

پیش بینی میزان مشارکت از طریق عوامل فرهنگی در سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط

عباس نوظهور*^۱، سیدمحمد حسینی^۲

تاریخ دریافت: ۱ بهمن ۱۴۰۳ تاریخ پذیرش: ۲۵ اسفند ۱۴۰۳

چکیده

مشارکت فعال مردم در فعالیتهای اقتصادی، یک عامل مهم برای رشد و توسعه اقتصادی است. با ایجاد یک محیط مناسب، حمایت از مشاغل کوچک و متوسط، توسعه زیرساختهای لازم و ارائه آموزشهای لازم، میتوان مشارکت مردم را در فعالیتهای اقتصادی افزایش داد و به رشد اقتصادی کشور کمک کرد. تحقیق حاضر به منظور پیش بینی میزان مشارکت از طریق عوامل فرهنگی در سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا، همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران صنایع کوچک و متوسط تشکیل میدهند. با توجه به نتایج فرمول کوکران، حجم نمونه ۱۲۷ نفر انتخاب شده است. برای نمونهگیری از روش نمونهگیری تصادفی ساده استفاده شده است. برای سنجش عوامل فرهنگی از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. نرمال بودن دادههای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف بررسی شد و می توان گفت که توزیع دادههای جمع آوری شده نرمال است و از آزمونهای رگرسیون خطی پارامتریک در تحلیل فرضیه های پژوهش استفاده می شود. یافته های تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی قادر پیش بینی میزان مشارکت در سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان اردبیل است و با اطمینان ۹۹ درصد می توان فرضیه محقق را تایید کرد. نتیجه گرفته می شود که هرچه بر عوامل فرهنگی توجه شود به همان اندازه مشارکت در سرمایه گذاری بیشتر خواهد بود. مشارکت فعال مردم در فعالیتهای اقتصادی، یک عامل مهم برای رشد و توسعه اقتصادی است. با ایجاد یک محیط مناسب، حمایت از مشاغل کوچک و متوسط، توسعه زیرساختهای لازم و ارائه آموزشهای لازم، می توان مشارکت مردم را در فعالیتهای اقتصادی افزایش داد و به رشد اقتصادی کشور کمک کرد.

واژگان کلیدی: مشارکت، عوامل فرهنگی، سرمایه گذاری، صنایع کوچک و متوسط

^۱ گروه آموزش علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، علوم و تحقیقات، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

^۲ گروه آموزش متوسطه، آموزش و پرورش، استان اردبیل، ایران

۱- مقدمه

شرکتهای کوچک و متوسط^۱ نقش مهمی در اکثر اقتصادها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، ایفا می کنند. شرکتهای کوچک و متوسط اکثریت مشاغل در سراسر جهان را تشکیل میدهند و از عوامل مهم ایجاد شغل و توسعه اقتصادی جهانی هستند. آنها حدود ۹۰٪ از مشاغل و بیش از ۰۵٪ از اشتغال در سراسر جهان را تشکیل می دهند.

شرکتهای کوچک جزء اساسی توسعه اقتصادی و اجتماعی اقتصاد هستند و به اشتغال و تولید درآمد کمک میکنند (Krasniqi and Desai, 2016). سهم بخش شرکتهای کوچک در اقتصاد از طریق ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی، با توجه به دسترسی محدود شرکتهای کوچک به منابع مالی خارجی برای بقا و توسعه، به ویژه در کشورهای در حال توسعه و در حال گذار، منجر به افزایش علاقه به تأمین مالی شرکتهای کوچک و متوسط شده است. شرکتهای کوچک، علیرغم اینکه منابع نوآوری و رشد هستند، با دسترسی محدود به منابع مالی خارجی برای تأمین مالی سرمایهگذاری خود مواجه هستند (Trinh et al, 2017). ترین و همکاران (2017) استدلال کردند که محدودیتهای اساسی شامل منابع ناکافی تأمین مالی داخلی سود انباشته و وام از خانواده و دوستان (و دشواری دسترسی به منابع مالی خارجی، مانند اخذ اعتبار و انتشار سهام، تا حدی به دلیل سودآوری پایین و اطلاعات نامتقارن مرتبط با روابط وام دهنده وامگیرنده است. تحت این شرایط (دسترسی محدود به منابع مالی خارجی)، شرکتهای کوچک باید از نظر ساختار سرمایه خود انتخاب کنند. مطالعات مختلف در مورد دسترسی به منابع مالی، مشکلاتی را که شرکتهای کوچک و متوسط با آن مواجه هستند، از جمله کمبود وثیقه، هزینه سرمایه، طرح تجاری و تعدادی از مؤسسات وام دهنده، برجسته کرده است. ظرفیتهای ناکافی تأمین مالی داخلی و چالشهای دسترسی به تأمین مالی خارجی برای سرمایهگذاری و رشد شرکتهای کوچک و متوسط بسیار مهم است (Qerimi, 2023). کلمه ای است که اغلب بدون تعریف واضحی استفاده میشود. سردرگمی پیرامون این کلمه قابل «فرهنگ» درک است، زیرا حتی افرادی که با این موضوع آشنا هستند، معمولاً در مورد معنای دقیق آن یا آنچه که از آن تشکیل شده است، اختلاف نظر دارند. فرهنگ میتواند به گروههای نژادی، قومی، مذهبی یا ملی اشاره داشته باشد. وابستگیهای ایدئولوژیک و سیاسی گاهی اوقات میتوانند با اصطلاحات فرهنگی توصیف شوند. همچنین استفاده از اصطلاحات فرهنگی برای گروه های سنی مناسب است؛ افرادی که با بیست یا حتی ده سال اختلاف سنی متولد شدهاند، میتوانند ارزشهای فرهنگی متفاوتی را در مورد عدالت، برابری یا ازدواج ایجاد و به اشتراک بگذارند (ByEric et al, 2021).

