

طراحی مدل تحلیل مسیر رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری (مورد مطالعه: صنعتگران صنایع دستی شهر تهران)

ندا حمزه‌لو^۱، جعفر هزارجریبی^{۲*}، رضا صفری شالی^۳، ماندان مومنی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴

چکیده

یکی از مشکلاتی که با ظهور عصر مدرن برای پیشه‌های قدیمی به وجود آمده است، عدم استقبال جوانان برای فعالیت در این کسب و کارها می‌باشد که در نهایت منجر به فراموش شدن و از بین رفتن پیشه‌ها، فرهنگ و دانش بومی کشور می‌شود. هدف از این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری می‌باشد. این پژوهش به صورت پیمایشی (پرسش‌نامه محقق ساخته) است. جامعه آماری مورد بررسی آن، شامل صنعتگران صنایع دستی شهر تهران (۵۳۱ نفر) بودند که در ۵ سال گذشته از سازمان میراث فرهنگی شهر تهران پروانه کارگاه اخذ نموده و یا آن را تمدید نموده بودند. حجم نمونه ۲۲۳ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد و افراد نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های آماری با استفاده از SPSS 24 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد متغیرهای مدیریت دانش شخصی، سخت‌کوشی و مربیگری به ترتیب بیشترین تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه دارند. همچنین، باتوجه به مدل تجربی به دست آمده، متغیرهای سخت‌کوشی، مدیریت دانش شخصی، اشتیاق به کار هنری و مربیگری به متغیرهای میانی (درونداد) و متغیر نیاز به موفقیت به عنوان متغیرهای بیرونی می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل مسیر نشان داد که ۳۴٪ درصد از تغییرات رفتار کارآفرینانه توسط مجموع متغیرهای مستقل تبیین می‌شود.

واژه‌های کلیدی: رفتار کارآفرینانه؛ کارآفرینی پیشه‌وری؛ صنایع دستی؛ صنعتگران.

طبقه‌بندی JEL: L26, L84, Z11

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت کسب و کار و کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. استاد گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول: hezarjaribi@atu.ac.ir)
۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
۴. استادیار گروه توسعه منابع انسانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه

ظهور انقلاب صنعتی در اروپا مصادف بود با دوره سلطنت شاهان قاجار در ایران که در آن دوره، کشور از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مناسبی نیز برخوردار نبود و محصولات ارزان قیمت کارخانجات اروپایی که به صورت انبوه تولید می‌شدند، توان رقابت را از کارگاه‌های بزرگ و کوچک داخلی گرفتند. عدم حمایت دولت و اتخاذ نکردن سیاست‌های مناسب برای روزآمد کردن این صنایع، موجب تعطیلی بسیاری از پیشه‌های ایرانی شد و تهدیدی جدی برای بقای فرهنگ و دانش‌های بومی. این تحولات سبب شد تا بسیاری از این پیشه‌ها نقش حاشیه‌ای داشته باشند و یا به‌طور کلی منسوخ شدند (سیف، ۱۳۸۷). بی‌شک میراث‌فرهنگی هر ملت شناسنامه‌ای برای معرفی آن به سایر ملل می‌باشد بخشی از این میراث که پیشه‌وری هر کشور می‌باشد. هویت فرهنگی هر قومی را تثبیت می‌کند و از نسلی به نسل دیگر انتقال پیدا می‌کند. افراد شاغل در این پیشه‌ها نه تنها محصول یا خدمتی ارائه می‌کنند بلکه ارزش‌های فرهنگی اقوام خود را نیز به دیگران معرفی می‌نمایند. صاحب‌نظران عقیده دارند که در کشورهای کمتر توسعه‌یافته دلیل عدم رشد و توسعه اقتصادی توجه نکردن به عوامل غیراقتصادی مانند عوامل فرهنگی، ارزش‌ها، انگیزه‌ها و ویژگی‌های روحی این جوامع می‌باشد. ساختارهای اجتماعی و فرهنگی هر جامعه می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری و ایجاد تفکرات نو باشد. آشنایی با آداب‌ورسوم، دانش‌های بومی، صنایع‌دستی، فرهنگ و هنر هر ملت که رو به فراموشی می‌باشد و یا به فراموشی سپرده شده است می‌تواند سرمنشأ کارآفرینی باشد و آن را کارآفرینی پیشه‌وری^۱ نام نهاد. شاخه‌ای از کارآفرینی که به گذشته هر ملت توجه دارد و هدفش زنده کردن سبک زندگی گذشتگان باشد برای اینکه آیندگان آن را تجربه نمایند. شانتوم ست^۲، مدیر برنامه داوطلبانه منطقه‌ای حمایت از پیشه‌وری سازمان ملل متحد (IVPAS)^۳، می‌نویسد: سبک زندگی پیشه‌وری در حال تبدیل شدن به گونه‌های در معرض خطر در جهان امروز است، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه. با توجه به برنامه سازمان ملل متحد، تعداد پیشه‌وران در کشورهایی که عمدتاً کشورهای به اصطلاح سوم و چهارم هستند، به سرعت در حال کاهش و کیفیت کار و زندگی آنها روبه‌زوال است (دیکی و فرانک^۴، ۱۹۹۶). امروزه با توجه به علاقه روبه‌رشد مردم به فرهنگ ایرانی و توجه آنان به پیشه‌های بومی، فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای صورت گرفته است و موجب احیای آن‌ها گردیده است. همچنین جهانی شدن باعث شده است تا فرهنگ‌ها فرصتی برای عرضه خود به سایر نقاط داشته باشند، فعالان این حوزه امکان آشنایی آسان‌تر با فرهنگ‌ها و سلايق سایر ملل را داشته و دست به خلق طرح‌ها، محصولات و خدماتی مناسب با این بازار می‌زنند که خود مصداق بارز کارآفرینی می‌باشد. با وجود این فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و اقبال مردم به خرید صنایع‌دستی و بوم‌گردی، پژوهشگر با مراجعه به سازمان میراث‌فرهنگی و همچنین پژوهشگاه میراث‌فرهنگی با این مسئله مواجه شد که یکی از دغدغه‌های مهم مسئولین این بخش، کاهش تمایل افراد

1. Artisan Entrepreneurship

2. Shantum Seth

3. Inter-regional Volunteer Program for Artisan Support

4. Dicki & Frank

برای ورود به پیشه‌های بومی می‌باشد، به گونه‌ای که این مسئله منجر شده است برخی از این پیشه‌ها در حال فراموش شدن باشند؛ لذا برای جلوگیری از نابودی این پیشه‌ها حضور کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینی در این بخش ضروری می‌باشد. از آنجاکه برای جلوگیری از نابودی پیشه‌وری، بروز رفتار کارآفرینانه از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ لذا در این مقاله به دنبال پاسخ به این پرسش می‌باشیم که چه عوامل و ابعادی در بروز رفتار کارآفرینانه مؤثر هستند؟ چرا که پاسخ به آن کمک می‌نماید تا نقاط ضعف و قوت در این رابطه شناسایی شده و با سیاست‌گذاری‌های مناسب شاهد بروز هر چه بیشتر این رفتارها در جامعه باشیم.

پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۱) نشان‌دهنده آن است که عوامل فردی رابطه معنی‌داری با ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان دارد، به طوری که جنسیت و وضعیت تحصیلی آن‌ها بر ویژگی‌های کارآفرینانه آنان تأثیرگذار می‌باشد. همچنین عوامل محیطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان تأثیرگذار است و شرکت در دوره‌های آموزشی باعث تقویت نگرش، نیت و رفتار کارآفرینانه می‌شوند. زالی و همکاران (۱۳۹۹) دریافتند که شخصیت کارآفرینانه، تأمین منابع مالی، زیرساخت‌های قانونی و فناورانه، رضایت شعلی، اشتیاق کارآفرینانه، خودکارآمدی و انگیزه کارآفرینانه از جمله عوامل تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه می‌باشند. هویته^۱ (۲۰۱۹) معتقد است که کارآفرینی پیشه‌وری از چهار بعد تشکیل شده است که عبارت‌اند از میراث‌فرهنگی، کارآفرینی اجتماعی، استادکاری و نوآوری و ویژگی‌های شخصیتی مانند: سازگاری^۲ (با جامعه و فرهنگ)، ثبات احساسی^۳، گشودگی^۴ (پذیرش نوآوری)، وظیفه‌شناسی^۵ و برون‌گرایی^۶ با این ابعاد ارتباط دارند. کارآفرینان پیشه‌ور به دلیل ویژگی شخصیتی سازگاری، با افرادی که هنجارها و ارزش‌های فرهنگی یکسانی با آنها دارند، همکاری و روابط پایدار ایجاد می‌کنند تا سنت‌های دیرینه که در معرض خطر انقراض هستند، را حفظ نمایند. رشید و راتن^۷ (۲۰۲۰) در یک پژوهش کیفی دریافتند که کارآفرینان از هر منبع یادگیری و تجربه در مسیر کسب‌وکار کارآفرینانه استفاده می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که بررسی محیط برای منابع یادگیری و ایجاد تقاضا در آغاز کسب‌وکار به آن‌ها کمک کرده است. ایجاد تقاضا قبل از ورود به بازار از طریق آشنا کردن مشتریان با هنر و مهارت آنها مفید بوده است. یادگیری از شبکه پشتیبانی و روش‌های غیررسمی به آن‌ها چشم‌انداز جدیدی برای راه‌اندازی کسب‌وکار و بازاریابی آن‌ها داده است. بارلیان^۸ و همکاران (۲۰۲۱) نیز در پژوهش خود دریافتند که شبکه‌ها و آشنایان به‌عنوان منابع منحصربه‌فرد برای رشد کارآفرینان پیشه‌ور عمل می‌کنند و کارآفرینان از سرمایه اجتماعی خود به‌عنوان منبعی برای افزایش عملکرد استفاده می‌کنند. همچنین کارآفرینان پیشه‌ور به دلایلی مختلفی از جمله اجرای یک سبک زندگی، سرگرمی، میراث‌فرهنگی و یا تشخیص فرصتی در این حوزه

1. Hoyte

2. Agreeableness

3. Emotional stability

4. Openness

5. Conscientiousness

6. Extraversion

7. Rashid & Ratten

8. Barlian

دست به کارآفرینی و ایجاد یک کسب‌وکار می‌زنند. در مجموع پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که رفتار کارآفرینانه با مجموع متغیرهای در سطوح فردی (روان‌شناختی، شخصیتی - انگیزشی)، میانی (سازمانی و نهادی) و کلان (ساختاری و سیستمی جامعه) ارتباط دارد.

بررسی ادبیات تحقیق

رفتار کارآفرینانه

تعریف متداولی از رفتار کارآفرینانه در ادبیات وجود ندارد. رفتارهای کارآفرینانه به شکل‌گیری یک کسب‌وکار تجاری مربوط می‌شود و با استخدام شدن به‌وسیله دیگران مخالف است. ساختار رفتار کارآفرینانه به‌عنوان ظرفیت، مهارت و دانش موردنیاز برای ایجاد یک کسب‌وکار تعریف می‌شود. چنین توانایی و درکی، افراد را قادر می‌سازد تا اقدامات کارآفرینانه انجام دهند (دوانه^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). مایر (۲۰۰۲) تعریفی برای رفتار کارآفرینانه ارائه کرده که عبارت است از: "رفتار کارآفرینانه به مجموعه فعالیت‌ها و شیوه‌هایی اطلاق می‌شود که فرد در سطوح مختلف مسئولیت، به طور مستقل، باهدف ایجاد و بهره‌گیری خلاقانه از منابع، در جهت شناسایی و استفاده از فرصت‌ها و با ادراک قوی از کارآمدی خود، به راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار اقدام می‌کند." (مردانشاهی، ۱۳۹۶). اساس رفتار کارآفرینانه شناسایی فرصت است. رفتار کارآفرینانه زمانی آغاز می‌شود که کارآفرینان قادر به تشخیص فرصت‌های کارآفرینی باشند. توانایی تشخیص و شناسایی فرصت برای کارآفرینان بسیار مهم است چون گامی مهم برای ایجاد کسب‌وکار و عملکرد کارآفرینانه محسوب می‌شود (نورادهی و کریستانتی^۲، ۲۰۲۱). دراکر معتقد است کارآفرینی بیش از آنکه یک ویژگی شخصیتی باشد الگویی رفتاری است. زمانی که ویژگی‌های کارآفرینانه افراد برانگیخته می‌شود، آنان اقدام به رفتارهای کارآفرینانه می‌نمایند. از جمله این رفتارها ایجاد حرفه‌ای برای دیگران یا خود فرد، راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و یا ثبت اختراع می‌باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹). نظریه‌های جامعه‌شناختی کارآفرینی زمینه اجتماعی را به‌عنوان نیروی محرک کارآفرینی مطرح می‌کند. این رویکرد محرک‌های بیرونی مانند روابط اجتماعی و محیط وسیع‌تر را به‌عنوان عوامل اصلی فشار در تعیین رفتارها و ابتکارات انتخابی کارآفرین در نظر می‌گیرد. نظریه‌های مردم‌شناسی کارآفرینی به‌جای تمرکز بر نیروهای فرهنگی که بر نگرش‌ها و رفتارهای افراد تأثیر می‌گذارد، این رویکرد کارآفرینی را در چارچوب فرهنگ قرار می‌دهد و نحوه بازتاب آن از پیچیدگی‌های قومی، اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی و سیاسی را بررسی می‌کند؛ بنابراین، محیط‌های متفاوت فرهنگی باعث ایجاد تفاوت در نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینان می‌شود (متالو^۳ و همکاران، ۲۰۲۱).

