

طراحی الگوی راهبرد توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور

حجت ذوقی کودهی^۱

علی داوری^{۲*}

مهران رضوانی^۳

چکیده

ساختار نهادی هر کشور به طور عمیقی عملکرد اقتصادی آن کشور را تحت تاثیر قرار می دهد. بر این اساس در تحقیق حاضر طراحی الگوی راهبردی توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور بر اساس مطالعات علم سنجی ارائه شده است. روش تحقیق در این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از منظر گردآوری اطلاعات؛ متاستنز با روش علم سنجی است. جامعه پژوهش شامل کلیه مدارک علمی مشتمل بر (مقاله، کتاب، فصل کتاب، گزارش های علمی، ...) در پایگاه استنادی «اسکوپوس» تا سال ۲۰۲۲ است که بر این اساس ۵۲ سند استخراج و بوسیله نرم افزار Bibexcel و VOSviewer نقشه های علمی مصور سازی گردید و اسناد تحلیل شدند. نتایج تحقیق نشان داده است؛ سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور می تواند با نقش های «برنامه ریزی، سازماندهی، نظام دهی، تسهیلگری، هدایتگری و پشتیبانی» و با تاثیر گذاری عواملی چون «محرک های نهادی، انطباق پذیری (ملی و بین المللی)، کیفیت نهادی، نهادینه سازی فرهنگ سازمانی مهارت آموزی، بسترمند سازی نهادی، خود شکوفا سازی و تناسب مهارت آموزی با بازارهای جدید، مزیت های منطقه و متد جدید آموزش های نوین مهارتی؛ در راستای تامین منابع انسانی مورد نیاز صنعت با رویکرد حال نگر و آینده نگر متمر ثمر باشد.

واژگان کلیدی: توسعه کارآفرینی سازمانی، علم سنجی، نقش نهادی، سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران .
۲- استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، ایران . alidavari@yahoo.com
۳- دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، ایران.

مقدمه

توسعه یافتگی و توسعه نیافتگی در بین کشورها نماد خود را در میزان رفاه اقتصادی، سطح اجتماعی و فرهنگی ملت‌ها نشان می‌دهد. تفاوت در ماهیت و عملکرد نهادها یکی از علل تفاوت در سطوح توسعه یافتگی کشورها است. سیاست‌های کلان به نوبه خود منجر به شکل دهی محیطی می‌گردد که فعالیت‌های کارآفرینانه و بالاجهت کارآفرینی نهادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. کارآفرینی نهادی؛ به عنوان یکی از مباحث نوین در بحث کارآفرینی بر فعالیت‌های خردی تمرکز می‌کند که افراد از طریق این فعالیت‌ها بر زمینه‌های نهادی کلان تاثیر می‌گذارند. تجربه کشورهای موفق نشان داده است نهادها نقش مهمی در ایجاد قوانین بازی برای کارآفرینان ایفا می‌کنند و این دولتها هستند که می‌توانند با تدوین سیاست‌های اصولی؛ کارآفرینی و بالاجهت کارآفرینی نهادی را به سوی رسمیت بیشتر و توسعه اقتصادی هدایت کنند. (حسینی نیا، و بختیاری، ۱۳۹۷) امروزه توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی مسیری جهت برون رفت از مشکلات و چالشهای اقتصادی است.

شرکت‌هایی که سازگارتر، انعطاف پذیرتر، سریع، تهاجمی و نورآورنه هستند، نه تنها برای سازگاری با محیط خارجی پویا، پیچیده و تهدیدکننده، بلکه برای ایجاد تغییر در محیط سازمانی و ملی، موقعیت بهتری دارند (هورنسی، ۲۰۱۳).

برای سازمانها "بقا" و "پیشرفت" دو موضوع اساسی محسوب میشوند که وابسته به "نوآوری و کارآفرینی" است. به دلیل اهمیت روزافزون کارآفرینی، این موضوع به عنوان مبحثی کلیدی در عرصه ملی و سازمانی در مرکز توجه قرار دارد، به خصوص در سطح بنگاه، هر صنعتی که در جستجوی بقا و پیشرفت است، نیازمند توسعه‌ی کارآفرینی است ولی در این مسیر با محیط‌های پیچیده و به سرعت در حال تغییر مواجه می‌شوند. محققان گفته‌اند: صنایع پرشتاب معاصر در دورنمای رقابتی به سرعت در حال گذار و دوره عمر کوتاه محصولات فعالیت میکنند. در چنین شرایطی "تغییر" امری نادر یا اتفاقی محسوب نمیشود بلکه تغییر "زیست بوم" عامل موفقیت بنگاه است (ملوار و همکاران، 2012). ویلیام مامول (۲۰۰۲) استدلال کرده است که نوآوری منبع

مزیت رقابتی سازمانها است و نوآوری امر ضروری برای بقاء و پیشرفت سازمانها محسوب می شود. از این رو، کارآفرینی سازمانی در طول زمان به عنوان یک ابزار مناسب برای ارتقا و حفظ رقابت پذیری شرکت ها شناخته شده است (ترنس و تیتیکورن، ۲۰۰۹).

در سطح کلان، سوال های اساسی برای درک جامعه شناختی از کارآفرینی این است که چرا کشورهای دارای نرخ های متفاوت فعالیت های کارآفرینی هستند (کالن و همکاران، ۲۰۱۳؛ واکس و همکاران، ۲۰۱۳). چگونه نهادهای حمایتی به بازیگران اجازه می دهند تا فرصت ها را دنبال کنند (لوندستروم و استیونسون، ۲۰۰۵؛ ورهول و همکاران، ۲۰۰۲). یک سوال اساسی در اقتصاد این است که چگونه به توضیح تفاوت های گسترده و مستمر در درآمد سرانه کشورهای مختلف نگاه کنیم، یک دیدگاه این تفاوت ها را در سازمان های جامعه یا نهادها مربوط می کند (آگویر، ۲۰۱۷). در سطح خرد، یک فرض اساسی در مطالعات استراتژیک، به ویژه از دیدگاه منبع محور (مبتنی بر منابع) این است که شرکتها نامتجانس اند. در اقتصادهای مدرن، شرکتها، مانند افراد، متفاوت اند. این سوال که چرا شرکت ها متفاوت هستند، به نظرواضح است و بحث سختی را ایجاد می کند. با این حال یکی از تاثیر گذارترین مقالات نهادگرایی، دیمایگو و پاول (۱۹۸۳)، با این پرسش شروع شد: چه چیزی باعث می شود سازمانها شبیه هم باشند؟ جالب است، بینش نهادی در مورد اینکه چرا شرکت ها شبیه هم هستند می تواند به ما در نشان دادن یکی از اساسی ترین پرسش ها در استراتژی: چرا شرکت متفاوتند، کمک کند (پنگ و خوری، ۲۰۰۹).

امروزه کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی یک مفهوم پیچیده و چند بعدی است که با ترکیبی از عناصر چندگانه مانند سطوح آموزش، محیط کسب و کار و وضعیت های سیاسی و قانونی شناخته شده که در مکان اتفاق می افتد و همزمان بر سطوح مختلف اجتماعی تاثیر دارد (گوئررو و همکاران، ۲۰۱۷). کارآفرینان به وسیله محیط نهادیشان هر دو فعال و محدود هستند. نظریه پردازان و پژوهشگران، مجموعه ای از ابعاد محیط را که از دیدگاه کارآفرینی مهم هستند شناسایی کرده اند: ۱- رویه ها و سیاست های دولت؛ ۲- شرایط اقتصادی اجتماعی؛ ۳- مهارت های کارآفرینی و کسب و کار؛ ۴- کمک های مالی و غیر مالی (لوسیو فوئنتل ساز و

همکاران، ۲۰۱۵). از طرفی، مالکان مستقل و کارآفرینان شرکتی به طور مشابه باید با تعداد زیادی از نیروهایی که در زمینه فعالیت شان بر می خیزند مقابله کنند

