

## طراحی الگویی بومی برای موفقیت کسب و کار با توجه به ویژگی‌های روانشناختی مناطق جغرافیایی ایران

احمد جعفری

گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

مجید نصیری<sup>۱</sup>

گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

سید محمد رضا حسینی

گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

پرویز سعیدی

گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۵

### چکیده

امروزه کسب و کارها با محیطی چالش برانگیز و همواره در حال تغییر روبه رو هستند که آنها را وادار به رقابت برای دستیابی به بهبود مستمر و نوآوری کرده است. این موضوع با جهانی شدن و لزوم حضور در بازارهای جهانی اهمیت بیشتری یافته است. هم‌اکنون چالشی عظیم برای ایجاد مدل‌های کسب و کار مبتنی بر ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان به وجود آمده است تا سازمانهای سنتی را به سازمانهای پویا و موفق تبدیل کند. پژوهش حاضر، بر اساس هدف یک پژوهش کاربردی است از سوی دیگر با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و نیز روش‌های میدانی نظیر مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است، می‌توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی است. در نهایت باید اشاره کرد این مطالعه براساس رویکرد اکتشافی از نوع آمیخته (کمی - کیفی). در بخش نخست براساس مطالعات کتابخانه‌ای و سپس مصاحبه‌های تخصصی به شناسایی شاخص‌های موفقیت کسب و کار با رویکرد روان‌شناختی مبادرت ورزیده شد. پس از مرحله تحلیل کیفی به توزیع پرسشنامه و گردآوری داده‌ها از خبرگان شهرک‌های صنعتی استان سمنان پرداخته شد و مولفه‌های اصلی و فرعی موفقیت در کسب و کار با رویکرد روانشناختی استخراج شده. در روش تحقیق در بخش کیفی، خبرگان نظری و تجربی شامل اساتید دانشگاه و مدیران شرکت صنعتی استان سمنان شامل ۱۰ نفر از خبرگان بودند که به روش غیر تصادفی از نوع گلوله برفی انتخاب شدند و در بخش کمی، جامعه آماری تعداد ۳۲۵ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۷۶ نفر برآورد شده است که به روش تصادفی ساده انتخاب شدند داده‌ها در بخش کیفی به روش مصاحبه انجام گرفته که جمع

آوری با استفاده از دلفی فازی غربالگری شده و برای سطح بندب مولفه‌ها و مدل‌سازی از روش ISM استفاده شد است سپس در بخش کمی نیز از رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد و در نهایت الگوی موفقیت کسب و کار در ایران با توجه به ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان در بخش صنعت استان سمنان طراحی گردید.

### کلمات کلیدی: موفقیت کسب و کار، رویکرد روانشناختی، دلفی فازی.

#### مقدمه

امروزه کسب و کارها با محیطی چالش برانگیز و همواره در حال تغییر روبه رو هستند که آنها را وادار به رقابت برای دستیابی به بهبود مستمر و نوآوری کرده است. این موضوع با جهانی شدن و لزوم حضور در بازارهای جهانی اهمیت بیشتری یافته است. هم اکنون چالشی عظیم برای ایجاد مدل‌های کسب و کار مبتنی بر ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان به وجود آمده است تا سازمانهای سنتی را به سازمانهای پویا و موفق تبدیل کند. در مسیر شکل‌گیری (مراحل آغازین)، رشد و توسعه بنگاهها، در بسیاری از مواقع، مدیریت بنگاه‌ها بیشتر درگیر رفع مشکلات حاشیه‌ای کسب و کار خود و تصمیم‌گیری در مورد فعالیت‌های غیر موثر اجرایی بنگاه هستند، در حالیکه در کنار اقدامات اجرایی، توجه به برنامه‌ریزی مسیر رشد و موفقیت بنگاه و به کارگیری نهایت تجربه و هوشمندی در طرح ریزی الگوی کسب و کار بسیار حیاتی و ضروری است (شاملو و همکاران، ۱۳۸۸). لذا می‌توان دریافت که در مراحل اولیه شکل‌گیری هر کسب و کاری، بکارگیری الگوی مناسب که مسیر موفقیت را برای کارآفرین تبیین نموده و افق روشنی را از فعالیت‌های اقتصادی نشان دهد ضرورت دارد.

مدل کسب و کار از دسته مفاهیمی محسوب می‌شود که در طی سالیان اخیر توجه روزافزونی را به خود جلب کرده است. مدل کسب و کار، مدلی مفهومی است که با ایجاد منطق‌های ابتکاری، قابلیت‌های فنی و ایده‌های تجاری را به ارزش‌های واقعی اقتصادی تبدیل می‌کند (نیرومند و همکاران، ۱۳۹۱). آلیسون و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) مدل کسب و کار را منعکس‌کننده فرضیه مدیریت در مورد آنچه مشتریان می‌خواهند، چگونه آنها را می‌خواهند و چگونه یک بنگاه اقتصادی می‌تواند به بهترین نحو این نیازها را برآورده کند و برای ارائه‌ی آن چه پرداختی باید انجام دهند می‌داند. مفهوم اولیه مدل کسب و کار با اصطلاح «منطق غالب» مطرح شد. پراهالاد و بتیس<sup>۲</sup> (۱۹۸۹) منطق غالب را به عنوان مجموعه‌ای از هنجارها و اصول می‌دانند که باید توسط مدیران برای سازماندهی درست شرکتها و جستجو و استفاده از فرصت‌هایی به کار رود که در بازار به وجود می‌آیند. این رویکرد، که بر عقلانیت در عملیات بنگاه‌های اقتصادی تاکید دارد، ایجاد قواعدی خاص برای مدیریت کسب و کار را ضروری می‌داند. گرابوسکا<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) هسته‌های اصلی تعریف مدل کسب و کار بر اساس منطق غالب را ایجاد و حفظ ارزش، در

<sup>۱</sup> - Allison et al.

<sup>۲</sup> - Prahalad & Bettis

<sup>۳</sup> - Grabowska

محدوده ارزشی مشتری قرار داشتن، موفق بودن در مجموعه خاصی از ابتکارات و نوآوری‌ها، دستیابی به منطقه سود، استفاده از فرصتهای کسب و کار، و ایده مسیرهای توسعه شرکت می‌داند و سه جریان تحقیقاتی اصلی برای مفهوم شناسی مدل کسب و کار شناسایی می‌نماید.

با آنکه طی سالیان مختلف مفهوم مدل کسب و کار توسط محققان متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است، برای مدل کسب و کار یک تعریف استاندارد وجود ندارد (رضایی منش و همکاران، ۱۳۹۹). با نگاهی به تعاریف مدل کسب و کار می‌بینیم که نقطه شروع هر یک از تعاریف ارائه شده، اشاره به مفاهیمی نظیر منطق، درک، سیستم، الگو، شرح و مواردی از این دست داشته است. ولی در این مفاهیم کمتر به عواملی از قبیل ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی کارآفرینان پرداخته شده است در صورتی که این مفاهیم می‌تواند نقش بسزایی در دستیابی به موفقیت در شروع کسب و کار داشته باشد. لذا در تحقیق حاضر علاوه بر شناسایی عوامل موفقیت در الگوی کسب و کار در ایران به ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان نیز پرداخته خواهد شد.

شرایط شدیداً رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی و کارآفرینان سهم بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند (جانسون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، علاوه بر مساعد بودن عوامل محیطی و ساختاری، تقویت ویژگی‌های روانشناختی افراد برای گرایش به کارآفرینی نیز ضروری است. شولت می‌گوید برآورد می‌شود که در آلمان فقط ۵ درصد از فارغ‌التحصیل شدگان بدون هرگونه حمایت و قید و شرطی قادرند کارآفرینان موفق باشند. این عدد با بکارگیری روش‌های اصولی قابل تغییر و توسعه تا مقدار ۴۰ درصد می‌باشد (شولت<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). بنابراین سخن از امکان تقویت قابلیت‌های کارآفرینی در میان است. بخشی از این قابلیت‌ها مربوط به خصوصیات شخصیتی و انگیزشی است و بخش دیگر به مهارت‌ها، دانش و تجربه و مساعد بودن شرایط محیطی و ساختاری ارتباط دارد. عامل ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین را که بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی مؤثر هستند می‌توان به چهار زیرگروه شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (با متغیرهای سن، جنسیت، وضعیت تأهل، موقعیت اجتماعی، تحصیلات، تجربه، نژاد)، ویژگی‌های روانشناختی (با متغیرهای توفیق‌طلبی، خطرپذیری، اعتماد به نفس، عمل‌گرا بودن، استقلال، کانون کنترل درونی)، ویژگی‌های رفتار کاری (با متغیرهای سخت‌کوشی، پرنرژی بودن، پشتکار داشتن، رهبر بودن و در دیگران نفوذ داشتن، استراتژیک عمل کردن)، و شایستگی‌های اساسی (با متغیرهای مهارت‌های فنی، هنری، سیاسی، اجتماعی، روابط انسانی، تیزهوشی و شم تجاری، خلاقیت و نوآوری، وظایف هفت‌گانه مدیریتی<sup>۳</sup>)، تقسیم کرد. هر کدام از این متغیرها بر حسب دو محدودیت زمان و مکان، دارای اثرات مثبت، منفی و مثبت منفی توأمان بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی هستند (کیگوندو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲). کار آفرینی از طریق ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و کسب موفقیت در بازار، به

<sup>1</sup> - Johnson et al

<sup>2</sup> - Schulte

<sup>3</sup>- POSDCORB (P=Planning, O=Organizing, S=Staffing, D=Directing, Co=Coordinating, R=Reporting, B=Budjetting).

بیان کرده‌اند. (Urwick) و ارویک (Guelick) وظایف هفت‌گانه مدیریتی هستند که گیولیک POSDCORB

<sup>4</sup> -Kiggundo

مناسب بودن ویژگی‌های روانشناختی کار آفرینان شامل خودیابی، فرصت شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی بستگی دارد (مارک من و بارون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). از نظر صاحب نظران در شرایط رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی راهکار موثری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. به این منظور در هر جامعه باید «کار آفرین‌هایی» باشند که از طریق خلاقیت، مخاطره‌پذیری، اعتماد به نفس، پشتکار و توفیق طلبی بتوانند با نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش خود را ایفا نمایند. پیدایش و ارتقاء رفتار کارآفرینانه به عوامل و شرایط گوناگونی از قبیل ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی افراد و عوامل محیطی و ساختاری بستگی دارد که در تحقیق حاضر به طراحی الگوی موفقیت و شروع کسب و کار در ایران با توجه به ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی کارآفرینان خواهیم پرداخت.