عامل فرهنگی شامل ارزشها، باورها، نگرشها، سنتها و رفتارهای ذاتی یک گروه یا ملت است که شیوه تفکر، بیان و واکنش آن را مطابق با گروه مرجع شکل میدهد. این میتواند از یک واحد اداری کوچک در یک شرکت تا کل یک ملت متغیر باشد. این عوامل ممکن است توسط اعضای جامعه به طور آگاهانه تشخیص داده نشوند و فقط در مواجهه با بیگانگان یا موقعیتهای غیرمنتظره آشکار شوند. آنها اغلب برای اشخاص ثالث به راحتی قابل مشاهده هستند (Durante et al, 2024). عوامل فرهنگی میتوانند در نحوه نگرش خانواده به این نوع موقعیت و اینکه آیا میتوانند آنچه را که به آنها گفته میشود بپذیرند و از درمان توصیه‌شده پیروی کنند، نقش داشته باشند. به عنوان مثال، در میان جمعیت لاتین، برخی از پدران فکر میکنند که دادن دارو به فرزندانشان، حس خودشناسی آنها را مختل میکند و ظرفیت استقلال آنها را کاهش میدهد. گویی پدر احساس میکند اگر فرزندش نیاز به مصرف دارو داشته باشد، آسیب دیده است (Chubinsky and Hojman, 2013).

مشارکت در فعالیتهای اقتصادی به معنای حضور فعال مردم در تولید و سرمایه گذاری، و همچنین در تصمیم‌گیریهایی مربوط به اقتصاد است. این نوع مشارکت میتواند به اقتصاد کشور کمک کند و باعث افزایش رشد اقتصادی شود (هاشمی، ۱۴۰۳).

یکی از اهداف ویژه و مهم تشکیل شهرکهای صنعتی و فعال سازی بنگاههای کوچک و متوسط، ایجاد اشتغال پایدار و مبارزه بایکاری است. اما واقعیت آن است که تنها تعداد محدودی از بنگاههای کوچک و متوسط توانایی ایجاد اشتغال و کارآفرینی را دارند. به عبارتی تنها بخش اندکی کارآفرین تلقی شده یا ایجاد اشتغالی قابل توجه در دوره معین را نشان می دهند. ایجاد اشتغال قابل توجه در دوره معین در ادبیات این حوزه با معیار رشد سریع سنجیده می شود و مطالعات موجود نشان می دهد که حدود ده درصد از بنگاههای اقتصادی می توانند رشدی سریع را تجربه کنند (فیض پور و همکار، ۱۳۸۶). هدف تحقیق حاضر پیش بینی میزان مشارکت از طریق عوامل فرهنگی در سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان اردبیل است.

۲- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا، همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران صنایع کوچک و متوسط تشکیل می دهند. برای تعیین حجم نمونه، از فرمول کوکران (رجیمی و همکاران، ۱۳۹۰) برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است که با توجه به نتایج فرمول کوکران، حجم

نمونه ۱۲۷ نفر انتخاب شده است. برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده به روش آنالین استفاده شده است.

برای سنجش عوامل فرهنگی از پرسشنامه استاندارد عوامل فرهنگی شرکت دارای ۶ سوال در ۳ بعد فرهنگ مشتری، فرهنگ یادگیری، فرهنگ تسهیم دانش (استفاده شده و همچنین برای سنجش مشارکت از پرسشنامه استاندارد تمایل به مشارکت نرگسیان و همکاران (۱۳۹۳) با سه سوال استفاده شده است. با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق و تأیید اعتبار آنها، انجام آزمایش اعتبار بیشتر ضروری نبود. برای اطمینان از وضوح، پرسشنامه های تحقیق به دو استاد باتجربه داده شد تا اعتبار صوری آنها را ارزیابی کنند و متقابلاً این امر تأیید شد.

