

بنام آنکه جان را فکرت آموخت



دانشگاه مازندران

دانشکده علوم اقتصادی و اداری

گروه مدیریت بازرگانی و صنعتی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد «M.Sc»

عنوان:

بررسی و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی
مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر

استاد راهنما:

دکتر حسنعلی آقاجانی

استاد مشاور:

دکتر عبدالحمید صفایی قادیکلایی

نگارش:

فرزاد مظفری

زمستان ۱۳۸۶

۱۳۸۶ / ۱۳۱ / ۲۵

موسسه مطالعات و تحقیقات علمی بابل
تاسیس ۱۳۸۰

۱۱۳۸۵۵

تقدیر و تشکر:

پس از حمد و سپاس پروردگار متعال، تقدیر و سپاسگزاری خالصانه و خاضعانه خویش را از: استاد راهنما، جناب آقای دکتر حسنعلی آقاجانی، که با رهنمودهای دایمانه خویش، راهنمایی این پایان نامه را تقبل نموده و در کلیه مراحل این پایان نامه مرا یاری نمودند و استاد مشاور، جناب آقای دکتر عبدالحمید صفایی قادیکلایی، که از هیچ کمکی در مراحل انجام این پایان نامه دریغ نورزیدند.

در اینجا لازم است از تمامی دوستان، همکاران و عزیزانی که به نحوی از انحاء در تدوین این تحقیق نگارنده را یاری کرده‌اند تشکر و قدردانی گردد. اگر چه اعلام همه اسامی و نامها در اینجا مقدور نیست اما شایسته است از دوستان و عزیزانی همچو جناب آقای علی اکبر آقاجانی، مرتضی محمدی، در مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران که نهایت تلاش و همکاری را با اینجانب داشته‌اند. و نیز آقای ناصری همکارانشان در اداره تعاون شهرستان بابلسر و در نهایت آن دسته از کارآفرینانی که با داشتن حداقل وقت ممکن، نهایت همکاری را با بنده داشته‌اند.

و بالاخره تمامی کسانی که به نحوی در تکمیل این پژوهش نقش داشته‌اند و نیز همه بزرگوارانی که ذکر نامشان در اینجا مقدور نیست و بشکلی در تهیه و تدوین این اثر مرا یاری کرده‌اند اعلام می‌نمایم.

صفحه	عنوان
ح	پیش گفتار
خ	چکیده
فصل اول - کلیات	
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- تعاریف
۳	۳-۱- ضرورت و اهمیت
۵	۴-۱- بیان مسأله
۷	۵-۱- مدل (الگو) مفهومی تحقیق
۹	۶-۱- هدف (اهداف) تحقیق
۱۰	۷-۱- سؤالات تحقیق
۱۱	۸-۱- مشکلات و محدودیتهای تحقیق
۱۱	۹-۱- قلمرو تحقیق
۱۲	۱۰-۱- تعریف واژه ها
فصل دوم - ادبیات موضوعی تحقیق	
۱۴	بخش اول - مباحث تئوریک کارآفرینی
۱۴	۱-۱-۲- مقدمه
۱۵	۲-۱-۲- تعاریف
۱۷	۳-۱-۲- ضرورت و اهمیت کارآفرینی
۲۰	۴-۱-۲- سیر تاریخی تحول کارآفرینی
۲۴	۵-۱-۲- دیدگاهها و رویکردهای کارآفرینی
۳۱	۶-۱-۲- آموزش کارآفرینی
۳۸	۷-۱-۲- انواع کارآفرینی
۳۸	۸-۱-۲- عناصر کارآفرینی
۳۹	۹-۱-۲- رویکردها و خصیصه های کارآفرینی
۵۰	۱۰-۱-۲- مدلها و الگوهای کارآفرینی
۵۲	۱۱-۱-۲- مطالعه و مقایسه تطبیقی کارآفرینی در برخی کشورها
۵۷	۱۲-۱-۲- تفاوتهای کارآفرینان و مدیران
۶۰	۱۳-۱-۲- شباهت ها و تفاوتهای کارآفرین اقتصادی و اجتماعی

