

شناسایی منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی ایران: سنخ‌شناسی و اولویت‌بندی روش‌های یادگیری

قنبر محمدی الیاسی^۱، رضا زعفریان^۲، بهاره مافی^۳

چکیده: روش‌هایی که کارآفرینان اینترنتی دانش‌ها، مهارت‌ها و بصیرت‌های مرتبط با کسب و کارهایشان را شناسایی و کسب می‌کنند، بر ایجاد و اداره اثربخش این نوع از کسب و کارها تأثیر شایان توجهی می‌گذارد. از این رو، این مقاله درصدد است با توجه به تنوع روش‌های یادگیری‌ای که کارآفرینان اینترنتی استفاده می‌کنند، آنها را شناسایی و اولویت‌بندی نماید. به این منظور، ابتدا مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با ۱۰ کارآفرین موفق اینترنتی انجام گرفت و به کمک روش کدگذاری، روش‌های یادگیری متداول کارآفرینان اینترنتی شناسایی شد. در مرحله بعد با توزیع پرسشنامه و تحلیل واریانس فریدمن، روش‌های برتر یادگیری اولویت‌بندی شدند. یافته‌های این پژوهش چهار منبع عمده یادگیری را بدین شرح شناسایی کرد: یادگیری از آموزش - انتشارات، یادگیری از کار - وظیفه، یادگیری از تعاملات اجتماعی - انسانی و یادگیری از تقلید - الگوبرداری. همچنین نتایج اولویت‌بندی روش‌های یادگیری نشان‌دهنده آن است که روش‌های یادگیری از طریق مشاهده و الگوگیری از بهترین وبسایت‌ها، مطالعه مطالب وبسایت‌ها و تفکر و ابتکار عمل فردی درباره چگونگی حل مسائل، سه روش عمده یادگیری میان کارآفرینان اینترنتی در ایران بوده است.

واژه‌های کلیدی: روش‌های یادگیری کارآفرینان، کارآفرینان اینترنتی، منابع یادگیری کارآفرینان، یادگیری کارآفرینانه.

۱. دانشیار گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. استادیار گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۰۷/۲۷

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۲۷

نویسنده مسئول مقاله: قنبر محمدی الیاسی

E-mail: elyasi@ut.ac.ir

مقدمه

دسترسی بیش از ۲ میلیارد نفر در جهان به اینترنت، بازارهای جدیدی را برای کارآفرینان فراهم آورده است. از سوی دیگر، درصد بالای بیکاری و تمایل سازمان‌ها برای کوچک‌سازی، توجه و علاقه بیشتری را به سوی راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی به وجود آورده است. کسب‌وکار اینترنتی، وب‌سایتی است که کارآفرینان برای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در اینترنت و تار جهان‌گستر^۱ راه‌اندازی می‌کنند (راضی، تارن و صدیقی، ۲۰۰۴) و دست‌کم ۹۵ درصد از درآمدشان را از طریق اینترنت کسب می‌کنند (کافمن و ونگ، ۲۰۰۸). این نوع از کسب‌وکارها دارای مزیت‌های زیادی چون افزایش کارایی کسب‌وکار از طریق کاهش زمان، کاهش هزینه و افزایش دقت (لامپکین و دس، ۲۰۰۴) و سرعت عمل در تعامل مستقیم با مشتریان و در نهایت رقابتی‌شدن کسب‌وکار (لیو و آرن، ۲۰۰۰) است و بدین سبب در کانون توجه کارآفرینان قرار گرفته‌اند. با وجود مزیت‌های یادشده، تمام کارآفرینان درگیر در این‌گونه از کسب‌وکارها، به دلیل نداشتن دانش و مهارت در کسب‌وکار با شکست مواجه می‌شوند (راضی و همکاران، ۲۰۰۴). بنابراین مطالعه یادگیری کارآفرینان یا همان دانش، مهارت و بصیرت‌های آنان به موفقیت این کسب‌وکارها کمک شایانی می‌کند.

یادگیری کارآفرینانه شامل فرایند مستمر (پولیتیس، ۲۰۰۵) کسب یا بازآفرینی دانش‌ها (هولکمب، ایرلند، هولمز و هیت، ۲۰۰۹)، مهارت‌ها و توانمندی‌ها (اندرسون و دیکینز، ۱۹۹۹) و بصیرت‌ها (ری و کراسول، ۲۰۰۱) توسط کارآفرینان از طریق مشارکت و درگیری در تشخیص و بهره‌برداری از فرصت (ری، ۲۰۰۰) است. کارآفرینان با کسب، بازآفرینی و هم‌افزایی دانش‌ها، مهارت‌ها و بصیرت‌های خود، تلاش می‌کنند موفقیت کسب‌وکار خود را تضمین کنند (دیکینز و فریل، ۱۹۹۸). یادگیری کارآفرینانه روش‌های مختلفی دارد. روش‌های یادگیری به سازوکارها و راهکارهای عملیاتی مالکان و مدیران کسب‌وکار برای کسب یادگیری‌های جدید یا بسط آموخته‌های قبلی یا همان تغییر و تحول در دانش‌ها، مهارت‌ها و بصیرت‌ها گفته می‌شود (محمدی الیاسی، ۱۳۹۰). بررسی‌های نگارندگان نشان می‌دهد این دغدغه در خصوص کارآفرینان اینترنتی تاکنون به صورت نظام‌مند مطالعه نشده است. اهمیت موضوع و علاقه‌مندی بیش از پیش جوانان تحصیل‌کرده و آگاه به راه‌اندازی کسب‌وکارهای اینترنتی از یک سو و گوناگونی روش‌های یادگیری کارآفرینان به صورت عمومی از سوی دیگر، نگارندگان را بر آن داشت تا مسئله پژوهشی متعاقب را بررسی کنند: روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی کدام‌اند و چگونه اولویت‌بندی می‌شوند؟

1. World Wide Web (WWW)

برای پاسخ به این سؤال، ابتدا پیشینه پژوهش در زمینه یادگیری کارآفرینانه و روش‌های یادگیری کارآفرینانه مرور شد و سپس داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به دست آمد و با استفاده از شیوه کدگذاری تحلیل شد. همچنین برای اولویت‌بندی روش‌های شناسایی شده، آزمون تحلیل واریانس فریدمن به اجرا درآمد.

