

سرمایه اجتماعی، شناخت و فرصت‌های کارآفرینی: یک چارچوب نظری

مولفان: دانا مری دی کارولیس^۱ - پاتریک ساپاریتو^۲

مترجم: مهدی زیودار*



مقدمه

کارآفرینی به شکلی جدایی‌ناپذیر با نوآوری^۳ و مزیت رقابتی^۴ پیوند یافته است. اهمیت کارآفرینی نه تنها در سیاست‌گذاری‌های عمومی محرک توسعه کسب و کارهای جدید، بلکه در تقویت اقدامات سازمان‌های از قبل تاسیس شده در گسترش و پیگیری فرصت‌های جدید به خوبی مشهود است. از سویی نیز، به همان میزان که اهمیت بحث کارآفرینی کاملاً آشکار است، به همان نسبت، مبادی ظهور این مفهوم نامشخص می‌باشند. ادبیات نظری و تجربی بسیار گسترده‌ای در تشریح پاسخ این پرسش که چرا تنها برخی افراد از فرصت‌ها بهره می‌گیرند وجود دارد. بخش اعظمی از این ادبیات، اذعان دارند که متغیرهای روانشناختی، ویژگی‌های شخصیتی و عوامل جمعیت‌شناختی تعیین‌کننده رفتارهای کارآفرینانه می‌باشند. گرچه نتایج این یافته‌ها در غالب موارد مبهم به نظر می‌رسد.

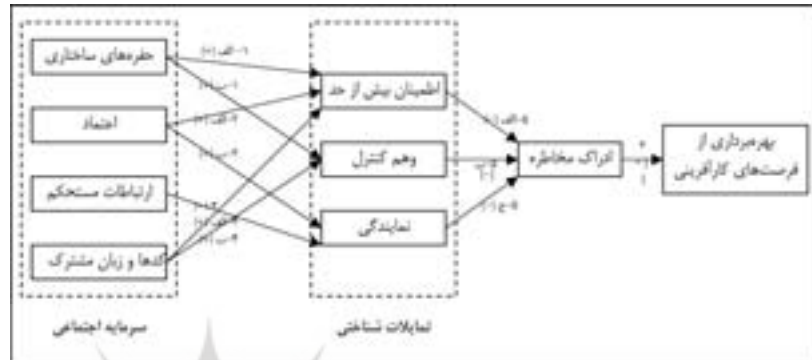
از طرف دیگر، سلسله‌جداگانه‌ای از تحقیقات نیز بر روی اهمیت شبکه‌ها (و مفهوم سرمایه اجتماعی نهفته در آن‌ها) در

خلق کسب و کارهای جدید تاکید می‌ورزند. سرمایه اجتماعی می‌تواند به صورت نوعی نیت مثبت از سوی افراد یا گروه‌ها تعریف گردد که شامل حس قدردانی، رفتارهای مقابله به مثل، احترام و دوستی می‌باشد. سرمایه اجتماعی نوعی دارایی حاکم بر روابط فردی محسوب می‌گردد که متشکل از حسن نیت جاری از سوی دوستان، همکاران و سایر ارتباطات عمومی است. سرمایه اجتماعی به همان شکل که در مطالعات پیشین به تصویر کشیده شده است، می‌تواند به عنوان یکی از مولفه‌های بیانگر فرصت (اما نه بصورت یک پیش‌بینی‌کننده مستقیم) به شمار آید.

اهتمام مقاله، توسعه هر دو جنبه سرمایه اجتماعی و ادبیات مربوط به کارآفرینی از دریچه تبیین اهمیت تاثیر سرمایه اجتماعی بر روی شناخت فردی در ادراک رفتارهای کارآفرینانه است. چنانچه قلمرو کارآفرینی را پیوند میان دو پدیده فرصت‌های پر منفعت و افراد بنیان‌گذار بنگاه‌ها تلقی نمائیم، مدل مذکور به تشریح این پیوند از طریق بیان چگونگی تاثیرگذاری هر دو دسته عوامل خارجی (نظیر سرمایه اجتماعی) و عوامل درونی (نظیر