۶۵	۱-۱-۱۴- اثرات اجتماعی و اقتصادی کارآفرین
۶۶	۱-۱-۱۵- تفاوت کارآفرینان سازمانی و مستقل
۶۹	۱-۱-۱۶- فرآیند کارآفرینی سازمانی
۷۳	۱-۱-۱۷- عوامل موثر بر تسهیل کارآفرینی سازمانی
۷۵	۲-۱۸- ویژگی های کارآفرینان
۷۸	۱-۱-۱۹- ویژگیهای عمومی کارآفرینان
۸۴	بخش دوم- سابقه تحقیقات مشابه
۸۴	۱-۲-۲- مقدمه
۸۵	۲-۲-۲- مرور مختصر مطالعات و تحقیقات
۹۴	۲-۲-۳- جمع بندی
فصل سوم- روش شناسی تحقیق	
۹۸	۱-۳- مقدمه
۹۹	۲-۳- روش تحقیق
۱۰۰	۳-۳- جامعه آماری
۱۰۱	۳-۴- نمونه آماری
۱۰۲	۳-۵- اعتبار و قابلیت اعتماد یا روایی و پایایی
۱۰۳	۳-۶- ابزار جمع آوری داده ها و اطلاعات
۱۰۳	۳-۷- روش تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات
۱۰۴	۳-۸- شرح پرسشنامه
۱۰۴	۳-۸-۱- نحوه انتخاب اعضاء نمونه آماری جهت تکمیل پرسش نامه
۱۰۵	۳-۸-۲- شرح متغیرهای پرسشنامه
فصل چهارم- تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات	
۱۰۶	۴-۱- مقدمه
۱۰۷	۴-۲- داده های توصیفی و آماره های مربوط
۱۰۷	۴-۲-۱- جدول کلی داده ها و اطلاعات به همراه آماره توصیفی
۱۰۹	۴-۲-۲- مطالعات جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه
۱۱۹	۴-۳- تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات جمع آوری شده (آزمون فرضیات)
۱۱۹	۴-۳-۲- آزمون فرض اعتبار و قابلیت اعتماد یا روایی و پایایی ابزار اندازه گیری (پرسشنامه)
۱۲۳	۴-۳-۲- آزمون فریدمن

۱۲۷	۴-۳-۳- آزمون ضریب همبستگی هر یک از متغیرها
۱۳۳	۴-۳-۴- مدل معادلات ساختاری متغیرهای فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر
۱۵۱	۴-۳-۵- داده‌های توصیفی حاصل از سؤالات باز پرسشنامه (سؤالات ۱-۶ و ۲-۶)
فصل پنجم - جمع‌بندی (بحث، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات)	
۱۵۲	۵-۱- مقدمه
۱۵۲	۵-۲- مروری مختصر بر هدف، مسئله و چگونگی کار
۱۵۴	۵-۳- نتایج و یافته‌ها
۱۵۷	۵-۴- بحث و مقایسه
۱۶۰	۵-۴- نتیجه‌گیری پیشنهادات کاربردی مدیریتی
۱۶۳	۵-۶- پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده
فهرست منابع و مآخذ	
۱۶۴	منابع فارسی
۱۶۷	مراجع لاتین
پیوستها	
۱۷۵	پیوست شماره یک- پرسشنامه تحقیق
۱۸۲	پیوست شماره دو- داده‌های توصیفی آزمونهای آماری
۱۸۷	پیوست شماره ۳- مشروح خروجی نرم‌افزار Lisrel برای مدل‌های ارائه‌شده در تحقیق

پیش‌گفتار

کارآفرینی بعنوان سنبُل 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، بعنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقادی، در جوامع لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد.