¹. Doanh

². Nuradhi & Kristanti

³. Metallo

پیشه‌وری

تعاریف مختلفی در ادبیات از پیشه‌وری یافت می‌شود. در فرهنگ لغت آکسفورد، از قرن شانزدهم کلمه "artisan" از کلمه ایتالیایی "artigiano" یا کلمه لاتین "artitus" استخراج شده است که در زبان انگلیسی به معنی هنر است (مارکوس^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). لغت‌نامه دهخدا پیشه‌ور را "دارای پیشه، کسی که دارای کار و هنری است." تعریف نموده و لغت‌نامه کمبریج پیشه‌ور را کسی تعریف می‌کند که "با دست خود کارهای ماهرانه انجام می‌دهد." هویته (۲۰۱۹) به نقل از هرینگل^۲ (۱۹۹۶) پیشه‌وران را این‌گونه تعریف می‌کند که به‌عنوان افرادی شناخته می‌شوند که انواع خاصی از تجارت را انجام می‌دهند و در آن روش‌های دستی اولویت دارند، مثل بافندگان منسوجات و سازندگان ظروف فلزی (هویته، ۲۰۱۹). در ایران پس از اسکان ایلات و قبائل در شهرها، هر خانواده مسئول تأمین نیازهای خود گردید و استقلال آنان در تأمین مایحتاج زندگی‌شان از بین رفت. از سویی دیگر با عدم دسترسی افراد به همه امور و لوازم زندگی و توسعه شهرنشینی، ناگزیر تخصصی شدن پیشه‌ها و کسب‌وکارها ایجاد شد، صورتی که افراد با آموختن یا تمرین کاری نزد شخصی دیگر، مهارتی را می‌آموختند و پیشه‌ای برای خود ایجاد می‌کردند. این اشخاص به دو گروه تقسیم می‌شدند، یک گروه تاجر بودند و به کار دادوستد اشتغال داشتند و گروهی دیگر پیشه‌ورانی بودند که به کسب‌وکارهایی مانند کفافی، خیاطی، آهنگری، قالیبافی، زرگری و غیره می‌پرداختند که مختصر کالایی داشتند اما سرمایه اصلی آنان همان حرفه و مهارتی بود که آموخته بودند. پیشه‌وری در واقع نوعی ارائه خدمت است که فرد با ابتکار و اختیار خود و با استفاده از سرمایه خویش، در دکان یا خانه خود، محصول یا خدمتی را به مشتری ارائه می‌دهد. (بازرگان، ۱۳۳۹). نویسندگان این مقاله پیشه‌وری را به سه دسته تقسیم نمودند:

۱. پیشه‌های کاربردی مانند: انواع مختلف صنایع دستی، بوم‌گردی‌ها و پیشه‌هایی که خدماتی را به سبک پیشینیان ارائه می‌نمایند و هنر در انجام آنان نقش چندانی ندارد مثل آرد کردن گندم با استفاده از آسیاب آبی و بادی، استفاده از کوزه‌های سفالی برای آبیاری در باغداری، ساخت و لای‌روبی کاربازها.
۲. پیشه‌هایی که بن‌مایه آنان از هنرهای زیبا تشکیل شده است. مانند: نقاشی، شعر، تئاتر، پیکره‌سازی، سینما و رقص که در کشور ما می‌توان به اجرای نمایش‌های روحوضی، سیاه‌بازی و تعزیه‌خوانی اشاره کرد.
۳. پیشه‌هایی که سودمندی و زیبایی را هر دو با هم دارند. مانند: سخنوری و معماری که نمونه ایرانی آن نقالی در قهوه‌خانه می‌باشد و همچنین تبدیل بناهای تاریخی به مکان‌هایی با کاربری فرهنگی، آموزشی و ...

کارآفرینان پیشه‌ور "افرادی هستند که محصولات یا خدمات دارای ارزش هنری متمایزی را تولید می‌کنند و می‌فروشند که این ارزش به‌واسطه مهارت بالای پیشه‌ور ایجاد می‌شود". آنها مانند دیگر کارآفرینان در جستجو

^۱. Marques

^۲. Herrigel

یا ایجاد فرصت برای بهره‌برداری هستند، اما برخلاف سایر کارآفرینان، وجه تمایز تولید کارآفرینان پیشه‌ور در استفاده از روش‌ها و ابزارهای ساده مورد استفاده به طور دستی و سنتی است. محصولات و خدمات پیشه‌وری که کارآفرینان پیشه‌ور ارائه می‌دهند، اغلب از پیشینه فرهنگی، قومی، سنتی یا محلی الهام گرفته شده و به طور معمول منعکس‌کننده کیفیت و خلاقیتی منحصر به فرد است که تنها از طریق مهارت‌های کسب شده در طول سال‌ها تمرین و آموزش حاصل می‌شود. کارآفرینی پیشه‌وری نوعی فعالیت تجاری است که به اقتصاد محلی و رفاه و کیفیت زندگی پیشه‌وران کمک می‌کند (ویلکرسون^۱، ۲۰۲۱). کارآفرینان پیشه‌ور، ایده‌های کسب و کار خود را به‌عنوان چیزی که در بازار منحصر به فرد است، ارج می‌نهند، زیرا صنعت سنتی آن‌ها اغلب با ساختار اجتماعی یک جامعه گره خورده است. این امر به تجدید حیات جوامع کمک می‌کند تا از تعامل فردی در فرایند ایجاد سرمایه‌گذاری کسب و کار استفاده کنند که نهایتاً منجر به تصمیم‌گیری پایدار می‌شود. (فریرا^۲ و همکاران، ۲۰۱۹ و راتن و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی پیشه‌وری یک رفتار کارآفرینی است که در آن، کسب و کار کارآفرینان پیشه‌ور ممکن است شامل مؤلفه‌های فرهنگی باشد و یک چیز جدید و خلاقانه ایجاد کند که معمولاً با دست‌ساخته می‌شود (پرت^۳، ۲۰۱۹). حمزه لو و همکاران (۱۴۰۰) نیز کارآفرینی پیشه‌وری را این‌گونه تعریف کردند: "کارآفرینی پیشه‌وری یعنی با احیا سنت‌ها، آداب و رسوم و دانش‌های بومی فراموش شده یا رو به فراموشی ارزش ایجاد کنیم و یا در سنت‌ها، آداب و رسوم و دانش‌های بومی که در جامعه هنوز رواج دارد نوآوری ایجاد کرده و ارزش جدیدی خلق نماییم. این خلق ارزش می‌تواند با شناسایی یک فرصت همراه باشد یا بازار جدیدی برای محصول ایجاد کرده و فرصت‌سازی نماید. همچنین می‌تواند استفاده از مواد اولیه جدید یا روش تولید جدید باشد." (حمزه لو و همکاران، ۱۴۰۰).