کارآفرینان مربوط می‌شود: (اطلاعات) و (نفوذ). سرمایه اجتماعی موجب تسهیل در دسترسی به اطلاعات می‌گردد که یکی از مولفه‌های کلیدی فرصت‌های کارآفرینی به‌شمار می‌آید. سرمایه اجتماعی منجر به بهبودی در وضعیت بهنگام بودن، مرتبط بودن و کیفیت اطلاعات می‌گردد. به‌عنوان مثال، کارآفرینانی که به اساتید دانشگاه‌ها دسترسی دارند ممکن است قبل از افراد دیگر از اخبار ظهور یک فناوری جدید در آینده نزدیک آگاهی یابند. بنابراین، آن‌ها قادر خواهند بود تا پیش از آگاهی عمومی از فناوری مزبور، دست به اقدامات مناسبی در جهت بهره‌برداری سودآور از این فناوری بزنند. مزیت دیگر سرمایه اجتماعی نفوذ است. کارآفرینان از نفوذ و توان انباشته حاصل از تک تک اعضای شبکه به‌عنوان یک اهرم قدرت در مذاکرات مربوط به کسب و کار

شناخت) در تعیین این نکته می‌پردازد که چرا فقط افراد خاصی از فرصت‌ها بهره‌برداری می‌نمایند. در ابتدای مقاله، ابعاد چندگانه طبیعت سرمایه اجتماعی از منظر ارتباط آن در خلق کسب و کارهای جدید مورد بحث قرار می‌گیرد. در ادامه، مدل ارائه شده در شکل ۱، در خصوص



شکل ۱- سرمایه اجتماعی، تمایلات شناختی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی

استفاده می‌نمایند.

ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی

با وجود آن‌که در ادبیات سنتی، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک مفهوم تک بعدی قلمداد شده است، به‌تازگی، پژوهشگران به‌شکلی فزاینده به پذیرش یک منظر چندبعدی از سرمایه اجتماعی گرویده‌اند. در این مقاله نیز ابعاد سه‌گانه ناهاپیت و گاشل^۷ (۱۹۹۸) از سرمایه اجتماعی یعنی بعد ساختاری، بعد ارتباطی و بعد شناختی مد نظر قرار می‌گیرند.

بعد ساختاری: این بعد اشاره به الگوی کلی ارتباطی میان بازیگران در ساختار یک شبکه دارد. به عبارت بهتر، ساختار شبکه شامل عواملی نظیر وجود و یا فقدان ارتباطات مستقیم میان بازیگر^۸ مرکزی و دیگران و از طرفی، الگو و تعداد ارتباطات غیر مستقیم میان این اعضا می‌باشد.

بعد ارتباطی: به همان صورت که بعد ساختاری اشاره به الگوی کلی ارتباطات شبکه دارد، بعد ارتباطی نیز حاکی از طبیعت روابط شخصی است که میان افراد شکل می‌گیرد و به صورت (مستحکم) و (ضعیف) آشکار می‌گردد. استحکام یک ارتباط، انعکاس ترکیبی از زمان، شدت احساسات، صمیمیت و خدمات دو‌جانبه آن ارتباط است. ارتباطات مستحکم عموماً همراه با درجه بالایی از اعتماد هستند که سیر اطلاعات سودمند و دانش ضمنی^۹ در آن‌ها به شایستگی صورت می‌پذیرد. اگرچه عوامل بسیاری تعیین‌کننده استحکام و یا ضعف یک ارتباط هستند، اما از میان آن‌ها، اعتماد نقش محوری را ایفا می‌نماید.

بعد شناختی: بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به نظامی دارد که تفسیر و ترجمان مشترک اطلاعات میان افراد را به‌منظور ملموس

تمایلات شناختی، ادراک مخاطره و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی مورد تحلیل قرار می‌گیرد و نهایتاً به بیان نقش مفاهیم ضمنی مدل در پژوهش‌های نظری و عملی آتی پرداخته می‌شود.