### رویکرد مفهومی و نظری

با مروری بر ادبیات موضوعی ارائه شده در خصوص مدل‌های کسب و کار، مشاهده می‌شود که تعاریف بسیار زیادی در خصوص این مفهوم ارائه شده است. از نظر اسلای و تزکی مدل کسب و کار عبارت از کلیاتی در مورد انتخاب مشتریان، انجام وظایف و برون سپاری، ترکیب منابع، رفتن به بازار، ایجاد مطلوبیت برای مشتریان و تسخیر سود است. در تعریفی دیگر از پتروویک و همکارانش مدل کسب و کار منطق سیستم کسب و کار در ایجاد ارزش است که پشت سر فرآیندهای واقعی شرکت قرار می‌گیرد. فابر و همکارانش مدل کسب و کار را شبکه‌ای از شرکت‌ها که هدف آنان ایجاد ارزش از طریق استقرار فرصت‌های فناوری است می‌داند که به دلیل تفاوت آن‌ها در موارد فنی، کاربر، سازمان و نیازمندی‌های مالی باید با یکدیگر تطبیق و موازنه پیدا کنند (زعفرانیان و همکاران، ۱۳۹۰). چسبروگ و روسنبلوم نیز معتقدند مدل‌های کسب و کار موفق، با ایجاد منطق‌های ابتکاری، قابلیت‌های فنی را با ارزش‌های واقعی اقتصادی مرتبط می‌نمایند (نوردلند<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). تیس مدل کسب و کار را منعکس کننده فرضیه مدیریت در مورد آنچه مشتریان می‌خواهند، چگونه آن‌ها آن را می‌خواهند و چگونه شرکت می‌تواند به بهترین نحو این نیازها را برآورده کند و برای ارائه‌ی آن چه پرداختی باید انجام دهند، می‌داند (تیس<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹).

تحلیل گفتمان در کارآفرینی برای اخذ نظرات کارآفرینان و یافتن سازه‌های ذهنی آن‌ها معرفی شده است. بازتاب نظریه‌های شخصی کارآفرینانی که در بطن کسب‌وکارهای الکترونیکی قرار دارند و از نگاه خود مدل کسب‌وکار مؤثر را تفسیر، تعریف و ادراک می‌نمایند و در کسب‌وکار خود آن را پیاده می‌سازند ضروری به نظر می‌رسد. با انتخاب چنین رویکردی به درک عمیقی از مفهوم مدل کسب‌وکار مؤثر توسط کارآفرینان و نوآوری در مفهوم مدل کسب‌وکار می‌رسیم که چنین درک عمیقی از مفهوم مدل کسب‌وکار به منظور دستیابی به مسیر تحقیقات آینده کسب‌وکار برای دانشمندان و موفقیت کارآفرینان و شرکت‌ها در دنیای تغییرات و رقابت شدید، مؤثر خواهد بود

<sup>1</sup> - Markman & Baron

<sup>2</sup> - Nordlund

<sup>3</sup> - Teece

(مالمستروم و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). ضمن این که شناخت عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای الکترونیکی برای سنجش میزان موفقیت و یا عدم موفقیت کسب‌وکارها کاربرد دارد (نیک بین و همکاران، ۱۳۹۷).

دانشمندان تعاریف گوناگونی از واژه مدل کسب‌وکار دارند و برای معرفی مدل کسب‌وکار از طریق مفاهیم و واژه‌شناسی (تعاریف و حیطه آن‌ها)، ساختار مدل کسب‌وکار (تشکیلات و اجزاء، سیستم ارزش، بازیگران و تعامل بین آن‌ها و نوآوری) و فرآیندهای مدیریتی (طراحی، پیاده‌سازی، عملکرد، تغییر و تکامل، اجرا و کنترل) استفاده می‌نمایند (ویرتز و همکاران، ۲۰۱۶). آن‌ها، مدل کسب‌وکار را نمایش ساده و جامع فعالیت‌های مرتبط یک سازمان می‌دانند که چگونگی به وجود آمدن بازارها، محصولات و یا خدمات را به وسیله ابزار خلق ارزش سازمان توصیف می‌نماید. در این معرفی از مدل کسب‌وکار به معماری خلق ارزش، جزء استراتژی و جزء مشتری و بازار برای رسیدن به هدف مزیت رقابتی اشاره می‌شود که به منظور رسیدن به این هدف، مدل کسب‌وکار در طول زمان به علت تغییرات داخلی و یا خارجی نیازمند تکامل و یا نوآوری است. آن‌ها جزء استراتژی را واسطه بین جزء خلق ارزش و جزء بازار و مشتری می‌دانند. مدلی که در سازمان‌ها به ساختار سازمان کمک می‌کند که بسیار کارا و انعطاف‌پذیر و پاسخگو برای نیاز مشتریان باشد و سناریوهایی که در انتظار کسب‌وکار الکترونیکی است را پیش‌بینی نماید تا کسب‌وکار الکترونیکی بتواند در دنیای رقابت، به رقابت بپردازد مدل کسب‌وکار مؤثر است (نیک بین و همکاران، ۱۳۹۷). در ادبیات مدل‌های کسب‌وکار به طور مکرر تأکید می‌شود که شرکت‌های موفق نیازمند مدل کسب‌وکار انعطاف‌پذیر و مؤثر می‌باشند ولی فاکتورهایی که برای موفقیت و یا انعطاف‌پذیری و مؤثر بودن مدل‌های کسب‌وکار ضرورت دارد شرح داده نشده است و چالشی برای مدل‌های کسب‌وکار محسوب می‌شود. تجزیه و تحلیل تعاریف و رویکردهایی که در حال حاضر موجود است می‌تواند در رفع چالش مدل کسب‌وکار مؤثر مفید باشد (ویرتز، ۲۰۱۶). در جدول (۲-۲) تئوری‌های مهمی که در ادبیات برای معرفی مدل کسب‌وکار مؤثر بیان شده است مشاهده می‌شود. مرور ادبیات مدل‌های کسب‌وکار سه رویکرد سازمان محور، استراتژی محور و تکنولوژی محور را نشان می‌دهد (ویرتز و همکاران، ۲۰۱۶). در فاصله زمانی بین سال‌های ۲۰۰۰ الی ۲۰۰۲ گرایش به رویکرد تکنولوژی محور در مدل‌های کسب‌وکار در محتوای کسب‌وکارهای الکترونیکی و فرآیندهای تصمیم‌گیری در سازمان‌ها غالب شد. از سال ۲۰۰۲ به بعد گرایش به رویکرد استراتژی محور در مقالات علمی یافت می‌شود؛ و اوج رویکرد ساختار محور را می‌توان در بوم مدل کسب‌وکار استروالد (نیک بین و همکاران، ۱۳۹۷) مشاهده نمود.

به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر تلاش برای درک یک مدل کسب‌وکار واحد در حال افزایش و توسعه است. رویکرد ساختار محور متمرکز بر ساختارهای عمومی مدل کسب‌وکار و اجزای گوناگون و یا مدل‌های بخشی است. مفاهیمی از قبیل ترسیم، چارچوب یا معماری که در مدل‌های کسب‌وکار ذکر شده است مربوط به رویکرد ساختاری مدل کسب‌وکار است (تسه<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰) آفوا<sup>۳</sup> و تسه (۲۰۰۳) مدل کسب‌وکار را به عنوان تصویر و یا چارچوب ذکر

<sup>1</sup> Malmstrom et al

<sup>2</sup> Tecee

<sup>3</sup> Afua

می‌نمایند و اریکسون (۲۰۰۰) فرآیند ایجاد ارزش و یا سیستم تشویقی یک شرکت بیان می‌نمایند. تیمرز<sup>۱</sup> (۲۰۰۰، ۱۹۹۸) معماری شرکت را برای ترسیم منطق اصلی شرکت، ساختار محور در نظر می‌گیرند. مگرتا (۲۰۰۲) فعالیت‌هایی که یک شرکت به آن وابسته است شبیه به فعالیت رفع نیازهای مشتریان و موفقیت‌های مالی سازمان را رویکرد ساختار محور می‌داند. تلاش برای فهم رویکرد ساختار محور و ابعاد آن، درک مدل کسب‌وکار مؤثر را تسهیل می‌نماید. رویکرد استراتژی محور ابزاری برای به تصویر کشیدن شرایط رقابتی سازمان به وجود می‌آورد. استراتژی شامل: چشم‌انداز، جایگاه محیط یا رقبا یا به طور ساده ایده‌ای برای جهت‌دهی در آینده است (نیک بین و همکاران، ۱۳۹۷). تصمیمات اساسی بر پایه اهداف میان‌مدت و بلندمدت و فعالیت‌های سازمان به دست می‌آیند. توجه زیادی به سمت رویکرد استراتژی محور به وجود آمده است و این سؤال به وجود آمده است که تفاوت میان مدل‌های کسب‌وکار و استراتژی چیست؟ استراتژی و مدل کسب‌وکار اگرچه با یکدیگر در ارتباط هستند ولی مفاهیم گوناگونی هستند. یک مدل کسب‌وکار می‌تواند نتیجه استراتژی باشد اما خود استراتژی نیست (ویرتز، ۲۰۱۶). تلاش برای فهم رویکرد استراتژی محور و ابعاد آن، درک مدل کسب‌وکار مؤثر را تسهیل می‌نماید. کاسادسوس و همکاران (۲۰۱۰) اشاره به جهانی شدن، مقررات زدایی، ارتباطات و تکنولوژی اطلاعات، توجه به ارزش‌های اجتماعی و توجه به بخش پایین هرم را ناشی از نوآوری در مدل‌های کسب‌وکار و پویایی مدل کسب‌وکار می‌دانند. تلاش برای فهم رویکرد تکنولوژی محور و ابعاد آن، درک مدل کسب‌وکار مؤثر را تسهیل می‌نماید. رویکرد استراتژی محور در سطح صنعت و رویکرد ساختار محور در سطح سازمان و رویکرد تکنولوژی محور در ابتدا در سطح محصول و سپس تا سطح واحد کسب‌وکار یعنی بخش کوچکی از سازمان در نظر گرفته شده است. لیندر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) و پوتن و شف<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) انواع رویکردها در مدل کسب‌وکار را طرحی ایستا می‌دانند درحالی‌که کاسادسوس و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) و دمیل و لکوک<sup>۵</sup> (۲۰۱۰) و کاوال کانت و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۰) رویکردهای مدل کسب‌وکار را پویا معرفی می‌نمایند. مدل‌های کسب‌وکار به عنوان یک طرح ایستا، یا به عنوان فرآیندی پویا که تغییرات نوآوری در سازمان‌ها را برای ایجاد و کسب ارزش از طریق معرفی پتانسیل‌ها و یا تهدیدات بیان می‌نماید معرفی شده است (دمیل و همکاران، ۲۰۱۰). پویایی مدل کسب‌وکار مربوط به تمایز بین تغییرات در مدل‌های کسب‌وکار و تجدید ساختار است. تجدید ساختار منبع جدیدی برای مزیت رقابتی پایدار است و می‌تواند در سطح مشتری، تکنولوژی، فراساختار و سودآوری در سازمان باشد. مدل‌های کسب‌وکار پویا دارای محتوی اجزاء و ارتباط بین آن‌ها هستند و نیازمند مدیریت و تعدیل مستمر است. مدیریت مدل‌های کسب‌وکار شامل انتخاب‌های صورت گرفته به وسیله کارآفرینان برای اداره شرکت و پیامدهای این انتخاب به وسیله کارآفرینان است (کاسادسوس و همکاران، ۲۰۱۰). در ادبیات کارآفرینی چندین رویکرد مطرح است. این رویکردها شامل رویکرد اقتصادی شومپتر

<sup>1</sup> Timmers

<sup>2</sup> Linder et al

<sup>3</sup> Poten & Shef

<sup>4</sup> Casadesus et al

<sup>5</sup> Demil & Lecocq

<sup>6</sup> Cavalcante et al

و بامول (۱۹۹۳)، رویکرد روانشناسی افراد مک کله لند<sup>۱</sup> (۱۹۶۸) و رویکرد استراتژی است که توسط شین و ونکاتارامن<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) بیان شده است. هر یک از این رویکردها مشارکت‌های تئوری جدید به وجود آورده است و نقصان‌هایی نیز دارد. رویکرد شناخت کارآفرینانه رویکرد دیگری است که محققان کارآفرینی از اوایل دهه ۱۹۹۰ برای درک مباحث مرتبط با کارآفرینی دنبال می‌کنند (میشل و همکاران، ۲۰۰۷). امکان دارد ساختارهای دانشی کارآفرینان در مدل‌های کسب‌وکار از طریق فهم شناختی کارآفرینان از ساختار سازمان کسب شود. تحقیقات شناختی کارآفرینانه که حدود سه دهه است به دست آمده است ابزاری برای معرفی بهتر و اندازه‌گیری مشارکت فرد کارآفرین برای وظایف کارآفرینانه شامل: ارزیابی فرصت، خلق سرمایه و ایجاد ثروت است و به محققان کارآفرینی راه مورد نیاز را برای این منظور نشان می‌دهد تا دانشمندان کارآفرینی اهمیت فرآیندهای شناختی برای اعمال و رفتار کارآفرینی را تشخیص دهند. فرآیندهای شناختی نیازمند توجه بیشتر در تحقیقات کارآفرینی است. مدل‌های تئوری و یافته‌های تجربی می‌تواند مبنایی برای تحقیقات آینده در ارتباط میان زمینه و فرآیندهای شناختی و اعمال و رفتار کارآفرینی سازمانی به وجود آورد. کارآفرینان ظرفیت محدودی در ارتباط با مبحثی که آن‌ها می‌توانند به آن توجه کنند دارند و توجه خود را بر روی مباحث دیگر می‌گذارند و از دیگر مباحث غفلت می‌نمایند که فهم شناختی کارآفرینان می‌تواند توجه کارآفرینان را متمرکز نماید (نیک بین و همکاران، ۱۳۹۷).

یافته‌های پژوهش

در گام نخست با ارائه سوالات مصاحبه پژوهش و جداول مقوله‌های مصاحبه‌شونده‌ها، با رویکرد روش تحقیق کیفی تعداد زیادی شاخص از متون مذکور مربوطه استخراج گردید. در ادامه به بررسی، کدگذاری و تعیین شناسه‌های پژوهش حاضر می‌پردازیم. شاخص‌های مذکور با استفاده از نرم افزار MAXQDA استخراج گردیده‌اند.

### تم‌های اصلی و فرعی

از تحلیل داده‌های کیفی پژوهش در مرحله کدگذاری باز کدهای مفهومی اولیه حاصل شدند. پس از بررسی و مطابقت این کدها و حذف کدهای تکراری، کدهای مشترک و هم طبقه احصاء گردید. بنابراین، با نظر اساتید و کارشناس‌های امر، شاخص‌های اولیه به ۳۷ شاخص موجود در جدول ۴-۱۲ تعدیل شد. در این مرحله از کدگذاری، تم‌های اصلی، تم‌های فرعی و شناسه‌های مرتبط با آنها مشخص شدند.

جدول ۱. تم‌های اصلی و فرعی پژوهش

تم اصلی	تم فرعی	شاخص‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی
	آموزش کارآفرینی	آموزش رسمی کارآفرینی
		آموزش کارآفرینان در مقطع متوسط
		آموزش کارآفرینان در دانشگاه
	توسعه منابع انسانی	کمیت و کیفیت منابع انسانی
		امکانات و تجهیزات مناسب
		برنامه‌ریزی و روش اجرای آموزش
		میزان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان

شماره  
کتابخانه

<sup>1</sup> McClelland

<sup>2</sup> Shane & Venkataraman

خط‌مشی گذاری	تدوین سیاست‌های اثرگذار برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌ها ارزیابی و ارزشیابی سیاست‌ها	نقشه‌نگاری و کسب و کار	
روند سیستماتیک	فعالیت توأم با ریسک شناسی‌گزینه‌گزینی افراد باانگیزه، صاحب فکر و ایده انگیزه و استعداد نیروی انسانی		
زمینه‌ای	نیل به مزیت رقابتی پایدار مسائل سیاسی و اقتصادی دولت زیر ساخت‌های کسب و کار		
ساختاری	قوانین و رویه‌های کسب و کار اطلاع رسانی کسب و کار وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب و کارها		
عوامل فردی	اعتماد به نفس ریسک پذیری ابتکار عمل و نوآوری توفیق و استقلال طلبی تحمل ابهام		
ویژگی‌های جامعه شناختی	درماندگی آموخته شده خوش بینی نهادینه شده محتوای آموزشی و روش‌های تدریس مناسب فضای مناسب کارآفرینی ساختار مدیریتی کارآفرینانه ارتباط مستمر با صنعت ارزیابی عوامل کارآفرینی		ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان
نظام آموزش عالی	برگزاری کارگاه‌های آموزشی اشاعه فرهنگ کارآفرینی		
فعالیت‌های آموزشی	انتقال دانش و پرورش استعدادها توانمندسازی افراد در حوزه تخصصی خود فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین ارتقاء شناخت جامعه از فعالیت‌های کارآفرینی		
فعالیت‌های ترویجی			
فعالیت‌های پژوهشی			

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

### اعتبارسنجی مقوله‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با روش دلفی فازی

در گام نخست مقوله‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با روش تحلیل محتوایی (تم) شناسایی شد. براساس تحلیل محتوایی انجام شده از مصاحبه‌های تخصصی با خبرگان در مجموع ۳۷ عامل شناسایی شده است. برای اعتبارسنجی مقوله‌های و شناسایی شاخص‌های نهایی از رویکرد دلفی فازی استفاده شده است.

برای سنجش اهمیت شاخص‌ها از دیدگاه خبرگان استفاده شده است. اگر چه افراد خبره از شایستگی‌ها و توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرآیند سنتی کمی سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را بطور کامل ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه‌های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد و بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه‌های فازی (بکارگیری اعداد فازی) به پیش بینی بلند مدت و تصمیم‌گیری در دنیای واقعی پرداخت (کارامن



و همکاران، ۲۰۰۹). در این مطالعه نیز برای فازی سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است. دیدگاه خبرگان پیرامون اهمیت هر یک از شاخص‌ها با طیف فازی ۷ درجه گردآوری شده است. در گام بعدی باید دیدگاه خبرگان تجمیع شود. برای تجمیع نظرات  $n$  پاسخ‌دهنده، روش‌های مختلفی پیشنهاد شده است. در واقع این روش‌های تجمیع، روش‌هایی تجربی هستند که توسط پژوهشگران مختلف ارایه شده‌اند. برای نمونه یک روش مرسوم برای تجمیع مجموعه‌ای از اعداد فازی مثلثی را کمینه  $l$  و میانگین هندسی  $m$  و بیشینه  $u$  در نظر گرفته‌اند.

رابطه ۱

$$F_{AGR} = (\min\{l\}, \prod\{m\}, \max\{u\})$$

رابطه ۲

$$F_{AGR} = \left( \min\{l\}, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \max\{u\} \right)$$

رابطه ۳

$$F_{AVE} = \left( \left\{ \frac{\sum l}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum u}{n} \right\} \right)$$

هر عدد فازی مثلثی حاصل از تجمیع دیدگاه خبرگان برای شاخص  $z_j$  به صورت زیرنمایش داده شده است:

$$\tau_j = (L_j, M_j, U_j)$$

$$L_j = \min(X_{ij})$$

$$M_j = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n X_{ij}}$$

$$U_j = \max(X_{ij})$$

اندیس  $i$  به فرد خبره اشاره دارد. به طوری که

- $X_{ij}$ : مقدار ارزیابی خبره  $i$  ام از معیار  $z_j$
- $L_j$ : حداقل مقدار ارزیابی‌ها برای معیار  $z_j$
- $M_j$ : میانگین هندسی مقدار ارزیابی خبرگان از عملکرد معیار  $z_j$
- $U_j$ : حداکثر مقدار ارزیابی‌ها برای معیار  $z_j$

(چنگ و همکاران، ۲۰۰۹؛ سو و همکاران، ۲۰۱۰؛ وو و فانگ، ۲۰۱۱؛ سو و چن، ۲۰۱۱)

در این مطالعه از روش میانگین فازی (رابطه ۳) استفاده شده است.

### فازی‌زدایی مقادیر

معمولاً می‌توان تجمیع میانگین اعداد فازی مثلثی و دوزنقه‌ای را توسط یک مقدار قطعی که بهترین میانگین مربوطه است، خلاصه کرد. این عملیات را فازی‌زدایی گویند. روش‌های متعددی برای فازی‌زدایی وجود دارد. در بیشتر موارد برای فازی‌زدایی از روش ساده زیر استفاده می‌شود:

رابطه ۴

$$x_m^1 = \frac{L + M + U}{3}$$

(چنگ و همکاران، ۲۰۰۹؛ سو و همکاران، ۲۰۱۰؛ وو و فانگ، ۲۰۱۱)

یکی دیگر از روش‌های ساده برای فازی زدایی میانگین اعداد فازی مثلثی به صورت زیر است:

#### رابطه ۵

$$F_{ave} = (L, M, U)$$

$$x_m^1 = \frac{L+M+U}{3}; x_m^2 = \frac{L+2M+U}{4}; x_m^3 = \frac{L+4M+U}{6}$$

$$\text{Crisp number} = Z^* = \max(x_{max}^1, x_{max}^2, x_{max}^3)$$

مقادیر  $x_{max}^i$  تفاوت چندانی باهم ندارند و همواره عددی نزدیک به  $M$  هستند. منظور از  $M$  میانگین حاصل از تجمع مقادیر محتمل  $m$  از اعداد فازی مثلثی مختلف است. با این وجود مقدار قطعی بزرگترین  $x_{max}^i$  محاسبه شده در نظر گرفته می‌شود (بوجادزیف و بوجادزیف، ۲۰۰۷).

در این مطالعه برای فازی زدایی از روش مرکز سطح به صورت زیر استفاده می‌شود:

#### رابطه ۶

$$DF_{ij} = \frac{[(u_{ij} - l_{ij}) + (m_{ij} - l_{ij})]}{3} + l_{ij}$$

(زنگ و تانگ، ۱۹۹۳)

**Error! Reference source not found.** میانگین فازی و برون‌داد فازی زدایی شده مقادیر مربوط به شاخص‌ها در آمده است. مقدار فازی زدایی شده بزرگتر از ۰/۷ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر از ۰/۷ داشته باشد رد می‌شود (وو و فانگ، ۲۰۱۱).

در پایان راند نخست پیشنهاد شد شاخص «محتوای آموزشی و روش‌های تدریس مناسب» در قالب دو شاخص «محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی» و «روش‌های تدریس کارآفرینانه» ارائه شود. «برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌ها» با عنوان «برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها» ارائه شود. به جای شاخص «اعتماد به نفس» نیز از عنوان «خودکارآمدی» استفاده شود. شاخص «روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی» نیز به مقوله «خط‌مشی‌گذاری» اضافه شد. شاخص‌های «امکانات و تجهیزات مناسب»، «ارزیابی و ارزشیابی سیاست‌ها»، «تحمل ابهام» و «ارزیابی عوامل کارآفرینی» نیز حذف گردید.

۳۵ شاخص باقی مانده در راند دوم در اختیار خبرگان قرار گرفتند و میانگین نتایج راند نخست به آنها گزارش شد. در پایان این راند شاخص جدیدی حذف یا اضافه نشد. برای حصول اطمینان بیشتر، این مراحل یک راند دیگر نیز ادامه یافت و در پایان راند سوم نیز تغییر جدیدی مشاهده نشد. یک نشانه برای پایان راندهای دلفی آن است که دو راند متوالی تغییری در میانگین آراء خبرگان مشاهده نشود. در این حالت میانگین امتیازات دو راند متوالی باید باهم مقایسه شوند. در صورتیکه اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) کوچکتر باشد در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود (چنگ و لین، ۲۰۰۲؛ لطیفی و همکاران، ۱۳۹۷). نتایج راند دوم و سوم و مقایسه نتایج این دو راند در جدول زیر ارائه شده است.

بنابراین ۳۵ شاخص نهایی برای شاخص‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی شناسایی گردید. از این شاخص‌ها برای طراحی اولیه مدل تحقیق با روش مدلسازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است. براساس نتایج راند نهایی دلفی فازی اولویت هریک از شاخص‌های موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی در بخش صنعت تعیین شده است.

### وضعیت ابعاد موفقیت کسب و کار با رویکرد روان‌شناختی

دیدگاه افراد پیرامون وضعیت ابعاد موفقیت کسب و کار با رویکرد روان‌شناختی با آزمون t تک‌نمونه بررسی شده است. در این آزمون فرض صفر ( $H_0$ ) مبتنی بر آن است که متغیر مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و فرض بدیل ( $H_a$ ) نیز ادعای آزمون است.

فرض صفر ( $H_0$ ): متغیر مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

فرض بدیل ( $H_a$ ): متغیر مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

از آنجا که داده‌ها با طیف لیکرت ۵ درجه گردآوری شده است میانگین عدد ۳ یعنی نقطه وسط طیف لیکرت در نظر گرفته شده است. بنابراین بیان آماری فرضیه‌های پژوهش بصورت زیر است:

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

چون این مطالعه در سطح اطمینان ۹۵٪ بررسی شده است بنابراین اگر مقدار معناداری از سطح خطای ۵٪ کوچکتر باشد، فرض صفر رد شده و بنابراین ادعای آزمون تأیید خواهد شد. در این شرایط آماره آزمون t از مقدار بحرانی  $t_{0.05}$  یعنی ۱/۹۶ بزرگتر خواهد بود و هر دو کران فاصله اطمینان نیز مثبت خواهد شد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد آموزش کارآفرینی ۳,۴ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره t نیز ۵,۵۴ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: آموزش کارآفرینی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد توسعه منابع انسانی ۳,۰۴ بدست آمده است که اندکی بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری ۰,۵۵۹ بدست آمده که بزرگتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار نیست. مقدار آماره t نیز از مقدار بحرانی ۱/۹۶ کوچکتر است. همچنین فاصله اطمینان هر دو کران مثبت و منفی را در بر گرفته است. به استناد هیچ یک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ نمی‌توان ادعایی پیرامون وضعیت توسعه منابع انسانی مطرح کرد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد خط‌مشی گذاری ۴,۰۶ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره t نیز ۱۸,۰۱ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو

کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: خطمشی گذاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد روند سیستماتیک ۳,۱۷ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰,۰۱۴ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز ۲,۴۷ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: روند سیستماتیک در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل زمینه‌ای ۳,۰۸ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰,۱۵۳ بدست آمده که بزرگتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار نیست. مقدار آماره  $t$  نیز از مقدار بحرانی ۱/۹۶ کوچکتر است. همچنین فاصله اطمینان هر دو کران مثبت و منفی را در بر گرفته است. به استناد هیچ یک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ نمی‌توان ادعایی پیرامون وضعیت توسعه منابع انسانی مطرح کرد

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل ساختاری ۴,۰۲ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز ۲۵,۴۶ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: عوامل ساختاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل فردی ۴,۵۳ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز ۳۸,۸۸ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: عوامل فردی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل جامعه شناختی ۳,۸ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز ۱۳,۲۲ بدست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: عوامل جامعه شناختی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد نظام آموزش عالی ۳,۸۳ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین

مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز ۲۲,۳۲ بدست آمده است که از مقدار بحرانی  $1/96$  بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: نظام آموزش عالی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های آموزشی ۴,۵۱ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز  $0/000$  بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای  $0/05$  است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز  $34,7$  بدست آمده است که از مقدار بحرانی  $1/96$  بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: فعالیت‌های آموزشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های ترویجی ۴,۵۵ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز  $0/000$  بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای  $0/05$  است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز  $35,43$  بدست آمده است که از مقدار بحرانی  $1/96$  بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: فعالیت‌های ترویجی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های پژوهشی ۳,۸۹۵ بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز  $0/000$  بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای  $0/05$  است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. مقدار آماره  $t$  نیز  $15,527$  بدست آمده است که از مقدار بحرانی  $1/96$  بزرگتر است. همچنین هر دو کران بالا و پائین فاصله اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید میشود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: فعالیت‌های پژوهشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

### نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

مدل کسب و کار با ایجاد درک مشترک از منطق کسب و کار، امکان تجزیه و تحلیل منطق کسب و کار، بهبود مدیریت کسب و کار، ایجاد چشم انداز روشن و ایجاد حق امتیاز انحصاری نشان دهنده اهمیت مدل کسب و کار موجب می‌شوند که شرکت‌ها با طرح‌ها و ایده‌های جدید خود، زمینه ورود به بازار کسب و کار جدید و در نتیجه امکان حفظ و ارتقاء موقعیت شرکتشان در بازارهای داخلی و جهانی را فراهم نمایند.

### نتایج حاصل از بخش کیفی

#### نتایج حاصل از مصاحبه خبرگان

در گام نخست مقوله‌های الگوی موفقیت کسب و کار با روش تحلیل محتوایی (تم) شناسایی شد. براساس تحلیل محتوایی انجام شده از مصاحبه‌های تخصصی با خبرگان در مجموع ۳۷ عامل شناسایی شد. برای اعتبارسنجی

مقوله‌های و شناسایی شاخص‌های نهایی از رویکرد دلفی فازی استفاده شده است. در پایان راند نخست پیشنهاد شد شاخص «محتوای آموزشی و روش‌های تدریس مناسب» در قالب دو شاخص «محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی» و «روش‌های تدریس کارآفرینانه» ارائه شد. «برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌ها» با عنوان «برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها» ارائه شد. به جای شاخص «اعتماد به نفس» نیز از عنوان «خودکارآمدی» استفاده شود. شاخص «روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی» نیز به مقوله «خط‌مشی‌گذاری» اضافه شد. شاخص‌های «امکانات و تجهیزات مناسب»، «ارزیابی و ارزشیابی سیاست‌ها»، «تحمل ابهام» و «ارزیابی عوامل کارآفرینی» نیز حذف گردید. بنابراین ۳۵ شاخص نهایی برای شاخص‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی شناسایی گردید که شاخص‌های موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی از طریق AHP فازی اولویت بندی شدند. از این شاخص‌ها برای طراحی اولیه مدل تحقیق با روش مدلسازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است.

### نتایج حاصل از آمار استنباطی

#### ۱- وضعیت ابعاد موفقیت کسب و کار با رویکرد روان‌شناختی با استفاده از آزمون تی

نتایج تحقیقات حاصل از آزمون تی نشان داد:

آموزش کارآفرینی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. وضعیت توسعه منابع انسانی در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. خط‌مشی‌گذاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد. روند سیستماتیک در وضعیت مطلوبی قرار دارد. وضعیت عوامل زمینه‌ای در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. عوامل ساختاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد. عوامل فردی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. عوامل جامعه‌شناختی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. نظام آموزش عالی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. فعالیت‌های آموزشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. فعالیت‌های ترویجی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. فعالیت‌های پژوهشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

#### ۲- مدلسازی ساختاری تفسیری

در مدل (ISM) روابط متقابل و تأثیرگذاری بین متغیرهای الگوی موفقیت کسب‌وکار به خوبی نشان داده شده است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری به وسیله مدیران می‌شود. برای تعیین معیارهای کلیدی قدرت نفوذ و وابستگی معیارها در ماتریس دسترسی نهایی تشکیل شد. نتایج مدلسازی ساختاری تفسیری نشان داد:

#### متغیرهای سطح ۱

متغیرهای مربوط به مقوله «توسعه منابع انسانی» در سطح اول قرار گرفته‌اند.

مقوله «توسعه منابع انسانی» شامل: کمیت و کیفیت منابع انسانی، برنامه‌ریزی و روش اجرای آموزش و میزان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان.

پس از شناسایی متغیر(های) سطح اول این متغیر(ها) حذف می‌شوند و مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح اول محاسبه می‌شود. مجموعه مشترک شناسایی و متغیرهایی که اشتراک آنها برابر مجموعه ورودی‌ها باشد به عنوان متغیرهای سطح دوم انتخاب می‌شوند.

## متغیرهای سطح ۲

متغیرهای مربوط به مقوله «آموزش کارآفرینی» در سطح دوم قرار گرفته‌اند. مقوله «آموزش کارآفرینی» شامل: آموزش رسمی کارآفرینی، آموزش کارآفرینان در مقطع متوسط، آموزش کارآفرینان در دانشگاه.

## برای تعیین عناصر سطح ۳

متغیرهای سطح دوم حذف می‌شوند و یکبار دیگر مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح دوم محاسبه می‌شود. متغیرهای مربوط به مقوله «فعالیت‌های آموزشی، ترویجی، پژوهشی» در سطح سوم قرار گرفته‌اند.

مقوله «فعالیت‌های آموزشی، ترویجی، پژوهشی» شامل: برگزاری کارگاه‌های آموزشی، اشاعه فرهنگ کارآفرینی، انتقال دانش و پرورش استعدادها، توانمندسازی افراد در حوزه تخصصی خود، فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین و ارتقاء شناخت جامعه از فعالیت‌های کارآفرینی.

## متغیرهای سطح ۴

متغیرهای مربوط به مقوله «خط‌مشی گذاری» و «روند سیستماتیک» در سطح چهارم قرار گرفته‌اند. مقوله «خط‌مشی گذاری» شامل: تدوین سیاست‌های اثرگذار، برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها، روندها و رویه‌های اجرائی سیاست‌های کارآفرینی. مقوله «روند سیستماتیک» شامل: فعالیت توأم با ریسک، شایسته‌گزینی افراد بانگیزه، صاحب فکر و ایده، انگیزه و استعداد نیروی انسانی.

## متغیرهای سطح ۵

مقوله «نظام آموزش عالی» شامل: محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی، روش‌های تدریس کارآفرینانه، فضای مناسب کارآفرینی، ساختار مدیریتی کارآفرینانه، ارتباط مستمر با صنعت.

## متغیرهای سطح ۶

مقوله «عوامل فردی» شامل: خودکارآمدی، ریسک‌پذیری، ابتکار عمل و نوآوری، توفیق و استقلال طلبی. مقوله «ویژگی‌های جامعه‌شناختی» شامل: درماندگی آموخته شده، خوش بینی نهادینه شده.

## متغیرهای سطح ۷

مقوله «عوامل (زمینه‌ای)» شامل: نیل به مزیت رقابتی پایدار، مسائل سیاسی و اقتصادی دولت، زیر ساخت‌های کسب و کار

عوامل «ساختاری» شامل: قوانین و رویه‌های کسب و کار، اطلاع‌رسانی کسب و کار، وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب و کارها.

این عوامل به عنوان زیربنایی‌ترین عناصر مدل می‌باشند و با عنوان «شرایط علی» در مدل لحاظ شده‌اند. الگوی نهائی سطوح متغیرهای شناسائی شده در شکل نمایش داده شده است. در این نگاره فقط روابط معنادار عناصر هر سطح بر عناصر سطح زیرین و همچنین روابط درونی معنادار عناصر هر سطر در نظر گرفته شده است. به روشی مشابه سطح‌بندی ۱۲ مقوله اصلی با روش مدلسازی ساختاری-تفسیری انجام شده است. مقوله‌های اصلی عبارتند از: آموزش کارآفرینی، توسعه منابع انسانی، خط‌مشی‌گذاری، روند سیستماتیک، زمینه‌ای، ساختاری، عوامل فردی، ویژگی‌های جامعه شناختی، نظام آموزش عالی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های ترویجی، فعالیت‌های پژوهشی.

### ۳- اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی

برای اعتبارسنجی مدل از تکنیک حداقل مربعات جزئی با استفاده از معادلات ساختاری انجام شده است.

نتایج حاصل از معادلات ساختاری به شرح زیر است:

- عوامل ساختاری بر عوامل جامعه شناختی تاثیر معناداری وجود دارد. در مورد عوامل ساختاری و تاثیر آن بر عوامل جامعه شناختی باید توجه داشت قوانین و رویه‌های کسب و کار، اطلاع رسانی کسب و کار، وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب و کارها نیز عواملی هستند که می‌تواند بر عوامل جامعه شناختی تاثیر بسزا و مثبتی داشته باشند.
- عوامل ساختاری بر عوامل فردی تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانیزاده و انصاری (۱۳۸۸)، دالبورگ و وینسنت (۲۰۱۵) همسو می‌باشد. تحولات عمده در محیط کسب و کار مثل جهانی‌شدن کسب‌وکار و سرعت بالای تغییرات مدیریت را با ریسک‌های متنوعی مواجه ساخته است. مدیریت این ریسک‌ها به نحو مناسب بقای واحد تجاری را به دنبال خواهد داشت. شناسایی و مدیریت ریسک یکی از رویکردهای جدیدی است که برای تقویت و ارتقای اثربخشی واحدهای تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. ریسک‌پذیری قسمت جدایی‌ناپذیر هر کسب‌وکاری است. فعالیت اقتصادی یعنی به‌کارگیری منابع کنونی برای آینده‌ای نامطمئن، در واقع تنها چیزی که در مورد آینده قطعی است، عدم اطمینان و ریسک است (شجاعی، ۱۳۹۴).
- عوامل زمینه‌ای بر عوامل جامعه شناختی تاثیر معناداری دارد. در محیط پیچیده، پویا و بسیار متغیر امروزی، شرکت‌ها نیازمند طراحی و اتخاذ استراتژی‌هایی هستند که بتوانند آن‌ها را در بهبود روزافزون عملکردشان یاری رساند. زیرا در چنین محیط رقابتی شرکت‌هایی قادر به بقا هستند که از گردونه رقابت جا نمانده و خود را با شرایط متغیر و پویای بازار رقابتی همگام نمایند. به عبارت دیگر، مدیران شرکت‌ها، حاصل تصمیم‌گیری‌های خود را در قالب انتخاب استراتژی، در آینه معیارهای عملکردی مشاهده خواهند نمود. تجزیه و تحلیل و مقایسه عملکرد مشاهده شده با روند گذشته، رقبا و یا متوسط صنعت، بازخورد مناسبی را جهت تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌های آتی فراهم می‌آورد. به همین



دلیل یکی از مهمترین اهداف تمامی شرکت‌ها در طول زمان، بهبود مستمر عملکرد بوده است (گیلمور و کارسون، ۲۰۰۰، به نقل از فیض و همکاران، ۱۳۹۱).

➤ عوامل زمینه‌ای بر عوامل فردی تاثیر معناداری ندارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانیزاده و انصاری (۱۳۸۸)، دالبورگ و وینسنت (۲۰۱۵) همسو می باشد. در مشاغلی که در آن افراد درجه بالایی از استقلال شغلی را دارا هستند، به احتمال بیشتری رفتارها به تفاوت‌های شخصیتی افراد وابسته است زیرا در انتخاب رفتارهای مورد استفاده برای تمام وظایف واگذار شده و رسیدن به اهداف تعیین شده، بصیرت (صلاح دید) وجود دارد. در مشاغل با سطوح پایین استقلال شغلی، اعمال افراد احتمالاً به خاطر اجباری است که از طریق عوامل مختلفی شامل نظارت بسته و قوانین کاری به تفصیل شرح داده شده اعمال می شود. بنابراین در شرایط استقلال شغلی پایین، احتمالاً شخصیت نقشی کم یا هیچ نقشی در رفتار افراد ایفا نمی کند زیرا آنها در خصوص فعالیت‌های مرتبط با شغل بصیرت (صلاح دیدی) ندارند (فیضی و همکاران، ۱۳۹۶).

➤ عوامل جامعه شناختی بر نظام آموزش عالی تاثیر معناداری دارد.

➤ عوامل فردی بر نظام آموزش عالی تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانیزاده و انصاری (۱۳۸۸)، دالبورگ و وینسنت (۲۰۱۵) همسو می باشد

➤ نظام آموزش عالی بر روند سیستماتیک تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد. مدیران با تاکید بر شایسته‌سالاری در استخدام افراد و فراهم نمودن زیرساخت تسهیل ارتباطات و استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی، سعی در پیاده‌سازی هوش استراتژیک با تاکید بر مهارت‌های اشتغالزا در مراکز آموزش عالی را داشته باشند. شناسایی نیازهای استراتژیک این مراکز در کنار کسب هوش و اطلاعات مربوط به رقبا و قابلیت‌های استراتژیک رقبا، جایگاه، اجرا و اهداف مرتبط با آنها می‌تواند به ارتقاء هوش استراتژیک در این مراکز کمک شایانی نماید.

➤ نظام آموزش عالی بر خط‌مشی گذاری تاثیر معناداری دارد. با تدوین برنامه‌هایی عملیاتی در مراکز آموزش عالی جهت کسب مزیت رقابتی اقدام نمایند. به‌کارگیری هوش تاکتیکی یا عملیاتی در این مراکز با استخدام و شایسته‌گزینی افراد متخصص و با مهارت امکان‌پذیر خواهد شد. همچنین با پیاده‌سازی مدیریت دانش و فناوری در سازمان ذی‌ربط می‌توان در راه دستیابی به هوش جمعی / سازمانی و هوش فرهنگی / اجتماعی کمک شایانی نمود.

➤ روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد. شناسایی منابع و پایگاه‌های دانش و ایجاد ارزش افزوده دانش و اطلاعات در مراکز آموزش عالی، به ممیزی‌های سیستماتیک هوش استراتژیک دانشگاه

پردازند. همچنین با نظارت بر روند هوش استراتژیک و ارزیابی آن در این مرکز، میزان تأثیرگذاری هوش استراتژیک بر ایجاد، نگهداری، تبادل و به‌کارگیری دانش را تعیین نمایند. تغییرات فزاینده در عرصه‌های اقتصادی، صنعتی، سیاسی و تکنولوژیک سبب ایجاد رقابت، فناوری، نوآوری، ترجیحات و الگوی رفتاری افراد گشته و این مهم نیاز به تدوین، بازنگری، اصلاح و ارزیابی استراتژی‌ها را یادآور می‌شود.

➤ روند سیستماتیک بر فعالیت‌های ترویجی تأثیر فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. در محیط رقابتی که امروزه به وجود آمده، جذب و معناداری دارد. نگهداری استعدادهای بسیار مشکل شده و امروزه تأکید سازمان‌ها بر جذب افراد مناسب برای مشاغل مناسب و در زمان مناسب می‌باشد که دلیل آن انتقال از عصر صنعتی به عصر سرمایه‌فکری و هوش می‌باشد (طهماسبی، ۱۳۸۹، ۹).

➤ روند سیستماتیک بر فعالیت‌های پژوهشی تأثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. بیشتر محققان و پژوهشگران دریافته‌اند، اشتراک و انتقال دانش بخصوص در عصر جاری که سازمان‌ها باید به گونه‌ای مستمر یادگیرند و خلاق باشند تا در فضای رقابتی باقی بمانند، بسیار اهمیت دارد (جاشی و نیسن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). «ساندارسان و زنگ» (۲۰۰۴) مدعی‌اند فعالیت‌های اشتراک دانش و یادگیری در میان کارکنان یک سازمان موجب تسهیل اجرای فرایند مدیریت دانش در آن سازمان می‌شود. بدون اشتراک دانش، مدیریت دانش اثربخش نخواهد بود و سازمان به گونه‌ای تدریجی قدرت رقابتی خود را از دست خواهد داد. نتایج تحقیقی که گزارش آن در Financial Times منعکس شد نیز آشکار کرد ۹۴٪ کارکنان سازمان‌های چندملیتی در اروپا معتقدند پیشبرد موفق مدیریت دانش مستلزم این است که کارکنان آنچه را می‌دانند با دیگران در سازمان به اشتراک بگذارند.

➤ روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی تأثیر معناداری ندارد. خلاقیت، خودآگاهی، واقع‌بینی، دانش تجاری، ادراک سیاسی (تت و همکاران، ۲۰۰۰). مهارت‌های ارتباطی و بین‌فردی (هوبگود و همکاران، ۲۰۰۲)، تفکر انتقادی و نفوذ (مولر و تورنر، ۲۰۱۰) می‌توان اشاره کرد. ناگفته پیداست که با وجود شناسایی شایستگی‌های مختلف و متنوع در پژوهش‌های متعدد اما این شایستگی‌ها، با یکدیگر ارتباط دارند چرا که در این دنیای پرقابته، سازمانی موفق خواهد بود که مدیرانی با شایستگی‌های متعدد در اختیار داشته باشد. بر همین اساس نیز امروزه ارزیابی شایستگی‌ها در الگوی شایستگی‌ها یعنی مجموع‌های از شایستگی‌ها صورت گرفته است (بورنت و داچ، ۲۰۰۶). در برابر روش‌های سنتی تحلیل شغل، رویکرد شایستگی‌روشی برای شناسایی دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و ویژگی‌های لازم دیگر برای انجام موفقیت-آمیز یک شغل، نقش یا وظیفه است. این موارد شاخص‌های رفتاری خاص پیوند می‌یابد تا نیازهای لازم برای نیل به هدف و در نهایت رضایت مشتری را برآورده سازد. در این روش استانداردها و انتظارات

<sup>1</sup> Joshi & Nissen

مطلوب از کارکنان به واضح بیان می‌شود. تغییرات سریع باعث شده است که عده ای تحلیل شغل را زیر سؤال ببرند و از شغل زدایی صحبت کنند و از این رو اهمیت رویکرد شایستگی نسبت به رویکردهای سنتی افزایش یافته است (قلیپور، ۱۳۹۱، ۵۳)

➤ روند سیستماتیک بر فعالیتهای ترویجی تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد. ما دچار نوعی کهولت ساختاری شده ایم. یعنی در عین داشتن استعداد تحول، کهنگی ساختارها و نگرش غلط به انسان و توسعه انسانی، موجب شده که سازمانهای ما بستر مناسب برای رشد کارآفرینی و به طبع، فن آوری نباشد. گسستن از سازمانهای مکانیکی و داشتن خصیصه ارگانیکی همراه با سیستمهای فنی و اجتماعی به این معناست که ساختار سازمانی به سوی پویایی انعطاف پذیری، عدم تمرکز، نوآوری، فعالیت تیمی، تفویض اختیارات، خودکنترلی، استقلال و غیره ... در حرکت است و با توجه به کارآفرینی هرچقدر سازمانها به سوی ساختارهای نوین تغییر ماهیت می دهند، انگیزه مفهوم کارآفرینی هم بالا می رود.

➤ روند سیستماتیک بر فعالیتهای پژوهشی تاثیر معناداری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد. توانمندسازی کارمند شامل تامین میزان بیشتری از انعطاف پذیری و آزادی بیشتر برای تصمیم گیری در ارتباط با کار است (گریزلی و همکاران، ۲۰۰۵). توانمندسازی ارتباط نزدیکی با ادراک افراد در مورد خودشان در رابطه با محیطهای کاریشان دارد (کو و همکاران، ۲۰۱۰). جونز و همکاران (۲۰۱۳) معتقدند که: محیط پیرامونی افراد برای افزایش توانمندسازی کارمند اهمیت زیادی دارد چون توانمندسازی خصیصه شخصیتی پایدار یا بادوام نیست بلکه یک مجموعه از شناختهای ایجاد شده توسط محیطهای کاری است. در یک مطالعه جدید، جو و شیم (۲۰۱۰) نقش میانجی مثبت فرهنگ یادگیری سازمانی بین توانمندسازی و رفتار مثبت کارمند پیدا کردند، جایی که نتایج آنها نشان داد که اگر سازمان فرهنگ یادگیری بالایی در حضور توانمندسازی داشته باشد، رفتار کارمند به شدت تحت تاثیر قرار می گیرد (کریشنا و همکاران، ۲۰۱۸).

➤ فعالیتهای آموزشی بر آموزش کارآفرینی تاثیر معناداری دارد.

➤ فعالیتهای ترویجی بر آموزش کارآفرینی تاثیر معناداری ندارد. براساس دیدگاه نظریه سیگنال دهی، سازمانهایی که فرهنگ یادگیری را پرورش می دهند، به کارمندان نشان می دهند که مدیریت از تبادل دانش و مهارت یادگرفته شده توسط آنها از برنامههای توسعه منابع انسانی حمایت می کند (کریشنا و همکاران، ۲۰۱۸). این فرهنگ که انتقال دانش و تسهیم دانش را تسهیل می کند، تاثیر مثبتی بر شایستگیهای کارمند دارد. براساس نظریه یادگیری تجربی (کولب، ۱۹۸۴)، فرآیند یادگیری تحت تاثیر دو عنصر است: تعامل فرد با سهامداران مختلف و بازخورد دانش فرد از مافوق و همکاران. با اشاره به این نکته، این باور کارمندان که سازمان فرهنگ یادگیری مناسب را از طریق بازخوردهای منظم و نظارت ارتقاء

می‌دهد، به آنها انگیزه می‌دهد تا مهارت و دانش لازم را کسب و تسهیم کنند (کلارک و همکاران، ۱۹۹۳). از این رو، فرآیند فرهنگ یادگیری به عنوان یکی از مهمترین و مناسب ترین عوامل بافتی و محیطی برای تقویت شایستگی‌های کارمند شناخته می‌شود (جنونگ و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین توان گفت که فرهنگ یادگیری سازمانی نقش میانجی مهمی بین توسعه منابع انسانی و شایستگی‌های کارمند بازی می‌کند.

➤ فعالیت‌های پژوهشی بر آموزش کارآفرینی تاثیر معناداری دارد. فرناندز و مولدوگازیف (۲۰۱۳) اعلام کرده اند که «توانمندسازی کارمند یک سازه رابطه ای است که توضیح می دهد چطور افراد قدرتمند در سازمان قدرت و اختیار رسمی خود را با افرادی که آن را ندارند، تسهیم می کنند». سازمان‌ها اقدامات توانمندسازی را براساس این انگاره پیاده سازی کرده اند که وقتی کارمندان می توانند در تصمیم گیری شرکت کنند و مسئولیت داشته باشند، خروجی‌هایی مانند عملکرد و دانش کارمند تقویت می شود (ماینارد و همکاران، ۲۰۱۲). سازمان‌هایی که روابط هماهنگ بین مافوق و زیردست را تشویق می کنند باعث می شوند که کارمندان در بیان پیشنهادات خلاقانه خود احساس آزادی کنند که به غنای انگیزه فردی کمک می کند (فرناندز و مولدوگازیف، ۲۰۱۲). زمانی که کارمندان توانمند شدند و استقلال و انعطاف پذیری داشتند، انگیزه بیشتری پیدا می کنند و مسئولیت کامل برای پیدا کردن راه‌های جدید و توسعه مهارت‌های جدید برای پاسخ به چالش‌ها را قبول می کنند (لو و همکاران، ۲۰۱۴). کانتر (۱۹۹۳) و لاشینگر (۱۹۹۶) توانمندسازی ساختاری را به عنوان ساختارهای محیط کار تعریف می کنند که کارمندان را قادر می سازد تا به طرق معنی دار کار کنند. این سازه‌ها کارمندان را با تامین دسترسی به اطلاعات لازم برای انجام کار به بهترین شکل، حمایت از همکار و بازخورد مافوق، منابعی مانند زمان و تامین برای انجام کار و فرصت برای یادگیری و رشد درون سازمان توانمند می کنند (کریشنا و همکاران، ۲۰۱۸).