پژوهش حاضر از پنج فصل تشکیل شده است. فصل اول شامل کلیاتی از تحقیق بوده که در آن بصورتی مستند مسئله، هدف، سؤال‌ها، فرضیه‌ها و مواردی دیگر تشریح شده‌اند. فصل دوم که به بیان ادبیات موضوعی تحقیق می‌پردازد از دو بخش تشکیل شده است که بخش اول آن به مباحث تئوریک کارآفرینی، و بخش دوم به سابقه تحقیقات مشابه اختصاص یافته است. در فصل سوم روش‌شناسی تحقیق مشخص شده است. و در فصل چهارم داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از روشهای آمار استنباطی به آزمون گذاشته شده‌اند. در نهایت در فصل پنجم نتیجه‌گیریهای مربوط ارائه شده، و پیشنهادهایی چند برای محققین بعدی مطرح شده‌اند.

در پایان تحقیق نیز پیوستهای مربوط شامل پرسشنامه، داده‌های توصیفی مستخرجه از پرسشنامه و

آماره‌های مربوط آورده شده‌اند.

چکیده

از کارآفرینی بعنوان موتور رشد و توسعه سازمانها و جوامع یاد شده، و از آن بعنوان 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 بهروری، ایجاد شغل، رقابت، و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند.

در راستای توجه و اهمیت دادن به موضوع کارآفرینی بصورت عام و کارآفرینی مستقل بصورت خاص، هدف از اجرای تحقیق حاضر، شناسایی متغیرها و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر بوده است. بر این اساس ضمن مروری جامع بر ادبیات موضوعی مربوط، در قالب روش تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی، بمنظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از ابزارهای اسناد و مدارک و مصاحبه و بخصوص پرسشنامه، با ضریب پایایی ۹۲٪ استفاده شد. در این تحقیق جامعه آماری ۱۰۰ نفر و نمونه آماری با توجه به محدودیت‌های خاص جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات ۶۴ نفر بوده، و آزمونهای آماری مورد استفاده، رگرسیون و همبستگی و تحلیل مسیر بوده‌اند که بوسیله نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel اجرا و محاسبه شده‌اند. نتیجه تحقیق نشان داده است که از چهار گروه متغیرهای مرتبط با فرآیند کارآفرینی مستقل یعنی متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی، هر کدام با شدت و ضعف خاص خود، هم بصورت مستقیم، و هم بصورت غیرمستقیم و تعاملی، بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح شهرستان بابلسر 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 مستقل.

فصل اول - کلیات

۱-۱- مقدمه

بررسی روند زندگی انسان از دوران اولیه پیدایش تاریخ تاکنون نشان می‌دهد که همواره عامل تغییر یا همان کارآفرین، نقش مهمی در پیشرفت جوامع داشته است. بعبارت دیگر می‌توان گفت که کارآفرینی و کارآفرینان از قدیم الایام وجود داشته‌اند اما توجه به آنها بگونه‌ای شایسته و بایسته صرفاً در چند دهه اخیر بوده است. کارآفرینی، خلاقیت، و کسب و کارهای ریسکی، بعنوان سوخت موتور اقتصاد مدرن در نظر گرفته شده‌اند. کارآفرینان در رأس کسب و کارها قرار گرفته، در جستجوی فرصتها بوده، و خلاقیت نیز ابزاری برای موفقیت آنها تلقی می‌شود. کارآفرینان تغییر را بعنوان یک پدیده معمولی بدان می‌نگرند، همیشه در جستجوی آن هستند، به آن واکنش نشان داده و از آن بعنوان یک فرصت استفاده می‌کنند (Dunphy, 1994, 1). پیچیدگی و رقابت رو به رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین‌الملل و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، باعث شده که از کارآفرینی بعنوان موتور محرک توسعه اقتصادی یاد شود. زیرا آن می‌تواند باعث رشد و توسعه اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳، ۱).

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 این فصل با هدف بررسی و تبیین مدل

بومی عوامل مؤثر بر پرورش کارآفرینان شرکتی در محدوده شهرستان بایلسر، پس از مرور مختصر ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی بصورت عام و کارآفرینی شرکتی بصورت خاص، 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 شرکتی در سطح شهرستان مذکور و نیز تعیین روش تحقیق (و نیز گامهای اجرایی)، جامعه آماری، روش نمونه گیری، ابزار اندازه گیری داده ها و اطلاعات، آزمونهای آماری مورد استفاده، چگونگی تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات و تبیین سؤالات، و بالاخره چگونگی تعیین اعتبار و روایی تحقیق پرداخته خواهد شد.

