

ارائه مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی (مطالعه موردی: شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران)

فاطمه محمدنژاد چاری^a، امیر کوهکن موخر^b، حسنعلی آقاجانی^c

^a کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی خزر غیر انتفاعی غیردولتی، محمودآباد، ایران

^b دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، تولید و عملیات، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

^c دانشیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

چکیده

از کارآفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع یاد شده، و از آن به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری یاد می‌کنند. کارآفرینان، پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه بوده و از نظر رهبری و مدیریت، نوآوری، کارایی و بهره‌وری، ایجاد شغل، رقابت، و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. به عقیده جوزف شومپیتر در جوامع امروزی، لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد. در راستای توجه و اهمیت دادن به موضوع کارآفرینی به صورت عام، هدف از اجرای تحقیق حاضر شناسایی متغیرها و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران بوده است. بر این اساس ضمن مروری جامع بر ادبیات موضوعی مربوط، در قالب روش تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی، به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از ابزارهای اسناد و مدارک و مصاحبه و به خصوص پرسشنامه، با ضریب پایایی ۰.۸۵ استفاده شد. در این تحقیق جامعه آماری ۱۰۰ نفر و نمونه آماری با توجه به محدودیت‌های خاص جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات ۳۳ نفر بوده، و آزمون‌های آماری مورد استفاده، رگرسیون و همبستگی و تحلیل مسیر بوده‌اند که به وسیله نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel اجرا و محاسبه شده‌اند. نتیجه تحقیق نشان داده است که از چهار گروه متغیرهای مرتبط با فرآیند کارآفرینی یعنی متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی، هر کدام با شدت و ضعف خاص خود، هم به صورت مستقیم، و هم به صورت غیرمستقیم و تعاملی، بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران تأثیرگذار بوده‌اند. در پایان تحقیق ضمن ارائه تفصیلی نتایج و یافته‌ها، موارد مذکور جمع‌بندی شده، بحث و مقایسه، پیشنهادات کاربردی و پیشنهادات مرتبط با ادامه و پیگیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: مدل بومی، فرآیند کارآفرینی، رهبری و مدیریت، نوآوری.

۱- مقدمه

اخیراً مفهوم جدیدی تحت عنوان کارآفرینی مطرح شده است و به نظر می‌رسد این مفهوم برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ در سوئد به کار گرفته شد (ویلیام^۱، ۲۰۰۲، ۲). کارآفرینی فرآیند کسب سود از طریق ترکیب جدید، منحصر به فرد و ارزشمند منابع، در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است. کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و ریسک‌پذیر است (احمدپور، ۱۳۸۱، ۲۵). در مجموع بهترین تعریفی که می‌توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارتست از: فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (هیسریچ^۲، ۲۰۰۲). کارآفرینی به عنوان سنبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آن‌ها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آن‌ها در نوآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به وسیله آن‌ها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنا بر اعتقادی، در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳، ۲۳). امروزه کارآفرینی را به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع می‌شناسند (مقیمی، ۱۳۸۳). با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها، و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی)، ترویج، اشاعه مفهوم کارآفرینی، و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است (رضازاده، ۱۳۸۳، ۴۵). افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی به عهده دارند و منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند (دان^۳، ۲۰۰۰). با توجه به مباحث مختصر بیان شده در فوق و نیز مواردی که بعداً در خصوص اهمیت و ضرورت توجه به کارآفرینی و نقش آن در جامعه خواهد آمد، در تحقیق حاضر با هدف بررسی و تبیین مدل بومی مؤثر بر پرورش کارآفرینان شرکتی در محدوده شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، پس از مرور مختصر ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی و با استفاده از مدل مفهومی که ارائه خواهد شد، به طرح سؤالات مرتبط با حل مسئله مشخص کردن مدل بومی عوامل مؤثر بر پرورش کارآفرینان در سطح استان و نیز تعیین روش تحقیق، جامعه و نمونه آماری، روش نمونه‌گیری، ابزار اندازه‌گیری داده‌ها و اطلاعات، آزمون‌های آماری مورد استفاده، چگونگی تجزیه و تحلیل داده‌ها و بالاخره چگونگی تعیین اعتبار و روایی تحقیق پرداخته خواهد شد.

۲- پیشینه تحقیق

بر اساس تحقیقات انجام شده در میان ۴۷ کشور صنعتی و نیز در حال توسعه با توجه به پنج شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کارآفرینی شامل: درصد ایجاد اشتغال، سرانه تولید ناخالص داخلی بازاء هر نفر شاغل، توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و ریسکی برای توسعه کسب‌وکار، میزان درک مدیران از کارآفرینی، و بالاخره هزینه کل تحقیقات، تأیید شده است که بین میزان توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه و بهبود شاخص‌های مذکور در کشورهای مورد مطالعه رابطه مثبت وجود دارد (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳، ۴). دمیربگ و همکاران^۴ (۲۰۰۶)، حمایت‌های مدیریت سازمان از کارکنان را به عنوان یک عامل اساسی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های دولتی شناسایی کرده‌اند. به اعتقاد ایشان سهولت ارتباط بین مدیریت سازمان و کارکنان نقشی مهم در این رابطه دارد. چن و همکاران^۵ (۲۰۰۵) در تحقیقی در ۷۵ سازمان دولتی در کشور چین به این نتیجه

۱ William

۲ Hisrich

۳ Duane

۴ Demirbag et al

۵ Chen et al

رسیدند که عوامل فرهنگ سازمانی، استراتژی‌های سازمانی انعطاف‌پذیر، حمایت مدیریت از کارآفرینان و مشارکت فعال کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، نقش عمده‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی دارند. فورست^۶ (۲۰۰۵) در تحقیقی عوامل سازمانی چون؛ استراتژی‌های سازمانی، وجود روحیه نوآوری در سازمان، منابع سازمانی و فرهنگ سازمانی را در توسعه کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته است. لیتونن^۷ (۲۰۰۰) مشخصه‌های کارآفرین را این‌گونه بیان می‌کند: توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت. هیت و دیگران^۸ (۲۰۰۰) کارآفرینی را در پنج عامل زیر معرفی کرده‌اند: (۱) نوآوری، (۲) خطرپذیری، (۳) رفتارآثرگذار، (۴) استراتژی مبنی بر رقابت، (۵) استقلال.