➤ آموزش کارآفرینی بر توسعه منابع انسانی تاثیر معناداری دارد. محققان (سونگ و چوی، ۲۰۱۴) معتقدند که سازمان‌ها باید اقدامات توسعه منابع انسانی را طراحی و اجرا کنند تا فرد بتواند کارکرد موثری داشته باشد و انتظارات عملکردی را از طریق بهبود شایستگی‌های فردی برآورده کند. کهو و رایت (۲۰۱۳) معتقد است که توسعه منابع انسانی مولفه پایه‌ای است که کارمند در جهت فراگیری شایستگی‌ها بدان نیاز دارد و در مقابل عملکرد سازمان را به شکل معنی داری بهبود می بخشد. در حقیقت، هدف کلی اقدامات توسعه منابع انسانی ایجاد یک کارمند شایسته و یامهارت است که شغل منتصب را به خوبی انجام داده و به خروجی تجاری سازمان کمک می کند (نولان و گاراوان، ۲۰۱۶). پژوهشگران نتیجه اقدامات توسعه منابع انسانی را بررسی کرده و گزارش داده اند که این کاربست‌ها قابلیت‌های کارمندان را در شغل، بهره وری و راندمان بهبود می بخشد (آلاگارا و همکاران، ۲۰۱۵). یوواراج و مولوگتا (۲۰۱۶) همین نتایج را مطرح می کند که نشان می دهد اقدامات توسعه منابع انسانی همواره قابلیت و عملکرد کارمندان

را از طریق اقدامات جاری آموزش، توسعه شغلی، ارزشیابی عملکرد و مولفه‌های توسعه سازمانی توسعه منابع انسانی، بهبود می‌بخشد. این مطالعه دو کاربست را ارزیابی کرد: تیم‌سازی و توانمندسازی کارمند که در سازمان‌های منتخب اجرا شده بودند.

## منابع

- احمد پور داریانی محمود، علی داوری و عادلہ قربان پور (۱۳۸۹). بررسی عوامل بازدارنده و موانع محیطی توسعه کارآفرینی در کشور با استفاده از نتایج چارچوبهای محیط کسب و کار (در راستای محور بررسی تنگناها و موانع پیشرفت کارآفرینی و راهکارهای مقابله با آنها). ۱۳۰.
- احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۸۷)، مبانی کارآفرینی، تهران: نشر شرکت پردیس، ص ۱۸
- آذر، عادل؛ تیزرو، علی؛ مقبل، عباس؛ انواری، اصغر. (۱۳۸۹)، طراحی مدل چابکی زنجیره تامین با رویکرد مدل سازی تفسیری- ساختاری، پژوهش‌های مدیریت در ایران (مدرس علوم انسانی)، دوره ۱۴، شماره ۴ (پیاپی ۶۹)؛ صص ۱-۲۵.
- آذر، عادل؛ تیزرو، علی؛ مقبل، عباس؛ انواری، اصغر. (۱۳۹۶)، طراحی مدل چابکی زنجیره تامین با رویکرد مدل سازی تفسیری- ساختاری، پژوهش‌های مدیریت در ایران (مدرس علوم انسانی)، دوره ۱۴، شماره ۴ (پیاپی ۶۹)؛ صص ۱-۲۵.
- آذر، عادل؛ بیات، کریم. (۱۳۹۴)، طراحی مدل فرآیند محوری کسب و کار با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱، شماره ۱، صص ۳ تا ۱۸.
- آذر، عادل؛ بیات، کریم. (۱۳۹۶)، طراحی مدل فرآیند محوری کسب و کار با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱، شماره ۱، صص ۳ تا ۱۸.
- آرمان، مانی و شفیعی، محبوبه (۱۳۹۶)، قابلیت‌های رقابتی در شرکتهای دانش بنیان: مدلی برای تبیین نقش چابکی استراتژیک و یادگیری استراتژیک. فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول. دوره ۲۶، شماره ۸۳.
- استاد زاده، زهرا. (۱۳۸۲)، کارآفرینی، توسعه و اشتغال، رهیافت، ۱۳۸۲: ۷۱-۸۱
- اسدالله، مهسا، ثانوی فرد، رسول و حمیدی زاده، علی (۱۳۹۸)، الگوی کسب و کار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فیتکها و استارت‌آپهای مالی، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری / دوره هفتم / شماره ۲ / تابستان ۱۳۹۸
- الوانی، مهدی؛ آذر، عادل؛ دانایی فرد، حسن. (۱۳۹۵)، روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، انتشارات صفار امیرخانی، ط. و عارف نژاد، م (۱۳۹۱)، تحلیل تأثیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه‌ی روانشناختی بر سرمایه‌ی اجتماعی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۸۹-۱۱۲
- انصاری، منوچهر؛ احمدپورداریانی، محمود و بهروز آذر، زهرا (۱۳۸۹). ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه ی کارآفرینی اجتماعی در موسسه‌های خیریه ی استان تهران توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره هشتم، صص ۶۴-۳۷.
- آراستی، زهرا؛ ملکی، محمد مهدی والی نژاد، محبوبه و مبارکی، محمدحسن (۱۳۹۲). انگیزه‌های زنان کارآفرین در راه اندازی کسب و کار و تأثیر آن در رشد کسب و کار. مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان. سال ۱۱، شماره ۱، صص ۹۲-۷۱.
- باب‌الحوایجی، فهیمه. (۱۳۹۴)، تحلیل محتوا، فصلنامه کتاب.
- باورصاد، بلقیس؛ نوروزی، پویا و حاجی پور، بهمن (۱۳۹۹). تبیین الگوی بهبود ساز و کارهای کسب و کار. مطالعات مدیریت راهبردی. شماره ۲۹، صص ۶۴-۳۷.
- بخش امین، منصور؛ جمالی، اختر؛ رشادت جو، فریده. (۱۳۹۷). ارائه الگوی توانمندسازی نخبگان در تعامل با محیط کسب و کار مبتنی بر اقتصاد دانش بنیان. پژوهش اجتماعی، ۱۰ (۳۹)، ۱-۳۷.

پژوهشی جهرمی، امین (۱۳۹۶). نوآوری در مدل کسب و کار (عامل جدیت مزیت رقابتی). بررسی‌های بازرگانی. شماره ۸۰، صص ۱۳-۱.

تابع جماعت، ماشاله؛ موسی خانی، مرتضی الوانی، سیدمهدی و داوری، علی (۱۳۹۶). الگوی کارآفرینی استراتژیک. فصلنامه پژوهشهای سیاستگذاری و برنامه‌ریزی انرژی. سال ۳، شماره ۷، صص ۲۰۰-۱۷۱.

تبریزی، منصوره. (۱۳۹۳)، تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی، نشریه علوم اجتماعی، شماره ۶۴، صص ۱۰۵ تا ۱۳۸.

توکلی، ریحانه (۱۳۹۵)، طراحی سازمان بر پایه مدل کسب و کار با رویکردی بر مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)، فصلنامه اختصاصی تبلیغات و بازاریابی پارس مدیر، شماره ۳، تابستان ۱۳۹۵

جلالی، رستم. (۱۳۹۱)، نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، دوره ۱، شماره ۴، صص ۳۱۰ تا ۳۲۰.

رنجبر، هادی؛ حقدوست، اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدول، علی. (۱۳۹۱)، نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. پژوهش علوم سلامت و نظامی، دوره ۲، شماره ۳، صص ۲۳۸ تا ۲۵۰.

رضایور نصرآباد، رفعت. (۱۳۹۶)، معیارهای اعتبار و پایایی در پژوهش‌های کیفی. مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، ۴۹۳-۴۹۹.

رضایی منش، بهروز؛ رودساز، حبیب اله؛ تقری فرد، محمدنقی؛ حقیقی کفاش، مهدی و کمرئی، عباس (۱۳۹۱). شناسایی قابلیت‌ها و منابع لازم جهت تغییر در مدل کسب و کار در بانک‌های تجاری ایران. فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه گذاری سال ۶، شماره ۲۱، صص ۱۷۳-۱۷۱.

رضوانی م، اصلاحی م. (۱۳۹۲)، مفهوم‌پردازی مدل‌های کسب و کار الکترونیک صنعت بانکداری و ارائه الگو در بانکهای نوظهور. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۱۰۵، ۱۲۵-۱۴۴

روئقی، محمدحسین و روئقی، مرضیه (۱۳۹۳)، ارائه مدل بلوغ هوشمندی کسب و کار در بین سازمان‌های ایرانی، رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد، سال دهم، شماره ۳۸

زندحسامی، حسام و بیات، نرگس. (۱۳۹۵)، انتخاب مدل کسب و کار برای شرکتهای دانش بنیان مستقر در مراکز رشد. مجله مدیریت و توسعه تحول، دوره ۱۳۹۵، شماره ۲۶، ۵۹-۶۹

زغفریان، رضا، نیرومند، پوراندخت، رنجبر، محبوبه (۱۳۹۰)، الگوهای طراحی مدل کسب و کار، کار و جامعه، شماره ۱۳۵، شهریورماه ۱۳۹۰

زنجیرچی، محمود؛ کرباسیان، مهدی؛ جوانمردی، محمد؛ خبوشانی، اعظم. (۱۳۹۰)، طراحی یک رویکرد تلفیقی از الگوی ساختار تفسیری (ISM) و TOPSIS-AHP فازی برای انتخاب و رتبه‌بندی تامین‌کنندگان چابک، مدیریت تولید و عملیات، دوره دوم، شماره ۱، صص: ۱۰۷-۱۳۴.

زندحسامی، حسام؛ بیات، نرگس. (۱۳۹۵). انتخاب مدل کسب و کار برای شرکتهای دانش بنیان مستقر در مراکز رشد. مجله مدیریت توسعه و تحول شماره ۲، صص ۵۹-۶۹.

زیودار، مهدی، ایمانهنی پور، نرگس، طالبی، کامبیز و حسینی، سید رسول (۱۳۹۵)، الگویی برای تصمیم‌گیری در مورد ایجاد کسب و کار جدید با رویکرد نظریه داده بنیاد، نشریه علمی - پژوهشی مدیریت نوآوری، سال پنجم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۵، ۱۰۹-۱۳۴

سپهری، م. . ۱۳۸۷ طراحی سازمان بر اساس مدل کسب و کار، مجله علمی پژوهشی شریف، شماره ۴۵.

سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه. (۱۳۹۴)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه، چاپ چهاردهم.

