

بررسی تاثیر عوامل خانوادگی بر تمایل به چالش طلبی افراد کارآفرین: از دیدگاه کارآفرینان استان کرمان

میرساردو، سمیرا (نویسنده مسئول)، دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان

samiramirsardoo@yahoo.com

ملاحسینی، علی، دکترای مدیریت، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

A-MOLLAHOSSEINI@YAHOO.COM

کاظمی، مهدی، دکترای مدیریت، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

mehdykazemi@gmail.com

چکیده- کارآفرینی، فرایندی اکسپانسیو است و خانواده در شکل‌گیری آن نقش مهمی را ایفا می‌کند. زیرا خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند، به طوری که "فرد" و "جامعه" در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. در عین حال، شرایط محیطی و نوع جامعه‌ای که فرد در آن رشد و نمو می‌کند نیز در شکل‌گیری و ایجاد عادات و رفتارهای مختلف در فرد، به میزان زیادی تأثیرگذار هستند. بنابراین هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر عوامل خانوادگی بر میزان کارآفرین‌پروری از دیدگاه کارآفرینان استان کرمان می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارآفرینان استان کرمان تشکیل داده است و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد که شامل ۶ عامل اصلی می‌باشد که در مجموع ۵۴ عامل را مورد بررسی قرار داده است و روایی آن با توجه به نظر اساتید راهنما و مشاور و همچنین کارشناسان کارآفرینی و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. فرضیه‌های تحقیق با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت که نتایج حاصل نشان می‌دهد که تاثیر متغیر مستقل عوامل خانوادگی بر متغیر وابسته چالش طلبی برابر ۰,۹۴ است که نشان از تاثیرگذاری عوامل خانوادگی بر میزان تمایل به چالش طلبی افراد است.

کلید واژه‌ها: کارآفرین، کارآفرین‌پروری، خانواده

۱. مقدمه

مفهوم کارآفرینی و ایجاد کسب و کاری از مفاهیم مهم و اساسی در بحث رشد و توسعه اقتصادی دولت‌ها و کشورها است. کارآفرینی و ایجاد کسب و کار در کشور ما ایران نیز با توجه به وضعیت اقتصادی ملی و منطقه‌ای و همچنین آهنگ رشد و حرکت اقتصاد جهانی از اهمیت فوق العاده‌ای

برخوردار است. با توجه به اینکه جهان به سمت اقتصاد کارآفرینی در حال حرکت است و ایجاد شرکت‌های جدید در مرکز این فعالیت‌ها قرار دارد. همچنین تغییرات سریع جوامع و ضرورت سازگاری فعالانه با چنین جوامعی، ارزش کارآفرین‌ها را روزافزون می‌کند. لزوم توجه به کارآفرینی و توسعه آن بسیار بیشتر از گذشته اهمیت دارد. (احمدپور داریانی، ۱۳۹۰) کارآفرینی موضوعی نیست که در مقطع زمانی خاصی مطرح شده باشد، کارآفرینی با توجه به نقش خاصی که در رشد اقتصاد دارد، توجه زیادی را سالیان اخیر به خود جلب کرده است. علاوه بر این، امروزه دانشگاهیان، سیاستمداران و سیاستگذاران به نقش بالقوه‌ای که کارآفرینی در اقتصاد ایفا می‌کند، پی برده‌اند. پژوهشگران به بررسی نقش مثبت کسب و کارهای جدید بر سطح اشتغال و مزیت‌های رقابتی پرداخته‌اند. (جاسکویز، ۲۰۱۴) پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهند که کارآفرینی برای اقتصاد سالم ضروری و سودمند است و بر پایداری اقتصاد و رونق تولید تاثیر بسزایی دارد. نتایج پژوهش‌های برایان و جولینز نشان داده شده است که کارآفرینی اهمیت بسیاری در اقتصاد آمریکا داشته است. به علاوه سطوح عالی کارآفرینی موجب ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی می‌شود (کریسمن، ۲۰۱۳). بی شک روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است، به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند، سرمایه‌ی در دسترس کشورها را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند. تاریخچه‌ی توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، مستنداتی برای حمایت از این واقعیت فراهم می‌آورد که اقتصاد، تحت تاثیر کارآفرینی است. کارآفرینی هم اکنون به عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد و از طریق خانواده، برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا کند (آلدریچ، ۲۰۱۲). در تحقیق حاضر سعی شده است تا به سوالات "آیا بین عوامل خانوادگی و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد کارآفرین ارتباط معناداری وجود دارد؟"، "آیا بین اندازه خانواده و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد؟"، "آیا بین میزان تحصیلات و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد؟"، "آیا بین مشارکت در کسب و کارها در گذشته و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد؟"، "آیا بین انسجام خانواده و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد؟" برای پاسخ به این سوالات، با استفاده از پرسشنامه طراحی شده از ۴۰ نفر کارآفرینان برتر استان کرمان نظرخواهی شد و از طریق آزمون‌های T و معادلات ساختاری مورد ارزیابی و بررسی قرار