سرمایه اجتماعی

در حالی که اشتیاق فراوانی برای پژوهش در زمینه مفهوم سرمایه اجتماعی وجود دارد، این مفهوم هنوز مراحل اولیه تکامل خویش را در کاربرد و استفاده از معانی تلویحی آن در تحقیقات گوناگون سپری می‌نماید. به همین سبب، ضروری است که پژوهشگران در ابتدا رویکرد و تعاریف ویژه خویش از سرمایه اجتماعی را تصریح نمایند. نظریه‌پردازان علوم اجتماعی به تشریح دو دسته سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند: (پیوندی^۵) و (اتصال^۶). سرمایه اجتماعی پیوندی اشاره به تاثیر روابط داخلی و شبکه‌ای در کیفیت تعاملات گروهی و جمعی دارد. به عبارت بهتر، غالباً ارتباطات مترکم و مستحکم میان اعضای یک گروه منجر به توسعه نوعی هنجارهای اجرایی و حس اعتماد می‌گردد که نیل به اهداف مشترک گروه را تسهیل می‌سازد.

از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی اتصال معمولاً اشاره به سرمایه اجتماعی به‌عنوان نوعی مدل دارایی فردی دارد که متمرکز بر افراد و روابط شبکه‌ای آن‌ها می‌باشد. در قیاس با رویکرد سرمایه اجتماعی پیوندی، تمرکز سرمایه اجتماعی اتصال، عمدتاً بر روی نقش روابط خارجی و شبکه‌ای افراد و نقش سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک منبع در این شبکه در کسب منفعت برای افراد است. سرمایه اجتماعی از این منظر، عامل تقویت‌کننده موفقیت افراد در بهره‌برداری از ارتباطات و استفاده از منابع به‌منظور کسب منفعت است. دو مورد از پیامدهای مستقیم این نوع از سرمایه اجتماعی به

نمودن و دسته‌بندی اطلاعات در طبقات مختلف ادراکی آنان به انجام می‌رساند. این نوع نظام‌های مشترک ضمن ایفای نقش تسهیل‌گر در تبادل اطلاعات، یادگیری و خلق دانش، به افراد اجازه می‌دهند تا فرایندهای تفکر یکدیگر را به اشتراک گذارند. این‌گونه شیوه‌های نگرش به جهان، یاری‌رسان افراد در ادراک صحیح و ملموس از اطلاعات و دانش می‌گردد.

تمایلات شناختی و فرصت‌های کارآفرینی

تحقیقات اخیر حاکی از این امر می‌باشد که در قیاس با دیگران، برخی کارآفرینان درک متفاوتی از شرایط دارند. در حالی که تمایلات شناختی بسیار زیادی وجود دارند که نحوه تفکر و به‌طور اخص، ادراک ما از مخاطره را شکل می‌دهند، مطالعات اخیر در حوزه کارآفرینی، اشاره به برخی تمایلات شناختی ویژه دارند که ادراک مخاطره را در کارآفرینان تحت تاثیر قرار می‌دهد: (اطمینان بیش از حد^{۱۰})، (وهم کنترل^{۱۱}) و (نمایندگی^{۱۲}).

اطمینان بیش از حد: حالتی است که یک فرد از حد فوقانی دانش خویش بی‌اطلاع باشد و میل به تجاوز از آن محدوده را داشته باشد. زمانی که فردی دارای اطمینان بیش از حد می‌باشد، احتمال موفقیت خویش را بیش از میزان واقعی تخمین می‌زند. از منظر روانشناختی، اطمینان بیش از حد هنگامی رخ می‌دهد که فرد دست به انکار دانش برخاسته از تصمیمات جدید می‌زند و یا به خوبی پی به گستره‌ای که برآوردها و برنامه‌ریزی‌های وی نادرست هستند نمی‌برد. افرادی که این ویژگی را دارا می‌باشند مفروضات خویش را بسان واقعیت مسلم می‌پندارند و ممکن است باور

آنان نسبت به مخاطره اقدامات جدی، کمتر از میزان واقعی باشد. **وهم کنترل:** عبارت است از برآورد بیش از حد از قلمروی که فرد قادر خواهد بود پیامدهای یک شرایط ویژه را تحت تاثیر قرار دهد. وهم کنترل ارزیابی افراد از شانس موفقیت در یک فعالیت مخاطره‌آمیز را متاثر می‌سازد. این مفهوم از این جهت با اطمینان بیش از حد متفاوت است که اطمینان بیش از حد معرف بیش از حد واقعی تصور نمودن مهارت‌ها است اما وهم کنترل تخمین نادرستی از حقایق یک شرایط ویژه و توانایی فرد در اداره وقایع آینده آن شرایط می‌باشد. این تخمین نادرست ناشی از این واقعیت است که افراد تنها به پذیرش اطلاعاتی گرایش یابند که پشتیبان نظریات آنان است و اطلاعات نقیض عقاید خویش را انکار نمایند.