سعادت، احمد. (۱۳۹۴)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر پایداری کسب و کار در طبقات مشاغل خرد. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد

سعیدی کیا، مهدی، (۱۳۸۵)، مبانی و اصول کارآفرینی، چاپ سوم

- سلمانی زاده، عباس و انصاری، محمدتقی (۱۳۸۸). ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان کشور. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال نهم، شماره ۳۳.
- شاملو، اصغر؛ زارعی، بهروز و سلام زاده، آیدین (۱۳۸۸). طراحی مدل کسب و کار شرکت‌های ICT. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره ۱۶ و ۱۵، صص ۵۱-۲۵.
- شربتداران، هدیه، یدالهی، جهانگیر، آقاجانی، علی اکبر (۱۳۹۷)، توسعه مدل کسب و کار و پایدار سازی مشاغل، همایش ملی کارآفرینی، توسعه صادرات و بین المللی سازی کسب و کار
- شریف زاده، محمد شریف، عبدالله زاده، غلامحسین، پهلوانی، محمدزاده (۱۳۹۶)، رابطه ی مولفه‌های سرمایه‌ی روان شناختی و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۰
- شریفزاده، ا. و عبدا...زاده، غ. (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین سبک یادگیری و خصایص کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره . ۶۴، ۱۵۲-۱۳۱
- شریفزاده، م. و زمانی، غ (۱۳۸۵)، روحیه کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی: مطالعه موردی دانشگاه شیراز. مجله علوم کشاورزی ایران، ویژه‌نامه اقتصاد و توسعه کشاورزی. جلد ۲-۳۷، شماره ۱، ۱۱۵-۱۰۷
- صدری نیا، محمد، سمانه میر اسدی و محسن وروانی (۱۳۸۸). روشهای مختلف تأمین مالی بنگاههای کوچک و متوسط در مراحل مختلف دوره عمر، رشد فناوری، ۱۲۳-۲۱
- عباس‌زاده، محمد. (۱۳۹۷)، تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی، سال بیست و سوم، شماره پیاپی ( ۴۵ )، شماره اول.
- عظیم زاده، سید مرتضی؛ احسانی، محمد؛ کردنائیچ، اسدا... و کوزه چیان، هاشم (۱۳۹۳). تبیین مدلی مفهومی برای ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط ورزشی. مطالعات مدیریت ورزشی. ۶ (۲۲). ۲۰۸-۱۸۹
- علایی، عذرا (۱۳۹۳)، بررسی مولفه‌های موثر بر کارآفرینی و شیوه‌های پرورش آن در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه - شماره - ۶۷ فروردین ماه ۱۳۹۳
- علم بیگی، امیر (۱۳۹۴). گرایش به راه اندازی کسب و کار شخصی بر پایه شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان در پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. شماره ۳۴، صص ۸۸-۷۸.
- فاضلی، محمدرضا. (۱۳۹۶)، روش تحلیل محتوا، از کمی گرایی تا کیفی گرایی، روش / سال هفتم/ روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، شماره بیست و سه.
- فروهرم. هویدا، ر. و جمشیدیان، ع (۱۳۹۰)، تبیین رابطه سرمایه‌ی روانشناختی و کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت علمی دانشگاه. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی، ۲ (۸)، ۸۴-۱۰۰
- فتحی، سعید، (،) ۱۳۸۲ خود کارآفرینی، راهبرد اشتغال برای ورود به قرن ۲۱ صفحه ۱.
- مرعشیان، ف. و نادری، ف. (۱۳۹۲)، فرهنگ سازمانی، هوش هیجانی و سرمایه‌ی روان شناختی با خودکارآمدی شغلی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان سازمان آب و برق خوزستان. مجله دانش و پژوهش در روان شناسی کاربردی، سال چهاردهم، شماره ۳، (پیاپی ۵۳)، ۱۱۲-۱۲۱
- مسعودنیا، ابراهیم. (۱۳۸۶)، بررسی اعتبار پارادایم‌های شخصیتی در مطالعه و پیش بینی کارآفرینی، دانشور رفتار، ۱۴ (۲۳): ۵۳-۶۴
- مشبکی، اصغر. صادقیانی، فرشاد. و صادقیانی، ایوب (۱۳۹۴)، ارزش ویژه برند با رویکردی به بازار ایران، تهران: انتشارات بازاریابی، چاپ اول
- مهرداد، ندا؛ حق دوست، فاطمه. (۱۳۹۶)، تحلیل محتوای کیفی، انتشارات بشری

نادری فر، مهین؛ گلی، حمیده؛ فلجایی، فرشته. (۱۳۹۶)، گلوله برفی، روشی هدفمند در نمونه‌گیری تحقیقات کیفی، نشریه گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، سال چهاردهم، شماره ۳-۴ (پیاپی ۴۱) نیرومند، پوران‌دخت؛ مسجدیان جزئی، سهراب و یعقوبی فر، یوسف. (۱۳۸۹)، مدل کسب و کار عامل حیاتی موفقیت کسب و کار، مجله کار و جامعه، شماره ۱۲۳-۱۲۴

نیرومند، پوران‌دخت؛ زعفریان، رضا قاسم زاده، فریدون و دلخوش کسمایی، ابوالقاسم (۱۳۹۱). انتخاب مدل کسب و کار مناسب برای بنگاه‌های اقتصادی فعال در حوزه ی اینترنت همراه در ایران با استفاده از رویکرد تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی، مدیریت فناوری اطلاعات. دوره ۴، شماره ۱۳، صص ۱۸۶-۱۷۱.

نیک بین، حسین، بدیع زده، علی، دوری، علی و حسینی نیا، غلامحسین (۱۳۹۷)، ارائه مدل کسب و کار مؤثر در حوزه کسب‌وکارهای الکترونیکی با روش شبکه‌خزانه، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری/ دوره ششم/ شماره ۱، تابستان ۱۳۹۷

- Afuah, A.; 2014. Business models: a strategic management approach, McGraw-Hill, Irwin
- Habibi, A., Jahantigh, F. F., & Sarafrazi, A. (2015). Fuzzy Delphi Technique for Forecasting and Screening Items. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 5(2), 130-143.
- Hall, A., and DeVaney, S.A.(2009) Factors that Influence Small Business Start-up, 2009, The 55th Annual Conference of the American Council on Consumer Interests, July 26-28, 2009 in Milwaukee, Wisconsin
- Hamel, G. (2000). *Leading the revolution*. HBS Press.
- handbook. Phi Delta Kappa Intl Inc; 2015.39-43. healthcare. 3rd ed. Chichester, West Sussex, U.K. ; Ames,
- Hattab, W. H. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*. 23(1):1-18.
- Hautz, J., Mayer, M.C., and Stadler, C. (2013). Ownership identity and concentration: a study of their joint impact on corporate diversification. *British Journal of Management*, 24, 1, 102-126.
- Hayek, M., 2012. Control Beliefs and Positive Psychological Capital: Can Nascent Entrepreneurs Discriminate between What Can and cannot be controlled? *Journal of Management Research*. 12(1), pp. 3-13.
- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P. C., 2010. A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of business venturing*, 25(2), pp. 217-229.
- Hmieleski, K.M. and Carr, J.C. 2008. The relationship between entrepreneur psychological capital and new venture performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 28(4):1-16.
- Hmieleski, K.M.; Lerner, D.A.(2016) The dark triad and nascent entrepreneurship, An examination of unproductive versus productive entrepreneurial motives. *J. Small Bus. Manag.* **2016**, 54, 7-32. [CrossRef]
- Holloway, I. (2010). *Qualitative research in health care*. McGraw-Hill Education (UK).
- Hormozi, A. *Becoming an entrepreneur*(2004): How to start a small business, *International Journal of Management*, 2004; 21(3): 278-85.
- Horowitz AS. (1996). The real value of VARS: resellers lead a movement to a new service and support. *Marketing Computing*, 16(4): PP 31-36
- Hribar I.(2010) Rajterič, Overview of business intelligence maturity models, *Management* 15 (1) 47-67
- Hsu, P. F., & Chen, B. Y. (2017). Developing and implementing a selection model for bedding chain retail store franchisee using Delphi and fuzzy AHP. *Quality & Quantity*, 41(2), 275-290.
- Hsu, Yu-Lung; Cheng-Haw Lee, V.B. Kreng. (2018), The application of Fuzzy Delphi Method and Fuzzy AHP in lubricant regenerative technology selection, *Expert Systems with Applications*, Vol. 37, PP. 419-425.



- Huang J. W., Li Y. H. (2009) "The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance ", *International Journal of Manpower*, 30(3): 285-301.
- Hung R.Y.Y., Lien B.Y.H., Yang B., Wu C. M., Kue.Y. M. (2011) "Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high- tech industry", *International Business Review*, 20(2): 213-225
- IBM, Global CEO Study(2008): The Enterprise of the Future (IBM Global Business Services.
- Immelt, J.R., Govindarajan, V., and Trimble, C. (2009). How GE is disrupting itself. *Harvard Business Review*, 87, 10, 56-65
- Inyang, B. J. & Enuoh, R. O. (2009). Entrepreneurial competencies: The missing links to successful entrepreneurship in Nigeria. *International business research*, 2(2), 62
- Izaidin A. M., Mohd, T. D., and 3 Mohd, F. K.(2008) Factors influencing the formation of business ventures, *Journal of Human Capital Development*, 2008, 1 (1): 29-40.
- Izquierdo, E. & Deschoolmeester, D. (2010). What entrepreneurial competencies should be emphasized in entrepreneurship and innovation education at the undergraduate level. *Handbook of research in entrepreneurship education*, 3, 194-207.
- Izquierdo, E. Deschoolmeester, D. & Salazar, D. (2005, July). The importance of competencies for entrepreneurship: A view from entrepreneurs and scholars' perspective. In Present at IntEnt Conference in Reino Unido.
- Jeon, Y.(2018) Analysis of the impact of start-up mentoring on strengthening business capabilities of one-man design entrepreneur-focusing on 'Creative Maestro Job Creation Project'. *J. Digit. Converg.* 2018, 16, 343-349.
- Kahneman, D., 2003. A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. *American psychologist*, 58(9), p. 697.
- Kauko-Valli, S. Niittykangas, H. and Haapanen, M. 2009. Positive psychological capital and growth aspirations of Entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(4):1-2.
- Kawaf F, & Tagg S. (2017). The construction of online shopping experience: a repertory grid approach. *Computers in Human Behavior*, 72: PP 222-232.
- Kent, C.; Sexton, D.L.; Vesper, K.(2018) *Encyclopedia of Entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-