فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۹(۳(پیاپی ۳۵))، ۱۴۰-۱۲۵
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran، Civilica، RICeST، Ensani
شاپا: ۲۸۷۰-۲۳۴۵

فصلنامه علمی
اقتصاد و مدیریت شهری

طراحی و تبیین مدل توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور

محمدابراهیم محمدپور زرندی* استاد گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
مهرزاد مینویی استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
محمدباقر ضمیرخورسندی دانشجوی دکتری کارآفرینی بین‌الملل، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نوع مقاله: پژوهشی
تاریخ دریافت: ۹۹/۰۱/۲۷ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۲۱

چکیده: هم‌سو نبودن نگرش سهامداران با اهداف و نگرش بلندمدت شرکت‌ها، مانع دستیابی به اهداف بلندمدت و استراتژیک شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق‌بهادار تهران می‌شود. هدف از انجام این تحقیق طراحی و تبیین مدلی برای شناخت عوامل اصلی و فرعی برای ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور و ارائه راهکارهای لازم برای اجرای آن می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرای آن، از نوع همبستگی می‌باشد. در این تحقیق پس از مطالعه ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق و مصاحبه با ۱۲ نفر از خبرگان و استادان دانشگاهی در حوزه بازار سرمایه و کارآفرینی، با استفاده از روش تحلیل مضمون، ۶ عامل اصلی و ۴۱ زیرمجموعه آن، شناسایی و طبقه‌بندی شدند و براساس آنها، فرضیه‌های تحقیق مشخص گردیدند. سپس پرسشنامه‌ای شامل ۴۱ سؤال براساس طیف لیکرت، طراحی و در بین نمونه آماری که شامل ۳۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان نهادهای مالی و همچنین سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه می‌باشند، توزیع گردید. داده‌های پرسش‌نامه با روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد و در نهایت مدل نهایی تحقیق، طراحی گردید. نتایج نشان دادند که ابعاد مدل شامل عوامل حاکمیت شرکتی، اقتصادی، محصول و خدمت، صنعت، شایستگی مدیران و مالی می‌باشد و مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، نگرش کارآفرینانه، بازار سرمایه، بورس اوراق‌بهادار تهران
طبقه‌بندی JEL: L26, K22, E22, E24

* نویسنده مسئول: pourzarandi@yahoo.com

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

۱- مقدمه

با توجه به نقش کلیدی بازار سرمایه در توسعه اقتصادی کشور و کارکردهای اساسی آن در نظام اقتصادی، شناسایی عواملی که می‌توانند موجب تقویت و گسترش و افزایش عمق بازار سرمایه گردند دارای اهمیت زیادی می‌باشد. سرمایه‌گذاران و سهامداران در بازار سرمایه به عنوان یکی از ارکان و اجزای اصلی بازار سرمایه محسوب می‌شوند که میزان اطمینان و اعتماد آنها به بازار سرمایه و نوع نگرش و تفکرات آنها نسبت به بازار سرمایه، بر رفتار سهامداری آنها تأثیر گذاشته و می‌تواند تأثیرات مهمی بر سمت و سوی بازار سرمایه داشته باشد. از سوی دیگر وجود نگرش کارآفرینانه در سهام‌داران، باعث ایجاد خلاقیت، ریسک‌پذیری و سنت‌شکنی در رفتارها و نوع تفکرات می‌شود.

یکی از اهداف اصلی شرکت‌ها برای ورود به بازار سرمایه، تجهیز منابع مالی از طریق جمع‌آوری سرمایه‌های جزئی و پراکنده متعلق به سهامداران و هدایت این سرمایه‌ها به سمت تولید و اشتغال با رویکرد سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت می‌باشد. وجود نگرش سوداگرانه و کوتاه‌مدت در بین سهامداران، رفتار سهامداران را به سمت سهامداری کوتاه‌مدت با اهداف دریافت حداکثری سود نقدی و سودجویی از نوسانات کوتاه‌مدت قیمت سهام و نداشتن مشارکت در افزایش سرمایه‌های شرکت‌ها، سوق می‌دهد که اینگونه رفتار و نگرش سهامداران، کارکردهای اصلی و اساسی بازار سرمایه را که در بالا به آنها اشاره گردیده است دچار اختلال می‌سازد و برنامه‌ریزی بلندمدت و استراتژیک شرکت‌های بورسی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

نتایج تحقیقات میدانی و مصاحبه با خبرگان بازار سرمایه در سال‌های اخیر، نشان داده است که کارکردها و اهداف موردنیاز شرکت‌های بورسی، به دلایل مختلف دچار اخلال گردیده و عوامل مختلفی، شرکت‌های بورسی را از دستیابی به اهداف اصلی خود باز می‌دارند که یکی از این عوامل تأثیرگذار، نوع رفتار و نگرش و فرهنگ سهامداران نسبت به نوع سهامداری آنان و نوع نگرش آنها به شرکت‌های سهامی می‌باشد. عدم‌نگرش بلندمدت به سهامداری در شرکت‌ها و نداشتن نگرش کارآفرینانه و بی‌توجهی به نقش بازار سرمایه در تقویت بنیان‌های اقتصادی کشور، رفتار و تصمیم‌گیری سهامداران را به سمت رفتار سفته‌بازی و سوداگری کوتاه‌مدت، ایجاد حباب در قیمت سهام و نبود ارزش‌گذاری واقعی قیمت سهام سوق می‌دهد. با توجه به نقش اساسی بورس اوراق‌بهادار در اقتصاد کشور، ارائه مدلی که بتواند دلایل نبود نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه را تبیین کند و راهکارهای مناسب برای ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینانه در بورس اوراق‌بهادار را ارائه نماید ضروری به نظر می‌رسد که در این تحقیق به آن پرداخته می‌شود.

در این تحقیق به دنبال طراحی و تبیین مدلی برای شناسایی عوامل ایجاد و توسعه نگرش و فرهنگ کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور می‌باشیم. از این رو سؤالات تحقیق عبارتند از:

۱- عوامل و مؤلفه‌های ایجاد و توسعه نگرش و فرهنگ کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور کدام است؟

۲- درجه ارتباط هر یک از این عوامل بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور چه میزان می‌باشد؟

۳-اولویت‌بندی عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور به چه صورت است؟

۲- پیشینه تحقیق

الف) پژوهش‌های خارجی

در تحقیقات خارج از کشور، علی‌رغم مطالعات و جست‌وجوی فراوان، موضوعاتی که مربوط به ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه باشد یافت نشد. با این وجود سعی گردید موضوعاتی که به طور غیرمستقیم مشابهتی با موضوع این تحقیق دارند انتخاب و به آنها اشاره شود.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

نتایج تحقیقات نایت و لیش[1] (۲۰۱۶) نشان می‌دهد گرایش کارآفرینانه چه در شرکت‌هایی که از ابتدا بین‌المللی نیستند و طی گام‌های تدریجی بین‌المللی‌سازی می‌شوند و چه در شرکت‌هایی که بین‌المللی ایجاد می‌شوند، بسیار تأثیرگذار است؛ زیرا برای حضور در عرصه‌های بین‌المللی باید نوآوری داشت و ریسک حضور در بازارهای خارجی را پذیرفت.