نمایندگی: (نظیر عقیده به قانون اعداد کوچک) زمانی رخ می‌دهد که افراد در تصمیم‌گیری تنها اطلاعات حاصل از تعداد اندکی از

سرمایه اجتماعی و تمایلات شناختی

حفره‌های ساختاری منجر به ایجاد نوعی زمینه اجتماعی غنی می‌گردد که شناخت را تحت تاثیر قرار می‌دهد. افراد درگیر در یک شبکه با ارتباطات گوناگون، قادر به دسترسی سریع و با زمانبندی مناسب به مجموعه گوناگونی از اطلاعات می‌باشند. این نوع ارتباطات و دسترسی به منابع اطلاعات مختلف می‌تواند موجب ارتقاء نرخ جذب اطلاعات و بهبود باور افراد نسبت به سطح دانش آنان در یک گستره مشخص گردد. بنابراین، چنین مجموعه وسیعی از اطلاعات ممکن است منتهی به تخمین فراتر از واقع کارآفرین از پایه و مبنای دانش خویش گردد.

بر همین مبنای، پیگیری فرصت به دلیل افزایش باور به کنترل پیامدهای آن توسط کارآفرینان، جذاب‌تر می‌شود:

گزاره ۱- الف: تعداد حفره‌های ساختاری در شبکه اجتماعی کارآفرینان، همبستگی مثبتی با اطمینان بیش از حد آنان خواهد داشت.

گزاره ۱- ب: تعداد حفره‌های ساختاری در شبکه اجتماعی کارآفرینان، همبستگی مثبتی با وهم کنترل آنان خواهد داشت.

اعتماد شبیه به یک شمشیر دو سره است که همزمان با تامین اطمینان مورد نیاز افراد، آسودگی خاطر نسبت به قدم‌گذاری به موقعیت‌های آسیب‌پذیر و مخاطره‌آمیز را با اتکا به افراد مورد اعتماد در شبکه افزایش می‌دهد. از طرف دیگر، اطلاعات دریافتی از فرد مورد اطمینان، عموماً دقیق، مرتبط و قابل اتکا تلقی می‌گردد و دو پیامد بالقوه را به همراه دارد: از یک سو، تلاش جهت تایید صحت و

اعتماد شبیه به یک شمشیر دو سره است که همزمان با تامین اطمینان مورد نیاز افراد، آسودگی خاطر نسبت به قدم‌گذاری به موقعیت‌های آسیب‌پذیر و مخاطره‌آمیز را با اتکا به افراد مورد اعتماد در شبکه افزایش می‌دهد

بدین ترتیب، اطلاعات حیاتی که قادرند نگرش کارآفرین مبنی بر (نحوه کارکرد دنیای پیرامون) را به چالش بکشند کنار نهاد می‌شوند و منجر به تخمین فراتر از واقعیت کارآفرین از شرایط می‌گردند.

به همین ترتیب، تکیه بر معانی مشترک گسترش یافته در ارتباطات شبکه‌ای می‌تواند تقویت و هم‌کنترل را در پی داشته باشد که باور فرد از مهارت‌های خویش در قبال قابلیت تاثیرگذاری بر دستاوردهای یک تصمیم است. غرق شدن در مدل‌های ذهنی مشترک یک شبکه ممکن است منتهی به اغراق در توانایی‌های مرتبط با قبول یک تعهد گردد. در حقیقت، نتایج پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد که مدیران دارای وهم کنترل، تخمین‌های فراخوشبینانه‌ای نسبت به عملکرد خویش دارند:

گزاره ۴- الف: کدها و زبان‌های مشترک، همبستگی مثبتی با اطمینان بیش از حد یک کارآفرین خواهند داشت.

گزاره ۴- ب: کدها و زبان‌های مشترک، همبستگی مثبتی با وهم کنترل یک کارآفرین خواهند داشت.