همچنین، تئوری نهادی مطرح می کند که سازمانها ساختار، فرایندها، برنامه ها، سیاست ها و یا رویه ها را به دلیل فشاری که نهادهای موجود بر آنها اعمال می کنند، اتخاذ می نمایند (آربانو و تورو، ۲۰۱۳). در کشورهای در حال گذار، بی اعتباری نهادی وجود دارد، یعنی نهادها به درستی عمل نمی کنند. در حالیکه محیط نهادی کشور، که شامل قوانین نسبتاً پایدار، ساختارهای هنجاری اجتماعی و شناختی؛ چارچوبی برای معاملات در بازار از طریق تعریف مجموعه ای از "قوانین بازی" ایجاد می کند (مورالیدران و پاتاک، ۲۰۱۶؛ بیر و همکاران، ۲۰۱۶). گروه هایی از عوامل نهادی که بر گرایش بر رشد بالا تاثیر دارند شامل چارچوب های تنظیمی، مالی، و منابع انسانی می باشند (استنهم و همکاران، ۲۰۱۳). بنابراین، تعیین عواملی که ممکن است به توسعه فعالیت های کارآفرینی منجر شود در ارتباط زیادی با سیاست هایی است که کارآفرینی را تحریک می کند. با این حال مطالعات علمی در این زمینه اندک و خلاء چارچوب نظری و الگویی که زمینه ساز توسعه عوامل نهادی در جهت توسعه و تقویت کارآفرینی سازمانی باشد احساس می شود. به عبارتی علی رغم تلاش های صورت گرفته در این زمینه، تاثیرات عوامل مختلف نهادی بر ابعاد مختلف کارآفرینی سازمانی چندان روشن نیست. لذا مساله ای که مطرح می شود این است که چگونه و چه عوامل نهادی را در کشور باید توسعه یا تغییر داد تا کارآفرینی سازمانی در جهت تغییر رویکرد سنتی به نوآورانه در صنایع توسعه یابد و در این بین نقش نهادها و به طور خاص سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور در راستای توسعه ی کارآفرینی سازمانی چیست؟ و مهارت آموزی در سازمانها چگونه می تواند توسعه ی کارآفرینی سازمانی را به همراه داشته باشد. بر این اساس سوال اصلی تحقیق حاضر که با روش علم سنجی و تحلیل محتوایی اسناد انجام شده است؛ به ترتیب زیر مطرح می شود: الگوی راهبردی توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور کدام است؟

مروری بر مبانی نظری پژوهش

نهاد:

اولین بار گیامباتیستا ویکو در سال ۱۷۲۵ از کلمه ی نهاد استفاده کرد (چاونس، ۱۳۹۰) نهادها چارچوب های تعیین شده توسط انسان ها هستند که رفتار آنها را هدایت می کند. (نورث، ۱۹۹۰) نهادها قوانین بازی در یک جامعه هستند و افراد یا سازمان ها به عنوان بازیگران رفتار خود را براساس چارچوب شکل می دهند (مایک و پنک، ۲۰۰۳) نهادها بیانگر روش تنظیم روابط انسانی - اجتماعی و چگونگی انجام امور و رفتارهای اجتماعی هستند. به بیان دیگر نهاد عبارتست از ساز و کارها، قواعد، رویه ها، سازماندهی، هنجارها و عرف هایی که روابط اجتماعی را در جهت و هدف خاصی و با ویژگی های مشخص سازماندهی می کند. دو عنصر اصلی مفهوم نهاد را می توان روش و ارتباط دانست. نهاد روش تنظیم ارتباطات انسانی - اجتماعی است. نهادها قیودی هستند که توسط انسان برای هدایت روابط متقابل انسانها و اجتماعی بشر گذاشته می شود. از طرفی نهادها، منجر به هدایت اطلاعات درباره شرایط بازار کار و کالا و مشارکت کنندگان در بازار و همچنین مقدم تر شمردن حقوق مالکیت و انعقاد قراردادهای بزرگ و معتبر می گردد. نهادها تعیین می کنند که چه کسی باید چه چیزی را و در چه زمانی کسب کند. همچنین منجر به آگاهی افراد جامعه در مورد حقوق خود، در زمینه دارایی ها و درآمد هایشان می شود. توانایی حفظ این حقوق، برای توسعه بازارها و کاهش احتمال بروز اختلاف بین روابط انسان ها و کمک به اجرای قراردادها، بسیار حائز اهمیت است. (پنگ و همکاران، ۲۰۱۴) از نظر نورث (۱۹۹۰) چهارچوب نهادی در جامعه قواعد اساسی قانونی، اجتماعی و سیاسی است که پایه ای برای تولید و توزیع ایجاد کرده است و حیطة انتخاب های استراتژیک افراد و سازمان ها را محدود می کند. نهادها قوانین بازی در یک جامعه هستند و به طور رسمی تر محدودیت هایی هستند که تقابل انسان ها را شکل می دهند. نهادها می توانند رسمی (مثل قوانین سیاسی، اقتصادی) یا غیر رسمی مثل (هنجارها، ارزش ها و نگرش ها) باشند. نورث ۱۹۹۰ نقش اصلی نهادها را کاهش فقدان اطمینان برای ایجاد یک ساختار ایستا در تقابل انسان می داند. و

تحلیل اقتصادی خود را به سه مبنای باورها، نهادها و اقتصاد انجام می دهد. لذا نقش نهاد ها در توسعه کارآفرینی امری انکار ناپذیر است که در این تحقیق به آن پرداخته می شود.

محیط نهادی:

محیط نهادی کشور، که شامل قوانین نسبتا پایدار، ساختارهای هنجارهای اجتماعی و شناختی است، چارچوبی برای معاملات در بازار از طریق تعریف مجموعه ای از "قوانین بازی" است (مورالیدهران و پاتا، ۲۱۰۶).

کارآفرینی سازمانی:

کارآفرینی سازمانی فرایند "وادار کردن به بازسازی یا نوآوری در درون سازمان" است. و به تلاش های شرکت در ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای افزایش سود آوری در ارتباط است (هورنسی، ۲۰۱۳). اگر چه فعالیت های کارآفرینانه از سطح فردی سرچشمه می گیرند و به وسیله انگیزه های فرد، مهارتها و ویژگی های روانشناختی فرد تحت تاثیر قرار میگیرند، ولی فعالیت کارآفرینانه در حلقه شکل نمی گیرد. به بیان دیگر، فعالیتهای کارآفرینانه به وسیله عوامل فرهنگی، نهادی، دولت، محیط کسب و کار و شرایط اقتصاد کلان محدود و یا بیشتر می شوند (داوری و فرخ منش، ۱۳۹۵). این ساختارها تا حد زیادی تعیین می کنند که آیا کارآفرینان می توانند از استعدادهای خلاق خود برای اهداف مولد، غیر مولد یا مخرب استفاده کنند. در واقع "کارآفرین" تنها عامل موفقیت کارآفرینی نیست، و محیط یا "زیست بوم" آن می تواند نقش مهمی را در پرورش بذره های سرمایه گذاری جدید به سمت سرمایه گذاری های با ارزش افزوده بالا، بازی کند (آکس و همکاران، ۲۰۱۴). یکی از خطوط امید بخش در مطالعات کارآفرینی بررسی اینکه چگونه نهادها بر رفتار کارآفرینان و سازمان تاثیر می گذارند است. در این راستا، علاقه به اقتصاد نهادی برای درک بهتر کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است (غورا و همکاران، ۲۱۰۷). تحقیقات پیشین نشان داده که تفاوت نهادی به طور کلی منجر به تغییرات در فعالیت نوآوری و به طور خاص نوآوری کشف و بهره برداری در بین کشورها می گردد. از

این رو، منابع مالی که در درون شرکت ها توسط سهامداران و بوسیله ارزش ها و هنجارهای تعبیه شده در درون جامعه مشروعیت یافته، ممکن است ارزش نوآوری کشف و بهره برداری مزیت یکسانی نداشته باشند. مالکان نهادی متفاوت اهداف متفاوتی را دنبال می کنند و بنابراین، ممکن است کارآفرینی سازمانی را کاملا متفاوت ببینند (زهر، ۱۹۹۶). همچنین ساختار نهادها تاثیر خواهد داشت و ممکن است به توضیح تفاوت فعالیت های کارآفرینی در بین کشورها کمک کند (سیمون- مویا و همکاران، ۲۱۰۴). مهم است که شرکت های کارآفرین به فعالیت های خود مشروعیت ببخشند اگر آنها می خواهند منابع و حمایت سهامداران و ذینفعان را حفظ کنند، سازمان های ایجاد شده می توانند از عملکرد مثبت شده شان برای مشروعیت گرفتن و دسترسی به منابع استفاده کنند (بروتون، ۲۱۰۱). نظر به اینکه کارآفرینی و نوآوری به عنوان محرک رشد و بهره وری با توجه به کاهش رشد جهانی و کاهش تجارت دنیا است (مویا و همکاران، ۲۰۱۴) و محیط نهادی مهم ترین عامل در تغییر در جهت فعالیت های کارآفرینی در مراحل متفاوت از توسعه اقتصادی است (غورا و همکاران، ۲۱۰۷).

نهادها سه وظیفه مهم بر عهده دارند:

۱- موجب هدایت اطلاعات درباره شرایط بازار، کالاها و مشارکت کنندگان در بازار می شوند و جریان مناسب اطلاعات به بنگاه ها در شناسایی الگوها و فعالیت های پر بازده و نیز ارزیابی اعتبار آنها کمک می کند. این اطلاعات به بنگاه ها در شناسایی الگوها و فعالیت های پر بازده و نیز ارزیابی اعتبار آنها کمک می کند. این اطلاعات همچنین به دولت ها برای تنظیم مقررات مناسب کمک می کند. در نتیجه نهادها می توانند بر تولید، جمع آوری، تحلیل، بازمبانی و توزیع یا برخورداری از توزیع اطلاعات و دانش برای مشارکت کنندگان در درون و میان جوامع و بازارها تاثیر بگذارد.