گرفتند. این مقاله از پنج بخش تشکیل شده است که در بخش دوم ادبیات نظری و پیشینه تحقیق، در بخش سوم روش تحقیق، در بخش چهارم یافته‌های پژوهش و در بخش آخر بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادات است.

۲. ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

کارآفرین کسی است که فرصتی را کشف و برای پیگیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می‌کند، عمدتاً به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را تاسیس و اداره می‌کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت استراتژیک است، سیاستگذاری کسب و کار با اوست و به حساب خود ریسک مالی آن را به عهده می‌گیرد و در آخر کسی است که موسسه اقتصادی، خصوصاً کسب و کاری را که معمولاً مستلزم ابتکار و ریسک قابل توجهی باشد سازماندهی و اداره می‌کند. (هوپ، ۲۰۱۴) شناخت ویژگی‌ها و سوابق کسانی که شروع به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌کنند گام مهمی در جهت تشویق کارآفرینان بالقوه و افزایش احتمالی موفقیت آنان است هر چند که تشخیص این امر کار دشواری است و لازم است به این نکته از ژوزف شومپتر اشاره کنیم که "سختی تشخیص کارآفرینان به دلیل بی‌دقتی در فعالیت‌های آنان نیست، بلکه به خاطر این است که اولاً اشخاصی که واقعاً درگیر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند سخت پیدا می‌شوند، ثانیاً آنان همواره کارآفرین نیستند و ثالثاً هیچ یک فقط کارآفرین نیستند." (احمدپور، ۱۳۸۰).

ویژگی چالش طلبی در حقیقت، نقش انگیزاننده و تشویق در ورود کارآفرینان به حوزه‌های ناشناخته‌ی کسب و کار را دارد. کارآفرینان، کارهای بیش از حد مشکل یا بیش از حد ساده را ترجیح نمی‌دهند. در حقیقت، این گونه فعالیت‌ها، انگیزه کافی برای حرکت و پویایی در آنها پدید می‌آورد. آنها به دنبال انجام کارهای هم‌اورد یا چالشی هستند. بنابراین، وجود این ویژگی، باعث می‌شود که کارآفرینان وارد کارهای جدید شوند، در آن، دخل و تصرف کنند و پس از مدتی بر کار، تسلط یابند. (مک کلند، ۱۹۶۱) افرادی که در این زمینه در ایران دست به تحقیق و پژوهش زده‌اند بسیار اندک‌اند. سمیع زاده، مهدی و دیگران (۱۳۸۸) در پژوهشی نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی (مطالعه موردی: صنایع نفت و نساجی شهر تهران) را مورد بررسی قرار داد. در تحقیق درباره نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی، مشخص شد که ارتباطات خوب و مؤثر میان اعضای خانواده عاملی مناسب و تأثیرگذار بر فرایند ایجاد یک مخاطره و