روش تحقیق

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری با روش پیمایشی انجام شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 24 مورد ارزیابی توصیفی و تحلیلی قرار گرفتند. جامعه آماری مورد بررسی آن، شامل صنعتگران صنایع دستی شهر تهران (۵۳۱ نفر) بودند که در ۵ سال گذشته از سازمان میراث‌فرهنگی شهر تهران پروانه کارگاه اخذ نموده و یا آن را تمدید نموده بودند. حجم نمونه ۲۲۳ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد (و با جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان کنترل و مقایسه گردید) و افراد نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند و پرسش‌نامه‌ها از آنها پرسیده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این مطالعه، پرسش‌نامه طراحی شده توسط پژوهشگران می‌باشد. به‌منظور سنجش اعتبار (روایی)^۴ پرسش‌نامه از دو روش اعتبار محتوایی^۵ (روش اعتبار صوری^۶) و اعتبار سازه^۷ (روش تحلیل عاملی تأییدی^۸)

1. Wilkerson

2. Ferreira

3. Pret

4. Validity

5. Content Validity

6. Face Validity

7. Construct Validity

8. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

استفاده گردید. در گام نخست از اعتبار صوری استفاده شد، بدین معنا که پرسش‌نامه تهیه شده به استادان حوزه روشی و موضوعی ارجاع داده شد و از آنها خواسته شد که نظرات خود را در مورد شاخص‌ها و گویه‌های پرسش‌نامه مطرح نمایند. سپس با جمع‌بندی نظرات استادان و خبرگان، پرسش‌نامه نهایی شد. بعد از نهایی شدن مجدداً پرسش‌نامه جهت تأیید نهایی در اختیار آنان قرار گرفت و بدین ترتیب اعتبار صوری ابزار تحقیق به دست آمد. در اعتبار سازه نیز نتایج نشان می‌دهد که مقدار بارعاملی همه گویه‌های سازنده مدل متغیرها بزرگ‌تر از ۰,۴۰ می‌باشد؛ لذا می‌توان گفت: تمامی بارهای عاملی مطلوب می‌باشند. همچنین نتایج حاصل از شاخص‌های برازش مدل متغیرها نشان می‌دهد، باتوجه به این که تمامی شاخص‌های برازش جداول مطلوب می‌باشند، می‌توان گفت: گویه‌های انتخاب شده برای سنجش متغیرها از اعتبار لازم برخوردار می‌باشند. برای برآورد پایایی پرسش‌نامه، بعد از تکمیل حدود ۳۰ پرسش‌نامه به‌عنوان پیش‌آزمون، از ضریب آلفای کرونباخ^۲ برای برآورد میزان پایایی مفاهیم تحقیق استفاده شد. بدین ترتیب که گویه‌هایی که همبستگی کمتری با شاخص کل داشتند، ابهام داشتند و یا درک آنها برای پاسخگویان دشوار بود، تعدیل و اصلاح شدند یا گویه‌های متناسب دیگری جایگزین آنها شدند. پس از اصلاح، همبستگی درونی گویه‌های سازنده متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ، ۰,۷۹۲، به دست آمد و از پایایی لازم برخوردار گردید. در ادامه نیز، پرسشنامه نهایی تحقیق تدوین و در بین نمونه تحقیق تکمیل گردید. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت و سطح معناداری کلیه شاخص‌ها از ۰,۰۵، بیشتر و داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار بودند. از روش‌های آماری توصیفی (میانگین، درصد و انحراف معیار) و استنباطی (آزمون t ، رگرسیون گام‌به‌گام برای بررسی اثرات مستقیم عوامل مؤثر بر متغیر وابسته و تحلیل مسیر باهدف بررسی اثرات غیرمستقیم عوامل مؤثر بر متغیر وابسته) استفاده شده است. تحلیل مسیر رابطه چند متغیر آشکار را باهم، چند متغیر پنهان را باهم و چند متغیر پنهان و آشکار را باهم نشان داده و در این تحلیل هدف و تمرکز بر روی ضرایب به‌دست‌آمده بر روی فلش‌ها می‌باشد. تحلیل مسیر، ساختاری است که تنها روابط بین متغیرها (که همگی قابل مشاهده‌اند) را مورد مطالعه قرار می‌دهد. هدف از این نوع تحلیل، بررسی اثر متغیرها بر یکدیگر است. چنانچه اثرات موجود بر اساس یک ساختار یا الگوی قبلی صورت پذیرد، به آن تحلیل مسیر تأییدی و اگر تنها بر اساس آزمایش و خطا و تنها با استفاده از مشاهدات روابط تعیین گردد، به آن تحلیل مسیر اکتشافی گویند (سبحانی فرد، ۱۳۹۵ و پاینده نجف‌آبادی و امیدوی نجف‌آبادی، ۱۳۹۲). متغیرهای وابسته، مستقل و گویه‌های سنجش آنان در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

¹. Reliability

². Cronbach's Alpha

جدول (۱): بررسی گویه‌های سازنده متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر وابسته	گویه
رفتار کارآفرینانه	در کارم مهارت فنی دارم
	فردی ایده پرداز و خلاقم
	برای خلق محصولاتم از چند هنر استفاده می‌کنم
متغیر مستقل	گویه
زیرساخت‌های حمایتی جامعه	مسئولین از کسب و کار من حمایت می‌کنند
	نهادهای دولتی و بخش خصوصی برای محصولات من بازاریابی می‌کنند و خریدهای مناسبی از من دارند
	بخش خصوصی یا دولتی فضای رقابتی و نمایشگاهی مناسبی در زمینه کسب و کار من ایجاد می‌کند
	مدیران و کارمندان بخش خصوصی یا دولتی از تخصص کافی در زمینه صنایع دستی برخوردارند
	برای کسب و کارم، می‌توانم به‌سادگی از بانک‌ها تسهیلات دریافت نمایم
	ثبات و خط‌مشی‌های اقتصادی موجود در جامعه، موجب بهبود کسب و کارم شده است
اشتیاق به کار هنری	به دلیل اینکه از انجام کار هنری، حس خوب و آرامش پیدا می‌کنم، این حرفه را انتخاب نمودم
	علاقه و اشتیاق به کارهای هنری باعث شد تا این شغل را انتخاب کنم
نیاز به موفقیت	در مدیریت کردن مسائل و مشکلات خود مهارت دارم
	همیشه کارها را به بهترین نحو انجام می‌دهم
دستیابی به جایگاه اجتماعی	برای دست‌یافتن به جایگاه اجتماعی (شهرت) کار هنری انجام می‌دهم
	برای کسب درآمد این شغل را انتخاب کردم
مهارت‌های ارتباطی	فردی انعطاف‌پذیر هستم
	با افراد دارای فرهنگ‌های متفاوت به‌راحتی ارتباط برقرار می‌کنم
هوش فرهنگی	برای حفظ و ترویج سنت‌های بومی و منابع فرهنگی کشورم تلاش می‌کنم
	به دنبال شناخت ارزش‌ها، ویژگی‌ها و هنجارهای فرهنگی و بومی هستم
مدیریت دانش شخصی	من در بازاریابی و فروش مهارت دارم
	با قوانین مرتبط با کسب و کار آشنایی دارم
عوامل فرهنگی	افراد جامعه به کارگروهی و همکاری و همفکری با یکدیگر علاقه‌مند هستند
	دیدگاه جامعه در مورد هنر مثبت است
مربیگری	علاقه دارم که هنرم را به دیگران آموزش دهم
	توانسته‌ام هنرجویان کارآمد و بامهارتی آموزش و پرورش بدهم
سخت‌کوشی	معتقدم که سرنوشتم را خودم می‌سازم
	کارم را به‌صورت تجربی یاد گرفتم و مدام در حال آموختن هستم
رضایت شغلی	به دلیل از بین رفتن شراکت، کسب و کار مستقل ایجاد کردم
	شرایط شغل قبلی من مناسب بود