۲- نهادها؛ حقوق مالکیت و قراردادها را تعریف کرده و تعیین می کند که چه کسی باید چه چیزی و چه زمانی کسب کند. آگاهی افراد جامعه در مورد حقوق خود در زمینه دارایی ها و

درآمدشان و توانایی حفظ این حقوق از جمله حقوق بخش خصوصی نسبت به دولت برای توسعه بازار با محیط است.

۳- نهادها موجب افزایش یا کاهش رقابت در بازارها می شوند. رقابت انگیزه هایی را به مردم می دهد تا فرصت های خود را به طور برابر گسترش دهند. در بازارهای رقابتی احتمال اینکه منابع بر اساس سودمندی یک طرح و نه روابط سیاسی و اجتماعی یک کارآفرین، مورد استفاده قرار گیرد بیشتر است. درجه رقابت همچنین موجب تحرک نوآوری و رشد اقتصادی خواهد شد. از طریق این سه وظیفه تمام ساختارهای نهادی توزیع دارایی ها و درآمدها و هزینه ها و نیز انگیزه های مشارکت کنندگان در بازار از طریق حقوق توزیعی برای کارآمدترین کارگزارها، نهادها می توانند بهره وری و رشد را تقویت کنند. (حسینی نیا و بختیاری) در ادامه به بررسی مرور ادبیات و پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی پرداخته شده است:

مرادی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تأثیر عوامل نهادی بر نرخ کارآفرینی بین المللی در کشورهای درحال توسعه را با هدف سنجش تأثیر عوامل نهادی بر نرخ کارآفرینی بین المللی در کشورهای درحال توسعه با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری ریسک پذیری مورد مطالعه قرار داده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد از بین چهار بعد محیط نهادی، فقط نهاد هدایتگر بر نرخ کارآفرینی بین المللی در کشورهای درحال توسعه تأثیر مثبت دارد. همچنین، تأثیر ابعاد قانونی و هنجاری محیط بر نرخ کارآفرینی بین المللی معنادار نیست. عدم تأیید تأثیر بعد شناختی بر نرخ کارآفرینی بین المللی را نیز می توان ناشی از نحوهٔ سنجش این بعد از محیط دانست که یکی از شاخص های آن شناخت فرصت ها در محیط زندگی کارآفرین است که ممکن است تأثیر معکوس بر کارآفرینی بین المللی داشته باشد.

متوسلی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی به این سوال پاسخ داده اند که "چگونه نهادها در ایران انگیزه سرمایه گذاری در شرکت های کوچک فناور را کاهش می دهد." نتایج این پژوهش نشان می دهد، پنج جریان سرمایه گذاری مانع هدایت سرمایه ها به سمت فعالیت های فناورانه می شود و در شکل گیری این جریان ها، نهادهایی مانند نهادهای افشای اطلاعات، مالیات، مالی (با

محوریت بانک ها)، تورم، مقررات کار، تجاری و گمرکی، حقوقی قضایی، سیاسی و برخی نهادهای فرهنگی اجتماعی اهمیت دارند. بر این اساس، به سیاست گذاران توصیه می شود به جای اعمال سیاست های مداخله گرانه مستقیم، موانع نهادی را اصلاح کنند. وکیلی و همکاران (۱۳۹۳) نیز به شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش عمومی پرداخته اند. نتایج نشان می دهد محدودیتهای قانونی، مداخلات سیاسی، افق زمانی کوتاه مدت، فاصله قدرت، پرهیز از بی اطمینانی، تقدیرگرایی و فردگرایی مانع توسعه کارآفرینی و قابلیت رؤیت عمومی (توجه رسانه ها)، رقابت و تکنولوژی مشوق کارآفرینی هستند. در نهایت، کارآفرینی عمومی با عملکرد بخش عمومی (رضایت شهروندان) رابطه مثبت دارد و به بهبود آن منجر می شود.

ساموئلو همکاران (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی دریافتند هر دو بعد هنجاری و شناختی محیط نهادی بر گرایش کارآفرینی سازمان تاثیر می گذارد. آنها همچنین نشان می دهند که بعد قانونی بر اینکه چه نوع فعالیت کارآفرینی سازمانی انجام شود، تاثیر می گذارد. راوی و همکاران (۲۰۰۶) نیز مطرح کردند؛ تغییر در محیط مانند رشد اینترنت، شرکت های موجود را مجبور می کند که به کارآفرینی سازمانی به عنوان یک پاسخ مناسب برای حفظ وضع موجود خود مراجعه کنند. همچنین زمانی که محیط خارجی در حال تغییر است، شرکت ها تمایل بیشتری به شریک خارجی دارند. سائول همکاران (۲۰۱۳) نیز مطرح کردند؛ رابطه ای مستقیم بین رشد آرمان های کارآفرینان و نهادها وجود دارد. آنها به طور همزمان از دولت قوی (به معنی اجرای حقوق مالکیت) و دولت کوچک سود می بند، اما فساد را محدود می کنند. یافته ها از اثرات فساد، حقوق مالکیت، فعالیت دولت و اثرات میانجی سطح میانی شبکه اجتماعی افراد و نهادهایشان بر آرمان های رشد و کارآفرینان حمایت می کند. اینوسنت و روسل (۲۰۱۵) نیز چارچوبی را ارائه می کند که نقش واسطه و میانجی محیط خارجی و فرهنگ سازمانی را در ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد کسب و کار نشان می دهد. بر اساس چارچوب پیشنهادی، فرض آن بر این است که تاثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد کسب و کار به محیط خارجی و فرهنگ سازمان وابسته

است. به منظور دستیابی به هدف مقالات مرتبط جمع آوری، بررسی و تلفیق شده است. چارچوب نشان می‌دهد سازمانهای تجاری که به کارآفرینی تمایل دارند، فرهنگ حمایتی مورد نیاز است. بدین معنی که سازمانهای تجاری باید به طور پیوسته فرهنگ کارآفرینی، نوآوری و انطباق را توسعه دهند اگر عملکرد مطلوب بخواهد از طریق فعالیت های کارآفرینی بدست آورد. زهرا و همکاران (۱۹۹۵) نیز مطرح کردند؛ کارآفرینی سازمانی تاثیر مثبت بر شاخص مالی عملکرد شرکت دارد. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که کارآفرینی سازمانی یک اقدام موثر ویژه برای شرکت هایی است که در یک محیط خصمانه عمل می کنند (در مقابل محیط های بی خطر). مارک و تریبیت (۲۰۱۲) به بررسی تاثیر محیط و نقش تعدیل گر آن در ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و حاکمیت شرکتی پرداخته اند. یافته های این پژوهش نشان می دهد حضور افراد خودی باعث افزایش فعالیت ثبت اختراع می شود. همچنین وقتی که شرکت خود را با تطبیق مقررات غیرقانونی بیشتر حفظ می کند فعالیت ثبت اختراع منحرف و کاهش خواهد یافت. همچنین افزایش مالکیت اجرایی فعالیت ثبت اختراع را افزایش می دهد و در نهایت افزایش مالکیت نهادی در ارتباط مثبت با ثبت اختراع و محصول جدید است. ترنس و همکاران (۲۰۰۹) مطرح کردند؛ ایجاد ایده مدیران بوسیله نوع محصول تولید شده، اندازه شرکت و میزان حمایت شرکت از کارآفرینی فردی تحت تاثیر قرار دارد. ریسک پذیری مدیر در ارتباط با اندازه شرکت و حمایت از کارآفرینی شخصی همراه است.

