

بررسی و تحلیل ابعاد حمایت از واحدهای کوچک فعال در صنعت فلزات اساسی با تأکید بر رویکرد کارآفرینی

دکتر سعید مرتضوی*

یعقوب مهارتی**

چکیده

این مقاله، ابعاد حمایت محیطی از واحدهای کوچک تولیدی مستقر در شهر مشهد و میزان برخورداری آنان از این ابعاد را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. جامعه آماری در این تحقیق شرکتهایی را شامل می شود که در صنعت فلزات اساسی فعالیت دارند و کارکنان آنها کمتر از ۱۰ نفر است گسترده تحقیق مجموعاً ۴۸ شرکت را در بر می گیرد که از بین آنها تعداد ۳۲ شرکت با روش نمونه گیری تصادفی از جامعه محدود به عنوان نمونه انتخاب گردید. روش تحقیق از نوع پیمایشی و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه ۵ رتبه ای در مقیاس لیکرت در دو وضعیت بدو تأسیس و موجود استفاده شده است. روایی پرسشنامه مبتنی بر روش محتوایی است و میزان پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۷ محاسبه شده است. برای آزمون فرضیه های تحقیق از تخمین فاصله ای میانگین جامعه آماری استفاده شده است و نتایج حاصله با سطح اطمینان ۹۵ درصد، حاکی از آن است که واحدهای مورد مطالعه در هیچ یک از ابعاد چهارگانه حمایت، شامل: خدمات اداری - حرفه ای، کمکهای مالی، فنون مدیریتی و خدمات بازاریابی از حمایت برخوردار نشده اند. واژه های کلیدی: واحدهای کوچک، ابعاد حمایت، کارآفرینی، مالک، کارآفرین

* استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

** کارشناس آموزشی گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

پدیده جهانی شدن و لزوم ایجاد تحرک، انعطاف و سرعت در تصمیم گیری در مناسبات تجاری اقتصادی جایگاه ویژه‌ای را برای مؤسسات کوچک و متوسط در سطح جهان فراهم ساخته است. بررسیهای انجام شده نشان می‌دهند که افزایش مشاغل در کشورهای صنعتی در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی عمدتاً از طریق این مؤسسات پدید آمده است. سهم این شرکتها در ایجاد اشتغال در کشورهای در حال توسعه نیز بین ۶۰ - ۷۰ درصد معرفی شده است. (جودیت، ۲۰۰۱)

وجود چالشهای محیطی و تغییر در فرآیندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته تر ساخته است و سیاستهای کوچک سازی، برون سپاری فعالیتها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است. (رابینز، استفان، ۱۹۹۷)

در پژوهشی که طی سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۷ انجام شده مشخص گردیده است که سیاستهای کوچک سازی، به بیکاری افزون بر ۴۳ میلیون نفر در سطح کشورها به ویژه کشورهای صنعتی انجامیده ولی در همین دوره ۷۳ میلیون شغل در آن کشورها ایجاد گردیده است که قریب به اتفاق آنها توسط مؤسسات کوچک و متوسط بوده است. (هلمز، ام، ۲۰۰۰)

بین سالهای ۱۹۹۹-۲۰۰۰ میلادی، ایجاد شغل از طریق توسعه یا تشکیل شرکتهای کوچک بالغ بر ۱۰۸۰۰۰۰۰ نفر نیروی کار بوده است و علی رغم اعمال سیاست کوچک سازی شرکتهای بزرگ و حذف حدود ۸۳۰۰۰۰۰ نفر از شاغلین، تغییرات خالص استخدام در شرکتهای کوچک ۲۵۰۰۰۰۰ نفر نیروی کار بوده است. (موریل لو، ۲۰۰۴)

مطالعات انجام گرفته در کشور هندوستان نیز حاکی از آن است که طی سالهای ۱۹۷۴ تا ۱۹۹۰ از طریق واحدهای کوچک صنعتی سطح اشتغال از ۳/۹۷۰ میلیون نفر به ۱۱/۹۰۰ میلیون نفر افزایش یافته است. (مهدوی، ۱۳۷۸) همچنین "استیون کرفت" و "راسل سوبل" (۲۰۰۳) به عنوان دو اقتصاد دان توضیح می‌دهند که کلید ارتباط بین آزادی اقتصادی و رشد اقتصادی، فعالیتهای کارآفرینی است که عموماً از طریق فعالیت در کسب و کارهای کوچک و متوسط نمایان می‌گردد.

مستندات چشم انداز بلند مدت جمهوری اسلامی ایران نیز به اهمیت جایگاه مؤسسات کوچک و متوسط اشاره داشته و در گزارش شماره ۱۶ منتشره از سوی سازمان مدیریت و برنامه ریزی، تعداد واحدهای صنعتی کشور قریب به ۴۰۰۰۰۰ واحد با حدود ۲ میلیون شاغل معرفی شده است. از این تعداد نزدیک به ۳۰۰ واحد بزرگ و بقیه واحدهای متوسط و کوچک را شامل می گردند. (سازمان مدیریت و برنامه ریزی، ۱۳۸۲)

توجه به مؤسسات کوچک که بیشتر از طریق فعالیت های کارآفرینانه موجودیت خود را به دست آورده اند از دو جهت حائز اهمیت است:

الف- حفظ اشتغالهای موجود

ب- ایجاد اشتغالهای جدید

اهمیت کارکرد دو فعالیت فوق زمانی مهمتر می نماید که معضل بیکاری در کشورها را نیز بدان افزود. مشکل بیکاری هم اکنون یکی از مشکلات مهم کلیه جوامع در حال توسعه از جمله ایران و بالاخص استان پهناور خراسان است که به لحاظ شاخص بیکاری وضعیت نگران کننده ای دارد، به نحوی که در مقابل نیاز به قریب ایجاد ۶۰ هزار شغل در سال، در سطح استان، در بهترین وضعیت توفیق ایجاد نزدیک به ۳۰ هزار شغل بیشتر نبوده است. (مهدوی، ۱۳۷۸)

گرچه کارآفرینی به معنی شغل آفرینی نیست و بیشتر بر ایجاد فرصت و فرصت یابی در محیط تأکید دارد، اما از آن جا که به گفته شومپیتر (۱۹۳۴) کارآفرین عامل رشد اقتصادی از طریق نوآوری و تحول در فناوری است، اهمیت دادن به فعالیتهای کارآفرینانه و ضرورت ایجاد فضای مناسب برای افراد نوآور و کارآفرین جامعه، می بایست از اهم خط مشی های کلان هر کشوری محسوب گردد.

این مقاله بر آن است ایفای نقش حمایتی دولت و ارگانهای ذی ربط نسبت به فضا سازی و اقدامات عملی در حمایت از واحدهای کوچک تولیدی را با تأکید بر صنایع فلزات اساسی شهر مشهد از طریق اجرای یک مطالعه میدانی و مبتنی بر رویکرد کارآفرینی به انجام رساند و به این سؤال مهم پاسخ دهد که آیا واحدهای کوچک تولیدی فعال در صنعت فلزات اساسی از ابعاد حمایتی مرتبط با فعالیتهای خود برخوردار بوده هستند یا خیر؟ استفاده از رویکرد کارآفرینی به این دلیل در این تحقیق موضوعیت یافته است که در کنار معیارهایی چون تعداد کارکنان، حجم سرمایه گذاری در تأسیسات و امکانات فیزیکی، حجم

تولید و فروش یکی از ویژگیهای واحدهای کوچک که آنها را از متوسط و بزرگ متمایز می سازد، ساختار مدیریت و میزان استقلال این واحدهاست. این که اولاً این شرکتها عموماً با اقدامات کارآفرینانه موجودیت و هویت می یابند ثانیاً، تصمیمات راهبردی و عملیاتی آنها اساساً به وجود مالک و مؤسس که نقش مدیریتی را در این واحدها عهده دارند، متکی است و مستقل بودن این واحدها نیز از جمله دیگر معیارهاست. (تالن تی نو، ۱۹۹۲)

زمینه و چارچوب موضوع تحقیق:

کارآفرینی به عنوان کیفیتی شناخته می شود که افراد را قادر می سازد تا آنها کسب و کار جدیدی را ایجاد و یا کسب و کارهای موجود را نوآورانه توسعه دهند. (هارپر، ۱۹۸۳)

مروری بر ادبیات کارآفرینی نشان دهنده این مطلب است که کارآفرینی در سه زمینه شکل یافته و نسبت به آن مطالعه صورت گرفته است، (نبی ثیان، ۱۳۷۴):

الف- کارآفرینی درون سازمانی

ب- کارآفرینی برون سازمانی

پ- کارآفرینی مستقل

مبنای این تقسیم بندی حاکی از این است که ابتدا اعتقاد بر آن بود که کارآفرینها خود صاحب و مالک کار خود هستند، اما امروزه معتقدند کارآفرینها ممکن است در استخدام شرکتها درآیند و از همین جا مفهوم کارآفرینی درون سازمانی شکل گرفت و به دنبال آن کارآفرینان مستقل یا شخصی از صاحبان کسب و کارهای کوچک جدا شدند و تعریف دیگری پیدا کردند. در تحقیق حاضر تأکید بر کارآفرینهایی است که خود صاحب و مالک کار خود هستند. بنابراین در این بررسی صاحبان واحدهای کسب و کار کوچک تولیدی که خود ایجاد کننده و اداره کننده واحد کسب و کار بوده اند به سبب کارآفرینانه بودن این اقدام - به شرحی که قبلاً مطرح گردید - مترادف با کارآفرین فرض شده اند.

بررسیها نشان می دهد در مطالعه کارآفرینی عمدتاً سه رویکرد به عنوان مبنای مطالعات مورد استفاده قرار گرفته است: (احمدپور داریانی، ۱۳۷۹)

الف) مطالعه براساس خصوصیات روان شناختی و جمعیت شناختی یا رویکرد شخصی

ب) مطالعه براساس ویژگیهای رفتاری و فعالیتهای رفتاری یا رویکرد رفتاری

پ) مطالعه براساس عوامل محیطی (اطرافیان و جامعه) یا رویکرد محیطی اگر چه پژوهش حاضر بر رویکرد محیطی استوار است، آگاهی از رویکرد شخصی و رفتاری این امکان را فراهم می سازد تا شناخت بیشتری نسبت به کارآفرینان حاصل نمود و از این طریق مبنایی برای شناسایی، حمایت و بهره‌مندی از کارکردهای آنها فراهم ساخت. بر این اساس به‌اجمال به هر یک از رویکردها اشاره می شود:

۱- رویکرد شخصی

در رویکرد شخصی به برخی ویژگیها که افراد کارآفرین را از غیر کارآفرین متمایز می کند اشاره می شود: عمل‌گرایی، مسئولیت‌پذیرند، از اعتماد به نفس بالا برخوردارند، تمایل نسبی به پذیرش ریسک دارند، احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ دارند و در مقابل شکست از خود مقاومت نشان می دهند. (براک هاس، ۱۹۸۰)

”وسپر“ معتقد است کارآفرینانی که احتمال شکستشان بیشتر است کسانی هستند که تجربه دارند اما تحصیلات ندارند. گروهی دیگر که احتمال شکست آنها حتی بیشتر از گروه اول است کسانی هستند که آموزش دیده اند ولی تجربه ندارند. تحقیقات نشان داده است که بیش از ۹۷٪ از شرکت‌های جدید با سطح فناوری بالا دارای اداره‌کنندگانی بوده‌اند که قبلاً در آن زمینه و در آن صنعت کار می کرده‌اند. (صمد آقایی، ۱۳۷۸)

هایز ریچ و پیترز (۱۹۹۸) نیز در کتاب خود کارآفرینان را واجد نیاز بالا به موفقیت، خودسودمندی، ابهام‌پذیری بالا، منعطف و مستقل معرفی می کنند.

چنان‌که ملاحظه می‌شود علی‌رغم شخصی‌دیده شدن عوامل فوق، ریسک‌پذیری، تقویت اعتماد به نفس، شود‌پذیری، اقدام به کسب تجربه، استفاده از فرصتها، موفقیت‌طلبی و سودمند دیدن خود و... تا حد زیادی تحت تأثیر عوامل محیطی اعم از خانواده، نهادهای اجتماعی و جامعه قرار دارند و به گفته آلبرت بندورا (۱۹۹۷) از طریق تقویت اجتماعی است که رفتارهای سودمندانه ارتقا یافته و یاد گرفته می‌شود. ”براک هاس“ در بررسی خود نشان داد که غالب پدران کارآفرینان موفق، در زمینه‌هایی با فن‌آوری بالا، مالک و مدیر بوده‌اند، حداقل ۴۰٪ از کارآفرینان در خانواده‌های خود تجربیات کارآفرینی را مشاهده کرده‌اند (کریتنر و کی‌نی، ۱۹۹۷) وجود الگو جهت یادگیری نقش از جمله عوامل موثر بر روی شکل‌گیری روحیه

کارآفرینانه بوده است. "دیوید اسلیور" با مطالعه وسیع خود در سال ۱۹۸۶ نشان داد که ۷۴٪ از کارآفرینان در دوران کودکی خود شاهد وقایع حساسی همچون فقر، ناامنی، مرگ والدین یا جدایی آنان بوده اند.

۲- رویکرد رفتاری:

برخلاف رویکرد روان‌شناختی که بر ویژگی‌های شخصی یا شخصیتی فرد کارآفرین تأکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیتهای کارآفرین تأکید دارد. "هافر و سفربرگ" در بیان ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان آنها را در شناسایی فرصتهای بالقوه، از دیگران موفق‌تر می‌دانند، این‌که آنها توجه خود را به فرصتها معطوف می‌دارند و نه بر مشکلات و از شکست‌ها درس می‌گیرند، هدف‌گرا بوده و جهت حرکت‌ها را تشخیص می‌دهند و بنابراین از حس قوی برای تعیین مسیر برخوردارند. نوعی تعجیل در کار دارند خود را وقف کار می‌کنند. پرنرزی بوده و در انجام کار بسیار مصر و سخت کوشند و حداقل ۶۰ ساعت در هفته کار می‌کنند. (هارپر ۱۹۸۳، صمد آقایی، ۱۳۷۸)

"تالس ولد و ویکر" (۱۹۹۳) در مطالعات خود نشان دادند که کارآفرینان در رفتار خود منفعلانه عمل نمی‌کنند، آنها برای تکمیل مهارتها و نیازهای خود، به وسیله نوع رفتار و جذابیت‌های خاصی که از خود نشان می‌دهند - از قبیل احترام قائل شدن برای دیگران، انتقادپذیری، توان ارتباطی بالا و ... - قادرند به صورت مستقیم و غیر مستقیم واحد کاری خود را به محیط متصل سازند و به جلب نظر سرمایه‌گذاران، شرکای تجاری، تأمین‌کنندگان اعتبار و کارکنان مورد نظر خود نایل گردند.

۳- رویکرد محیطی

درسالهای اخیر تحقیقات بر روی کارآفرینی به طور وسیعی به تأثیر عوامل محیطی در ایجاد کسب و کارهای مستقل جدید معطوف شده است و در این میان عواملی چون وضعیت اقتصادی، اقدامات رقبا، قوانین دولتی، وجود یا نبود سرمایه‌گذاران خطرپذیر از شدت بیشتری در این تأثیر گذاری برخوردار بوده اند (الدريش، زيمر، ۱۹۸۶) این یافته‌ها با برخی نظریه‌های محیطی از جمله نظریه نهادی و نظریه بوم‌شناسی که نقش عوامل محیطی را بر فعالیتهای اقتصادی تعیین‌کننده محسوب می‌دارند، همسویی دارد. (کریستف، ۱۹۹۶)

اگر برآیند خصوصیات شخصی و رفتاری را در قالب سرمایه انسانی یعنی مجموعه ای از تواناییهای خدادادی و مهارتهای مکتسب کارآفرینان قلمداد نماییم (رای وت، کلاین، ۲۰۰۰). سرمایه اجتماعی بعد محیطی فضای کارآفرینی را برجسته می سازد. با این توضیح که سرمایه اجتماعی به وجود فرصتهایی اطلاق می شود که به وسیله ساختار اجتماعی پدید می آید و بر وجود ارتباطات فرد با محیط اجتماعی خود دلالت دارد. (ناهاپایت و گوشال، ۱۹۹۸) در این صورت این دو سرمایه مکمل یکدیگرند. پژوهشهای نشان داده است که سرمایه اجتماعی بالا موجب افزایش دستیابی کارآفرینان به منابع شده، لذا هم به لحاظ کمی و هم به لحاظ کیفی فعالیتهای کارآفرینانه را بهبود می بخشد. (یرودرل و پریززندروف، ۱۹۹۸)

در تحقیقی دیگر مشخص شده است وجود ارتباط نظام مند خط مشی گذاران در سطح ملی با فعالان در فعالیتهای کسب و کارهای کوچک و بر پایه توسعه شبکه های اجتماعی باعث شده است که کارآفرینان از فرصت بیشتری برای تأمین منابع مالی مورد نیاز برخوردار شوند. (کی بل، شین، ۱۹۹۹) به گفته شومپتر (۱۹۳۴) این بدان معناست که محیط در بروز و پرورش فعالیتهای کارآفرینانه از نقش تعیین کننده برخوردار است.

در مطالعه ای دیگر عوامل خاص محیطی که کارآفرینی را متأثر می سازد در قالب حمایت خانواده، حمایت محلی، حمایت دولت و عوامل فرهنگی - اجتماعی، حقوقی، قانونی، سیاسی، اقتصادی - فنی و به ویژه پویایی محیطی معرفی شده است. (صمد آقایی، ۱۳۷۸)

در دهه ۱۹۸۰ میلادی در قالب یک مطالعه تطبیقی در ایتالیا و آمریکا در ارتباط با شرکتهای کوچک و متوسط، مشخص گردید که به میزان وجود زیر ساختها، اعم از خط مشی ها، قوانین، امکانات فیزیکی و منابع مالی، سرعت پیدایش و توسعه فعالیتهای نوپا با تغییر مثبت همراه بوده است. (آلدیش، زیمر، ۱۹۸۶)

همچنین در گزارش تهیه شده توسط شورای اروپایی کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی در اروپا (۲۰۰۳)، که علاوه بر پاسخگویان اروپایی از صاحب نظران کشورهای آسیایی و آمریکا نیز استفاده شده است، چند بعدی بودن حمایت از واحدهای کوچک و کارآفرینانه، مهمترین فرصت توسعه پایدار قلمداد شده است. مباحثی چون: بهبود خدمات اداری با تأکید بر کاهش کاغذ بازی، تدوین قوانین مشوق فعالیتهای کارآفرینانه، دسترسی ساده به منابع تأمین مالی، بخشودگی های مالیاتی، تأمین ملزومات و تجهیزات اداری، ارتقای فرهنگ نوآوری از طریق

حمایت از داراییهای فکری، تسهیل در دست‌یابی به یافته‌های تحقیقاتی، آموزش کارآفرینی در قالب تربیت مربی و پذیرش دانشجویان از سوی دانشگاهها، بازاریابی محصولات از طریق برقراری ارتباط با مؤسسات مشاوره‌ای و تحقیقات بازار و...، از جمله اقداماتی است که مورد تأکید قرار گرفته است.

ابعاد حمایت از واحدهای کوچک

توجه به حمایت از واحدهای کوچک از این‌جا نشأت می‌گیرد که بر اساس آمار موجود در بعضی از کشورهای صنعتی، حدود ۳۳ درصد از واحدهای کوچک و فعالیتهای خود اشتغال در سال اول فعالیت، بیش از ۵۰ درصد آنها در دو سال اول و تقریباً ۶۷ درصد در پایان پنج سال از شروع فعالیت به دلایل مختلف با ناکامی مواجه شده و ناچار به توقف فعالیت شده‌اند. (رضائیان، علی، ۱۳۷۹) به منظور پیش‌گیری و مواجهه منطقی با چنین رویدادهایی، راهبردها، حمایتها و اقدامات عملی سایر کشورها در حمایت از نوآوران و کارآفرینان می‌تواند راهنمای عمل خوبی برای سایر کشورها باشد. برای مثال در امریکا در سال ۱۹۸۳ حدود ۳۰ ایالت کمیته‌هایی را با عنوان کمیته ایجاد و حمایت از واحدهای کوچک تولیدی به وجود آوردند. در آلمان برخی مؤسسات کارآفرینی ایجاد شده است که مشاوره‌های شغلی و اطلاع‌رسانی به افراد نوآور می‌دهد. در فرانسه با اعمال سیاستهای تخفیف مالیاتی، کاهش و حذف عوارض واحدهایی کوچک مورد حمایت قرار می‌گیرند. مالزی از معدود کشورهایی است که یک وزارتخانه تحت عنوان وزارت حمایت از فعالیتهای کوچک جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی دارد. در انگلستان به منظور پی‌گیری سیاستهای حمایتی و جهت تربیت افراد خلاق و نوآور آموزش‌کننده‌های خاصی تأسیس گردیده که افراد نوآور را مورد بازآموزی قرار می‌دهد. ژاپن از کشورهایی است که در آن ۲۵۰ مؤسسه بزرگ کارآفرینی وجود دارد و در بین سالهای ۱۹۷۰-۱۹۲۰ بیش از ۹۶ درصد نوآوریهای صنعتی توسط کارآفرینان برخاسته از این مؤسسات به انجام رسیده است. (ناظمی، مرتضوی، ۱۳۷۹)

اداره کسب و کارهای کوچک در امریکا با نمایندگیهای خود در سطح ایالت و مناطق محلی با قریب به ۱۰۰۰ مرکز توسعه کسب و کارهای کوچک ارتباط دارد و آنها را مورد حمایت قرار می‌دهد. کار این مراکز این است که صاحبان کسب و کارهای کوچک را در بدو تأسیس و حین فعالیت مورد حمایت قرار می‌دهند. (شرمرهورن، ۲۰۰۲)

با عنایت به اهمیت روزافزونی که واحدهای کوچک در ایجاد اشتغال و رشد اقتصاد ملی و منطقه‌ای - به شرحی که گذشت - دارند، موضوع حمایت از این واحدها بیش از پیش روشن تر می شود. نوع حمایتها و به ویژه کارکرد مراکز کارآفرینی نشان می دهد واحدهای کوچک عمدتاً دچار کمبود تجربه و توانایی تصمیم گیری صحیح در حل مشکلات خود می باشند؛ از کمبود سرمایه، عدم رهبری صحیح، فقدان دانش در امر کسب و کار به ویژه بازاریابی و تحقیقات بازار رنج می برند و فاقد امکانات کالبدی لازم برای فعالیتهای خود به ویژه در بدو تأسیس می باشند. بر این اساس می توان ابعاد حمایت از فعالیتهای کارآفرینانه واحدهای کوچک تولیدی را که مبنای مطالعه حاضر قرار خواهند داشت در قالب چهار فعالیت به شرح زیر تقسیم بندی و ارائه نمود:

الف) خدمات اداری و حرفه ای

شامل استفاده از مشاوره و دریافت خدمات حقوقی، انجام خدمات مربوط به ثبت شرکت، کسب پروانه بهره برداری، کمک به استقرار سیستم حسابداری، تامین امنیت ساختمانها و تجهیزات، کمک به تهیه یا اجاره تجهیزات، خدمات عام تجاری از جمله آموزش، خدمات اداری، بایگانی، پاسخ گویی به مشتریان، خدمات مخابراتی، نمابر و ... از اهم حمایتها و خدمات مورد نیاز فنی و تجاری در راه اندازی واحدهای کوچک تولیدی - بازرگانی می باشد.

ب) کمکهای مالی

کمکهای مالی مورد نیاز جهت واحدهای کوچک تولیدی - بازرگانی که نقش حیاتی در راه اندازی این واحدها دارد، عبارتند از: شناسایی منابع و کمکهای دولتی و نحوه استفاده از آنها، کمک در اخذ وام از منابع بانکی و سایر روشهای تامین منابع، آشنایی با فرآیند خریدهای دولتی و عقد قراردادهای، فنون پیش بینی بودجه، فنون جایگزینی تجهیزات، ماشین آلات و راههای استفاده از مشوقهای مالیاتی و ...

پ) کمک های مدیریتی

اهم کمکهای مدیریتی که می توان در بدو شروع فعالیتهای کوچک به کارآفرینان مستقل ارائه نمود عبارت است از: راهنمایی آنها در قالب طرحهای توجیهی برای شروع کار، انتخاب مکان مناسب فعالیت، تهیه ماشین آلات و تجهیزات لازم جهت تولید، آشنا ساختن آنان با قوانین و

مقررات مربوطه، ارائه خدمات علمی از قبیل برنامه ریزی عملیات، برنامه ریزی خطی، کنترل موجودی و....

ت) خدمات بازاریابی

خدمات بازاریابی از جمله مطالعه بازار، شناسایی رقبای احتمالی، مد نظر داشتن محدودیتهای قانونی در قیمت گذاری، تخمین مشتریان بالقوه، تعیین برنامه های تبلیغاتی، کیفیت محصولات تولیدی، ارتقای کیفیت محصول از طریق تحقیق و توسعه و.... را می توان نام برد.

روش تحقیق

با عنایت به این که هدف از این پژوهش ضمن شناخت وضع موجود فراهم نمودن زمینه مساعد برای حمایت از کارآفرینان و بهبود و ارتقای وضعیت فعلی است، لذا تحقیق برحسب هدف کاربردی قلمداد می گردد و از آنجا که در انجام تحقیق به دنبال بررسی و درپی آن آگاهی نسبت به ابعاد حمایتی می باشیم: نوع تحقیق پیمایشی است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این تحقیق را کلیه واحدهای تولیدی کوچک تا ۱۰ نفر نیروی کار (طبق تقسیم بندی مرکز آمار ایران) فعال در صنعت فلزات اساسی تشکیل می دهند. انتخاب صنعت فلزات اساسی با استناد به یافته های حاصل از مطالعه طرح جامع اشتغال در استان خراسان صورت گرفته است. در مطالعه اشاره شده، صنعت فلزات اساسی از بیشترین توان در ایجاد اشتغال غیرمستقیم نسبت به سایر صنایع فعال در سطح استان معرفی شده است. (مهدوی، ۱۳۷۸) طبق آمار اخذ شده تعداد این شرکتها در سطح شهر مشهد ۴۸ واحد بود که ۳۲ شرکت از بین آنها با روش نمونه گیری تصادفی از جامعه محدود و سطح اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای ۱ درصد انتخاب گردید و در نهایت داده های جمع آوری شده از ۳۰ شرکت مبنای تحلیل قرار گرفت. با وجود کوچک بودن حجم جامعه، عدم استفاده از سرشماری به دلیل به کارگیری آزمونهای آماری با استفاده از آمار استنباطی بوده است.

ابزار سنجش و فنون تجزیه و تحلیل داده ها:

برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه بر مبنای مقیاس ۵ رتبه ای لیکرت استفاده شده است. در این پرسشنامه سؤالی مرتب با ابعاد چهار گانه حمایت از واحدهای کوچک و مؤلفه های

زیرمجموعه هر بعد که در پایان بخش قبلی ارائه گردید، بر حسب رتبه های خیلی زیاد، زیاد، تا حدی، کم و خیلی کم که مبین میزان برخورداری هر یک از واحدهای کوچک از ابعاد حمایتی است، در دو وضعیت موجود و بدو تأسیس در قالب ۲۷ سؤال مورد پرسش قرار گرفته است و با کدگذاری مولفه ها به صورت خیلی زیاد = ۵، زیاد = ۴، تا حدی = ۳، کم = ۲، خیلی کم = ۱، به جمع آوری داده ها اقدام گردیده است. حداقل و حداکثر نمره، ابعاد حمایت از طریق خدمات بازاریابی، خدمات اداری - حرفه ای، روشها و فنون مدیریتی به تفکیک برای هر یک از ابعاد سه گانه بین ۶-۳۰ امتیاز می باشد. بر این اساس فواصل بین (۶-۱۳/۹۹)، (۱۴-۲۱/۹۹) و (۲۲-۳۰) به ترتیب تحت عنوان فواصل نامطلوب، تقریباً مطلوب و مطلوب و برای بعد خدمات مالی نمره حداقل و حداکثر بین ۷-۳۵ امتیاز می باشد و فواصل (۷-۱۶/۳۴)، (۱۶/۳۵-۲۵/۶۹) و (۲۵/۷-۳۵) به ترتیب فواصل نامطلوب، تقریباً مطلوب و مطلوب است.

به منظور روایی و پایایی پرسشنامه از فنون پذیرفته شده در این خصوص استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه با استناد به آرای متخصصان رشته مدیریت و صاحب نظران آگاه نسبت به مقوله کارآفرینی، روش محتوایی است و برای میزان پایایی، روش محاسبه ضریب آلفای کرونباخ انتخاب شد که برابر با عدد ۰/۸۷ گردید که حاکی از پایا بودن پرسشنامه است. همچنین برای توصیف داده ها از شاخصهای تمرکز شامل میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره استفاده شده است و برای آزمون و تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد از تخمین فاصله ای میانگین جامعه آماری در قالب فرمول $1 - \alpha = P\left\{\mu \in \left(\bar{x} - z_{\frac{\alpha}{2}} \frac{\delta}{\sqrt{n}}, \bar{x} + z_{\frac{\alpha}{2}} \frac{\delta}{\sqrt{n}}\right)\right\}$ و برای وجود همبستگی بین دو وضعیت موجود و بدو تأسیس از روش اسپیرمن استفاده گردیده است.

یافته ها

برای نشان دادن آمار توصیفی صرفاً به ارائه وضعیت شاخصهای مرکزی به تفکیک ابعاد چهار گانه حمایت از واحدهای کوچک تولیدی در جدول (۱) اشاره می شود. همان گونه که ملاحظه می گردد میانگین هر بعد حمایت، بیانگر نامطلوب بودن وضعیت آن بعد حمایتی است و نمرات حداقل و حداکثر ابعاد حمایتی ۴ گانه نیز دو حالت بدو تأسیس و موجود مؤید آن است.

جدول شماره (۱) ابعاد حمایت و شاخصهای تمرکز در نمونه مورد مطالعه

شخصهای مرکزی	میانگین	انحراف معیار	حداقل امتیاز	حداکثر امتیاز
● بعد حمایت مالی *	۷/۹۰	۲/۵	۶	۱۹
	۷/۵۰	۱/۸۳	۶	۱۴
● بعد حمایت مدیریتی *	۷/۴۳	۱/۸۵	۶	۱۴
	۷/۱۷	۱/۶۶	۶	۱۴
● بعد حمایت بازاریابی *	۷/۶	۲/۷۷	۶	۱۷
	۷/۷	۲/۸۷	۶	۱۷
● بعد اداری - حرفه ای **	۸/۷۳	۲/۸۸	۷	۱۸
	۸/۸۳	۳/۳۱	۷	۲۱

* حداکثر امتیاز بعد حمایتی عدد ۳۰ و حداقل آن عدد ۶ است و فاصله نا مطلوب بین (۶-۱۳/۹۹) قرار دارد.

** حداکثر امتیاز بعد حمایتی ۳۵ و حداقل آن ۷ است و فاصله نا مطلوب بین (۷-۱۶/۳۴) امتیاز قرار دارد.

نتایج حاصل از پردازش داده ها و آزمونهای انجام گرفته در ارتباط با فرضیه های تحقیق نیز عبارتند از:

فرضیه فرعی (۱)

واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین منابع مالی مورد نیاز و دریافت مشاوره مالی مورد حمایت قرار دارند. این فرضیه با عنایت به این که در دو حالت **بدو تأسیس** واحد تولیدی و در **وضعیت فعلی** مورد آزمون قرار گرفته اند نتایج آنها در دو حالت و به تفکیک ارائه می گردند:

الف) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین منابع مالی مورد نیاز و دریافت مشاوره مالی در بدو تأسیس واحد خود مورد حمایت قرار داشتند. که با توجه به فرمول تخمین فاصله میانگین جامعه و فاصله به دست آمده $\rho\{\mu \in (7/01, 8/79)\} = 0/95$ بیانگر فاصله نامطلوب است و می توان با اطمینان ۹۵٪ اظهار نمود این فرضیه رد می شود.

ب) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین منابع مالی مورد نیاز و دریافت مشاوره مالی در حال حاضر مورد حمایت قرار دارند.

با توجه به فاصله محاسبه شده $\rho\{\mu \in (6/85, 8/15)\} = 0/95$ که دلالت بر فاصله نامطلوب دارد فرضیه رد می شود، یعنی کارآفرینان در این بعد نیز از حمایت برخوردار نیستند. با توجه به رد هر دو فرضیه الف و ب فرضیه فرعی (۱) رد می شود.

فرضیه فرعی (۲)

واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات مربوط به فنون، روشها و مهارتهای مدیریتی مورد حمایت قرار دارند. این فرضیه نیز در دو حالت به شرحی که در بالا اشاره شد ارائه می شود.

الف) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات مربوط به فنون، روشها و مهارتهای مدیریتی در بدو تأسیس واحد خود مورد حمایت قرار داشتند. همان طور که ملاحظه می شود با توجه به اعداد مندرج در فرمول $\rho\{\mu \in (6/77, 8/09)\} = 0/95$ این فاصله نیز قابل قبول نبوده لذا فرضیه رد می شود؛ به عبارت دیگر کارآفرینان از این بعد حمایتی نیز در بدو تأسیس برخوردار نبوده اند.

ب) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات مربوط به فنون، روشها و مهارتهای مدیریتی در حال حاضر مورد حمایت قرار دارند. فاصله محاسبه شده $\rho\{\mu \in (6/58, 7/76)\} = 0/95$ مبین آن است که این فاصله نیز قابل قبول نبوده و از این بعد نیز کارآفرینان از حمایت برخوردار نیستند. بنابراین فرضیه فرعی (۲) هم رد می شود.

فرضیه فرعی (۳)

واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات بازاریابی مورد نیاز مورد حمایت قرار دارند.

نتایج حاصل از آزمون این فرضیه نیز در دو حالت بدو تأسیس و وضعیت فعلی به شرح زیر ارائه شده است:

الف) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات بازاریابی مورد نیاز در بدو تأسیس واحد خود مورد حمایت قرار دارند. فاصله $\rho\{\mu \in (6/61, 8/59)\} = 0/95$ مؤید این مطلب است که این فاصله نیز قابل قبول نبوده به عبارت دیگر فرضیه رد می شود.

ب) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در حال حاضر در تأمین و دریافت خدمات بازاریابی مورد نیاز مورد حمایت قرار دارند. با توجه به محاسبات انجام گرفته و فاصله به دست آمده $\rho\{\mu \in (6/67, 8/73)\} = 0/95$ مشخص می گردد که این فرضیه نیز تأیید نشده است لذا با اطمینان ۹۵ درصد می توان بیان کرد که فرضیه فرعی شماره (۳) نیز رد می شود.

فرضیه فرعی (۴)

واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات اداری و حرفه ای مورد نیاز مورد حمایت قرار دارند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه در دو حالت بدو تأسیس و حال حاضر به شرح زیر نشان داده شده اند:

الف) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات اداری و حرفه ای مورد نیاز در بدو تأسیس واحد خود مورد حمایت قرار دارند. مشخص شدن فاصله $\rho\{\mu \in (7/7, 9/76)\} = 0/95$ بیانگر رد فرضیه و نشان دهنده این مطلب است که کارآفرینان در بدو تأسیس واحد خود از این بعد حمایتی نیز برخوردار نبوده اند.

ب) واحدهای کوچک (کارآفرینان) در تأمین خدمات اداری و حرفه ای مورد نیاز در حال حاضر مورد حمایت قرار دارند. با توجه به فاصله $\rho\{\mu \in (7/65, 0/01)\} = 0/95$ خلاف این امر مورد تأیید قرار می گیرد. لذا با اطمینان ۰/۹۵ می توان اعلام نمود که فرضیه فرعی شماره (۴) نیز رد می گردد.

با عنایت به موارد مطروحه و رد شدن تمامی فرضیه های فرعی می توان نتیجه گرفت که فرضیه اصلی تحقیق نیز مورد تأیید نبوده و در واقع کارآفرینان (مالک-مدیر) واحدهای تولیدی از ابعاد چهار گانه در ارتباط با فعالیتهای خود از حمایت برخوردار نیستند.

جدول (۲) با مشخص نمودن ضریب همبستگی و وجود تفاوت معنی دار بین دو حالت بدو تأسیس واحد و وضعیت فعلی در ارتباط با تمامی فرضیه ها با استفاده از روش آماری اسپیرمن و در سطح اطمینان ۹۹٪ این موضوع را به نحو دیگری نشان می دهد.

جدول (۲) - ضرایب همبستگی بدو تأسیس و وضع فعلی واحدهای تولیدی از ابعاد چهار گانه حمایتی

ضریب همبستگی	فرضیه های فرعی
R=/.۶۷	فرضیه فرعی شماره (۱)
R=/.۷۷	فرضیه فرعی شماره (۲)
R=/.۹۵	فرضیه فرعی شماره (۳)
R=/.۸۹	فرضیه فرعی شماره (۴)

بالا بودن ضرایب همبستگی در ارتباط با هر یک از فرضیات فرعی (ابعاد چهار گانه) در دو وضعیت موجود و بدو تأسیس گویای این واقعیت است که واحدهای تولیدی کوچک فعال در صنعت فلزات اساسی خود را مورد حمایت دست اندرکاران نمی بینند.

نتیجه گیری و پیشنهاد

هدف این پژوهش دستیابی به دیدگاه ایجاد کنندگان واحدهای کوچک تولیدی در صنعت فلزات اساسی با تأکید بر رویکرد کارآفرینی نسبت به برخورداری آنان از حمایت در ابعاد: خدمات مالی، خدمات مدیریتی، خدمات بازاریابی و خدمات اداری و حرفه ای از جانب مسئولان دست اند کاران فعالیتهای اقتصادی شهر مشهد و تحلیل دیدگاههای آنها بود. داده ها و نتایج حاصله از آزمون فرضیه ها نشان داد که از دیدگاه پرسش شوندگان در هیچ یک از ابعاد چهار گانه فوق، آنها دولت یا دست اندرکاران محلی را حامی فعالیتهای حمایت گرانه قلمداد ننموده اند.

ایجاد کنندگان شرکتهای کوچک تولیدی بر این باورند که از حمایتهای مالی و مشاوره ای چه در بدو تأسیس و چه در حال حاضر، در دریافت تسهیلات و اعتبارات بانکی، برخورداری از صندوق حمایت از فعالیتهای کارآفرینانه، برخورداری از مشاوره در ارتباط با نحوه استهلاک تجهیزات و ماشین آلات مورد حمایت واقع نشده اند. در حالی که در ادبیات مطروحه که پیش از این بدانها اشاره شد، مشخص گردید که حمایت مالی و زمینه سازی برای تأمین اعتبار به ویژه در بدو تأسیس تا چه حد فعالیتهای کارآفرینانه و کسب و کارهای کوچک مرتبط با این فعالیتهای رونق می دهد. همچنین در بعد برخورداری از مهارتهای مدیریتی، پرسش شوندگان مدعی شده اند که در ارتباط با تهیه طرح توجیهی، سازمان دهی منابع انسانی، برنامه ریزی عملیات و تعیین

مکان کاری از سوی دست اندرکاران به طور رسمی و برنامه ریزی شده مورد حمایت واقع نشده اند. از آن جا که کارآفرینان لزوماً از تحصیلات بالا برخوردار نیستند - همان گونه که قبلاً اشاره شد - صرفاً به تجارب شخصی متکی می باشند، حمایت مدیریتی به ویژه در بعد وظایف مدیر و مهارت های مدیریتی و ارتقای دانش اداره امور، اولویت بیشتری را طلب می نماید و انتظار آنان را از دست اندرکاران منطقی نشان می دهد.

واحدهای کوچک تولیدی خود ثمره محیط پویا، متغیر و پر رقابت می باشند و پرواضح است که استمرار فعالیت در چنین محیطی یک مزیت برای جامعه محسوب می گردد، زیرا آنها در این مقاله هم عامل حفظ و هم عامل ایجاد اشتغال شناخته شده اند. آنها انتظار دارند که علاوه بر حمایت در ابعاد فوق در بعد خدمات بازاریابی نیز مورد حمایت قرار گیرند، متأسفانه چه در بدو تأسیس و چه در حین فعالیت، آنها نسبت به شناخت بازار هدف، پیش بینی مشتریان بالقوه، سطح قیمت ها و روند آن، نحوه تبلیغات، کانال های توزیع و... مورد حمایت واقع نشده اند. اگر چه این بخش از فعالیتها نیز تا حد زیادی به خود واحدهای کوچک تولیدی مربوط می گردد اما انتظار از دست اندرکاران در این بعد حمایتی را نیز نمی توان غیر منطقی دانست. پیشینه این تحقیق نشان داد که مراکز توسعه کسب و کارهای کوچک به عنوان حلقه واسطه بین دولت با صاحبان واحدهای تولیدی - تجاری نقش تعیین کننده ای را در استمرار اثر بخش فعالیت های کارآفرینانه از طریق حمایت های همه جانبه در بر دارد. انتخاب رویکرد محیطی در کنار رویکرد شخصی و رفتاری پاسخ به چنین انتظاری مورد تأکید قرار گرفت. بر این اساس تقاضا برای ایجاد نوعی همگنی در دانش و بصیرت ایجاد کنندگان واحدهای کوچک تولیدی به ویژه در مواردی که رویه های علمی و تخصصی را می طلبد منطقی می نماید. نامطلوب بودن امتیاز استفاده از خدمات اداری و حرفه ای به عنوان آخرین بعد حمایتی در زمینه هایی چون آگاهی از الزامات قانون کار و تأمین اجتماعی، امکانات مخابراتی، خدمات مشاوره مالیاتی، خدمات حقوقی در تنظیم قراردادها و دعاوی و... نیز حاکی از نارضایتی پرسش شوندگان از دست اندرکاران است. در حالی که مفاد مندرج در گزارش کشورهای اروپایی در ارتباط با چالش های مرتبط با فعالیت های کارآفرینانه نشان داد که وجود زیرساختها چه در قالب قانونی و چه ارتباطاتی، از جمله مهمترین ابزارهای توسعه از فعالیت های کارآفرینانه محسوب شده است و لذا مطلب فوق نیز خود را با انتظارات مطروحه با رعایت این امر که کارآفرینان را به عناصر متکی به دولت مبدل نسازد، همسو است.

سخن آخر این که کارآفرینان به عنوان سرمایه های ملی استحقاق رشد و پرورش را دارند، سرمایه گذاری بر روی آنها ابدأ نباید هزینه تلقی گردد آنچه تجارب سایر کشورها نشان داد آن بود که آنها خود سرمایه آفرینند و توسعه پایدار چه در سطح محلی و چه در سطح منطقه ای و ملی، نیازمند به خلاقیت و نوآوری آنهاست و بی توجهی به این امر مهم آثار جبران ناپذیری به همراه خواهد داشت. بر این اساس موارد زیر در قالب چند پیشنهاد برخاسته از تحقیق و تجربه نویسندگان که واجد جنبه اجرایی و عملی نیز هست، ارائه می گردد:

۱- ایجاد و توسعه مرکز حمایت از کارآفرینان و توسعه فعالیت های خود اشتغالی در قالب واحدهای کوچک کارآفرینانه در استان، ضروری و مهم می نماید. نحوه شکل دهی، مدیریت و سازمان دهی این مرکز حمایتی از طریق هماهنگی سازمان های ذی ربط و نمایندگان واحدهای تولیدی کوچک با سازمان مدیریت و برنامه ریزی، استانداری و مشارکت فعال سازمان صنایع و معادن، انجمن مدیران صنایع و به ویژه مرکز کارآفرینی دانشگاه فردوسی مشهد که شناسایی، حمایت و بهره مندی از دانشجویان کارآفرین را در اولویت کارهای خود قرار داده است و واجد تنوعی از تخصص در رشته های مورد نیاز جامعه است، می بایست در دستور کار قرار گیرد.

۲- تسریع در توسعه زیر ساخت های قانونی، حقوقی، ایمن سازی فعالیت های کارآفرینانه، تسهیل در تأمین و توزیع تسهیلات اعتباری و حمایت های مالیاتی در قالب بخشودگی و کاهش نرخ مالیات در ارتباط با واحدهای تولیدی کوچک نیز جدیت بیشتری را می طلبد.

۳- به مدیران و شاغلان فعال در شرکتها و واحدهای تولیدی کوچک نیز پیشنهاد می شود از طریق شرکت در آموزشهای ضمن خدمت و برقراری ارتباط با مراکز علمی، تحقیقاتی و مشاوره ای، خود را با تازه های مرتبط با کار به هنگام سازند و تجربه و علم را در کنار هم به کار بسته و فرا گیرند.

۴- دقت در تجربه سایر کشورها نشان می دهد که نهادهای سازنی فعالیت های کارآفرینانه و مدیریت واحدهای کوچک و متوسط در چارچوبی نظام مند قابل تحقق است. این امر مستلزم دو دسته کار کوتاه مدت و بلند مدت است. در افق زمانی بلند مدت تربیت کارآفرینان متعهد و متخصص از جمله کارکردهای دانشگاههاست. لذا پیشنهاد می شود در برنامه های درسی رشته های مدیریت به ویژه مدیریت بازرگانی و صنعتی، درسی تحت عنوان مقدمه ای بر کارآفرینی و درسی نیز با عنوان مدیریت واحدهای کوچک یا ترکیبی از آنها ارائه شود و ایجاد رشته جدیدی تحت این عنوان نیز در دستور کار دانشکده های مدیریت و آموزشهای حرفه ای قرار گیرد.

فهرست منابع:**منابع فارسی:**

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۷۹)، کارآفرینی، تعاریف، نظرات و الگوها
- ۲- رضائیان، علی، (۱۳۷۹) مبانی سازمان و مدیریت، سمت
- ۳- سازمان مدیریت و برنامه ریزی (۱۳۸۲)، چشم انداز بلند مدت جمهوری اسلامی ایران، گزارش شماره ۱۶، ص ۷
- ۴- صمد آقایی، جلیل، (۱۳۷۸)، سازمانهای کارآفرین، چاپ اول، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۵- مهدوی، محمد حسین، (۱۳۷۸)، طرح مطالعاتی بررسی بازار کار و تدوین راهکارهای توسعه اشتغال های زود بازده مولد و پایدار، سازمان مدیریت و برنامه ریزی / دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۶- ناظمی، شمس الدین، مرتضوی، سعید، (۱۳۷۹)، گزارش راهکارهای اجرایی مشاغل جدید و الگوی حمایت از کارآفرینان، سازمان مدیریت و برنامه ریزی
- ۷- نبی ثیان، محمد صادق، (۱۳۷۴)، کارآفرینی، چاپ سوم، دفتر بین المللی کار

منابع لاتین:

- 1- Aldrich, H. and Zimmer, J. (1986). Entrepreneurship: Through Social Network Cambridge.MA.
- 2- Atkinson, J and Meager, N (1986), Changing Patterns at Work, IMS / OECD, London
- 3-Bandura, A. (1997), Self-Efficacy: The Exercise of control, W.H.Freeman and co., New York.
- 4-Baumbach, Clifford and Mancuso, Joseph R., (1987) Entrepreneurship and Venture Management, Second Edition, Prentice Hill
- 5-Brockhaus, Robert, (1980), "Risk – Taking Propensity of Entrepreneurs" Academy of Management Journal. vol 23, NO, 3
- 6-Bruderl, J. and Preisendorfer, P. (1998). "Network Support and Success of Newly Founded Business", Small Business (10),3.
- 7-Cable, D.M. Judge, T.A. (1996), "Person-Organization Fit, Job Choice Decisions and Organizational Entry", Organizational of Human Decision Processes (67),3.
- 8-European Council, (2003), Summary Report : "The Public Debate Following the Green Paper, Entrepreneurship in Europe": (http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/index.htm)

- 9-Harper, M (1983), Selection of Training for Entrepreneurship Development, ILO. Geneva
- 10-Helms , Marilyn M. , (2000) , Encyclopedia of Management , Glaxo Group
- 11-Hisrich, Robert D. and Peters, Michael P. (1998), Entrepreneurship, 4th ed. Irwin, McGraw-Hill
- 12-Judite Payne A. , (2001) E-commerce Readiness for SMEs in Developing Countries: A Guide for Development Professionals , Academy Education Development . USA .
- 13-Kreft, Steven F. and Sobel, Russell S. (2003). Public policy, Entrepreneurship, and Economic Growth, West Virginia University.
- 14-Kreitner , Robert , Kinicki , Angelo. (1997) , Organizational Behavior , McGraw – Hill.
- 15-Kristof, A.L., (1996), “Person-Organization fit: An Integrative Review of its Conceptualizations, Measurement and Implications”, personnel psychology (49),1
- 16-Murillo, Ruben H. (2004), Entrepreneurship, U.S.A. :The Federal Reserve Bank
- 17-Nahapiet, J. and Ghoshal, S., (1998). “Social capital, intellectual Capital, and the Organizational Advantage”. Academy of Management Review, (23), 2
- 18- Rivette, K.C and Kline, D. (2000), Rembrandts in the Attic. , Harvard Business school press, Boston, MA
- 19- Robbins , Stephen P . (1997) , Managing Today , McGraw – Hill, P. 9
- 20-Shermerhorn, John R. (2000), Management, John Wiley and sons, Inc.
- 21-Schumpeter , Joseph A. , (1934) The Theory of Economic Development , Harvard university press, Cambridge. MA
- 22- Timmons , J. et al , (1985), New Venture Creation , Irwin. Inc. , P. 183.
- 23- Tjosvold, D. and Weicker, D. , (1993) , Cooperative & Competitive Networking by Entrepreneurs: “A Critical Incidents study” Journal & Small Business Management, vol .32. no, 1, January
- 24-Tolentino, A. (1995), Guidelines for the Analysis of Policies and Programmes for Small and Medium Enterprise Development, ILO. Geneva.