لازم به توضیح است که گویه‌های مذکور با استفاده از طیف ۵ قسمتی لیکرت مورد سنجش قرار گرفتند.

یافته‌های پژوهش

در جدول شماره ۲ اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش نشان داده شده است و انتخاب حجم نمونه در بین هر دو جنس با توجه به سهم آنها در جامعه آماری انتخاب گردید.

جدول (۲): اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

درصد	فراوانی	اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان
۱۵/۷	۳۵	مرد
۸۴/۳	۱۸۸	زن
۱۶/۶	۳۷	دیپلم و پائین‌تر
۱۳	۲۹	کاردانی
۴۵/۳	۱۰۱	کارشناسی
۲۵/۱	۵۶	کارشناسی ارشد و بالاتر
۴/۹	۱۱	۲۰ سال و کمتر
۳۰/۵	۶۸	۳۰-۳۱
۵۱/۶	۱۱۵	۴۰-۴۱
۹	۲۰	۵۰-۵۱
۳/۱	۷	۶۰-۵۱
۰/۹	۲	۶۱ سال و بیشتر
۵۲/۵	۱۰۶	مجرد
۴۷/۵	۱۱۷	متاهل

برای استفاده از رگرسیون سه پیش‌فرض مورد نیاز است. ۱. نوع فرضیه از جنس رابطه‌ای باشد ۲. داده‌ها در سطح سنجش پارامتریک (فاصله‌ای) باشند ۳. داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار باشند؛ لذا پس از اینکه داده‌ها از نظر سه پیش‌فرض ذکر شده مورد بررسی قرار گرفتند، از تحلیل رگرسیون خطی چندمتغیره برای به‌دست‌آوردن رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شد. در مرحله نخست، متغیر رفتار کارآفرینانه به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد و یازده متغیر دیگر، به‌عنوان متغیر مستقل در تحلیل مورد بررسی قرار گرفت و ارتباط معنادار بین آنان مشخص گردید. عواملی که سطح خطای آنها کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد عبارت‌اند از اشتیاق به کار هنری، مدیریت دانش شخصی، مربیگری و سخت‌کوشی. بر اساس این نتیجه متغیر سخت‌کوشی با بتای ۰,۱۹۹، بیشترین میزان تأثیر را بر متغیر رفتار کارآفرینانه دارد. به عبارتی با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سخت‌کوشی، میزان رفتار کارآفرینانه به میزان ۰,۱۹۹ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد. برعکس، کاهش یک انحراف استاندارد در متغیر سخت‌کوشی، موجب کاهش ۰,۱۹۹ انحراف استاندارد در متغیر رفتار کارآفرینانه خواهد شد. خلاصه نتایج بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر رفتار کارآفرینانه در جدول شماره ۳ نمایش داده شده است.

جدول (۳): بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر رفتار کارآفرینانه

ضریب تأثیر					
شاخص	ضرایب تأثیر غیراستاندارد		ضرایب تأثیر استاندارد		سطح معنی‌داری
	خطای استاندارد	ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	خطای استاندارد	ضریب رگرسیون استاندارد شده	
عدد ثابت	۱/۲۴۷		۳/۲۰۹		-/۰.۱۱
اشتیاق به کار هنری	۰/۱۰۰	-/۱۴۹	۰/۲۴۱		-/۰.۱۷
مدیریت دانش شخصی	۰/۰۷۷	-/۱۷۳	۰/۱۹۹		-/۰.۱۱
مربیگری	۰/۰۶۵	-/۱۴۳	۰/۱۴۶		-/۰.۲۵
سخت‌کوشی	۰/۰۷۹	-/۱۹۹	۰/۲۴۸		-/۰.۰۲
متغیر وابسته: رفتار کارآفرینانه			$R_{adj}^2 = ۰,۲۶۲$		

معادله رگرسیونی رفتار کارآفرینانه بوسیله فرمول زیر محاسبه می‌گردد که $Y'Z$ عبارت است از رفتار کارآفرینانه، B متغیر مستقل و Z نیز مقادیر استاندارد شده (بتا) می‌باشد.

$$Y'Z = B_1Z_1 + B_2Z_2 + \dots + B_KZ_K$$

$$\begin{aligned} \text{مدیریت دانش شخصی} \times (0/173) + \text{سخت‌کوشی} \times (0.199) = \text{رفتار کارآفرینانه} \\ + \text{مربیگری} \times (0/143) + \text{اشتیاق به کار هنری} \times (0/149) \end{aligned}$$

در مرحله دوم، سخت‌کوشی که بیشترین بتا (ضریب رگرسیونی تأثیرگذار) را دارد به‌عنوان متغیر وابسته میانی در نظر گرفته شده و تأثیر سایر متغیرهای مستقل بر آن آزمون شد. نتایج نشان می‌دهد که دو متغیر نیاز به موفقیت با بتای ۰,۲۴۸ و مدیریت دانش شخصی با بتای ۰,۱۸۲، تأثیر آماری معنی‌داری بر متغیر سخت‌کوشی داشتند. خلاصه نتایج بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر سخت‌کوشی در جدول شماره ۴ نمایش داده شده است.