۱-۲- تعاریف

بمانند سایر بحثهای علوم انسانی، از کارآفرینی نیز تعاریف مختلف و متعددی شده است (احمدپور، ۱۳۸۱، ۳؛ زاهدی، ۱۳۸۲، ۱۲۴). وجود این تعاریف و تعابیر مختلف از یک طرف بیانگر گستردگی و اهمیت موضوع و از طرف دیگر نشان دهنده پویایی موضوع می باشد (آقاجانی، ۱۳۸۴، ۲).
ذیلاً به چند مورد از این تعاریف اشاره می گردد:

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* که به معنی متعهد شدن است (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ۱۳؛ آقاجانی، ۱۳۸۴، ۲؛ احمدپور، ۱۳۸۱، ۴)، گرفته شده و بیش از ۱۵۰ سال قدمت دارد، و در سال ۱۸۲۸ به انگلیسی برگردانده شد. اخیراً مفهوم جدیدی تحت عنوان کارآفرینی سازمانی مطرح شده است و به نظر می رسد این مفهوم برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ در سوئد به کار گرفته شد (William, 2002, 2). در فرهنگ وبستر، کارآفرین، فردی تعریف شده است که سازماندهی می کند و خطر مربوط به مؤسسه اش را می پذیرد (Adams, 1968, 323). شومپتر معتقد است که کارآفرینی موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش کارآفرین عبارتست از: نوآوری و ایجاد ترکیبهای تازه ای از مواد

(Zimmerer et al, 1996, 3; Palmer, 1987, 48). کارآفرینی یعنی شناسایی و بهره برداری از افکار فرصت طلبانه برای ایجاد ترکیبهای تازه از مواد (Brockaus et al, 1986, 45). کارآفرینی فرآیندی است که در آن کارآفرینان فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می کنند (Drucker, 1985). کارآفرینی فرآیندی است که بدون توجه به منابعی که در اختیار است، فرصتها بوسیله افراد تعقیب می شود (Hurloy, 1999, 2). ریچارد کانتیلون معتقد است، کارآفرین فردی است که اهل ریسک باشد (Herbert et al, 1982, 17). کارآفرین کسی است که با دوری از بی کفایتیهای دیگران به کامیابی دست می یابد (Leibenstein, 1986, 323). اندیشمندان زیادی راجع به کارآفرینی سازمانی بحث کرده اند و آنرا به عنوان یک فعالیت نوآورانه در درون یک سازمان معرفی کردند (Pearce, 2003, 20; Jennings et al, 1990, 53; Kuratko et al, 1989). در مجموع بهترین تعریفی که می توان از کارآفرینی ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارتست از: فرآیند نوآوری و بهره گیری 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 می پذیرد (Hisrich, 2002).

۱-۳- ضرورت و اهمیت

امروزه کارآفرینی را بعنوان موتور رشد و توسعه سازمانها و جوامع می شناسند (مقیم، ۱۳۸۳). همچنین از آن بعنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری یاد می کنند. کارآفرینان پیشگامان موفقیتهای تجاری در جامعه هستند. توانایی آنها در بهره گیری از فرصتها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، بعنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهرووری و تشکیل شرکتهای

جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر اعتقاداتی، در جوامع، لازم است که انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر اهمیتی به مراتب بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد (Kuratko et al, 1989).

گرایش بسوی 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 می شدند موجب هدایت فعالیت های کارآفرینانه به درون شرکتها شد. امروزه اهمیت فرآیندهای کارآفرینانه در شرکتهای بزرگ بیش از گذشته مورد تأکید قرار گرفت و محققین کانون توجه خود را به چگونگی القاء مقوله کارآفرینی در ساختار اداری شرکتهای بزرگ معطوف نمودند (Stevenson et al, 1985).