برتون و همکاران (۲۰۱۷) نیز مطرح کردند عوامل متعددی بر کارآفرینان و توسعه ی کارآفرینی می گذارند، که برخی از آنها بر روی سطح نوآوری (یعنی ابتکاری یا تقلیدی) بودن محصولات یا خدمات جدید موثر است. بر این اساس شناخت محرک های موثر بر توسعه کارآفرینی همچون تاثیر انگیزه روانشناختی کارآفرینان و محیط نهادیشان بر نوآوری و سرمایه گذاری جدید؛ حائز اهمیت است. از طریق این شناسایی، می توان به درک بهتری از اینکه سرمایه گذاری جدید نوین چگونه در محیط های نهادی متفاوت و با نقش آفرینی نهادی رخ می دهد؛ مورد توجه است. در تحقیقی دیگر و مشابه؛ یا چن چانگ (۲۰۱۷) رابطه ی نوآوری سبز را با محیط نهادی و به منظور

توسعه ی پایدار مد نظر قرار اده است. بر اساس نتایج این تحقیق مشخص شده است؛ نوآوری سبز با عملکرد محیطی و اقتصادی رابطه مثبت دارد. علاوه بر این، فشار نهادی مثبت، رابطه بین نوآوری عملکرد محیطی را تعدیل می کند. کریستوفر (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی نشان داه است؛ تاثیر نهادهای بازار بر نوآوری از طریق دانش، آموزش و خلاقیت ارتقا می یابد. آندرو (۲۰۱۳) نقش فرهنگ را برای توسعه نوآوری بسیار مهم دانسته و اذعان دارد؛ شرکت هایی که نوآورانه تر هستند و پروژه های کارآفرینانه بیشتری نسبت به بقیه دارند، عملکرد و بازدهی مناسب تری دارند. این تحقیق از اقتصاد نهادی به عنوان یک چارچوب با هدف تحلیل عوامل محیطی در چگونگی (وضعیت) نوآوری در درون شرکت ها استفاده می نماید. به ویژه، این مطالعه اثر تعدیل کننده ارزش های فرهنگی را در کارآفرینی سازمانی بررسی می کند. یافته های اصلی تاثیر عوامل محیطی بر نوآوری سازمانی را برجسته می کند، به ویژه بر تاثیر نوآوری سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاکید دارد در این فرایند متغیرهایی مانند زندگی در فرهنگ کارآفرینانه و در معرض رسانه قرار گرفتن (عوامل غیر رسمی) و تعداد مراحل لازم برای ایجاد کسب و کار جدید یا دسترسی به منابع (عوامل رسمی)، را برای کارآفرینی سازمانی مهم می داند. علاوه بر این، عوامل غیر رسمی به عنوان تعدیل گر بین عوامل رسمی و کارآفرینی سازمانی عمل می کنند.

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر روش؛ کیفی، و به لحاظ هدف کاربردی است. روش گردآوری داده ها مبتنی بر مطالعات علم سنجی بر پایه متاستز است. جامعه پژوهش شامل کلیه مدارک علمی مشتمل بر (مقاله، کتاب، فصل کتاب، گزارش های علمی، ...) در پایگاه استنادی «اسکوپوس» تا سال ۲۰۲۲ است که بر این اساس ۵۲ سند استخراج شدند و بوسیله نرم افزار Bibexcel و VOSviewer نقشه های علمی مصور سازی گردید و اسناد تحلیل شدند.

از آنجا که یافته های حاصل از مطالعات سنجش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری از مهم ترین ابزارهای سیاست گذاری توسعه علم، فناوری و نوآوری در هر کشور به شمار می رود؛ از این رو این سنجش باید به گونه ای صورت پذیرد که با تکیه بر نتایج آن بتوان تصویری واقعی تر از

وضعیت کشور خود در مقایسه با سایر کشورها به دست آورد. تحلیل هم‌واژگانی، روش مناسبی برای کشف ارتباطات حوزه‌های پژوهشی علم است و پیوندهای مهمی را نشان می‌دهد که ممکن است کشف آن‌ها به روش‌های دیگر مشکل باشد. روش تحلیل هم‌واژگانی، می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند، امکان تعقیب تحولات ساختاری و تکامل شبکه ادراکی و اجتماعی را میسر سازد. در ادبیات، هم‌واژگانی را از نظر مفهومی معادل CO-WORD دانسته که گاه واژه CO-occurrence را به جای آن به کار برده‌اند. در زبان فارسی واژه نخست را هم‌واژگانی و واژه دوم را هم‌رخدادی معنا کرده‌اند. تحلیل هم‌واژگانی که براساس هم‌رخدادی واژگان عمل می‌کند، به‌عنوان یک روش تحلیل مضمون، یکی از روش‌های علم سنجی است. تحلیل هم‌واژگانی نمونه‌ای از روش مدل‌سازی گرافیکی است که در آن از اندیشه‌های مربوط به تحلیل رابطه استفاده می‌شود در واقع تحلیل هم‌واژگانی، ابزاری برای کشف الگوهای پنهان و رویدادهای نوظهور مفهومی است. در تحلیل هم‌واژگانی، هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها در عنوان، چکیده یا متن مقالات بررسی می‌شود. هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها میزان ارتباط شناختی میان یک مجموعه مدارک را نشان می‌دهد. با مقایسه نقشه‌های حاصل در دوره‌های زمانی مختلف، پویایی علم ردیابی می‌شود. روش تحلیل هم‌واژگانی در سال‌های اخیر در پژوهش‌های پژوهشگران کشورهای مختلف به نحو قابل ملاحظه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۸) در ادامه به یافته‌های پژوهش مبتنی بر علم سنجی و تحلیل محتوای اسناد پرداخته شده است.

یافته‌ها

در این بخش گام‌های طی شده جهت انجام علم‌سنجی و ترسیم شبکه‌های هم‌واژگانی و هم-کشوری در رابطه با « توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی » تشریح شده است.

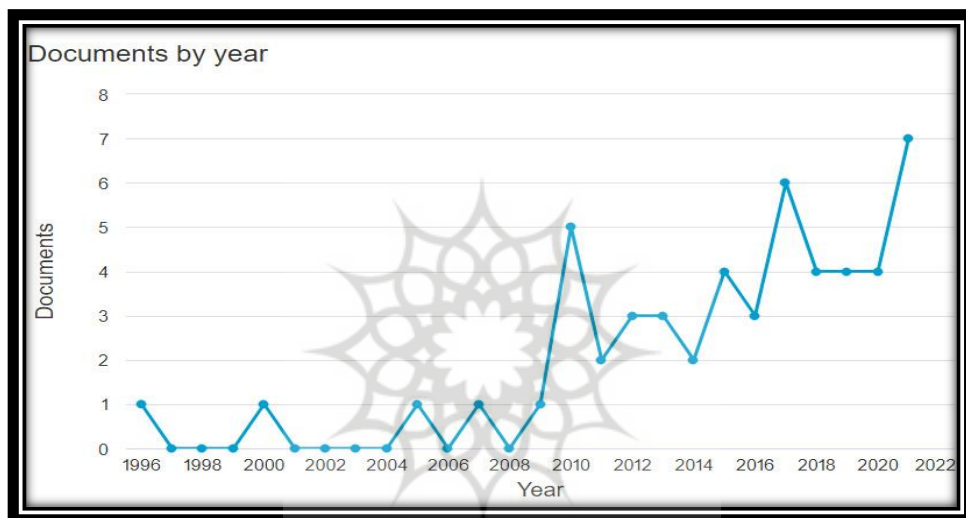
برای این منظور مهمترین واژگان در این حوزه شناسایی شده و تحلیل مربوطه در این حوزه انجام گردید. بر این اساس در گام اول و در ابتدا در پایگاه استنادی Scopus جستجوی اسناد مطابق زیر انجام شده است:

*corporate entrepreneurship" AND "institutional " OR "Organizational "
"entrepreneurship" AND "institutional*

نهادی

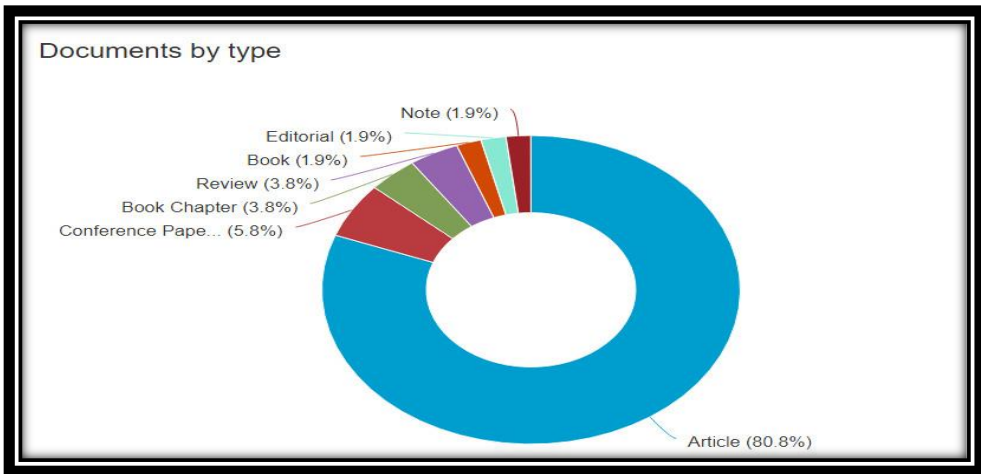
تعداد نتایج حاصله در حدود ۵۲ مدرک (شامل مقاله، کتاب و...) تا سال ۲۰۲۲ میلادی می باشد که از این پایگاه بازیابی شده و در ادامه به تحلیل نتایج به دست آمده خواهیم پرداخت.

تعداد مدارک منتشر شده در دنیا در این حوزه و روند آن در شکل زیر نشان داده شده است. همانگونه که در شکل زیر مشخص است، روند تولید مدارک در این حوزه در سالهای اخیر به صورت نمایی رشد پیدا نموده است و تعداد مستندات ۲۰۲۲ در اوج است که نشان دهنده میزان اهمیت این حوزه در علوم جدید می باشد.