برای ارزیابی پایایی تحقیق، از آزمون آلفای کرونباخ که به عنوان ضریب پایایی در مطالعات علمی شناخته می شود، استفاده شد. برای این تحقیق، یک نمونه اولیه شامل ۲۰ پرسشنامه در دو مرحله و در مدت زمان دو هفته توزیع و جمع آوری شد تا پایایی ارزیابی شود. جدول (۱) نتایج را ارائه می دهد.

جدول ۱: آلفای کرونباخ متغیرها

متغیر	مقدار آلفا
عوامل فرهنگی	۰/۸۵
مشارکت	۰/۸۹

جداول ۱ نشان می دهد که ضریب آلفای کرونباخ برای همه متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ است که نشاندهنده پایایی بالای پرسشنامه است. در این فرآیند، مبانی نظری و سوابق پژوهش با استفاده از روش کتابخانه‌ای تهیه و تدوین شده است، در حالی که از روش میدانی برای جمع‌آوری داده‌ها جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. داده‌های به دست آمده از طریق جداول آمار توصیفی و هیستوگرام نمایش داده میشوند و سپس مرحله دوم که شامل تحلیل استنباطی است، انجام می شود. نرمال بودن داده‌های پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد. جدول (۲) نتایج آزمون را ارائه می دهد.

جدول ۲: نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیر	Z	معنی داری
عوامل فرهنگی	۰/۷۶۹	۰/۰۵۶
مشارکت	۱/۰۳۲	۰/۲۴۳

بر اساس یافته های جدول (۲) ، از آنجایی که مقدار معنی داری برای هر دو متغیر بیشتر از ۰.۰۵ است، می توان گفت که توزیع داده های جمع آوری شده نرمال است و از آزمونهای رگرسیون خطی پارامتریک در تحلیل فرضیه های پژوهش استفاده می شود. همچنین، از نرم افزار SPSS 26 برای تحلیل فرضیه های پژوهش استفاده شد.

۳- یافته های تحقیق

از آنجایی که توزیع داده ها طبق آزمون کولموگروف اسمیرنوف نرمال است (جدول (۲) ، از رگرسیون خطی برای تحلیل فرضیه های پژوهش استفاده شد.

آزمون فرضیه اصلی : عوامل فرهنگی قادر به پیش بینی میزان مشارکت سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط است.

برای تحلیل فرضیه اصلی پژوهش، دو فرضیه آماری به شرح زیر ارائه شده است:

H1: عوامل فرهنگی قادر به پیش بینی میزان مشارکت سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط است.

H0: عوامل فرهنگی قادر به پیش بینی میزان مشارکت سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط نیست.

در فرضیه اصلی، عوامل فرهنگی به عنوان متغیر مستقل و مشارکت به عنوان متغیر وابسته شناسایی شده اند. در صورتی که ضریب متغیر مستقل معنادار باشد، می توان استنباط کرد که متغیر مستقل تأثیر قابل توجهی بر متغیر وابسته دارد و این نشان می دهد که عوامل فرهنگی می توانند به طور مؤثر مشارکت را پیشبینی کنند. یک فرض دیگر مرتبط با رگرسیون خطی مربوط به استقلال خطاها، به ویژه عدم همبستگی بین آنها است. این فرض از طریق آزمون دوربین واتسون ارزیابی می شود که ارزیابی می کند آیا خطاها مستقل از یکدیگر هستند یا خیر. مقدار آماره دوربین واتسون برای مدل رگرسیون برابر است با ۱/۹۸. این مقدار مقداری را ایجاد می کند که بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می گیرد. بنابراین، میتوان نتیجه گرفت که فرضیه مربوط به استقلال خطاها در مدل رگرسیون تأیید می شود و عدم همبستگی بین خطاها تأیید می شود. علاوه بر این، ضریب تعیین نشان می دهد که تقریباً ۶۵ درصد از تغییرات مشارکت را می توان به عوامل فرهنگی نسبت داد.

جدول ۳: نتایج رگرسیون خطی فرضیه اصلی

معنی داری	T	معنی داری	F	R ²	ضریب همبستگی	دوربین واتسون	متغیر
۰/۰۰۰	۶/۸۹	۰/۰۰۰	۱۷۸/۲۶۸	۰/۶۵۱	۰/۷۶۲	۱/۹۸	ثابت
۰/۰۰۰	۱۳/۱۲						مشارکت

بر اساس جدول ۳، آزمون F فیشر ۱۷۸/۲۶۸ و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) به دست آمده برای آن مربوط به آزمون قطعیت وجود رابطه خطی بین عوامل فرهنگی و مشارکت است و با توجه به اینکه سطح معنی داری این آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ است، می توان گفت که بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته رابطه خطی وجود دارد و کل مدل رگرسیون معنادار است. همچنین با توجه به مقدار t مقدار ثابت ۶/۸۹ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و مقدار تی عوامل فرهنگی ۱۳/۱۲ با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ است، نتایج نشان می دهد که سطح معنی داری به دست آمده از رگرسیون خطی ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین؛ نتیجه گرفته می شود که عوامل فرهنگی تأثیر معناداری در پیشبینی مشارکت دارند. بنابراین، با توجه به موارد فوق؛ «عوامل فرهنگی قادر به پیش بینی میزان مشارکت سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان اردبیل است» با اطمینان ۹۹ درصد تأیید می شود.