کسب و کار خانوادگی می‌باشند. همچنین نتایج تحقیقات دیگر دیر و هندلر، (۱۹۹۴) نیز نشان می‌دهند که ارتباطات مؤثر یکی از ابعاد اصلی خانواده‌های نیرومند و موفق را تشکیل می‌دهند و به دلیل فشارهای زمانی و مالی مرتبط با شروع یک مخاطره و کسب و کار جدید، کارآفرینان در بسط و توسعه ارتباطات خوب و مؤثر میان اعضای خانواده‌شان با چالشی اساسی روبرو هستند. نتایج تحقیق همچنین نشان می‌دهند که اغلب کارآفرینان یکی از عوامل تمایل به ایجاد کسب و کارهای خانوادگی را دستیابی به اهداف خانوادگی خود می‌دانند. نتیجه‌ای که در مطالعه گنز و کارلسن نیز مورد تأیید قرار گرفته است. علاوه بر آن، طبق نظر دیر و هندلر، خانواده می‌تواند با تأمین پول، ارتباطات، منابع انسانی و دیگر منابع مورد نیاز نقش حمایتی و پشتیبان را برای فرد کارآفرین ایفا نماید. خانواده همچنین می‌تواند پشتیبان و حامی تلاش‌های کارآفرینانه، و در فراز و نشیب‌های فرآیند آغازین کسب و کار جدید، برآورده کننده منزلگاهی امن و مطمئن برای کارآفرینان باشد. از سوی دیگر نقش خانواده به عنوان مانعی برای آغاز کسب و کارهای جدید، به واسطه تأمین اندک منابع اساسی و عدم حمایت اجتماعی و یا حمایت بسیار اندک، نیز اثبات گردیده است. در این تحقیق نیز مشخص شد که توانایی تأمین منابع مورد نیاز یک کسب و کار جدید از سوی خانواده عامل مؤثری در راستای موفقیت تلاش‌های کارآفرینانه به سمت ایجاد کسب و کارهای خانوادگی می‌باشد.

انصاری، محمد تقی (۱۳۸۷) در پژوهشی بر مبنای تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق، جنسیت مرد، داشتن تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی، اشتغال آزاد والدین، سن مناسب در زمان شروع به فعالیت‌های کارآفرینانه، جایگاه متوسط و مرفه اقتصادی و وجود الگوی نقش، مولفه‌های قابل انتساب به کارآفرینان کشور می‌باشند. نتایج این مطالعه حاکی از وجود انطباق در تعدادی از ویژگی‌های جمعیت شناختی کارآفرینان کشور با نتایج مطالعات سایر کشورها و عدم همسویی در تعدادی دیگر است.

پیتر جاسکویز (۲۰۱۴) پژوهشی در سطح خرد روش قیاسی و تفسیری برای ساختن نظریه کارآفرینی نسلی انجام داده است که در آن با ۳۷ نفر از مالکان شرکت‌های خانوادگی مصاحبه شده است. در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که بطور متوسط، شرکت‌های خانوادگی چند نسلی به میزان کمتری موفق به پرورش نسل کارآفرین بوده‌اند. در این پژوهش سعی کرده است تا به نظریه پرورش نسل کارآفرین دست پیدا کنند. نظریه آنها بیان می‌کند که پرورش خانواده کارآفرین با خانواده‌های سنتی متفاوت است. چرا که آنها عبور می‌کنند از یک میراث کارآفرینی، نشان‌گذاری موفق میراث

کارآفرینی بر روی نسل بعد و سپس هر دو نسل در گیر فعالیت‌های استراتژیک می‌شوند که نسل بعد کارآفرین را پرورش می‌دهد.

لیندا ماری (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان "بررسی تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای مشاغل نسل بعدی: تاثیر دخالت خانواده کسب و کار" انجام داد. در این پژوهش به گزارش نتایج تجربی مطالعه کیفی تفسیری از پدیده مشاغل نسل بعدی اعضا خانواده می‌پردازد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دخالت خانواده کسب و کار نسل بعدی نه تنها شغل نسل بعد را تحت تاثیر قرار می‌دهد حتی آن را تغییر می‌دهد. ابزار کلیدی خانواده کسب و کار را برای نسل بعدی و یک منبع منحصر بفرد را برای کسب و کار خانوادگی پیشنهاد می‌کند. از طریق این فعالیت‌ها نسل بعدی به بررسی عرصه خانواده کسب و کار می‌پردازد که عواقب قابل توجهی را در تصمیم‌گیری شغل خواهد داشت.

۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی می‌باشد. توصیفی از این جهت که تصویری از وضع موجود را ارائه می‌دهد و پیمایشی از این جهت که گردآوری داده‌های مورد نظر از طریق نمونه‌گیری از جامعه در یک تحقیق میدانی انجام می‌گیرد و از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی و از لحاظ زمانی مقطعی می‌باشد.