پشکن[2] و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای نشان دادند هم‌سویی اطلاعات، ویژگی‌ها و گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها دارد.

چن[3] و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای درمورد سبک مدیریتی آموزش استعدادهای خلاقیت با روش کاربردی براساس ترکیب آموزش کارآفرینی، مشاغل و افراد، نشان دادند در بلندمدت، پرورش استعدادهای خلاقیت بر توسعه مشاغل تمرکز دارد و براساس نظرسنجی، بسیاری از کالج‌ها و دانشگاه‌ها برنامه رسمی مهمی برای آموزش خلاقیت و نوآوری و آموزش افراد ندارند.

کامندی[4] و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «نقش گرایش کارآفرینانه در رشد شرکت‌های کوچک و متوسط در شهر نایروبی کنیا» نشان دادند گرایش کارآفرینانه نقش مؤثری در رشد شرکت‌های کوچک و متوسط ایفا می‌کند.

کاوسگیل و نایت[5] (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای به این نتیجه دست یافتند ترکیب گرایش کارآفرینانه و تفکر مبتنی بر قابلیت‌های سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها و عملکرد صادراتی آنها دارد. در نتیجه، شرکت‌هایی که گرایش کارآفرینانه قوی‌تری داشتند عملکرد صادراتی بهتری نیز داشته‌اند.

ب) پژوهش‌های داخلی

با توجه به بکر بودن و جدید بودن موضوع این تحقیق، می‌توان اظهار داشت که در زمینه موضوع این تحقیق تاکنون تحقیقات انجام شده در حوزه ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور صورت نپذیرفته است و تحقیقات مشابه این تحقیق وجود ندارد. در ادامه سعی شده تحقیقاتی که به‌طور غیرمستقیم به ایجاد نگرش کارآفرینانه پرداخته‌اند و در پی شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر ایجاد کارآفرینی در سازمان‌های مختلف بوده‌اند بیان شوند.

گودرزی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان «چارچوبی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی در رشته‌های علوم انسانی در ایران» انجام دادند. در این راستا پس از مروری بر پیشینه تحقیقات، با استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ نفر از خبرگان حوزه کارآفرینی دانشگاهی، کارآفرینان دانشگاهی در حوزه علوم انسانی از جمله هیئت‌علمی دانشگاه، استادان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که به ایجاد مؤسسات خدماتی و مشاوره‌ای تخصصی اقدام کرده‌اند، اطلاعات گردآوری و با روش تحلیل محتوا در نرم‌افزار MaxQDA، داده‌ها تجزیه‌وتحلیل شدند. در نهایت، هفت بعد شامل فرهنگ کارآفرینی، نقش دولت، ساختار دانشگاه‌ها، شیوه آموزشی دانشگاه، تحقیق و تجاری‌سازی، ارتباطات بیرونی و زیرساخت مالی برای توسعه دانشگاه کارآفرین در حوزه علوم انسانی، شناسایی شد.

هندیجانی‌فرد و حجازی (۱۳۹۷) مطالعه‌ای با عنوان «شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی» با روش کیفی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان دادند که عوامل فردی شامل باورها و مفروضات اسلامی و عوامل روان‌شناختی شامل وجدان و حس خیرخواهی، سرمایه انسانی شامل تجربه کارآفرینانه قبلی، تجربه اجتماعی پیشین و آموزشی، ویژگی‌های شخصیتی درک‌شده شامل برون‌گرایی، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی، سرمایه ملی و عوامل محیطی از عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی هستند.

1- Knight & Liesch
2- Peschken
3- Chen
4- Kamendi
5- Cavusgil & Knight

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

تقوایی و مجازی (۱۳۹۷) مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر گرایش کارآفرینانه بر یادگیری راهبردی: تبیین نقش راهبردسازی» با رویکرد توصیفی- همبستگی انجام دادند. نتایج نشان دادند که در یک بنگاه با گرایش کارآفرینانه، اتخاذ استراتژی‌های اثرسازانه تجربه‌گرایی و انعطاف‌پذیری به‌طور مثبت و استراتژی پیش‌تعهد به طور منفی، بر یادگیری استراتژیک اثر می‌گذارند.

راشکی و همکاران (۱۳۹۶)، پژوهشی با هدف ارائه الگوی تعیین و استقرار اثربخش استعداد کارآفرینانه با رویکرد فراترکیب انجام دادند. براساس یافته‌های تحقیق، کدهای خلاقیت، راه‌حل‌های نوآور، تخصص خانوادگی، فعالیت‌های تیمی، مباحث اقتصادی، فرصت‌های نوآور، چیرگی (مهارت) در کار، تمایل به کسب درآمد و عوامل اجتماعی و فرهنگی، بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد شش‌گانه استعداد کارآفرینانه دارا می‌باشد. در نهایت پس از طی گام‌های پژوهش، الگوی تعیین و استقرار اثربخش استعداد کارآفرینی در سه لایه شناسایی، ساختار اجرا و لایه طراحی برنامه حمایتی استعداد کارآفرینانه ارائه شد.

مبینی دهکردی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی با میانجی‌گری فرهنگ سازمانی در شرکت‌های بین‌المللی فعال در حوزه صنعت شیشه و بلور ایران انجام دادند. تأثیر مثبت گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی شرکت تأیید شد و این نتیجه به‌دست آمد که ۶۹ درصد از اثر کل گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی از طریق غیرمستقیم متغیر میانجی فرهنگ سازمانی تبیین می‌شود.

نیکومرام و حیدرزاده (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه و بازارگرایی بر عملکرد کسب‌وکار شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق‌بهادار پرداختند. متغیرهای اصلی تحقیق عبارتند از: گرایش کارآفرینانه، ابعاد ساختاری سازمان و بازارگرایی. شاخص‌های عملکرد نیز شامل سهم بازار، رشد فروش و حاشیه فروش می‌باشند. نتایج نشان دادند که گرایش کارآفرینانه، رابطه مستقیم و مثبتی با بازارگرایی ندارد، بلکه از طریق کاهش گروه‌بندی، تأثیر معکوس بر بازارگرایی قابل‌مشاهده است.

۳- مبانی نظری

کارآفرینی به عنوان فعالیتی در نظر گرفته می‌شود که شامل کشف، ارزیابی و به‌کارگیری فرصت‌های معرفی کالاها و خدمات جدید، شیوه‌های سازمان‌دهی، بازارها و مواد خام جدید از طریق سازمان‌دهی کارهایی که قبلاً وجود نداشته‌اند می‌باشد (Shane et al., 2003). امروزه صاحب‌نظران بر نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهم‌ترین این نقش‌ها عبارتند از (جمشیدی کهساری و قاسمی، ۱۳۸۷):

- کارآفرینی موجب گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه را بهبود می‌بخشد.
- کارآفرینی به توسعه متوازن منطقه‌ای منجر می‌شود.
- کارآفرینی باعث کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه می‌شود.
- کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به‌صورت عادلانه در جامعه می‌شود.
- کارآفرینی، منابع، سرمایه و مهارت‌های را که ممکن است بی‌استفاده و سرگردان باقی مانده باشند، به‌طور مؤثر به تحریک وامی‌دارد.
- کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد.
- کارآفرینی، تجارت خارجی را که جز مهمی از توسعه اقتصادی کشورهاست، ارتقا می‌دهد.
- کارآفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می‌شود.