جدول (۴): بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر سخت‌کوشی

ضریب تأثیر				
سطح معنی‌داری	t	ضرایب تأثیر استاندارد		شاخص
		ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۳/۶۶۳		۰/۹۵۷	عدد ثابت
۰/۰۰۰	۳/۶۳۴	۰/۳۴۸	۰/۰۷۹	نیاز به موفقیت
۰/۰۰۹	۲/۶۵۲	۰/۱۸۲	۰/۰۶۳	مدیریت دانش شخصی
$R_{adj}^2 = ۰/۱۳۰$ متغیر وابسته: سخت‌کوشی				

در مرحله سوم، متغیر نیاز به موفقیت که بیشترین بتا را بر سخت‌کوشی دارد به‌عنوان متغیر وابسته میانی دوم (بعد از سخت‌کوشی) در نظر گرفته شد و متغیر مدیریت دانش شخصی، متغیر مستقل در نظر گرفته شد. نتایج نشان می‌دهد متغیر مدیریت دانش شخصی با بتای ۰,۳۲۴، تأثیر آماری معناداری بر نیاز به موفقیت دارد نتایج بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر مدیریت دانش شخصی در جدول شماره ۵ نمایش داده شده است.

جدول (۵): بررسی میزان و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر نیاز به موفقیت

ضریب تأثیر				
سطح معنی‌داری	t	ضرایب تأثیر استاندارد		شاخص
		ضریب رگرسیون استاندارد شده (بتا)	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۹/۷۱۹		۰/۳۲۶	عدد ثابت
۰/۰۰۰	۵/۰۸۳	۰/۳۲۴	۰/۰۵۱	مدیریت دانش شخصی
$R_{adj}^2 = ۰/۱۰۱$ متغیر وابسته: نیاز به موفقیت				

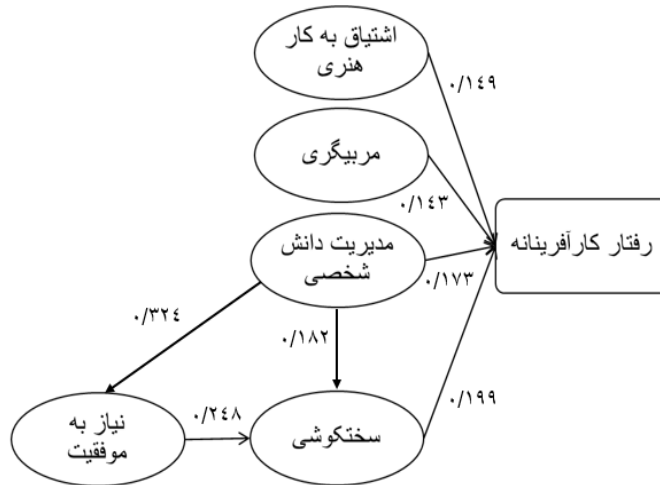
برای محاسبه تأثیر مستقیم، همان ضرایب تأثیر رگرسیونی هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای به دست آوردن مقدار تأثیر غیر مستقیم هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته نیز، ابتدا باید تمامی مسیرهای تأثیرات غیر مستقیم هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را در هم ضرب و سپس نتایج تمامی این تأثیرات را با هم جمع کنیم. در این مقاله دو مسیر غیر مستقیم الف و ب وجود دارد که در زیر فرمول محاسبه آنان ذکر گردیده است. برای محاسبه تأثیر کل، باید مقادیر تأثیرهای مستقیم و غیر مستقیم هر متغیر مستقل را با هم جمع کنیم. در جدول شماره ۶ ضریب کل تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم مجموع متغیرها بر روی رفتار کارآفرینانه نشان داده شده است.

مسیر الف: (مدیریت دانش شخصی * نیاز به موفقیت * سخت‌کوشی) = $(0,199 * 0,248 * 0,324) = 0,052$
 مسیر ب: (نیاز به موفقیت * سخت‌کوشی) = $(0,199 * 0,248) = 0,049$
 تأثیر کل مدیریت دانش شخصی = تأثیر مستقیم + تکثیر غیرمستقیم = $0,173 + 0,052 = 0,225$

جدول (۶): ضریب کل تأثیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم مجموع متغیرها بر روی رفتار کارآفرینانه

متغیرها	انواع تأثیر	
	مستقیم	غیرمستقیم
سخت‌کوشی	0,199	-----
مدیریت دانش شخصی	0,173	0,052
اشتیاق به کار هنری	0,149	-----
مربیگری	0,143	-----
نیاز به موفقیت	-----	0,049

بر اساس نتایج، جدول شماره ۶ در خصوص ضریب کل تأثیر (اعم از مستقیم و غیرمستقیم) تمامی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه، می‌توان گفت که متغیرهای سخت‌کوشی، مدیریت دانش شخصی و اشتیاق به کار هنری به ترتیب بیشترین تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه دارند. همچنین، باتوجه به مدل تحلیل مسیر (محقق ساخته) به‌دست آمده که در شکل نشان داده شده است، متغیرهای سخت‌کوشی، مدیریت دانش شخصی، اشتیاق به کار هنری و مربیگری به متغیرهای میانی (درونداد) و متغیر نیاز به موفقیت به عنوان متغیر بیرونی می‌باشد.



مدل تحلیل مسیر (محقق ساخته)

برازش کل مدل تحلیل مسیر نیز از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد که در آن (e^2) میزان خطا می‌باشد و عبارت از $1 - R^2$ است.

$$R^2 = 1 - \{(e_1^2)^2 \times (e_2^2)^2 \times \dots \times (e_k^2)^2\}$$

$$R^2 = 1 - \{(1 - 0/262)^2 \times (1 - 0/130)^2 \times (1 - 0/101)^2\} = 0/339$$

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار برازش کل مدل برابر با $0/۳۳۹$ است. یعنی تمامی متغیرهای مدل توانسته‌اند ۳۳% از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند و بقیه واریانس (۶۶%) تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری با استفاده از تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر پرداخت. طبق نتایج به‌دست‌آمده سخت‌کوشی بیشترین تأثیر را بر رفتار کارآفرینی پیشه‌ورانه دارد. سخت‌کوشی سازه‌ای شخصیتی است که از مؤلفه‌های مبارزه‌طلبی، تعهد و کنترل تشکیل شده است. کارآفرینان پیشه‌ور باور دارند که بر اوضاع مسلط هستند و می‌توانند بر اتفاقات زندگی خود تأثیر داشته باشند، همچنین با تعهدی که نسبت به کاردارند خود را در جنبه‌های مختلف آن درگیر کرده و با صرف انرژی و وقت تا رسیدن به نتیجه تلاش می‌کنند. آنان با داشتن روحیه مبارزه‌طلبی، موانع و مشکلات پیش‌روی خود را درک کرده و با رویکردی خوش‌بینانه به دنبال راه‌حلی برای تبدیل این تهدیدها به فرصت هستند. کارآفرینان پیشه‌ور با پشتکار و مداومت در یادگیری و کسب تجربه، توانایی‌های خود را برای انجام هر چه بهتر کارها افزایش می‌دهند و این توانایی باعث می‌شود که برای مقابله با شرایط مختلف، به خود اعتماد بیشتری داشته باشند. این خودکارآمدی باعث می‌شود که تغییرات زندگی را فرصتی برای رشد و پیشرفت ببینند چراکه معتقدند با توانایی‌های خود می‌توانند مسیر زندگی را تغییر دهند. ونوئا و الکس^۱ (۲۰۲۱) نیز دریافته‌اند سخت‌کوشی در موفقیت زنان کارآفرین تأثیر دارد. دومین عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری مدیریت دانش شخصی می‌باشد. کارآفرین پیشه‌ور با کسب دانش و سازمان‌دهی و افزایش اطلاعات خود و همچنین استفاده بهینه و مطلوب از آن می‌تواند به ارتقا حرفه‌ای و موفقیت در کار و زندگی دست یابد. کارآفرین پیشه‌ور با مدیریت دانش شخصی خود، اطلاعات و منابع دانشی که در اختیار دارد را مدیریت کرده و تلاش می‌کند تا فرایند یادگیری خود را اثربخش‌تر نموده و خلاقیت و نوآوری خود را افزایش دهد. امروزه با وجود رقابت فراوان بین کسب‌وکارها، لازم است که کارآفرین پیشه‌ور، توانمندی‌های کلیدی و مهارت‌های خود را که یک مزیت رقابتی برای وی است، رشد و توسعه دهد تا بتواند فرصت‌های جدیدی را کسب نماید و در زمینه شغلی خود به جایگاه ارزشمندی دست یابد و برای به‌دست‌آوردن این رشد و توسعه به مدیریت دانش شخصی نیازمند است. این یافته نتایج