تحقیق حاضر شامل یک فرضیه اصلی، بین عوامل خانوادگی و تمایل خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد. و ۴ فرضیه فرعی می‌باشد، بین انسجام خانواده و تمایل خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد، بین اندازه خانواده و تمایل خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد، بین مشارکت دوران کودکی در کسب و کارهای خانوادگی و خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد، بین میزان تحصیلات و تمایل خلاقیت و نوآوری افراد ارتباط معناداری وجود دارد.

جهت پاسخ به سوالات اساسی تحقیق یک هدف اصلی شامل، بررسی میزان تاثیر عوامل خانوادگی بر تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد و ۴ هدف فرعی مورد بررسی و شناسایی قرار می‌گیرند، شناسایی رابطه بین اندازه خانواده و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد، شناسایی رابطه بین انسجام خانواده و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد، شناسایی رابطه بین مشارکت دوران کودکی و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد، شناسایی رابطه بین میزان تحصیلات و تمایل به خلاقیت و نوآوری افراد.

ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه است که با استفاده از منابع مورد استفاده در ادبیات موضوع تهیه شده است. ابتدا متغیرها تعریف شده‌اند و در ادامه سؤالات آن‌ها استخراج کرده‌اند که روایی این سؤالات توسط ۱۵ نفر از اساتید دانشگاه مورد بررسی قرار گرفته است و پایایی آن از طریق آلفا کرونباخ محاسبه شده است که مقدار آلفای کرونباخ برای پرسشنامه بزرگ‌تر از ۰٫۷ است که این مقادیر برای اهداف پژوهشی قابل قبول هستند. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کارآفرینان برتر استان کرمان می‌باشد که تعداد آن‌ها برابر با ۴۰ نفر است.

۴. یافته‌های پژوهش

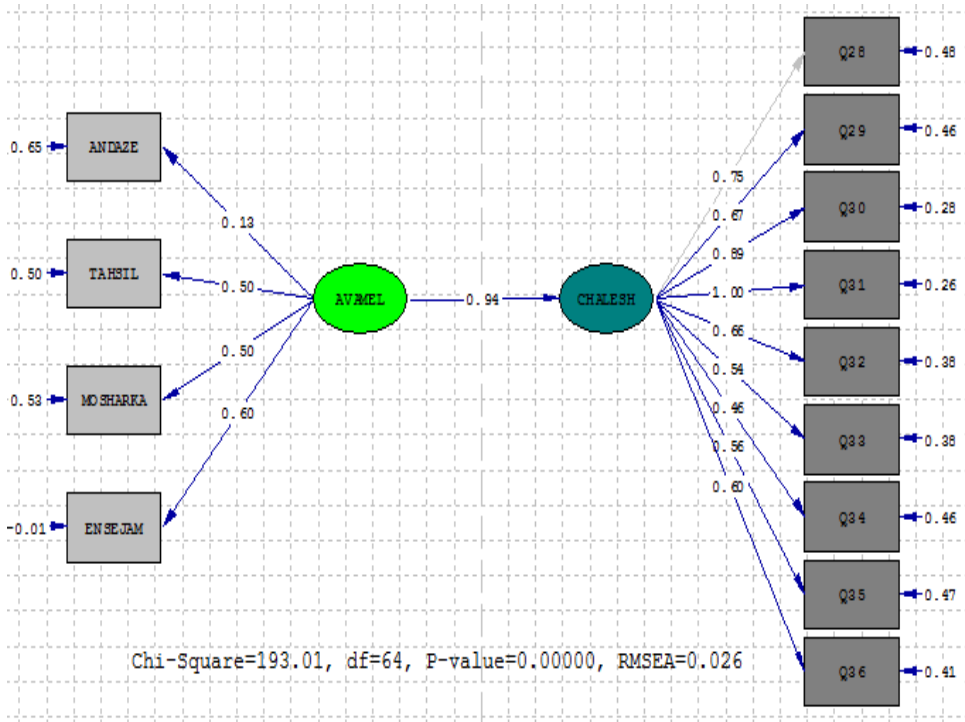
از دیدگاه کارآفرینان برتر استان کرمان عوامل خانوادگی تاثیر معناداری بر گرایش به چالش طلبی افراد دارد.