متغیر نگرش در خصوص رفتار، متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود. به‌کارگیری نگرش در تحقیقات

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

کارآفرینی بدین صورت است که از نظر شخص کارآفرین تا چه اندازه ایجاد کسب‌وکار جدید جذاب به نظر می‌آید. نگرش‌ها به‌عنوان بهترین وسیله و توصیف‌کننده برای اقدام به کارآفرینی بیان شده‌اند و عقیده بر این است که داشتن نگرش‌های خاص به فعالیت بیشتر در زمینه کارآفرینی منجر خواهد شد و می‌توان به صرف داشتن این نگرش‌های خاص از کارآفرینان انتظار بروز اعمال کارآفرینانه را داشت (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). ادبیات نگرش کارآفرینانه سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین مؤثر است، شناسایی کند. نگرش کارآفرینانه را می‌توان جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های کارآفرینی ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب‌وکارهای کوچک تعریف کرد. در واقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی می‌کند و تفکیک‌کننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان است. نگرش کارآفرینانه تابعی از هر سه نوع واکنش شناختی، عاطفی و رفتاری است (جعفری مقدم و فخارزاده، ۱۳۹۰). نگرش کارآفرینانه مربوط به ادراکات کارآفرینانه مانند درک قابلیت کارآفرینانه، درک فرصت کارآفرینانه، ترس از شکست و قصد کارآفرینانه است و سعی دارد تا ویژگی‌ها و مهارت‌هایی که در کارآفرینی فرد و تمایز وی از سایرین تأثیرگذار است، شناسایی کند. در واقع نگرش کارآفرینانه فرد را درگیر کارآفرینی کرده و تفکیک‌کننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان است (خزاری و احمدی، ۱۳۹۴).

در مورد نگرش کارآفرینانه، پژوهش رابینسون و همکاران (۱۹۹۱)، یکی از جامع‌ترین تحقیقاتی است که به نگرش به عنوان معیاری برای پیش‌بینی فعالیت کارآفرینانه پرداختند. مزیت به‌کارگیری رویکرد نگرش آن است که این مهم می‌تواند به شکلی ویژه به یک دامنه خاص بپردازد که همین امر همبستگی با رفتار واقعی را افزایش داده و تغییرپذیری‌های غیرقابل‌توجیه را کاهش می‌دهد (عسگری قدس و صالحی، ۱۳۹۱). با در نظر گرفتن نظریه نگرش و دیدگاه رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) در خصوص نگرش کارآفرینانه، نگرشی کارآفرینانه محسوب می‌شود که اجزای انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، عزت نفس و خلاقیت را در ترکیبی با ابعاد سه‌گانه نگرش (شناخت، احساس و رفتار) دربر گیرد (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲).

بازارهای مالی به دو صورت بازار پول و بازار سرمایه وجود دارد. بازار پول بازار مطالبات کوتاه‌مدت (کمتر از یک‌سال) می‌باشد. تمرکز اصلی در بازار پول بر فراهم کردن ابزارهایی است که افراد و بنگاه‌های اقتصادی با استفاده از آن قادر شوند به سرعت وضعیت نقدینگی خود را به مبالغی که خواستار آن هستند تغییر دهند. بازار سرمایه، بازار دارایی‌های بلندمدت (بیش از یکسال) می‌باشد. بازار سرمایه می‌تواند در توسعه اقتصادی ملی نقش مهمی برعهده گیرد، برای این کار باید کارآمد، فعال و مبتنی بر رابطه‌های ساختاری متکی به یک نظام انگیزشی باشد. به همین ترتیب، هرگونه تحول یا نوآوری باید در راستای حساس کردن بازار نسبت به انگیزش‌ها و گسترش دامنه و زمینه انگیزه‌های حضور در این بازار باشد. با در نظر گرفتن این واقعیت که پس‌انداز و سرمایه‌گذاری برای رشد اقتصاد حیاتی هستند، بازار سرمایه پلی است که پس‌انداز واحدهای اقتصادی دارای مازاد را به واحدهای سرمایه‌گذاری که بدان نیازمند هستند انتقال می‌دهد. عمده ابزارهای بازار سرمایه شامل سهام و اوراق مشارکت بلندمدت می‌باشند. شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و فرابورس، نهادهای مالی، نهادهای خودانتظام و کلیه سهامداران اجزای اصلی بازار سرمایه می‌باشند (حافظیه، ۱۳۸۵).

۴- روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرای تحقیق، همبستگی و از منظر رویکرد، کیفی و کمی می‌باشد. در بخش کیفی تحقیق، پس از مطالعه ادبیات و پیشینه تحقیق، با ۱۲ نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی در حوزه کارآفرینی و بازار سرمایه مصاحبه

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

انجام شد و با استفاده از روش تحلیل مضمون، ۶ مضمون اصلی و ۴۱ مضمون فرعی، شناسایی شد. برای حصول اطمینان از روایی این مرحله؛ یعنی دقیق‌تر بودن یافته‌ها از منظر محققان و مشارکت‌کنندگان در تحقیق، اقدامات زیر انجام شد:

- بررسی توسط مشارکت‌کنندگان در مرحله نخست تحقیق یعنی خبرگان بازار سرمایه و استادان دانشگاهی که بخش کدگذاری و کدگذاری محوری را بازبینی و نظرات خود را در ارتباط با آن ابراز کرده و دیدگاه‌های آنها در بخش کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی اعمال شد.

- بررسی توسط پنج نفر از استادان دانشگاهی که به‌طور جداگانه به بررسی یافته‌ها و اظهارنظر درباره کدگذاری محوری و انتخابی پرداختند.

جامعه آماری بخش کمی تحقیق شامل کلیه شرکت‌های حقوقی فعال در بورس اوراق‌بهادار تهران (ناشران)، کلیه نهادهای مالی شامل شرکت‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری، کارگزاری‌ها، شرکت‌های تأمین سرمایه، شرکت‌های مشاور سرمایه‌گذاری، شرکت‌های رتبه‌بندی، کانون کارگزاران و کانون نهادهای مالی، شرکت بورس و فرابورس و بورس کالا و همچنین کلیه سهامداران فعال در بازار سرمایه می‌باشند که با توجه به اینکه حجم جامعه آماری بالغ بر صدهزار نفر می‌باشند با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۴ نفر به‌دست آمد. در بخش کمی تحقیق از مضامین اصلی و فرعی شناسایی شده، پرسش‌نامه برمبنای طیف لیکرت شامل ۴۱ سؤال، طراحی و ابتدا روایی آن توسط شاخص روایی محتوا به میزان ۰/۹۸ و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۲ سنجیده شد. در جدول ۱، ضریب آلفای کرونباخ عامل‌های پرسشنامه آورده شده است. از آنجایی که مقدار ضریب آلفای کرونباخ در تمامی عامل‌های پرسشنامه بزرگتر از ۰/۷می‌باشد، بنابراین عامل‌های پرسشنامه از نظر پایایی در سطح کاملاً مناسبی قرار دارد. تجزیه‌وتحلیل نتایج پرسشنامه به روش تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل انجام گرفته است. به‌منظور انجام تحلیل عاملی تأییدی، ابتدا آزمون نرمال بودن داده‌ها، آزمون KMO برای اطمینان از کفایت نمونه‌گیری و برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌ها برابر صفر نیست از آزمون بارتلت، استفاده شده است و سپس آزمون برازش مدل نیز انجام شده است. در نهایت با توجه به خروجی تحلیل عاملی در حالت معناداری و مقادیر (T-Value)، فرضیات اصلی و فرضیات فرعی بررسی شد. بازه زمانی این تحقیق طی سال ۱۳۹۸ می‌باشد.

