

شناسایی عوامل بهبوددهنده تمایل به کارآفرینی کارشناسان ترویج کشاورزی استان خوزستان

آزاده نوراله نوری وندی*

هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر

سید مهدی میردامادی

دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

هدف کلی این مقاله شناسایی عوامل بهبوددهنده تمایل به کارآفرینی در میان کارشناسان ترویج کشاورزی استان خوزستان است. روش مورد استفاده در تحقیق علی، ارتباطی بوده و ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه می باشد. روایی پرسشنامه از طریق پانل متخصصان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری مورد بررسی شامل کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی استان خوزستان بود که تعداد آن ها ۱۲۰ نفر (N=۱۲۰) بودند. نتایج بررسی با استفاده از تحلیل عاملی نشان داد که در زمینه عوامل بهبوددهنده تمایل به کارآفرینی، عوامل توسعه زیرساخت های فرهنگی و اجتماعی، ریسک پذیری، توفیق طلبی و تعهدپذیری، توسعه نظام اطلاع رسانی و آموزشی، گسترش اهرم های حمایتی، توسعه تشکل های کارآفرینی و گسترش مشارکت افراد، توجه به تحقیقات بنیادمحور و کارآفرین، و نظام مند بودن فعالیت ها نقش دارند. بررسی رگرسیونی نیز نشان می دهد که در مجموع متغیرهای مستقل، ۷۰/۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می نمایند.

واژه های کلیدی: تمایل به کارآفرینی، کارشناسان ترویج، تحلیل عاملی، عوامل بهبوددهنده، کارآفرینی.

مقدمه

در فرآیند تغییرات سریعی که به واسطه تکنولوژی‌های ارتباطی در بستر اقتصاد دانش محور ایجاد شده است، تفکر سنتی قدرت بازو، جای خود را به قدرت فکر و دانش داده است. مدیریت فکری انسان‌ها بیش از هر زمان دیگری از ارزش برخوردار شده است، به گونه‌ای که در برخی نظریه‌های دانشمندان، به این دوره عصر کارآفرینی اطلاق شده است (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳).

تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و کشورهای در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشان‌گر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشم‌گیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند. از جمله این کشورها می‌توان به ایالات متحده، کشورهای اتحادیه اروپا، کشورهای جنوب شرق آسیا، چین، برخی از کشورهای آمریکای لاتین، آفریقای و اقیانوسیه اشاره نمود (Kuratko & Goldsby, 2004). این کشورها به سه دلیل مهم برای موضوع کارآفرینی اهمیت قایل شده و به آن پرداخته‌اند که عبارت است از ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و ایجاد اشتغال (برادران و صالحی، ۱۳۸۵).

امروزه بیکاری در بسیاری از کشورهای جهان حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی به‌عنوان یک مشکل اساسی مطرح می‌باشد. حل این مشکل، سیاست‌گزاران غالب کشورها را با چالش‌های بزرگی روبه‌رو کرده است، به گونه‌ای که ثبات و زوال برخی از دولت‌ها در گرو حل بحران بیکاری می‌باشد. این مسأله در کشور ما نیز شرایط حادتری به خود گرفته است، به گونه‌ای که نرخ رسمی بیکاری از ۹/۱ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۴/۲ درصد در سال ۱۳۸۰ رسیده است (طاهرالدینی، ۱۳۸۷).

آنچه اکنون تجربه کشورهای پیشرفته، توسعه‌یافته و بعضی از کشورهای در حال توسعه نشان می‌دهند این است که کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک نقش به‌سزایی در اقتصاد این کشورها و افزایش فرصت‌های شغلی ایفا کرده است (همان منبع، ۱۳۸۷). امروزه واژه کارآفرینی در محافل علمی و اداری زیاد شنیده می‌شود و تعاریف و برداشت‌های متعددی نیز از آن وجود دارد. یک تعریف بسیار ساده از کارآفرینی این است که کارآفرینی عبارت از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌هاست (آراستی، ۱۳۸۵).

کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو، خلاقانه با شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار در شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید، نوآور و رشد‌یابنده نموده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه می‌گردد (صمدآقایی، ۱۳۸۷).