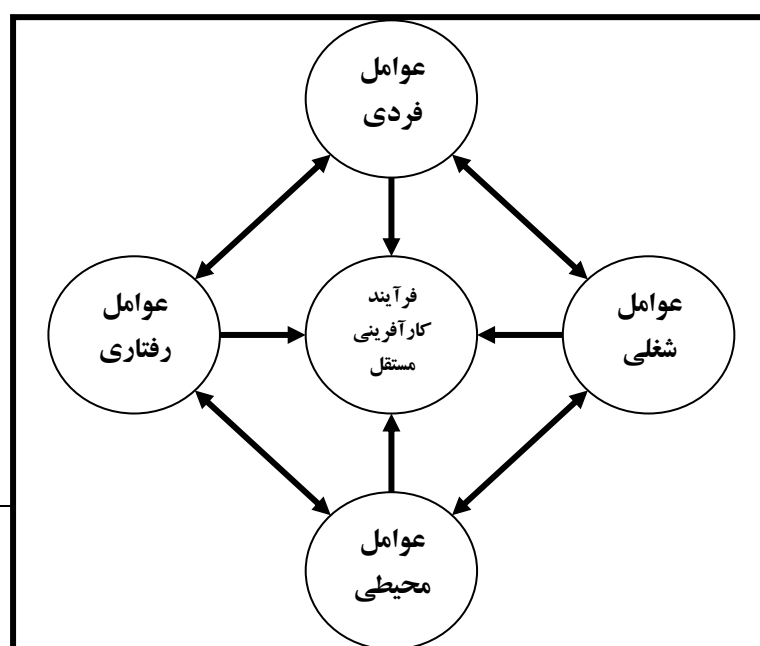
۳- مدل و فرضیه‌های تحقیق

هر مدل مفهومی به عنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات است، به گونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌کند (ادواردز و همکاران^۹، ۲۰۰۰). به منظور دسترسی به اهداف تحقیق و مشخص نمودن عوامل و متغیرهای مهم و مرتبط با کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، در تحقیق حاضر که با هدف مشخص بودن مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران صورت می‌گیرد و مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، از مدل مفهومی چهار بعدی استفاده شده است. این چهار بعد عبارتند از: عوامل شخصی و فردی، عوامل رفتاری، عوامل شغلی و در نهایت عوامل محیطی بوده است که هر یک از آن‌ها دارای تعدادی مؤلفه‌های فرعی معرف اجزاء مدل مفهومی تحقیق بوده است. با توجه به اینکه در قلمرو اجرایی بیان شده تحقیق (شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران)، تاکنون تحقیقی در این رابطه انجام نشده است. بنابراین با توجه به مدل مفهومی تحقیق، پس از طراحی و توسعه مدل تحقیق، بجای بیان فرضیه (فرضیات)، از چهار سؤال فرعی و یک سؤال اصلی جهت ارزیابی و سنجش ویژگی‌ها و عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران استفاده شد. متغیرهای این پژوهش شامل متغیرهای مستقل و وابسته به شرح زیر خواهد بود:

❖ - **متغیر وابسته:** فرآیند کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته در این پژوهش در نظر گرفته شده است.

❖ - **متغیرهای مستقل:** متغیرهای مستقل در این تحقیق، عوامل فردی، رفتاری، شغلی و محیطی می‌باشند.

مدل مفهومی تحقیق حاضر در شکل شماره ۱ ارائه شده است.



^۶ Furst

^۷ Littunen

^۸ Hitt et al

^۹ Edwards et al

شکل شماره ۱. مدل مفهومی تحقیق

در تحقیق حاضر به بررسی و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران پرداخته خواهد شد. بر این اساس هدف اصلی تحقیق حاضر تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، و اهداف فرعی تحقیق مطابق آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است، تبیین مدل بومی عوامل فردی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، تبیین مدل بومی عوامل رفتاری مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، تبیین مدل بومی عوامل شغلی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران، و در نهایت تبیین مدل بومی عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران بوده است.

در صورتی که با توجه به بررسی ادبیات موضوعی تحقیق نتوان جهت خاصی را برای توصیف، بیان رابطه و یا بیان تفاوت بین متغیرهای تحقیق پیش‌بینی کرد باید به بیان سؤال ویژه تحقیق پرداخت (بازرگان، ۱۳۷۷، ۳۷). مرور ادبیات موضوعی مربوط به عنوان طرح نشان داده است که در قلمرو اجرایی بیان شده تاکنون تحقیقی در این رابطه انجام نشده است. بنابراین در این قسمت با توجه به مدل مفهومی تحقیق، بجای بیان فرضیه (فرضیات)، سؤالات ویژه تحقیق بدین شرح بیان می‌گردند:

❖ - سؤال اصلی: مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران چیست؟

❖ - سؤالات فرعی

- رابطه بین عوامل فردی با کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران چیست؟
- مدل بومی عوامل رفتاری مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران چیست؟
- مدل بومی عوامل شغلی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران چیست؟
- مدل بومی عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران چیست؟