شکل (۱) تعداد و روند مدارک منتشر شده در دنیا در حوزه « توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »

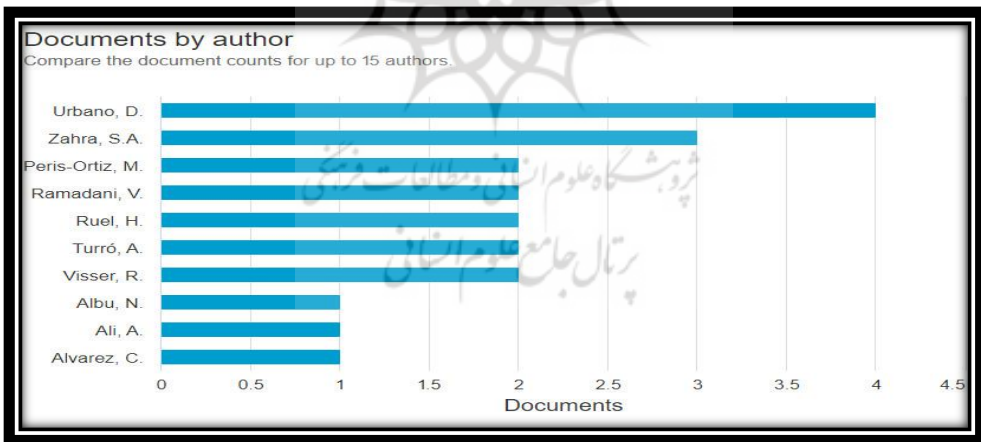
وضعیت نوع مدارک منتشر شده (مقاله کنفرانسی، مقاله ژورنال، کتاب، فصل از کتاب، ...) در دنیا و همچنین درصد مدارک مربوطه در این حوزه نیز در شکل زیر نشان داده شده است. همانطور که مشخص است، مقالات ژورنالی بیشترین میزان مدارک منتشر شده در این حوزه با بیش از ۸۰٫۸ درصد را به خود اختصاص داده اند.



شکل (۲) وضعیت مدارک منتشر شده در دنیا در حوزه

« توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »

نویسندگان این حوزه در دنیا، با بیشترین تعداد مدرک منتشر شده (۱۰ نویسنده برتر) در شکل زیر نشان داده شده است.

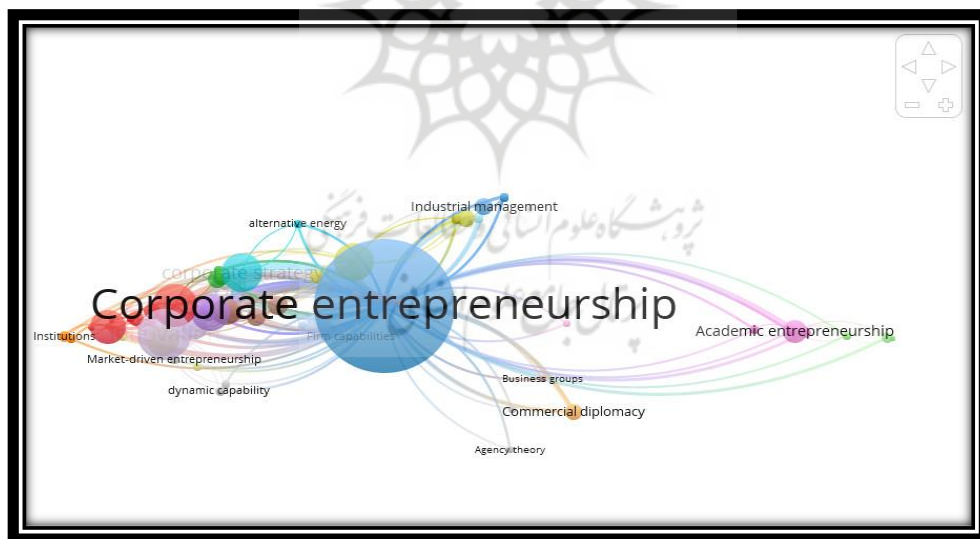


شکل (۳) نویسندگان برتر در حوزه

« توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی » در دنیا

نهادی

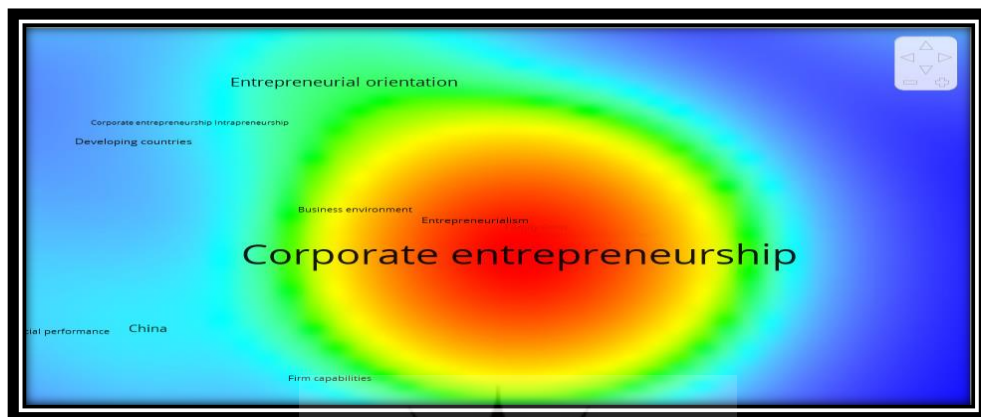
در این قسمت لغات موجود در مدارک استخراج و مرتبط‌ترین واژگان از میان آن‌ها جهت نمایش در شبکه انتخاب شده‌اند. اینکار باعث می‌شود که لغاتی که اهمیت کمتری در این مدارک دارند، حذف شده و شبکه نیز فقط بر روی نمایش لغات مهم در این حوزه متمرکز شود. در گام بعدی باید خروجی به دست آمده از نرم افزار Bibexcel را وارد نرم افزار VOSviewer نماییم و تحلیل‌های مربوطه را انجام دهیم. اولین خروجی که از این نرم افزار به دست آمده است مطابق شکل زیر است. کوچک یا بزرگ بودن دایره‌ها در شکل زیر نشان‌دهنده این موضوع است که در حوزه « توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »، چه میزان هر واژه تکرار شده است. همانطور که در این شکل مشخص است، واژه‌های "coipoate entrepreneurship"، "corporate strategy"، "Innovation"، "entrepreneurship"، "dynamic capability"، "Academic entrepreneurship"، "commercial diplomacy" چون دایره‌های بزرگتری دارند، در واقع بیشترین تکرار را در میان مدارک منتشر شده در این حوزه دارند. در این نقشه هر یک از رنگ‌های به کار رفته، معرف یک خوشه موضوعی می‌باشد. همانطور که مشخص است واژگان موردنظر در ۴۱ خوشه دسته‌بندی شده‌اند.



شکل ۴- شبکه هم واژگانی در حوزه

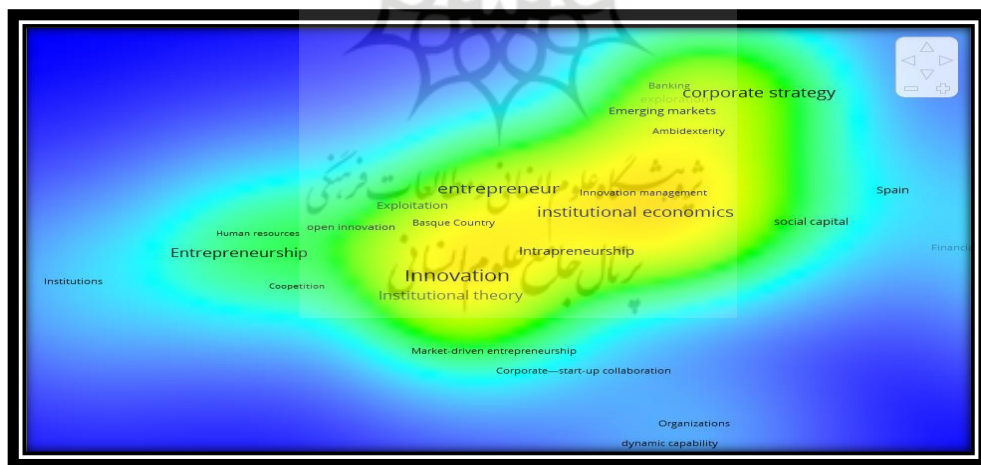
« توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »

بمنظور اینکه هر بخش از شکل به صورت شفاف‌تر و مشخص‌تری قابل مشاهده باشد در ادامه و در شکل‌های زیر بزرگنمایی (زوم) صورت گرفته است که جایگاه هر لغت در شبکه به صورت خواناتری صورت گیرد.