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه

عامل‌ها	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
مالی	۷	۰/۸۳
محصول یا خدمت	۸	۰/۸۴
صنعت	۱۰	۰/۸۹
مدیران	۳	۰/۷۳
اقتصادی	۶	۰/۷۸
حاکمیت شرکتی	۷	۰/۹۳
کل پرسش‌نامه	۴۱	۰/۹۲

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

۵- یافته‌های تحقیق

یافته‌های بخش کیفی پژوهش

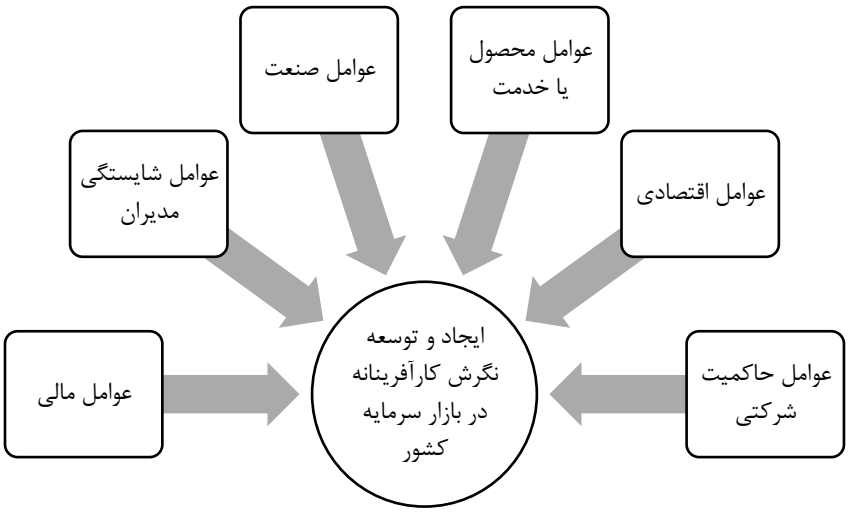
هدف از کدگذاری محوری، ایجاد مجموعه سازمان یافته‌ای از کدهای اولیه است که نتیجه بررسی دقیق کدگذاری اولیه می‌باشد. در واقع در این مرحله محقق به دنبال ترکیب و طبقه‌بندی چندین کد برای ایجاد مفهوم کلی‌تر می‌باشد. در این مرحله پس از دسته‌بندی کلی کدها، مضامین اصلی و مضامین فرعی، شناسایی و طبقه‌بندی می‌شوند که در جدول ۲ نشان داده شده است. شایان ذکر است که در انتخاب مضامین فرعی، مضامینی که بیش از ۵۰ درصد خبرگان آنها را انتخاب کرده‌اند به‌عنوان مضامین فرعی شناسایی و مابقی مضامین کنار گذاشته شدند؛ یعنی صرفاً مضامین فرعی انتخاب شدند که فراوانی آنها مساوی ۶ یا بیشتر بوده است.

جدول ۲- کدگذاری محوری و انتخابی

مضامین فرعی	مضمون اصلی
منابع و روش‌های تأمین مالی شرکت، هزینه منابع و تأمین مالی شرکت، برنامه‌های افزایش سرمایه آتی شرکت، سهیم کردن در سودهای آتی ناشی از طرح‌ها و قراردادهای آتی، دوره برگشت سرمایه، پتانسیل کسب درآمد، نرخ بازده دارایی‌ها	عوامل مالی
نوآوری در محصولات و خدمات، مزیت‌های رقابتی محصول یا خدمت، برخورداری از تکنولوژی و فناوری جدید، قابلیت صادرات محصول یا خدمت، طرح‌ها و پروژه‌های در دست اجرا، طرح‌ها و پروژه‌های آینده شرکت، چرخه عمر محصولات یا خدمات شرکت، انحصاری بودن محصول یا خدمت	عوامل مربوط به محصول یا خدمت
اندازه بازار و سهم از بازار محصول، قلمرو جغرافیایی ارائه محصول یا خدمت، رو به رشد بودن یا افول بودن صنعت، شدت رقابت در صنعت، انحصاری بودن صنعت، تأمین‌کنندگان مواد اولیه و قطعات، میزان حمایت دولت از صنعت فوق، میزان تحت کنترل و نظارت بودن صنعت توسط دولت، میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی داخلی، میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی بین‌المللی	عوامل مربوط به صنعت
شایستگی‌های حرفه‌ای و تجربی و علمی مدیران، حسن شهرت و سوابق مدیران، تفکر استراتژیک مدیران	عوامل مربوط به شایستگی‌های مدیران
میزان کاهش وابستگی به خارج از کشور و افزایش استقلال اقتصادی، میزان ارزآوری به داخل کشور، میزان تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی کشور، میزان تأثیرگذاری بر میزان اشتغال کشور، میزان تأثیرگذاری بر توسعه اقتصادی کشور، میزان تأثیرگذاری بر تولید ناخالص ملی کشور	عوامل اقتصادی
اسامی سهامداران نهادی شرکت، اسامی سهامداران عمده غیرنهادی شرکت، برنامه‌های تغییر در ترکیب سهامداران نهادی و عمده، مأموریت و فلسفه وجودی شرکت، اندازه شرکت	عوامل مربوط به حاکمیت شرکتی

پس از انجام مصاحبه با خبرگان و انجام تحلیل مضمون و شناسایی مضامین اصلی و فرعی، مدل تحقیق براساس مصاحبه با خبرگان در شکل ۱ ارائه شده است که در واقع ترسیم شبکه مضامین می‌باشد.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]



شکل ۱- مدل بومی عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور

یافته‌های بخش کمی پژوهش

پس از انجام بخش کیفی تحقیق با روش تحلیل مضمون و مصاحبه با خبرگان و فرایند کدگذاری محوری و اولیه و دستیابی به مدل نظری تحقیق، اکنون می‌توانیم فرضیاتی را برای این تحقیق تعیین و در ادامه با طراحی پرسشنامه و انجام تجزیه‌وتحلیل عاملی به بررسی فرضیات مطرح شده بپردازیم. فرضیات اصلی مطرح شده در این بخش از تحقیق به شرح زیر می‌باشند:

۱- عوامل مالی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

۲- عوامل محصول یا خدمت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

۳- عوامل صنعت، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

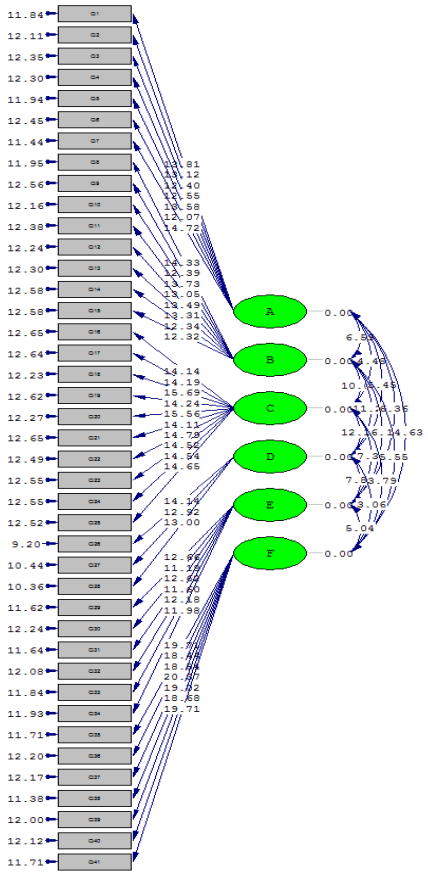
۴- عوامل شایستگی‌های مدیران، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

۵- عوامل اقتصادی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

۶- عوامل حاکمیت شرکتی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

در این تحقیق برای اندازه‌گیری روابط بین متغیرها و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها و همچنین ارائه مدل نهایی، از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. مدل ضرایب معنی‌داری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در نمودار ۱ نشان داده شده است.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]



نمودار ۱- مدل ضرایب معنی‌داری مدل عاملی تأییدی مرتبه اول

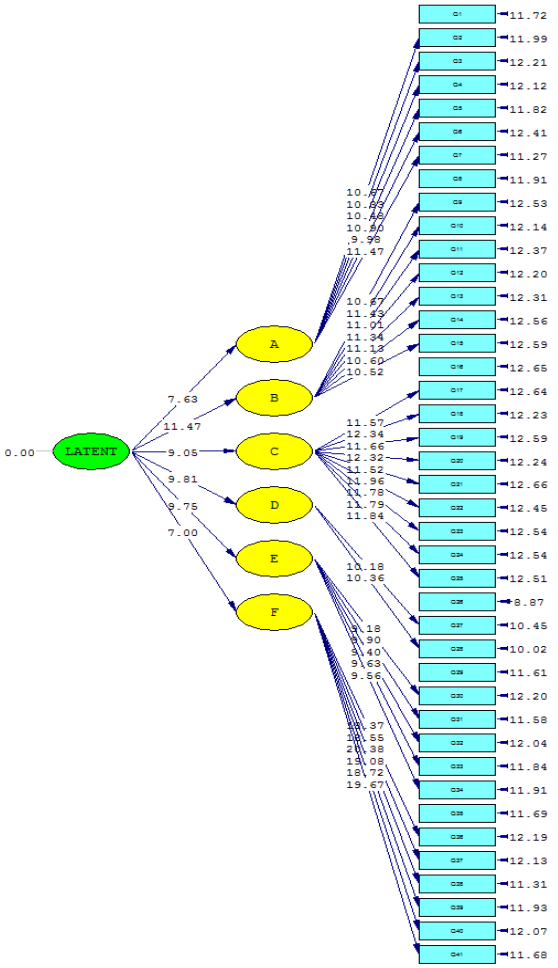
با توجه به نمودار ۳ زیرعامل‌ها به خوبی و به صورت معنی‌دار عامل‌های خود را برآورد می‌کنند و از آنجا که شاخص RMSEA در حد مطلوب است، می‌توان گفت که این شش مقوله می‌توانند در مدل ساختاری در کنار هم واقع شوند. از آنجا که ضرایب معنی‌داری برای همه زیرعامل‌های هر عامل اصلی بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد، می‌توان گفت که زیرعامل‌ها به‌خوبی عامل اصلی مربوطه را برآورد می‌کنند و بنابراین عامل‌ها و زیرعامل‌ها می‌توانند در مدل ساختاری تحقیق شرکت کنند و معادلات ساختاری، نیازی به اصلاح عامل یا زیرعامل ندارد.

جدول ۳- شاخص‌های برازش مدل عاملی تأییدی مرتبه اول

شاخص‌های برازش	RMSEA	Chi -square/df	SRMR	GFI	NFI	CFI	IFI	RFI
مقدار مطلوب	۰/۰۸≥	۳/۰۰≥	۰/۰۸≥	۰/۹≤	۰/۹≤	۰/۹≤	۰/۹≤	۰/۹≤
مقدار موجود	۰/۰۳۷	۱/۶۴۱	۰/۰۴۴	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۴

با توجه به جدول ۳ می‌توان مشاهده کرد میزان آماره آزمون کای اسکور تقسیم بر درجه آزادی از ۳ کمتر است که به معنی، معنی‌دار بودن مدل مربوط به تحلیل عاملی تأییدی می‌باشد.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]



نمودار ۲- مدل ضرایب معنی‌داری مدل عاملی تأییدی مرتبه دوم

نمودار ۲ مربوط به معادلات ساختاری و مدل پیشنهادی محقق است. در مدل فوق، ضرایب معنی‌داری بین متغیرها یا عوامل تحقیق آمده است. تمامی ضرایب معنی‌داری بین متغیرها بزرگتر از ۱/۹۶ و معنی‌دار هستند.

جدول ۵- ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق		عوامل مالی	عوامل محصول یا خدمت	عوامل صنعت	عوامل مدیران	عوامل اقتصادی	عوامل حاکمیت شرکتی
عوامل مالی	ضریب همبستگی پیرسون	۱/۰۰۰	۰/۳۰۱	۰/۲۱۹	۰/۲۶۰	۰/۲۹۳	۰/۵۲۰
	مقدار معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
عوامل محصول یا خدمت	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۰۱	۱/۰۰۰	۰/۴۱۵	۰/۴۴۳	۰/۵۴۲	۰/۲۵۸
	مقدار معناداری	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
عوامل صنعت	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۱۹	۰/۴۱۵	۱/۰۰۰	۰/۴۷۰	۰/۳۲۴	۰/۱۸۷
	مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
عوامل مدیران	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۶۰	۰/۴۴۳	۰/۴۷۰	۱/۰۰۰	۰/۴۳۵	۰/۱۵۲
	مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	۰/۰۰۳
عوامل اقتصادی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۲۹۳	۰/۵۴۲	۰/۳۲۴	۰/۳۴۵	۱/۰۰۰	۰/۲۴۲
	مقدار معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰
عوامل حاکمیت شرکتی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۲۰	۰/۲۵۸	۰/۱۸۷	۰/۱۵۲	۰/۲۴۲	۱/۰۰۰

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

با توجه به جدول ۵ در تمامی موارد ضرایب همبستگی بین متغیرهای تحقیق معنی‌دار است؛ زیرا مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه تمام متغیرهای درون مدل با هم رابطه دارند. هرچه ضریب همبستگی بیشتر باشد، همبستگی بین متغیرهای موردنظر نیز بیشتر است.