کارآفرینی برای هر جامعه‌ای دارای سه نوع منفعت است. این منافع عبارتند از: افزایش رشد اقتصادی، ارتقای بهره‌وری، و پدیدآمدن فناوری‌ها، محصولات و خدمات جدید. در خصوص رشد اقتصادی یکی از

دلایل ویژه توجه اقتصاددانان به شرکت‌های جدید کوچک این است که این شرکت‌ها بیشترین شغل‌های جدید را در اقتصاد ایجاد نموده‌اند (Morris et al., 2002).

تحقیقات انجمن کارآفرینی و تغییر در یکی از صنایع مهم آمریکا یعنی صنایع الکترونیک نشان داد شرکت‌هایی که عمر بین ۵ تا ۱۰ سال دارند، ۵۰ برابر بیشتر از شرکت‌هایی که عمرشان حدوداً بیش از ۲۰ سال است، افراد را به استخدام درآورده‌اند. علاوه بر این، طبق تخمین یکی از محققین به نام دیوید برچ^۱ بیش از چهارپنجم مستخدمین جدید در ایالات متحده به شرکت‌های کوچک تعلق دارند که بیش از ۳۰ درصد از این شرکت‌ها دارای عمری کم‌تر از ۵ سال می‌باشند (Ramachandran, 2003).

افزایش بهره‌وری به تکنیک‌های تولید و نحوه انجام تولید بستگی دارد. دو عامل مؤثر در افزایش بهره‌وری، تحقیق، توسعه، سرمایه‌گذاری دستگاه‌ها و کارخانه‌های جدید است (Hindle, 2006). عامل مؤثر دیگر بر رشد بهره‌وری، قوانین و خط‌مشی‌های کلان اقتصادی دولت همانند مالیات، مخارج و میزان نقدینگی می‌باشد. بسیاری از اقتصاددانان معتقدند که نوآوری (یعنی پیش‌شرط ضروری برای افزایش بهره‌وری) در دهه ۱۹۷۰ به دلیل توجه به توسعه کاهش یافته است. در کاهش میزان نوآوری، تورم فزاینده و پیامدهای آن و همچنین دخالت‌های دولت در اقتصاد بازرگانی نیز تأثیر به‌سزایی داشته‌اند. در این موارد، کارآفرینان اهمیت ویژه‌ای می‌یابند، زیرا می‌توانند پیامدهای منفی مقررات و قوانین را کاهش دهند (مقیم، ۱۳۸۰).

نتیجه دیگری که انجمن تغییر و کارآفرینی به آن دست یافت، مربوط به نقش مهم کارآفرینان در خلق فناوری‌ها، محصولات و خدمات جدید می‌باشد. معمولاً بسیاری از افرادی که با نوآوری، محصولات و فناوری‌های جدید را خلق می‌کنند، کسانی هستند که از شرکت‌های بزرگ خارج شده و پس از آن با نوآوری به یک کارآفرین تبدیل شده‌اند. شرکت‌های بسیاری ناشی از تلاش‌های نوآوران کارآفرینان، طی دهه‌های گذشته شکل گرفته است (Royer, 2003).

بسیاری از صنایع جدید از پیامدهای کارآفرینی هستند. صنایعی نظیر رایانه‌های شخصی، فناوری‌های زیستی، تلویزیون‌های کابلی، ارتباطات بی‌سیم، خدمات پستی صوتی، تلفن‌های همراه، فروشگاه‌های اینترنتی، رسانه‌های دیجیتالی و غیره (Talebi, 2004).

برادران و صالحی در سال ۱۳۸۵ در تحقیق مشترک خود مهم‌ترین عناصر تأثیرگذار بر تمایل بر کارآفرینی را ارزش‌گذاری جامعه برای کارآفرینی و حمایت‌های سازمانی و قانونی از فعالیت‌های کارآفرینانه معرفی می‌کنند (برادران و صالحی، ۱۳۸۵). در تحقیق دیگری نیز ملکیان و برادران در سال ۱۳۸۷ در زمینه تمایل به کارآفرینی در میان کارشناسان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه به این نتیجه دست یافتند که بین میزان تمایل به کارآفرینی با سابقه اشتغال و سطح تحصیلات افراد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (ملکیان و برادران، ۱۳۸۷).