H₁: عوامل خانوادگی تاثیر معناداری بر گرایش به چالش طلبی افراد دارد.

H₀: عوامل خانوادگی تاثیر معناداری بر گرایش به چالش طلبی افراد ندارد.

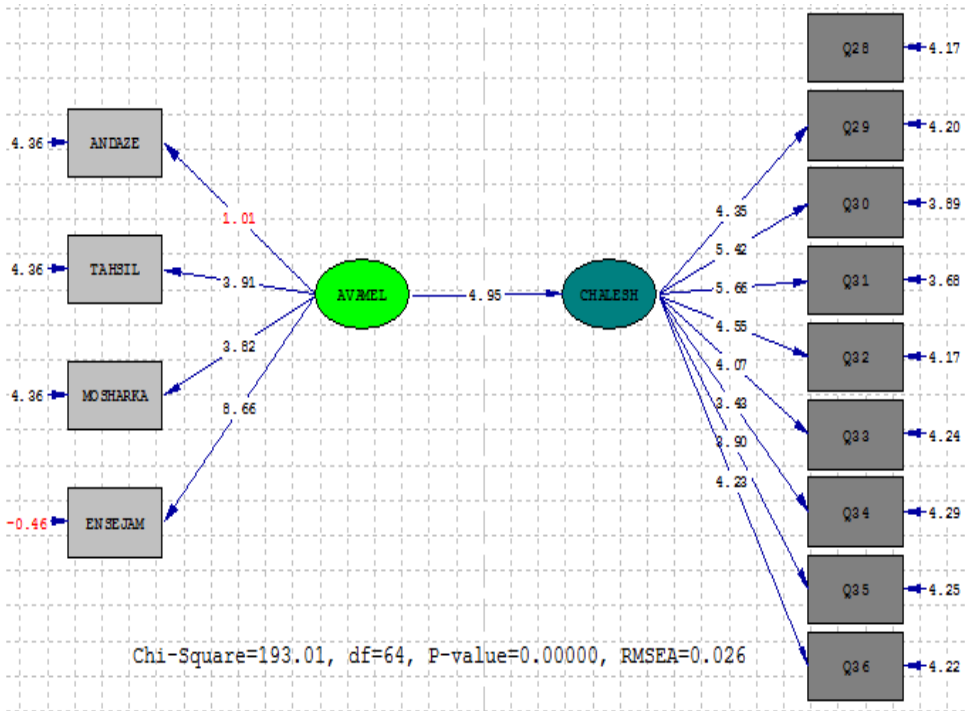
خروجی حاصل از معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد (نمودار شماره ۴-۱) نشان می‌دهد که شدت تاثیر متغیر مستقل عوامل خانوادگی بر متغیر وابسته چالش طلبی برابر با ضریب تاثیر ۰٫۹۴ است که نشان از تاثیر گذاری بالای عوامل خانوادگی بر چالش طلبی افراد است. همچنین از اعداد روی نمودار کاملاً مشهود است که از بین عوامل خانوادگی (اندازه خانواده، میزان تحصیلات، مشارک در کسب و کارها در گذشته و انسجام خانواده)، انسجام خانوادگی با ضریب تاثیر ۰٫۶۰ بیشترین میزان تاثیر گذاری را دارد و عامل اندازه خانواده تاثیر معناداری بر چالش طلبی افراد ندارد.

این موضوع در نمودار ضرایب معناداری (T-Value) (نمودار ۴-۲) هم مشهود است، که مدل ساختاری بین عوامل خانوادگی و چالش طلبی را در حالت ضرایب معناداری و همچنین میزان تاثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. برای مدل ساختاری فوق می‌توان مولفه‌ها را با توجه به بار عاملی آنها مقایسه کرد و تاثیر آنها را بر متغیر وابسته سنجید. بطوری که مولفه‌ای که بار عاملی بزرگتری داشته باشد دارای تاثیر بیشتری بر متغیر وابسته باشد. مولفه‌هایی هم که تاثیر اندکی دارند با علامت قرمز در نمودار ضرایب معناداری (T-Value) مشخص می‌شوند.



