

محدودیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور

مجتبی امیری^{۱*} - محمدرضا زالی^۲ - مهدی مجد^۳

۱. استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

۲. استادیار دانشگاه مازندران

۳. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۹/۱۶، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۲/۲۹)

چکیده

سالانه بسیاری از کارآفرینان نوظهور اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار جدید می‌کنند اما تنها تعداد اندکی از آن‌ها موفق به ایجاد یک شرکت پایدار می‌شوند. بیشتر این کارآفرینان در مواجهه‌ی با مانع‌ها و مشکل‌های راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، دست از تلاش می‌کشند. این مطالعه به بررسی مانع‌های پیش روی کارآفرینان نوظهور که در دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار 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 مانع‌های راه‌اندازی کسب‌وکار هستند؛ در حالی که محدودیت‌های شخصی افراد (میانگین ۳/۰۸) مانعی برای راه‌اندازی کسب‌وکار آن‌ها نمی‌باشند. اما نکته‌ی مهم این است که کارآفرینان نوظهوری که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی قوی‌تری دارند با وجود درک این مانع‌ها، همچنان تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکار دارند. در واقع، تبیین نقش تعدیل‌کنندگی متغیر «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه» و تأثیر مانع‌ها بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، مهم‌ترین مشارکت علمی این تحقیق در توسعه‌ی دانش کارآفرینی بوده است.

واژگان کلیدی: موانع راه‌اندازی کسب‌وکار، فرایند کارآفرینی، کارآفرینی نوظهور، ویژگی‌های

شخصیتی کارآفرینانه

مقدمه

ایجاد موفقیت آمیز کسب و کارهای کوچک کارآفرینانه، موجب افزایش تولید ناخالص ملی و توسعه اقتصادی می شود. از این رو با عنایت به تجربه های جهانی موجود طی سال های اخیر در ایران به راه اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه توجه و تسهیلات مالی برای حمایت از راه اندازی کسب و کارهای کوچک فراهم شده است. از سوی دیگر دوره های «آموزش کارآفرینی و مهارت های کسب و کار» برای افزایش دانش و مهارت کارآفرینان بالقوه هر ساله در سراسر کشور برگزار می شود. اما موانع و مشکلات فراوانی باعث می شوند که بیشتر این کارآفرینان بالقوه برای راه اندازی کسب و کار خود اقدام نکنند و یا آنان که اقدام کردند در میانه ی راه متوقف و یا سرانجام از کار دست بکشند. از این رو در ایران تنها ۱۰ درصد از کارآفرینان، موفق به شروع فعالیت های کسب و کار خود می شوند و ۹۰ درصد باقیمانده در مرحله ی راه اندازی متوقف می شوند (شفیعی و شقاقی، ۱۳۸۲، ص ۱۲۸). سهولت راه اندازی کسب و کار در ایران به مراتب سخت تر و پیچیده تر، و فضای آن نامطلوب تر از گذشته شده است؛ به طوری که بانک جهانی، رتبه ی ایران را از نظر آسانی انجام کسب و کار در میان ۱۷۸ کشور، ۱۳۵ گزارش کرده است (World Bank Group, 2007, p.2). بنابراین کارآفرینان نوظهور که در مرحله ی راه اندازی کسب و کار جدیدی هستند، با موانع متعددی مواجه اند. در پژوهشی نشان داده شده است که «خطرپذیری مالی زیاد»، «ناتوانی در تأمین مالی» و «موانع اداری»، مهم ترین عوامل ضدانگیزی کارآفرینی در ایران را تشکیل می دهند (زالی و رضوی، ۱۳۸۷). بنابراین مسأله ای که مطرح می شود این است که: مهم ترین محدودیت ها و موانع راه اندازی کسب و کارهای جدید از نظر کارآفرینان نوظهور که در دوره های آموزش کارآفرینی و مهارت های کسب و کار در شهر تهران شرکت کرده اند، کدام اند؟ و تأثیر آن ها بر تمایل کارآفرینان نوظهور به راه اندازی یک کسب و کار چقدر است؟ اما از سوی دیگر انتظار می رود افرادی که دارای ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه هستند انگیزه ی بیشتری را برای عبور از موانع

از خود نشان دهند. از این رو سؤال پژوهشی دیگر این است که آیا ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در تعدیل اثر این موانع مؤثر است؟ پاسخ این سؤالات شناخت بیشتر مانع‌ها، مشوق‌ها و نیازمندی‌های کارآفرینان را در پی دارد و به افرادی که قصد ورود به عرصه‌ی کارآفرینی دارند، وضعیت موجود را می‌شناساند. از سوی دیگر نتایج این تحقیق به دست‌اندرکاران و سیاست‌گذارانی که برای توسعه‌ی کارآفرینی گام بر می‌دارند، برای اتخاذ راه‌کارها و برنامه‌های مناسب به‌منظور رفع موانع کمک می‌کند.

بررسی پیشینه‌ی تحقیق

در دهه‌ی ۱۹۹۰ م. نظریه‌های جدید کارآفرینی ارائه شدند که به کشف ویژگی‌ها، اقدامات و عملکرد کارآفرینان نوظهور می‌پردازند. برای مثال در ایالات متحده آمریکا همواره حدود ۶/۲ درصد از بزرگسالان در فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار جدید درگیر هستند که شامل بیش از ۱۰ میلیون نفر و ۵/۶ میلیون کسب‌وکار نوظهور می‌شوند (Belghitar & Parker, 2006, p.81). البته باید به این نکته‌ی مهم توجه داشت که هر کارآفرین نوظهور به طور حتم به کارآفرین تثبیت شده تبدیل نمی‌شود و در واقع بیشتر کارآفرینان نوظهور موفق به خلق کسب‌وکار جدید و بادوام نمی‌شوند. اما نکته قابل توجه این است که سایر تحقیق‌های کارآفرینی به مطالعه‌ی افرادی پرداخته‌اند که از راه‌اندازی کسب‌وکارشان زمانی گذشته است و کارآفرین موفق محسوب می‌شوند و این مشکلی است که مؤلفانی چون آلدریچ (۱۹۹۹)، دلمار و شین (۲۰۰۲)، کتز و گارتنر (۱۹۸۸) به آن اشاره کرده‌اند (Gartner & Carter, 2003, p.199). اکثر محققان چنین فرض کرده‌اند که کسب‌وکارهای تشکیل شده و مؤسسان‌شان همه‌ی متغیرهایی را که در تلاش‌های اولیه برای راه‌اندازی رخ می‌دهند، تحت پوشش قرار می‌دهند. غافل از این که فرایند تلاش برای راه‌اندازی کسب‌وکار متشکل از همه‌ی آزمون و خطاهایی است که توسط هزاران کارآفرین نوظهور رخ می‌دهد که فرضیه‌های خود را در مورد ایده‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های‌شان در شرایط موجود در زمان خود محک می‌زنند و اقدام‌های همه‌ی آن‌ها منجر به راه‌اندازی یک شرکت پایدار نمی‌شود. بنابراین بدیهی

است وقتی افرادی مورد مطالعه قرار می‌گیرند که با موفقیت، کسب و کارشان را راه‌اندازی کرده‌اند، اطلاعات بیشتری از عوامل مؤثر بر اقدامات راه‌اندازی افرادی که در تلاش‌شان شکست خورده‌اند، به دست نمی‌آید؛ به‌ویژه هنگامی که موضوع مطالعه، عوامل منفی راه‌اندازی یا همان موانع باشد. بدین ترتیب برای تحقیق در مورد فرایند شکل‌گیری شرکت‌ها و عوامل و موانع مؤثر بر آن بهتر است از نمونه‌های شامل افرادی استفاده کرد که در فرایند راه‌اندازی کسب و کار قرار دارند (Gartner & Carter, 2003, p.200)، یعنی کارآفرینان نوظهور. آلدریچ و مارتینز (۲۰۰۱) به نقل از رینولدز (۱۹۹۴) «کارآفرین نوظهور» را این‌گونه تعریف می‌کنند: «کارآفرین نوظهور فردی است که فعالیت‌های متوالی‌ای را آغاز می‌کند که در نهایت منجر به راه‌اندازی یک کسب و کار با دوام شود» (Aldrich & Martinez, 2001, p.42). هم‌چنین او کباساران، وست هد و رایت (۲۰۰۱) می‌گویند: «افرادی که راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را در نظر دارند، کارآفرین نوظهور هستند» (Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2001, p.59). دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ نیز کارآفرین نوظهور را فردی می‌داند که طی ۱۲ ماه گذشته فعالیت قابل ملاحظه‌ای برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید انجام داده، شخصاً صاحب تمام یا قسمتی از آن کسب و کار بوده، به طور فعال درگیر مدیریت آن است و هنوز برای هیچ کارمندی حقوقی بیش از ۳ ماه پرداخت نکرده است. این کنسرسیوم بین‌المللی، کسی را که بیش از ۳ ماه و کمتر از ۴۲ ماه به کارمندان خود حقوق پرداخت کرده است، «کارآفرین جدید» و بیش از آن را «کارآفرین تثبیت شده»^۲ می‌نامد (Bosma, Acs, Autio, Condoras & levie, 2008, p.13).

برای بررسی موانع راه‌اندازی، به بررسی مختصر عوامل مؤثر بر فرایند راه‌اندازی می‌پردازیم. مطابق رویکرد فرایندی، کارآفرینی به صورت فرایند خلق کسب و کار جدید تعریف می‌شود (Kouriloff, 2000, p.60). این رویکرد که در واقع پیوندی است میان

^۱ GEM

^۲ Established Entrepreneur

رویکردهای اقتصادی و جامعه‌شناختی - روانشناختی، بر رفتار و اقدام‌های فرد طی فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار تمرکز دارد و عوامل و شرایط متعدد محیطی را نیز در نظر می‌گیرد. بارن و شین (۲۰۰۵) الگویی را از فرایند کارآفرینی شامل مراحل ترتیبی شناسایی فرصت، تصمیم اولیه برای شروع، تهیه منابع لازم (اطلاعات، مالی و انسانی)، راه‌اندازی عملی کسب‌وکار، ایجاد یک کسب و کار موفق و برداشت نتایج تبیین می‌کنند و در آن نشان می‌دهند که همه‌ی این مراحل از متغیرهای مختلف تأثیر می‌پذیرند. آن‌ها این متغیرهای تأثیرگذار را در سه سطح دسته‌بندی می‌کنند: «سطح فردی» همچون مهارت‌ها، انگیزش‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان، «سطح گروهی» مانند ایده‌ها، آورده‌های دیگران، اثربخشی در تعامل با سرمایه‌گذاران، مشتریان و کارکنان بالقوه، و متغیرهای «سطح اجتماعی» مثل سیاست‌های دولتی، شرایط اقتصادی و فناوری (Baron & Shane, 2005, p.12). در الگوی راه‌اندازی کسب‌وکار که توسط بایگریو (۱۹۸۹) ارائه شده است نیز عوامل متعدد شخصی، محیطی و جامعه‌شناختی بر فرایند راه‌اندازی اثر گذارند. آموزش، محیط رقابتی و حمایتی، سیاست‌های دولت، خانواده و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ای چون نیاز به موفقیت، خطرپذیری، مرکز کنترل درونی و تحمل ابهام عواملی هستند که در این الگو در نظر گرفته شده‌اند (Bygrave, 1989, p. 8). بوچیک (۱۹۹۳) نیز الگویی را ارائه داده است که ابعاد مختلف فرایند کارآفرینی را در تعامل با یکدیگر به خوبی نشان می‌دهد. این الگو ارتباط متقابلی را میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین و عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده‌ی موجود در محیط نشان می‌دهد (Buchikhi, 1993, p. 558) که این ارتباط در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌است.

در مقاله‌های مختلف، کلماتی مانند Impediments, Problems, Barriers و Obstacles به عنوان معادل شرایط کارآفرینانه‌ای که به عنوان عامل منفی و مانع در نظر گرفته شده به کار گرفته شده‌اند (Kouriloff, 2000, p. 61). در این مقاله بر اساس تحقیق‌های پیشین و معانی کلمات به کار رفته در آن‌ها، موانع راه‌اندازی کسب‌وکار به این صورت تعریف می‌شود:

«شرایط درونی یا بیرونی (Kouriloff, 2000, p. 61) که فرایند راه‌اندازی کسب و کار را دچار مشکل یا تأخیر می‌کند، یا موجب توقف آن می‌شود و یا از شروع آن جلوگیری می‌کند».

جدول ۱. خلاصه‌ای از تحقیقات پیشین در زمینه موانع راه‌اندازی کسب و کار

محققان	کشور / منطقه	عنوان	جامعه آماری	متغیرها و یافته‌های تحقیق
Finnerty & Krzystofik (1985)	آمریکا	موانع شکل‌گیری کسب و کار کوچک	استفاده‌کنندگان از خدمات مشاوره توسعه کسب و کار	اهمیت پتانسیل بازار، تأمین مالی، دریافت پاداش و احساس رضایت بی‌اهمیتی مالیات و امنیت شغلی فعلی
Terpstra & Olson (1993)	آمریکا	راه‌اندازی و رشد کارآفرینانه: یک دسته‌بندی از مشکلات	تند-رشدترین شرکت‌های آمریکا در سال ۱۹۸۶	دسته‌بندی مشکلات راه‌اندازی: (۱) فروش/بازاریابی، (۲) مالی خارجی، (۳) مالی داخلی، (۴) مدیریت عمومی، (۵) HRM (۶) توسعه محصول، (۷) مدیریت تولید، (۸) محیط اقتصادی، (۹) محیط قانونی
Yusuf (1998)	کشورهای حوزه‌ی قیانتوس آرام جنوبی	توسعه و بقای کسب و کار کوچک در منطقه قیانتوس آرام جنوبی: موانع و راهکارهای استراتژیک	شرکت‌های کوچک در ۶ کشور	ماتریس شدت موانع ورود به کسب و کار و موانع بقای کسب و کار
Van Auken (1999)	آمریکا	موانع راه‌اندازی کسب و کار	شرکت‌کنندگان در کارگاه‌های پیش از راه‌اندازی	(۱) نبود پول، (۲) نبود زمان، (۳) ریسک زیاد، (۴) تأثیر بر سبک زندگی، (۵) پیچیدگی، (۶) نبود دانش و مهارت، (۷) ناکارآمد بودن کسب و کار
Kouriloff (2000)	استرالیا	کاوش ادراکات از موانع قیاسی کارآفرین: رویکرد چند رشته‌ای	همه‌ی افراد ۱۸ تا ۶۴ سال	نسبت‌های جمعیتی «بی‌تمایل»، «بالقوه»، «مصمم»، «حقیقی».
Robertson, Collins, Medeira, Slater (2003)	انگلیس	موانع راه‌اندازی و اثر آن‌ها بر کارآفرینان مشتاق	دانشجویان دانشگاه لیدز و کارآفرینان هامبر و یورکشایر	موانع مالی مانع اصلی برای هر دو گروه انگیزش، نبود ایده و نبود مهارت مانع بیشتر برای دانشجویان
Gelderen & Thurik & Bosma (2006)	هلند	عوامل خطر و موفقیت در مرحله پیش از راه‌اندازی	کارآفرینان نوظهور	(۱) زمان، (۲) ریسک، (۳) سرمایه‌ی راه‌اندازی
ILO (2007)	کشورهای مختلف	توسعه کارآفرینی جوانان: موانع و مشوق‌های راه‌اندازی کسب و کار توسط جوانان	کارآفرینان جوان	محدودیت‌های (۱) مالی، (۲) نگرشی- فرهنگی، (۳) قانونی- اداری، (۴) آموزشی، و (۵) زیربنایی- حمایتی
زالی و رضوی (2008/1387)	ایران	پژوهشی در زمینه‌ی: موانع توسعه‌ی کارآفرینی در ایران	کارآفرینان برتر ایرانی (جشنواره‌ی ملی کارآفرینان برتر سال ۱۳۸۶)	(۱) خطرپذیری مالی، (۲) دست نیافتن به منابع مالی (۳) موانع اداری، (۴) مخاطرات اجتماعی، (۵) فساد اداری، (۶) نبود مهارت‌ها، (۷) رقابت شدید، (۸) تقاضای بازار (۹) جنسیت، (۱۰) ترس از شکست، (۱۱) کار زیاد

جدول شماره‌ی ۱ نتایج یافته‌های تحقیقات پیشین را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد. در

مجموع ۱۳۱ عامل به عنوان مانع در این تحقیق‌ها بررسی شد که در تحقیق حاضر به ۹۰

عامل کاهش داده شد. این عوامل ابتدا به صورت دسته‌بندی ارائه شده در تحقیق سازمان بین‌المللی کار در زمینه‌های محدودیت‌های مالی، محدودیت‌های آموزشی، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی، محدودیت‌های قانونی و اداری، و محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی دسته‌بندی شدند (Schoof, 2006, p.23) و سپس دو دسته‌ی محدودیت‌های بازار و محیط کار، و محدودیت‌های شخصی نیز به دسته‌بندی بالا افزوده شدند. برای مثال عواملی چون نبود دانش مالی، ناآگاهی از قوانین و مقررات، و عوامل سنی و سلامتی جزو محدودیت‌های شخصی قرار گرفت. به این ترتیب سه فرضیه‌ی اصلی برای پاسخگویی به سؤال‌های تحقیق مطرح شد:

فرضیه‌ی اصلی (۱): هر یک از محدودیت‌های مالی، آموزشی، حمایتی و زیربنایی، قانونی و اداری، نگرشی و فرهنگی، بازار و محیط کار، و شخصی، مانع راه‌اندازی کسب‌وکار در شهر تهران است.

فرضیه‌ی اصلی (۲): مانع‌های راه‌اندازی کسب‌وکار در شهر تهران، بر تمایل کارآفرینان نوظهور به راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیر منفی دارند.

فرضیه‌ی اصلی (۳): تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار در کارآفرینان نوظهوری که ویژگی شخصیتی کارآفرینانه‌ی بالاتری دارند، کمتر تحت تأثیر موانع قرار می‌گیرد.

روش‌شناسی تحقیق

جامعه‌ی آماری این تحقیق، تمام کارآفرینان بالقوه‌ای هستند که در سال ۱۳۸۷ در دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار مؤسسه‌ی کار و تأمین اجتماعی در شهر تهران برای بدست آوردن دانش راه‌اندازی کسب‌وکار و هم‌چنین به دلیل ضرورت ارائه‌ی گواهی این دوره برای دریافت تسهیلات، در این دوره‌ها شرکت کرده‌اند. طبق اعلام مؤسسه‌ی کار و تأمین اجتماعی سالانه حدود ۲۰۰۰ نفر در شهر تهران در این دوره‌ها شرکت و گواهی دریافت می‌کنند.

نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفته است و حجم نمونه بر اساس فرمول^۱ نمونه‌گیری از جامعه‌ی محدود (آذر و مؤمنی، ۱۳۷۸، ص ۶۷) برابر ۱۷۸^۲ نفر برآورد شده است. البته تعداد ۲۰۰ پرسشنامه در بین اعضای جامعه‌ی آماری توزیع شد که در نهایت ۱۷۹ پرسشنامه بدست آمد. در قسمت اول پرسشنامه مشخصات پاسخگو پرسیده شد و در قسمت دوم سؤالات اصلی درباره‌ی موانع در زمینه‌ی محدودیت‌های مالی (۷ سؤال)، محدودیت‌های قانونی و اداری (۲۰ سؤال)، محدودیت‌های حمایتی و اداری (۱۴ سؤال)، محدودیت‌های آموزشی (۶ سؤال)، محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی (۱۱ سؤال) محدودیت‌های شخصی (۲۵ سؤال) و محدودیت‌های بازاری و محیط کار (۷ سؤال) مطرح شدند. قسمت سوم پرسشنامه که مربوط به تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار است از ۴ سؤال اصلی تشکیل شده و در قسمت چهارم نیز ۱۶ سؤال پرسیده می‌شود که مربوط به متغیر تعدیل‌گر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه است. همه‌ی سؤالات قسمت دوم و سوم در مقیاس لیکرت از خیلی کم (با امتیاز ۱) تا خیلی زیاد (با امتیاز ۵) استفاده شده‌است و مقیاس استفاده شده در قسمت چهارم نیز ۵ گزینه‌ای و به صورت: کاملاً مخالفم (۱)، نسبتاً مخالفم (۲)، بی نظرم (۳)، نسبتاً موافقم (۴) و کاملاً موافقم (۵) بوده است. ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه، ۹۲/۹۸ درصد برآورد شد که حاکی از اعتبار بسیار خوب پرسشنامه است. از طرف دیگر جدول شماره ۲ اعتبار مقیاس‌های هفت‌گانه‌ی موانع راه‌اندازی را در صورت حذف هر یک از آن‌ها نشان می‌دهد. ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس‌های محدودیت‌های هفت‌گانه ۸۱/۵ درصد است و میانگین این مقیاس ۲۴/۳۲ است.

$$n = \frac{z^2 p q N}{d^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{(2000) \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.07)^2 \times (2000) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 178$$

نتایج تحقیق

داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ی تحقیق نشان می‌دهد که اکثر پاسخ‌دهندگان (۳۵/۶ درصد) کمتر از ۲۵ سال، و تنها ۱۳/۸ درصد بیشتر از ۴۵ سال سن دارند. ۳۸/۲ درصد پاسخ‌دهندگان (۶۸ نفر) مرد، و در مقابل ۶۱/۸ درصد (۱۱۰ نفر) زن هستند. هم‌چنین ۵۸/۵ درصد پاسخ‌دهندگان (۱۰۳ نفر) مجرد، ۳۶/۴ درصد (۶۴ نفر) متأهل هستند. از سوی دیگر ۱۶/۶ درصد پاسخ‌دهندگان (۲۹ نفر) مدرک تحصیلی کمتر از دیپلم، ۳۳/۱ درصد (۵۸ نفر) دارای مدرک دیپلم، ۱۲ درصد (۲۱ نفر) مدرک فوق دیپلم، ۲۹/۱ درصد (۵۱ نفر) مدرک کارشناسی، ۸/۶ درصد (۱۵ نفر) مدرک کارشناسی‌ارشد و تنها یک نفر مدرک تحصیلی دکتری داشته‌اند.

جدول ۲. تأثیر حذف هر یک از مقیاس‌های موانع در آلفای کرونباخ برآورده شده برای کل موانع

آلفای کرونباخ مقیاس در صورت حذف مورد	همبستگی کلی اصلاح شده	واریانس مقیاس در صورت حذف مورد	میانگین مقیاس در صورت حذف مورد	
.829	.322	14.049	20.89	محدودیت‌های مالی
.780	.613	11.933	20.90	محدودیت‌های قانونی و اداری
.799	.506	13.373	20.67	محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی
.781	.610	12.450	20.65	محدودیت‌های آموزشی
.777	.659	13.014	20.60	محدودیت‌های فرهنگی و نگرشی
.793	.545	12.538	21.23	محدودیت‌های شخصی
.772	.660	12.085	20.93	محدودیت‌های بازار و محیط کار

در ادامه‌ی مقاله به بررسی نتایج آزمون دو جمله‌ای، تحلیل واریانس فریدمن، آزمون همبستگی پیرسون و تحلیل همبستگی جزئی پرداخته می‌شود.

۱- نتایج آزمون دو جمله‌ای: برای شناسایی و بررسی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور (فرضیه اول تحقیق) از آزمون دو جمله‌ای استفاده شد. بدین منظور مقدار احتمال آزمون برابر ۰/۰۶ در نظر گرفته شد، به این ترتیب که محدودیت‌هایی به عنوان موانع

راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور در نظر گرفته می‌شوند که اغلب پاسخ‌دهندگان میزان مانع بودن آن‌ها را زیاد و خیلی زیاد دانسته باشند. نتایج آزمون دوجمله‌ای در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون دوجمله‌ای و تحلیل واریانس فریدمن

ردیف	فرض H0	نتایج آزمون دوجمله‌ای (Sig.=0.000, p>=0.6) ^۱		نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن (Sig.=0.000)	
		احتمال مشاهده شده ^۲	نتیجه آزمون	رتبه میانگین	اولیت-بندی
۱	محدودیت‌های مالی مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۷	پذیرش H ₀	۳/۵۷	ششم
۲	محدودیت‌های قانونی و اداری مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۷	پذیرش H ₀	۳/۶۱	پنجم
۳	محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۸	پذیرش H ₀	۴/۶۳	سوم
۴	محدودیت‌های آموزشی مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۸	پذیرش H ₀	۴/۷۰	دوم
۵	محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۸	پذیرش H ₀	۴/۹۱	اول
۶	محدودیت‌های شخصی مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۵	رد H ₀	۲/۷۰	هفتم
۷	محدودیت‌های بازار و محیط کار مانع راه‌اندازی کسب‌وکار نوظهور در شهر تهران هستند.	۰/۷	پذیرش H ₀	۳/۸۹	چهارم

همان‌طور که جدول مزبور نشان می‌دهد از نظر شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار، محدودیت‌های مالی، محدودیت‌های قانونی و اداری، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی، محدودیت‌های آموزشی، محدودیت‌های بازار و محیط کار و محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی مانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور در شهر تهران هستند، زیر احتمال مشاهده شده برای آن‌ها بزرگ‌تر از حداقل احتمال آزمون (۶۰٪) است، در حالی که محدودیت‌های شخصی

۱ احتمال ۶۰ درصد، نشانگر حداقل احتمال برای پذیرش محدودیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور است.

۲ احتمال مشاهده شده نشانگر درصد کسانی است که موافق وجود محدودیت‌های مزبور هستند.

مانعی برای راه‌اندازی کسب‌وکار نبوده‌اند (احتمال مشاهده کمتر از احتمال آزمون).
 ۲- نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن: برای اولویت‌بندی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور از این آزمون استفاده شده است. نتایج این آزمون (جدول شماره ۳) حاکی از آن است که محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی (رتبه‌ی میانگین ۴/۹۱)، محدودیت‌های آموزشی (رتبه‌ی میانگین ۴/۷۰)، و محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی (رتبه‌ی میانگین ۴/۶۳) به ترتیب مهم‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکار هستند.
 جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن- اجزای هر یک از محدودیت‌های راه‌اندازی کسب-

وکارهای نوظهور

رتبه به	محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی	رتبه به	رتبه به	محدودیت‌های آموزشی	رتبه میانگین
۱	تبعیض‌های اداری (مانند پارتنری بازی در ارائه تسهیلات و مجوزها به افراد خاص)	۱	۶,۴۴	نظام رسمی آموزش کشور (به کارگیری شیوه‌های سنتی آموزش در مدارس و دانشگاه‌ها)	۴/۰۲
۲	فرهنگ دلالی و واسطه‌گری	۲	۵,۴۹	نبود آموزش‌های راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار	۳/۷۶
۳	نگرش‌های سلیقه‌ای مسئولان و کارشناسان نهادهای مربوطه	۳	۵,۴۱	نبود آموزش کارآفرینی در آموزش‌های فنی و حرفه‌ای	۳/۵۶
۴	نبود ارزش‌ها و باورهای فرهنگی و مذهبی که مشوق راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای جدید باشند.	۴	۵,۱۷	نبود تناسب آموزش‌ها با نیازهای آموزشی متقاضیان دوره‌های آموزش کارآفرینی	۳/۲۲
۵	نبود فرهنگ خطرپذیری در خانواده‌های ایرانی	۵	۴,۹۴	نبود مدرسان مجرب و اثرگذار در دوره‌های آموزش کارآفرینی	۳/۲۶
۶	فرهنگ «آب باریکه» (دریافت حداقل حقوق و دستمزد مستمر ماهانه)	۶	۴,۷۴	نامناسب بودن آموزش‌های موجود در زمینه کارآفرینی	۳/۱۸
۷	وجود تبعیض‌های جنسیتی (مشکلات پیش روی زنان برای کارآفرینی)	رتبه به	۴,۳۴	محدودیت‌های بازار و محیط کار	رتبه میانگین
۸	ضعف کار تیمی	۱	۴,۲۹	تقلب سایر یا برخی از شرکت‌ها	۳/۳۱
۹	عدم گرایش به کار (نبود علاقمندی به کار کردن، نبود سختکوشی در کار)	۲	۴,۱۹	وجود رقباتی جدی در کسب‌وکار جدید	۳/۰۳
رتبه به	محدودیت‌های مالی	رتبه میانگین	۳	دشواری ساخت و ارائه اقتصادی محصول یا خدمت جدید	۲/۹۳
۱	نبود سرمایه‌ی اولیه برای راه‌اندازی	۴	۲,۷۶	بی‌اعتمادی مشتریان بالقوه به شرکت‌های تازه تأسیس	۲/۹۱
۲	نبود دسترسی به منابع مالی (مانند تسهیلات بانکی) برای راه‌اندازی	۵	۲,۵۹	نبود نیروی انسانی توانمند در بازار کار یا دشواری جذب آن‌ها	۲/۸۱
۳	بالا بودن ریسک راه‌اندازی کسب‌وکار		۲,۳۵		
۴	بالا بودن نرخ بهره تسهیلات بانکی		۲,۳۰		

ادامه‌ی جدول ۴. نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن - اجزای هر یک از محدودیت‌های راه‌اندازی

کسب‌وکارهای نوظهور

رتبه‌ی میانگین	رتبه‌ی میانگین	رتبه‌ی میانگین	رتبه‌ی میانگین
۷/۹۴	۱	۸/۴۸	۱
۷/۳۴	۲	۷/۲۳	۲
۷/۳۰	۳	۷/۱۴	۳
۶/۹۰	۴	۷/۰۷	۴
۶/۰۷	۵	۶/۵۲	۵
۶/۶۴	۶	۶/۵۴	۶
۶/۶۰	۷	۶/۵۰	۷
۶/۳۵	۸	۶/۱۴	۸
۶/۱۷	۹	۵/۹۸	۹
۵/۶۷	۱۰	۵/۵۶	۱۰
۵/۵۵	۱۱	۵/۴۵	۱۱
۵/۴۷	۱۲	۵/۳۸	۱۲

البته هر یک از محدودیت‌های مزبور از عامل‌های دیگری تشکیل شده‌اند که از آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای رتبه‌بندی اهمیت‌شان استفاده شد. برای مثال در زمینه‌ی محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی، «تبعیض‌های اداری مانند پارتنری‌بازی در ارائه‌ی تسهیلات و مجوزها به افراد خاص» (رتبه میانگین ۶/۴۴)، «فرهنگ دلالتی و واسطه‌گری» (رتبه میانگین ۵/۴۹) و «نگرش‌های سلیقه‌ای مسئولان و کارشناسان نهادهای مربوطه» (رتبه میانگین ۵/۴۱) به ترتیب مهم‌ترین موانع نگرشی و فرهنگی هستند. جدول شماره‌ی ۴ اولویت‌بندی همه‌ی اجزای هر یک از محدودیت‌های شش‌گانه را نشان می‌دهد.

۳- نتایج آزمون همبستگی پیرسون: برای بررسی فرضیه‌ی اصلی دوم تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون، روابط میان محدودیت‌ها و تمایل به راه‌اندازی

کسب‌وکار بررسی شد که تنها میان محدودیت‌های مالی و تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده شد. ضریب بتای این رابطه در آزمون رگرسیون برابر ۰/۱۸ در سطح معنی‌داری ۰/۰۱۹ به دست آمد. سایر محدودیت‌ها رابطه‌ی معنی‌داری را با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار نشان ندادند. بنابراین تأثیر منفی موانع راه‌اندازی کسب‌وکار بر تمایل کارآفرینان نوظهور تأیید نشد.

۴- نتایج آزمون همبستگی جزئی^۱: برای بررسی فرضیه‌ی سوم، از آزمون همبستگی جزئی استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره‌ی ۵ نشان داده شده است.

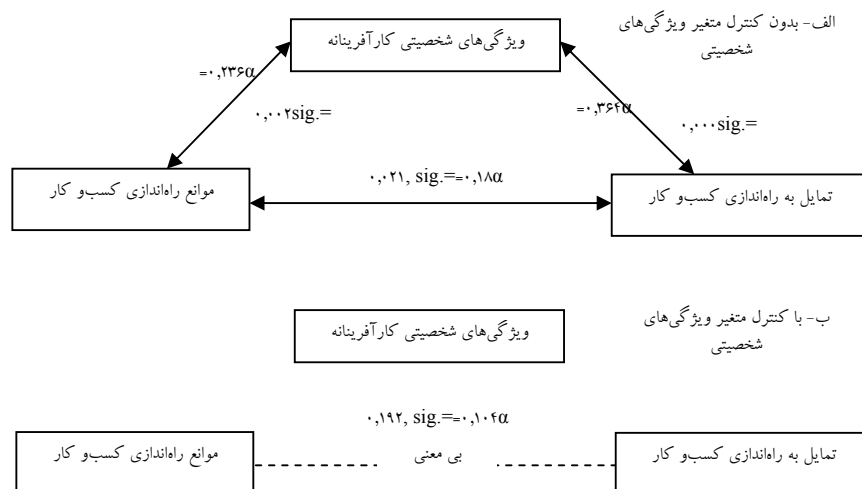
جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی جزئی

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه	موانع راه‌اندازی	تمایل به راه‌اندازی	متغیرها	
۰/۳۶۴	۰/۱۸۰	۱/۰۰۰	همبستگی	تمایل به راه‌اندازی
۰/۰۰۰	۰/۰۲۱	-	سطح معنی‌داری	
۰/۲۳۶	۱/۰۰۰	۰/۱۸۰	همبستگی	موانع راه‌اندازی
۰/۰۰۲	-	۰/۰۲۱	سطح معنی‌داری	
۱/۰۰۰	۰/۲۳۶	۰/۳۶۴	همبستگی	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (همبستگی پیرسن)
-	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
	۰/۱۰۴	۱/۰۰۰	همبستگی	تمایل به راه‌اندازی
	۰/۱۹۲	-	سطح معنی‌داری	
	۱/۰۰۰	۰/۱۰۴	همبستگی	موانع راه‌اندازی
	-	۰/۱۹۲	سطح معنی‌داری	

همان‌طور که مشاهده می‌شود همبستگی میان «موانع راه‌اندازی کسب و کار» و «تمایل به راه‌اندازی کسب و کار» مثبت و معنی‌دار است ($\alpha=0.18$, $\text{sig.}=0.021$)؛ اما با

1 Partial correlation

حذف «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه» (به عنوان متغیر کنترلی) مشاهده می‌شود که معنی‌داری این رابطه از بین می‌رود ($\text{sig.}=0.192$) (نمودار شماره ۱). از این‌رو این نتیجه حاصل می‌شود که همبستگی میان «تمایل کارآفرینان نوظهور به راه‌اندازی کسب‌وکار» و «موانع راه‌اندازی کسب‌وکار» بر اثر وجود «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه» در این افراد است.



نمودار ۱. همبستگی بین تمایل به راه‌اندازی و موانع راه‌اندازی کسب‌وکار

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی، محدودیت‌های آموزشی، محدودیت‌های حمایتی و زیربنایی، محدودیت‌های بازار و محیط کار، محدودیت‌های قانونی و اداری، و محدودیت‌های مالی به ترتیب پراهمیت‌ترین موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوظهور در شهر تهران هستند. این نتیجه ضمن تأیید دسته‌بندی پنجگانه‌ی سازمان بین‌المللی کار از موانع راه‌اندازی کسب‌وکار، دسته‌ی ششمی را نیز به نام محدودیت‌های بازار و محیط کار به آن می‌افزاید. دسته‌ی هفتم بررسی شده در این تحقیق یعنی محدودیت‌های شخصی توسط پاسخ‌دهندگان به عنوان مانع شناخته نشد. این نتایج تفاوت‌هایی را با

نتایج حاصل از «پژوهشی در زمینه‌ی موانع توسعه‌ی کارآفرینی در ایران» (زالی و رضوی، ۱۳۸۷) نشان می‌دهد. در تحقیق مذکور که بر روی کارآفرینان برتر ایرانی انجام شد، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی رتبه‌ی هشتم را در میان مؤلفه‌های محیط کارآفرینانه به‌دست آورد و زیرساخت‌های فیزیکی نیز در اولویت هفتم قرار گرفته بود. این تفاوت را می‌توان این‌طور تحلیل کرد که از آن‌جا که کارآفرینان برتر ایرانی در زمان تحقیق مذکور مرحله راه‌اندازی را پشت سر گذاشته بودند، بنابراین در مراحل بعدی چرخه‌ی حیات کسب‌وکار خود، دغدغه و موانع زیادتری را در مورد «انتقال تحقیق و توسعه»، «سیاست‌های دولت» و «فضای آزاد بازار» احساس می‌کردند. اما کارآفرینان نوظهور شرکت‌کننده در این تحقیق از آن‌جا که هنوز در مراحل آغازین فرایند راه‌اندازی هستند، دغدغه‌های زیادتری نسبت به زمینه‌های نگرشی و فرهنگی، آموزشی و امکانات زیربنایی و حمایتی دارند.

البته وجود این موانع راه‌اندازی کسب‌وکار، موجب کاهش تمایل کارآفرینان نوظهور به راه‌اندازی کسب‌وکار نمی‌شوند. برای این‌که به جز محدودیت‌های مالی، سایر محدودیت‌ها رابطه‌ی معنی‌داری با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار ندارند، در حالی که محدودیت‌های مالی همبستگی مثبت ۱۸ درصدی با میزان تمایل افراد به راه‌اندازی کسب و کار نشان می‌دادند. در کل، محدودیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار با تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار به میزان ۰/۱۸۰ همبستگی دارند ($\text{sig}=0.021$). این در حالی است که با توجه به مفهوم مانع به عنوان شرایطی منفی و بازدارنده، انتظار می‌رفت که بین موانع بر تمایل افراد به راه‌اندازی کسب‌وکار رابطه‌ی منفی وجود داشته باشد. وجود ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی قوی در کارآفرینان نوظهور مهم‌ترین توجیه این رابطه است.

در واقع افرادی که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی بالاتری دارند، نه تنها از موانع تاثیر نمی‌گیرند بلکه تمایل بیشتری نیز برای راه‌اندازی کسب‌وکار از خود نشان می‌دهند. آزمون همبستگی جزئی نشان داد که همبستگی مثبت (۰/۱۸۰) و معنی‌دار (۰/۰۲۱) بین «تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار» و «موانع راه‌اندازی کسب‌وکار»، به

دلیل وجود «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه» است. بر این اساس می‌توان دریافت که با تقویت و بهبود ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در کارآفرینان نوظهور، شدت درک موانع توسط آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و در عین حال میزان تمایل‌شان به راه‌اندازی کسب‌وکار نیز بیشتر می‌شود. این نتیجه در تحقیقات مربوط به موانع راه‌اندازی کسب‌وکار، نتیجه‌ی جدیدی محسوب می‌شود و در عین حال، با نظریه‌ها و نتایج تحقیقات در زمینه‌ی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و تأثیر آن‌ها بر فرایند راه‌اندازی مطابقت دارد. الگوی تعاملی بوچیکسکی^۱ (۱۹۹۳) که در ابتدای مقاله مطرح شد، نشان داد که میان فرد کارآفرین که مرکب از رفتار و شخصیت است و محیط که متشکل از عوامل تسهیل‌کننده و محدودکننده است، رابطه‌ی متقابلی وجود دارد. الگوهای فرایند کارآفرینی بایگریو (۱۹۸۹) و بارن و شین (۲۰۰۵) ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را در فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار دخیل می‌دانند. بایگریو (۱۹۸۹) در الگوی خود، نیاز به موفقیت، خطرپذیری، تحمل ابهام، مرکز کنترل درونی، و خلاقیت را ذکر کرده است. بارن و شین (۲۰۰۵) نیز ویژگی‌های شخصیتی را در گروه متغیرهای سطح فردی که همراه با متغیرهای دیگر در تمامی مراحل راه‌اندازی کسب‌وکار از جمله مرحله‌ی تصمیم‌گیری اولیه برای شروع دخیل هستند، نام برده است. هم‌چنین با توجه به این که تحقیق حاضر در میان شرکت‌کنندگان دوره‌های «آموزش کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار» مؤسسه‌ی کار و تأمین اجتماعی انجام شده است و بدیهی است که این افراد-که خود برای شرکت در این دوره‌ها اقدام کرده‌اند و متقاضی دریافت تسهیلات نیز هستند- در مقایسه‌ی سایر افراد جامعه در زمینه کارآفرینی فعال‌تر و مستعدتر هستند، از این رو نتایج این تحقیق دور از انتظار به نظر نمی‌رسد، اما به یقین برای تعمیم آن، نیاز به تحقیق‌های بیشتر به‌ویژه به صورت مقایسه‌ای با سایر گروه‌های جامعه است.

با توجه به نتایج یافته‌های این تحقیق، پیشنهادهای کاربردی زیر برای کاهش موانع راه‌اندازی کسب و کارهای نوظهور و به ترتیب درجه‌ی اهمیت موانع ارائه شده‌اند:

1 Buchikhi, H

۱. ترویج کارآفرینی و افزایش منزلت اجتماعی کارآفرینان از طریق برنامه‌های صدا و سیما، محدودیت‌های نگرشی و فرهنگی پراهمیت‌ترین محدودیت حاصل شده در این تحقیق است. از این رو توصیه می‌شود صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در مقام فراگیرترین رسانه‌ی کشور، برنامه‌های خود را بر اساس تفکر کارآفرینانه تولید و پخش کند.
۲. توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در نظام آموزش و پرورش، آموزش عالی و آموزش فنی و حرفه‌ای. نظام رسمی آموزش کشور نیازمند تحولی جدی است تا برخلاف وضعیت کنونی که نگرش حاکم بر آن، تربیت افراد برای اتخاذ نقش‌های مشخص در سازمان‌ها است، به نگرشی مبتنی بر کارآفرینی و خود اشتغالی اهمیت دهد و به آموزش و ارتقای مهارت‌های کلیدی لازم برای آن بپردازد. از این رو توصیه می‌شود کارآفرینی در مراکز تربیت معلم تدریس و ترویج شود، و هم‌چنین آگاهی از کارآفرینی و برخورداری از نگرش کارآفرینانه معیاری برای استخدام معلمان و مدیران آموزشی باشد. علاوه بر آن لازم است که به دانش‌آموزان و دانشجویانی که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دارند توجه شود و در هدایت تحصیلی و برنامه‌ریزی آموزشی برای آن‌ها دقت بیشتری شود.
۳. توسعه‌ی دوره‌های آموزشی متناسب با نیاز متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکار و استفاده از مدرسان مجرب صنعت مربوطه. از آن‌جا که شرکت‌کنندگان در این تحقیق، متناسب نبودن آموزش‌های کنونی کارآفرینی را با نیازهای خود برای راه‌اندازی کسب‌وکار محدودیت پراهمیتی ذکر کرده‌اند، از این رو لازم است که متقاضیان بنا به میزان تحصیلات و نوع کسب و کاری که می‌خواهند راه‌اندازی کنند، گروه‌بندی شده و ساعت‌های دروس یا کارگاه‌ها نیز متناسب با نیازمندی‌های خود این افراد برنامه‌ریزی شود. برای مثال کسانی که دانش مالی ضعیفی دارند بهتر است زمان بیشتری را صرف فراگیری آن کنند و یا از آن‌جا که هر صنعتی شرایط خاصی را دارد و نحوه‌ی بازاریابی و مدیریت عملیات برای هر صنعت متفاوت است،

- توصیه می‌شود از مدرسانی استفاده شود که در صنعت مربوطه فعالیت داشته‌اند.
۴. توسعه‌ی پارک‌های علم و فناوری و شهرک‌های صنعتی برای تأمین مکان و امکانات زیربنایی. بهترین راه برای رفع موانع حمایتی و زیربنایی اشاره شده در این تحقیق، در نظر گرفتن مکان و سایر امکانات زیربنایی به صورت مجتمع برای کسب و کارهاست.
۵. ایجاد مراکز ارائه‌ی خدمات تک ایستگاهی^۱ برای انجام رویه‌های قانونی و اداری مربوط به همه‌ی مراحل راه‌اندازی کسب و کار. مرکز خدمات تک ایستگاهی، شرکت یا محلی است که خدمات متعددی را به یک مشتری ارائه می‌دهد. با دایر شدن چنین مراکزی برای متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار، می‌توان امور ثبت شرکت، درخواست مجوزها و تسهیلات را از طریق این مراکز انجام داد و کافی است فرد متقاضی فقط به یک محل مراجعه کند.
۶. تسهیل و تسریع رویه‌ها با استقرار سیستم‌های الکترونیکی. پیشنهاد می‌شود رویه‌های اداری و قانونی مربوط به راه‌اندازی کسب و کار اصلاح و با محوریت فناوری اطلاعات به گونه‌ای مکانیزه شود که دسترسی به آن آسان، سریع، ساده و شفاف شود. تأسیس دفاتر پلیس ۱۰+ و دفاتر خدمات الکترونیکی شهری تجارب خوبی هستند که در بخش‌های دیگر کشور انجام شده‌اند.
۷. توسعه‌ی بانک‌های اطلاعاتی و شرکت‌های خدمات مشاوره راه‌اندازی کسب و کار. همان‌طور که کارآفرینان نوظهور اعلام کرده‌اند نبود دانش و آگاهی‌های کافی و دسترسی‌نداشتن به منابع اطلاعاتی مناسب از محدودیت‌های آن‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار بوده است. از این رو توصیه می‌شود بانک‌های اطلاعاتی مختلفی در زمینه‌های مورد نیاز کسب و کارهای کوچک ایجاد شود. هم‌چنین وجود شرکت‌هایی که به متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار، خدمات مشاوره تخصصی ارائه

1 One Stop Shop or One Stop Service

دهند می‌تواند موجب تسریع فرایند راه‌اندازی شود و از تکرار اشتباهات رایج در این فرایند جلوگیری کند.

۸. توسعه‌ی سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تأسیس بانک‌های تخصصی توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک و اعطای وام با کمترین الزامات. برای رفع محدودیت سرمایه‌ی اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک توصیه می‌شود قوانین مناسبی برای توسعه‌ی سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر وضع شود، بانک‌های تخصصی توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک تأسیس شود و در مجموع تسهیلات مالی برای متقاضیان راه‌اندازی کسب‌وکار افزایش یابد و اعطای آن‌ها آسان‌تر شود (مثلاً بدون نیاز به وثیقه، دوره‌ی تنفس بیشتر برای بازپرداخت و هم‌چنین زمان بازپرداخت طولانی‌تر و نرخ بهره‌ی پایین‌تر).

۹. اجرای آزمون شخصیت کارآفرینانه برای متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار. با توجه به نتیجه‌ی مهم این تحقیق که افراد با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه تمایل بیشتری به عبور از موانع دارند، توصیه می‌شود متقاضیان شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی و هم‌چنین متقاضیان دریافت تسهیلات بانکی از لحاظ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه آزموده شوند. بدین منظور می‌توان از «ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی» (کردنائیج، زالی، هومن و شمس، ۱۳۸۶) استفاده کرد.

در انتها یادآور می‌شود که موانع راه‌اندازی کسب‌وکار نیازمند تحقیق‌های بیشتری است. از این رو پیشنهاد می‌شود موانع و محدودیت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار با رویکرد و الگوهای جدیدتری مانند مدل کانو و تئوری عوامل بهداشتی و انگیزشی همراه با متغیرهای دیگری چون هوشیاری کارآفرینانه^۱، الگوی ذهنی^۲،

1 Entrepreneurial alertness

2 Schema



خودکارآمدی شخصی^۱ و ضریب کارآفرینی^۲ به عنوان متغیر تعدیل گر میان موانع راه اندازی و تمایل به راه اندازی کسب و کار، مورد بررسی بیشتر قرار گیرد.

1 Self efficacy
2 Entrepreneurial Quotient

منابع

۱. آذر، عادل و منصور مؤمنی (۱۳۷۸). *آمار و کاربرد آن در مدیریت (تحلیل آماری)*، تهران: سمت.
۲. زالی، محمدرضا و سیدمصطفی رضوی (۱۳۸۷)، *پژوهشی در زمینه: موانع توسعه کارآفرینی در ایران*، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی.
۳. شفیعی، مسعود و عبدالرضا شقاقی (۱۳۸۲)، *افزایش مشارکت مؤثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط*، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
۴. کردنائیچ، اسدالله؛ زالی، محمدرضا؛ هومن، حیدرعلی و شهاب‌الدین شمس (۱۳۸۶)، *ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی*، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
5. Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2001). "Many are Calles, but Few are Chosen: An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 41-56.
6. Baron, Robert A. & Shane, Scott A., (2005). *Entrepreneurship, A Process Perspective*. By South-Western, Part of the Thomson Corporation.
7. Belghitar, Y., & Parker, S. C. (2006). "What Happens to Nascent Entrepreneurs? An Econometric Analysis of the PSED". *Small Business Economics*, 27: 81-101.
8. Buchikhi, H., 1993, "A constructivist framework for understanding the entrepreneurship performance", *Organization Studies*, 14/4, P558.
9. Bygrave, W.D. (1989). "The Entrepreneurship Paradigm (II): Chaos and Catastrophes among Quantum Jumps?". *Entrepreneurship Theory and Practice*, p.8.
10. Finnerty, J. F. and Krzystofik, A. T. (1985). "Barriers to small business formation". *Journal of Small Business Management*, 23(3), pp. 50-58.
11. Gartner, W. B., & Carter, N. M. (2003). "Entrepreneurial Behavior and Firm Organizing Processes". In Z. J. Acs, & D. B. Audretsch, *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 195-221). New York: Springer.
12. Kouriloff, M. (2000). "Exploring Perceptions of A Priori Barriers to Entrepreneurship: A Multidisciplinary Approach". *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, pp. 59-79.

13. Parker, S.C. and Belghitar, Y. (2006). "What Happens to Nascent Entrepreneurs? An Econometric Analysis of the PSED". *Small Business Economics*. 27: 81-101.
14. Robertson, M. et al. (2003). "Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs". *Education & Training*, Vol. 45, Iss. 6; pp. 308-317.
15. Schoof, U. (2006). **Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people**. International Labour Office. Geneva.
16. Terpstra, D. E. and Olsen, P. D. (1993). "Entrepreneurial Start-up and Growth: A Classification of Problems". *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring, pp. 5-19.
17. Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2001, Summer). "The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues". *Entrepreneurship Theory and Practice* , pp. 57-80.
18. Van Auken, H. E. (1999). "Obstacles to business launch", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 4, Iss. 2; pp. 175-188.
19. Yusuf, A.B. (1998), "Small Business Development and Survival in the South Pacific: Barriers and Strategic Responses", *Journal of Entrepreneurship*, 7, 49-65.
20. Bosma, N. et al. (2008). "Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report". www.gemconsortium.org
21. Doing business 2008 Iran (comparing regulation in 178 economies), World Bank Group, 2007.