^۱ David Brich

در مقاله‌ای این نکته مورد توجه قرار گرفته که میزان اطلاع افراد از حمایت‌های سازمانی و قانونی به عمل آمده از کارآفرینان در بهبود چشم‌گیر تمایل به کارآفرینی و ایجاد انگیزه جهت فعالیت‌های کارآفرینانه نقش بسیار مهمی دارد (Royer, 2003). در تحقیقی دیگر گسترش فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه و سازمان‌ها، عاملی تأثیرگذار برای ایجاد انگیزه در افراد در زمینه کارآفرینی عنوان شده است (Talebi, 2004). در مقاله تحقیقی، سن و رضایت شغلی، از مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی معرفی شده‌اند. هیندل در این تحقیق ادامه می‌دهد که بین سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰، یعنی ظرف بیست سال، ۵۰۰ مؤسسه ترویج کارآفرینی در هند شروع به کار کردند تا کارآفرینان مجرب بتوانند، نوآوری‌های صنعتی به وجود آورند، به تأمین نیازهای اساسی مردم کمک کنند و باعث جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها شوند (Hindle, 2006).

اهداف تحقیق

هدف اصلی این مقاله شناسایی عوامل بهبوددهنده تمایل به کارآفرینی در میان کارشناسان ترویج کشاورزی استان خوزستان می‌باشد. علاوه بر این شناسایی متغیرهایی که با سازه تمایل به کارآفرینی در جامعه آماری مورد بررسی، رابطه‌ای معنی‌دار دارند و همچنین متغیرهایی که می‌توانند تغییرات میزان تمایل به کارآفرینی را در جامعه آماری مورد نظر تبیین نمایند، پی‌گیری شده است.

روش پژوهش

از دیدگاه طبقه‌بندی تحقیقات بر مبنای نوع تحقیق، تحقیق حاضر از نوع کاربردی و پیمایشی است و از لحاظ روش تحقیق، توصیفی، همبستگی است و تحلیلی از نوع علی، ارتباطی، و از نظر کنترل متغیرها و زمانی، پیشین پژوهی می‌باشد. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که روایی آن از طریق پانل متخصصان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (بالای ۰/۷) مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری مورد بررسی شامل کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی استان خوزستان است که تعداد آن‌ها ۱۲۰ نفر (N=۱۲۰) می‌باشند. این افراد در ادارات جهاد کشاورزی اهواز و دیگر شهرستان‌های استان مشغول فعالیت می‌باشند. با توجه به محدودیت تعداد کارشناسان ترویج، کلیه افراد جامعه آماری در تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند و از روش تمام‌شماری برای آنان استفاده شد. به دلیل عدم پاسخگویی برخی از افراد مورد مطالعه، در نهایت به ۱۰۷ پرسشنامه پاسخ داده شد و همین تعداد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSSv16 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. میزان ارزش‌گذاری جامعه نسبت به کارآفرینی، میزان مهارت و شایستگی فرد در زمینه کارآفرینی، میزان آشنایی با عوامل حمایتی در زمینه کارآفرینی، میزان رضایت شغلی، سن، سابقه اشتغال و مدرک تحصیلی، متغیرهای مستقل تشکیل‌دهنده تحقیق می‌باشند. متغیر وابسته در این پژوهش میزان تمایل به کارآفرینی کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی استان خوزستان می‌باشد. این متغیر از

طریق بیست گویه که تعیین‌کننده میزان تمایل افراد جامعه آماری به کارآفرینی می‌باشند، برای هر فرد اندازه‌گیری شده است.

یافته‌ها

داده‌های گردآوری شده طی پیمایش پرسشنامه‌ای، با استفاده از بررسی‌های توصیفی و استنباطی مورد مطالعه قرار گرفتند. در بخش توصیفی، اطلاعات به‌دست آمده نشان می‌دهد که میانگین سنی کارشناسان ترویج کشاورزی ۴۵/۴ سال و بیشترین افراد در جامعه آماری مورد بررسی، دارای مدرک کارشناسی می‌باشند. مطالعه انجام شده با استفاده از روش انحراف‌استاندارد از میانگین، نشان می‌دهد که اکثریت افراد در جامعه مورد نظر از نظر رضایت شغلی و میزان تمایل به کارآفرینی در سطح متوسط قرار دارند.