^۱. Venotha & Alex

پژوهش سوله و آریاواتی^۱ (۲۰۲۱) را تأیید می‌کند. آنان در پژوهش خود دریافتند که مدیریت دانش شخصی بر رفتار نوآورانه و عملکرد مدیریتی صاحبان صنعت چاپ سنتی باتیک در اندونزی تأثیر مثبت دارد. سومین عامل مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در پیشه‌وری، اشتیاق به کار هنری است. این اشتیاق موجب شروع و استمرار رفتار کارآفرینانه در فرد می‌شود همچنین اشتیاق به پیشه موردعلاقه فرد، باعث می‌شود تا خلاقیت او در زمینه کاری وی، پرورش یابد و فرصت‌های به وجود آمده را بهتر تشخیص دهد به گونه‌ای که با پویای محیط، نیازهای موجود را کشف و شناسایی نموده و درصدد رفع آن‌ها برمی‌آید. این اشتیاق سبب می‌شود تا فرد فرصت‌های جدید در بازار را شناسایی نماید و محصولات و خدمات جدید ارائه نموده و با محصولات و خدمات خود را توسعه بدهد. رشته کاری کارآفرین پیشه‌ور، برای وی ارزش خاصی دارد و اشتیاق و احساس قوی او به این کسب و کار، موجب می‌شود تا اهداف و رفتارهای وی به گونه‌ای تحریک گردد تا این ارزش خاص را بیان نماید که این بیان از طریق خلق محصول یا ارائه خدمت نمود پیدا می‌کند. این اشتیاق گاهی به حدی است که با وجود مشکلات مالی و معیشتی، پیشه‌ور به‌خاطر لذت حاصل از انجام کار، همچنان در کسب و کار خود باقی می‌ماند. پیشه کارآفرین موردعلاقه اوست و کارآفرین پیشه‌ور تمایل فراوانی به کاری که انجام می‌دهد دارد، به گونه‌ای که پیشه‌اش، هویت وی را تعریف می‌کند و او با صرف وقت و انرژی روی آن سرمایه‌گذاری می‌کند. اشتیاق به کار نوعی احساس مثبت و شدید در فرد ایجاد می‌کند که به سرعت از بین نمی‌رود و تأثیر آن بر روی فرد طولانی‌مدت است. اشتیاق به کار، اراده‌ای قوی در پیشه‌ور ایجاد می‌کند که باعث می‌شود غیرممکن را به ممکن تبدیل نماید و انگیزه‌ای قوی در فرد ایجاد می‌کند تا سختی‌های کار را با علاقه و پشتکار تحمل نماید و با مشکلات روبرو شده و آنان را حل نماید. این یافته با نتایج حاصل از پژوهش پرنومو^۲ (۲۰۱۹) که ارتباط اشتیاق به کارهای هنری با رفتار کارآفرینانه پیشه‌وری را دریافته بود، مطابقت دارد و آخرین متغیر میانی که بر رفتار کارآفرینانه در پیشه‌وری تأثیر دارد، مربیگری می‌باشد. مربیگری نقش مهمی در انتقال دانش بومی به نسل‌های بعد دارد، زیرا برخی از رشته‌های پیشه‌وری در مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها تدریس نمی‌شود و تنها راه انتقال فوت‌وفن‌های این حرفه‌ها در آموزش به سبک استادشاگردی یا همان مربیگری می‌باشد. در مربیگری تأکید بر آموزش عملی می‌باشد و در نتیجه خروجی این نوع آموزش بهتر است چراکه شاگرد در تمام طول آموزش با حرفه درگیر بوده و صرفاً با آموزش‌های تئوری با کار آشنا نمی‌شود و پس از اتمام دوره آموزشی می‌تواند کسب و کار خود را راه‌اندازی نماید. کارآفرینان پیشه‌ور با استفاده از روش‌های جدید مانند تألیف کتاب در مورد پیشه خود و یا تهیه بسته‌های آموزشی تصویری، مهارت‌های خود را به شاگردان آموزش می‌دهند که خود نمونه‌ای از رفتار کارآفرینانه محسوب می‌گردد. مربیگری از آن جهت حائز اهمیت است که آموزش و یادگیری تخصصی، سرمایه‌گذاری روی نیروی کار محسوب می‌گردد و نتیجه آن توسعه سرمایه انسانی و نهایتاً رشد و توسعه اقتصادی خواهد بود.

^۱. Sule & Ariawaty

^۲. Purnomo

هزارجریبی (۱۳۸۴) نیز در پژوهش خود بیان می‌کند که برای توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه نیاز است تا سطوح آموزش‌های تخصصی در جامعه ارتقا یابد.

