

## بررسی شاخص‌های معطوف به نیازهای مالی کارآفرینان از طرح تا توسعه

(مطالعه موردی: شرکت‌های صنایع مواد غذایی و مواد شیمیایی استان قم)

حسین خنیفر<sup>۱</sup> - ناصر جمشیدی<sup>۲\*</sup> - محمود رامشینی<sup>۳</sup>

۱. دانشیار دانشگاه تهران پردیس قم

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی، پردیس قم دانشگاه تهران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی، پردیس قم دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۹/۱۷، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۰/۵)

### چکیده

در این تحقیق ما به بررسی مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت می‌پردازیم. مراحل توسعه‌ی شرکت در این تحقیق به چهار مرحله‌ی: ۱- مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار، ۲- مرحله‌ی شروع کسب و کار، ۳- مرحله بهره‌برداری و ۴- مرحله رشد تقسیم می‌شوند، سپس نیازهای مالی مربوط به هر مرحله بررسی می‌شود. جامعه‌ی آماری ما در این تحقیق، کارآفرینان دو صنعت مواد غذایی و مواد شیمیایی در استان قم هستند. داده‌های مورد نیاز این تحقیق با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری شده و به وسیله نرم‌افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برای کارآفرینان صنایع مواد غذایی و مواد شیمیایی، هزینه‌های تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار، هزینه‌ی احداث کارخانه و تجهیزات و هزینه‌ی وجوه نقد و نقدینگی به ترتیب در سه مرحله‌ی اول توسعه‌ی شرکت، مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان را تشکیل می‌دهند. در مرحله‌ی چهارم توسعه (رشد) هزینه‌ی منابع انسانی و مالی در صنعت مواد غذایی و هزینه‌ی کانال‌های جدید توزیعی در صنعت مواد شیمیایی مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان را شکل می‌دهند.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرین، نیازهای مالی، مراحل توسعه‌ی شرکت، صنعت مواد غذایی، صنعت مواد شیمیایی

## مقدمه

در سال‌های اخیر با توجه به نقش کارآفرینان در رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشورها و نیز با توجه به مسائل و تنگنانهایی که از نظر اقتصادی و توسعه‌ی صنعتی و به‌ویژه بیکاری وجود دارد، ضرورت ایجاد می‌کند تا به ترویج توسعه‌ی کارآفرینی در سطح گسترده پرداخته شود (Ardichvili, 2008, p.23). منابع مورد نیاز برای یک فعالیت کارآفرینی به‌طور کلی شامل دو دسته منابع مادی (فیزیکی) و غیرمادی می‌شود. مهم‌ترین منابع فیزیکی که برای عملیات و رشد کسب‌وکار بسیج می‌شوند شامل مواد خام مورد نیاز، مکانی برای عملیات و فعالیت‌های تولیدی، تجهیزات و کارخانه و منابع مالی هستند (Durr et al, 2000, p.79).

یکی از ملزومات اساسی برای ایجاد هر کسب‌وکار، سرمایه و منابع مالی است. کمبود سرمایه و دسترسی نداشتن به منابع مالی از جمله بزرگ‌ترین مشکلاتی است که کارآفرینان برای ایجاد کسب‌وکار با آن مواجه هستند (صدری نیا و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۳). این یک حقیقت است که کار مخاطره‌آمیز برای بقا احتیاج به سرمایه دارد و تعداد بسیار زیادی از شکست‌های شغلی بر اثر نبودن پشتیبانی مالی مناسب رخ می‌دهد. اما داشتن پول تنها محافظ در برابر شکست نیست. اغلب ناکامی‌هایی که بر اثر نبودن تامین مالی مناسب به‌وجود می‌آید نشانگر سایر مشکلات به این شرح است: صلاحیت نداشتن مدیران، نبودن درک مسایل مالی، سرمایه‌گذاری ناچیز، برنامه‌ی غیرعملی و نظیر آن. بسیاری از کارآفرینان موفق هنگامی که اقدام به انجام کارهای مخاطره‌آمیز می‌کنند بر نبود پول فایق می‌آیند. پول برای چنین کارآفرینانی یک منبع است اما هرگز یک هدف اصلی نیست (شاه حسینی، ۱۳۸۸، ص ۱۹). بررسی موانع کارآفرینی در بازار ایران نشان می‌دهد که وضعیت نامناسب مالی، نبودن مهارت‌های مدیریتی و بازاریابی، نبود دانش فنی و حقوقی و مالی و حسابداری، کمبود سرمایه‌ی شخصی و مشکلات دریافت وام، اصلی‌ترین موانع فراروی کارآفرینان است (سعیدی نیا، ۱۳۸۰).

بی‌شک روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیان‌گر این واقعیت است که

اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه‌ی اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه نیافته ضرورت آن را در توسعه‌ی اقتصادی نادیده گرفته‌اند. هر محیطی که افرادش برخوردار از تفکر و هنر کارآفرینی باشد، اقتصادی پویا و متنوع خواهد داشت (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۴۹). نتایج یک تحقیق در زمینه‌ی تعیین اهمیت کارآفرینی در آمریکای جنوبی نشان داد که بالای ۷۰ درصد کارهای برجسته‌ی گوناگون اقتصادی با فعالیت‌های کارآفرینانه انجام شده است (Macke, 2002). بررسی‌ها نشان می‌دهد دو دسته از عوامل، بیرونی و درونی در موفقیت کارآفرینان نقش دارند. از جمله عوامل بیرونی می‌توان به سیاست‌های حمایتی دولت، موقعیت بازار<sup>۱</sup>، توان مالی<sup>۲</sup> و دانش و اطلاعات لازم اشاره کرد. عوامل درونی یا شخصی موفقیت کارآفرینان هم عبارتند از: مدیریت مالی، خصوصیت ویژه‌ی کارآفرین، فرایند تولید و توان رقابت در عرصه‌ی بازار (Drucker, 1998). پارسون<sup>۳</sup> و اسملسر<sup>۴</sup> کارآفرینی را یکی از دو شرط ضروری توسعه‌ی اقتصادی می‌دانند (شرط ضروری دیگر به نظر آنان عبارتست از ارزش افزوده‌ی به‌دست آمده). اولین مرحله‌ی کارآفرینی ارایه‌ی یک ایده‌ی نو می‌باشد که بعد از آن نیازهای مالی برای کاربردی کردن ایده مطرح می‌شود که اگر نگوییم اساسی‌ترین، یکی از نیازهای اساسی کارآفرینی به‌شمار می‌آید. براساس تحقیقی که از اروپاییان پرسیده شد دیدگاهشان را در مورد موانع شروع یک تجارت بیان کنند، ۶۹ درصد توافق داشتند که روندهای اداری موجود خیلی پیچیده و ۷۶ درصد به نبودن سرمایه‌ی لازم اشاره کردند (Sophia & Rafael, 2006, p.5) در تحقیقی دیگر در میان کارآفرینان تایلندی ۵۴ درصد بیان کردند که اگر می‌توانستند کسب و کارشان را گسترش دهند سودآورتر می‌بود و وقتی از آن‌ها سؤال شد چرا از این فرصت استفاده نمی‌کنند، ۵۶ درصد بیان می‌کردند که پول کافی برای این کار