به‌منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق با توجه به مقیاس هر یک اقدام به محاسبه ضرایب همبستگی بین آن‌ها و بررسی سطوح معنی‌داری آن‌ها شد. جدول شماره ۱ متغیرها، مقیاس متغیرها، ضرایب همبستگی و سطوح معنی‌داری آن‌ها را مشخص می‌کند. همچنین مشاهده نتایج حاصل از مطالعه رابطه همبستگی میان متغیرهای تحقیق، به ترتیب زیر می‌باشند:

بین میزان ارزش‌گذاری جامعه نسبت به کارآفرینی، میزان مهارت و شایستگی فرد در زمینه کارآفرینی، میزان آشنایی با عوامل حمایتی، میزان رضایت شغلی و سطح تحصیلات با متغیر وابسته تحقیق یعنی میزان تمایل به کارآفرینی در سطح ۰/۰۱ رابطه مثبت و معنی‌داری دیده شد. اما بین میزان سن و تمایل به کارآفرینی رابطه معنی‌داری یافت نشد.

جدول ۱- محاسبه ضرایب همبستگی و سطوح معنی‌داری آن

سطح معنی‌داری	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	متغیر دوم		متغیر اول	
		مقیاس	متغیر	مقیاس	متغیر
۰/۰۰۰	** ۰/۳۶۲	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	رتبه‌ای	میزان ارزش‌گذاری جامعه
۰/۰۰۰	** ۰/۳۵۲	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	رتبه‌ای	میزان مهارت و شایستگی فرد
۰/۰۰۰	** ۰/۳۱۷	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	رتبه‌ای	میزان آشنایی با عوامل حمایتی
۰/۰۰۰	** ۰/۴۰۶	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	رتبه‌ای	میزان رضایت شغلی
۰/۳۲۴	۰/۰۴۹	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	فاصله‌ای	سن
۰/۰۰۰	** ۰/۶۶۹	رتبه‌ای	میزان تمایل به کارآفرینی	رتبه‌ای	سطح تحصیلات

** $P \leq 0/01$ * $P \leq 0/05$

مطالعه رگرسیونی

به‌منظور بررسی این‌که مجموع متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده، چقدر توانایی تبیین متغیر وابسته تحقیق را دارند، از مطالعه رگرسیونی استفاده شد. البته با توجه به پیش‌فرض استفاده از رگرسیون، یعنی

وجود رابطه همبستگی میان متغیرها، تغییری که فاقد این قابلیت بود (سن)، از فهرست متغیرهای به‌کار برده شده در مطالعه رگرسیونی حذف شد.

به‌منظور انجام مطالعه رگرسیونی از روش گام‌به‌گام استفاده گردید که جزئیات آن در جدول شماره ۲ آمده است. با توجه به این جدول می‌توان دریافت که متغیرهای مستقل بررسی شده، در مجموع ۷۰/۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. معادله رگرسیونی آن نیز به این شرح قابل ذکر است:

$$Y = 4/828 + 0/405X_1 + 0/824X_2 + 0/743X_3 + 0/842X_4 + 1/043X_5$$

جدول ۲- یافته‌های حاصل از تحلیل رگرسیون چندمتغیره به شیوه گام‌به‌گام

Sig.	t	Beta	SE.B	B	متغیرهای مستقل
۰/۰۰۳	۲/۲۸۸	۰/۰۱۴	۰/۰۱۶	۰/۴۰۵	میزان ارزش‌گذاری جامعه نسبت به کارآفرینی
۰/۰۰۵	۱/۹۲۰	۰/۱۰۰	۰/۱۲۷	۰/۸۲۴	میزان مهارت و شایستگی فرد در زمینه کارآفرینی
۰/۰۰۴	۲/۰۵۳	۰/۰۱۹	۰/۴۳۲	۰/۷۴۳	میزان آشنایی با عوامل حمایتی در زمینه کارآفرینی
۰/۰۰۵	۰/۰۰۶	۰/۰۰۰	۰/۶۰۰	۰/۸۴۲	میزان رضایت شغلی
۰/۰۰۰	۳/۴۶۳	۰/۰۳۲	۰/۰۹۲	۱/۰۴۳	سطح تحصیلات
۰/۰۰۰	۲/۸۷۶	---	۰/۳۱۲	۴/۸۲۸	عرض از مبدأ

$$R = 0/839 \quad R^2 = 0/705 \quad F = 67/905 \quad \text{Sig.F} = 0/000$$

تحلیل عاملی اکتشافی

در ادامه به‌منظور دسته‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود کارآفرینی از تکنیک تحلیل عاملی بهره گرفته شد. در این تحقیق در زمینه بهبود کارآفرینی در مورد کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی استان خوزستان ۳۶ گویه مطرح شد و این گویه‌ها در ماتریس همبستگی مورد ارزیابی قرار گرفتند. به‌منظور بررسی مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از آزمون بارتلت^۱ و KMO^2 بهره گرفته شد. نتایج حاصل نشان می‌دهد که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب می‌باشند.

$$\text{Bartlett test} = 1297/9319$$

$$\text{Sig} = 0/000$$

$$KMO = 0/719$$

با توجه به مقدار ویژه^۳ برآورد شده و تعداد عامل‌ها، نمودار معیار تست بریدگی^۴ ترسیم شد. بر اساس جدول شماره ۳ تعداد عامل‌هایی که از نظر آماری معنی‌دار بوده و برای تحلیل و تفسیر می‌توانست مورد استفاده قرار گیرند، ۷ عامل بیان شد که دارای مقدار ویژه بالاتر از ۱ می‌باشند.

^۱ Bartlett

^۲ Kaiser-Mayer- Olkin

^۳ Eigenvalue

^۴ Scree Test Criterion

جدول ۳- بررسی وضعیت مقدار ویژه در تحلیل عاملی

عامل	مقدار ویژه	درصد	درصد تجمعی
۱	۷/۱۷۱	۳۹/۸۳۶	۳۹/۸۳۶
۲	۱/۹۱۱	۱۰/۶۱۷	۵۰/۴۵۴
۳	۱/۶۲۹	۹/۰۴۹	۵۹/۵۰۲
۴	۱/۴۳۸	۷/۹۸۶	۶۷/۴۸۹
۵	۱/۱۴۳	۶/۳۵۳	۷۳/۸۴۱
۶	۱/۱۱۲	۳/۴۳۱	۷۶/۸۴۱
۷	۱/۰۸۵	۲/۳۲۴	۷۹/۱۶۵

بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی مشخص شد که هفت عامل بیان شده یعنی توسعه زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی؛ ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و تعهدپذیری؛ توسعه نظام اطلاع‌رسانی و آموزشی؛ گسترش اهرم‌های حمایتی؛ توسعه تشکل‌های کارآفرینی و گسترش مشارکت افراد؛ توجه به تحقیقات بنیادمحور و کارآفرین؛ و توسعه نظام شایسته‌سالاری و نظام‌مند بودن فعالیت‌ها در مجموع ۷۹ درصد تغییرات متغیر بهبود کارآفرینی را بیان می‌نمایند. یعنی اگر در برنامه‌های آموزشی این هفت عامل مورد توجه مناسب قرار گیرد، می‌توان اعتقاد داشت که بهبود کارآفرینی به دقت ارزیابی و تحت پوشش قرار گرفته است.

جدول ۴- دسته‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود کارآفرینی در قالب عامل‌های اصلی پس از چرخش عاملی

عامل‌ها	بار عاملی
عامل اول: توسعه زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی	
توسعه باورهای جامعه در زمینه کارآفرینی و در نظر گرفتن آن به‌عنوان یک هنجار اجتماعی	۰/۶۲۵
شرایط مناسب در خانواده‌ها در زمینه توسعه کارآفرینی	۰/۶۰۳
سهولت تحرک اجتماعی	۰/۶۰۲
عدم تمایل به حفظ وضع موجود و عدم مقاومت در مقابل تحول	۰/۶۴۸
وجود تصور ذهنی مبنی بر این‌که ادارات دولتی صرفاً محل اشتغال و کار نیست	۰/۷۳۱
عدم گرایش نظام اداری کشور به سیاسی شدن در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی	۰/۸۳۷
عامل دوم: ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و تعهدپذیری	
سطح دوراندیشی افراد	۰/۶۱۵
تحمل ابهام و مسئولیت‌پذیری	۰/۷۵۱
تمایل به مخاطره‌پذیری	۰/۶۲۴
تمایل به توفیق‌طلبی	۰/۵۴۸
روحیه و انگیزه کارکنان در انجام وظایف و ارائه خدمات با کیفیت مطلوب	۰/۷۲۹
تعهد و وجدان‌کاری در کارکنان و مدیران سازمان	۰/۵۶۶
عامل سوم: توسعه نظام اطلاع‌رسانی و آموزشی	
ارج نهادن به فعالیت‌های مبتنی بر کارآفرینی در رسانه‌های گروهی	۰/۸۷۳

ادامه جدول ۴- دسته‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود کارآفرینی در قالب عامل‌های اصلی پس از چرخش عاملی

بار عاملی	عامل‌ها
۰/۷۹۵	تأکید نظام آموزشی بر توسعه و بهبود کارآفرینی
۰/۷۵۱	اجرای فعالیت‌های آموزشی در زمینه اصول، اهمیت و نقش کارآفرینی در مقاطع آموزشی
۰/۷۶۳	وجود نظام اطلاع‌رسانی خدمات به مردم به صورت سهل و آسان
۰/۹۱۸	وضعیت اطلاعات در سازمان از نظر دسترسی به موقع، دقت، صحت و هزینه
۰/۶۱۴	روش مناسب بازاریابی
عامل چهارم: گسترش اهرم‌های حمایتی	
۰/۸۴۱	حفظ حقوق مالکیت خصوصی ابداعات و اختراعات کارآفرینان
۰/۶۲۴	حمایت کارآفرینان در زمینه تبدیل ایده‌های کارآفرینان به مرحله عملیاتی
۰/۴۳۱	حمایت از کارآفرینان در زمینه تجاری‌سازی اختراعات مفید
۰/۳۲۳	اطلاع‌رسانی در زمینه اهمیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی
۰/۳۲۰	استفاده از محرک‌ها و مشوق‌های مادی و معنوی به‌عنوان عوامل انگیزشی کارآفرینی
۰/۳۱۸	توجه مدیران به نیازهای کارکنان و تلاش برای حل مشکلات آن‌ها
عامل پنجم: توسعه تشکل‌های کارآفرینی و گسترش مشارکت افراد	
۰/۶۲۵	توسعه تشکل‌های کارآفرین در سطح جامعه و حمایت از آن‌ها
۰/۶۰۳	میزان مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری مدیران
عامل ششم: توجه به تحقیقات بنیادمحور و کارآفرین	
۰/۶۱۵	ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه و تعیین مقررات به‌منظور خلق و اجرای ایده‌های نو
۰/۷۵۱	توجه سازمان به تحقیقات بنیادی و کاربردی به‌طور هم‌زمان
۰/۶۲۴	توجه تلاش‌های تحقیق و توسعه به افق زمانی بلندمدت به جای نتایج ملموس کوتاه‌مدت
عامل هفتم: توسعه نظام شایسته‌سالاری و نظام‌مند بودن فعالیت‌ها	
۰/۸۷۳	رعایت قانون‌مندی، ضابطه‌گرایی و شایسته‌سالاری در نظام انتصابات دولتی
۰/۷۹۵	وجود سیستم شایسته‌سالاری در مدیریت اجتماعی و فرهنگی دولت
۰/۷۵۱	به‌کارگیری الگوها و نظام‌ها در اداره امور
۰/۵۴۳	تداخل وظایف و فعالیت‌های سازمان مورد نظر با سازمان‌های دیگر
۰/۹۱۸	توانایی سازمان در جذب و نگهداری کارکنان توانمند، کارآمد و متخصص
۰/۶۱۴	میزان تفویض اختیار کارها از سوی مدیران به کارکنان خلاق و نوآور
۰/۸۴۱	میزان استقبال مدیران از وجود اختلاف سلیقه و تضارب افکار در سازمان
۰/۶۲۴	استقرار نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها و فراگیر بودن آن در سازمان

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش انجام شده، بین میزان ارزش‌گذاری جامعه نسبت به کارآفرینی، مهارت و شایستگی فرد در زمینه کارآفرینی و رضایت شغلی فرد با میزان تمایل به کارآفرینی، رابطه مثبت و معنی‌داری به‌دست آمد که یافته‌های تحقیقات برادران و صالحی (۱۳۸۵) نیز تأییدی بر آن می‌باشد.

بین سطح تحصیلات افراد و رضایت شغلی آنان با میزان تمایل به کارآفرینی نیز رابطه مثبت و معنی داری به دست آمد. یافته‌های ملکیان و برادران (۱۳۸۷) و Hindle (۲۰۰۶) این نتیجه را تأیید می‌نمایند.

پیشنهادها

- با توجه به این که بین میزان ارزش‌گذاری جامعه نسبت به کارآفرینی و میزان تمایل به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، پیشنهاد می‌گردد که با ارایه آموزش‌هایی در قالب آموزش‌های حین خدمت به ارگان‌ها و سازمان‌های جامعه و گنجانیدن آموزش‌هایی در زمینه کارآفرینی و اهمیت آن در جامعه به دروس دانشگاهی برای کلیه رشته‌ها، به رشد هر چه بیشتر فرهنگ کارآفرینی در جامعه کمک شود.
- با توجه به این که بین میزان مهارت و شایستگی فرد در زمینه کارآفرینی و میزان تمایل به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، پیشنهاد می‌گردد که با ارایه مشوق‌هایی متناسب با سطح تحصیلات، وضعیت شغلی و ویژگی‌های روان‌شناختی افراد، در ازای هر گونه خلاقیت و کارآفرینی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم موجب بهبود وظایف شغلی و افزایش کارایی در انجام فعالیت‌های محول شده می‌گردد، شرایط را برای یادگیری مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی به صورت خود-هدایت شده، فراهم نمایند.
- با توجه به این که بین میزان آشنایی با عوامل حمایتی در زمینه کارآفرینی و میزان تمایل به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که اطلاع‌رسانی کافی از طریق رسانه‌ها و انتشار کتابچه‌هایی در زمینه حمایت‌هایی که از کارآفرینان به عمل می‌آید، صورت گیرد. علاوه بر این لازم است که دولت به‌منظور گسترش روحیه کارآفرینی در جامعه حمایت‌های قانونی و مؤسسه‌ای را از فعالیت‌های کارآفرینانه گسترش دهد.
- با توجه به این که بین میزان رضایت شغلی و میزان تمایل به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که با توجه به عواملی که بر اساس نظریه انگیزش و بهداشت مانع از نارضایتی شغلی می‌شوند مانند خط‌مشی‌ها و اداره امور، نظارت و سرپرستی، روابط با سرپرست، روابط با هم‌پایگان، شرایط کاری و حقوق و دستمزد، همچنین عواملی که رضایت شغلی را به ارمغان می‌آورند مانند موفقیت و پیروزی، شناخت کار، ماهیت کار، مسئولیت و پیشرفت و رشد شخصی - باعث بهبود وضعیت رضایت شغلی و در نتیجه بهبود تمایل به کارآفرینی در میان افراد شوند.

منابع و ماخذ

۱. آراستی، ز. (۱۳۸۵). ساختارهای فرهنگی مؤثر در ایجاد کارآفرینی زنان. فصلنامه پژوهش زنان، شماره ۲۰۱، صفحات ۲۴-۳۱.

۲. برادران، م.، و صالحی، س. (۱۳۸۵). راهکارهای به‌کارگیری کارآفرینی در آموزش کشاورزی. *دوماهنامه علمی-ترویجی جهاد*، شماره ۲۷۴، صفحات ۳۱-۲۵.
۳. شاه‌حسینی، ع. (۱۳۸۳). کارآفرینی. تهران: نشر آبیژ.
۴. صمدآقایی، ج. (۱۳۸۷). *سازمان‌های کارآفرین*. مترجم ن. میرسپاسی. تهران: انتشارات مروارید.
۵. طاهرالدینی، ع. (۱۳۸۷). کارآفرینی، خلاقیت، نوآوری و سازمان‌های آینده. *مجله فرهنگ آموزش*، سال چهارم، شماره ۱۱ و ۱۰، صفحات ۲۱-۱۲.
۶. مقیمی، م. (۱۳۸۰). نقش دولت در توسعه آموزش کارآفرینی. *مجله تدبیر*، شماره ۱۱۶، صفحات ۳۴-۱۵.
۷. ملکیان، ع.، و برادران، م. (۱۳۸۷). بررسی کارآفرینی در میان کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی *کرمانشاه*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی (چاپ نشده)، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین.
8. Hindle, K. (2006). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(6), 492- 497.
9. Kuratko, D. D., & Goldsby, M. G. (2004). *Entrepreneurship: Theory, process and practice*. Mason: South-Western College Publishers.
10. Morris, M. H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002). The ethical content of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, 40, 331-361.
11. Ramachandran, K. (2003). Customer dissatisfaction as a source of entrepreneurial opportunity. *Nan yang Business Review*, 2(2), 21-38.
12. Royer, I. (2003). Why bad projects are so hard to kill. *Harvard Business Review*, 81(2), 48- 56.
13. Talebi, K. (2004). Entrepreneurship and SMEs business environment in Iran. *Journal of Entrepreneurship Research*, 13, 140-153.