پیشینه پژوهش

کسب و کارهای اینترنتی

با پیدایش فناوری اطلاعات در دهه ۱۹۹۰، کسب و کارهای اینترنتی برای تسهیل مبادلات آنلاین ظهور پیدا کردند و با ویژگی‌های منحصربه‌فردشان به سرعت در صنعت، آموزش، دولت و سایر بخش‌ها گسترش یافتند. از جمله این ویژگی‌ها که سبب تمایز این نوع از کسب و کارها با کسب و کارهای معمول شده است، می‌توان به دسترسی آسان به مشتریان بین‌المللی، خانگی و حتی نقاط دور افتاده و پرت، شکل‌گیری مدل‌های جدید کسب و کار، ارائه کالاها و خدمات متنوع و متناسب با فضای دیجیتال، کاهش هزینه‌های مبادلات و کسب درآمد از طریق تبلیغات اشاره کرد (کافمن و ونگ، ۲۰۰۸). همچنین ظهور پرتال‌های وب، وبسایت‌های مالی آنلاین و مبادلات آنلاین کسب و کارها، سبب تسهیل و گسترش استفاده از این نوع کسب و کارها شده است (لیو و آرن، ۲۰۰۰ و کافمن و ونگ، ۲۰۰۸). این کسب و کارها که در قالب وبسایت‌های اینترنتی سعی در بهره‌برداری از فرصت دارند (راضی و همکاران، ۲۰۰۴)، از طریق شبکه اینترنت با مشتریان و شرکای خود ارتباط دارند و بیش از ۹۵ درصد از درآمد خود را از این طریق کسب می‌کنند (کافمن و ونگ، ۲۰۰۸). ایجاد و اداره این نوع از کسب و کارها به شناخت و دانش کافی کارآفرینان نیاز دارد (مارتین و ماتلی، ۲۰۰۳)؛ بنابراین بیشتر در قشر تحصیل کرده و متخصص دیده می‌شود. همچنین سایر افرادی که فرد کارآفرین با آنها در تعامل است و به‌خصوص مشتریان، باید دانش و گرایش به این نوع از کسب و کارها را داشته باشند (وو، ماهاجان و بالاسوبرامانیا، ۲۰۰۳). بنابراین یکی از عوامل اساسی در موفقیت این نوع از کسب و کارها برخورداری از دانش تخصصی و مهارت در زمینه کسب و کار (راضی و همکاران، ۲۰۰۴) و تشخیص توانایی و نیاز مشتریان است که دستیابی و ارتقای آن از طریق یادگیری کارآفرینان امکان‌پذیر است.

یادگیری کارآفرینانه

یادگیری کارآفرینانه از دو واژه «یادگیری» و «کارآفرینانه» تشکیل شده است. اندیشمندان حوزه روان‌شناسی بر اساس مکتب‌های روان‌شناسی، تعاریف متعددی برای یادگیری بیان کرده‌اند. از

دید مکتب رفتاری، تعریف کیمبل از یادگیری تعریف مقبول و متداولی است. بر اساس نظر وی، «یادگیری، تغییر نسبتاً پایدار در رفتار بالقوه است که در نتیجه تمرین تقویت می‌شود» (السون و هرنگهان، ۱۳۹۰: ۲۲). تعریف یادگیری در پرتو مکتب‌شناختی، بینش ما را در زمینه نوع یادگیری کارآفرینان تکمیل می‌کند. از نظر روان‌شناسان، ذهن افراد از طریق فرایندهای ذهنی و هوشیاری قادر به سازماندهی اطلاعات حسی و معنا بخشیدن به آنهاست که در نهایت به یادگیری شناختی منجر می‌شود (السون و هرنگهان، ۱۳۹۰: ۲۸۸). از سوی دیگر واژه کارآفرینانه، صفت کارآفرینی است. در تعریف مفهوم کارآفرینی نیز، نظرهای متعددی بیان شده است؛ ولی به‌طور کلی می‌توان کارآفرینی را این‌گونه تعریف کرد: کارآفرینی همان فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در قالب ایجاد کسب‌وکارهای جدید یا توسعه سازمان‌های بزرگ است که موجب رشد، اشتغال‌آفرینی و خلق ارزش افزوده برای کارآفرینان و جامعه می‌شود. در واقع، یادگیری کارآفرینانه، پوشش‌دهنده هر دو مفهوم یادگیری در پرتو مکاتب روان‌شناسی و کارآفرینی است که بعد از مطرح‌شدن کارآفرینی به‌عنوان حوزه کاربردی اثرگذار در دنیا و شناخته‌شدن کارآفرینان، اهمیت پیدا کرد. بر این اساس، به‌صورت عمومی یادگیری کارآفرینانه یعنی وقوع هرگونه تغییرات نسبتاً پایدار در رفتار بالقوه یا فرایندهای شناختی کارآفرینان از طریق درگیری در فرایند ایجاد و اداره کسب‌وکار.

اندیشمندان دیدگاه‌های متفاوتی در خصوص شکل‌گیری مفهوم یادگیری کارآفرینانه دارند. هریسون و لیچ (۲۰۰۵) معتقدند یادگیری کارآفرینانه حاصل پیوند پژوهش‌های کارآفرینی و یادگیری سازمانی است. به همین دلیل بیشتر بر جنبه‌های یادگیری سازمانی به‌عنوان مقوله‌ای تجربی، به‌نسبت دائمی و اجتماعی تأکید کرده‌اند (هریسون و لیچ، ۱۹۹۹). از نظر ری (۲۰۰۵) یادگیری کارآفرینانه به سه طریق حاصل می‌شود: ۱. یادگیری‌هایی است که از زمان شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی فرد و از دوران کودکی تا بزرگسالی و در حین کار فرد ادامه پیدا می‌کند. ۲. یادگیری از زمینه، یعنی تعامل فرد با محیطی که در آن پرورش یافته و مشغول به فعالیت است و سبب افزایش توانایی و شهود فرد برای تشخیص فرصت می‌شود و ۳. یادگیری کارآفرینانه مدنظر وی، یعنی یادگیری از تعاملات، ارتباطات و مذاکراتی است که کارآفرین در داخل شرکت خود دارد و از طریق گفت‌وگوها و تعاملات در شرکت، ایده‌ها و آرمان‌های کارآفرین رنگ واقعیت به خود می‌گیرد.

صرف نظر از نحوه شکل‌گیری این نوع از یادگیری، تعاریف مختلفی برای آن بیان شده است. دیکینز و فریل (۱۹۹۸)، یادگیری کارآفرینانه را توانایی کارآفرین برای حداکثرشدن دانش خود از طریق کسب تجربه تعریف کردند. وارن (۲۰۰۴) نیز معتقد است که یادگیری کارآفرینان

فرایند پیچیده و به‌هم پیوسته‌ای است که بیشتر از طریق تجربه‌های افراد و کمتر از طریق آموزش به‌دست می‌آید. بنا بر مطالب مطرح‌شده، می‌توان یادگیری کارآفرینانه را بر اساس دیدگاه پژوهشگران بدین شرح تعریف کرد: یادگیری کارآفرینانه فرایند مستمر (پولیتیس، ۲۰۰۵) کسب یا بازآفرینی دانش‌ها (دیکینز و فریل، ۱۹۹۸)، مهارت‌ها و توانمندی‌ها (اندرسون و دیکینز، ۱۹۹۹) و بصیرت (ری، ۲۰۰۰) توسط کارآفرینان از طریق مشارکت و درگیری در تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار (ری، ۲۰۰۰ و پولیتیس، ۲۰۰۵) است.

منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان

با اینکه مفهوم یادگیری کارآفرینانه از دهه ۱۹۹۰ میلادی مطرح شده است، روش‌های یادگیری گسترده‌ای دارد که انسجام، یکپارچگی و هم‌افزایی بین آنها یکی از دغدغه‌های پژوهشی ارزشمند است. مقصود از «روش‌های یادگیری»، مجموعه‌ای سازوکارها و راهکارهای عملیاتی استفاده‌شده مالکان و مدیران کسب‌وکارها، به‌منظور کسب یادگیری‌های جدید یا بسط آموخته‌های قبلی است (محمدی الیاسی، ۱۳۹۰). با توجه به گستردگی و نامنسجمی روش‌های یادگیری کارآفرینان، نگارندگان از دید منابع کسب معرفت به ارائه نوعی سنخ‌شناسی از «منابع یادگیری» اقدام کردند. منابع یادگیری به سرچشمه‌ها، خاستگاه‌های اصلی و ریشه‌ای استفاده‌شده کارکنان و مالکان کسب‌وکارها برای کسب یادگیری اشاره دارد (محمدی الیاسی، ۱۳۹۰). از طریق ارائه سنخ‌شناسی از منابع یادگیری، چیدمان روش‌های یادگیری کارآفرینان در زیرمجموعه هر یک از منابع، به انسجام و یکپارچگی روش‌های یادگیری کارآفرینان منجر می‌شود. سنخ‌شناسی^۱ عملی است که ماهیت ذهنی دارد و از طریق سازمان‌دهی انتزاعی پدیده‌ها در عالم ذهن می‌تواند به درک بهتر الگوها در پدیده‌های پیچیده کمک کند (وو، کوپر و دانکلربرگ، ۱۹۹۱). به بیان دیگر، تلاش ذهن برای ایجاد نظام‌ها یا مقوله‌های انتزاعی از پدیده‌هاست که براساس منطق یا مشخصه ویژه و منحصربه‌فردی پدیده‌ها را در دسته‌ها و گروه‌های متمایز و مرتبط به‌هم قرار می‌دهد. منطق سنخ‌شناسی در این پژوهش، به نوع ارتباط فرد کارآفرین با پدیده‌های پیرامون خود، شامل سند مکتوب، وظیفه و انسان اشاره می‌کند. بر اساس این معیار، سنخ‌شناسی پژوهشی (محمدی الیاسی، ۱۳۹۰) شامل سه منبع اصلی یادگیری؛ یعنی آموزش - انتشارات، کار - وظیفه و تعاملات اجتماعی - انسانی، است که در این پژوهش منابع اصلی یادگیری در نظر گرفته شده‌اند. دلیل انتخاب این سنخ‌شناسی، جامعیت آن و پوشش سایر مطالعات انجام‌گرفته در این حوزه است.

منبع یادگیری از آموزش - انتشارات به مجموعه شیوه‌های یادگیری اشاره دارد که علاقه‌مندان از طریق مشارکت در کلاس‌های درس در مؤسسه‌های آموزشی (لیج و هریسون، ۱۹۹۹؛ ری، ۲۰۰۵) و مراکز آموزش عالی (پیتوی و کوپ، ۲۰۰۷)، سخنرانی‌ها و کنفرانس‌ها (کوراتکو، ۲۰۰۵) مطالب کارآفرینی را فرامی‌گیرند. همچنین این یادگیری شامل یادگیری‌های شخص کارآفرین است که طریق مطالعه کتاب‌ها، روزنامه‌ها، مجله‌ها، مقاله‌ها (کوراتکو، ۲۰۰۵) و نیز وب‌سایت‌های اینترنتی (توماس و مویسی، ۲۰۰۶ و بیر و همکاران، ۲۰۰۸) حاصل می‌شود. بنابراین، این نوع یادگیری از طریق «بهره‌گیری از آثار علمی» کسب می‌شود.

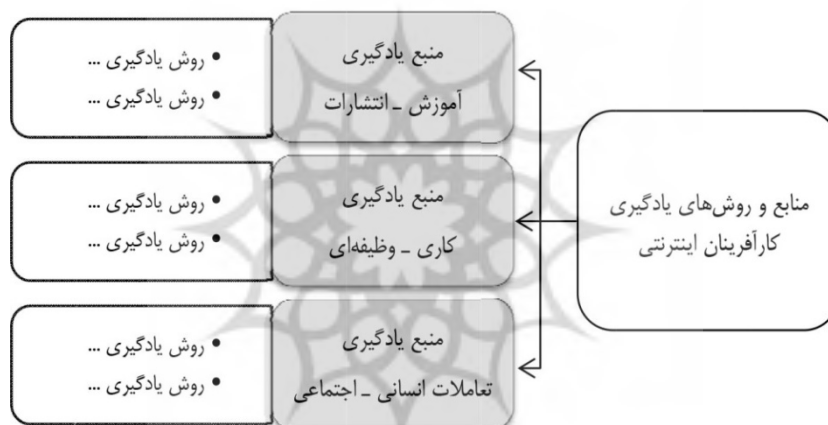
منبع یادگیری از کار-وظیفه، به شیوه‌های یادگیری از طریق انجام وظایف و فعالیت‌های تخصصی توسط فرد کارآفرین اشاره دارد. بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهند کارآفرینان عمدتاً از تجربه‌های کاریشان می‌آموزند (هولکومب، ۲۰۰۹). این شیوه یادگیری شامل روش‌های یادگیری از تجربه (پولیتیس، ۲۰۰۵)، آزمون و خطا (پتکووا، ۲۰۰۸)، یادگیری در حین کار (ری، ۲۰۰۵) و یادگیری از طراحی محصولات و خدمات (محمدی الیاسی، ۱۳۹۰) است. بنابراین، این نوع یادگیری از طریق «ارتباط کارآفرینان با فعالیت‌های تخصصی نهفته در وظایف کاری» حاصل می‌شود.