1. Market Position
2. Financial Power
3. Parson
4. Smelsor

را ندارند (Paulson&Townsend,2004,pp.229-262). در پژوهشی دیگر در فنلاند از تعداد ۱۸۴۰ نفر نیروی کار که ۴۶ درصد مرد و ۵۲ درصد زن (۲ درصد بدون جواب) بودند، با استفاده از روش تحلیل عاملی، ۷ مانع کارآفرینی (مستخرج از ۲۷ متغیر) شناسایی شده که این هفت عامل عبارتند از: وضعیت زندگی، خطرپذیری اقتصادی، نبودن مهارت، خطرپذیری اجتماعی، نبودن تعهد، نبودن منابع و نبودن حمایت اجتماعی، نتیجه‌ی تحقیق نشان داد که خطرپذیری اقتصادی و نبودن مهارت نیروی کار فعال کشور فنلاند، به ترتیب مهم‌ترین موانع کارآفرینی این کشور بوده‌اند (زالی و رضوی، ۱۳۸۷، صص ۳۲-۳۳). هم‌چنین در تحقیقی دیگر پژوهشگری به نام اوکن، طی پژوهشی از شرکت‌کنندگان در کارگاه آموزشی "ارزیابی ایده‌ی کسب‌وکار"<sup>۱</sup> در مورد موانع راه‌اندازی کسب‌وکار نظرسنجی کرد. درنهایت وی به این نتیجه رسید که خطرپذیری مالی زیاد به‌عنوان یکی از عوامل مهم در موانع راه‌اندازی کسب‌وکار از دیدگاه کارآفرینان بالقوه است (Auken,1999,p181). همان‌طور که ملاحظه می‌شود در همه‌ی این پژوهش‌ها، نیازهای تأمین مالی همواره به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین نیازها رتبه‌بندی شده و این در حالی است که تاکنون در کشور ما، تحقیقی پیرامون نیازهای مالی کارآفرینان در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت انجام نشده است. آن‌چه که بیش‌تر به آن توجه شده بررسی موانع کارآفرینی به‌صورت کلی می‌باشد که در همه‌ی این پژوهش‌ها نیز نیازهای مالی به‌عنوان یکی از نیازها و موانع اصلی کارآفرینی مطرح بوده است.

از این‌رو در این پژوهش هدف اصلی تحقیق، بررسی نیازهای مالی کارآفرینان (به‌عنوان یکی از مشکلات و موانع اساسی کارآفرینی) بوده و اهداف فرعی تحقیق نیز شامل شناسایی مهم‌ترین نیازهای تأمین مالی و اولویت‌بندی این نیازها است.

### مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینان افراد یا گروه‌هایی هستند که به شکل مستقل یا از جانب یک نظام سازمانی

1 . Evaluation of business ideas

عمل کرده و سازمان‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند یا اقدام به نوآوری و احیای سازمانی می‌کنند که از قبل وجود داشته است (Chrisman & Kellermanns, 2006, p.61) ویژگی این سازمان‌ها (کسب و کارهای مستقل)، مدیریت مالک<sup>۱</sup>، سادگی فعالیت‌های اجرایی و به‌طور معمول حجم کوچک و نوپا بودن کسب و کار است. در این شرایط کارآفرینی به معنای ایجاد ساختاری ملموس برای کسب و کار است. مالکان این کار را با ترکیب عوامل تولید به نحوی که ارزش افزوده برای بازار به دنبال داشته باشد، انجام می‌دهند. راهبردها به‌طور عمده برگرفته از شخصیت و اهداف مالک است. اغلب، مهم‌ترین هدف راهبردی، انجام کاری متفاوت برای دستیابی به قیمتی مناسب است که می‌تواند سود خوبی را در ازای سرمایه‌گذاری انجام شده به دنبال داشته باشد و امکان توسعه‌ی بیش‌تر را فراهم آورد. به‌نوعی، اولویت‌های راهبردی در کنار توسعه‌ی کالا تکامل می‌یابند و بازارهایی را شناسایی می‌کنند که هم‌اینک خدمات خوب و کافی در آن‌ها ارایه نمی‌شود (مقیم‌ی و احمد پور داریانی، ۱۳۸۷، ص ۲۰۹). کویسک و وایستر<sup>۲</sup> بر این باورند که توابع مهم در این حوزه عبارتند از: طرح محصولات - خدمات، شناخت قدرت بازار، ایجاد کسب و کار، تأمین بودجه و توسعه‌ی زیرساختاری. نیازهای سازمانی به‌طور عمده در راستای این امر هستند که مالکان کنترل‌های مناسب مالی را اجرا کنند، اختیارات کافی را به دیگران در بنگاه واگذار کرده و وظایف و مسئولیت‌های افراد را به روشنی تعریف کنند. چالش‌های اصلی عبارتند از: کمبود نقدینگی و رقابت از جانب رقبای بزرگ‌تر و قوی‌تر. مشکلات رایج نیز عبارتند از کمبود سرمایه، توانایی‌های اجرایی، یا استعدادهای ناکافی و کنترل‌های ضعیف (Miller, 2006, p.68).

کارآفرین به‌عنوان 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 از مهم‌ترین موارد اهمیت

1 . Owner management

2 .Kubicek & Ibester

کارآفرینی است. سه دلیل مهم توجه به کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد بوده و هم‌چنین استقلال و رضایت و پاداش مالی و خودباوری از نتایج کارآفرینی است (نظری، ۱۳۸۷، صص ۵۴-۵۵).