۴- روش تحقیق

صاحب‌نظری پژوهش را عبارت از فرآیند جست‌وجوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت می‌داند. بنابراین پژوهشی فرآیندی است که از طریق آن می‌توان درباره ناشناخته، به جست‌وجو پرداخت و نسبت به آن‌ها شناخت لازم را کسب کرد. در این فرآیند از چگونگی گردآوری شواهد و تبدیل آن‌ها به یافته‌ها تحت عنوان «روش‌شناسی» یاد می‌شود. روش علمی یا روش «پژوهش علمی، فرآیند جست‌وجوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت نامعین است (مقیمی، ۱۳۸۰، ۱۷). همان‌گونه که ذکر شد، روش تحقیق عملی، جست‌وجوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت نامعین است، از مراحل منظم و پیوسته تشکیل می‌شود تا امر تحقیق علمی را آغاز تا پایان امکان‌پذیر نماید. به طور کلی روش‌های تحقیق در علوم انسانی را می‌توان با توجه به دو معیار هدف تحقیق و نحوه گردآوری داده‌ها به روش‌های مختلف و متعددی تقسیم‌بندی کرد. از نظر هدف روش‌های تحقیق به سه گروه تحقیق و توسعه‌ای، توسعه‌ای، و بنیادی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها به دو گروه آزمایشی و غیرآزمایشی تقسیم می‌شوند و تحقیقات غیرآزمایشی خود شامل پنج نوع تحقیق پیمایش، همبستگی، اقدام پژوهی، بررسی موردی و سپس رویدادی یا علی-مقایسه‌ای هستند (بازرگان، ۱۳۷۷، ۷۹). در تحقیق حاضر که یک تحقیق کاربردی است از روش توصیفی، تحلیلی از نوع پیمایشی استفاده شده است.

جهت حل مسئله و پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق گام‌های زیر پیموده شد: مطالعه ادبیات موضوع، استخراج سازه‌ها، متغیرها و عوامل مرتبط با ویژگی‌های مؤثر بر کارآفرینی، طراحی ابزار اندازه‌گیری مرتبط با ویژگی‌های مؤثر بر کارآفرینی، مطالعات میدانی مقدماتی و معتبرسازی ابزار اندازه‌گیری داده‌ها و اطلاعات، تهیه پرسشنامه نهایی و توزیع در بین کارآفرینان مستقر در شرکت‌های تعاونی تولیدی و نیز در سایر بخش‌ها، مطالعات میدانی اصلی و جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات. پس از جمع‌آوری

داده‌ها و اطلاعات لازم به وسیله ابزارهای مختلف نام برده شده به خصوص از طریق پرسشنامه، همگی آن‌ها کدگذاری شده، سپس وارد نرم‌افزار SPSS شدند. آنگاه ضمن طبقه‌بندی آن‌ها، آماره‌های توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده، و در نهایت به منظور تأیید یا رد فرضیات طراحی شده در تحقیق به روش علمی، از آزمون‌های تصادفی بودن نمونه‌گیری، آزمون روایی و اعتبار پرسشنامه و در نهایت پس از استخراج داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده و تجزیه و تحلیل آن‌ها، تبیین سؤالات (فرضیات) از طریق اجرای آزمون‌های آماری مربوط نظیر Friedman Analysis, Regression, Alpha Chronbach و حسب ضرورت چند آزمون دیگر انجام خواهد شد. نرم‌افزارهای آماری مورد استفاده به منظور انجام تجزیه و تحلیل‌ها، SPSSwin و Lisrel خواهند بود.

۴-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری تحقیق حاضر را افرادی تشکیل می‌دهند که مؤسس حداقل یک شرکت در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران باشند؛ به گونه‌ای که مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی بتوان آن‌ها را کارآفرین شرکتی (مستقل و فردی) قلمداد کرد. تعداد این افراد به گونه‌ای که بتوانند در جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق مورد استفاده قرار گیرند یکصد نفر در نظر گرفته شده‌اند.

تحقیق پیرامون تمامی اعضای جامعه آماری البته اگر تعداد آن‌ها زیاد باشند معمولاً زمان بر بوده و از نظر هزینه نیز مقرون به صرفه نیست، لذا جهت جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق می‌توان از نمونه‌گیری استفاده کرد البته اگر از روش علمی آمار استنباطی استفاده شود. برای نمونه‌گیری در پژوهش‌های علوم رفتاری روش‌های متداولی وجود دارند که از جمله آن‌ها نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌گیری تصادفی نظام‌یافته، نمونه‌گیری طبقه‌ای، نمونه‌گیری خوشه‌ای و نمونه‌گیری چند مرحله‌ای می‌باشند (آذر و مؤمنی، ۱۳۷۹، ۳). بر این اساس و با توجه به ویژگی‌ها و شکل خاص پراکندگی کارشناسان و خبرگان حاضر در سازمان‌های جامعه آماری، روش نمونه‌گیری تحقیق حاضر از نوع تصادفی ساده، به صورت همزمان انتخاب شد تا همه اعضای جامعه آماری شانس انتخاب مساوی در نمونه آماری داشته باشند. نمونه آماری تحقیق حاضر با استفاده از جدول مورگان محاسبه می‌گردد. با توجه به این که دامنه تحقیق پیرامون بررسی کارآفرینان شرکتی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران می‌باشد، برای انتخاب افراد جهت تکمیل پرسشنامه، ابتدا لیست ابتدائی کارآفرینان این استان را شناسایی (توسط سازمان توسعه و نیز انجمن کارآفرینان و کارفرمایان استان) و سپس برای کامل کردن این لیست به صورت میدانی شروع بکار کردیم و لیست تمام کارآفرینان را مشخص نموده و در ادامه به روش تصادفی طبقه‌بندی شده آن‌ها را انتخاب نموده‌ایم. یعنی افراد را در گروه‌های مختلف (تولیدی، خدماتی)، تقسیم نموده و از هر یک تعدادی را به عنوان نمونه انتخاب می‌نماییم. جدول شماره ۱ ویژگی جمعیت شناختی اعضای ۳۳ نفره نمونه آماری پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. ویژگی جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان

مورد	شرح	درصد	تعداد
جنسیت	مرد	٪۹۱	۳۰
	زن	٪۹	۳
سن	۲۰-۳۰	٪۶	۲
	۳۰-۴۰	٪۳۰	۱۰
	۴۰-۵۰	٪۴۳	۱۴
	بیش از ۵۰	٪۲۱	۷
وضعیت تأهل	مجرد	٪۳	۱

۳۲	٪۹۷	متأهل	
۴	٪۱۲	زیر دیپلم	میزان تحصیلات
۱۰	٪۳۱	دیپلم	
۴	٪۱۲	فوق دیپلم	
۱۳	٪۳۹	لیسانس	
۲	٪۶	فوق لیسانس	
۱	٪۳	زیر ۵ سال	
۵	٪۱۵	۵-۱۰ سال	
۶	٪۱۸	۱۰-۱۵ سال	
۴	٪۱۲	۱۵-۲۰ سال	
۷	٪۲۱	۲۰-۲۵ سال	
۱۰	٪۳۱	بیش از ۲۵ سال	
۵	٪۱۵	کمتر از ۲۰ سال	سن کارآفرینی
۱۲	٪۳۷	۲۰-۲۵	
۹	٪۲۷	۲۵-۳۰	
۵	٪۱۵	۳۰-۳۵	
۱	٪۳	۳۵-۴۰	
۱	٪۳	بیش از ۴۰ سال	

۴-۲- ابزار

ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات عبارت خواهند بود از: مراجعه به اسناد و مدارک، مشاهده و به خصوص مصاحبه و پرسشنامه. در تحقیق حاضر از مصاحبه، مشاهده و اسناد و مدارک جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. شایان ذکر است که سعی شده است با توجه به کارایی بیشتر پرسشنامه در تحقیقات مدیریتی قابل انجام در ایران، بیشترین داده‌ها و اطلاعات لازم جهت تجزیه و تحلیل سؤالات و آزمون فرضیات از طریق پرسشنامه جمع‌آوری گردد. در کلی‌ترین تقسیم‌بندی، روش تحقیق را کتابخانه‌ای و میدانی در نظر گرفته‌اند که در حال حاضر از هر دو روش استفاده شد. بر این اساس ابتدا جوانب و موضوعات مطالعاتی مربوط به سطوح مختلف در قالب مرور ادبیات موضوعی تحقیق مورد بررسی و تشریح قرار گرفت و سپس با استفاده از مطالعات میدانی نسبت به جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به منظور شناخت رابطه این متغیرها در بین کارآفرینان شرکتی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران اقدام خواهد شد.

۴-۳- روایی

اعتبار یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری تا چه حد مناسب انتخاب شده است و می‌تواند متغیر مورد نظر را اندازه‌گیری کند. و قابلیت اعتماد یعنی اینکه ابزار اندازه‌گیری انتخاب شده در صورت تکرار اندازه‌گیری متغیرها در شرایط یکسان، تا چه حد نتایج مشابهی ارائه می‌کند (بازرگان و دیگران، ۱۳۷۷، ۱۷۰-۱۶۶). روش‌های مختلفی برای تعیین اعتبار ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که یکی از آن‌ها پرسش از متخصصان و خبرگان است (بازرگان و دیگران، ۱۳۷۷، ۱۷۱). پرسشنامه تحقیق حاضر دارای اعتبار

است زیرا اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی تحقیق گرفته شده‌اند و به عبارتی توافق خبرگان امر در مورد آن‌ها اکتفا شده است.

۴-۴- پایایی

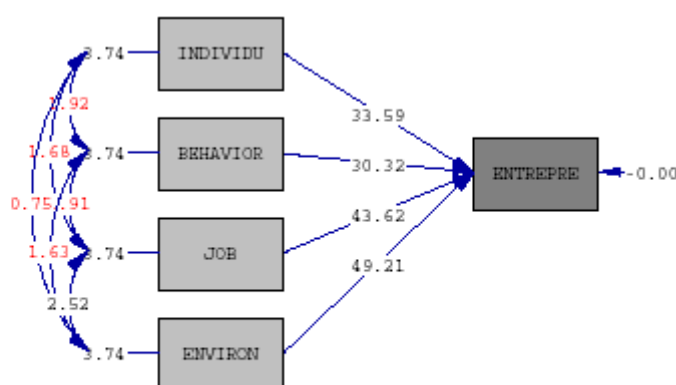
به منظور تعیین قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری نیز روش‌های مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آن‌ها سنجش سازگاری درونی آن است (کونکا و دیگران^{۱۰}، ۲۰۰۴، ۶۹۷-۶۸۳). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود و این ابزار روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد و در این تحقیق نیز از آن استفاده خواهد شد. پرسشنامه تحقیق حاضر دارای قابلیت اعتماد است زیرا ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده بیش از ۰/۷ بوده است. در جدول شماره ۲ با عنوان جدول تناظر سؤالات تحقیق با سؤالات پرسشنامه، کمیت سؤالات مربوط به عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی به تفکیک ارائه شده است.

