶۶)، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی (میانگین ۳.۶۴)، محدودیت‌های بازار و محیط کار (میانگین ۳.۳۸)، محدودیت‌های قانونی و اداری (میانگین ۳.۴۱)، و محدودیت‌های مالی (میانگین ۳.۴۲) به ترتیب مهم‌ترین موانع راه اندازی کسب و کار هستند؛ در حالی که محدودیت‌های شخصی افراد (میانگین ۳.۰۸) مانعی برای راه اندازی کسب و کار آن‌ها نمی‌باشند. اما نکته مهم این است که کارآفرینان نوظهوری که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه قوی‌تری دارند با وجود درک این موانع، هم‌چنان تمایل بیشتری به راه اندازی کسب و کار دارند. در مقاله ای دیگر که توسط مهرداد مدهوشی و غلامرضا بخشی تحت عنوان موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران در سال ۱۳۸۲ به نگارش درآمده است، بیانگر این نتایج می‌باشد که موانع داخلی بیشترین تاثیر منفی را در کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران داشته‌اند که از این جمله می‌توان به تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتخاب مدیران زیر دست و از میان عوامل محیطی به عامل فقدان رقابت که بیشترین تاثیر منفی بر کارآفرینی را دارند اشاره کرد.

در مقاله ای دیگر که توسط حسن میرزا محمدی و آذر تاجور در سال ۱۳۸۶ تحت عنوان موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران به نگارش درآمده است، این نتایج حاصل شده که

موانع کارآفرینی عبارتند از: همسو نبودن تخصص‌ها و مهارت‌های دانشجویان با نیازهای بازار کار، کاربردی نبودن دروس دانشگاهی بویژه در رشته‌های فنی، نهادینه نشدن فرهنگ کارآفرینی در سطوح گوناگون جامعه، ایجاد فرهنگ کارمند پروری به جای فرهنگ کارآفرینی، محدودیت اختیار مدیران دانشگاهها در زمینه برگزاری درس‌های کارآفرینی و برنامه ریزی بلندمدت برای کارهای اشتغالزای، نبود ارتباط میان دانشگاه‌ها و مراکز تولیدی و صنعتی، ناآشنایی جوانان با بازار کار، عدم آگاهی آنان از طراحی طرح کسب و کار و مشارکت نداشتن فعال بخش خصوصی در زمینه‌های پژوهش.

در مقاله‌ای که توسط جعفر یعقوبی در سال ۲۰۱۰ در دانشگاه زنجان تحت عنوان مطالعه موانع ارتقا کارآفرینی در آموزش عالی در بخش کشاورزی منتشر یافته، این نتایج حاصل گردید که برای رسیدن به توسعه و اشتغال که از اهداف کشورهای در حال توسعه نظیر ایران می‌باشد؛ توجه به ارتقاء و حمایت از کارآفرینی کارآفرینان امری حیاتی می‌باشد. هدف از مطالعه فوق‌شناسایی موانع ترویج کارآفرینی در بخش کشاورزی در آموزش عالی است. این تحقیق که با رویکرد توصیفی - همبستگی در بین فارغ‌التحصیلان کشاورزی مراکز آموزش عالی استان زنجان به انجام رسیده است. این نتایج حاصل شده است که موانع رشد کارآفرینی در کشاورزی عبارتند از: توسعه دانشکده کشاورزی بدون توجه به کیفیت علمی، نامناسب بودن محتوای آموزشی با نیازهای بازار کار، روش تدریس سنتی، فقر آموزشی و کمبود تجهیزات آزمایشگاهی است.

در مقاله‌ای که بصورت گزارش در اتحادیه اروپا تحت عنوان موانع کارآفرینی و خلاقیت تجاری در سال ۲۰۰۴ با هماهنگی سوسانا مارتینز نگارش شده است این نتایج به دست آمده است که برای ایجاد یک محیط کسب و کار منجر به کارآفرینی نیاز به سرمایه‌گذاری، طیف گسترده‌ای از سیاست‌های حمایتی، سیاست‌های پولی و مالی وجود دارد. همچنین موانع ایجاد کارآفرینی در کشورهای اروپایی که در این گزارش آمده است عبارتند از: پیچیدگی ایجاد یک شرکت که در برخی از کشورهای اروپایی وجود دارد. نداشتن اعتبارات بانکی افراد کارآفرین، عدم دسترسی به شبکه و شبکه‌های اجتماعی و موسسات مختلف، عدم دسترسی به منابع مالی مهم و ترس از شکست.

موانع آموزش و یادگیری الکترونیکی بدون توجه خاص به کارآفرینی

در مقاله‌ای که توسط فاطمه ثقفی در مرکز تحقیقات مخابرات ایران با موضوع عوامل کلیدی موفقیت استقرار یادگیری الکترونیکی در موسسات آموزشی به نگارش درآمده است این نتیجه حاصل گردید که عامل فناوری با تعریف طرح کلان زیرساخت قابل دسترسی سازمان برای استفاده در آموزش الکترونیکی از منظر قابلیت اطمینان و سرویس دهی ۲۴ ساعته بیشترین تاثیر و عامل اخلاقی/