جدول ۶- مقادیر β و T-Value مدل عاملی تأییدی مرتبه دوم

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر یا بتا(β)	T-Value	نتیجه	رتبه
عوامل مالی (A)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۵۱	۷/۶۳	تأیید رابطه	۵
عوامل محصول یا خدمت (B)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۸۲	۱۱/۴۷	تأیید رابطه	۱
عوامل صنعت (C)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۶۰	۹/۰۵	تأیید رابطه	۴
عوامل مدیران (D)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۶۹	۹/۸۱	تأیید رابطه	۳
عوامل اقتصادی (E)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۷۴	۹/۷۵	تأیید رابطه	۲
عوامل حاکمیت شرکتی (F)	ایجاد نگرش کارآفرینانه (Latent)	۰/۴۱	۷/۰۰	تأیید رابطه	۶

جدول ۶ شامل تمام روابط در مدل می‌باشد. با توجه به جدول، ۱۰۰ درصد روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق معنی‌دار است؛ زیرا هم ضریب مسیر مثبت و هم T-Value بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. همچنین با توجه به مقادیر ضرایب مسیر یا بارهای عاملی می‌توانیم فرضیات فرعی را به شرح جدول ۷ رتبه‌بندی کنیم:

جدول ۷- مقادیر β و T-Value فرضیات فرعی تحقیق

نام متغیر		سؤالات مرتبط	ضریب مسیر (β)	T-Value	رتبه
عوامل مالی (A)	Q7	سهیم کردن در سودهای آتی ناشی از طرح‌های آتی	۰/۷۰	۱۴/۷۲	۱
	Q1	منابع و روش‌های تأمین مالی	۰/۶۷	۱۳/۸۱	۲
	Q5	پتانسیل کسب درآمد	۰/۶۶	۱۳/۵۸	۳
	Q2	هزینه منابع و تأمین مالی	۰/۶۴	۱۳/۱۲	۴
	Q3	برنامه‌های آتی افزایش سرمایه	۰/۶۲	۱۲/۴۰	۵
	Q4	دوره برگشت سرمایه	۰/۶۲	۱۲/۵۵	۶
	Q6	نرخ بازده دارایی‌ها	۰/۶۰	۱۲/۷	۷
عوامل محصول یا خدمت (B)	Q8	نوآوری در محصولات یا خدمات	۰/۶۸	۱۴/۳۳	۱
	Q10	برخورداری از فناوری و تکنولوژی جدید	۰/۶۶	۱۳/۷۳	۲
	Q13	طرح‌ها و پروژه‌های آینده شرکت	۰/۶۵	۱۳/۳۱	۳
	Q12	طرح‌ها و پروژه‌های در دست اجرا	۰/۶۵	۱۳/۴۹	۴
	Q11	قابلیت صادرات محصول یا خدمات	۰/۶۴	۱۳/۰۵	۵
	Q9	مزیت‌های رقابتی محصول یا خدمات	۰/۶۱	۱۲/۳۹	۶
	Q14	چرخه عمر محصولات محصولات شرکت	۰/۶۱	۱۲/۳۴	۷
	Q15	انحصاری بودن محصول یا خدمت	۰/۶۱	۱۲/۳۲	۸
عوامل صنعت (C)	Q18	روبه‌رشد بودن یا رو به افول بودن صنعت	۰/۷۲	۱۵/۶۹	۱
	Q20	انحصاری بودن صنعت	۰/۷۱	۱۵/۵۶	۲
	Q22	میزان حمایت دولت از صنعت فوق	۰/۶۹	۱۴/۷۹	۳
	Q24	میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی داخلی	۰/۶۸	۱۴/۵۴	۴
	Q25	میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی بین‌المللی	۰/۶۸	۱۴/۶۵	۵
	Q23	میزان نظارت دولت بر صنعت	۰/۶۸	۱۴/۵۲	۶
	Q16	سهم از بازار محصول یا خدمت	۰/۶۷	۱۴/۱۴	۷

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

نام متغیر		سؤالات مرتبط	ضریب مسیر (β)	T-Value	رتبه
	Q17	قلمروی جغرافیایی ارائه محصول یا خدمت	۰/۶۷	۱۴/۱۹	۸
	Q19	شدت رقابت در صنعت	۰/۶۷	۱۴/۲۴	۹
	Q21	تأمین‌کنندگان مواد اولیه و قطعات	۰/۶۶	۱۴/۱۱	۱۰
عوامل مدیران (D)	Q26	شایستگی حرفه‌ای و تجربی و علمی	۰/۷۲	۱۴/۱۴	۱
	Q27	حسن‌شهرت و سوابق مدیران	۰/۶۷	۱۲/۹۲	۲
	Q28	تفکر استراتژیک مدیران	۰/۶۷	۱۳/۰۰	۳
عوامل اقتصادی (E)	Q29	میزان کاهش وابستگی به خارج از کشور	۰/۶۴	۱۲/۶۶	۱
	Q31	میزان تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی کشور	۰/۶۴	۱۲/۶۲	۲
	Q33	میزان تأثیرگذاری بر رشد و توسعه اقتصادی کشور	۰/۶۲	۱۲/۱۸	۳
	Q34	میزان تأثیرگذاری بر تولید ناخالص داخلی کشور	۰/۶۱	۱۱/۹۸	۴
	Q32	میزان تأثیرگذاری بر میزان اشتغال کشور	۰/۵۹	۱۱/۶۰	۵
	Q30	میزان ارزآوری به داخل کشور	۰/۵۸	۱۱/۱۸	۶
عوامل اقتصادی (E)	Q35	اسامی سهامداران نهادی شرکت	۰/۸۹	۱۹/۷۱	۱
	Q38	برنامه‌های تغییر در سهامداران و ترکیب آنها	۰/۸۵	۲۰/۳۷	۲
	Q41	اندازه شرکت	۰/۸۳	۱۹/۷۱	۳
	Q39	مأموریت و فلسفه وجودی شرکت	۰/۸۱	۱۹/۰۲	۴
	Q36	اسامی سهامداران عمده غیرنهادی شرکت	۰/۸۰	۱۸/۴۴	۵
	Q37	ترکیب سهامداران شرکت	۰/۸۰	۱۸/۵۴	۶
	Q40	تعداد سهامداران شرکت	۰/۸۰	۱۸/۶۸	۷

در ادامه به بررسی فرضیات پرداخته می‌شود:

فرضیه اول: عوامل مالی، عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۷/۶۳ می‌باشد و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه اول تحقیق پذیرفته شد و همچنین تمام فرضیه‌های فرعی مربوط به فرضیه اول پذیرفته شده‌اند.

فرضیه دوم: عوامل مربوط به محصول یا خدمت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۱۱/۴۷ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه دوم تحقیق مورد پذیرش قرار می‌گیرد. همچنین تمام فرضیه‌های فرعی مربوط به فرضیه دوم مورد پذیرش قرار گرفته‌اند.

فرضیه سوم: عوامل مربوط به صنعت عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۹/۰۵ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه سوم مورد پذیرش قرار می‌گیرد. همچنین تمام فرضیه‌های مربوط به فرضیه سوم مورد پذیرش قرار گرفته‌اند.