شکل ۵- قسمت مرکزی نمودار حرارتی شبکه هم‌واژگانی در حوزه

« توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »



شکل ۶- قسمت بالا و سمت راست نمودار حرارتی شبکه هم‌واژگانی در حوزه

« توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نقش آفرینی نهادی »

بعد از ترسیم و تحلیل نقشه های علمی، با روش علم سنجی؛ کلیه متونی که بر اساس جستجوی سیستمی در پایگاه اسکوپوس شناسایی شدند، مورد بازبینی قرار گرفته جهت کدگذاری سه مرحله ای (کد باز، کد محوری و کد گزینشی) گردید. نتایج حاصل در جدول (۱) نشان داده شده است:

جدول (۱) نتایج نهایی کد گذاری اسناد

کد گزینشی	کد محوری	کد باز
ارکان توسعه کارآفرینی سازمانی، مبتنی بر نقش آفرینی نهادی (سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور)	سازمان دهی و برنامه ریزی	توسعه ی کارآفرینی سازمانی اغلب توسط نهادهای واسطه (یک نوع کارآفرین سازمانی که می خواهد کارآفرینان را از یک ساز و کار سازمانی به دیگری متصل کند) تسهیل می شود. تمرکز بر این که چگونه مقررات و زیر ساخت های رسمی در سازمان باعث ایجاد انگیزه های اقتصادی می شود و در نهایت موجب پذیرش و انتقال به بازارهای رسمی می گردد؛ مقوله ای است که توسط نهادهای واسطه قابل انجام است.
	نظام دهی	نهادهای کارآمد نهادهایی هستند که با آموزش و ایجاد سازگاری و با ترغیب و ایجاد انگیزه؛ سازوکارهایی اجرایی و درونی برای توسعه ی کارآفرینی بر پایه نوآوری در سازمان ها ایجاد می کنند. یک موضوع مهم در طراحی نقش نهادها برای نقش آفرینی نهادی این است که انگیزه هایی که ایجاد شده است به طور واقعی منجر به رفتار نامطلوب شود و منجر به ترک رفتار نامطلوب گردد.
تسهیلگری		آموزش های مناسب جهت تسهیل ضوابط مربوط به تولید و تجارت و توسعه نهادهای مالی و ایجاد بسترهای اقتصادی، ایجاد فضای سالم شفاف و رقابتی در اقتصاد و نظایر آن می تواند اقدامی در جهت فراهم کردن بستر تولید لحاظ شود.
هدایت گری		بعد هدایت گری نهادی، بر کمیت و کیفیت کارآفرینی موثر است و به نظر می رسد که کارآفرینان با اشتیاق کارآفرینی بالا با گرایش ملی و بین المللی، پتانسیل رشد بالا و نوآور (فقط تحت تاثیر عوامل قانونی و شناختی قرار

<p>ندارند، بلکه در محیطی که از نوآوری، آموزش ها و مهارت ها و منابع حمایت کننده تقویت می شوند.</p>		
<p>کارآفرینی در سطوح مختلف فعالیت های اقتصادی را توسعه می دهد. آموزش و مهارت آموزی عامل اساسی و عنصر جدایی ناپذیر تحول اقتصادی - اجتماعی است. راهبرد توسعه با دو مشکل مواجه است: بیکاری و فقر توده های مردم. این مشکلات به طور اثربخشی با فعال سازی توانایی های بالقوه انسانهای مستعد در کارآفرینی کاهش داده می شود و پشتیبانی مستمر نهادی نیز مزید تحول اقتصادی است.</p>	<p>پشتیبانی</p>	
<p>نقش آفرینی نهادی در توسعه کارآفرینی از پایداری، دوام و استمرار نسبی برخوردارند. هنجارها و الگوهای ثابت رفتاری که نهادها از جامعه انتظار دارند به صورت بخشی از فرهنگ هر جامعه در می آیند و به نسل های بعدی انتقال می یابند. فرهنگ سازی نهادی؛ یادگیری مادام العمر را تقویت می کند.</p>	<p>نهادینه سازی فرهنگ سازمانی مهارت آموزی (یادگیری مادام العمر)</p>	<p>مولفه های موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی، مبتنی بر نقش آفرینی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور</p>
<p>کیفیت نهادی (هدایت گری، آموزش و تسهیلگری) بر کیفیت و نوع فعالیت کارآفرینانه (جدید بودن محصول یا تکنولوژی گرایش بین المللی و پتانسیل رشد) در کشور اثر می گذارد. در واقع سه بعد نهادی اسکات، بر کمیت کارآفرینی و بعد هدایت گر محیط بر کیفیت کارآفرینی موثر است و به نظر می رسد که کارآفرینان با اشتیاق کارآفرینی بالا (با گرایش بین المللی، پتانسیل رشد بالا و نوآوری) فقط تحت تاثیر عوامل قانونی و شناختی قرار ندارند، بلکه در محیطی که از نوآوری، مهارت ها و منابع حمایت کنند تقویت می شوند.</p>	<p>کیفیت نهادی در اقدامات نوآورانه</p>	
<p>محققان علاوه بر ابعاد هنجاری، قانونی و شناختی ابعاد دیگری را که بر کیفیت و نوع فعالیت کارآفرینانه (جدید بودن محصول یا تکنولوژی گرایش بین المللی و پتانسیل رشد) در کشور اثر می گذارد مورد مطالعه قرار داده اند. بر این اساس بسترمند سازی نهادی در راسای ایجاد محیط سازمانی کارآفرینانه کیفیت و کمیت کارآفرینی را تحت تاثیر قرار می دهد.</p>	<p>بستر سازی مهارت آموزی سازمانی (محیط سازمان)</p>	

<p>کنش جمعی، کنش فردی را کنترل و هدایت می کند. این رویکرد های جدید، به تدریج توجه را به سوی مسائلی فراتر از تولید محوری جلب کردند و به تدریج، اندیشمندان توسعه ضمن فاصله گرفتن از الگوهای کلان و خیال پردازانه، توجه ویژه ای به بحث بنگاه ها در سطح خرد، توانایی های فردی و گروهی، بهداشت، آموزش و مهارت افزای مبذول داشته اند.</p>	<p>خودشکوفایی فردی و گروهی (تقویت مهارت های فردی و گروهی)</p>	
<p>سازگاری و انطباق با محیط ملی و بین المللی طبیعتا دامنه فعالیت و انتخاب های استراتژیک شرکت های را گسترده می کند. در واقع محیط نهادی یک جامعه، نقش قدرتمندی در خلق و یا نابودی کارآفرینی در کشور بازی می کند.</p>	<p>سازگاری و انطباق با محیط پیرامونی (ملی و بین المللی)</p>	
<p>در این میان با استفاده از بینش های اقتصادی و نهادی نوین، و آموزش و توانمند سازی افراد متناسب با روند بازارهای جدید می تواند به عدم قطعیت ناشی از عدم همسویی نهادی میان نهادها در سطوح مختلف در راستای توسعه کارآفرینی پاسخگو باشد. بدین نحو، کارآفرینان می توانند این عدم قطعیت را از طریق توانمندی و با اقدامات متناسب با بازار داخلی و خارجی کاهش دهند.</p>	<p>مهارت آموزی متناسب با بازارهای جدید</p>	
<p>علاوه بر آموزش مهارت ها و علوم نوین برای توسعه ی کارآفرینی؛ تناسب آموزش با مزیت ها و قابلیت های منطقه نیز، یکی از فرصت های مناسب پیش روی صنایع گوناگون است. این فرصت شناسی باعث کاهش هزینه ها و افزایش چشم گیر ارزش افزوده می شود.</p>	<p>تناسب آموزش های مهارتی با مزیت های منطقه (آمایش مهارت آموزی)</p>	
<p>فرهنگ سازی از طریق رسانه های جمعی و آموزش به افراد در سنین مختلف از جمله مدارس و دانشگاه ها افزایش کارآفرینی را به همراه دارد. این فرایند از طریق بهبود «محیط هنجاری» برای کارآفرینی، با توسل به استفاده گسترده از تبلیغات و القای کارآفرینی در افکار عمومی برای مطلوب جلوه دادن کارآفرینان، انگیزه کارآفرینان را بیشتر کند. رسانه ها از دو منظر حائز اهمیت هستند اول از طریق نقش آفرینی به منظور فرهنگ سازی و دوم بواسطه ی نقش آفرینی در</p>	<p>ارائه ی مهارت های جدید با متد نوین آموزش (مجازی و حضوری)</p>	

آموزش. استفاده از رویکرد ها و روش های نوین آموزشی در بستر مجازی و حضوری؛ باعث ترویج مهارت های توانمند ساز به منظور توسعه ی کارآفرینی می گردد.		
آینده نگری توسط نهاد های واسطه ای و اتصال آموزش و مهارت آموزی امروز؛ به نیاز های فردا، پویایی و مانایی را نصیب صنایع مختلف می کند. کارآفرینی برای پاسخگویی به نیاز حال و آینده در گرو تربیت و آموزش افراد (کارکنان) با رویکرد آینده نگاری است.	تربیت مهارت آموزان متناسب با نیاز صنعت (حال نگر و آینده نگر)	