منبع یادگیری از تعاملات اجتماعی - انسانی به مجموعه شیوه‌های یادگیری مرتبط با برقراری و نگهداشت روابط اجتماعی - انسانی کارآفرینان با افراد پیرامون اشاره دارد. در این شیوه یادگیری، کارآفرینان از طریق برقراری ارتباط با سایر افراد (ری، ۲۰۰۴)، ابعاد مختلف ایجاد و اداره کسب‌وکار را می‌آموزند. بنابراین، این نوع یادگیری از طریق «تعامل کارآفرینان با سایر افراد» کسب می‌شود.

علاوه بر سنخ‌شناسی یادشده، برخی از متون روش‌های یادگیری را به دو دسته روش‌های یادگیری رسمی و روش‌های یادگیری غیررسمی تقسیم کرده‌اند. به زعم نگارندگان، وجه تمایز یادگیری‌های رسمی و غیررسمی در مفهوم «رسمیت» نهفته است. از دیدگاه اسکات و دیویس (۲۰۰۷)، رسمیت عبارت است از اینکه تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات افراد کاملاً براساس قواعد و ضوابط دقیق باشد و باید قبل از عمل و مستقل از ویژگی‌های شخصیتی و روابط افراد تعریف و نگارش شود. در وضعیت رسمی، مجموعه‌ای از رویه‌ها و استانداردها برای تصمیم‌گیری و هدایت فعالیت‌ها تعریف می‌شوند و مبنای تصمیم‌ها و رفتارها قرار می‌گیرند (واتکینز و مارسیک، ۱۹۹۰). پس بر اساس معیار رسمیت، به میزانی که یادگیری کارآفرینان بر اساس قواعد، مقررات و ضوابط از قبل نگارش شده باشد، یادگیری رسمی اتفاق می‌افتد و یادگیری‌هایی که بدون توجه به قواعد یا فراتر از قواعد کسب شده‌اند، ماهیت غیررسمی دارند.

روش‌های یادگیری غیررسمی، نیز به سه شیوه یادگیری از آموزش - انتشارات، کار - وظیفه و تعاملات اجتماعی - انسانی تفکیک می‌شوند. دلیل مطرح کردن این دسته‌بندی، انتظار نگارندگان به استفاده از این شیوه‌ها در کارآفرینان اینترنتی است. این روش‌ها شامل یادگیری از وبسایت‌ها، یادگیری از ایمیل و انجمن‌های اجتماعی (توماس و مووسی، ۲۰۰۶)، یادگیری از مطالعه مطالب در اینترنت، جست‌وجو در اینترنت، یادگیری از ویکی‌ها^۱، بلاگ‌ها^۲ و پادکست‌ها^۳، یادگیری از پیام فوری و بازی‌های آنلاین چندنفره (بیر و همکاران، ۲۰۰۸) است.

براساس آنچه در بخش پیشینه پژوهش بیان شد، از چارچوب اولیه زیر (شکل ۱) برای شناسایی و سامان‌دهی روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی استفاده می‌شود. این چارچوب پس از برگزاری مصاحبه و شناسایی روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی تکمیل شده است.



شکل ۱. چارچوب اولیه منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی

روش‌شناسی پژوهش

برای اجرای این پژوهش، ابتدا مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای از نوع واقع‌محور یا رفتاری با کارآفرینان اینترنتی به عمل آمد و برای تحلیل مصاحبه‌ها نیز از روش کدگذاری استفاده شد. برای برگزاری مصاحبه واقع‌محور، در حین مصاحبه، رفتارها، فعالیت‌ها و عملکرد فرد در سه مرحله ایده‌یابی - ارزیابی ایده، ایجاد کسب‌وکار و فروش - بازاریابی، در کانون توجه قرار گرفت تا

1. Wikis
2. Blogs
3. Podcasts

فرد اعمال گذشته خود را بازگو کند. بر اساس این شیوه مصاحبه می‌توان روش‌های یادگیری کارآفرینان را در جریان فرایند کارآفرینی مشخص کرد. برای نگارش سؤال‌های مصاحبه، از تلفیق فرایند کارآفرینی، شامل ایده‌یابی - ارزیابی ایده، ایجاد کسب‌وکار و بازاریابی - فروش (شان و ونکاتارامن، ۲۰۰۰) و ابعاد مختلف واقعه، یعنی روش‌های SWIH (آیکدا، اوکومورا و موراکا، ۱۹۹۸) و STAR (اسوینی، ۲۰۰۶) بهره برده شد.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارآفرینان اینترنتی اعم از کارآفرینان نوپا، سریالی و پورتفولیو است. انتخاب نمونه‌ها به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انجام گرفت. برای تعیین تعداد نمونه از معیار اشباع نظری استفاده شد؛ به این معنا که مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافتند که اضافه شدن نمونه جدید، تأثیری بر دستیابی به یافته‌های نظری جدید و متمایز نداشت و این موضوع در مصاحبه هفتم محقق گردید و برای اطمینان از کیفیت کار، مصاحبه‌ها تا نمونه دهم ادامه یافت. برای نگارش اولیه سؤال‌های مصاحبه، پس از مرور پژوهش‌های پیشین، از نظر یک نفر کارشناس خبره و مجرب در اجرای کارهای پژوهشی و مصاحبه‌های عمیق در حوزه یادگیری کارآفرینانه و یک نفر کارآفرین اینترنتی با تجربه عملی در کارهای اینترنتی و پژوهشی، بهره برده شد. برای اطمینان از روایی سؤال‌های مصاحبه، سه مصاحبه پیش‌آزمون به عمل آمد که به ویرایش ادبی و نگارشی تعدادی از سؤال‌ها و افزودن پنج سؤال به سؤال‌های مصاحبه انجامید. همچنین برای اطمینان از پایایی پژوهش، از دو روش ارزیابی درونی و بیرونی استفاده شد. در ارزیابی درونی پس از مصاحبه و کدگذاری اولیه، از خود مصاحبه‌شونده درخواست شد متن مصاحبه را همراه با کدهای استخراجی مطالعه کند و درستی یا نادرستی برداشت مصاحبه‌کننده را ارزیابی نماید. با توجه به کسب تجربه در مصاحبه اول و پرسش‌هایی که در حین مصاحبه‌های بعدی برای اطمینان از درک درست مطالب بیان شده توسط مصاحبه‌شوندگان صورت می‌گرفت، نیازی به ارزیابی درونی بیش از یک مصاحبه احساس نشد. در ارزیابی بیرونی از افراد خبره‌ای که طرف مصاحبه نبودند، درخواست شد بر شیوه کدگذاری نظارت کنند و درستی و نادرستی تحلیل مصاحبه را تعیین نمایند. برای این کار نیز از نظر کارشناس خبره‌ای که تجربه مناسبی در تحلیل کیفی برای ارزیابی کیفیت کدگذاری‌های سه مصاحبه داشت، بهره برده شد.

پس از پایان یافتن مصاحبه‌ها، چارچوب منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی شناسایی شدند؛ سپس به منظور اولویت‌بندی روش‌های یادگیری، از ابزار پرسشنامه خودساخته استفاده شد. در تهیه این پرسشنامه، ابتدا گویه‌های شناسایی شده در بخش مصاحبه استخراج شد و برای اطمینان بیشتر از جامعیت روش‌های یادگیری، روش‌های شناسایی شده در پژوهش‌های پیشین نیز بررسی گردید. به این ترتیب پرسشنامه‌ای با دو بخش کلی، مشتمل بر «مشخصات

عمومی پاسخ‌دهندگان» و «روش‌های یادگیری کارآفرینان» در مقیاس لیکرت تدوین شد. روایی سازه‌های پرسشنامه به کمک تحلیل عاملی به تأیید رسید و پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ مقدار ۰/۹۷ به دست آمد که گویای پایایی بسیار مطلوب پرسشنامه است. پرسشنامه یادشده در داخل کشور بین ۱۳۱۰ مالک یا مدیر کسب‌وکار اینترنتی با نماد اعتماد الکترونیکی و فعال بازار در سال ۱۳۹۱ توزیع شد. اگرچه بر اساس فرمول کوکران، تعداد نمونه آماری ۲۹۷ به دست آمد، پرسشنامه از طریق ایمیل برای تمام جامعه آماری ارسال گردید و در نهایت ۳۷۶ پرسشنامه تکمیل برای تحلیل برگشت داده شد. برای تحلیل داده‌ها، آزمون تحلیل واریانس فریدمن به اجرا درآمد.

یافته‌های پژوهش

سنخ‌شناسی روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی

در این پژوهش با ۱۰ نفر از کارآفرینان اینترنتی مصاحبه شد. تمام کارآفرینان مدنظر دارای تحصیلات عالی بودند و ۶۰ درصد آنها مدرک کارشناسی ارشد داشتند. ۸ نفر از کارآفرینان مرد و ۲ نفر از آنها زن بودند. پس از انجام هر مصاحبه، متن مصاحبه‌های ضبط‌شده، در بخش اول (شواهد) جدول‌هایی نظیر جدول ۱ پیاده‌سازی شد.

جدول ۱. بخشی از نمونه جدول استنتاج مفاهیم از شواهد

نمونه	شواهد گفتاری	مفهوم‌سازی اولیه
۸	من مغازه‌داری زیاد کرده‌ام چون پدرم مغازه‌دار بود و از بچگی کار می‌کردم. چون پدرم مخالف بودند ما جای دیگری کار کنیم، به صورت عملی خیلی چیزها را یاد گرفتیم (۱). البته آموزش‌هایی را هم در دانشگاه دیده بودم (۲). خودم هم در این زمینه مطالعه کرده بودم (۳) و از مطالب وبسایت‌ها نیز بهره بردم (۵).	۱. یادگیری از طریق تجربه شاگردی در مغازه پدری ۲. یادگیری از طریق دوره‌های آموزش در دانشگاه ۳. یادگیری از طریق مطالعه کتاب‌های بازاریابی ۴. یادگیری از مطالب وبسایت‌های اینترنتی

مفهوم‌سازی اولیه

در این مرحله، ابتدا شواهد گفتاری مرتبط با روش‌های یادگیری کارآفرینان در هر سه مرحله شناسایی - ارزیابی ایده، ایجاد کسب‌وکار و بازاریابی - فروش به صورت مفهومی نام‌گذاری شدند؛ به بیانی دیگر با توجه به بار معنایی هر یک، عناوین مفهومی گوناگونی به آنها تخصیص یافت (برای مشاهده نمونه‌ها به جدول ۲ رجوع شود).

جدول ۲. نمونه‌های از مفاهیم استخراجی از شواهد گفتاری

نمونه	شواهد گفتاری	مفهوم‌سازی اولیه
۱	در خصوص سایت‌های فلش، می‌دیدم که بهترین سایت‌ها چه کارهایی در زمینه دیزاین، ارگونومی، چیدمان و... انجام داده‌اند (۱) و بعد کدهای سایت مدنظر را می‌دیدم که چه کارهایی انجام داده‌اند، از روی آنها می‌فهمیدم که از چه تکنیک‌هایی استفاده کرده‌اند، بعد سعی می‌کردم با چیزهایی که دارم، آنها را شبیه‌سازی و پیاده‌سازی کنم (۲).	۱. یادگیری از طریق مشاهده و الگوگیری از بهترین سایت‌ها ۲. یادگیری از طریق مهندسی معکوس سایت‌های برتر
۴	یک‌سری آموزش‌های بازاریابی را از بقیه افراد یاد گرفتم، ولی این طور نبود که به‌طور مستقیم آموزش ببینم؛ بلکه از کارهایی که انجام می‌دادند و با خوردی که می‌دیدند، یاد می‌گرفتم که من هم چه کاری انجام بدهم یا انجام ندهم (۳).	۳. یادگیری غیرمستقیم بازاریابی از طریق مشاهده کارها و بازخوردهای کاری دیگران

در ادامه هر یک از مفاهیم یا در اصل همان روش‌های یادگیری شناسایی شده در قالب سه منبع اصلی یادگیری؛ یعنی یادگیری از آموزش - انتشارات، کار - وظیفه و تعاملات اجتماعی - انسانی که با بررسی متون مرتبط به‌دست آمده بودند، تفکیک و سامان‌دهی شدند. نمونه‌هایی از مفهوم‌های استخراجی در این مرحله، در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. بخشی از تفکیک و تخصیص مفاهیم اولیه به منابع یادگیری

نمونه	روش‌های یادگیری آموزش - انتشارات	نمونه	روش‌های یادگیری کاری - وظیفه‌ای	نمونه	روش‌های یادگیری اجتماعی - انسانی
۲	<ul style="list-style-type: none"> مطالعه کتاب‌های تخصصی جست‌وجو در اینترنت برای یادگیری شرکت در دوره‌های آموزشی ۷۲ ساعته کارآفرینی 	۵	<ul style="list-style-type: none"> آزمون و خطا برای انتخاب برند کالاها تجربه کار در شرکت مشابه قبلی تجربه راه‌اندازی کسب‌وکارهای قبلی 	۶	<ul style="list-style-type: none"> مشورت با استادان دانشگاه برای انجام کار یادگیری از فروم‌های تخصصی مشورت با کارشناسان و دوستان برای تعیین قیمت

در این مرحله از تحلیل با یک مسئله خوشایند مواجه شدیم؛ یعنی به دسته‌ای از شواهد و مفاهیم اولیه دست یافتیم که به‌صورت شفاف و روشن از قابلیت تخصیص به هیچ‌یک از منابع سه‌گانه یادگیری برخوردار نبودند و به همین دلیل در مراحل بعدی یا همان مقوله‌سازی، مقوله جدیدی به منابع یادگیری اضافه شد.

مقوله‌سازی

در این مرحله موارد مشابه در مفاهیم اولیه شناسایی و دسته‌بندی شدند و موارد تکراری حذف گردیدند. مقوله‌های به‌دست‌آمده به تفکیک سه شیوه اصلی یادگیری در شکل ۲ نمایش داده شده است.



شکل ۲. چارچوب منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی

در این شکل علاوه بر سه شیوه اصلی که در پیشینه پژوهش بررسی شد، دسته جدیدی از مقوله‌ها با عنوان «روش‌های یادگیری تقلیدی - الگوبرداری» نیز شناسایی و احصا گردید. روش‌های یادگیری تقلیدی - الگوبرداری به کلیه روش‌های یادگیری اشاره دارد که کارآفرینان از طریق مشاهده ابعاد و کارآمدی نظام‌ها، مشاهده فعالیت‌ها و آثار افراد موفق، مشاهده رفتار رقبا و مشتریان و سایر افراد اعم از اعضای خانواده، دوستان و همکاران، تلاش می‌کنند بصیرت‌ها و مهارت‌های لازم را کسب یا بازآفرینی کنند. بنابراین، این روش یادگیری از طریق «مشاهده انسان از فعالیت‌ها و آثار دیگران» ایجاد می‌شود.

اولویت‌بندی منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی

برای اولویت‌بندی منابع و روش‌های یادگیری کارآفرینان اینترنتی در فرایند ایجاد و اداره کسب‌وکار، ۳۷۶ پرسشنامه تحلیل شد. اغلب کارآفرینان (۹۱ درصد) مرد بودند و حدود ۷۰ درصد آنان کمتر از ۳۵ سال داشتند که نشان‌دهنده جوان بودن کارآفرینان فعال در این حوزه است. ۱۱ درصد از کارآفرینان تحصیلات دانشگاهی نداشتند و اغلب آنان (۵۵ درصد) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی بودند و ۷۰ درصد آنان در رشته‌های فنی - مهندسی تحصیل کرده بودند.

اولویت‌بندی منابع یادگیری کارآفرینان اینترنتی

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین منابع یادگیری تفاوت معنادار وجود دارد.
 H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین منابع یادگیری تفاوت معنادار وجود ندارد.
 H_۲: بین وضعیت موجود رتبه میانگین منابع یادگیری تفاوت معنادار وجود دارد.
 نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۳۲۶/۳۵۷ و درجه آزادی ۳ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین می‌توان منابع یادگیری را به ترتیب جدول ۴، اولویت‌بندی کرد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، یادگیری از «تقلید - الگوبرداری» و «کار - وظیفه» دارای رتبه میانگین بسیار نزدیکی هستند و تفاوت زیادی با یادگیری از «تعاملات اجتماعی - انسانی» دارند.

جدول ۴. رتبه‌بندی منابع یادگیری در فرایند ایجاد و اداره کسب‌وکار اینترنتی

رتبه میانگین	منبع یادگیری	ردیف	رتبه میانگین	منبع یادگیری	ردیف
۲/۲۸	یادگیری از آموزش - انتشارات	۳	۳/۱۱	یادگیری از تقلید - الگوبرداری	۱
۱/۵۲	یادگیری از تعاملات اجتماعی - انسانی	۴	۳/۰۸	یادگیری از کار - وظیفه	۲

اولویت‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات تفاوت معنادار وجود دارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات تفاوت معنادار وجود ندارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات تفاوت معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۷۴۶/۷۰۹ و درجه آزادی ۷ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات به ترتیب جدول ۵ اولویت‌بندی می‌شود. با توجه به جدول ۵، می‌توان سه رتبه متمایز ۶، ۵ و ۳ را مشاهده کرد.

جدول ۵. رتبه‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع آموزش - انتشارات

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۶/۱۵	مطالعه مطالب وبسایت‌ها	۱
۵/۹۷	جست‌وجوهای عمومی در اینترنت	۲
۵/۵۶	مطالعه مقاله‌های اینترنتی	۳
۵/۰۶	مطالعه کتاب‌ها و مجله‌های تخصصی	۴
۳/۵۷	دوره‌های آموزش آکادمیک	۵
۳/۴۲	دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی	۶
۳/۲۶	کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی	۷
۳/۰۱	پادکست‌ها	۸

اولویت‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار - وظیفه

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار - وظیفه تفاوت معنادار وجود دارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار - وظیفه تفاوت معنادار وجود ندارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار- وظیفه تفاوت معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۳۸/۶۰۵ و درجه آزادی ۴ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین می‌توان روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار- وظیفه را به ترتیب جدول ۶، اولویت‌بندی نمود. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بین رتبه‌ها تفاوت چشمگیری وجود ندارد.

جدول ۶. رتبه‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع کار- وظیفه

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۳/۳۱	تفکر و ابتکار عمل فردی درباره چگونگی حل مسائل کاری	۱
۳/۱۲	تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار	۲
۳/۰۰	تجربه شکست‌ها و خطاها در کسب‌وکار قبلی	۳
۲/۹۱	تجربه حل مسائل کسب‌وکار	۴
۲/۶۶	تجربه کارکردن در شرکت‌های قبلی	۵

اولویت‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی تفاوت معنادار وجود دارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی تفاوت معنادار وجود ندارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی تفاوت معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۲۹۶/۸۴۰ و درجه آزادی ۱۰ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین می‌توان روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی را به ترتیب جدول ۷، اولویت‌بندی کرد. بین ۱۱ روش یادگیری در این منبع، کمابیش چهار رتبه متمایز ۷، ۶، ۵ و ۴ دیده می‌شود.

جدول ۷. رتبه‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تعاملات اجتماعی - انسانی

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۷/۳۵	مشورت با همکاران یا شرکا	۱
۷/۲۶	مشورت با دوستان و آشنایان	۲
۶/۵۲	مشورت فکری با خبرگان، متخصصان و کارشناسان	۳
۶/۳۵	مشورت با اعضای انجمن‌های اینترنتی ^۱	۴
۶/۲۶	به‌کارگیری افراد متخصص	۵
۶/۱۸	تبادل ایمیل	۶
۵/۹۳	مشورت با اعضای خانواده	۷
۵/۶۳	شبکه‌های اجتماعی آنلاین	۸
۵/۳۱	گفت‌وگوی اینترنتی و پیام‌های فوری ^۲	۹
۵/۰۴	مشورت با استادان دانشگاه	۱۰
۱۱	شبکه‌های اجتماعی غیرآنلاین	۱۱

اولویت‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید - الگوبرداری

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید - الگوبرداری تفاوت معنادار وجود دارد.

