

عنوان مقاله:

نقش فرهنگ بر هوشیاری کارآفرینانه در ایران با بهره گیری از داده های GEM

محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 9، شماره 34 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

احسان مهربان فر - کارشناس ارشد MBA دانشگاه صنعتی امیرکبیر

سایینا نوبری - دکترای فناوری اطلاعات، آکادمی ملی فناوری اطلاعات، دانشگاه آذربایجان

خلاصه مقاله:

بررسی علت مطلوب نبودن شاخص های کارآفرینی در ایران نسبت به سایر کشورها و نیز توجه به نقش فرهنگ به عنوان پارامتری مهم در شکل گیری رفتار کارآفرینان معطوف به بررسی نقش فرهنگ بر موفقیت کارآفرینان است. هوشیاری کارآفرینانه که به معنای درک فرصت‌هاست و با شاخص فرصت‌های درک شده سنجیده می‌شود نیز به عنوان نشانه وضعیت ورود به کارآفرینی در نظر گرفته شده و تغییرات آن با فرهنگ مورد تحلیل قرار گرفته است. برای بررسی فرهنگ از مدل هافستد - که فرهنگ را در چهار بعد مردگرایی، فاصله قدرت، فردگرایی و پرهیز از عدم اطمینان تشریح میکند- به عنوان دیدگاهی معتبر بهره گرفته شده و نیز از داده های تحقیق مؤسسه دیده بان جهانی کارآفرینی طی سال های 1386 تا 1391 درباره متغیرهای مورد مطالعه استفاده شده است. بررسی فرهنگ از دیدگاه مدل هافستد و نیز شاخص های کارآفرینی در ایران نشان میدهد که تغییرات فرهنگی صورت گرفته علت کاهش شاخصهایی همچون فرصت های درک شده را توضیح می دهد. چرا که روند طی شده به گونه ای است که تغییر در مؤلفه مخاطره پذیری و فاصله قدرت رابطه متقابلی با تغییر فرصت های درک شده و در نتیجه هوشیاری کارآفرینی داشته به طوری که در نمونه های موفق دو مؤلفه مذکور از وضعیت خوبی نسبت به میانگین موجود برخوردار بوده اند و در ایران نیز نزول این دو مؤلفه همراه با کاهش شاخص کارآفرینی که نشان دهنده افول هوشیاری کارآفرینانه نیز می باشد، همراه شده است.

کلمات کلیدی:

هوشیاری کارآفرینانه، فرهنگ، دیده بان جهانی کارآفرینی، مدل هافستد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/296900>

