

## عنوان مقاله:

نگرش کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط به فضای کسب و کار

## محل انتشار:

کنفرانس علمی مدیریت، اقتصاد کاربردی و تجارت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

خلیل صفری - دانشگاه پیام نور

حبیب الله دانایی - دانشگاه پیام نور

محمد محمودی میمند - دانشگاه پیام نور

محمد مهدی پرهیزگار - دانشگاه پیام نور

## خلاصه مقاله:

نظریه های اقتصادی نهادگرایی و اتریشی، ذهنیت را سنگ بنای رشد و توسعه اقتصادی عنوان نموده و بده بستان ها و انتظاراتی را که فرد از محیط اجتماعی و اقتصادی اطراف خود دارد را مبنای فعالیت او عنوان کرده اند. تحقیق حاضر با توجه به اهمیت ذهنیت افراد و به خصوص کارآفرینان یک اجتماع، اقدام به بررسی عوامل شکل دهنده ذهنیت افراد مشخص گردیدند و سپس بابه کارگیری نظرات 25 نفر از خبرگان، با استفاده از روش دلفی، عوامل مختلف شکل دهنده ذهنیت افراد موثر بر ذهنیت کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط نسبت به فضای کسب و کار ایران پرداخته شده است. با تکرار سه دور روش دلفی، اجماع نظر ( $w=0.699$ ) و ثبات گروهی (تغییر در نسبت انحراف استاندارد نظرات بین دور دوم و سوم کمتر از 4%) مورد قبول، حاصل گردید. نتایج حاکی از آن است که عواملی همچون سرمایه اجتماعی (حکمرانی خوب در سطح کلان و فرهنگ حمایت اجتماعی در سطح خرد)، فرصت های اقتصادی، مدیریت دانش و دارایی های دانشی در سطح کلان، منابع و توانایی افراد و فرهنگ مبتنی بر عملکرد، دارایی بیشترین نقش در ایجاد ذهنیت و درک نسبت به فضای کسب و کار هستند.

## کلمات کلیدی:

نگرش به فضای کسب و کار، حکمرانی خوب، سرمایه اجتماعی، فرهنگ مبتنی بر عملکرد، منابع و توانایی ها

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680336>