### الگوی مفهومی تحقیق

#### مراحل توسعه‌ی شرکت<sup>۱</sup>

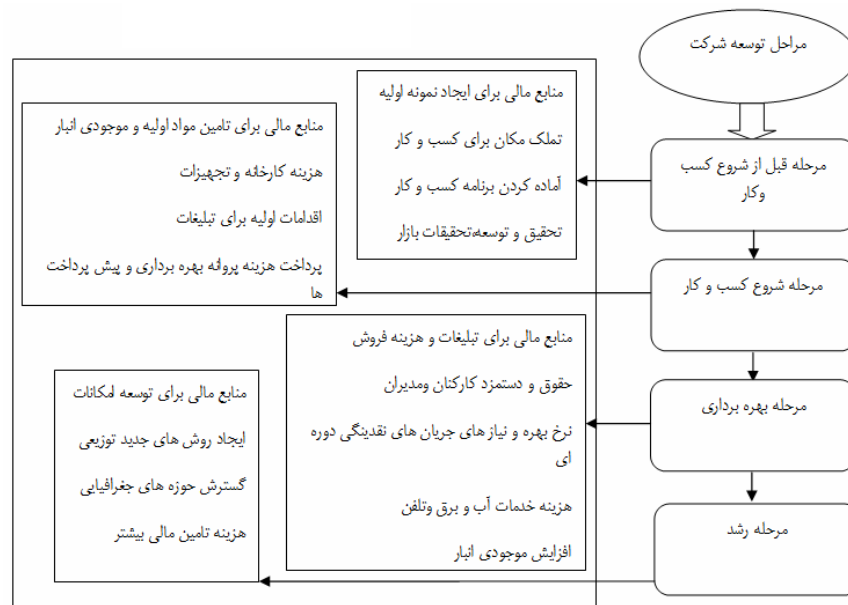
صاحب‌نظران مختلف، مراحل ایجاد و توسعه‌ی شرکت را در قالب‌های متعددی دسته‌بندی کرده‌اند که یکی از این دسته‌بندی‌ها به شامل مراحل زیر است:

۱. مرحله‌ی ایجاد کسب‌وکار<sup>۲</sup>: در این مرحله، فرایند کارآفرینانه ایجاد شده و خلاقیت مورد نیاز بوده و هم‌چنین برای انباشت و کسب منابع مالی و غیرمالی، نیاز به خلاقیت، ارزیابی و شبکه‌سازی است.
۲. مرحله‌ی شروع کسب‌وکار<sup>۳</sup>: در این مرحله فعالیت‌های لازم برای ایجاد برنامه‌ی رسمی کسب‌وکار، جست‌وجوی سرمایه، انجام فعالیت‌های بازاریابی و ایجاد گروه کارآفرینانه اثرگذار انجام می‌شود.
۳. مرحله‌ی رشد<sup>۴</sup>: در این مرحله، رشد و انتقال از رهبری انفرادی کارآفرینانه به رهبری گروه‌گرایی مدیریتی مطرح است.
۴. مرحله‌ی تثبیت کسب‌وکار<sup>۵</sup>: در طول این مرحله رقابت شرکت‌ها و بی‌تفاوتی مشتریان به کالاها و خدمات کارآفرینان افزایش یافته و بازار اشباع می‌شود.
۵. مرحله‌ی نوآوری یا افول<sup>۶</sup>: شرکت‌هایی که به نوآوری توجه نمی‌کنند، سرنوشتی جز نابودی نخواهند داشت، شرکت‌هایی که از نظر مالی موفق بوده‌اند اغلب تلاش می‌کنند تا شرکت‌های نوآورانه‌ی دیگری را تصاحب کرده و از این راه رشد خود را حفظ

- 
- 1 . Stages of company development
  - 2 .Prestart- up phase
  - 3 .Start- up phase
  - 4 .Growth phase
  - 5 .Business stabilization
  - 6 .Innovation or Decline

کنند (Hodgetts & Kuratko, 2001, p.150).

در یک تقسیم‌بندی دیگر، که فرای انجام داده و در واقع الگوی مفهومی این تحقیق نیز به‌شمار می‌رود مراحل توسعه‌ی شرکت و نیازهای مالی هر مرحله به‌صورت شکل شماره (۱) نشان داده شده است (Fry, 1993, p.137).



شکل ۱. الگوی مفهومی تحقیق

از طرفی در هر یک از مراحل توسعه‌ی فعالیت کارآفرین، نیازهای مالی مطرح است که مرحله‌ی اول تأمین مالی، سرمایه‌گذاری‌های فراهم شده برای شرکت می‌باشد و توسعه‌ی اولیه‌ی آنرا فراهم می‌کند و نیازمند سرمایه‌ی اضافی برای تولید و فروش است. مرحله‌ی دوم تأمین مالی، سرمایه‌ی در جریان برای توسعه‌ی اولیه‌ی شرکت که باعث افزایش فروش در حال رشد می‌شود اما امکان دارد هنوز سودآور نباشد. مرحله‌ی سوم تأمین مالی، برای توسعه‌ی شرکت، فعالیت‌های مرتبط با بازاریابی، سرمایه‌ی در جریان و توسعه‌ی محصول

توسط شرکت به کار می‌رود و در نهایت مرحله چهارم تأمین مالی برای شرکت‌هایی است که انتظار دارند در عرض شش ماه یا یک سال سهام خود را به عموم عرضه کنند (Bruno & Tyebjee, 1985, pp.66-67).

### سؤال‌های تحقیق

- ◀ کدام عوامل مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان را در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت شکل می‌دهد؟
- ◀ ترتیب اهمیت این نیازها در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت چگونه است؟

### روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و براساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق، مدیران شرکت‌های کارآفرین در دو صنعت مواد غذایی و مواد شیمیایی و شوینده می‌باشد. با استفاده از روش تصادفی ساده، مدیران شرکت‌های مرتبط با این دو صنعت برای نظرسنجی انتخاب شدند. با توجه به هدف تحقیق که شناسایی میزان اهمیت نیازهای کارآفرینان در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت است پرسش‌نامه‌ی این تحقیق در یک مقیاس سنجش میزان اهمیت و در چهار بُعد مراحل توسعه‌ی شرکت که شامل ۱- مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار ۲- مرحله‌ی شروع کسب و کار ۳- مرحله‌ی بهره‌برداری<sup>۱</sup> و ۴- مرحله‌ی رشد می‌باشد، طراحی و تنظیم شد. البته لازم به یادآوری است که برای شناسایی نیازهای مالی کارآفرینان در هر یک از مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت، منابع و دسته‌بندی‌های انجام شده در این زمینه مطالعه و بررسی شده و سپس مبنای طراحی پرسش‌نامه‌ی مناسب و بومی در نظر گرفته شد. برای تعیین حجم نمونه، با در نظر گرفتن آمار رسمی سازمان صنایع و معادن استان قم و با توجه به مشخص بودن تعداد شرکت‌ها در هر یک از دو صنعت بررسی شده، از فرمول نمونه‌گیری از جامعه‌ی محدود مطابق فرمول زیر استفاده کردیم:

1 . Operation phase



$$n = \frac{N \cdot Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot P(1 - P)}{\epsilon^2 (N - 1) + Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot P(1 - P)}$$

n: اندازه حجم نمونه Z: متغیر استاندارد توزیع نرمال  $\epsilon$ : خطای برآورد

در این تحقیق حجم نمونه با توجه به میزان خطای ۰/۰۱ و سطح اطمینان ۹۵/ (۰/۰۵) (۰/۹۵)

به صورت زیر است.

نام صنعت	تعداد کل شرکت	تعداد نمونه
مواد غذایی	۳۹	۲۱
مواد شیمیایی و شوینده	۴۴	۲۳

### روایی و پایایی

برای افزایش روایی پرسش‌نامه طراحی شده‌ی محقق، که شامل ۲۰ سؤال در طیف لیکرت و در چهار بُعد به همراه سؤال‌های جمعیت‌شناختی بود، مصاحبه‌هایی با سه دسته از خبرگان متخصص در زمینه‌ی کارآفرینی، مالی و بازاریابی برای بررسی و ارزیابی تکمیلی پرسش‌نامه‌ی تحقیق انجام شد. خبرگان تحقیق از افرادی انتخاب شده بودند که هم دارای دانش دانشگاهی درباره‌ی کارآفرینی و مباحث مالی و بازاریابی بودند و هم در زمینه‌ی سابقه‌ی عملی تجربه‌ی مناسبی داشتند. در نهایت پس از بررسی پرسش‌نامه و انجام اصلاحات لازم، پرسش‌نامه‌ی نهایی تحقیق به دست آمد.

جدول ۱. میزان آلفای کرونباخ

میزان آلفای کرونباخ	صنعت مواد غذایی	میزان آلفای کرونباخ	صنعت مواد شیمیایی و شوینده
۰/۸۱	مرحله‌ی قبل از شروع کسب‌وکار	۰/۷۸	مرحله‌ی قبل از شروع کسب‌وکار
۰/۷۵	مرحله‌ی شروع کسب‌وکار	۰/۷۲	مرحله‌ی شروع کسب‌وکار
۰/۷۱	مرحله‌ی بهره‌برداری	۰/۷۲	مرحله‌ی بهره‌برداری
۰/۷۲	مرحله‌ی رشد	۰/۷۷	مرحله‌ی رشد
۰/۷۸	کل	۰/۷۹	کل

از سویی دیگر برای سنجش پایایی (اعتبار) پرسش‌نامه‌ی تحقیق، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ آن محاسبه شد که نتایج آن برای هر کدام از ابعاد دو صنعت بررسی شده در جدول شماره (۱) نشان داده شده است.

میزان آلفای کرونباخ برای پاسخ گویندگان هر دو صنعت نزدیک به ۸/۸ می باشد که نشان دهنده ی پایایی به نسبت بالای سؤال های پرسش نامه است.

### تحلیل و بررسی

در ابتدا ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان مانند تحصیلات، میزان درآمد و غیره مربوط به پاسخ دهندگان در جدول شماره (۲) ارایه شده است.

جدول ۲. ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

صنعت مواد شیمیایی و شوینده ها			صنعت مواد غذایی			ویژگی
فوق لیسانس و بالاتر: ۵۶٪	لیسانس: ۲۳٪	دیپلم و زیر دیپلم: ۲۱٪	فوق لیسانس و بالاتر: ۰٪	لیسانس: ۳۹٪	دیپلم و زیر دیپلم: ۶۱٪	تحصیلات
۴۰ سال و بالاتر: ۳۰٪	بین ۳۰ تا ۴۰ سال: ۵۹٪	بین ۲۰ تا ۳۰ سال: ۱۱٪	۴۰ سال و بالاتر: ۵۰٪	بین ۳۰ تا ۴۰ سال: ۵۰٪	بین ۲۰ تا ۳۰ سال: ۰٪	سن
بالاتر از ۲ میلیون تومان: ۱۴٪	بین ۱ تا ۲ میلیون تومان: ۷۲٪	زیر ۱ میلیون تومان: ۱۴٪	بالاتر از ۲ میلیون تومان: ۵۰٪	بین ۱ تا ۲ میلیون تومان: ۳۹٪	زیر ۱ میلیون تومان: ۱۱٪	میزان درآمد

بر اساس اطلاعات جدول شماره (۲)، بیش تر کارآفرینان در صنعت مواد غذایی، تحصیلات پایین (دیپلم و زیر دیپلم) دارند و این در حالی است که در صنعت مواد شیمیایی و شوینده ها این میزان برعکس می باشد، بدین معنی که بیش تر افراد کارآفرین در این صنعت تحصیلات بالای دانشگاهی (کارشناسی ارشد و بالاتر) دارند. هم چنین وضعیت سنی کارآفرینان در این ۲ صنعت نشان می دهد که بیش تر کارآفرینان در صنعت مواد غذایی میان سال هستند و این در حالی است که در صنعت مواد شیمیایی و شوینده ها، افراد جوان تر (زیر ۳۰ سال) نیز در این میان وجود دارند و در نهایت در صنعت مواد غذایی، بیش تر افراد دارای درآمد ماهیانه بالا (بالاتر از ۲ میلیون تومان) هستند در حالی که صنعت مواد شیمیایی و شوینده ها، توزیع درآمدشان شبیه طیف نرمال است.

برای پاسخ به سؤال اول تحقیق برای شناسایی میزان اهمیت نیازهای مالی کارآفرینان در هر کدام از ۲ صنعت مواد غذایی و مواد شیمیایی از آزمون میانگین استفاده می شود. براساس طیف ۵ گزینه ای لیکرت که در پرسش نامه برای سنجش اهمیت شاخص ها استفاده

شده، به منظور انجام آزمون، میانگین اهمیت برابر ۳ در نظر گرفته شده و بر مبنای آن آزمون انجام شد که نتیجه‌ی آزمون در جداول شماره ۳ و ۴ نشان داده می‌شود.

جدول ۳. نتایج آزمون صنعت مواد غذایی

توسعه شرکت	مراحل	عامل	df	میانگین	حد پایین	حد بالا	t	Sig
مرحله قبل از شروع کسب و کار		تملک مکان	۲۰	۴,۵۷۱۴	۱,۲۹۹۴	۱,۸۴۳۵	۱۲,۰۵۰	.۰۰۰
		برنامه کسب و کار	۲۰	۴,۴۲۸۶	۱,۱۹۷۷	۱,۶۵۹۴	۱۲,۹۱۰	.۰۰۰
		تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار	۲۰	۴,۶۶۶۷	۱,۴۴۶۸	۱,۸۸۶۵	۱۵,۸۱۱	.۰۰۰
		طراحی محصول	۲۰	۳,۵۷۱۴	.۱۵۰۰	.۹۹۲۹	۲,۸۲۸	.۰۱۰
مرحله شروع کسب و کار		هزینه احداث کارخانه و تجهیزات	۲۰	۴,۰۹۵۲	.۹۵۸۳	۱,۲۳۲۲	۱۶,۶۸۶	.۰۰۰
		تأمین مواد اولیه و موجودی انبار	۲۰	۴,۰۴۷۶	.۷۷۹۲	۱,۳۱۶۰	۸,۱۴۳	.۰۰۰
		اقدامات اولیه تبلیغات	۲۰	۳,۹۵۲۴	.۶۱۵۵	۱,۲۸۹۲	۵,۸۹۸	.۰۰۰
		هزینه پروانه بهره‌برداری	۲۰	۳,۳۸۱۰	-.۰۳۸۱	.۸۰۰۰	۱,۸۹۶	.۰۷۲
مرحله بهره‌برداری		پیش‌پرداخت‌ها (مواد اولیه، تبلیغات و ...)	۲۰	۲,۶۱۹۰	-.۷۷۴۵	.۰۱۲۶	-۲,۰۱۹	.۰۵۷
		نرخ بهره بانکی	۲۰	۴,۱۹۰۵	.۷۲۱۴	۱,۶۵۹۵	۵,۲۹۴	.۰۰۰
		افزایش موجودی انبار	۲۰	۳,۵۷۱۴	-.۰۱۴۵	۱,۱۵۷۴	۲,۰۳۴	.۰۵۵
		هزینه ثابت (آب و برق و اجاره و ...)	۲۰	۳,۳۵۰۰	-.۰۵۹۶	.۷۵۹۶	۱,۷۸۹	.۰۹۰
		حقوق و دستمزد مدیران و کارکنان	۲۰	۴,۴۷۶۲	۱,۱۶۶۸	۱,۷۸۵۶	۹,۹۵۴	.۰۰۰
		هزینه انجام تبلیغات	۲۰	۴,۲۳۸۱	.۹۵۳۷	۱,۵۲۲۵	۹,۰۸۰	.۰۰۰
		هزینه‌های مربوط به فروش	۲۰	۳,۷۱۴۳	.۴۲۱۳	۱,۰۰۷۳	۵,۰۸۵	.۰۰۰
		وجه نقد و نقدینگی	۲۰	۴,۷۶۱۹	۱,۵۶۳۲	۱,۹۶۰۶	۱۸,۵۰۰	.۰۰۰
مرحله رشد		منابع مالی و انسانی برای توسعه	۲۰	۴,۲۳۸۱	.۹۵۳۷	۱,۵۲۲۵	۹,۰۸۰	.۰۰۰
		روش‌های جدید توزیعی	۲۰	۳,۲۳۸۱	-.۲۷۹۰	.۷۵۵۲	.۹۶۰	.۳۴۸
		گسترش حوزه‌های جغرافیایی	۲۰	۴,۰۹۵۲	.۸۴۹۹	۱,۳۴۰۶	۹,۳۱۲	.۰۰۰
		هزینه نمایندگی‌های فروش	۲۰	۲,۸۵۷۱	-.۶۲۶۴	.۳۴۰۷	-.۶۱۶	.۵۴۵

در این آزمون‌ها فرض  $H_1$  به معنی این است که میانگین نمره‌ی پاسخ‌دهنده‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیش‌تر از ۳ می‌باشد و فرض  $H_0$  به معنای کوچک‌تر مساوی ۳ بودن میانگین نمره‌ی پاسخ‌دهنده‌ها است. براساس یافته‌های آزمون، مقدار آماره‌ی  $t$  برای هر یک از مقیاس‌های مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار مثبت به دست آمده و هم‌چنین در مورد همه‌ی چهار عامل این مرحله، مقدار  $sig$  کم‌تر از ۵ درصد است، بنابراین در فاصله‌ی اطمینان ۹۵ درصد، فرض  $H_0$  رد و فرض  $H_1$  پذیرفته می‌شود. بنابراین همه‌ی این چهار عامل در صنعت مواد غذایی از نظر نیازهای مالی کارآفرینان اهمیت معنی‌داری دارند. در مرحله‌ی شروع کسب و کار، در مورد سه عامل اول، فرض  $H_1$  پذیرفته و فرض  $H_0$  رد

می شود اما در مورد ۲ عامل هزینه‌ی پروانه‌ی بهره‌برداری و هزینه‌ی پیش پرداخت‌ها فرض  $H_0$  پذیرفته می‌شود. در مورد عوامل مربوط به مرحله‌ی بهره‌برداری، اهمیت همه‌ی عوامل به جز دو عامل (هزینه‌ی ثابت و هزینه‌ی مربوط به موجودی انبار) معنی‌دار است و در نهایت در بین عوامل مربوط به مرحله‌ی رشد شرکت، معنی‌داری دو عامل هزینه‌های مربوط به منابع مالی و انسانی و هزینه‌های گسترش حوزه‌های جغرافیایی تأیید شدند.

جدول ۴. نتایج آزمون در مورد صنعت مواد شیمیایی

مراحل توسعه شرکت	عامل	df	میانگین	حد پایین	حد بالا	t	Sig
مرحله قبل از شروع کسب و کار	تملك مکان	۲۲	۳,۱۴۲۹	-۰.۵۵۵	۰.۷۹۱۲	۰.۴۶۰	۰.۶۵۱
	برنامه کسب و کار	۲۲	۳,۹۵۲۴	۰.۵۳۳۳	۱,۳۷۱۵	۴,۷۴۰	۰.۰۰۰
	تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار	۲۲	۴,۶۱۹۰	۱,۲۸۲۲	۱,۹۵۵۹	۱۰,۰۲۶	۰.۰۰۰
مرحله شروع کسب و کار	طراحی محصول	۲۲	۳,۷۶۱۹	۰.۳۳۲۴	۱,۱۹۱۴	۳,۷۰۰	۰.۰۰۱
	هزینه احداث کارخانه و تجهیزات	۲۲	۴,۰۰۰۰	۰.۶۴۷۴	۱,۳۵۲۶	۵,۹۱۶	۰.۰۰۰
	تأمین مواد اولیه و موجودی انبار	۲۲	۳,۷۱۴۳	۰.۳۵۷۵	۱,۰۷۱۱	۴,۱۷۶	۰.۰۰۰
	اقدامات اولیه تبلیغات	۲۲	۳,۳۸۱۰	۰.۰۴۴۱	۰.۷۱۷۸	۲,۳۵۹	۰.۰۲۹
	هزینه پروانه بهره‌برداری	۲۲	۲,۶۱۹۰	-۰.۹۸۲۷	۰.۲۲۰۸	-۱,۳۲۱	۰.۲۰۲
	پیش پرداخت‌ها (مواد اولیه، تبلیغات و ...)	۲۲	۲,۷۶۱۹	-۰.۶۴۲۸	۰.۱۶۶۶	-۱,۲۲۷	۰.۲۳۴
	نرخ بهره بانکی	۲۲	۳,۹۰۴۸	۰.۵۵۵۰	۱,۲۵۴۵	۵,۳۹۶	۰.۰۰۰
مرحله بهره‌برداری	افزایش موجودی انبار	۲۲	۳,۲۳۸۱	-۰.۳۷۱۰	۰.۸۴۷۲	۸۱۵	۰.۴۲۴
	هزینه ثابت (آب و برق و اجاره و ...)	۲۲	۳,۰۴۷۶	-۰.۲۸۹۲	۰.۳۸۴۵	۰.۲۹۵	۰.۷۷۱
	حقوق و دستمزد مدیران و کارکنان	۲۲	۳,۴۲۸۶	۰.۱۲۰۸	۰.۷۳۶۳	۲,۹۰۵	۰.۰۰۹
	هزینه انجام تبلیغات	۲۲	۳,۴۰۰۰	۰.۰۴۷۱	۰.۷۵۲۹	۲,۳۷۳	۰.۰۲۸
	هزینه‌های مربوط به فروش	۲۲	۳,۰۰۰۰	-۰.۳۵۲۶	۰.۳۵۲۶	۰.۰۰۰	۱,۰۰۰
	وجه نقد و نقدینگی	۲۲	۴,۰۴۷۶	۰.۶۸۱۳	۱,۴۱۳۹	۵,۹۶۶	۰.۰۰۰
مرحله رشد	منابع مالی و انسانی برای توسعه	۲۲	۴,۲۳۸۱	۰.۹۹۲۸	۱,۴۸۳۴	۱۰,۵۲۷	۰.۰۰۰
	روش‌های جدید توزیعی	۲۲	۴,۳۸۱۰	۱,۰۱۴۶	۱,۷۴۷۳	۷,۸۶۴	۰.۰۰۰
	گسترش حوزه‌های جغرافیایی	۲۲	۳,۹۰۴۸	۰.۶۲۰۳	۱,۱۸۹۲	۶,۶۳۵	۰.۰۰۰
	هزینه نمایندگی‌های فروش	۲۲	۳,۳۸۱۰	-۰.۱۲۲۶	۰.۷۷۴۵	۲,۰۱۹	۰.۰۵۷

در صنعت مواد شیمیایی، در مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار، هزینه‌های مربوط به همه‌ی عوامل به جز عامل تملك مکان برای کسب و کار معنی‌دار است. در مرحله‌ی شروع کسب و کار در این صنعت، هم‌چون صنعت مواد غذایی، هزینه‌های مربوط به سه عامل اول یعنی هزینه‌ی احداث کارخانه، تأمین مواد اولیه و هزینه‌ی تبلیغات اولیه معنی‌دار می‌باشد اما

در مورد ۲ عامل هزینه‌ی پروانه‌ی بهره‌برداری و هزینه‌ی پیش‌پرداخت‌ها معنی‌دار نیست. برای پاسخ به سؤال دوم که برای رتبه‌بندی نیازهای مالی کارآفرینان در هر کدام از چهار مرحله‌ی توسعه است از آزمون فریدمن استفاده می‌کنیم. در این آزمون فرض  $H_0$  به این معنی می‌باشد که میانگین اهمیت هر کدام از عوامل با هم برابر بوده و فرض  $H_1$  به معنی برابر نبودن میانگین‌ها و معنادار بودن این اختلاف‌ها اشاره دارد. نتایج این آزمون برای هر کدام از دو صنعت مواد غذایی و مواد شیمیایی در جداول شماره ۵ و ۶ ارائه شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون فریدمن برای شرکت‌های صنعت مواد غذایی

sig	Mean Rank	عامل	مراحل توسعه شرکت	sig	Mean Rank	عامل	مراحل توسعه شرکت	
.۰۰	۵,۴۲	نرخ بهره بانکی	مرحله بهره‌برداری	.۰۰	۳,۰۰	تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار	مرحله قبل از شروع کسب و کار	
	۵,۰۰	افزایش موجودی انبار			۲,۸۶	تملک مکان		
	۴,۵۵	هزینه ثابت (آب و برق و اجاره و ...)			۲,۵۵	برنامه کسب و کار		
	۴,۴۲	حقوق و دستمزد مدیران و کارکنان			۱,۶۰	طراحی محصول		
	۳,۳۲	هزینه انجام تبلیغات			.۰۰	مرحله شروع کسب و کار	۳,۸۱	هزینه احداث کارخانه و تجهیزات
	۲,۹۵	هزینه‌های مربوط به فروش					۳,۶۷	تأمین مواد اولیه و موجودی انبار
۲,۳۲	وجه نقد و نقدینگی	۳,۴۰	اقدامات اولیه تبلیغات					
.۰۰	۳,۱۹	منابع مالی و انسانی برای توسعه	مرحله رشد	.۰۰	۲,۵۰	هزینه پروانه بهره‌برداری	.۰۰	
	۲,۹۵	گسترش حوزه‌های جغرافیایی						
	۲,۱۲	روش‌های جدید توزیعی						
	۱,۷۴	هزینه نمایندگی‌های فروش			۱,۶۲	پیش‌پرداخت‌ها (مواد اولیه، تبلیغات و ...)		

همان‌طور که جدول شماره (۵) نشان می‌دهد، سطح معنی‌داری (sig) به‌دست آمده برای شاخص‌های هر چهار مرحله در صنعت مواد غذایی کوچک‌تر از ۵ درصد است، بنابراین در مورد شاخص‌های هر چهار مرحله، فرض  $H_0$  رد شده و فرض  $H_1$  مبنی بر معنی‌دار بودن رتبه‌بندی‌های انجام شده، تأیید می‌شود. با توجه به جدول شماره (۵)، در مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار، هزینه‌های مربوط به تحقیق و توسعه، در مرحله‌ی شروع کسب و کار، هزینه‌ی احداث کارخانه و تجهیزات، در مرحله‌ی بهره‌برداری، هزینه‌ی مربوط به وجه نقد و نقدینگی و در مرحله‌ی رشد، هزینه‌ی مربوط به منابع مالی و انسانی، مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان را نشان می‌دهد.

جدول ۶: نتایج آزمون فریدمن برای شرکت‌های صنعت مواد شیمیایی

مرحله توسعه شرکت	عامل	Mean Rank	sig	مرحله توسعه شرکت	عامل	Mean Rank	sig
مرحله قبل از شروع کسب و کار	تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار	۳,۲۹	.۰۰	مرحله بهره‌برداری	وجه نقد و نقدینگی	۵,۶۰	.۰۰
	برنامه کسب و کار	۲,۶۷			نرخ بهره بانکی	۵,۰۸	
	طراحی محصول	۲,۱۷			هزینه انجام تبلیغات	۴,۰۸	
	تملك مکان	۱,۸۸			حقوق و دستمزد مدیران و کارکنان	۳,۸۵	
	هزینه احداث کارخانه و تجهیزات	۳,۹۵			افزایش موجودی انبار	۳,۴۲	
	تأمین مواد اولیه و موجودی انبار	۳,۶۹			هزینه‌های مربوط به فروش	۳,۰۸	
	اقدامات اولیه تبلیغات	۳,۱۲			هزینه ثابت (آب و برق و اجاره و ...)	۲,۹۰	
مرحله شروع کسب و کار	پیش‌پرداخت‌ها (مواد اولیه، تبلیغات و ...)	۲,۱۹	.۰۰	مرحله رشد	روش‌های جدید توزیعی	۳,۰۷	.۰۰
	هزینه پروانه بهره‌برداری	۲,۰۵			منابع مالی و انسانی برای توسعه	۲,۷۶	
					گسترش حوزه‌های جغرافیایی	۲,۳۸	
					هزینه نمایندگی‌های فروش	۱,۷۹	

جدول شماره (۶) نتایج آزمون فریدمن را برای نیازهای کارآفرینان صنعت مواد شیمیایی نشان می‌دهد، در این صنعت نیز همانند صنعت مواد غذایی، رتبه‌بندی‌های انجام شده برای همه‌ی عوامل معنی‌دار است. مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان در مرحله‌ی قبل از شروع، تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار، در مرحله‌ی شروع، هزینه‌ی احداث و تأمین تجهیزات، در مرحله‌ی بهره‌برداری وجه نقد و نقدینگی و در مرحله‌ی رشد هزینه‌های مربوط به روش‌های جدید توزیعی می‌باشد.

### نتیجه

بی‌شک روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی می‌باشد، به‌گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه‌ی اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه‌یافته ضرورت آن را در توسعه‌ی اقتصادی نادیده گرفته‌اند. با بررسی پژوهش‌های مختلف و هم‌چنین پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی کارآفرینی و موانع کارآفرینی، مشاهده می‌شود که یکی از اساسی‌ترین نیازها و موانع کارآفرینی، منابع مالی است. با توجه به این که کارآفرینان در هر کدام از مراحل توسعه‌ی کسب و کارشان دارای نیازهای مالی مختلفی هستند در این پژوهش ما این نیازها را در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت بررسی کردیم. هدف ما در این پژوهش آن بود که مشخص کنیم در هر کدام از مراحل توسعه‌ی شرکت، کدام دسته

از نیازها، مهم‌ترین نیازهای مالی کارآفرینان را تشکیل می‌دهد و ترتیب اولویت این نیازها چگونه است. به این منظور، ما این نیازها را در مورد کارآفرینان دو صنعت مواد غذایی و مواد شیمیایی استان قم سنجش کردیم. در مرحله‌ی شروع کسب و کار، نیاز به تملک مکان برای کارآفرینان صنعت مواد غذایی نیاز مهم به‌شمار می‌رود در حالی که این نیاز در صنعت مواد شیمیایی اهمیت کم‌تری دارد. از طرفی دیگر نیاز به تهیه‌ی یک برنامه‌ی عملی برای کسب و کار، تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار و طراحی محصول برای هر دو صنعت، نیازهای مهمی به‌شمار می‌روند. در مرحله‌ی شروع کسب و کار، هزینه‌ی احداث کارخانه و تجهیزات، تهیه‌ی مواد اولیه و موجودی انبار و هزینه‌ی تبلیغات اولیه به‌طور مشترک مهم‌ترین نیازهای کارآفرینان هر دو صنعت را شکل می‌دهند. در مرحله‌ی بهره‌برداری نیز هزینه‌ی وجه نقد و نقدینگی، هزینه‌ی نرخ بهره، حقوق و دستمزد مدیران و کارکنان و هزینه‌ی انجام تبلیغات، مهم‌ترین نیازها را در هر دو صنعت شکل می‌دهند. و در نهایت در مرحله‌ی رشد، منابع مالی و انسانی برای توسعه و هزینه‌ی گسترش حوزه‌های جغرافیایی برای کارآفرینان صنعت مواد غذایی را شکل می‌دهند، این در حالی است که در صنعت مواد شیمیایی، افزون بر این دو نیاز، روش‌های جدید توزیع محصول نیز نیاز مهمی در این مرحله به‌شمار می‌رود. در مورد ترتیب اولویت این نیازها نیز در هر دو صنعت، هزینه‌ی احداث کارخانه و تجهیزات، هزینه‌ی تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار و هزینه‌ی وجه نقد و نقدینگی، به ترتیب در مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار، مرحله‌ی شروع کسب و کار و مرحله‌ی بهره‌برداری مهم‌ترین نیازها را شکل می‌دهند. در مرحله‌ی رشد نیز هزینه‌ی منابع مالی و انسانی برای توسعه در صنعت مواد غذایی و هزینه‌ی روش‌های جدید توزیعی در صنعت مواد شیمیایی مهم‌ترین نیازها را شکل می‌دهند.

### پیشنهادها

بنابراین در راستای تسهیل فعالیت کارآفرینان و برطرف شدن نیازهای مالی آن‌ها به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین نیازها در مراحل مختلف توسعه‌ی شرکت، پیشنهادهای زیر ارایه می‌شود:

۱. در مرحله‌ی قبل از شروع کسب و کار، با توجه به این که نیاز به تحقیق و توسعه و پژوهش‌های بازار مهم‌ترین نیاز، شناسایی شده در این صنایع است، پیشنهاد می‌شود مؤسسه‌هایی تخصصی برای انجام امکان‌سنجی ایده‌های کارآفرینان و انجام پژوهش‌های بازار آن‌ها راه‌اندازی شوند.
۲. در مرحله‌ی شروع کسب و کار، با توجه به این که مهم‌ترین نیاز شناسایی شده، هزینه‌ی احداث کارخانه و تجهیزات است پیشنهاد می‌شود، مسئولان ترتیباتی را فراهم کنند تا ایده‌ها و طرح‌های کارآفرینانی که از توجیه اقتصادی برخوردارند تسهیلات لازم برای احداث کارخانه و تهیه‌ی تجهیزات را هر چه راحت‌تر به دست آورند.
۳. در مرحله‌ی بهره‌برداری، مهم‌ترین نیاز شناسایی شده برای این دو صنعت، وجه نقد و نقدینگی می‌باشد. روشن است که شرکت در این مرحله، هنوز نیاز به سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع مالی برای تثبیت موقعیت خود در صنعت دارد، بنابراین پیشنهاد می‌شود که کارآفرینان در این مرحله مدیریت نقدینگی قوی را به کار گیرند، این بدین معنی است که ضمن حفظ نقدینگی لازم (ذخیره احتیاطی)، سعی در استفاده‌ی بهینه از وجوه نقد و اولویت‌بندی نیازهای خود کنند و وجوه نقد را کد را به حداقل برسانند.
۴. در نهایت در مرحله‌ی رشد، با شناسایی روش‌های توزیعی نوین و بهینه و تصمیم‌گیری علمی در مورد انتخاب بهترین روش‌های توزیعی، هزینه‌های خود را به حداقل برسانند. لازم به توضیح است که نتیجه‌گیری‌ها و پیشنهاد‌های ارائه شده در این تحقیق، فقط در حوزه‌ی صنایع بررسی شده می‌باشد و بنابراین شایسته است که این نوع پژوهش‌ها در سایر صنایع نیز به کار گرفته شود تا ضمن کسب بینش بیش‌تر از این نیازها، پیشنهاد‌هایی جامع و سودمند برای حل این نیازها ارائه شود.



## منابع

- زالی، محمدرضا، رضوی، سید مصطفی، (۱۳۸۷)، *موانع توسعه کارآفرینی ایران*، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، صص ۴۹-۶۳
- سعیدی نیا، حمید رضا (۱۳۸۰)، *تبیین و ارائه الگوی مناسب از علل توفیق کارآفرینان بازار ایران*، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات
- شاه حسینی، علی، (۱۳۸۸)، *کارآفرینی در عمل*، نشر آبیژ، تهران، صص ۱۹-۲۰
- صدری نیا، محمد، میر اسدی، سمانه، وروانی، محسن (۱۳۸۸)، *روش‌های مختلف تأمین مالی در بنگاه‌های متوسط و کوچک در مراحل مختلف دوره عمر*، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، شماره ۱۹، ص ۱۳
- مقیم، سید محمد، احمد پور داریانی، محمود، (۱۳۸۷)، *آموزش کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایران*، نیازها و راهکارها، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص ۲۰۷-۲۴۵
- میرغفوری، حبیب ا...، صیادی تورانلو، حسین، طاهری دمنه، محسن (۱۳۸۸)، *تبیین و تحلیل موانع اثرگذار بر کارآفرینی زنان*، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال اول، شماره ۲، ص

۴۹

- نظری، محمد رضا، (۱۳۸۷)، *اصول و مبانی کارآفرینی*، نشر پویا، صص ۵۴-۵۵
- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S., (2008), *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*, Journal of Business Venturing, 18(1): 23-105
- Auken E. Van Howard, (1999), *obstacles to business launch*, Journal of developmental entrepreneurship, vol.32, No.1.
- Bruno, A., Tyzoon, T. (1985), *THE ENTREPRENEUR'S SEARCH FOR CAPITAL*, Journal of Business Venturing, No 1:pp. 61-74
- Chrisman, J. Kellermanns, F. (2006), *Entrepreneurial*, in Michael Hitt & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp.120-122
- Drucker, p. (1998), *Innovation and Entrepreneurship, revised, ed.*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Durr, M. Lyons, T. & Lichtenstein, G.(2000), *Identifying the unique needs of urban entrepreneurs:African American skill set development*, Race &

Society 3 :P. 75–90

- Fry, Fred L. (1993), *Entrepreneurship: A Planning Approach*. Minneapolis-St. Paul: West Publishing.p.137
- Hodgetts, R., Kuratko, D., (2001), *Effective Small Business Management*, Philadelphia: Harcourt College Publisher.
- Macke, D. (2002), *Entrepreneurship in rural America southern, Rural Development Center's Quarterly Newsletter*, Available at: [www.ruraleship.org/content/pdf/Article-SRRD%20Center.pdf](http://www.ruraleship.org/content/pdf/Article-SRRD%20Center.pdf)
- Miller, D., (2006), *Entrepreneurial Archetype*, in Michael Hitt & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp.66-69
- Paulson, A. Townsend, R.,(2004), *Entrepreneurship and financial constraints in Thailand*, Journal of Corporate Finance No10: PP. 229–26
- Sophia, A., Rafael, V., (2006), *Entrepreneurs in Eskilstuna: Difficulties faced in the implementation of the start up and pre start up phases of venture creation*, School of Business EX0010 C- Thesis in Business Administration Mälardalens University