۱-۴. معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد (منبع: یافته‌های تحقیق)

برازندگی این رابطه در جدول (۴-۱) می‌توان مشاهده کرد که نشان دهنده صحت اطلاعات حاصل شده از این دو نمودار بدست آمده است. همانطور که ملاحظه می‌شود می‌توان گفت، بدلیل اینکه ریشه دوم واریانس خطای تقریب RMSEA کمتر از ۰,۰۸ بوده و حاصل تقسیم مجذور کای بر درجه آزادی (X^2/df) ، کمتر از ۳ می‌باشد و همچنین شاخص برازندگی GFI بیشتر از ۰,۹ بوده مدل مورد نظر برای نوشته معادله رگرسیونی برازنده و مناسب است. با توجه به مطالب ذکر شده در مورد فرضیه، معنی‌دار بودن مدل و برازش خوب و مناسب بودن مدل می‌توان گفت که فرضیه مورد بررسی تحقیق مورد قبول می‌باشد.



شکل ۴-۲. ضرایب معناداری (T-value) مربوط به معادلات ساختاری

جدول ۴-۱. نتایج حاصل از آزمون‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش

AGFI	GFI	RMSEA	P-value	DF	X ²
۰,۹۰	۰,۹۲	۰,۰۲۶	۰,۰۰۰	۶۴	۱۹۳,۰۱

۵. بحث و نتیجه‌گیری

برای بررسی تاثیر عوامل خانوادگی بر چالش طلبی از دیدگاه کارآفرینان استان کرمان از آزمون مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. خروجی حاصل از معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد که شدت تاثیر متغیر مستقل عوامل خانوادگی بر متغیر وابسته چالش طلبی برابر با ضریب تاثیر ۰,۹۴ است که نشان از تاثیرگذاری بالای عوامل خانوادگی بر چالش طلبی افراد است. این ویژگی در حقیقت، نقش انگیزاننده و تشویق در ورود کارآفرینان به حوزه‌های ناشناخته‌ی کسب و کار را دارد.

کارآفرینان، کارهای بیش از حد مشکل یا بیش از حد ساده را ترجیح نمی‌دهند. در حقیقت، این گونه فعالیت‌ها، انگیزه کافی برای حرکت و پویایی در آنها پدید می‌آورد. آنها به دنبال انجام کارهای هم‌اورد یا چالشی هستند. بنابراین، وجود این ویژگی، باعث می‌شود که کارآفرینان وارد کارهای جدید شوند، در آن، دخل و تصرف کنند و پس از مدتی بر کار، تسلط یابند. دیوید اسلیدر (۲۰۰۱) در مطالعات خود نشان داد که ۷۴ درصد از کارآفرینان در دوران کودکی خود وقایعی حساس همچون فقر، عدم امنیت، مرگ والدین یا جدایی آنان را تجربه نموده‌اند. براش (۲۰۰۰)، در تحقیقات خود، به این نتایج دست یافت که مالکیت شخصی در کسب‌وکار و یک حرفه، با کلیه شرایط زندگی زنان سازگار بوده و مطابقت دارد، زنان به طور گسترده‌ای سعی در ایجاد مشاغلی دارند که دارای انعطاف‌پذیری فراوان بوده و به آنها اجازه دهد که به راحتی تعادل بین کار و خانواده را حفظ نمایند. در مطالعه‌ای که بر روی ۲۲۰ زن کارآفرین ترکیه انجام شد، ارتباط متقابل میان زندگی خانوادگی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت، آنها در گزارشات خود چنین بیان کردند که کارآفرینان زن، در خانواده‌های خود با مشکلات فراوانی مواجه می‌باشند که به عواملی چون، گرایش به استرس، انتظارات زیاد اعضای خانواده و فقدان تعادل بین زندگی خانوادگی و کسب و کار آنها مربوط می‌شود، اما به هر حال این زنان معتقد بودند که کارآفرینی، اثر مثبتی در زندگی اجتماعی و اقتصادی آن، دارد که این نتایج با یافته‌های حاصل از این فرضیه تا حدودی مطابقت دارد.