شایان ذکر است که آنچه در بین تمامی انواع کارآفرینان بطور مشترک می توان یافت، انجام یک فعالیت مخاطره آمیز بوده و هدف از تعمیم فرآیند کارآفرینی در سازمانها در واقع اولویت دادن به انجام فعالیت های مخاطره آمیز نسبت به برنامه های جاری شرکت می باشد. برای ترویج کارآفرینی سازمانی در سازمانها و مؤسسات باید شرایطی را در داخل سازمان بوجود آورد. عواملی که وسعت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می دهند جو کارآفرینی نامیده می شوند. سازمانها برای ترویج روحیه کارآفرینی بایستی ایده های 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 (Hwengere, 2003, 1).

کارآفرینی به عنوان مهمترین سلاح پیشرفت اقتصادی کشورهای توسعه یافته، می تواند نقش بسیار ارزنده ای در توسعه اقتصادی جوامع جهان سوم ایفاء نماید. مهمترین اقدام برای توسعه کارآفرینی در کشورهای جهان سوم آموزش آن در بین نیروهای جوان و تحصیل کرده بخش آموزش عالی است (زالی، ۱۳۸۴، ۱). تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز 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 علت برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند (آقاجانی، ۱۳۸۴).

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 (Duane, 2000).

۱-۴- بیان مسئله

کارآفرینی بعنوان 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، بعنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین بوسیله آنها سنجیده می‌شود. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکتهای جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. بنابر 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). کارآفرینی یا همان فرآیند کشف فرصت‌ها بیان می‌کند که چگونه افراد بصورت مستقل و یا در داخل سازمانها، مسائل و چالشهای ناشناخته را می‌بینند و چارچوبی جدید از ابزارها و اهداف ایجاد می‌کنند تا از آنها استفاده کنند. البته کارآفرین فقط مواردی را می‌بیند و برای استفاده از آن

برنامه‌ریزی می‌کند که ارزش لازم را داشته باشند. در راستای استفاده از فرصتها، کارآفرینان کالاها یا خدماتی را به جامعه عرضه می‌کنند که مشتری‌پسند بوده و بازار یا محیط خواهان آنهاست. بنابراین لازم است کارآفرینان اطلاعات کاملی از بازار و محیط داشته باشند. فرآیند مبادله و تعامل با محیط می‌تواند این اطلاعات را فراهم کند (Arrow, 1974; Javanovic, 1982).

در بسیاری از کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه طی چند دهه اخیر توجه خاصی به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان شده است. علت این توجه به موضوع، نقش مهم، مثبت و سازنده کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی، بهره‌برداری از این انرژی و نیروی بالقوه در جهت مقابله با مسائل و چالشهایی نظیر تورم، رکود و بخصوص بیکاری بوده است. نتایج این توجه در اغلب کشورها قابل ملاحظه بوده است. مطالعه و مقایسه تطبیقی نتایج بدست آمده ناشی از اثرات توجه به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان در دیگر کشورها می‌تواند اهمیت آنرا بیش از پیش نمایان ساخته، و راهنمای خوبی در استفاده از تجربه آنها برای کشورمان ایران باشد. بر اساس تحقیقات انجام شده در میان ۴۷ کشور صنعتی و نیز در حال توسعه (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳، ۴)، با توجه به پنج شاخص مهم اقتصادی مرتبط با کارآفرینی شامل: درصد ایجاد اشتغال، سرانه تولید ناخالص داخلی بازا هر نفر شاغل، توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و ریسکی برای توسعه کسب و کار، 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.

همانگونه که مستندات مختصر فوق‌الذکر نشان می‌دهند لزوم انجام تحقیقات مرتبط با کارآفرینی (بخصوص تحقیقات بومی) در کشور، بمنظور بهره‌برداری از مزایای توجه به آن در جامعه، بخوبی می‌تواند توجیه‌کننده مسئله طرح تحقیق حاضر باشد. مسئله مذکور در نمودار شماره یک نشان داده شده است.