فرهنگی با محدوده تنوع فرهنگی و اجتماعی یادگیران، تنوع جغرافیایی، محدودیت‌های اخلاقی با اهمیت کمتر، از عوامل تاثیر گذار بر موفقیت استقرار یادگیری الکترونیکی در موسسات آموزشی می باشند. در مقاله ای دیگر که توسط شهاب جوانمردی و همکاران در سال ۱۳۸۷ تحت عنوان مراکز رشد مجازی، بستر توسعه آموزش الکترونیکی کارآفرینی به نگارش در آمده است، این نتایج حاصل گردیده که با گسترش دامنه کاربرد فرآیند « آموزش الکترونیکی » شاهد توسعه کارکردهای آن در حوزه های نوین هستیم. این مفهوم دامنه گسترده ای از فرآیندها و کاربردها از جمله، آموزش رایانه محور، آموزش شبکه محور، آموزش تحت شبکه، کلاسهای مجازی، همکاری های دیجیتالی و ... را شامل میشود. با این همه عمده کاربرد کنونی این مفهوم در ایران معطوف به عرصه های دانشگاه مجازی و آموزش الکترونیکی در مقاطع مختلف تحصیلی است. این در حالی است که در دنیای توسعه یافته دامنه کاربرد این مفهوم به فرآیندهای مختلف آموزش صنعتی و کارآفرینی، آموزش الکترونیکی اصول کسب و کار و مشاوره الکترونیکی برای توسعه تجارت توسط شرکتها کشیده است. در توسعه و به کارگیری این فرآیندها، مراکز رشد و مراکز رشد مجازی، نقشی ممتاز دارند.

در مقاله ای دیگر که توسط رقیه علیلو و دیگران تحت عنوان فناوری اطلاعات و کارآفرینی دیجیتال در سال ۱۳۸۹ به نگارش درآمده است، این نتایج حاصل گردیده که امروزه دسترسی تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیک بین افراد و سازمانها از طریق دنیای مجازی، بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. تجارت الکترونیک عمده ترین دستاورد به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه های اقتصادی است بر اثر گسترش این فناوری، حجم تجارت الکترونیک در جهان روز به روز در حال رشد است. بی شک کارآفرینی سهم عمده و نقش ویژه ای در توسعه فناوری های نوین از جمله فناوری اطلاعات داشته و دارد؛ فناوری اطلاعات مرزهای فکری و عملی را در جوامع سنتی شکسته است و زمینه مناسبی را برای رشد فکر و خلاقیت و پویایی بخشیدن به کسب و کار فراهم نموده است. امروزه این فرآیندها با استفاده از تکنولوژی های مبتنی بر وب توسعه می یابند و بدین ترتیب مدرن ترین نوع کسب و کار که به کارآفرینی دیجیتال معروف است را به وجود می آورند (علیلو، ۱۳۸۹). در مقاله ای دیگر که توسط ایمان باباگلی و فاطمه خانلرزاده در سال ۱۳۸۹ تحت عنوان موانع رشد و توسعه تجارت الکترونیک در ایران به نگارش در آمد، این نتایج حاصل گردید تجارت الکترونیک و شاخه های متعدد آن در قرن حاضر از ضروریات غیر قابل چشم پوشی می باشد. لذا برای استفاده از این فناوری نوین، لازم است عوامل محیطی بعنوان زیربنا مورد بررسی و مطالعه و بازنگری قرار گیرند. برای رسیدن به این منظور لازم است ابتدا عوامل و در واقع موانع محیطی شناخته و اولویت بندی شوند، سپس ضریب اهمیت هر کدام را معین کنیم و با ارایه راه حل در نهایت الگویی جهت پیاده سازی مناسب تجارت الکترونیک ارائه

نمائیم. تجارت الکترونیک و آثار آن، امروزه در جنبه‌های مختلف اقتصاد کشورها امروزه مورد بحث بسیاری از محافل پژوهشی و دانشگاهی در سراسر دنیا است. واضح است که با توجه به گستره تجارت الکترونیک، این موضوع هم از منظر اقتصاد داخلی و هم از نقطه نظر تجارت بین‌المللی قابل بررسی است. در مقاله ای دیگر که توسط اصغر قدم زن جلالی در سال ۱۳۸۸ تحت عنوان فناوری های نوین اطلاعاتی، تحولی در کارآفرینی به انجام رسیده است این نتایج حاصل شده است که تغییرات شدید تکنولوژی، اطلاعاتی، سیاسی، اقتصادی در عصر حاضر چالش ها و فرصت هایی را برای سازمان ها به وجود آورده است. سازمان هایی که خود را از قبل آماده این تغییرات ساخته اند، نه تنها از این چالش ها سود می برند، بلکه خود می توانند خالق چنین تغییراتی باشند. توسعه اقتصادی و اجتماعی در بستر زمان نیازمند مقتضیات و ضرورت هایی بوده و هست. امروزه فن آوری های نوین اطلاعاتی جزء اصلی پویایی و توسعه اقتصادی کشور ها محسوب می شود و به عنوان یک سیستم متشکل مطرح است که هر کدام از اجزاء تشکیل دهنده آن بر جنبه های مختلف فعالیت انسان ها اثر می گذارد. به این ترتیب می توان گفت شناسایی اجزاء این سیستم برای سیاست گذاران و تصمیم گیرندگان در سطح کلان در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ضروری است. در حقیقت فناوری اطلاعات به عنوان موتور محرکی در نظر گرفته شده است که ضمن به حرکت درآوردن چرخ های شغلی و استخدامی، سبب رشد و پویایی اقتصاد جامعه و ایجاد نوع جدیدی از اقتصاد می شود که اقتصاد دانش محور نامیده می شود. در این مقاله به بررسی نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی و ایجاد فرصت های شغلی پرداخته شده و هدف آن ارائه راه حلی برای معضل بیکاری در جوامعی است که بخش عظیمی از جمعیت جوان آنها علیرغم بر خورداری از استعداد و انرژی کافی، همچنان از مشکل بیکاری رنج می برند.

در مقاله ای که جوا کتون و ماوری کانتولا در دانشگاه فنلاند در سال ۲۰۰۶ به عنوان استراتژی های آموزش مجازی و کارآفرینی الکترونیکی در آموزش عالی به نگارش درآمده است این نتیجه حاصل شده است که مهارت های ارتباطی و اطلاعاتی در جوامع مدرن مورد نیاز هستند که این مهارت ها در میان مهارت های مهم حرفه ای در بسیاری از صنایع بشمار می آیند. فرد ایده آل در این جوامع فردی است که از منابع اطلاعاتی آگاهی داشته باشد و مهارت های خواندن و دستیابی آن منابع را داشته باشد، مهارت های برقرار کردن ارتباط را به خوبی بداند و این اطلاعات را در راه درست به کار گیرد. استراتژی آموزش از طریق فناوری اطلاعات راهبرد خاصی است که توسط استراتژی های کلی کاربردی احاطه شده است. این استراتژی به تشریح برنامه های آموزش مجازی و کارآفرینی الکترونیکی می پردازد. که شامل روش های مختلف آموزش و گنجاندن آموزش مجازی در برنامه درسی، بررسی نقش معلم، تعاملات بین موسسات آموزش مجازی، فرهنگ کارآفرینی می باشد. که در این مقاله از روش ارزیابی متوازن برای توصیف بخش مهم این استراتژی یعنی دستیابی به تخصص بهتر برای یادگیری مجازی و کارآفرینی

الکترونیکی استفاده شده است (کتون، ۲۰۰۶). در مقاله ای که توسط فانک زاو در دانشگاه آرام ای تی استرالیا در سال ۲۰۰۶ با عنوان کارآفرینی و نوآوری در کسب و کار الکترونیکی (دور نمای یکپارچه) به نگارش درآمده است این نتیجه حاصل شده است که کارآفرینی و نوآوری ارتباط مثبتی در جهت رشد و درخشش یک سازمان الکترونیکی دارند. مساله امروز تجارت الکترونیکی پاسخ نزدیک به نیازهای بازار و بدست آوردن اعتبار در بازار است که کارآفرینی و نوآوری تامین کننده این خواسته ها هستند. در حالت ایده آل یک سازمان الکترونیکی باید به کسب اعتبار از طریق آگاهی دادن راجع به سرویس های لمس ناپذیر آنلاین قبل از آغاز کار سازمان بپردازد.

موانع کار آفرینی الکترونیکی را در ارتباط با موضوعات دیگر

در مقاله ای که توسط کریم کیاچوری در سال ۱۳۸۷، تحت عنوان ارائه مدلی مفهومی جهت بررسی موانع تجارت الکترونیکی در بخش کارآفرینی ایران به نگارش در آورده است، موانع تجارت الکترونیکی در کارآفرینی را در مدلی مفهومی شامل موارد عدم وضوح یا نبود قوانین تجارت الکترونیکی، عدم دسترسی ارزان، آسان و سریع به اینترنت، عدم بستر فرهنگی مناسب، فقدان افراد متخصص، تحمل کمتر ریسک نسبت به شرکت های بزرگ، عدم حمایت دولت و عدم آموزش مناسب می داند. در مقاله ای که توسط گودرز قهرمانی در سال ۱۳۸۲ تحت عنوان بررسی موانع ایجاد و گسترش دولت الکترونیکی در ایران به انجام رسید، موانع ایجاد و گسترش دولت الکترونیکی در ایران در قالب سه شاخه رفتاری، زمینه ای و ساختاری مورد بررسی واقع شده اند. که نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که در راستای ایجاد و گسترش دولت الکترونیک در ایران، موانع ساختاری دارای اولویت اول، موانع رفتاری دارای اولویت دوم و موانع زمینه ای دارای اولویت سوم می باشند. در این مقاله مهمترین موانع ساختاری عبارتند از: فقدان یک ساختار متمرکز جهت دولت الکترونیکی، ضعف ساختار حقوقی کشور در ورود به محیط الکترونیکی. مهمترین موانع رفتاری به ترتیب اهمیت عبارتند از: ۱- عدم احساس نیاز به وجود دولت الکترونیکی توسط مدیران عالی سازمان ها ۲- عدم تمایل مدیران ارشد سازمان های دولتی برای تغییر وضع موجود. مهمترین موانع زمینه ای به ترتیب اهمیت عبارتند از: ۱- کمبود نیروی متخصص در زمینه فناوری اطلاعات ۲- فقدان زیر ساخت های ارتباطی مناسب. ۳- فراهم نبودن زمینه مشارکت بخش خصوصی. ۴- شکاف دیجیتالی

در مقاله ای دیگر که توسط آقای فرشاد اکبری در سال ۱۳۸۶ تحت عنوان موانع رشد و توسعه تجارت الکترونیک در ایران در دانشگاه شیراز به انجام رسیده است. این نتایج حاصل شده که عوامل مانع در رشد و توسعه تجارت الکترونیک عبارتند از: فقر اقتصادی و فرهنگی جامعه و پایین بودن سطح آگاهی مردم به فناوری اطلاعات در کشور، عدم رشد متناسب زیر ساخت های مالی، هزینه های بالا و

نبود بسترها و تجهیزات شبکه ای و ارتباطی لازم برای دسترسی سریع و آسان مردم به اینترنت، نا کافی بودن امنیت تبادل داده های شخصی در بستر الکترونیک. در مقاله ای دیگر که توسط محمد نظری در سال ۱۳۸۸ تحت عنوان موانع ایجاد و توسعه شهرهای الکترونیکی در ایران در دانشگاه تهران به انجام رسیده است، موانع تاثیر گذار بر ایجاد و توسعه شهرهای الکترونیکی در ایران عبارتند از ۵ عامل، حوزه رهبری الکترونیک، شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، شرایط حقوقی و قوانین و مقررات، زیرساختار فناوری اطلاعات و حوزه نیروی انسانی. در مقاله ای دیگر که توسط آقای ادواردو مانوئل در سال ۲۰۰۶ تحت عنوان کارآفرینی الکترونیکی در ایالات متحده درباره شرکت های مرجع و مادر که تنها در شبکه اینترنت فعالیت می کنند به انجام رسیده است. این نتیجه حاصل شده است که در عصر دانش کارآفرینان الکترونیکی نیاز به کار و تلاش سخت دارند زیرا که تجارت الکترونیکی و بصورت آنلاین همیشه ضروری می باشد چونکه شرکت ها در مکان های مجازی مختلف قرار دارند، و همچنین مشتری ها، تولید کننده ها و رقیبان مختلف دارند.

مقاله دیگری توسط هری ماتلی و پاول وست هد در سال ۲۰۰۵ تحت عنوان تیم های مجازی و رشد کارآفرینی الکترونیکی در اروپا به انجام رسیده است. به نظر این دو در سال های اخیر شکل جدیدی از کارآفرینی از هماهنگی و ترکیب بین فناوری اطلاعات و تکنولوژی ارتباطات و توسعه هر دو پدیدار گشته است و موجب تغییر پارادایم ها و معاملات اقتصادی شده است. این مقاله به ظهور و پیدایش تیم های مجازی که بطور روزافزون تشکیل دهنده هسته رقابتی کارآفرینان موفق در اروپا می باشند، می پردازد. تیم های مجازی از گروه های افراد توزیع شده در مناطق جغرافیایی مختلف (کارآفرینان) که دارای اهداف و علائق مشترک می باشند، تشکیل شده است. مزایای و معایب تشکیل تیم های مجازی نیز در این مقاله مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

در مقاله دیگر که توسط هانسن در سال ۲۰۰۸ تحت عنوان رژیم های تکنولوژیکی در تجارت متحرک (تلفن همراه): همگرایی بعنوان مانع یا اشاعه دهنده کارآفرینی در نروژ به انجام رسیده است. این نتایج حاصل شده که در عصر اینترنت و تکنولوژی وب این باور عمومی وجود داشت که تجارت الکترونیکی بوسیله تلفن همراه و پول الکترونیکی مانند SMS و یا GSM موفق خواهد شد. اگرچه صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته است از بحران عصر اینترنت به سلامت عبور کند، اما تجارت الکترونیک هنوز نتوانسته به این سطح از موفقیت برسد؛ چرا گسترش تجارت الکترونیک و پول الکترونیک به کندی پیش می رود و این موضوعی تقریباً مبهم در اروپا و ایالات متحده مانده؟ این مقاله به مشکلات سیستماتیک که باعث ایجاد موانع بر سر راه رژیم های تکنولوژیکی در حوزه تجارت الکترونیک می پردازد. توسعه تجارت الکترونیک نیازمند همگرایی های متعدد در سایه رقابت عناصر و سیستم های گوناگون است. مقاله موجود ارائه کننده یک مطالعه موردی در باره موضوعی به نام Pink

Fish می‌باشد که یک شرکت نقطه ای خیالی یا dotcom می‌باشد. به نظر نویسنده موانع موجود بر سر راه Pink Fish عبارتند از: ۱- رقابت و چشم هم چشمی بین رژیم‌های دانش محور. ۲- ناچیز شماری پیچیدگی تکنولوژیکی موجود ۳- مشخص نبودن نیازهای بازار و مشتری ۴- ناکافی بودن مدل‌های تجاری. اما این مقاله مانع اصلی برای گسترش تجارت الکترونیک را ناسازگاری ساختاری بین دو پارادایم خصوصی سازی و تعریف تکنولوژی معاصر و سیاست توسعه تولیدات می‌داند (هانسن، ۲۰۰۸).

در مقاله ای که توسط آمبیکا ژوتشی در سال ۲۰۰۶ در دانشگاه دکین استرالیا با عنوان کارآفرینان الکترونیکی در زمینه نرم افزارهای متن باز (open source) چگونه عمل می‌کنند؟ به نگارش در آمده است این نتیجه حاصل شده است که پس از بررسی نحوه استفاده و پذیرش روزافزون نرم افزارهای منبع باز در دنیای فن آوری و کارآفرینی الکترونیکی برای رشد و زنده ماندن باید موارد ذیل را دارا باشند:

۱- رویایی باشند ۲- در استراتژی خود برنامه‌هایی برای توسعه کوتاه مدت و بلند مدت داشته باشند ۳- ساختارهای قابل انعطاف در مقابل خواسته‌های بازار داشته باشند

در مقاله ای که توسط کارمن گلد در دانشگاه RMIT استرالیا در سال ۲۰۰۶ با عنوان "محرمانه بودن اطلاعات آنلاین و اخلاق در کارآفرینی الکترونیکی و تجارت الکترونیکی" به نگارش در آمده است این نتیجه حاصل شده است که اکثریت کاربران اینترنت نسبت به حفظ حریم خصوصی خود بسیار حساس هستند و این مورد در هر دو جنس مشاهده می‌شود و باید در اولویت توجه کارآفرینان الکترونیکی قرار گیرد هر چند که ممکن است این استراتژی برای اعتبار کارآفرینی الکترونیکی اثر منفی داشته باشد اما به دلیل ارضای خواسته فرهنگی می‌تواند در جلب اعتماد مشتریان موثر باشد.

روش اجرای تحقیق

نوع تحقیق بر اساس هدف، کاربردی است و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر به صورت میدانی و کتابخانه‌ای می‌باشد. ابتدا مقالات مختلف در حوزه کارآفرینی؛ آموزش الکترونیکی و یادگیری الکترونیکی، کارآفرینی الکترونیکی مطالعه و دسته‌بندی شدند. سپس لیست موانع رشد در این حوزه‌ها شناسایی شده و موارد تکراری حذف شد. در انتها ۵۱ مورد غیر تکراری شناسایی شده که با استفاده از آنها پرسشنامه‌ای طراحی شد. پس از اطمینان از روایی پرسشنامه، بین جامعه آماری توزیع شد. جامعه آماری تحقیق، اساتید و صاحب‌نظران رشته‌های مرتبط با کارآفرینی الکترونیکی و فناوری اطلاعات مانند رشته‌های کارآفرینی، مدیریت و بخصوص اساتید IT در دانشگاه‌های استان آذربایجان غربی می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق بصورت تصادفی می‌باشد.



همایش ملی ایده‌های کارآفرین و فرصت‌های جدید کسب و کار

بصورتیکه پرسشنامه به برخی از اساتید و صاحب‌نظران رشته‌های مرتبط با کارآفرینی الکترونیکی و فناوری اطلاعات مانند رشته‌های کارآفرینی، مدیریت و بخصوص اساتید **IT** ارسال شد و در نهایت ۵۵ نفر بصورت کامل به پرسشنامه ارسالی جواب دادند.

قلمرو پژوهشی در سه حوزه

قلمرو موضوعی شامل موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش، قلمرو مکانی، استان آذربایجان غربی، و قلمرو زمانی، نیمه اول سال ۱۳۹۰ است.

تحلیل داده‌ها و ارائه مدل

هریک از ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها، در واقع این امکان را فراهم می‌آورند که داده‌های مختلف را از آزمودنی‌ها جمع‌آوری کرد. در میان این ابزارها، پرسشنامه‌هایی که دارای سوالات بسته هستند، به علت وسعت کاربردی که دارند، از اهمیت خاصی برخوردارند. بعد از اینکه سوالات اولیه پرسشنامه طراحی شد، گروه پژوهشی که عمدتاً از کارشناسان ارشد و استادان رشته مدیریت و کارآفرینی بودند، بارها سوالات را مورد بازبینی قرار دادند و آن‌ها را با اهداف پژوهش مورد مطابقت قرار دادند و برخی سوالات را حذف یا اصلاح کردند و در نهایت پرسشنامه تکمیلی یک بار دیگر بوسیله اساتید کارآفرینی، مدیریت و **IT** و تعدادی از صاحب‌نظران مطالعه شده و اصلاحات نهایی انجام شد. بر اساس اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه ۵۱ گویه‌ای میانگین اهمیت موانع مختلف در حوزه کارآفرینی به شرح زیر خلاصه می‌شود:

میانگین موانع اقتصادی در کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش از نظر اساتید مورد مطالعه ۵۰/۳۶ درصد،

میانگین تاثیر موانع آموزشی در کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش ۵۷/۹۲ درصد.

میانگین تاثیر موانع اجتماعی و فرهنگی در کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش ۶۰/۷۰ درصد.

میانگین موانع حقوقی ۷۱/۶۲ درصد و میانگین موانع فنی و تکنولوژیکی ۶۹/۲۴ درصد می‌باشد.

پرسشنامه موانع کارآفرینی در حوزه آموزش با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی و روایی آن با آلفای کرونباخ به آزمون گذاشته شد. که طی آن از مجموع کل سوالات (۵۱ گویه) گویه‌هایی که بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۵۰ بود حذف گردید و در نهایت ۳۲ گویه باقی ماند که کار تحلیل را با ۳۲ گویه ادامه دادیم. همچنین ضریب روایی پرسشنامه ۳۲ گویه‌ای برابر با ۰/۸۳ بدست آمد. سپس

تحلیل عاملی تاییدی برای تفکیک مفاهیم زیر بنایی «موانع کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش» به اجرا درآمد.

جدول زیر نتایج تحلیل عاملی را نشان می‌دهد.

جدول ۱-۱ نتایج اجزاء تحلیل عاملی گویه‌های مربوط به "موانع کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش"

عناوین عاملی	گویه‌ها و سوالات	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده	مقادیر ویژه
موانع حقوقی و فنی	نیود مکانیزم امنیتی مناسب	۰/۸۹۷	۲۴/۹۹	۸/۰۳۲
	فقدان زمینه‌های حقوقی لازم برای استفاده از تجار الکترونیکی	۰/۸۷۷		
	نداشتن ابزار اثر بخش برای اطمینان از قانونی بودن الکترونیکی	۰/۸۴۹		
	فقدان هماهنگی درونی دستگاه‌های متولی در کارآفرینی.	۰/۸۳۱		
	قانون کار (عدم حمایت از کارآفرینان الکترونیکی)	۰/۷۹۴		
	قوانین مالیاتی (حمایتی نبودن، پیچیده بودن مالیاتی، میزان مالیات بر درآمد شرکت‌های مجازی)	۰/۷۶۵		
	عدم رعایت قوانین و مقررات مربوط به حقوق معنوی	۰/۷۳۶		
	عدم حمایت کافی از بخش خصوصی به عنوان اصلی توسعه IT در کشور	۰/۷۳۰		
	نیود شبکه‌های ارتباطی از راه دور ایمن و قابل	۷۱		
	قوانین ثبت شرکت‌ها (هزینه‌های ثبت شرکت، مدت ثبت، پیچیدگی قوانین و مقررات مربوطه)	۰/۴		
	وجود اشکالات و نقایص فنی و محتوایی در پ	۶۶		
		۰/۸		
		۶۵		
	۰/۵			
	۶۲			
	۰/۶			

		۵۴ ۰/۳	که ماهیت اطلاع رسانی دارند عدم پوشش کامل اینترنت در سراسر کشور نیود بسترهای مناسب برای زیر ساخت های (خطوط دیتا، امکان ارتباط اینترنتی، کم بودن په سرعت بسیار پایین اینترنت)	
۱۷۱ ۳	۴ ۱۹/۴	۸ ۰/۴۹	در ایران، فناوری، علومو سایر دانش های جدید کارآفرینی، به طور اثربخشی از دانشگاه ها و مرا تحقیقاتی به سازمان های دیجیتالی کارآفرینی انت یابند در ایران، در آموزش های دوره دبیرستان، راه ابتدایی، راهنمایی های کافی در زمینه اصول اقتصاد نمی گردد. در نظام آموزشی کشور ما سیاست استفاده از اطلاعات و توسعه جامع آن وجود ندارد. در ایران، دانشگاه ها و دانشکده ها، دوره ها و کافی در زمینه کارآفرینی الکترونیکی ندار در ایران، برنامه های آموزشی در دانشگاه ها خلاقیت، خوداتکایی و ابتکار شخصی را تشویق ن در ایران، فرهنگ ملی بر مسئولیت پذیری کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش تاکید نه در نظام آموزشی کشور ما بستر قانونی مناسب سازی برای تهیه محتوا و ایجاد انگیزه و اشتیا معلمان، اساتید و مدیران میانی برای به فناوری اطلاعات در رشد کارآفرینی الکترونیکی آموزش وجود ندارد در نظام آموزشی کشور ما تعداد کامپیوتر های نسبت تعداد افراد بسیار پایین است در ایران، فرهنگ ملی مشوق خلاقیت و نو آوری کارآفرینی الکترونیکی الکترونیکی در حوزه آموزش	موانع آموزشی

همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

۱/۸۶	۷ ۸/۱	۸ ۰/۲۲ ۸ ۰/۰۰ ۰/۷۰۷ ۰/۶۸۳ ۰/۵۶۴	<p>در ایران، سرمایه‌گذاری‌های مناسبی در زمینه شبکه‌های عمل نمی‌آید.</p> <p>در ایران، سرمایه‌گذاری‌های مناسبی در زمینه شبکه‌های مخابراتی انجام نمی‌گیرد.</p> <p>در ایران، دانش‌آموزان و دانشجویان به راحتی هزینه کمتر نمی‌توانند یک کامپیوتر خانگی تهیه کنند.</p> <p>در ایران، شرکت‌های جدید و در حال رشد می‌توانند از عهده هزینه تجهیزات سخت‌افزاری و ملزومات به کاربردی IT برآیند</p> <p>در ایران، کارآفرینان الکترونیکی در حوزه‌های آموزشی می‌توانند هزینه‌های ورود به بازار را تقبل کنند</p>	موانع اقتصادی
۱۶۵ ۱	۸ ۶/۳	۰/۷۴۹ ۰/۷۰۳ ۰/۶۰۳	<p>عدم اطلاع کافی افراد و شرکت‌های بزرگ و کوچک داخلی از کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش</p> <p>کمبود دانش و فرهنگ استفاده از شبکه اینترنت</p> <p>عدم توسعه زیرساخت انتقال اطلاعات گسترده در سطح کشور بین دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی</p>	موانع فرهنگی
۱۵۶ ۱	۲ ۵/۷	۰/۸۰۲ ۰/۶۵۸	<p>کمبود نیروی انسانی متخصص در انجام پروژه‌های آموزشی</p> <p>ایجاد امکان عدم دسترسی کارآفرینان این حوزه‌ها به آخرین فناوری‌ها</p>	موانع اجتماعی
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy= ۰.۶۲۸				

Bartlett's Test of Sphericity=۱۲۷۶.۱۲۴

Significance=.۰۰۰۰

بر اساس اطلاعات بدست آمده ملاحظه شد از روی ۳۲ تعداد سوال ۵ تعداد عامل تفکیک شد . مقدار ضریب آزمون کایزر مایر Kmo که برابر با ۰/۶۲۸ و مقدار bartelet برابر با ۱۲۷۶/۱۲۴۴۶۲۵ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ به دست آمده است. از آنجا که مقدار Kmo از ۰/۵ بیشتر است نتیجه می شود استفاده از تفکیک عامل ها بر اساس مفاهیم زیر بنایی مجاز است. نتایج نشان داد درصد واریانس تبیین شده برای اجرای تحلیل عاملی و تقلیل سوال به ۵ عامل برابر با ۶۵/۲۵ درصد می باشد و این بیانگر آنست که محقق توانسته است دسته بندی نهایی را بر روی سوال ها اجرا کند زیرا این مقدار از ۵۰ درصد بیشتر است.

در تحلیل عامل اجرا شده جهت تفکیک درست سوال ها بر حسب ضرایب بار عاملی از چرخش متمایل (واریماکس) استفاده شده که در نتیجه مشخص گردید هر یک از سوال ها به کدام عامل تعلق دارند . با توجه به نتایج تحلیل عاملی فوق می توان مدل زیر را به عنوان موانع کار آفرینی در آموزش الکترونیکی ارائه داد.



مدل پیشنهادی برای شناسایی موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

نتیجه گیری

کارآفرینی الکترونیکی به راه اندازی کسب و کار جدید با ایده تجاری نوآورانه در اقتصاد و شبکه اطلاعات که به ارایه محصول یا خدمت خود بر اساس خلق ارزش الکترونیکی می پردازد تعریف شده است (احیایی، ۱۳۸۹). نتایج حاصل از مقاله نشان می دهد که عمده ترین پیش بایست های رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش در پنج محور موانع حقوقی و فنی، موانع آموزشی، موانع اجتماعی، موانع فرهنگی و موانع اقتصادی دسته بندی می شوند که هر یک از آنان نیز حاوی مولفه های متعدد می باشند. شناسایی موانع رشد کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش به سیاستگذاران، برنامه ریزان و مدیران و تصمیم گیران کمک کند تا واقعیت های این حوزه را درک کرده و راهکارهایی برای کاهش این موانع یا از میان برداشتن این موانع اقدام کنند. از این رو پیشنهادهایی برای کاهش این موانع در انتهای مقاله آورده می شود.

پیشنهادها

- استقرار نظام مدیریت و راهبردی امنیت فضای تبادل اطلاعات کشور
- حمایت و پشتیبانی سیاسی و اقتصادی از تولید و عرضه کالا و خدمات در بخش کارآفرینی الکترونیکی در حوزه آموزش
- تقویت و پیاده سازی فرهنگ کارآفرینی، مدیریت نوآوری و مدیریت ریسک در کشور
- ارتقا و بهبود محیط حقوقی و نظارتی و تضمین امنیت شبکه برای کارآفرینان
- تقویت فرهنگ و روحیه تحقیق و توسعه کارآفرینی با صیانت از حقوق کارآفرینان
- تقویت سیستم آموزش مبتنی بر کارآفرینی الکترونیکی بین دبیرستان های بزرگ و کوچک و دانشکده ها
- توانمند سازی دانش آموزان و دانشجویان در بهره گیری از فناوری اطلاعات در تمامی سطوح آموزش عمومی مطابق با استاندارد های روز جهانی
- توسعه فضا و امکانات آموزشی و سازماندهی ظرفیت های کشور به منظور تامین و ارتقا سطح علمی و حرفه ای منابع انسانی در حوزه کارآفرینی الکترونیکی
- ترغیب و تشویق آحاد جامعه به یادگیری و کسب سواد اطلاعاتی



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

- گسترش شبکه های ارتباطی امن، پایدار، آسان و ارزان برای استفاده عموم
- تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع رسانی (کپی رایت)
- توسعه خوشه ها و شبکه های کسب و کار الکترونیکی با بهره گیری از فناوری اطلاعات
- توسعه زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه ها و مدارس بصورت مطلوب

Archive of SID



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

منابع و مآخذ

- ۱- ابراهیم پور بیگی چیمه، مریم و امینی لاری، (۱۳۸۶)، مولفه‌های تشکیل دهنده تجارت الکترونیک، شماره ۳۲ نشریه تجارت الکترونیک و رایانه
- ۲- ابزاری، مهدی و ثانی، حسین، (۱۳۸۴)، ضرورت ایجاد سازمان مجازی در صنعت فولاد، هفته پژوهش، دانشگاه تهران
- ۳- احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۷)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، تهران، انتشارات جاجرمی
- ۴- اکبری، فرشاد، (۱۳۸۶)، موانع رشد و توسعه الکترونیک در ایران، دانشگاه شیراز
- ۵- امیری، مجتبی و دیگران، (۱۳۸۸)، محدودیت‌های راه اندازی کسب و کارهای نوظهور، تهران، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران
- ۶- احیایی، مهدی علی، (۱۳۸۹)، کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت و کارآفرینی
- ۷- اسکات، تپ، (۱۳۸۰)، ارزش آفرینی در اقتصاد شبکه‌ای، ترجمه حسین حسینیان، نشر فرا
- ۸- باباگلی، ایمان و خانلرزاده، فاطمه، (۱۳۸۹)، موانع رشد و توسعه تجارت الکترونیک در ایران، تهران، اولین همایش ملی فناوری‌های نوین در علوم مهندسی
- ۹- بهشتی، ملوک السادات، (۱۳۸۰)، جامعه اطلاعاتی و توسعه، قابل دسترسی در مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، www.irandoc.ac.ir
- ۱۰- ثقفی، فاطمه، (۱۳۸۸)، عوامل کلیدی موفقیت استقرار یادگیری الکترونیکی در موسسات آموزشی، مرکز تحقیقات مخابرات ایران
- ۱۱- جانباز، فرهاد، (۱۳۸۶)، تجارت الکترونیکی، شماره ۳۲ نشریه تجارت الکترونیک و رایانه
- ۱۲- جوانمردی، شهاب و همکاران، (۱۳۸۷)، مراکز رشد مجازی، بستر توسعه آموزش الکترونیکی کارآفرینی، تهران، اولین همایش نوآوری و کارآفرینی
- ۱۳- حجازی، سید علیرضا، (۱۳۸۳)، بررسی وضعیت منابع انسانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات متحده، www.systemgroup.net
- ۱۴- خانی جزنی، جمال، (۱۳۸۶)، تجارت الکترونیک و بومی نمودن سیستم‌های عمل‌کننده در محیط مجازی، تهران، چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیکی، آذرماه ۱۳۸۶
- ۱۵- خواجه‌بوی، موسی، (۱۳۸۶)، مطالعه امکان‌سنجی تجارت الکترونیکی در ایران روش‌شناسی زیرساختها، دومین همایش تجارت الکترونیک ایران



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

- ۱۶- دیده ور، فاطمه، (۱۳۸۴)، سازمان مجازی شبکه ای، ساختار بهینه برای واکنش به ریسک، چهارمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع
- ۱۷- رئیس دانا، فرخ لقا، (۱۳۸۱)، "کاربردها و سودمندی های فناوری اطلاعات"، مجله تکنولوژی آموزشی، شماره ۲ آبان ماه
- ۱۸- زیارتی، کوروش و الهام نیا، پروین، (۱۳۸۳)، نقش ITC در سازمان های مجازی، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات
- ۱۹- علیلو، رقیه و دیگران، (۱۳۸۹)، فناوری اطلاعات و کارآفرینی دیجیتال، تهران، اولین کنفرانس دانشجویی فناوری اطلاعات ایران
- ۲۰- فرهادی، ربابه، (۱۳۷۶)، نقش فناوری اطلاعات در آموزش، فصلنامه کتاب
- ۲۱- قدم زن جلالی، اصغر، (۱۳۸۸)، فن آوری های نوین اطلاعاتی، تحولی در کارآفرینی، تهران، همایش مدیریت تکنولوژی و نوآوری
- ۲۲- قهرمانی، گودرز، (۱۳۸۲)، بررسی موانع ایجاد و گسترش دولت الکترونیکی در ایران، دانشگاه تهران
- ۲۳- کیا کجوری، کریم، (۱۳۸۷)، ارائه مدل مفهومی جهت بررسی موانع تجارت الکترونیکی در بخش کارآفرینی ایران، دومین کنفرانس بین المللی تجارت الکترونیک و تجارت جهانی
- ۲۴- کرمی پور، محمد رضا، (۱۳۸۱)، مدیریت آموزشی در عصر اطلاعات، مجله تکنولوژی آموزشی، شماره ۲ آبان ماه
- ۲۵- گریسون و آندرسون (۱۳۸۳)؛ یادگیری الکترونیکی در قرن ۲۱؛ ترجمه م. عطاران، مؤسسه توسعه فناوری آموزشی مدارس هوشمند، ص ۴۶
- ۲۶- مدهوشی، مهرداد و بخشی، غلامرضا، (۱۳۸۲)، موانع کارآفرینی در دانشگاه مازندران، تهران، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۲۷ و ۲۸
- ۲۷- میرزاحمدی، محمد حسن و تاجور، آذر و همکاران، (۱۳۸۶)، موانع و راهکارهای کارآفرینی در نظام آموزش عالی ایران، سمنان، همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، دانشگاه سمنان
- ۲۸- نصیری یار، مریم، (۱۳۸۴)، سنجش ارزش تجارت الکترونیک در عملکرد شرکت های تولیدی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۶۲
- ۲۹- نظری، محمد، (۱۳۸۸)، موانع ایجاد و توسعه شهرهای الکترونیکی در ایران، دانشگاه تهران



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

۳۰ - Eduardo G. Manuel (۲۰۰۶), e-Entrepreneurship.

Web site : <http://www.mpra.ub.uni-muenchen.de/۲۲۳۷>

۳۱-Hansen, T. Borgar & Godoe, Helge, (۲۰۰۹), Technological regimes in e-commerce: Convergence as a barrier to diffusion and entrepreneurship?, Elsevier Ltd, www.elsevierbusinessandmanagement.com/locate/telpol.com

۳۲-Harry, Mat lay & Paul, West head, (۲۰۰۵), Virtual Teams and the Rise of e-Entrepreneurship in Europe, international small Business Journal,

<http://isb.sagepublications.com> October ۲۷.۲۰۱۰

۳۳- Martins, Susana, (۲۰۰۴), Barriers to entrepreneurship and business creation

Web site www.eec-observatory.org

۳۴- Yaghoubi, Jafar (۲۰۱۰), Study barriers to entrepreneurship promotion in agriculture higher education, Elsevier Ltd, www.sciencedirect.com

۳۵. Kettunen, Juha, (۲۰۰۶), Strategies for Virtual Learning and E-Entrepreneurship in Higher

Education, Turku Polytechnic, Finland

۳۶. Zhao, Fang, (۲۰۰۶), Entrepreneurship and Innovation in E-Business: An Integrative

Perspective, RMIT University, Australia

۳۷. Zutshi, Ambika (۲۰۰۶), How E-Entrepreneurs Operate in the Context of Open Source

Software, Deakin University, Australia

۳۸. Gould, Carmen, (۲۰۰۶), Online Information Privacy and Its Implications for E-Entrepreneurship and E-Business Ethics, RMIT University, Australia

۳۹. IBM, "The e-learning readiness rankings", The economist intelligence unit limited and IBM corporation, ۲۰۰۳.