پیشنهادات (توصیه سیاستی)

باتوجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

باتوجه به اینکه نتایج حاصل از تحلیل مسیر نشان داد که ۳۴٪ درصد از تغییرات رفتار کارآفرینانه توسط مجموع متغیرهای مستقل تبیین می‌شود؛ لذا لازم است به بررسی این عوامل تأثیرگذار در یک پژوهش بزرگ‌تر در سطوح فردی (روان‌شناختی)، میانی (سازمانی) و کلان (ساختاری و سیستمی) پرداخته شود. برگزاری دوره‌های تخصصی مدیریت کسب‌وکار در پیشه‌های مختلف می‌تواند به افراد کمک کند تا سطح مدیریت دانش شخصی خود را بهبود دهند. همچنین دوره‌های تخصصی کارآفرینی با محوریت پیشه‌ها می‌تواند به افراد کمک کند تا کسب‌وکار خود را راه‌اندازی نمایند. از آنجاکه مربیگری بر رفتار کارآفرینانه تأثیر دارد، اهمیت آموزش این پیشه‌ها بیش‌ازپیش باید موردتوجه قرار گیرد؛ لذا پیشنهاد می‌شود مسئولین با حمایت‌های مالی و معنوی از پیشه‌ورانی که به تأسیس آموزشگاه علاقه‌مند هستند به ترویج و حفظ پیشه‌ها کمک نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود مربیان با تهیه بسته‌های جامعه آموزش پیشه خود، محدودیت‌های مکانی را از بین ببرند و شرایط را برای آموزش افراد در مکان‌های مختلف فراهم آورند. تقویت فعالیت اتحادیه در این صنف و همچنین امکان تبادل تجربیات در بین افراد این حرفه در گسترش، ماندگاری و اثربخشی آن بسیار مؤثر است. توصیه می‌شود باتوجه به تأثیر نیاز به موفقیت در رفتار کارآفرینانه پیشه‌ورانه، نهادهای دولتی و خصوصی شرایط رقابت برای پیشه‌وران را فراهم آورند. برای مثال برگزاری نمایشگاه و مسابقات مهارتی به مناسبت‌های مختلف فرصت، خوبی را برای به چالش کشیدن پیشه‌وران فراهم می‌نماید.

منابع

- احمدی، فریدون. شافعی، رضا. مفاخری‌نیا، فرانک. (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه کردستان». *توسعه کارآفرینی*. ۱۵(۴). ۱۴۵-۱۶۴.
- بازرگان، مهدی. (۱۳۳۹). «کار در اسلام (کشاورزی و پیدایش تجارت)». *مجموعه حکمت*. ۵۰(۴). ۱۴-۱۱.
- پاینده نجف‌آبادی، امیر تیمور و امید نجف‌آبادی، مریم. (۱۳۹۲). «تحلیل ساختاری تأییدی: تحلیل مسیر، تحلیل عاملی، تحلیل معادله یابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزارهای LISREL ۸.۷۲ و AMOS ۱۸». (چاپ اول). تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- حسینی، سید علی؛ بدیع زاده، علی؛ حسینی، سید رسول؛ قهرمانی، علی‌اکبر. (۱۳۹۹). «تعیین و رتبه‌بندی شاخص‌های مؤثر در قابلیت‌های رفتار کارآفرینانه دانشجویان مهارتی دانشگاه جامع علمی کاربردی استان البرز». *مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*. ۲۲. ۱۸۷-۲۲۰.

حمزه لو، ندا؛ هزارجریبی، جعفر؛ صفری شالی، رضا؛ مؤمنی، ماندان. (۱۴۰۰). «بررسی رفتار کارآفرینانه در کارآفرینی پیشه‌وری (مورد مطالعه: جامعه هنرمندان صنایع دستی شهر تهران)». *مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی*. ۴(۳). ۱۲۹-۱۴۳.

زالی، محمدرضا؛ نیلی آرام، علی؛ رضائیان، علی؛ کردنائیج، اسداله. (۱۳۹۹). «ارائه الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در کسب‌وکارهای صادراتی حوزه برق و الکترونیک کشور با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری». *مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی*. ۱۲-۱. ۲۱-۲۱.

سبحانی فرد، یاسر. (۱۳۹۵). «مبانی و کاربرد تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری همراه با استفاده از نرم‌افزارهای AMOS- SPSS-HLM³LISREL-Smart PLS». (چاپ اول). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

سیف، احمد. (۱۳۸۷). «قرن گم‌شده، اقتصاد و جامعه ایران در قرن نوزدهم». تهران: نشر نی.

مردانشاهی، محمدمهدی. (۱۳۹۶). «تأثیر نگرش به کسب‌وکار بر گرایش به رفتار کارآفرینانه در دانشجویان رشته‌های کشاورزی (مطالعه موردی: دانشجویان جدیدالورود دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری)». *نامه آموزش عالی*. ۳۷(۱۰). ۱۵۹-۱۸۲.

هزارجریبی، جعفر. (۱۳۸۴). «بررسی نقش کارآفرینی در ایجاد فرصت‌های اقتصادی». *پژوهش‌نامه اقتصادی*. ۱۸. ۲۳۷-۲۶۸.

Barlian, E. (2021). A Model-Narrative of Artisan Entrepreneur's Resources and Capabilities. *Psychology and Education Journal*, 58(3), 1444-1451.

Dicki, V. A., & Frank, G. (1996). "Artisan occupations in the global economy: A conceptual framework". *Journal of Occupational Science*, 3(2), 45-55.

Doanh, D. C., Thang, H. N., Nga, N. T. V., Van, P. T., & Hoa, P. T. (2021). "Entrepreneurial behaviour: The effects of the fear and anxiety of Covid-19 and business opportunity recognition". *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(3), 7-23.

Ferreira, J. Sousa, B. M. & Gonçalves, F. (2019). "Encouraging the subsistence artisan entrepreneurship in handicraft and creative contexts". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 13(1/2), 64-83.

Hoyte, C. (2019). "Artisan entrepreneurship: a question of personality structure?". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 615-632.

Marques, C. S. Santos, G. Ratten, V. & Barros, A. B. (2019). "Innovation as a booster of rural artisan entrepreneurship: a case study of black pottery". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 753-772.

- Metallo, C., Agrifoglio, R., Briganti, P., Mercurio, L., & Ferrara, M. (2021). "Entrepreneurial behaviour and new venture creation: the psychoanalytic perspective". *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(1), 35-42.
- Nuradhi, M., & Kristanti, L. (2021). "Opportunity Recognition: Gender and Family Business Background Comparison". *International Journal of Family Business Practices*, 3(2), 18-32.
- Pret, T. & Cogan, A. (2019). "Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 592-614.
- Purnomo, B. R. (2019). "Artistic orientation, financial literacy and entrepreneurial performance". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 105-128.
- Rashid, S., & Ratten, V. (2020). "Commodifying skills for survival among artisan entrepreneurs in Pakistan". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-20.
- Ratten, V. Costa, C. & Bogers, M. (2019). "Artisan, cultural and tourism entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 582-591.
- Sule, E. T. & Ariawaty, R. N. (2021). "Influence of knowledge management on innovative behavior and its impact on managerial performance of medium-scale batik industry owners in west Java, Indonesia". *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(2), 436-455.
- Venotha, A. S. & Alex, K. (2021). "Women Entrepreneurs: Making Headway Toward Ownership by Dint of Effective Leadership". *Journal of Xi'an Shiyou University, Natural Science Edition*, 17(1), 88-93.
- Wilkerson, J. M. (2021). "Resolving the Artisan Entrepreneur's Oppositional Identity with Venturing in a Declining City Context". *American Journal of Management*, 21(4), 30-43.