وضع موجود: نامشخص بودن مدل بومی عوامل مؤثر بر فرایند مستقل کارآفرینی (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر

وضع مطلوب: مشخص بودن مدل بومی عوامل مؤثر بر فرایند مستقل کارآفرینی (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر

نمودار شماره ۱-۱ - مسئله تحقیق

۱-۵- مدل (الگو) مفهومی تحقیق

هر مدل مفهومی بعنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات است بگونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را مشخص می‌کند (Edwards et al, 2000). بعبارت دیگر می‌توان گفت که بصورتی ایده‌ال، مدل مفهومی یا همان نقشه ذهنی^۱ (Maastricht school of management, 2001, 3) و ابزار تحلیلی^۲ (میرزایی، ۱۳۷۵، ۱۰)، یک استراتژی جهت شروع و انجام تحقیق است بگونه‌ای که انتظار می‌رود در حین اجرای تحقیق، متغیرها، روابط و تعاملات بین آنها مورد بررسی و آزمون قرار گرفته، و حسب ضرورت تعدیلاتی در آنها انجام شده و عواملی نیز از آنها کم و یا به آنها اضافه شود (Sautter & Leisen, 1999).

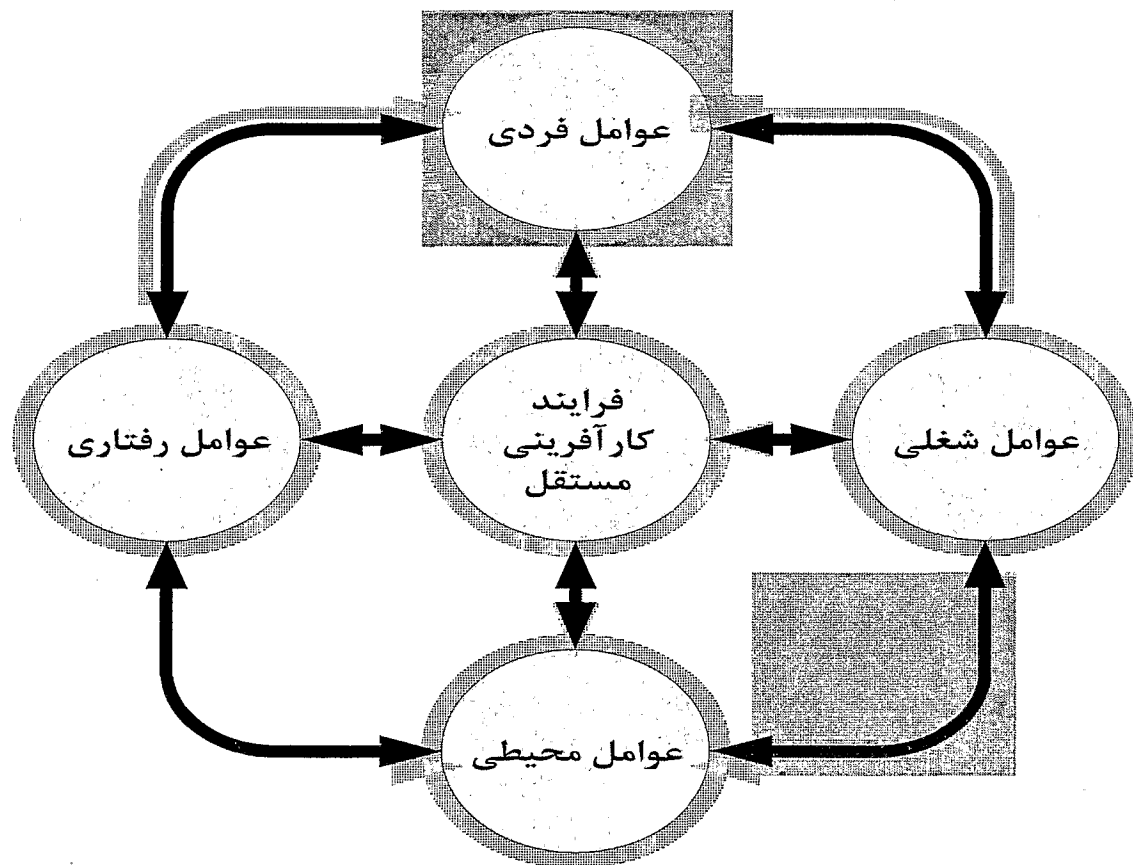
مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، و با توجه به اینکه تحقیقی این‌چنین برای نخستین بار است که در محدوده جامعه آماری انجام می‌شود لذا پیش‌بینی شده است که در تحقیق حاضر از مدل (الگو) مفهومی زیر استفاده شود. مدل مفهومی حاضر تلفیقی از منابع استنادی مختلف می‌باشد (Sahlman et al, 1999, 140; Fry, 1993, 377; ornwall & Perlman, 1990).

¹. Mental Map

². Analytical instrument.

221؛ زالی، ۱۳۸۴؛ مقیمی، ۱۳۷۹). همانگونه که در بیان فلسفه استفاده از مدل مفهومی تحقیق هم گفته شده است شروع کار تحقیق حاضر با استفاده از این مدل (الگو) مفهومی خواهد بود اما در حین کار مطمئناً از مدلها (الگوها)ی مفهومی دیگر نیز کمک گرفته خواهد شد. مدل (الگو) مذکور در نمودار شماره دو آمده است.

تحقیق حاضر از نوع تک متغیره می باشد که در آن عوامل مؤثر بر فرایند کارآفرینی مستقل به عنوان متغیر مستقل می باشد که خود شامل ابعاد فردی، شغلی، رفتاری و محیطی می باشد. به منظور آزمون قابلیت اجرایی بودن یک مدل، در حالت کلی می توان از سه روش استفاده کرد که عبارتند از: اجرای مدل در دنیای واقعی (Kooontz et al, 1986, 500؛ الوانی، ۱۳۸۰، ۵۴)، استفاده از روش دلفی یا نظرسنجی از خبرگان (Mulford & Klonglan, 1982)، و بالاخره استفاده از فنون ریاضی و شبیه سازی (Barjis et al, 2000). در تحقیق حاضر، از روش دوم استفاده شده است.



نمودار شماره ۱-۲- مدل مفهومی تحقیق

۱-۶- هدف (اهداف) تحقیق

در تحقیق حاضر به بررسی و تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی شرکتی در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر پرداخته خواهد شد. بر این اساس اهداف اصلی و فرعی تحقیق مطابق آنچه که در مدل مفهومی هم آمده است بدین شرح خواهد بود:

۱-۶-۱- هدف اصلی

●- تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر.

۱-۶-۲- اهداف فرعی

- بر اساس هدف اصلی فوق، اهداف فرعی تحقیق حاضر عبارتند از:
- تبیین مدل بومی عوامل فردی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر.
- تبیین مدل بومی عوامل رفتاری مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر.
- تبیین مدل بومی عوامل شغلی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر.
- تبیین مدل بومی عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر.

۱-۷- سوالات تحقیق

در صورتیکه 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). عبارت دیگر، در تحقیقاتی که دنبال یافتن چستی پدیده‌ای هستیم و یا نظر افراد را در مورد پدیده‌ای جستجو می‌نمائیم باید به طرح سؤال اقدام کنیم و در مواردی که می‌خواهیم در باره رابطه علت و معلولی و یا همبستگی بین دو یا چند پدیده مشخص تحقیق کنیم از فرضیه استفاده می‌نمائیم (ظهوری، ۱۳۷۸، ۶۰).

همانگونه که در قسمت سابقه علمی پژوهشهای انجام شده آمده است مرور ادبیات موضوعی مربوط به عنوان طرح نشان داده است که در قلمرو اجرایی بیان شده، تاکنون تحقیقی در این رابطه انجام نشده است. بنابر این در این قسمت با توجه به مدل مفهومی تحقیق، بجای بیان فرضیه (فرضیات)، سوالات ویژه تحقیق بدین شرح بیان می‌گردند:

۱-۷-۱- سؤال اصلی

● - مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) چیست؟

۱-۷-۲- سوالات فرعی

● - مدل بومی عوامل فردی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) چیست؟

● - مدل بومی عوامل رفتاری مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی

صنعتی شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) چیست؟

● - مدل بومی عوامل شغلی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی صنعتی

شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) چیست؟

● - مدل بومی عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شرکتهای تعاونی

صنعتی شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) چیست؟

۱-۸- مشکلات و محدودیتهای تحقیق

مهمترین مشکلی که در اجرای تحقیق حاضر محقق با آن روبرو بوده نو و بدیع بودن موضوع و

بالطبع ناآشنایی اعضاء جامعه آماری و همکاری نه چندان قوی در ارائه دادههای مورد نیاز تحقیق بوده

است که البته با پیگیریهای مجدانه محقق و یاری گرفتن از اداره تعاون شهرستان بابلسر این محدودیت به

شکلی منطقی و معقول حل شد.

۱-۹- قلمرو تحقیق

۱-۹-۱- قلمرو زمانی - دوره زمانی اجرای تحقیق یعنی نیمه اول سال ۱۳۸۶ بعنوان قلمرو زمانی طرح

در نظر گرفته شده است.

۱-۹-۲- قلمرو مکانی - چون قرار است مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی شرکتی در سطح

شرکتهای تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر (بر اساس آنچه که در مدل مفهومی تحقیق آمده است) تبیین

شود لذا قلمرو مکانی تحقیق حاضر نیز شرکت‌های موجود در سطح شرکت‌های تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر در نظر گرفته شده است.

۱-۹-۳- قلمرو موضوعی- تمامی موضوعات مرتبط با کارآفرینی بصورت عام و کارآفرینی شرکتی (مستقل و فردی) بصورت خاص در سطح شرکت‌های تعاونی صنعتی شهرستان بابلسر همانگونه که در مدل مفهومی نیز شرح داده شده است به عنوان قلمرو موضوعی تحقیق حاضر در نظر گرفته شده‌اند.

۱-۱۰- تعریف واژه ها

●- کارآفرینی: کارآفرینی فرآیندی است که در آن کارآفرینان فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کنند (Drucker, 1985). کارآفرینی فرآیندی است که بدون توجه به منابعی که در اختیار است فرصتها بوسیله افراد تعقیب می‌شود (Hurley, 1999, 2). کارآفرینی یعنی شناسایی، خلق و استفاده از فرصتها در جامعه در قالب ارائه کالاها و یا خدمات، از طریق تأسیس یک سازمان جدید (کارآفرینی مستقل و فردی)، و یا در داخل یک سازمان موجود (کارآفرینی درون‌سازمانی).

●- کارآفرینی مستقل (شرکتی): فرآیندی که خروجی آن تأسیس یک سازمان جدید بمنظور استفاده از فرصتها جهت تولید کالا و ارائه خدمت برای جامعه است.

●- کارآفرینی درون سازمانی: فرآیند انجام فعالیتی کارآفرینانه در داخل یک سازمان موجود که البته معمولاً دارای ساختاری سنتی و دیوانسالارانه است.

●- کارآفرینی سازمانی: بینکات کارآفرین سازمانی را فردی تعریف نمود که در سازمانهای بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می نماید و اقدامات وی شامل ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می باشد که شرکتها را بسوی رشد و سودآوری سوق می دهد (Pinchot, 1985).

●- مدل بومی: هرگونه جدول، نمودار، فرمول و الگویی که متغیرها و روابط میان آنها را در مورد یک پدیده و سازه با توجه به قلمرو مشخص شده در تحقیق نشان دهد.

●- شرکتهای تعاونی: بر اساس قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران یکی از انواع شرکتهای مصرحه در آن، شرکتهای تعاونی می باشند. این شرکتها دارای حداقل هفت عضو بوده، و بر اساس تقسیمات وزارت تعاون، یکی از انواع مهم آنها شرکتهای تعاونی صنعتی می باشند.