H: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید - الگوبرداری تفاوت معنادار وجود ندارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید - الگوبرداری تفاوت معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۲۷۴/۹۲۵ و درجه آزادی ۷ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین می‌توان روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید - الگوبرداری را به ترتیب جدول ۸، اولویت‌بندی کرد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در این منبع سه دسته رتبه (۵، ۴ و ۳) قابل شناسایی است.

1. Forums
2. Instant Messages

جدول ۸. رتبه‌بندی روش‌های یادگیری مرتبط با منبع تقلید- الگوبرداری

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف	رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۴/۴۵	مشاهده تحولات و وقایع بازار	۵	۵/۵۱	مشاهده کار بهترین وبسایت‌ها	۱
۴/۲۴	مشاهده رفتار همکاران و مشتریان	۶	۵/۳	مشاهده کار افراد موفق	۲
۳/۹۲	مهندسی معکوس سایت‌های برتر	۷	۴/۸۳	مشاهده رفتار و بازخورد کار دیگران	۳
۳/۰۶	مشاهده رفتار خانواده و دوستان	۸	۴/۶۹	مشاهده کار رقبا	۴

اولویت‌بندی روش‌های یادگیری کار آفرینان اینترنتی

فرضیه: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری تفاوت معنادار وجود دارد.

H_۱: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری تفاوت معنادار وجود ندارد.

H_۲: بین وضعیت موجود رتبه میانگین روش‌های یادگیری تفاوت معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون فریدمن نشان‌دهنده کای مربع ۲۰۷۱/۴۱۱ و درجه آزادی ۳۱ است. عدد معناداری این آزمون ۰/۰۰۰ به دست آمد و چون از میزان خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، فرض H_۱ رد می‌شود. بنابراین روش‌های یادگیری به ترتیب جدول ۹ اولویت‌بندی می‌شود. در این جدول می‌توان از بین ۳۲ روش یادگیری شناسایی شده، ۱۳ رتبه متمایز مشاهده کرد.

جدول ۹. رتبه‌بندی روش‌های یادگیری در فرآیند ایجاد و اداره کسب‌وکار اینترنتی

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۲۲/۶۸	مشاهده کار بهترین وبسایت‌ها	۱
۲۲/۳۶	مطالعه مطالب وبسایت‌ها	۲
۲۲/۲۷	تفکر و ابتکار عمل فردی درباره چگونگی حل مسائل	۳
۲۲/۱۴	مشاهده کار افراد موفق	۴
۲۲/۱	جست‌وجوهای عمومی در اینترنت	۵
۲۰/۹	تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار	۶
۲۰/۶۴	مشاهده رفتار و بازخورد کار دیگران	۷
۲۰/۳۲	تجربه‌های شکست و خطا در کسب‌وکار قبلی	۸
۲۰/۲۶	مطالعه مقالات اینترنتی	۹
۲۰/۱۶	تجربه حل مسائل کسب‌وکار	۱۰
۲۰/۰۶	مشاهده کار رقبا	۱۱
۱۹/۴۷	مشاهده تحولات و وقایع بازار	۱۲
۱۸/۸	مشاهده رفتار همکاران و مشتریان	۱۳
۱۸/۲۴	مطالعه کتاب‌ها و مجله‌های تخصصی	۱۴
۱۸/۲۲	تجربه کار در شرکت‌های دیگر	۱۵
۱۷/۱۱	مهندسی معکوس وبسایت‌های برتر	۱۶
۱۶/۷۸	مشورت با همکاران یا شرکا	۱۷

ادامه جدول ۹

رتبه میانگین	روش یادگیری	ردیف
۱۶/۴۹	مشورت با دوستان و آشنایان باتجربه	۱۸
۱۴/۴۷	مشورت فکری با خبرگان، متخصصان و کارشناسان	۱۹
۱۴/۱	مشورت با اعضای انجمن‌های اینترنتی	۲۰
۱۳/۹۹	به کارگیری افراد متخصص	۲۱
۱۳/۸۴	مشاهده رفتار خانواده و دوستان	۲۲
۱۳/۵۳	تبادل ایمیل	۲۳
۱۳	مشورت با اعضای خانواده	۲۴
۱۲/۱۴	شبکه‌های اجتماعی آنلاین	۲۵
۱۱/۵۱	دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی	۲۶
۱۱/۴۳	دوره‌های آموزش آکادمیک	۲۷
۱۱/۲۸	گفت‌وگوی اینترنتی و پیام‌های فوری	۲۸
۱۱/۱۱	کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی	۲۹
۱۰/۳۹	مشورت با استادان دانشگاه	۳۰
۹/۹۵	پادکست‌ها	۳۱
۸/۲۸	شبکه‌های اجتماعی غیرآنلاین	۳۲

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این مقاله به بررسی یکی از عوامل اصلی مؤثر بر ایجاد و اداره موفق کسب‌وکارهای اینترنتی، یعنی روش‌های یادگیری کارآفرینان پرداخته شده است. همچنین سنخ‌شناسی اولیه‌ای برای سامان‌دهی روش‌های متعدد یادگیری کارآفرینان استفاده شده است. سه منبع اصلی یادگیری در سنخ‌شناسی اولیه مدنظر برای کارآفرینان اینترنتی شناسایی شد که عبارت‌اند: منبع آموزش - انتشارات، منبع کار - وظیفه و منبع تعاملات اجتماعی - انسانی. برای شناسایی و سامان‌دهی روش‌های یادگیری در هر یک از سه منبع یادشده، مصاحبه‌هایی با کارآفرینان موفق صورت گرفت و در نهایت ۲۷ روش شناسایی شد. بین روش‌های شناسایی‌شده، دسته‌ای از روش‌های یادگیری ویژگی‌ها و صفات لازم برای تخصیص به منابع سه‌گانه یادگیری اشاره‌شده را نداشتند. به همین دلیل، منبع جدیدی برای یادگیری کارآفرینان با عنوان یادگیری «تقلیدی - الگوبرداری» شناسایی و تعریف گردید.

با توجه به لزوم جامعیت روش‌های یادگیری شناسایی‌شده از مصاحبه‌ها، پنج روش یادگیری یادشده در پژوهش‌های گذشته که در مصاحبه‌ها به آنها اشاره نشده بود، نیز برای اولویت‌بندی روش‌های یادگیری در پرسشنامه مطرح شد. نتایج تحلیل کمی داده‌ها نشان داد منابع یادگیری از

«تقلید - الگوبرداری»، «کار- وظیفه»، «آموزش - انتشارات» و در نهایت یادگیری از «تعاملات اجتماعی - انسانی»، به ترتیب بیشترین اولویت را میان کارآفرینان اینترنتی داشتند. به این ترتیب، برای موفقیت بیشتر این کارآفرینان باید به الگوبرداری‌ها و آموزش‌های عملی این کارآفرینان توجه بیشتری نمود. کارآفرینان برای بهره‌گیری از منابع یادگیری مذکور از شیوه‌ها و روش‌های یادگیری گوناگونی استفاده می‌کنند. بر اساس نتایج پژوهش، روش‌های یادگیری از «مشاهده کار بهترین وبسایت‌ها»، «مطالعه مطالب وبسایت‌ها»، «ابتکار عمل فردی در حل مسائل کاری»، «مشاهده کار افراد موفق» و «جست‌وجوهای اینترنتی»، به ترتیب بیشترین اولویت را میان ۳۲ روش شناسایی شده داشتند. نکته مهم درباره روش‌هایی که بیشترین اولویت را داشتند، این است که این روش‌ها به سبب ماهیت کار کارآفرینان برگزیده، وابسته به اینترنت و حوزه فعالیت کسب‌وکارشان هستند. نکته دیگر این است که این نوع از کارآفرینان بیشتر از روش‌هایی برای یادگیری استفاده می‌کنند که به راحتی آنها دسترسی دارند و همان‌طور که از مرور مطالعات پیشین انتظار می‌رفت، تمام این روش‌ها، جزء روش‌های یادگیری غیررسمی هستند.

همچنین نتایج نشان داد با وجود دانش‌محور بودن این حوزه کاری و نیز تحصیل کرده‌بودن کارآفرینان فعال در این عرصه، میزان اثرگذاری روش‌های یادگیری رسمی کمتر از میزان یادگیری است که خود فرد بر اساس نیاز و در مواجهه با مشکل می‌آموزد. بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که آنچه به کارآفرینان اینترنتی به صورت رسمی آموزش داده شده است، در عمل کمتر استفاده شده است. از این رو پیشنهاد می‌شود دلایل ناکارآمدی این روش‌های یادگیری شناسایی شود و از شیوه‌های آموزشی اثربخش‌تری برای آموزش کارآفرینان اینترنتی بهره‌گیری شود.

References

- Anderson, A.R. & Deakins, D. (1999). Editorial: Entrepreneurial Learning. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5 (3).
- Bear, D. J., Tompson, H. B., Morrison, C. L., Vickers, M., Paradise, A., Czarnowsky, M., & King, K. (2008). *Tapping the potential of informal learning. An ASTD research study*. Alexandria, VA: American Society for Training and Development.
- Deakins, D. & Freel, M. (1998). Entrepreneurial Learning and the Growth Process in SMEs. *The Learning Organization*, 5 (3): 144-155.
- Hergenhahn, B. R., & Olson, M. H. (2005). *An introduction to theories of learning*. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall. (in Persian)

- Holcomb, T.R., Ireland, R. D., Holmes, R. M. & Hitt, M. A. (2009). Architecture of Entrepreneurial Learning: Exploring the Link among Heuristics, Knowledge, and Action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (1): 167-192.
- Ikeda, T., Okumura, A. & Muraki, K. (1998). Information classification and navigation based on 5W1H of the target information. *98 Proceedings of the 17th international conference on Computational linguistics*. 1: 571-577.
- Kauffman, R. & Wang, B. (2008). Tuning into the digital channel: evaluating business model characteristics for Internet firm survival. *Information Technology and Management*, 9(3): 215-232.
- Kuratko, D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 29(5): 577-597.
- Leitch, C.M. & Harrison, R.T. (1999). A process model for entrepreneurship education and development. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5(3): 83-109.
- Liua, C. & Arnett, K. (2000). Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce. *Information & Management*. 38(1): 23-33.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2004). E-Business Strategies and Internet Business Models How the Internet Adds Value. *Organizational Dynamics*, 33(2): 161-173.
- Martin, M. L. & Matlay, H. (2003). Innovative use of the Internet in established small firms the impact of knowledge management and organizational learning in accessing new opportunities. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 6(1): 18-26.
- Mohammadi Elyasi, GH. (2011). *learning Resources and methods in Iranian nascent and Habitual entrepreneurs*. Research Report No. 1, Employer: Labor and Social Affairs Institute of Cooperatives, Labour and Social Welfare Ministry. (in Persian)
- Olson, M. H. & Hergenahn, B. R. (2005). *An introduction to theories of learning*. (Translator: Aliakbar Seif) Tehran: Doran. (in Persian)
- Petkova, A. P. (2008). A theory of entrepreneurial learning from performance errors. *International Entrepreneurship and management Journal*. 5(4): 345-367.
- Pittaway, L. & Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education - a Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25(5): 479-510.

- Politis, D. (2005). The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(4): 399-424.
- Rae, D. & Carswell, M. (2001). Towards a conceptual understanding of entrepreneurial learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(2): 150-158.
- Rae, D. (2000). Understanding Entrepreneurial Learning: A Question of How? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(3): 145-159.
- Rae, D. (2005). Mid-Career Entrepreneurial Learning. *Education+Training*, 47(8/9): 562-574.
- Razi, M. A., Tarn, M. & Siddiqui, F. A. (2004). Exploring the failure and success of DotComs. *Information Management & Computer Security*, 12 (3): 228-244.
- Scott, W. R. & Davis, G. F. (2007). *Organizations and organizing: rational, natural, and open systems perspectives*. ???: Pearson Prentice Hall.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As A Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Sweeney, K. (2006). Competency-Based Interviews: Master the Tough New Interview Style and Give Them the Answers That Will Win You the Job. *Career Planning and Adult Development Journal*, 22(4): 122.
- Thomas, P. & Moisey, S. (2006). Women Entrepreneurs Informal Learning and the Internet. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2): 183-202.
- Warren, L. (2004). A Systemic Approach to Entrepreneurial Learning An Exploration Using Storytelling. *Systems Research & Behavioral Science*, 21(1): 4-16.
- Watkins, K. & Marsick, V. (1990). *Informal and incidental learning in the workplace*. London and New York: Routledge.
- Woo, C. Y., Cooper, A. C. & Dunkelberg, W. C. (1991). The development and interpretation of entrepreneurial typologies. *Journal of Business Venturing*, 6(2): 93-114.
- Wu, F., Mahajan, V. & Balasubramanian, S. (2003). An Analysis of E-Business Adoption and Its Impact on Business Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4): 425-447.