۴- نتیجه گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی قادر به پیش بینی میزان مشارکت سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان اردبیل است. یعنی هرچه بر عوامل فرهنگی توجه شود به همان اندازه مشارکت در سرمایه گذاری بیشتر خواهد بود. مشارکت فعال مردم در فعالیتهای اقتصادی، یک عامل مهم برای رشد و توسعه اقتصادی است. با ایجاد یک محیط مناسب، حمایت از مشاغل کوچک و متوسط، توسعه زیرساختهای لازم و ارائه آموزشهای لازم، میتوان مشارکت مردم را در فعالیتهای اقتصادی افزایش داد و به رشد اقتصادی کشور کمک کرد.

References

- ByEric B. Shiraev, Jennifer Keohane, Martijn Icks, Sergei A. Samoilenko (2021) The Culture Factor, Character Assassination and Reputation Management, Edition 1st Edition, Pages 19. eBook ISBN 9780429466267
- Chelo Durante , Michel Plaisent, Cataldo Zuccaro, Jean-Pierre Gueyie), and Prosper Bernard (2024) What is Cultural Factor, Source Title: A Cross-Cultural Examination of Women in Higher Education and the Workplace, Published in Chapter: Micro-Enterprises, Performance Factors, and the Role of Gender, Pages: 23
- Faizpour, M., Mahmoudi, V., Emami Meybodi, M. (2007), Rapid growth and factors affecting it in small enterprises of Iranian manufacturing industries during the third development program [In Persian]
- Hashemi M. (2014) People and economic progress, a look at the constitution, notes, <https://civilica.com/note/9450/>[In Persian]
- Krasniqi, B.A. and Desai, S. (2016), "Institutional drivers of high-growth firms: country-level evidence from 26 transition economies", Small Business Economics, Vol. 47 No. 4
- Peter Chubinsky, Horacio Hojman, (2013) Psychodynamic Perspectives on Psychotropic Medications for Children and Adolescents, Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America, Volume 22, Issue 2, Pages 351-366,
- Qerimi, A., Krasniqi, B.A., Balaj, D., Aliu, M. and Ahmeti, S. (2023), "Investment decisions and small and medium-sized enterprise indebtedness: Heckman's two-stage approach", Studies in Economics and Finance, Vol. 40 No. 5, pp. 932-949.
- Rahimi G., Vazvadi Damirchi Q., Seyidi M.H. (2011), Methodology, Islamic Azad University Press. First edition. [In Persian]
- Trinh, H.T., Kakinaka, M., Kim, D. and Jung, T.Y. (2017), "Capital structure and investment financing of small and medium-sized enterprises in Vietnam", Global Economic Review, Vol. 46 No. 3.

Predicting the level of participation through cultural factors in investment in small and medium-sized industries

Abbas Nozohor, Seyyed Mohammad Hosseini

Abstract

People's active participation in economic activities is an important factor for economic growth and development. By creating a suitable environment, supporting small and medium-sized businesses, developing the necessary infrastructure, and providing the necessary training, people's participation in economic activities can be increased and contribute to the country's economic growth. The present study was conducted to predict the level of participation through cultural factors in investment in small and medium-sized industries. The present study is applied in terms of purpose and correlational in terms of implementation. The statistical population of the present study consists of all managers of small and medium-sized industries. According to the results of the Cochran formula, a sample size of 127 people was selected. Simple random sampling method was used for sampling. A standard questionnaire was used to measure cultural factors. The normality of the research data was examined using the Kolmogorov-Smirnov test, and it can be said that the distribution of the collected data is normal, and parametric linear regression tests are used in analyzing the research hypotheses. The findings of the study showed that cultural factors are able to predict the level of participation in investment in small and medium-sized industries in Ardabil province, and the researcher's hypothesis can be confirmed with 99% confidence. It is concluded that the more attention is paid to cultural factors, the greater the participation in investment will be. Active participation of people in economic activities is an important factor for economic growth and development. By creating a suitable environment, supporting small and medium-sized businesses, developing the necessary infrastructure and providing the necessary training, people's participation in economic activities can be increased and contribute to the country's economic growth.

Keywords: Participation, Cultural Factors, Investment, Small and Medium Industries