

شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های مؤثر در انتخاب کسب و کارهای کارآفرینانه برتر

محسن انصاری*

کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران

قنبر محمدی الیاسی**

استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران

محمدرضا زالی***

استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران

مرتضی رضایی‌زاده****

دانشجوی دکتری رشته آموزش مجازی و کارآفرینی - دانشگاه لیمریک - ایرلند

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۰۱/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۰/۱۲

چکیده

شناسایی و انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه، یکی از فعالیتهای کلیدی دولتها برای تشویق افراد جامعه به کارآفرینی است. بنابراین، تحقیق حاضر با هدف شناسایی، رتبه‌بندی و وزن‌دهی مؤلفه‌های مؤثر در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپا انجام شده است. این تحقیق از نوع آمیخته و ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه گروهی با ۱۰ نفر از کارآفرینان برتر نوپا در سطح ملی و توزیع پرسشنامه در بین ۳۰ نفر از داوران جوایز کارآفرینی و کارآفرینان منتخب است. برای تحلیل داده‌ها از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌های مهارتهای فردی، تیم کاری، مهارتهای اجتماعی، سه مؤلفه مهمی هستند که در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپای برتر

* مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: ansarim@ut.ac.ir

** پست الکترونیکی: elyasi@ut.ac.ir

*** پست الکترونیکی: mrzali@ut.ac.ir

**** پست الکترونیکی: Morteza.Rezaeizadeh@ul.ie

مناسب است. یافته‌ها نشان می‌دهد که حوزه توانمندسازها و حوزه نتایج به ترتیب دارای وزن ۵۴ و ۴۶ درصد است. مهارت‌های فردی بالاترین اهمیت و بازگشت سرمایه، پایین‌ترین رتبه را دارند.

واژه‌های کلیدی: جوایز کارآفرینی، کارآفرینان برتر، کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر، مؤلفه‌های کسب‌وکارهای کارآفرینانه، معیارهای توانمندساز.

طبقه‌بندی JEL: M12, Z19, M13, O10, M10.

۱. مقدمه

دولت‌ها در کشورهای مختلف سه نوع سیاست شامل: تنظیمی، شناختی و هنجاری را برای توسعه کارآفرینی به کار گرفته‌اند (اسکات، ۱۹۹۵).^۱ آنها با ارائه کمک‌های مالی و ساده سازی قواعد بوروکراتیک، محیط تنظیمی را برای کارآفرینی به وجود می‌آورند. از طریق ارائه برنامه‌های ارتقای دانش و مهارت کارآفرینان، محیط شناختی را بهبود داده و در نهایت از طریق فعالیتهای لازم برای بهبود برداشت جامعه نسبت به بخش کارآفرینی، محیط هنجاری را تقویت کرده‌اند (دانایی فرد، ۱۳۸۶: ۲۳۱).

یکی از فعالیتهایی که دولت‌ها می‌توانند در جهت نقش هنجاری خود برای تشویق افراد جامعه به سوی فعالیتهای کارآفرینی انجام دهند، طراحی و برگزاری جوایز و جشنواره‌های کارآفرینی و معرفی الگوهای برتر این حوزه به جامعه است. (دانایی فرد، ۱۳۸۶: ۲۳۱). وجود الگوهای کارآفرین در خانواده و گروه همسالان در بسیاری از پژوهشها به عنوان عامل اثرگذار در ایجاد انگیزه‌های کارآفرینی شناخته شده است. بروخ هاوس و نورد^۲ (۱۹۷۹)، هیسریچ و فیولپ^۳ (۱۹۹۵) و جم^۴ (۲۰۰۴) در مطالعات تطبیقی نشان می‌دهند که در کشورهای مختلف برای تشویق کارآفرینی، جوایز گوناگونی از قبیل: جایزه کارآفرین برتر،^۵ جایزه کارآفرین برتر زن کانادا،^۶ جایزه پایداری در امریکا،^۷ جایزه جهانی دانشجوی کارآفرین،^۸ مسابقه طرح کسب‌وکار کارآفرینی اجتماعی،^۹ جایزه کارآفرینی برتر ایالتی،^{۱۰} مسابقه کسب‌وکارهای کوچک نیویورک^{۱۱} اعطا می‌شود که به‌نحوی

¹ Scott

² Brockhaus and Nord

³ Hisrich and Fulop

⁴ GEM

⁵ The Best Entrepreneur Award

⁶ Entrepreneurial Winning Women

⁷ The Sustainability Award

⁸ The Global Student Entrepreneur Awards (GSEA)

⁹ Social Entrepreneurship Business plan Competition (2010)

¹⁰ Minnesota Cup for Entrepreneurs

¹¹ The New York Small Business Awards

برانگیزاننده افراد در سطوح و صنایع مختلف است. در ایران نیز جوایزی در این حوزه اعطا می‌شود که با توجه به اینکه چارچوب‌های جاری در کشور با رویکرد علمی و یا الگوبرداریهای اصولی برنامه‌ریزی نشده و سطحی طراحی شده است، وجه تمایز بین برگزیدگان و دیگران به صورت اساسی آشکار نمی‌شود و نارضایتی فراوانی در بین شرکت‌کنندگان ایجاد کرده است. شاخصها و ضوابط کاملاً مشخص نیستند و تصور انتخابهای غیررقابتی وجود دارد.

پژوهشهای فراوانی در حوزه ویژگیهای افراد کارآفرین انجام شده است و اغلب آنها فهرستی از ویژگیهای روان‌شناسی یا شخصیتی کارآفرینان را ارائه داده‌اند، اما پژوهشهای کمتری به تبیین همزمان ویژگیهای کسب‌وکار و نیز شخصیتی کارآفرینان موفق جهت شناسایی و انتخاب کسب و کارهای کارآفرینانه نوپای موفق پرداخته‌اند، مرجان^۱ (۲۰۱۱). بنابراین این پژوهش در صدد است تا با بررسی نظامهای ارزیابی و انتخاب برترینها در سطح ملی و بین‌المللی، بررسی پیشینه پژوهش مرتبط با موضوع، کسب نظرها و دیدگاه‌های فعالان حوزه کارآفرینی بویژه صاحبان کسب و کارهای نوپا و داوران جشنواره‌ها و مسابقات کارآفرینی در کشور، مؤلفه‌های مؤثر در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر نوپا، شناسایی، رتبه‌بندی و وزن‌دهی شوند.

۲. مروری بر ادبیات پژوهش

۲-۱. ویژگیهای کارآفرینان موفق

کارآفرینی فرآیند ایجاد و بهره‌برداری از فرصتهای کارآفرینانه برای تولید و ارائه کالاها و خدمات (شین و ونکاتارامان، ۲۰۱۱؛ ۲۰۰۰) همراه با صرف وقت، تلاش و پذیرش خطرهای مالی، روحی، اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است (هستریچ و همکاران، ۲۰۰۲). لذا بسیاری از پژوهشها ویژگیهای فرد کارآفرین را به منزله یکی از مهمترین عوامل موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه می‌دانند، به گونه‌ای که نیاز به توفیق بالا، استقلال‌طلبی، خطرپذیری، مرکز کنترل درونی، اراده و خلاقیت مهمترین خصوصیات کارآفرینان موفق معرفی شده‌اند. از طرفی، درک ارزشهای فردی صاحبان کسب‌وکار به عنوان عامل پنهان در انتخاب معیارهای موفقیت بسیار مهم است زیرا بر سلامتی، رفاه و موفقیت مالی صاحبان کسب و کار تأثیر فراوان دارد و در رضایت یا نارضایتی او از عملکرد کسب‌وکار تأثیرگذار است (بردی و شوارتز، ۲۰۰۳). از دیدگاه کالیندو و همکاران (۲۰۱۱) ویژگیها و قابلیت‌های کارآفرینی شامل برونگرایی، توافق‌پذیری، ثبات عاطفی، هوشیاری و باز بودن نسبت به تجربه است. اوین یورا و همکاران^۳

^۱ Marjan

^۲ Bardi and Schwartz

^۳ Obene et al.