۵-۱ پیشنهادات

با توجه به تایید فرضیه‌های مبنی بر تاثیر عوامل خانوادگی بر کارآفرین‌پروری و ابعاد آن، باید در پی راه‌هایی جهت افزایش و تقویت سطح سرکارآفرین‌پروری افراد بوده تا بر این اساس بتوان اشتغال و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بهتر و سریعتر صورت گیرد. در این راستا پیشنهاد می‌شود:

- ۱) برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی توسط کارآفرینان برتر و آشنا ساختن افراد با روش‌ها و شیوه‌های کارآفرینی .
- ۲) ایجاد شرایطی که افراد احساس هویت و خودباوری کرده و برای پیشرفت خود از هر گونه ایده و تفکر خلاقانه استفاده کند.
- ۳) با در نظر گرفتن اصل اقتصاد مقاومتی و تولیدات داخلی، فرصت‌های موجود در سطح استان توجه نمایند و به ایجاد کارخانه‌های تولیدی و ایجاد اشتغال بپردازند.

- ۴) حمایت بیشتر از افراد کارآفرین و علاقمند به کارآفرینی که از بضاعت مالی کافی برخوردار نیستند.
- ۵) برگزاری همایش‌هایی هر چند یکبار با هدف توسعه کارآفرینی و گسترش فرهنگ کارآفرینی
- ۶) گاه‌آ مشاهده می‌شود که بعضی از والدین دوست ندارند فرزندشان در کنار آنها به کاری که خود مشغول هستند، کار کنند و این را برای خود و فرزند خود یک نوع کسر شأن می‌دانند و باعث می‌شود خلایق که در وجود فرزندشان وجود دارد نهفته باقی بماند، بنابراین توصیه می‌شود با ایجاد زیرساخت‌های فرهنگی، زمینه بروز خلایق جوانان و نوجوانان بیشتر بوسیله خانواده‌ها فراهم گردد.

فهرست منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۳، کارآفرینی یک دقیقه‌ای: در هزار نکته کارآفرینانه، انتشارات محراب قلم.
۲. احمد پورداریانی، محمود، ۱۳۷۸، «کارآفرینی (نظریات، تعاریف، الگوها)» تهران، انتشارات پردیس.
۳. احمدپورداریانی، محمود، ۱۳۸۵، مبانی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ هفتم.
۴. احمدپورداریانی، محمود. مقیمی، محمد، (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی، دانشگاه تهران، انتشارات سریرا، چاپ هفتم.
۵. احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۸۹)، کتاب جامع کارآفرینی، انتشارات کتابخانه فرهنگ، چاپ اول.
۶. احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۸۳)، "کارآفرینی، تعاریف و الگوها، انتشارات پردیس، ۱۳۸۳.
۷. احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۸۶)، "کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها"، تهران: شرکت پردیس.
۸. حسینی، احمد، (۱۳۹۲)، "مدیریت خلایق و خلایق در مدیریت"، مجله رهیافت، شماره ۲۶.
۹. کردنائیج، اسدا...، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی، شمس، شهاب‌الدین، (۱۳۹۳)، ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
۱۰. سمیع‌زاده، مهدی و احمدپورداریانی، محمود، (۱۳۹۰)، کسب‌وکار خانوادگی، تهران، پویندگان پارس.

۱۱. قدیری نژادیان، (۱۳۹۲)، بررسی هنجاریابی مقدماتی خلاقیت هیجانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم.

12. Aldrich, H.(2012). Networking among women entrepreneurs Ino Haganc. Rivchun, and D. sexton, eds, women- owned Business, newyork: praeger: pp. 103-132.
13. Chrisman, J.J.,Patel, P.(2013). Variations in R&D investment in family and non-family firms: behavioral agency and myopic loss aversion perspectives. Acad. Manag. J. 55,976–997.
14. Hopp, ch., and R. Sonderegger(2014).Understanding the Dynamics of Nascet Entrepreneurship-Prestart-Up Experience, Intentions, and Entrepreneurial Success,Journal of Small Business Management 2014,Article first published online:11 Mar 2014
15. Jaskiewicz,Peter.(2014). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family, Journal of Business Venturing, JBV-05715; No of Pages 21.
16. Murphy, Linda.(2014). Investigating the actual career decisions of the next generation:The impact of family business involvement , Journal of Family Business Strategy , p12.
17. Nordqvist, M.,Melin, L.(2010). Entrepreneurial families and family firms. Entrep. Reg. Dev. 22, 211–239.