فرضیه چهارم: عوامل مربوط به شایستگی‌های مدیران عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۹/۸۱ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه چهارم تحقیق پذیرفته شد و همچنین تمام فرضیه‌های فرعی مربوط به فرضیه چهارم پذیرفته شدند.

فرضیه پنجم: عوامل اقتصادی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۹/۷۵ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه پنجم تحقیق پذیرفته شد و همچنین تمام فرضیه‌های فرعی مربوط به فرضیه پنجم پذیرفته شدند.

فرضیه ششم: عوامل مربوط به حاکمیت شرکتی عامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه می‌باشند.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

از آنجایی که مقدار T-Value برابر با ۷/۰۰ می‌باشد و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ لذا فرضیه ششم تحقیق پذیرفته شد و همچنین تمام فرضیه‌های فرعی مربوط به فرضیه ششم تأیید شدند.

در نهایت با توجه به نتایج فرضیه‌های اصلی و فرضیه‌های فرعی تحقیق و تأیید تمامی فرضیه‌های اصلی و فرعی، مدل نهایی تحقیق در شکل ۲ ارائه شده است:



شکل ۲- مدل نهایی تحقیق عوامل ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف از انجام این تحقیق طراحی و تبیین مدلی برای شناخت عوامل اصلی و فرعی برای ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور می‌باشد. در بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش تحلیل مضمون، ۶ عامل اصلی و ۴۱ مقوله فرعی شناسایی شدند. شش عامل اصلی عبارتند از: عوامل مالی، خدمت و محصول، صنعت، شایستگی مدیران، اقتصادی و حاکمیت شرکتی. مقوله‌های فرعی عامل مالی عبارتند از: منابع و روش‌های تأمین مالی شرکت، هزینه منابع و تأمین مالی شرکت، برنامه‌های افزایش سرمایه آتی شرکت، سهیم کردن در سودهای آتی ناشی از طرح‌ها و قراردادهای آتی، دوره

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

برگشت سرمایه، پتانسیل کسب درآمد و نرخ بازده دارایی‌ها. مقوله‌های فرعی عامل خدمت و محصول شامل نوآوری در محصولات و خدمات، مزیت‌های رقابتی محصول یا خدمت، برخورداری از تکنولوژی و فناوری جدید، قابلیت صادرات محصول یا خدمت، طرح‌ها و پروژه‌های در دست اجرا، طرح‌ها و پروژه‌های آینده شرکت، چرخه عمر محصولات یا خدمات شرکت، انحصاری بودن محصول یا خدمت می‌باشد. عامل صنعت دربرگیرنده مقوله‌های فرعی اندازه بازار و سهم از بازار محصول، قلمرو جغرافیایی ارائه محصول یا خدمت، رو به رشد بودن یا افول بودن صنعت، شدت رقابت در صنعت، انحصاری بودن صنعت، تأمین‌کنندگان مواد اولیه و قطعات، میزان حمایت دولت از صنعت، میزان تحت کنترل و نظارت بودن صنعت توسط دولت، میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی داخلی و میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی بین‌المللی می‌باشد. مقوله‌های فرعی عامل شایستگی مدیران عبارتند از: شایستگی‌های حرفه‌ای و تجربی و علمی مدیران، حسن شهرت و سوابق مدیران و تفکر استراتژیک مدیران. مقوله‌های فرعی عامل اقتصادی عبارتند از: میزان کاهش وابستگی به خارج از کشور و افزایش استقلال اقتصادی، میزان ارزآوری به داخل کشور، میزان تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی کشور، میزان تأثیرگذاری بر میزان اشتغال کشور، میزان تأثیرگذاری بر توسعه اقتصادی کشور و میزان تأثیرگذاری بر تولید ناخالص ملی کشور. عوامل مربوط به حاکمیت شرکتی عبارتند از: اسامی سهامداران نهادی شرکت، اسامی سهامداران عمده غیرنهادی شرکت، برنامه‌های تغییر در ترکیب سهامداران نهادی و عمده، مأموریت و فلسفه وجودی شرکت و اندازه شرکت.

در بخش کمی، پرسشنامه‌ای شامل ۴۱ سؤال براساس طیف لیکرت، طراحی و در بین نمونه آماری که شامل ۳۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان نهادهای مالی و همچنین سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه می‌باشند، توزیع گردید. داده‌های پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج کمی حاکی از برازش مدل می‌باشد.

فرضیه اول مبنی بر عوامل مالی بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل مالی تأیید شده به شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود تا هزینه‌های تأمین مالی خود را تا آنجا که می‌توانند کاهش دهند و در طرح‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که دوره برگشت سرمایه مناسبی داشته باشد و با افزایش بهره‌وری، نرخ بازده دارایی‌ها را افزایش دهند و سهیم کردن سهامداران در سودهای آتی ناشی از طرح‌های آینده شرکت به‌صورت مشارکتی می‌تواند نقش مهمی در همراهی سهامداران با برنامه‌های بلندمدت شرکت‌ها داشته باشد.

فرضیه دوم مبنی بر عوامل مربوط به محصول یا خدمت بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل مربوط به محصول یا خدمت تأیید شده، نوآوری در محصولات و خدمات ارائه شده، جایگزین تکنولوژی و فناوری جدید با تکنولوژی و فناوری‌های قدیمی، تلاش برای ایجاد مزیت‌های رقابتی، در جریان گذاشتن و اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی در مورد طرح‌ها و پروژه‌های در دست اجرا و طرح‌ها و پروژه‌های آتی شرکت و تلاش برای ورود محصولات و خدمات به بازارهای جهانی برای شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود.

فرضیه سوم مبنی بر عوامل مربوط به صنعت بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده مرتبط با ماهیت صنعت، تلاش شرکت‌ها برای افزایش سهم بازار و نفوذ در بازار، افزایش قلمرو جغرافیای فعالیت‌های شرکت، افزایش رقابت و تلاش برای متمایز شدن در صنعت و تلاش برای متنوع ساختن راه‌های تأمین مواد اولیه و قطعات پیشنهاد می‌شود.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

فرضیه چهارم مبنی بر عوامل مربوط به شایستگی‌های مدیران در ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده انتخاب مدیران حرفه‌ای و کاربلد و دارای حسن شهرت و با سابقه مفید در رأس شرکت‌ها می‌تواند نقش به‌سزایی در ایجاد اعتماد و همدلی در بین سهامداران و تشویق و ترغیب آنان به همراهی و سهامداری بلندمدت داشته باشد.

فرضیه پنجم مبنی بر عوامل اقتصادی بر ایجاد وتوسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل اقتصادی تأیید شده پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بورسی در کاهش وابستگی به خارج از کشور با رویکرد افزایش اشتغال و تأثیرگذاری بر تراز مثبت بازرگانی و تأثیرگذاری بر تولید ناخالص داخلی و تلاش برای ارزآوری به داخل کشور با رویکردی نوین و مسئولانه تلاش نمایند.