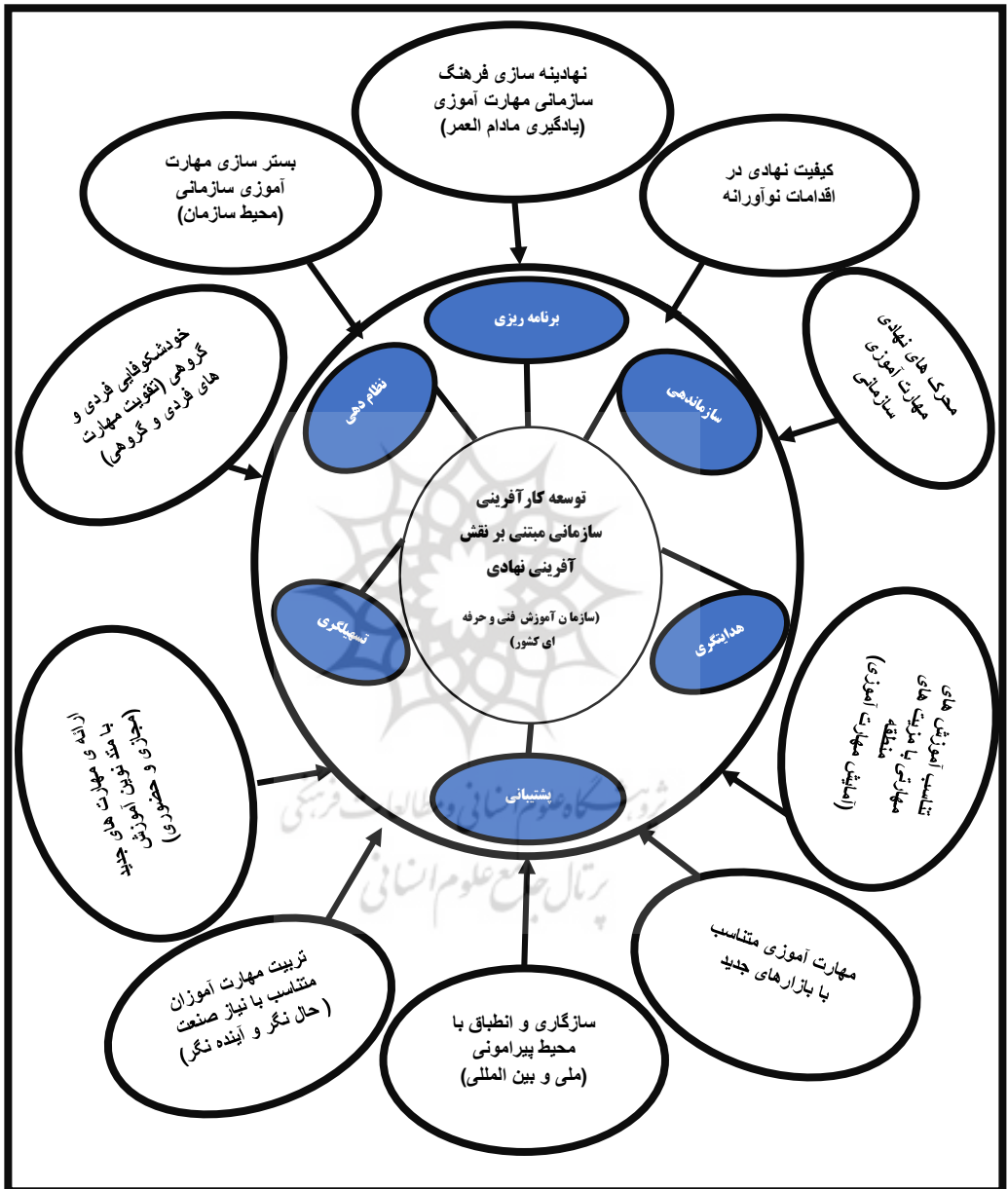
بحث و نتیجه گیری

نهادها با ایجاد یک ساختار با ثبات برای کنش متقابل انسان ها، عدم نا اطمینانی را از بازار کاهش داده و موجب افزایش رقابت در بازار می شوند. فقدان نهاد های مناسب و کاهش رقابت در بازار منجر به افزایش هزینه ها شده و افزایش همین هزینه ها است که اهمیت نهاد ها را در کاهش هزینه ها و افزایش سود دهی تولید و بهبود عملکرد اقتصادی برای رسیدن به رشد اقتصادی مناسب پر رنگ می کند. نهادها اثرات اجتماعی زیادی در انتقال کارآفرینان از بازار غیررسمی به رسمی دارند. بازارهای غیر رسمی شامل فعالیت های اقتصادی است که خارج از مقررات رسمی فعالیت می کنند و توسط هنجارهای غیررسمی و ارزش ها هدایت می شوند. بطور کلی هدف رسمی سازی توسط نهادهای واسطه، وابسته به یکسری تاکتیک هایی است که هدفش ارایه ی چارچوب های سازمانی به منظور تشویق و تسهیل کارآفرینان غیر رسمی برای شرکت در بازارهای رسمی هستند. در واقع رسمی سازی (نهادینه سازی) زمانی اتفاق می افتد که کار آفرینان از یک چهارچوب نهادی با حداقل استانداردها به چارچوب نهادی دیگر با استانداردهای مشخص، باکیفیت و کارا انتقال یابند. این انتقال ها اغلب توسط نهاد های واسطه تسهیل می شود. (سخدری و بختیاری، ۱۳۹۷) نهادهای کارآمد نهادهایی هستند که با آموزش و ایجاد سازگاری و با ترغیب و ایجاد انگیزه؛ سازوکارهایی اجرایی و درونی برای توسعه ی کارآفرینی بر پایه نوآوری در سازمان ها ایجاد می کنند. یک موضوع مهم در طراحی نقش نهادها برای نقش آفرینی نهادی این است که انگیزه هایی که ایجاد شده است به طور واقعی منجر به رفتار نامطلوب شود و منجر به ترک رفتار نامطلوب گردد. بر این اساس در تحقیق حاضر که با روش علم سنجی و تحلیل اسناد انجام شد، نقش سازمان آموزش فنی و حرفه

نهادی

ای کشور؛ به عنوان یک نهاد واسطه ای و نقش آفرین به منظور ارائه ی مهارت های پاسخگو متناسب با نیاز صنایع و ارائه آموزش های مناسب جهت تقویت توانمندی کارکنان با هدف توسعه ی کارآفرینی سازمانی مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان داده است؛ سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور می تواند با نقش های «برنامه ریزی (ولچک و همکاران، ۲۱۰۵)، سازماندهی، نظام دهی (گادفری، ۲۱۰۲)، تسهیلگری (اوربانو، ۲۰۱۰)، هدایتگری (دات، ۲۱۰۶) و پشتیبانی» و با در نظر گرفتن مولفه هایی چون «محرک های نهادی (آلوارز و همکاران، ۲۰۱۵)، انطباق پذیری (ملی و بین المللی) (گادفری، ۲۱۰۲)، کیفیت نهادی (بایلونند، ۲۰۱۷)، نهادینه سازی فرهنگ سازمانی مهارت آموزی (ساتر، ۲۰۱۷)، بسترمند سازی نهادی (سن و پنگ، ۲۰۱۴)، خودشکوفا سازی و فرصت شناسی (دیویدسون، ۲۰۱۵) و تناسب مهارت آموزی با بازارهای جدید (اشنایدر و انسته، ۲۰۱۳) مزیت های منطقه (دانیل و همکاران، ۲۰۱۷) و نوآوری و متد جدید آموزش های نوین مهارتی» (سوتاروتا، موستی کاماکی، ۲۰۱۴)؛ در راستای تامین منابع انسانی مورد نیاز صنعت (ویلیامز، ۲۰۱۵) با رویکرد حال نگر و آینده نگر متمر ثمر باشد. (اوربانو، ۲۰۱۰) بر اساس نتایج تحقیق و در شکل (۷) الگوی مفهومی پژوهش ارائه شده است :

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



نگاره (۷) الگوی مفهومی پژوهش



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. بختیاری، مرضیه، موسی خانی، مرتضی، الوانی، سیدمهدی، حسینی، سیدرسول. (۱۳۹۸). بکارگیری روش علم سنجی در راستای آمایش آموزش عالی برای توسعه ی کارآفرینی دانشگاهی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۹۸ (۳۸)، ۹-۱.

۲. برنارد چاونس (۱۳۹۰) اقتصاد نهادی، ترجمه: محمود متوسلی، علی نیکو نسبتي، زهرا فرضی زاده میاندهی، انتشارات دانشگاه تهران.

۳. حسینی نیا، غلامحسین و بختیاری، مرضیه (۱۳۹۷)، نقش کارآفرینی نهادی در توسعه ی اقتصادی، سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم انسانی، چالشها و راه حل ها، تهران.

۴. داوری، علی، فرخ منش، ترانه. (۱۳۹۵). شنا سایی تأثیر سیاست های کارآفرینی بر راه اندازی و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان حوزه فاوا. مدیریت اطلاعات، ۲ (شماره ۱)، ۲۳-۱.