(۲۰۱۱) نیز از خطرپذیری، خوش‌بینی، کنترل درونی، رقابت، نوآوری و توفیق‌طلبی نام می‌برد. هورنادی و بانکر^۱ (۱۹۷۰) در پژوهشی با عنوان «طبیعت کارآفرینان موفق» پژوهشی در باره ویژگیهای کارآفرینان انجام داده و کارآفرین موفق را فردی می‌دانند که شروع به فعالیتی کرده که قبلاً وجود نداشته و آن را به مدت پنج سال تا زمان ارائه ساختار سودآور هدایت کرده است. آنها تحقیق خود را روی ۲۰ نفر از کارآفرینان منطقه بوستون که موفق به تأسیس شرکت شده بودند، انجام دادند و عنوان کردند که این افراد دارای ویژگیهای توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام و خلاقیت هستند. آنها همچنین بیان کردند که با تقویت این ویژگیها در افراد می‌توان زمینه‌های افزایش موفقیت کسب و کار را فراهم کرد.

لیتونن^۲ (۲۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان کارآفرینی و ویژگی‌های شخصی، توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانستن نحوه فعالیت در بازار، تخصص در تولید، مهارتهای مدیریت کسب و کار و توانایی همکاری با دیگران را از ویژگیهای کارآفرینان موفق شناخته است. یافته مهم پژوهش این که تغییر در ارتباطات کارآفرینان بر ویژگیهای شخصیتی کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد و هر چه کارآفرینی از ارتباطات قوی‌تری برخوردار باشد، موفق‌تر خواهد بود. در تحقیقی که جودیس و اسمیت^۳ (۲۰۰۵) انجام دادند، ویژگی کارآفرینان موفق به شرح زیر معرفی شد:

- **سطح انرژی بالا:** کارآفرین موفق باید ساعات طولانی در دوره‌های ابتدایی راه اندازی کسب و کار کار کند.
 - **اعتماد به نفس بالا:** یافته‌ها نشان می‌دهد کارآفرینان در انجام امور از اعتماد به نفس زیادی برخوردار هستند و بی‌امان اهدافشان را تعقیب می‌کنند.
 - **آگاهی جامع:** آنها از اوضاع پیرامون خود و کسب و کارشان آگاهی کامل دارند و با توجه به آن آگاهی تصمیم می‌گیرند.
- دارای چشم‌انداز هستند:
- **قابلیت ادراکی:** آنها دارای قابلیت ادراکی بالایی هستند. این کمک می‌کند کارآفرینان ارتباطات را در موقعیتهای پیچیده شناسایی کنند. آنها توانایی شناسایی مشکلات و یافتن فوری راه حلها را دارند.

همان‌طور که این پژوهشها نشان می‌دهند برای کارآفرینان موفق ویژگیهای فردی متعددی ارائه شده است، لذا سؤال پژوهشی به این صورت تدوین می‌شود. مؤلفه‌های فردی مناسب برای

¹ Hornaday and Bunker

² Littunen

³ Judith and Smith

انتخاب کسب و کارهای کارآفرینانه برتر کدامند؟

۲-۲. کسب و کارهای کارآفرینانه

در برنامه دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ (GEM)، فعالیتهای کارآفرینانه شامل تمامی فعالیتهای کارآفرینانه (نوپا و تثبیت شده) و نرخ خروج از کسب و کار است. (بوسما، ۲۰۰۸). یکی از ویژگیهای مهم کسب‌وکارهای کارآفرینانه رشد‌گرایی است (دانکلبرگ و کوپر،^۲ ۱۹۸۲). برخی صاحبان کسب و کار کوچک به دنبال رشد مستمر در کسب و کارشان هستند و افقهای دور را برای خود و کسب‌وکارشان متصور هستند تا جایی که به کسب‌وکار بزرگ تبدیل شوند، ولی بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک هرگز به رشد کسب‌وکار در آینده نمی‌اندیشند و به اصطلاح به شرایط فعلی کسب‌وکارشان و یا رشد اندک آن قانع هستند. دسته اول کسب‌وکارهای کارآفرینانه‌اند (کارلند و همکاران،^۳ ۱۹۸۴). بنگر^۴ (۲۰۰۶) هدف کلیدی کسب‌وکارهای کارآفرینانه را ایجاد دانشی جدید برای ساختن و حفظ مزیت رقابتی می‌داند. آلورز و بوسنیز^۵ (۲۰۱۱) مزایای رقابتی پایدار در کارآفرینی را توانایی کارآفرین در تشخیص فرصت، سازمان دادن منابع، آفرینش برون‌دادهای برتر و ناهم‌نواخت معرفی می‌کند. لچر و همکاران^۶ (۲۰۰۱) سنجه‌های موفقیت تیم‌های کارآفرینانه را سود، رشد، نوآوری، بقا، همکاری با جامعه، رضایت شخصی، رضایت ذی‌نفعان، تعادل بین کار و زندگی خصوصی، اعتبار عمومی، سودمندی یا مفید بودن می‌دانند. در تحقیقی که از سوی پایچ و لیتل^۷ (۲۰۰۲) با هدف بررسی معیارهای موفقیت از نگاه کارآفرینان حوزه صنایع دستی و مقایسه آن با سایر حرف‌ایالت‌های مریلند، ویرجینیا، کارولینای شمالی و جنوبی، تنسی و چند ایالت دیگر کشور آمریکا انجام شد، معیارهای موفقیت از نگاه آنها سود، رشد، رضایت شخصی، تنوع محصول تولیدی، کیفیت محصول و نوع ارزشگذاری مشتریان عنوان شد ولی وزن عوامل درونی نسبت به عوامل مالی به طور چشمگیری بیشتر بود. بارون و مارکمن^۸ (۲۰۰۳) دریافتند که کارآفرینانی که دارای سطوح بالاتری از خودکارآمدی، توانایی شناخت فرصتها، اراده شخصی، مهارتهای اجتماعی رده بالا و آشنا به حقوق فردی و قانونی

¹ Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

² Dunkelberg and Cooper

³ Carland et al.

⁴ Begner

⁵ Alvarez and Busenitz

⁶ Lechler et al.

⁷ Paige and Littrell

⁸ Baron and Markman

هستند، نسبت به بقیه موفق‌ترند. آنها همچنین به نقش ویژگیهای فرد کارآفرین مانند سطح بالایی از سرمایه اجتماعی (مانند شهرت و شبکه‌های اجتماعی گسترده و ...)، تأکید کرده‌اند. در تحقیقی که جولینو و جاس^۱ (۲۰۰۹) در سه کشور اروپایی آلمان، ایتالیا و اسپانیا انجام دادند، داشتن برنامه کسب‌وکار، روحیه کار تیمی، درصد مالکیت کسب و کار، فرصت جویی، سودخالص، سهم بازار و مالیات مثبت را به عنوان معیارهای سنجش موفقیت در نظر گرفتند.