جدول شماره ۲. تناظر سؤالات تحقیق با سؤالات پرسشنامه

سؤالات تحقیق	متغیرهای تحقیق	
۱-۳۰	عوامل فردی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی	۱
۳۱-۴۵	عوامل رفتاری مؤثر بر فرآیند کارآفرینی	۲
۴۶-۶۱	عوامل شغلی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی	۳
۶۲-۷۶	عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی	۴

۵- یافته‌های تحقیق

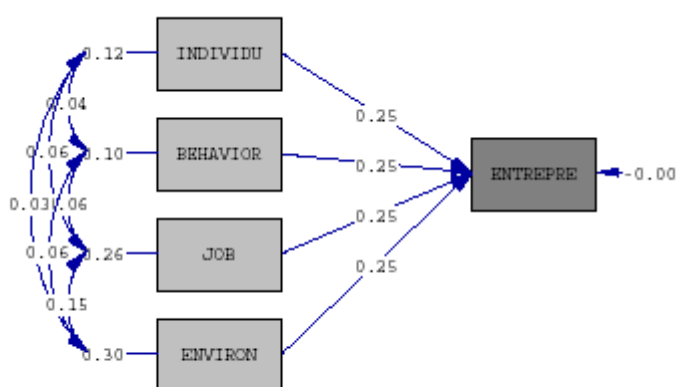
تحقیق حاضر قصد دارد تا به بررسی و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر پرورش کارآفرینان شرکتی در محدوده شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران بپردازد. در ادامه، الگوی معادله ساختاری چهار متغیر اصلی تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مطالعه شده بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل ارائه می‌شود. باید گفت از میان شاخص‌های مختلف و متعدد تعیین برازندگی یک الگوی معادلات ساختاری (هومن، ۱۳۸۱)، شاخص‌های RMSEA و GFI از بهترین و معروف‌ترینشان بوده و می‌توانند در حد کفایت لازم، برازندگی یک الگوی معادله ساختاری را تعیین کنند. الگوی روابط علی در کارآفرینی مستقل با متغیرهای فردی، رفتاری، شغلی، و محیطی مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver ۸.۷ student نشان داد که شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰). لذا الگوی تحقیق دارای برازندگی لازم بوده و کلیت آن تأیید می‌شود چرا که $RMSEA < ۰.۰۵$ بوده است. در شکل شماره ۲، ضرایب T Value مربوط به روابط بین متغیرها و فرآیند کارآفرینی مستقل نشان داده شده است.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل شماره ۲. ضرایب T-Value مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل

در شکل شماره ۳ ضرایب برآوردی مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل نشان داده شده است.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل شماره ۳. ضرایب برآوردی مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و فرآیند کارآفرینی مستقل

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که با توجه به اینکه شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=0.000) لذا می‌توان گفت که مدل فوق برآزش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است. یعنی در مجموع، میان کارآفرینی مستقل و متغیرهای تعیین کننده آن در بین کارآفرینان مستقل سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد. همان‌گونه که در نمودار T Values مشخص است بین تمامی کارآفرینی مستقل و متغیرهای فردی، رفتاری، شغلی، و محیطی کارآفرینان سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران ارتباط مستقیم وجود دارد، ولی ارتباطات غیرمستقیم آن‌ها به غیر از ارتباط میان متغیر شغلی و محیطی الباقی آن‌ها هیچ‌گونه ارتباط غیرمستقیمی با هم ندارند. لذا رابطه رگرسیونی (ضرایب استاندارد شده) معادله ساختاری بین ویژگی‌های رفتاری و متغیرهای اثرگذار آن به صورت مستقیم و نیز غیرمستقیم بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل به صورت زیر است:

متغیرهای فردی = اثرات مستقیم (0/25 متغیر فردی + 0/25 متغیر رفتاری + 0/25 متغیر شغلی + 0/25 متغیر محیطی) + اثرات غیرمستقیم (0/15 متغیر سوم × متغیر چهارم + 0/25 متغیر کارآفرین مستقل + 0/15 متغیر چهارم × متغیر سوم × 0/25 متغیر کارآفرینی مستقل).

۶- بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به منظور بررسی و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر پرورش کارآفرینان شرکتی در محدوده شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران صورت گرفته است. در این قسمت ضمن تشریح بسیار مختصر مطالعات و تحقیقات مشابه، به مقایسه نتایج تعدادی از این تحقیقات با نتایج تحقیق حاضر پرداخته خواهد شد. مرور مطالعات و تحقیقات مرتبط با موضوع از منابع مختلف نظیر دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی داخل کشور و نیز سایت‌های اینترنتی متصل به مؤسسات، دانشگاه‌ها و مراکز تهیه و تدارک کننده منابع علمی و پژوهشی، مؤید این نکته هستند که در جامعه ما تحقیقی در این باره انجام نشده، ولی تحقیقات مشابه آن یافت می‌شود. اما به علت نیاز جامعه به وجود این افراد در محیط رقابتی عصر حاضر، این باب مطالعاتی به تازگی کار خود را شروع کرده و به صورتی افزاینده در آینده ادامه خواهد داشت. در میان منابع خارجی تاکنون تحقیقات زیادی در این زمینه انجام شده است. چون بحث‌های مربوط به کارآفرینی مستقل بمانند بسیاری از مباحث دیگر در حیطه کاری علوم انسانی و اجتماعی قرار دارند، لذا در هر کدام از آن‌ها با تفاوت‌ها و شباهت‌هایی، بررسی‌هایی در مورد موضوع صورت گرفته و نتایج مربوط نیز در زمان و مکان مشخص مورد استفاده قرار گرفته است. محدودیت‌های بعد زمان و مکان در تمامی تحقیقات رشته‌های علوم انسانی به طور عام و رشته مدیریت به طور خاص این فرصت را به کاربران مدیریتی نمی‌دهد که بتوان از نتایج مطالعات مذکور در مکان‌ها (کشورها) و یا زمان‌های مختلف استفاده کرد. جهت کاربرد نتایج به دست آمده از مطالعات مذکور لازم است که ابتدا با توجه به شرایط زمانی و مکانی مورد استفاده، بومی‌سازی‌های لازم مرتبط با نتایج مطالعات به عمل آمده انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد.