فرضیه ششم تحقیق مبنی بر عوامل مربوط حاکمیت شرکتی بر ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به عوامل تأیید شده نقش مدیران ارشد و سهامداران عمده نهادی و غیرنهادی و در واقع اینکه صاحبان و مالکان اصلی شرکت‌ها چه کسانی می‌باشند و اینکه سهامداران عمده دولتی یا شبه‌دولتی می‌باشند و به طور خلاصه اینکه شرکت توسط چه کسانی اداره و مدیریت می‌شود، حائز اهمیت می‌باشد. در واقع در اینجا بحث اعتماد و همدلی بین سهامداران و مدیران و مالکان اصلی مطرح می‌شود. هر چقدر شرکت‌ها بزرگتر باشند و مالکیت اصلی آنها در اختیار بخش نهادی قرار داشته باشد، تمامی تصمیمات اساسی و کلیدی تحت تأثیر تصمیمات سهامداران عمده یا نهادی قرار می‌گیرد و منافع سهامداران تحت تأثیر تصمیمات سهامداران عمده یا نهادی قرار می گیرد و منافع سهامداران خرد ممکن است نادیده گرفته شود. در این قسمت پیشنهاد می‌شود تا شرکت‌ها با رعایت اصول حاکمیت شرکتی و شفاف‌سازی و برگزاری همایش‌ها و جلسات هم‌اندیشی و شفاف‌سازی، سایر سهامداران را در جریان همه امور اصلی شرکت قرار دهند و به سهامداران اطمینان دهند که منافع بلندمدت آنها تأمین می‌شود.

باید به این نکته توجه داشت که برخی از عوامل یا متغیرهای مستقل شناسایی‌شده در این پژوهش، خارج از کنترل مدیریت و خارج از کنترل شرکت می‌باشند؛ مانند رو به رشد بودن یا رو به افول بودن صنعت، میزان حمایت دولت از یک صنعت، میزان نظارت دولت بر یک صنعت، میزان تأثیرپذیری صنعت از جریانات سیاسی داخلی و جریانات سیاسی بین‌المللی که هر چند این عوامل ممکن است نقش زیادی در ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه داشته باشند ولی در عمل مدیران ارشد شرکت‌ها توانایی کنترل و مدیریت بر این عوامل را ندارند. بنابراین پیشنهاد می‌شود با توجه به درجه کنترل‌پذیری و مدیریت بر سایر عوامل، برنامه‌ریزی لازم برای به‌کارگیری و تقویت سایر عوامل برای ایجاد نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه انجام پذیرد و طبیعتاً هرچه میزان کنترل بر عوامل بیشتر باشد، برنامه‌ریزان استراتژی‌های متنوع‌تری را در دست خواهند داشت.

۷- منابع

تقوایی، سمیه؛ حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۷). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر یادگیری راهبردی: تبیین نقش راهبرد اثرسازی. *مجله توسعه کارآفرینی*، *۱۱*(۴۰)، ۳۰۱-۳۲۰.

جعفری‌مقدم، سعید؛ فخارزاده، آرزوسادات. (۱۳۵). توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی. *نشریه کار و جامعه*، شماره ۱۳۵، ۳۱-۴۵.

جمشیدی کهسار، حمزه؛ قاسمی، میثم. (۱۳۸۷). کارآفرینی، مفاهیم، نقش‌ها و مهارت‌ها. *نشریه کارآفرینی انجمن پردیس قم دانشگاه تهران*، شماره ۱، ۵۵-۷۲.

حافظیه، علی‌اکبر. (۱۳۸۵). بازار سرمایه و نقش بورس اوراق‌بهادار در اقتصاد کشور. *مجله دانشکده علوم انسانی (دانشگاه امام حسین)*، *۱۵*(۶۴)، ۳۱-۵۰.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]

خرازی، مژگان؛ احمدی، امینه. (۱۳۹۴). جایگاه نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های کار و فناوری ایران. *کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی*.

راشکی، مریم؛ سالارزهی، حبیب‌الله؛ کمالیان، امین رضا؛ سید نقوی، میرعلی؛ وظیفه، زهرا. (۱۳۹۶). ارائه الگوی تعیین و استقرار اثربخش استعداد کارآفرینانه با رویکرد فراترکیب. *مجله توسعه کارآفرینی، ۱۰*(۲)، ۲۵۹-۲۷۸.

عسگری قدس، محمد؛ صالحی، سمیه. (۱۳۹۱). *نگرش کارآفرینانه*. تهران: میانکوشک.

گودرزی، ریحانه؛ حسینی، سیدرسول؛ طباطبائیان، سیدکمال. (۱۳۹۷). چارچوبی برای توسعه کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی در ایران. *نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۱*(۴۲)، ۶۶۱-۶۷۹.

مبینی دهکردی، علی؛ نانکلی، علیرضا؛ جامه بزرگی، محمد جواد. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی‌گری فرهنگ سازمانی. *نشریه توسعه کارآفرینی، ۹*(۳۴)، ۷۲۹-۷۱۱.

محسنی، عادل؛ موسوی، سید حسین؛ جمالی، محمد. (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۶۹، ۸۰-۶۳.

مولایی، آزاده؛ وحدت بوراشان، رقیه؛ حسنی، محمد. (۱۳۹۹). ارائه مدل نگرش کارآفرینانه براساس سرمایه فکری و اجتماعی با میانجی تعهد سازمانی. *نشریه روان‌شناسی اجتماعی*، شماره ۵۶، ۹۹-۱۱۰.

نیکومرام، هاشم؛ حیدرزاده، کامبیز. (۱۳۸۵). ارزیابی نقش گرایش کارآفرینانه، ساختار سازمانی و بازارگرایی بر عملکرد کسب‌وکارهای شرکت‌های تولیدی (شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق‌بهادار). *نشریه مدیریت بازاریابی، ۱*(۱)، ۱-۵۰.

هندیجانی‌فرد، مرتضی؛ حجازی، سیدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی. *مجله توسعه کارآفرینی، ۱۱*(۴۱)، ۵۸۱-۶۰۰.

Cavusgil, S. T., & Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies, 46*(1), 3-16.

Chen, Y. (2016). Study of Applied Innovative Talents Training Mode Management based on Combination of Entrepreneurship Education, Professional Education and Humanistic Education, Advances in Social Science, Education and Humanities Research. In *4th International Conference on Management Science, Education Technology, Arts, Social Science and Economics* (Vol. 85, No. 1, pp. 1777-1782).

Kamendi, B. E. R. N. A. R. D. (2016). The role of entrepreneurial orientation on the growth of small and medium enterprises in Nairobi County. *Unpublished Masters Dissertation. University of Nairobi*.

Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business, 51*(1), 93-102.

Kollmann, T., & Christofor, J. (2014). International entrepreneurship in the network economy: Internationalization propensity and the role of entrepreneurial orientation. *Journal of International Entrepreneurship, 12*(1), 43-66.

Peschken, T., Shukla, P., Lennon, J., & Rate, S. (2016). The role of information alignment and entrepreneurial traits on SME internationalization: A conceptual framework. *Management Research Review*.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review, 13*(2), 257-279.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1400.9.35.7.7]
[DOI: 10.52547/iueam.9.35.125]