در تحقیقی که ناتالیا و همکاران^۲ (۲۰۱۰) با هدف بررسی تأثیر تنوع ترکیب تیم‌های کارآفرینانه نوپا و سرمایه اجتماعی بر عملکرد کسب‌وکارها انجام دادند به این نتیجه رسیدند که سطوح بالای تنوع تیم‌های کارآفرینانه و همچنین سطوح بالای سرمایه اجتماعی باعث افزایش عملکرد تیم‌های نوپای کارآفرینی می‌شود. به بیان دیگر، ترکیب تیم‌های کارآفرینانه بر عملکرد تیم‌های کارآفرین مؤثر هستند. بر اساس یافته‌های این پژوهش در کسب و کارهایی که نیاز به پردازش اطلاعات و تصمیم‌گیریهای حساس دارند، تیم‌هایی که سطوح بالاتری از تنوع تخصص را دارند، دارای عملکرد بهتری هستند و تیم‌های با سطوح سرمایه اجتماعی بالا یک مزیت قابل توجه در طراحی و توسعه کسب و کار خود دارند. با توجه به پژوهشهای بیان شده می‌توان ویژگیهای ساختاری فرآیندی و مؤلفه‌های نتایج مؤثر در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه را پیشنهاد نمود، از این‌رو، این سؤال پژوهشی مطرح می‌شود: مؤلفه‌های ساختاری و عملکردی کسب و کارهای کارآفرینانه برتر کدامند؟

۲-۳. جوایز کسب و کار و کارآفرینی

در این پژوهش به منظور شناخت مؤلفه‌های اثرگذار در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر، محقق با بررسی بیش از ۳۰ جایزه و مسابقه مختلف در حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار، شاخصهای ارزیابی شرکت کنندگان در این مسابقات را احصا نموده که نتایج تعدادی از آنها به صورت خلاصه در جدول ۱ ارائه شده است. جایزه بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت^۳ از نه معیار تشکیل شده است. این نه معیار هسته اصلی و قلب این مدل هستند و مبنای ارزیابی قرار می‌گیرند (تیتو،^۴ ۲۰۰۷).

^۱ Julio and Jose

^۲ Natalia et al.

^۳ EFQM

^۴ Tito

جدول ۱. نمونه‌هایی از جوایز کارآفرینی و کسب و کار در سراسر جهان

ردیف	نام جایزه	جامعه هدف	معیارها
۱	جایزه دمینگ ^۱	جایزه کیفیت ملی برای صنایع در ژاپن	سیاستها، سازماندهی و مدیریت، آموزش، جمع‌آوری، انتشار و استفاده از اطلاعات کیفی، تحلیل، کنترل، تضمین کیفیت، نتایج، استانداردسازی، برنامه آینده
۲	جایزه بنیاد اروپایی مدیریت کیفی	اکثر کشورهای دنیا و تمام کشورهای اروپایی	رهبری، سیاست و راهبرد، مدیریت فرآیند، مدیریت منابع، رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، تأثیر اجتماعی، خروجی کسب‌وکار
۳	جایزه جهانی دانشجوی کارآفرین	دانشجویان مقطع کارشناسی در هر کجای جهان که شش ماه از فعالیت کسب‌وکارشان سپری شده باشد.	کسب درآمد، مالک عمده، نوآوری، ایجاد کسب و کار جدید، فرصت، برنامه کسب و کار
۴	جایزه کارآفرین جوان	کسب و کارهای زیر پنج سال فعالیت	رهبری اثربخش، دارای ظرفیت عالی رشد، داشتن سطح بالای آگاهیهای اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی، پایبندی به مسئولیتهای اجتماعی، فرصت جویی
۵	جایزه سالانه کارآفرین برتر		برنامه کسب و کار و راهبردها، عملکرد مالی سه سال اخیر کسب و کار از جمله: فروش، سود و سهم بازار، رشد اشتغال، تأثیر کسب و کار بر بخش صنعت و اقتصاد صنعت
۶	کسب و کار جوان امریکا	کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با عمر کمتر از پنج سال	چشم‌انداز و برنامه توسعه شرکت، صورت جریان نقدی، سودآوری، برنامه کسب‌وکار، موفقیت‌های مالی شرکت، مدارک و گواهینامه‌های دریافتی، تعهد و پایبندی به مسئولیتهای اجتماعی
۷	جایزه کسب و کارهای در حال رشد انگلیس	کسب‌وکارها کوچک و متوسط و در حال رشد مستقر در کشور انگلستان است.	راه اندازی یک کسب‌وکار جدید، توانایی رشد و سودآوری، داشتن چشم‌انداز، میزان فروش، رشد اشتغال، پذیرش ریسک (خطر)، طرح کسب و کار
۸	جایزه کسب و کار اروپا	کسب‌وکارهای دارای نوآوری در قاره اروپا	رضایت کارکنان، رضایت مشتری، توجه به محیط زیست، میزان توجه به مسئولیتهای اجتماعی و زیست محیطی، داشتن برنامه صادرات، سهم بازار، میزان فروش، سود و درآمد، برنامه کسب و کار، توانایی رشد
۹	جایزه کارآفرین برتر ایران	کسب و کارهای با عمر کمتر از هفت سال	ویژگی جسمانی، نوآوری، خطرپذیری، آینده‌نگری، اشتغال، منطقه جغرافیایی، افتخارات و نشانها

حوزه توانمندساز: این حوزه نشان‌دهنده عواملی است که سازمان را در رسیدن به نتایج عالی، توانمند می‌کند و شامل پنج معیار؛ رهبری، سیاست و راهبرد، مدیریت فرآیند، مدیریت منابع، مدیریت افراد است.

^۱ Baldrige Award

حوزه نتایج: این حوزه نشان‌دهنده نتایجی است که کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف به آنها دست خواهد یافت. به عبارت دیگر، این معیارها نشان‌دهنده نتایج و دستاوردهای حاصل از اجرای مناسب توانمندساز هستند. آنها را می‌توان نتایج مشهود و نامشهود کسب‌وکار دانست اشیون^۱ (۲۰۰۴). این معیارها شامل: رضایت کارکنان، رضایت مشتریان، تأثیر اجتماعی، خروجی کسب‌وکار است. در مجموع معیارهای مدل دارای ۱۰۰۰ امتیاز است که نیمی از این امتیازات مربوط به توانمندسازها و نیمی دیگر مربوط به نتایج است. با توجه به تنوع معیارهای انتخاب در این جوایز، سؤال پژوهشی زیر مطرح است. مهمترین معیارهای انتخاب در جوایز کسب و کار کدامند؟

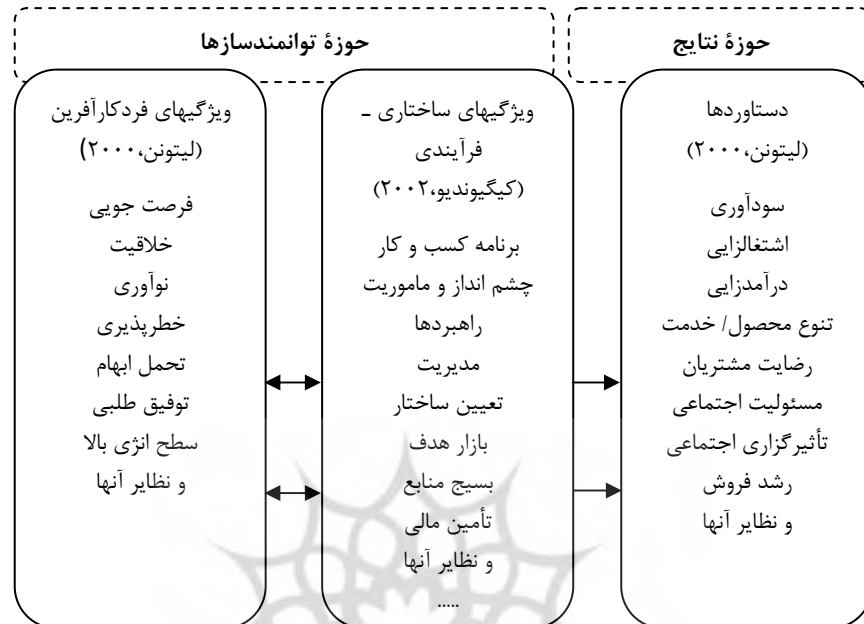
در این تحقیق نظر به جامعیت، ایجاز‌گرایی (وتن، ۱۹۸۹) و مقبولیت کاربردی (کورلی و جیویا،^۲ ۲۰۰۱) جایزه بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت، این جایزه به عنوان الگوی پایه مورد توجه قرار گرفته و بر اساس آن شکل ۱ چارچوب مفهومی این تحقیق سامان یافته است. چارچوب مفهومی این تحقیق در صدد پاسخگویی به این پرسشها است. ویژگیهای فردی مناسب (حوزه توانمندسازها) کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپا کدامند؟ مؤلفه‌های ساختاری - فرآیندی (حوزه توانمندسازها) در کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپا کدامند؟ مؤلفه‌های عملکردی (حوزه نتایج) کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپا کدامند؟ اولویت و وزن مؤلفه‌های انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه نوپا چیست؟

این جایزه، کسب‌وکارهای کارآفرینانه را به عنوان فرآیند سیستمی نگریسته است که دارای عنصر ورودی (عوامل فردی)، عنصر فرآیند پردازش (نظیر تجهیز منابع، برنامه‌های فعالیت و اجرای ایده و تعیین ساختار) و عنصر خروجی (رشد، تغییر و نوآوری) است. این مدل، ویژگیهای فردی صاحب کسب‌وکار، رویکردها برای دستیابی به نتایج مورد انتظار و همچنین نتایج دستاوردها را ارزیابی می‌کند. ویژگیهای فردی دربردارنده قابلیت‌هایی است که فرد کارآفرین داراست و او را در نیل به موفقیت یاری می‌کند. رویکردها، شامل اقداماتی است که با اتکا به قابلیت‌های فردی و فعالیت‌هایی نظیر: انجام مطالعات، برنامه‌ریزی، تأمین مالی، سازماندهی و تجهیز بهینه منابع و به‌کارگیری صحیح منابع صورت می‌گیرد تا کسب‌وکار به موفقیت‌های مالی و عملکردی نایل گردد و رضایت صاحب کسب‌وکار و جامعه و ذی‌نفعان جلب شود. جامع بودن این جایزه امکان توجه به همه اجزای فرآیند راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار را فراهم می‌سازد.

¹ Eshun

² Corley and Gioia

شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق



۳. روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر گردآوری داده‌ها ترکیبی است. در روش کیفی از بررسی اسناد و مدارک و مصاحبه گروهی برای شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه و در روش کمی با استفاده از پرسشنامه اهمیت مؤلفه‌های مؤثر و وزن مؤلفه‌ها، بررسی شده است.

در این پژوهش برای دستیابی به اجماع نظر خبرگان و برای روشن شدن زوایای پدیده مورد نظر، از روش گروه کانونی استفاده شده است. به این منظور فهرست ۶۷ مؤلفه‌ای مستخرج از پیشینه پژوهش در اختیار خبرگان قرار گرفت و از آنها درخواست شد تا پس از بحث و بررسی گروهی، در نهایت هر فرد بر اساس تجربه‌اش از بین فهرست یا خارج از آن تعداد ۱۴ مؤلفه دارای اهمیت بالاتر را انتخاب نماید. در پایان ۲۷ مؤلفه‌ای که دارای بیشترین آرا (حداقل دارای ۲ رأی و امتیاز وزنی ۱۰) بودند، از بین ۶۷ مؤلفه به عنوان معیارهای نهایی انتخاب شدند (جدول ۲).

جدول ۲. نتایج جلسه گروه کانونی

ردیف	مؤلفه	کد مشارکت کنندگان	تعداد آرا	امتیاز وزنی	رتبه آرا	رتبه امتیاز وزنی
۱	افزایش ثروت و درآمد	A, B, C, D, E, F, G, H, P, Q	۱۰	۵۶	۱	۵
۲	هدفمندی (داشتن برنامه)	A, B, C, D, E, F, G, H, P, Q	۱۰	۵۲	۲	۹
۳	سودآوری	A, B, C, D, E, F, G, H, P, Q	۱۰	۵۶	۳	۴
۴	مهارت تیم کاری	A, B, C, D, E, F, H, P, Q	۹	۵۳	۴	۷
۵	کمک به رشد اقتصادی منطقه	A, B, C, D, E, G, H, Q	۸	۴۹	۵	۱۱
۶	تأثیر بر جامعه (سودمندی یا مفید بودن)	A, C, D, E, F, G, H, P	۸	۶۶	۶	۱
۷	داشتن مهارت‌های فردی	A, F, G, H, P, Q	۶	۶۲	۷	۲
۸	چشم انداز	B, D, E, H, P, Q	۶	۵۷	۸	۳
۹	فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری	A, B, D, E, F, G	۶	۵۶	۹	۶
۱۰	بازگشت سرمایه	B, C, F, H, P, Q	۶	۵۰	۱۰	۱۰
۱۱	سازماندهی بهینه منابع	A, E, F, G, H, Q	۶	۴۸	۱۱	۱۲
۱۲	میزان دستیابی به هدف	C, D, E, F, G, P	۶	۴۷	۱۲	۱۴
۱۳	سطح انرژی بالا	A, B, C, G, P	۵	۵۳	۱۳	۸
۱۴	داشتن مهارت‌های اجتماعی	B, C, F, G, Q	۵	۴۸	۱۴	۱۳
۱۵	شناسایی و بهره‌برداری از فرصت	A, D, E, F	۴	۴۶	۱۵	۱۵
۱۶	رضایت شخصی از شغل	A, B, C, P	۴	۴۶	۱۶	۱۶
۱۷	شناسایی تهدیدها و تبدیل به فرصت	F, G, H, Q	۴	۳۸	۱۷	۱۷
۱۸	بهره‌گیری از علوم نوین	A, B, C, D	۴	۳۶	۱۸	۱۸
۱۹	پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی	E, G, H, P	۴	۳۵	۱۹	۱۹
۲۰	رضایت مشتریان	B, F, H, Q	۴	۴	۲۰	۲۰
۲۱	میزان بهره‌گیری از فناوری اطلاعات	B, C, D, Q	۴	۳۱	۲۱	۲۲
۲۲	رضایت سهامداران	A, D, E, F	۴	۲۳	۲۲	۲۵
۲۳	رشد اشتغال	C, D, F, G	۴	۲۱	۲۳	۲۶
۲۴	پذیرای تغییر	G, H, Q	۳	۲۶	۲۴	۲۳
۲۵	همراستایی با سیاست‌های توسعه کشور	D, E, Q	۳	۲۴	۲۵	۲۴
۲۶	تأمین سرمایه از طریق تأمین مالی و نه منابع شخصی	B, E	۲	۱۲	۲۶	۲۸
۲۷	انگیزه بالا	A, C, P	۲	۱۲	۲۷	۲۷

جامعه آماری این مرحله از پژوهش را مالکان کسب‌وکارهای موفق و مدرس کارآفرینی تشکیل دادند. در این تحقیق داشتن هر دو ویژگی توأمان مورد نظر بوده است. معیار تشخیص دارا بودن کسب‌وکار موفق اعضای گروه کانونی، مالکیت بیش از ۴۰ درصد از کسب‌وکار در حال

حاضر، منتخبان جشنواره‌های کارآفرینان برتر دانشجویی یا جشنواره کارآفرینان ملی کشور بود که علاوه بر کسب و کارشان مشغول تدریس کارآفرینی باشند. جامعه آماری در روش دلفی شامل: مالکان کسب و کارهای موفق و داوران جشنواره ملی انتخاب کارآفرینان برتر کشور بود. برای این منظور پرسشنامه محقق ساخته‌ای با استفاده از طیف لیکرت در چهارده سؤال طراحی، و بین ۳۹ نفر از کارآفرینان برگزیده و داوران جشنواره انتخاب کارآفرینان برتر کشور و جشنواره ملی انتخاب دانشجوی کارآفرین برتر ارسال شد که تعداد ۳۰ پرسشنامه دریافت گردید. این پرسشنامه ضمن گردآوری اطلاعات عمومی متخصصان شامل سن، جنسیت و سطح تحصیلات، اهمیت مؤلفه‌های شناسایی شده و وزن هر مؤلفه را مورد پرسش قرار می‌دهد. مؤلفه‌های این پرسشنامه برگرفته از پیشینه تحقیق و مصاحبه گروهی بود که می‌تواند اعتبار پرسشنامه را اثبات نماید. برای جمع‌بندی نظرهای خبرگان و تعیین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی از آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شده است.

نظر به اینکه مؤلفه‌های پرسشنامه مستخرج از پیشینه تحقیق و خروجی بخش کیفی (خبرگان گروه کانونی) است، روایی محتوا انجام شده است. برای روایی صوری، این پرسشنامه به چهار نفر خبره (کارآفرین و عضو هیئت علمی) ارائه شد و بر اساس نظرهای آنها اصلاحات لازم صورت پذیرفت. برای سنجش پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، مقدار $0/073$ به‌دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است.

برای توصیف متغیرهای اندازه‌گیری شده از جدولهای توزیع فراوانی و شاخصهای آماری (نظیر فراوانی، درصد و درصد تجمعی، میانگین موزون) استفاده شده است. آزمون تحلیل واریانس فریدمن از دیگر ابزارهای تحلیل داده‌ها در این تحقیق است.

۴. یافته‌ها

تحلیل جمعیت شناسی گروه کانونی نشان می‌دهد تمامی شرکت کنندگان حداقل دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد، ۹ نفر مرد و یک نفر زن، هشت نفر در محدوده سنی جوانان (۴۰ سال) و دو نفر در محدوده سنی میانسال (۴۱ تا ۵۰ سال) هستند. کسب‌وکار پنج نفر تولیدی، چهار نفر خدماتی و یک نفر تجاری است. همگی مدیرعامل کسب‌وکار خود هستند. حداقل تعداد کارکنان سه و حداکثر ۸۲ نفر است. همگی شرکت کنندگان حداقل دو تجربه موفق در راه‌اندازی کسب‌وکار و نه نفر از خبرگان حداقل تجربه ۱ شکست را دارند. متوسط درآمد ماهانه دو نفر کمتر از ۱۰ میلیون تومان، پنج نفر بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان و دو نفر بیش از ۲۰ میلیون تومان است. مؤلفه‌های جمعیت شناسی گروه دلفی در جدول ۲ آمده است.

جدول ۳. تحلیل جمعیت شناسی گروه دلفی

فرآوانی	مؤلفه‌های جمعیت شناختی	
۲۳	مرد	جنسیت
۴	زن	
۲۰	کارشناسی ارشد و دکتری	تحصیلات
۸	کارشناسی	
۲۳	تثبیت شده ^۱	تجربه
۵	جدید ^۲	

بر اساس یافته‌های این تحقیق افزایش درآمد، سودآوری و هدفمندی از لحاظ تعداد آرا هر کدام با ده رأی بیشترین آرا را به خود اختصاص داده‌اند. این بدان معناست که تمامی شرکت‌کنندگان سه معیار برشمرده را به عنوان یکی از پنج معیار مؤثر و مهم در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه تشخیص داده‌اند. مؤلفه‌های میزان تأثیر بر جامعه (سودمندی یا مفید بودن)، داشتن مهارت‌های فردی و چشم‌انداز به ترتیب با امتیاز وزنی ۶۲، ۶۶ و ۵۷ بالاترین امتیاز و رتبه وزنی را دارند. این مؤلفه‌ها از لحاظ تعداد آرا به ترتیب شش، هشت و شش رأی را کسب نموده‌اند. این بدان معناست که مؤلفه سودمندی یا مفید بودن از سوی هشت نفر از شرکت‌کنندگان و دو مؤلفه دیگر از سوی شش نفر از شرکت‌کنندگان به عنوان یکی از ۱۵ مؤلفه برتر انتخاب شده‌اند. بر این اساس مؤلفه سودمندی به‌رغم دارا بودن رأی کمتر نسبت به سه مؤلفه درآمد، سودآوری و هدفمندی دارای کیفیت آرا بهتری بوده است. در جدول ۴ معیارهای نهایی تحقیق ارائه شده است.

جدول ۴. معیارهای نهایی تحقیق

رتبه	نام شاخص	بعد	حوزه
۱	تأثیر بر جامعه (سودمندی یا مفید بودن)	عملکرد	نتایج
۲	داشتن مهارت‌های فردی	عوامل فردی	توانمندسازها
۳	چشم‌انداز	عملکرد	نتایج
۴	سودآوری	عملکرد	نتایج
۵	افزایش ثروت و درآمد	عملکرد	نتایج

^۱ کارآفرینی که بیش از ۴۲ ماه از عمر کسب و کارش سپری شده است.

^۲ کارآفرینی که کمتر از ۴۲ ماه از عمر کسب و کارش سپری شده است.