همان‌گونه که اشاره شده است مطالعات و تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق حاضر در میان منابع داخلی و انگلیسی بسیار می‌باشند که ذیلاً به تعدادی از آن‌ها که به صورتی شباهت و قرابت بیشتری با تحقیق حاضر داشته‌اند اشاره می‌گردد: مقیمی در تحقیق خود موانع کارآفرینی موجود در صنعت کشور را در قالب مدلی سه شاخگی شامل موانع رفتاری، ساختاری و زمینه‌ای مورد بررسی قرار داده است. لیتونن (۲۰۰۰) مشخصه‌های کارآفرین را این‌گونه بیان می‌کند: توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت. هیت و دیگران (۲۰۰۰) کارآفرینی را در پنج عامل زیر معرفی کرده‌اند: (۱) نوآوری، (۲) خطرپذیری، (۳) رفتار اثرگذار، (۴) استراتژی مبنی بر رقابت، (۵) استقلال. همان‌گونه که مستندات فوق نشان می‌دهند مباحث کارآفرینی به صورتی کل و کارآفرینی مستقل به صورت خاص از جمله موضوعاتی هستند که در دنیای خارج از ایران تاکنون تحقیقات زیادی در مورد آن‌ها انجام شده است و کشور ما به تازگی بحث‌هایی را در مورد آن انجام داده است. در هر صورت، امروزه کارآفرینی را به عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع می‌شناسند و از آن به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری یاد می‌کنند و کارآفرینان را پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. تا جایی که معتقدند در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد و اهمیت این انقلاب در قرن حاضر به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد. همان‌گونه که در متن تحقیق حاضر هم آمده است، با توجه به دو محدودیت زمان و مکان مورد مطالعه یعنی ویژگی اقتضایی بودن موضوع، اگر چه می‌توان نتایج تحقیق حاضر را با نتایج برخی از تحقیقات اشاره شده در بالا مقایسه کرد اما بهتر آن است که این مقایسه در کمال احتیاط انجام گیرد، زیرا در ایران هنوز در ابتدای راهیم. در هر صورت حتی در مقام مقایسه نیز می‌توان گفت اولین قدم در راه توسعه و ترویج کارآفرینی به طور کل و کارآفرینی مستقل به صورتی خاص اینست که عوامل مؤثر و اثرگذار بر این فرآیند چیست و خواسته‌های افراد کارآفرین کدامند تا بتوان روند کارآفرینی را در جامعه مورد مطالعه تحقیق حاضر تسهیل و تسریع کرد؟ این سؤالی است که در تحقیق حاضر بدان پاسخ داده شد.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده، ابتدا به طراحی و توسعه مدل تحقیق اقدام شد و سپس در قالب چهار فرضیه فرعی و یک فرضیه اصلی، به ارزیابی قابلیت اجرای آن در دنیای واقعی پرداخته شده است که نتایج به دست آمده به صورتی بسیار مختصر ذیلاً می‌آیند:

- ◆ در آزمون پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری، نتیجه آزمون نشان داده است که قابلیت اعتماد پرسشنامه در حد قابل قبول است.
- ◆ در آزمون فریدمن، نتیجه آزمون نشان داده است که نظرات پاسخ‌گویان نمونه آماری در مورد متغیرهای تحقیق مورد یکسان نبوده است. یعنی اینکه پاسخ‌گویان نمونه آماری معنی و مفهوم متغیرها و سؤالات پرسشنامه را به درستی درک نموده و به آن‌ها پاسخ داده‌اند. همچنین میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها مشخص شده است.
- ◆ در آزمون ضریب همبستگی، نتیجه آزمون نشان می‌دهد بین متغیر فردی و کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- ◆ در آزمون ضریب همبستگی، نتیجه آزمون نشان می‌دهد بین متغیر رفتاری و کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- ◆ در آزمون ضریب همبستگی، نتیجه آزمون نشان می‌دهد بین متغیر شغلی و کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- ◆ در آزمون ضریب همبستگی، نتیجه آزمون نشان می‌دهد بین متغیر محیطی و کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران ارتباط معنی‌داری وجود دارد.
- ◆ الگوی روابط علی در عوامل فردی با متغیرهای تأثیرگذار آن مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver. ۸.۷student نشان داد شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰) لذا مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است.
- ◆ الگوی روابط علی در عوامل رفتاری با متغیرهای تأثیرگذار آن مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver. ۸.۷student نشان داد شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰) لذا مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است.
- ◆ الگوی روابط علی در عوامل شغلی با متغیرهای تأثیرگذار آن مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver. ۸.۷student نشان داد شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰) لذا مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است.
- ◆ الگوی روابط علی در عوامل محیطی با متغیرهای تأثیرگذار آن مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver. ۸.۷student نشان داد شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰) لذا مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است.
- ◆ الگوی روابط علی در کارآفرینی مستقل با متغیرهای فردی، رفتاری، شغلی، و محیطی مبتنی بر نرم‌افزار معادلات ساختاری Lisrel ver. ۸.۷student نشان داد که شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از پنج درصد است (RMSEA=۰.۰۰۰) لذا مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است.
- ◆ در پاسخ به این سؤال از پاسخ‌گویان نمونه آماری که آیا عوامل دیگری را می‌شناسید که در کارآفرین شدن شما مؤثر بوده ولی در سؤالات فوق نیامده باشند؟ به متغیرهای چندی از جانب آن‌ها اشاره شده است که البته بسیاری از آن‌ها به شکلی در سؤالات پرسشنامه وجود داشته‌اند و تعدادی هم که در پرسشنامه نیامده‌اند بدین دلیل بوده است که مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی، آن‌ها جزو متغیرهای مدل نمی‌توانستند باشند. در هر صورت متغیرهای مذکور می‌توانند مورد استفاده محققان دیگر در تحقیقات آینده باشند.
- ◆ در پاسخ به این سؤال از پاسخ‌گویان نمونه آماری که اگر نظر خاصی در مورد این تحقیق دارید لطفاً مرقوم فرمایید، جمع‌بندی مواردی که مورد توجه و عنایت پاسخ‌گویان قرار گرفته عبارت بوده‌اند از: ۱- اگر کارآفرینی را یک زندگی مؤثر و اثربخش در نظر بگیریم، عوامل مؤثر بر آن عبارتند از: ژن یا ترکیبات ژنی، محیط خانواده و تربیت خانوادگی، کسب دانش و روش‌های کاربردی آن در دوران تحصیل (دبستان، دبیرستان، دانشگاه)، و در نهایت جامعه که از ترکیب دولت به عنوان