۵. سخدری، کمال و بختیاری، مرضیه، ۱۳۹۷، نقش نهادها در نهادینه سازی رویدادهای کارآفرینی در کشورهای کمتر توسعه یافته، پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران.

۶. مرادی، محمد علی، کمال سخدری، شیما صنیعی (۱۳۹۶) تأثیر عوامل نهادی بر نرخ کارآفرینی بین المللی در کشورهای در حال توسعه. فصلنامه توسعه کارآفرینی دوره ۱۰، شماره ۲، ۳۳۹-۳۵۸.

۷. متوسلی، محمود، سعید شجاعی، هستی چیت سازان، قنبر محمدی الیاسی (۱۳۹۶). موانع نهادی سرمایه گذاری خطر پذیر در ایران: مطالعه ای برای واکاوی انگیزه های سرمایه گذاری در بنگاه های کوچک فناور. فصلنامه توسعه کارآفرینی دوره ۱۰، شماره ۳، ۴۹۶-۴۷۷.

۸. وکیلی، یوسف، مهدی الوانی، قنبر محمدی الیاسی (۱۳۹۳) تبیین نقش عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی در بخش عمومی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۱۹۱، ۲-۲۱۰.

9. Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research policy*, 43(3), 476-494.

10. Alegre, I., & Berbegal-Mirabent, J. (2015). What do we mean by Social Entrepreneurship? A definitional analysis. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2015, No. 1, p. 14286). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
11. Alvarez, S. A., Young, S. L., & Woolley, J. L. (2015). Opportunities and institutions: A co-creation story of the king crab industry. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 95-1
12. Andreu Turró, David Urbano & Marta Peris-Ortiz, (2013). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting & Social Change*, Volume:88,360-369.
13. Aguirre, A. (2017). Contracting institutions and economic growth. *Review of Economic Dynamics*, 24, 192-217.
14. Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future?. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(3), 421-440.
15. Beyer, J., Trannum, H. C., Bakke, T., Hodson, P. V., & Collier, T. K. (2016). Environmental effects of the Deepwater Horizon oil spill: a review. *Marine pollution bulletin*, 110(1), 28-51.
16. Birton J. Cowden & Joshua S. Bendickson, (2017). Impacts of regulatory focus and institutions on innovation. *Management Decision*, 0025-1747 , DOI 10.1108/MD-11-2016-0826.
17. Christopher Sutter ,Justin Webb, Geoff Kistruck, David J. Ketchen Jr, R. Duane Ireland (2017) Transitioning entrepreneurs from informal to formal markets. *Journal of Business Venturing*.
18. Choi, Y. R., Yoshikawa, T., Zahra, S. A., & Han, B. H. (2014). Market-oriented institutional change and R&D investments: Do business groups enhance advantage?. *Journal of World Business*, 49(4), 466-475.
19. Colin C. Williams & Muhammad S. Shahid (2015) *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal Informa Ltd Registered in England and Wales Registered Number: 1072954 Registered office: Mortimer House, 37-41 Mortimer Street, London W1T 3JH, UK.*

20. Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*.
21. Daniel L. Bennett, Hugo J. Faria, James D. Gwartney, Daniel R. Morales(2017) *Economic Institutions and Comparative Economic Development: A Post-Colonial Perspective*, *World Development* Volume 96, August 2017, Pages503-519.
22. Dutt, N., Hawn, O., Vidal, E., Chatterji, A., McGahan, A., Mitchell, W., 2016. How open system intermediaries address institutional failures: the case of business incubators in emerging-market countries. *Acad. Manag. J.* 59 (3), 818–840.
23. Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., Holt, D. T., & Wales, W. J. (2013). Assessing a measurement of organizational preparedness for corporate entrepreneurship. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 937-955.
24. Godfrey, P.C., 2011. Toward a theory of the informal economy. *Acad. Manag. Ann.* 5 (1), 231–277
25. Guerrero, L. K., Andersen, P. A., & Afifi, W. A. (2017). *Close encounters: Communication in relationships*. Sage Publications.
26. González, L. E., Espinoza, O., & Mirabent, J. B. (2015). Trends in Latin American higher education systems. *Strategic management of Universities in the Ibero-America region: A comparative perspective*, 45-68.
27. Ghura, H., Li, X., & Harraf, A. (2017). Moderating relationship of institutions for opportunity entrepreneurship and economic development: Literature review and proposed conceptual framework. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 350-374.
28. Ravi Kathuria & Maheshkumar P.Joshi,(2006).Success Patterns of Exploratory and Exploitative Innovation: A Meta-Analysis of the Influence of Institutional Factors.*International Entrepreneurship and Management Journal.* 3, 2,127-144
29. Fuentelsaz, L., González, C., Maícas, J. P., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258.

30. Christopher John Boudreaux , (2017)," Institutional quality and innovation: some cross-country evidence ", Journal of Entrepreneurship and Public Policy, Vol. 6 Iss 1 pp.
31. North, D. (1990), Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 97-112.
32. Mike W. Peng(2003) Institutional Transitions and Strategic Choices, The Academy of Management Review Vol. 28, No. 2 (Apr., 2003), pp. 275-296
33. Mark A. Tribbitt.(2012).THE MODERATING ROLE OF ENVIRONMENT ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE ENTREPRENEURSHIP.PhD thesis. Drexel University.
34. Melewar, T. C., Gotsi, M., & Andriopoulos, C. (2012). Shaping the research agenda for corporate branding: avenues for future research. European Journal of Marketing, 46(5), 600-608.
35. Peng, M. W., & Khoury, T. A. (2009). Unbundling the institution- based view of international business strategy.
36. Peng J, et al. (2014) Analysis of ssDNA Gaps and DSBs in Genetically Unstable Yeast Cultures. Methods Mol Biol 1170:501-15
37. Pathak, S., & Muralidharan, E. (2016). Informal institutions and their comparative influences on social and commercial entrepreneurship: The role of in- group collectivism and interpersonal trust. Journal of Small Business Management, 54, 168-188.
38. Per L. Bylund, Matthew(2017) A theory of entrepreneurship and institutional uncertainty Journal of Business Venturing, Volume 32, Issue 5.
39. Terrence C. Sebor & Titikorn Theerapatvong,(2009).Corporate entrepreneurship: a test of external and internal influences on managers' idea generation,risk taking, and proactiveness. International Entrepreneurship and Management,9, Volume:6,331-350.
40. Innocent Otache &Rosli Mahmood(2015).Corporate Entrepreneurship and Business Performance:The Role of External Environment and Organizational Culture: A Proposed Framework

41. Saul Estrin, Julia Korosteleva and Tomasz Mickiewicz (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations, *Journal of Business Venturing*, 28, 564–580.
42. Samuel Gómez-Haro, Juan Alberto Aragón-Correa and Eulogio Cordón-Ozo (2011). Differentiating the effects of the institutional environment on corporate entrepreneurship, *Management Decision*, Vol. 49, No. 10, 2011, pp. 1677-1693.
43. Schneider, F., Enste, D., 2013. *The Shadow Economy: An International Survey*. second ed. Cambridge University Press.
44. Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of business venturing*, 28(1), 176-193.
45. Simón-Moya, V., Revuelto-Taboada, L., & Guerrero, R. F. (2014). Institutional and economic drivers of entrepreneurship: An international perspective. *Journal of Business Research*, 67(5), 715-721.
46. Sotarauta, M., & Mustikkamaki, N. (2014). Strategic leadership relay: How to keep regional innovation journeys in motion. In M. Sotarauta, L. Horlings & Liddle, M. (Eds.), *Leadership and change in sustainable regional development* (pp. 190–211). London: Routledge
47. Zahra, S. A. (1996). Technology strategy and new venture performance: A study of corporate-sponsored and independent biotechnology ventures. *Journal of business venturing*, 11(4), 289-321.
48. Urbano, D., & Turró, A. (2013). Conditioning factors for corporate entrepreneurship: an internal approach. *International entrepreneurship and management journal*, 9, 379-396.
49. Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. (2010). Analysing social entrepreneurship form an institutional perspective, Evidence from Spain. *Journal of social Entrepreneurship* 1(1) 54-69
50. ZAHRA & JEFFREY G. COVIN. (1995). CONTEXTUAL INFLUENCES ON THE CORPORATE ENTREPRENEURSHIP PERFORMANCE RELATIONSHIP: A LONGITUDINAL ANALYSIS. *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.

51. Yi-Chun Huang and Min-Li Yang(2013)Reverse logistics innovation,institutional pressures and performance. Management Research Review, Vol. 37 Iss 7 pp. 615 – 641.
52. WS Shi, SL Sun, BC Pinkham, MW Peng(2014) Domestic alliance network to attract foreign partners: Evidence from international joint ventures in China, Journal of International Business Studies 45 (3), 338-362.



شیرازشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی