

## پژوهشی علمی در بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان برتر در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

### چکیده

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته و به‌سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است نقش‌های کارآفرینی، اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند. کارآفرینان تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نمی‌پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم دست به خلاقیت می‌زنند. با توجه به اهمیت بخش گردشگری در اصفهان و اینکه رشد این بخش و معضل بیکاری در این استان، در بخش گردشگری و کار در صنایع دستی و کارخانجات، توجه به ماهیت کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان راهکاری برای ایجاد فرصت‌های شغلی باشد، لذا ضرورت و انجام این تحقیق که سعی در نقش عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی و همچنین رتبه‌بندی آن را دارد گامی در جهت بهبود مشکلات بوده و ضرورت می‌یابد. با توجه به اهمیت و ضرورت موضوع، پژوهش حاضر به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش حاضر را تعداد ۸۰ نفر از کارآفرینان شهر اصفهان تشکیل داده اند که بر طبق فرمول کوکران تعداد اعضای نمونه ۶۶ نفر محاسبه شد. با استفاده از تئوری داده بنیاد به شناسایی این عوامل پرداخته شد که در نهایت در مرحله گزینشی شاخص‌های: آموزش مهارت‌های کارآفرینی، مشاوره، تأمین منابع مالی، زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)، عوامل محیطی، عوامل استراتژیک، عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی)، عوامل فرهنگی، دانش اولیه، نیروهای پیش برنده، شبکه‌های اجتماعی، هوشیاری کارآفرینی، پیامدهای فردی، پیامدهای کلان، اصلاح قوانین و مقررات، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه، نظام انگیزش کارآفرینانه، شرایط عمومی تسهیل‌گر، شرایط عمومی محدودکننده به‌عنوان مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی معرفی شدند.

### اهداف پژوهش:

۱. شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی.
۲. مطالعه فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.

### سوالات پژوهش:

۱. شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی چگونه است؟
۲. چه عواملی در فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مؤثر است؟

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرین، فرصت‌های کارآفرینی، تکنیک‌های معادلات ساختاری.

کارآفرینی ترکیبی از فرصت‌ها در حوزه‌هایی است که در آن قرار دارد، ویژگی‌های شخصی برای شناسایی و پیگیری این فرصت‌ها و خلق نتایج خاص لازم است. شرکت‌ها می‌توانند نه تنها به توسعه مزایای خاص شرکت کمک کنند، بلکه می‌توانند فرآیندهای خاص کارآفرینی را از طریق شناسایی فرصت‌ها و توسعه محصولات جدید و خدمات در بازار محلی هدایت کنند. یک کارآفرین متحمل عدم اطمینان و ریسک‌پذیری است. جان پاپتیست سی، بر نقش مدیریت کارآفرین تأکید نموده است. او مدعی است که یک کارآفرین باید وظایف خاص کسب و کار را به انجام برساند و همچنین تأمین‌کننده‌ی سرمایه‌ی خود باشد. او همچنین باید از ریسک‌پذیری برخوردار باشد. کارآفرین کسی است که با دوری از بی‌کفایتی دیگران به کامیابی دست می‌یابد. اندیشمندان زیادی درباره کارآفرینی سازمانی بحث کرده و آن را به عنوان یک فعالیت نوآورانه در درون یک سازمان معرفی کرده‌اند. عدم قطعیت محیطی، اختلال و ناهمگنی برای سازمان‌های کنونی، منجر به ایجاد گروهی از چالش‌های استراتژیک می‌گردد. افزایش پیش از پیش رقابت در بازارهای داخلی و جهانی نقش مهم کارآفرینی در توسعه کسب و کار را آشکار کرده است. بنابراین، سازمان‌ها به منظور مقابله با چالش‌های توسعه و بالابردن صلاحیت‌های هسته مرکزی، به طور فزاینده‌ای بر استفاده مؤثر از کارآفرینی سازمانی تکیه می‌کنند. کارآفرینی سازمانی تلاشی است برای بهبود مزیت رقابتی از طریق ایجاد نوآوری‌های داخلی که ایجادکننده صنایع جدید می‌باشد. کارآفرینی، تجدید استراتژی‌ها و تحول در سازمان، ورود به بازارهای جدید و فرایندی پویا جهت افزایش ثروت می‌باشد. بی‌تردید کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد. به طوری که امروزه یکی از شاخص‌های توسعه در کشورهای رو به رشد محسوب می‌شود. کارآفرینی مهم‌ترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه می‌باشد. در شرایطی که کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک‌سو، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت از سوی دیگر و اضافه شدن خیل تازه‌واردان به عرصه کار به موارد اخیر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، از آنجایی که کارآفرینی به عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح بوده و خود اشتغالی به عنوان برجسته‌ترین دستاورد کارآفرینی مطرح است به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است.

بررسی‌های انجام شده حاکی از این است که تاکنون اثر مستقلاً با این عنوان انجام نشده است با این حال مقالات متعددی در خصوص فرصت‌های کارآفرینانه در صنایع مختلف به رشته تحریر درآمده است. فوس و کلاین (۲۰۱۸) به بررسی فرصت‌های کارآفرینی پرداختند. بحث در تحقیقات مدیریت در مورد وضعیت ساختن فرصت و کارآفرینی در حال حاضر بیش از یک دهه است که در جریان می‌باشد. در این پژوهش استدلال شده که مباحث موجود در این زمینه منجر به بینش کمی در کارآفرینی شده است و در این پژوهش به توسعه سازوکارهای مناسب در این زمینه پرداخته شده است. عدم اطمینان برای کارآفرینی و نوآوری مبحث بسیار مهمی است که هنوز در رویکردهای مبتنی بر فرصت استفاده نشده است. تودشینی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) در پژوهش خود به بررسی مدل‌های نوآورانه و پایدار کسب و کار در صنعت مد و بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها در این زمینه پرداختند. این مطالعه به دنبال کمک به درک پویایی درونی کارآفرینی با استفاده از مدل‌های تجاری پایدار است. به طور خاص، محققان در این پژوهش بر

---

<sup>۱</sup> Todeschini et al.

کسب و کار مد، بعنوان یک صنعت با منابع فشرده تمرکز کرده که در آن فرصت‌ها برای کاهش اثرات زیست محیطی و نوآوری مدل‌های کسب و کار به چالش کشیده شده است. هدف از تحقیق این پژوهشگران آن است که مدل‌های کسب و کار نوآورانه در صنعت مد به‌ویژه از نظر ارزش پایداری مورد بررسی قرار گیرند. بی‌لاند و مک کافری (۲۰۱۷) به تئوری کارآفرینی و عدم قطعیت نهادی پرداختند. این مقاله مفهوم کارآفرینانه عدم قطعیت را بررسی کرده و آن را به ساختار نهادی جامعه مرتبط می‌کند. چارچوبی برای درک عدم قطعیت نهادی معرفی شده که تاکید می‌کند که چگونه عدم قطعیت در سطوح نهادی متفاوت ظاهر می‌شود. این رویکرد نشان می‌دهد که انواع متفاوتی از عدم قطعیت (یعنی انواع ناشی از سطوح نهادی متفاوت) کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بنابراین پاسخ‌های متفاوتی را تضمین می‌کند. کارآفرینی تجاری رایج، که بر سطح نهادی پایین‌تر تبادل بازار و ساختارهای بازار انجام شده است برای غلبه بر عدم قطعیت در آن حوزه‌ها مناسب است. باقری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری» به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی در صنعت گردشگری پرداخته است. با این حال در پژوهش‌های ذکر شده از دیدگاه کارآفرینان به این موضوع پرداخته نشده است. لذا پژوهش حاضر که به روش کمی و کیفی و با تکیه بر داده‌های آماری و کتابخانه‌ای انجام شده است درصد بررسی این موضوع است.

## نتیجه‌گیری

شرایط علی، شامل مواردی از مقولات است که مستقیماً بر پدیده محوری تأثیرگذار است یا به‌گونه‌ای ایجاد کننده و توسعه‌دهنده این پدیده هستند که اغلب می‌توان با نگاهی منظم به داده‌ها و بازبینی حوادث آنها را پیدا کرد. نتایج بدست آمده، نشان داد که آموزش، مشاوره، منابع مالی، دانش، عوامل فردی، عوامل استراتژیک، نیروهای پیش‌برنده و هوشیاری کارآفرینی می‌تواند از شرایط علی مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی باشد. مقوله محوری، همان پدیده اصلی مورد نظر این پژوهش یعنی شناسایی فرصت‌های کارآفرینی است که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده شده‌اند و با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان از عوامل تأثیرگذار بر این پدیده و راهبردهایی ب‌آمده از آن و در ادامه پیامدهای و نتایج حاصل از این راهبردها سخن گفت. در این پژوهش مقوله محوری ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه و نظام انگیزش کارآفرینانه در نظر گرفته شده است. راهبردها، همان اقداماتی هستند که در پاسخ به مقوله یا پدیده محوری ارائه می‌شوند، به شکل هدفمندی انتخاب شده و با استفاده از آنها می‌توان به پدیده محوری جامه عمل پوشاند. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش به صلاح قوانین و مقررات بیش از سایرین اشاره نمودند. شرایط زمینه‌ای، به‌طور کلی عوامل خاصی هستند که کارآفرینان نمی‌توانند آنها را کنترل کنند اما راهبردهای ما از آن بستر متأثر هستند. در رابطه با این عوامل طی مصاحبه‌ها بیشتر زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)، شبکه‌های اجتماعی، عوامل محیطی و عوامل فرهنگی تأکید شده است. شرایط مداخله‌گر، که به تعدیل شرایط علی می‌پردازد و بر راهبردها تأثیر می‌گذارد، طی مصاحبه‌های انجام شد اکثریت قریب به اتفاق به شرایط عمومی تسهیل‌گر و شرایط عمومی محدودکننده، اشاره کردند که نشان می‌دهد چگونه این عوامل، اجرایی کردن راهبردهای اتخاذ شده را تسهیل می‌کنند. پیامدها و نتایج، از اتخاذ راهبردهایی نشأت می‌گیرد که در حالت موفقیت‌آمیز، تحقق آنها موجب تحقق مقوله محوری می‌شود. به‌عنوان نتیجه مصاحبه‌شوندگان این پژوهش بر پیامدهای فردی و پیامدهای کلان اشاره کرده‌اند.

## منابع:

- اکبری، م.، و دانش، م. (۱۳۹۸). «تأثیر بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی: با تبیین نقش میانجی شناسایی فرصت». تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، ۵۰(۴)، ۷۸۹-۸۰۱.
- خواجه نبی، زند مقدم، کرکه آبادی. (۲۰۲۰). «تحلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در رشد و توسعه گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر گلوگاه». دوفصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۱(۱)، ۱۳-۲۸.
- یگانگی، ص. (۱۳۸۳). بررسی تأثیر منابع اجتماعی اطلاعات بر تشخیص فرصت در کسب و کارهای کوچک متوسط صنایع غذایی شهر تهران. تهران: دانشکده مدیریت.
- Baumol, William J. (۱۹۹۶). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing*, ۱۱(۱), ۳-۲۲.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (۲۰۰۴). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*, ۲۵(۱), ۷۱-۷۹.
- Bylund, Per L, & McCaffrey, M. (۲۰۱۷). A theory of entrepreneurship and institutional uncertainty. *Journal of Business Venturing*, ۳۲(۵), ۴۶۱-۴۷۵.
- Drucker, P. (۲۰۱۴). *Innovation and entrepreneurship*: Routledge.
- Foss, Nicolai, & Klein, P. (۲۰۱۸). Entrepreneurial Opportunities: Who Needs Them? *Academy of Management Perspectives*(ja).
- Karami, G., & Rezaei Moghaddam, K. (۲۰۲۰). Participatory Action Research: The Linkage Point between the Research and Action in the Agricultural Entrepreneurship Cooperatives Management. *karafan scientific semi-annual*, ۱۶(۴۶), ۱۶۱-۱۸۸.
- Kroezen, J., Ravasi, D., Sasaki, I., Żebrowska, M., & Suddaby, R. (۲۰۲۱). Configurations of Craft: Alternative Models for Organizing Work. *Academy of Management Annals*, (ja).
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (۲۰۲۰). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, ۷۹, ۱۷۷-۱۸۸
- Mrożewski, Matthias, & Kratzer, J. (۲۰۱۷). Entrepreneurship and country-level innovation: investigating the role of entrepreneurial opportunities. *The Journal of Technology Transfer*, ۴۲(۵), ۱۱۲۵-۱۱۴۲.
- Patel, P. C., & Wolfe, M. T. (۲۰۲۰). Of free markets and a secular mind: the value of economic decentralization and individual secular values in entrepreneurship. *Small Business Economics*, ۱-۲۷.
- Reuber, A Rebecca, Knight, Gary A, Liesch, Peter W, & Zhou, L. (۲۰۱۸). *International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders*: Springer.
- Shi, Y., Shi, D., Zhou, L., & Fang, R. (۲۰۲۰). Identification of ecosystem services supply and demand

areas and simulation of ecosystem service flows in Shanghai. *Ecological Indicators*, 110, 1064-1078.

Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.

Stevenson, H., & Jarillo, C. (1990). A paradigm of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 15, 45-57.

Steyaert, Chris, & Hjorth, D. (2008). *Entrepreneurship as social change: A third new movements in entrepreneurship book (Vol. 3)*: Edward Elgar Publishing.

Todeschini, B., Cortimiglia, Marcelo N., Callegaro-de-Menezes, D., & Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*, 60(6), 709-720.