تعیین‌کننده سیاست‌های دولتی، و افراد جامعه و نگاه و چشم‌اندازشان به زندگی. ۲- همه افراد جامعه دارای تفکر و اندیشه سالم کارآفرینی‌اند، ولی موقعیت اجتماعی یکسان نیست. ۳- عده‌ای به وجود قوانین دست و پاگیر اشاره کردند و اینکه حمایت‌های دولتی (همچون کاستن حق بیمه و مالیات، احداث شهرک‌های صنعتی و ...) می‌تواند روند کارآفرینی را در کشور تسهیل و تسریع بخشد.

گرایش به سوی کارآفرینی و کارآفرینان، از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد، همزمان با تأکید شرکت‌ها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند موجب هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه به درون مؤسسات و شرکت‌ها شد. امروزه اهمیت فرآیندهای کارآفرینانه در جوامع بیش از گذشته مورد تأکید قرار گرفت و محققین کنون توجه خود را به چگونگی القاء مقوله کارآفرینی در ساختار اداری شرکت‌های بزرگ و کوچک معطوف نمودند. شایان ذکر است که آنچه در بین تمامی انواع کارآفرینان به طور مشترک می‌توان یافت، انجام یک فعالیت مخاطره‌آمیز بوده و هدف از تعمیم فرآیند کارآفرینی در سازمان‌ها در واقع اولویت دادن به انجام فعالیت‌های مخاطره‌آمیز نسبت به برنامه‌های جاری شرکت می‌باشد. برای توسعه و ترویج کارآفرینی مستقل در جامعه و مؤسسات باید شرایطی را در جامعه به وجود آورد. مدیران برای ترویج روحیه کارآفرینی بایستی ایده‌های جدید و مطرح شده را مورد توجه قرار داده و منابع لازم را در اختیار افراد قرار دهند تا بتوانند نظریات خود را عملی سازند. کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای توسعه یافته، می‌تواند نقش بسیار ارزنده‌ای را در توسعه اقتصادی جوامع جهان سوم ایفا نماید. مهم‌ترین اقدام برای توسعه کارآفرینی در کشورهای جهان سوم آموزش آن در بین نیروهای جوان و تحصیل کرده بخش آموزش عالی است. تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن‌آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین دلیل برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها، و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) به طور کل و سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران به صورتی جزء، ترویج، اشاعه مفهوم کارآفرینی، و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی به عهده دارند و منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند. لذا مدیران محترم جامعه و نیز در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران با بهره‌گیری و استفاده از الگو و عوامل مؤثر ارائه شده در تحقیق حاضر، می‌توانند توسعه کارآفرینی و اشتغال را در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران به طور جزء و جامعه به طور کل باعث شوند. الگوی مذکور اشاره به این موضوع دارد، عواملی وجود دارند که می‌توانند روند کارآفرینی را تسهیل و یا بر عکس تضعیف کند و از بین ببرد. در تحقیق حاضر عوامل مذکور را در چهار گروه تقسیم کرده‌ایم. عوامل فردی که برخی از آن‌ها به صورت ارثی و ذاتی به فرد می‌رسد و بخش اعظمی از آن را فرد در اجتماع و محیط کسب می‌کند که مدیران شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران می‌توانند با عنایت به هر یک از آن‌ها در جهت بهبود شرایط لازم برای انجام کارآفرینی نقش مهم و قابل توجهی ایفا نمایند. دسته دوم عوامل رفتاری بوده است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها را تشریح نموده‌ایم و در سؤالات پرسشنامه نیز از افراد کارآفرین پرسیده‌ایم، که بیانگر این بوده است که نقش مهمی در کارآفرینی افراد داشته است. همچنین برخی از مهم‌ترین عوامل محیطی و شغلی را مورد بحث و بررسی قرار دادیم و آن را در جامعه مورد نظر اجرا کرده‌ایم، و مشخص شد که هر یک از این عوامل نقش بسزایی در روند کارآفرینی کارآفرینان شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران داشته است. با توجه به مطالب اشاره شده مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری از این عوامل و میزان اثرگذاری هر یک از آن‌ها این روند (کارآفرینی) را تسهیل کنند و سرعت آن را تسریع بخشند. همچنین برخی از خواسته‌ها و انتقادات کارآفرینان را اشاره کرده‌ایم که با عنایت به خواسته‌های آنان و برآورده ساختن این خواسته‌ها و انتظارات و با برقراری ارتباط خوب و صمیمی و ایجاد همکاری‌های فی‌مابین می‌توان کارآفرینی را در سطح استان بهبود بخشید. ماحصل توجه مدیران استان به این تحقیق افزایش کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی تولیدی استان

مازندران خواهد بود. و ماحصل کارآفرینان توسعه خواهد بود. دلیل این امر اینست که کارآفرینان خود خروجی‌هایی ارزنده در جهت توسعه برای جامعه خواهند داشت. مهم‌ترین این خروجی‌ها عبارتند از: ارزش‌آفرینی در قالب تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد از طریق شناسایی، خلق و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی و اشتغال موجود در جامعه در نظر گرفته شده است. زیرا کارآفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی کشورها و مناطق دانسته‌اند. چرا که می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شهرستان شود.