ادامهٔ جدول ۴. معیارهای نهایی تحقیق

رتبه	نام شاخص	بعد	حوزه
۶	خلاقیت	ساختاری فرآیندی	توانمندسازها
۷	داشتن مهارت‌های اجتماعی	عوامل فردی	توانمندسازها
۸	سطح انرژی بالا	عوامل فردی	توانمندسازها
۹	هدفمندی (داشتن برنامه)	ساختاری فرآیندی	توانمندسازها
۱۰	بازگشت سرمایه	عملکرد	نتایج
۱۱	کمک به رشد اقتصادی منطقه	عملکرد	نتایج
۱۲	سازماندهی بهینهٔ منابع	ساختاری فرآیندی	توانمندسازها
۱۳	مهارت تیم کاری	ساختاری فرآیندی	توانمندسازها
۱۴	میزان دستیابی به هدف	عملکرد	نتایج

با انجام آزمون ناپارامتری فریدمن مقدار میانگین کل امتیازات برای مؤلفه‌ها برابر شد. با توجه به درجهٔ آزادی ۱۳، آمارهٔ آزمون میانگین محاسبه شده برابر ۷۵/۵۸ به دست آمد. جدول ۵ رتبهٔ فریدمن و میانگین هر مؤلفه را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج اولویت‌بندی مؤلفه‌ها

رتبه	مؤلفه‌ها	تعداد	رتبهٔ فریدمن	میانگین	امتیاز
۱	مهارت‌های فردی	۳۰	۱۰/۴۲	۴/۷۶۶	۱۲۵
۲	مهارت‌های اجتماعی	۳۰	۸/۷	۴/۴۶۶	۷۵
۳	فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری	۳۰	۸/۷۸	۴/۴	۷۵
۴	فایده مندی	۳۰	۸/۶۲	۴/۳	۷۵
۵	هدفمندی	۳۰	۸/۴۲	۴/۳۳۳	۶۵
۶	چشم انداز	۳۰	۸/۳۸	۴/۴۰۰	۸۵
۷	سودآوری	۳۰	۷/۸	۷/۰۶۶	۷۰
۸	کمک به رشد اقتصادی منطقه	۳۰	۷/۲	۴	۶۵
۹	سطح انرژی بالا	۳۰	۷/۱۸	۴/۲	۷۰
۱۰	مهارت تیم کارآفرین	۳۰	۷/۰۵	۴/۱۳۳	۶۵
۱۱	اثربخشی	۳۰	۶/۵۷	۴	۶۵
۱۲	سازماندهی بهینهٔ منابع	۳۰	۶/۵۳	۴/۰۶۶	۶۵
۱۳	رشد درآمد کسب و کار	۳۰	۵/۶۸	۳/۸	۶۰
۱۴	بازگشت سرمایه	۳۰	۳/۶۷	۳/۲	۴۰

بر این اساس میانگین همه مؤلفه‌ها از ۳ بیشتر است که نشان‌دهنده‌ی روایی مناسب مؤلفه‌هاست. این بدان معناست که تمامی مؤلفه‌های چهارده‌گانه شناسایی شده در گروه کانونی از نگاه نمونه آماری مرحله دلفی تا حد زیاد و خیلی زیاد مهم بوده‌اند. از نظر این گروه مؤلفه «مهارت‌های فردی» دارای اهمیت بسیار زیاد است و مؤلفه «بازگشت سرمایه» اهمیت کمتری دارد. نتایج تحلیل واریانس فریدمن نیز حاکی از آن است که مهارت‌های فردی (رتبه میانگین ۴/۷۶)، مهارت‌های اجتماعی (رتبه میانگین ۴/۴۶) و فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری (رتبه میانگین ۴/۴) به ترتیب مهمترین مؤلفه‌های مؤثر در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر هستند.

۵. بحث و نتیجه

نتایج به دست آمده از این تحقیق و محاسبه‌ی اوزان معیارهای انتخاب شده برای ارزیابی کسب‌وکارهای کارآفرینانه نشان می‌دهد که حوزه‌ی توانمندسازها شامل دو بعد عوامل فردی و ساختاری - فرآیندی است. عوامل فردی شامل: ویژگی‌های فردی، مهارت‌های اجتماعی، سطح انرژی و ساختاری فرآیندی شامل: سازماندهی بهینه منابع، هدفمندی و برنامه‌محوری، مهارت تیم کارآفرین و فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری است که در مجموع ۵۴ درصد از وزن کل را تشکیل می‌دهند. حوزه‌ی نتایج نیز شامل هفت مؤلفه سودآوری، کمک به رشد اقتصادی منطقه، اثربخشی، رشد درآمد کسب‌وکار، بازگشت سرمایه، فایده‌مندی و چشم‌انداز است که در مجموع ۴۶ درصد از مجموع اوزان را به خود اختصاص داده است (شکل ۲).

نتایج حاکی از آن است که مهمترین شاخص مؤثر در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه، مهارت‌های فردی (خطرپذیری، فرصت‌جویی، تحصیلات و تجربه مرتبط) است. این یافته همراستا با بسیاری از مطالعات است نظیر باباگیانیدس و لی^۱ (۲۰۰۵)، لیتونن (۲۰۰۰) و مورالس^۲ (۱۹۹۶) است که نشان می‌دهند صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه دارای ویژگی‌ها و مهارت‌هایی هستند که آنها را قادر می‌سازد بر چالش‌های عمده‌ای که کارآفرینان در سال‌های اولیه فعالیت با آن مواجه هستند، فایز آیند.

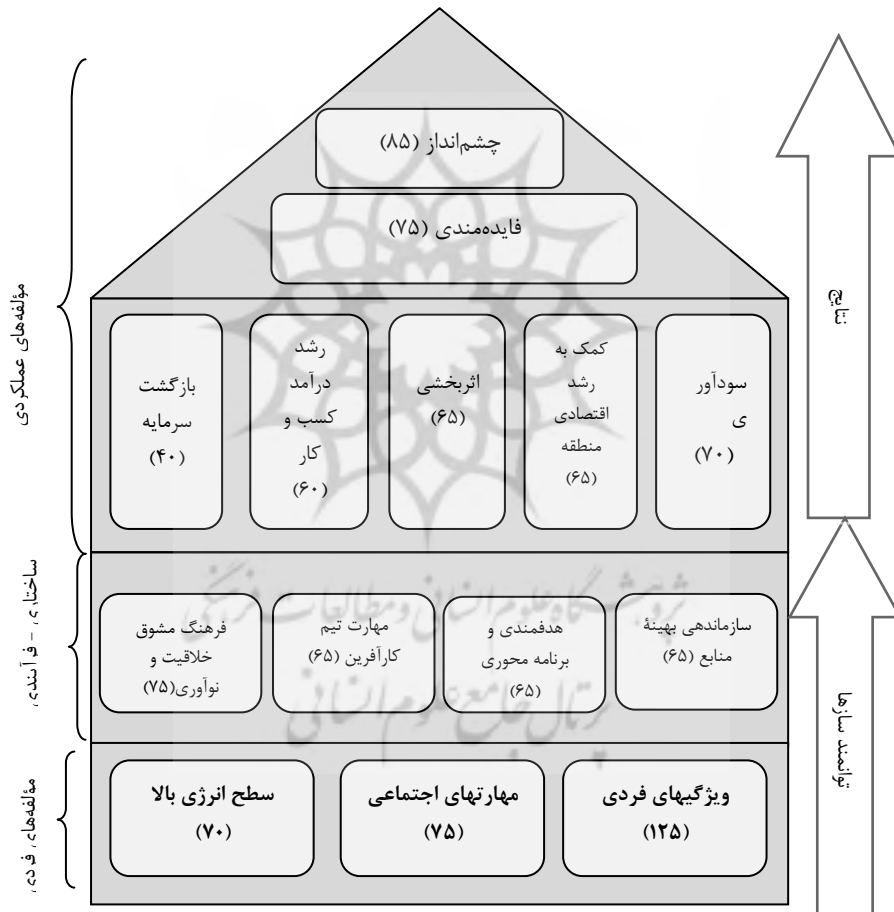
مهارت‌های اجتماعی که جزء بعد عوامل فردی حوزه‌ی توانمندسازهاست شامل تعامل مؤثر با دیگران، ارتباطات مؤثر، مذاکره (چانه‌زنی)، نفوذ، رهبری، شهرت و شبکه‌های اجتماعی گسترده کارآفرین و تیم همکاران است. این واقعیت که هر چه مهارت‌های اجتماعی فرد کارآفرین بیشتر باشد، احتمال موفقیت کسب و کارش بیشتر است با طیف وسیعی از تحقیقات پیشین سازگار است. این تحقیقات نشان داده‌اند کسب‌وکارهایی که صاحب آنها دارای مهارت ارتباط با دیگران،

¹ Papagiannidis and Li

² Morales

تشکیل تیم همراه، جذب اعتماد دیگران، تشکیل شبکه و برخورداری از فنون مذاکره است به موفقیت‌های بیشتری نایل می‌آیند (لیتونن، ۲۰۰۰).
سطح انرژی فرد کارآفرین دیگر مؤلفه عوامل فردی در حوزه توانمندسازهاست و بیانگر اهمیت میزان انرژی صاحب کسب و کار بر موفقیت یا ناموفقیت یک کسب و کار است. این موضوع در کسب و کارهای نوپا که در سالهای ابتدای فعالیت است بیشتر اهمیت دارد و با برخی از تحقیقات حوزه کسب‌وکارهای کارآفرینانه نظیر؛ جودیس و اسمیت (۲۰۰۵) هم‌راستا است.

شکل ۲. مؤلفه‌های نهایی تحقیق



بعضی معیارها در موفقیت کسب‌وکار مؤثرند و ابزاری هستند در رسیدن به هدف و نه هدف غایی کسب‌وکار، اینها عوامل فرآیندی - ساختاری هستند (زارعی، ۱۳۸۸). مهارت تیم کارآفرین، سازماندهی بهینه منابع، هدفمندی و برنامه محوری و فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری چهار مؤلفه تشکیل‌دهنده بعد فرآیندی در حوزه توانمندسازها هستند. بسیاری از تحقیقات پیشین نیز بر اهمیت این مؤلفه‌ها تأکید کرده‌اند.

لیچر (۲۰۰۱) بر اهمیت تیم‌های کارآفرینی به عنوان یک عامل اساسی تعیین کننده موفقیت به‌خصوصی در کسب‌وکارهای با فناوری بالا تأکید می‌کند. آندرسون و همکاران^۱ (۲۰۰۶) مهارت سازماندهی بهینه منابع را از ویژگیهای کسب‌وکارهای کارآفرینانه می‌دانند. راگاف لی و سیو^۲ (۲۰۰۴) نیز در پژوهشی به منظور شناسایی شاخصهای موفقیت کسب‌وکارهای کوچک از نگاه کارآفرینان و متخصصان، فرهنگ خلاقانه حاکم بر کسب‌وکار را از معیارهای موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه معرفی می‌کند.

هدفمندی و برنامه محوری یکی دیگر از مؤلفه‌های نهایی بعد فرآیندی حوزه توانمندسازها در این تحقیق است که شامل داشتن اهداف بلندمدت، میان‌مدت، کوتاه‌مدت، تدوین طرح کسب‌وکار و راهبرد در حوزه‌های مختلف است. فعالیتهای کسب‌وکارهای کارآفرینانه زمانی می‌تواند نتیجه بخش و پایدار باشد که به صورت برنامه‌ریزی شده به انجام برسد. برای این منظور، داشتن طرح کسب و کار در ابتدای امر و سپس در تمامی مراحل فعالیت و ترسیم اهداف و مسیر حرکت و برنامه‌ریزی مناسب برای موفقیت کارآفرینانه امری ضروری و حیاتی است (نادان،^۳ ۲۰۰۷).

نتایج شامل خروجی و دستاوردهایی است که کسب‌وکار به آن نایل می‌آید. به عبارت دیگر میزان دستیابی به اهداف غایی یک کسب‌وکار در این بخش سنجیده می‌شود (تیتو، ۲۰۰۷). مؤلفه‌های حوزه نتایج در این تحقیق شامل هفت مؤلفه؛ سودآوری، میزان دستیابی به هدف (اثربخشی)، رشد درآمد کسب‌وکار، بازگشت سرمایه، چشم انداز، فایده‌مندی و کمک به رشد اقتصادی منطقه است. رشد در درآمد یا فروش و سود خالص کسب‌وکار به عنوان معیارهای قضاوت در مورد موفقیت یک کسب‌وکار تقریباً در تمامی تحقیقات کارآفرینی و کسب‌وکارهای کارآفرینانه بدان توجه شده است (لیچر،^۴ ۲۰۰۱). آگونیس و همکاران^۵ (۲۰۰۸) بازگشت سرمایه را در کنار افزایش فروش و سود سالانه یکی از معیارهای سنجش موفقیت می‌دانند.

¹ Anderson et al.

² Rogoff, Lee and Suh

³ Nandan

⁴ Lechler

⁵ Aguinis et al.

چشم‌انداز عاملی برای یافتن فرصتهایی است که دیگران نمی‌توانند در موقعیت به هم ریخته و پرآشوب دریابند (هاجتس و کوراتکو،^۱ ۲۰۰۱) و این عاملی برای مزیت کسب و کارها محسوب می‌شود. جودیس و اسمیت (۲۰۰۵) کارآفرینان موفق را کسانی می‌دانند که همواره دارای چشم‌انداز روشن هستند و آن را برای سایر همکاران قابل تحقق و جذاب می‌کنند. سودمندی و فایده‌مندی یکی از مهمترین شاخصهای شناسایی شده این پژوهش است. اهمیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه تنها به تأمین منافع فرد کارآفرین محدود نشده و لازم است ماهیت کسب‌وکارهای شکل گرفته و پیامدهای اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه نیز مد نظر قرار گیرد (ونکرز و توریك،^۲ ۱۹۹۹). جورجیوسکی و آکسالن^۳ (۲۰۱۱) سودمندی را به منزله یک معیار موفقیت مهم در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط معرفی می‌کند. کمک به رشد اقتصادی منطقه به معنای میزان تأثیرگذاری کسب‌وکار از لحاظ اقتصادی بر منطقه محل فعالیت و مشارکت در توسعه منطقه‌ای است و شامل کمک به رشد اقتصادی و افزایش درآمد مجاورین کسب‌وکار، افزایش اشتغال و ایجاد رفاه برای منطقه محل فعالیت است. پیاج و لیترل (۲۰۰۴) این معیار را یکی از سنج‌های موفقیت معرفی کرده‌اند.

۶. پیشنهادها

- با توجه محدودیت زمانی این تحقیق و لزوم پرهیز از گستردگی پژوهش، امکان طراحی ابزارهای سنجش ویژه انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر نوپا میسر نبود بنابراین پیشنهاد می‌شود محققان آتی روشها و ابزارهای سنجش انتخاب را مطالعه کنند.
- یکی از محدودیتهای پژوهش قابلیت تعمیم آن است. بدین معنا که این مؤلفه‌ها برای انتخاب کارآفرینان نوپا طراحی شده و کارآفرینان کارکشته^۴ (دارای تجربه راه‌اندازی و مدیریت حداقل دو کسب‌وکار) را پوشش نمی‌دهد، بنابراین به محققان آینده پیشنهاد می‌شود تا تحقیقات مشابهی برای تعیین مؤلفه‌های انتخاب کارآفرینان کارکشته یا کارآفرینان سریالی طراحی کنند.
- لازم است کارآفرینان علاوه بر شاخصهای مالی نظیر سودآوری و بازگشت سرمایه به مقوله ایجاد تصویر مناسب کسب و کار در منطقه (شهرت مناسب) و مسئولیت‌های اجتماعی حساس باشند.

¹ Hodgetts and Kuratko

² Wennekers and Thurik

³ Gorgiveski and Ascalon

⁴ Habitual Entrepreneurs

- با توجه به اینکه شاخص فرهنگ مشوق خلاقیت و نوآوری در انتخاب کسب‌وکارهای کارآفرینانه برتر، دارای اهمیت است، فراهم کردن زمینه‌ها و فرصتهای مناسب به منظور ارائه ایده‌های خلاق و شکوفایی استعدادها و تواناییهای بالقوه کارکنان برای ارتقای سطح کارآفرینی کسب و کارها لازم است.



مآخذ

- Aguinis, H, Ansari, A. Mahfooz, Jayasingam, S., & Aafaqi, R. (2008). Perceived entrepreneurial success and social power, Management Research, *The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 6(2),121-137.
- Anderson, A., Pyysiainen, J., Mcelwoo, G., & Vesala, K. (2006). Developing the entrepreneurial skills of farmers, *international journal of entrepreneurial behavior & research*, 12(1), 24.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 41-60.
- Begner, William (2006). Corporate ventures and knowledge. In Michael Hitt & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, 45-48.
- Bosma Niels, Acs Zoltan, Autio Erko, Coduras Alicia & Levie Jonathan (2008). *Global entrepreneurship monitor*, 2008 executive report. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org>.
- Brockhaus, R., & Nord, W. (1979). An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristic Vs. Environmental Conditions. *Proceedings of the National Academy of Management*.
- Caliendo, M., Fossen, F., Kritikos, A. (2011). *Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed*, SOEP papers on multidisciplinary panel data research at DIW Berlin. Retrieved from <http://www.diw.de/soeppapers>
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & carland, J. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management Review*, 9 (2), 36.
- Danaee Fard, H., & Foruhi, M., Salehi, A. (2007). Promoting entrepreneurship in Iran: An analysis of the role of government. *Journal of Business Research*, 42, 221-262.
- Dunkelberg, W. C., & Cooper, A. C., (1982). Entrepreneurial typologies. In K. H. Vesper (ed.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesley, Mass.: Babson Center for Entrepreneurial Studies, 1-15.
- Eshun, J. P. (2004). *Where do business incubators come from?* (Doctoral Dissertation). Columbia University, New York, NY.
- GEM, (2004). *Report on women and entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Monitor. 12-20
- Gorgiveski M. J., & Ascalon, E. M. (2011). Small business owners' success criteria: A values approach to personal differences. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 207-232.

- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Tuat McGraw-Hill publishing company, fifth edition.
- Hisrich, R., & Fulop G. (1995). The role of women entrepreneur in hungary s transition economy. *International Studies of Management Organization*, 24(4), 100.
- Hodgetts, R., & Kuratko D. (2001). *Effective smaal business management*, Philadelphia: Harcourt College Publishers.
- Hornaday, J. A. & Bunker, C. S. ,(1970). *The nature of the entrepreneur*. *Personnel psychology* , 23, 47-54.
- Julio García del Junco & José Manuel Brás-dos-Santos. (2009). How different are the entrepreneurs in the European Union internal market? -An exploratory cross-cultural analysis of German, Italian and Spanish entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 7, 135–162.
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 239-258.
- Littunen, H. (2000). *Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality*, Greenwood Press, United State.
- Nandan, H. (2007). *Fundamentals of entrepreneurship*. Printice Hall of India (Private Limited), New Delhi, India.
- Natalia Weisz, R. S. Vassolo, Luiz Mesquita, & Arnold C. Cooper, (2010). Diversity and social capital of nascent entrepreneurial teams in business plan competitions, *Management Research, The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 8(1), 39–63.
- Oben Uru, F., Caliskan Sezer C., Atan Ozlem, Aksu M. (2011). How much entrepreneurial characteristics matter in strategic decision making? *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24, 538-562.
- Paige, R. C., & Littrell, M. A. (2002). Craft retailers' criteria for success and associated business strategies, *Journal of Small Business Management* 40(4), 314–331.
- Papagiannidis, S., & Li, F. (2005). Skills brokerage: A new model for business start-ups in the networked economy, *European Management Journal*, 23(4), 471–482.
- Rogoff, E. G., Lee, M. S., & Suh, D. C. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success, *Journal of Small Business Management*, 42(4), 364-76.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226.
- Tito A. C. (2007). A history and review of the European quality award model, *The TQM Magazine*, 19(2), 112 – 128.

- Wennekers, A. R. M., & Thurik, A. R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-55.
- Whetten, D. A. (1989). *What constitutes a theoretical contribution?* *Academy of Management Review*, 14, 490-495.
- Zarei, B., & Abdi, N. (2009). Re-engineering business processes, *Encyclopedia of entrepreneurship*, 1383-1388.



جدول ۱. ویژگی‌های افراد شرکت کننده در جلسه گروه کانونی

ردیف	شرکت کننده	سن	جنسیت	تحصیلات	نوع کسب و کار	حوزه فعالیت	سمت	تعداد کارکنان (نفر)	کسب و کارهای موفق قبلی	کسب و کارهای ناموفق قبلی	درآمد ماهانه (میلیون ریال)	میزان رضایت از کسب و کار کنونی
۱	A	۴۰-۳۱	مرد	فوق لیسانس	تولیدی	نانو تکنولوژی	مدیرعامل	۴	۲	۱	۲۰-۱۰	متوسط
۲	B	۴۰-۳۱	زن	فوق لیسانس	خدماتی	آموزش	مدیرعامل	۷	۲	۱	کمتر از ۱۰	زیاد
۳	C	۴۰-۳۱	مرد	دکتری	تولیدی	ساختمان	مدیرعامل	۱۲	۴	۱	۲۰-۱۰	متوسط
۴	D	۵۱-۴۱	مرد	فوق لیسانس	تولیدی خدماتی	کشاوزی آموزشی	مدیرعامل	۱۹	۴	۲	۲۰-۱۰	متوسط
۵	E	۳۰-۲۱	مرد	فوق لیسانس	تولیدی	پوشاک	مدیرعامل	۲۲	۳	۲	۲۰ به بالا	متوسط
۶	F	۴۰-۳۱	مرد	دکتری	خدمات	مشاوره	مدیرعامل	۳	۲	۱	کمتر از ۱۰	متوسط
۷	G	۴۰-۳۱	مرد	فوق لیسانس	تجارت و خدمات	فروشگاه و آموزش	مدیرعامل	۸	۲	۲	۲۰-۱۰	متوسط
۸	H	۴۰-۳۱	مرد	فوق لیسانس	خدمات	آموزش	مدیرعامل	۲۹	۴	۲	۲۰-۱۰	متوسط
۹	P	۴۰-۳۱	مرد	فوق لیسانس	تولیدی خدماتی	صنایع غذایی و آموزشی	مدیرعامل	۸۲	۵	۱	۲۰ به بالا	زیاد
۱۰	Q	۵۰-۴۱	مرد	فوق لیسانس	خدمات	آموزش	مدیرعامل	۴۹	۲	۰	۲۰ به بالا	زیاد