۷- پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده

مستند به موارد اشاره شده در متن تحقیق، موارد زیر به عنوان توصیه‌هایی به منظور انجام تحقیقات آتی در ارتباط با موضوع تحقیق حاضر می‌تواند ارائه گردد:

- طراحی، توسعه و نهادینه نمودن مدل‌های دیگر عوامل مؤثر بر هر یک از ابعاد کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران و یا در جامعه.
- طراحی، توسعه و نهادینه نمودن مدل فوق با توجه به عوامل مؤثر آن بر روی دیگر ابعاد کارآفرینی (همچون کارآفرینی درون سازمانی و سازمانی) در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران و یا جامعه.
- طراحی، توسعه و نهادینه نمودن مدل مفهومی دیگر هر یک از ابعاد مطرح شده در تحقیق حاضر، که برخی از آن‌ها توسط کارآفرینان اشاره شد.
- طراحی و توسعه عوامل یا ابعاد مؤثر دیگر بر کارآفرینی مستقل و شرکتی در سطح استان و یا جامعه، غیر از چهار گروه متغیر تحقیق حاضر.
- اجرا نمودن تحقیق حاضر با مدل مفهومی ارائه شده در جامعه‌ای دیگر و تطبیق یافته‌های تحقیق فوق با آن‌ها.
- مطالعه در خصوص بسترها و زمینه‌های دارای اولویت کارآفرینی در سطح شرکت‌های تعاونی تولیدی استان مازندران و یا جامعه.
- بررسی عوامل مؤثر بر توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در جامعه و ارائه مدل‌ها یا الگوهای دیگر اجرایی نظیر (آسیب‌شناسی کارآفرینی، تقویت مهارت‌های کارآفرینی‌پروری، ترویج روحیه و مهارت‌های کارآفرینی).

منابع

۱. آذر، عادل؛ مؤمنی، منصور. (۱۳۷۹). آمار و کاربرد آن در مدیریت، جلد دوم، تهران: انتشارات سمت.
۲. احمد پور، محمود و دیگران. (۱۳۸۳). تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
۳. احمد پور، محمود. (۱۳۸۱). کارآفرینی، تهران: انتشارات پردیس.
۴. بازرگان، عباس و دیگران. (۱۳۷۷). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه.
۵. رضازاده، حسن. (۱۳۸۳). آموزش و پرورش کارآفرینی سازمانی ضرورت توسعه، ماهنامه علمی فرهنگی، شماره ۳۰.
۶. کوراتکو، داند اف. هاجتس، ریچارد ام. (نویسندگان). (۱۳۸۳)، کارآفرینی، عامل محرابی، ابراهیم و تیرائی، محسن (مترجمان)، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
۷. مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۸. مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، تهران، نشر ترمه.

۹. هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۱). استنباط آماری در پژوهش رفتاری، نشر پارسا، صص: ۴۰۹-۴۱۲.

۱۰. Chen, J. Zhu, Z. Anquan, W. (۲۰۰۵). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*, ۲۶(۶), ۵۲۹-۵۴۳.
۱۱. Conca, F. J. et al. (۲۰۰۴). Development of a measure to assess quality management in certified firms, *European journal of operational research*, (۱۵۶), pp. ۶۸۳-۶۹۷.
۱۲. Cronbach, L. J. (۱۹۵۱). Coefficient alpha and the internal structure of test, *Psychometricka*, (۱۶), pp. ۲۹۷-۳۳۴.
۱۳. Demirbag, M. Koh, S. C. L. Tatoglu, E. Zaim, S. (۲۰۰۶). TQM and market orientation's impact on SMEs' performance, *Industrial Management & Data Systems*, ۱۰۶ (۸), ۱۲۰۶-۲۸.
۱۴. Duane, G. A. (۲۰۰۰). *Management and organization*, Ohio:South-western.
۱۵. Edwards, M. et al. (۲۰۰۰). NGOs in a global future: Marrying local delivery to world wide leverage, NGOs Conference.
۱۶. Furst, R. M. (۲۰۰۵). An exploration of corporate entrepreneurship: Venturing signatures and their underlying dynamics. from www.Wilkes.Edu/Include/Academics/Gradbulletin_۰۳۰۴.Pdf.
۱۷. Hisrich, R. D. Peters, M. (۲۰۰۲). *Entrepreneurship*, New York: Mc-Graw Hill.
۱۸. Hitt, Micheal A. Hoskison, Robert E. Ireland R. Duanc. (۲۰۰۰). *Corpoate entrepreneurship and innovation*, South western college publishing.
۱۹. Littunen, Annu. (۲۰۰۰). Entrepreneursip and the characteristics of entrepreneurial personality, *International Jornal of Entrepreneurial Behavior Rsearch*. vol.۶,no.۶.
۲۰. Nunnally, J. C. (۱۹۷۸). *Psychometric theory*, Second ed., McGraw-Hill, New York.
۲۱. Peterson, R. A. (۱۹۹۴). A meta-analysis of cronbach,s coefficient alpha, *Journal of consumer research*, (۲۱), pp. ۳۸۱-۳۹۱.
۲۲. Van de ven, A. Ferry, D. (۱۹۷۹). *Measuring and assessing organizations*, John Wiley, New York.
۲۳. Willam, Francois. (۲۰۰۲). *Entrepreneurship wellsley: center for Entrepreneurial studies*, babson college.