تمایلات شناختی و ادراک مخاطره

در نظریه تصمیم‌گیری کلاسیک، مخاطره به مفهوم انحراف کل از نتایج بالقوه است. از سویی، در محیط کسب و کار، نتایج مثبت بالقوه، فرصت؛ و انحرافات احاطه‌کننده این نتایج مخاطره قلمداد می‌شوند. علاوه بر این، در ارزیابی مخاطره در محیط کسب و کار واقعی، افراد به جای توجه صرف به این پراکندگی‌ها، بیشتر مایل به تمرکز بر روی میزان کلی زیان‌های بالقوه می‌باشند. به همین

ترتیب، مقاله حاضر نیز ادراک مخاطره را به صورت باور نسبت به دامنه کلی زیان‌های بالقوه همراه با یک شرایط کسب و کار خاص تعریف می‌کند.

از آنجا که تمایلات شناختی، آگاهی افراد از اطلاعات و نحوه تفسیر آن را متاثر می‌سازند، ممکن است ادراک مخاطره را نیز تحت تاثیر قرار دهند. تمایلات شناختی ویژه، ممکن است موجب کاهش ادراک افراد از میزان واقعی مخاطره و یا به عبارت بهتر، منجر به ناچیز پنداشتن و دست کم گرفتن مخاطره گردند.

در خصوص وهم کنترل نیز کارآفرینان ممکن است نسبت به دیگر افراد مستعدتر باشند. وجود این احساس که آنان می‌توانند پیامدهای یک تصمیم را به خوبی کنترل و یا پیش‌بینی نمایند، ارزیابی آنان از خطرات ذاتی یک شرایط ویژه را مساعدتر می‌کند. در نتیجه، وهم کنترل نقش چشمگیری در درجات پایین‌تر ادراک مخاطره

سقم آن کاهش می‌یابد و از سوی دیگر، فقدان بررسی صحت اطلاعات دریافتی، کارآفرین را به اتکا به شمار محدودتری از منابع اطلاعاتی سوق می‌دهد:

گزاره ۲- الف: اعتماد حاصل از ارتباطات شبکه‌ای کارآفرینان، همبستگی مثبتی با اطمینان بیش از حد آنان خواهد داشت.

گزاره ۲- ب: اعتماد حاصل از ارتباطات شبکه‌ای کارآفرینان، همبستگی مثبتی با میزان نمایندگی آنان خواهد داشت.

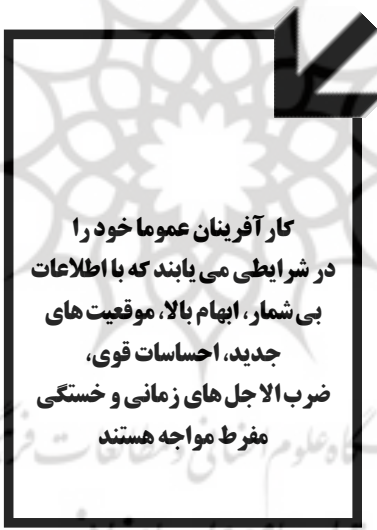
علاوه بر اعتماد، استحکام ارتباطات ساختار یک شبکه نیز یکی دیگر از عناصر مهم ابعاد ارتباطاتی است که ممکن است نمایندگی را به شکل مستقیم تحت تاثیر قرار دهد. ارتباطات مستحکم شبکه‌ای نیازمند تشریح مساعی و صمیمیت زیادی می‌باشند که همین امر شکل‌گیری و بقاء آن‌ها را نسبتاً دشوار می‌سازد. گرچه تعداد این نوع ارتباطات ممکن است کم باشد، اما همین ارتباطات مستحکم

قلیل، انتقال دانش ضمنی (دانشی که به سولت کدبندی شده و مدون نمی‌گردد) را تقویت می‌نماید. بنابراین، افراد موجود در ارتباطات مستحکم در معرض اطلاعات غنی و عمیق و در عین حال با گستردگی کمتری قرار دارند. اتکا به این منابع اطلاعاتی و ارتباطاتی محدود، موجب تصمیم‌گیری بر مبنای تعداد اعضای نمونه کمتری می‌گردد و بازخوردهای کمتری را به همراه دارد. این امر به نوبه خود و بسته به شرایط، می‌تواند زیان‌آور باشد و یا نباشد اما در هر صورت یک کارآفرین که در ارتباطات مستحکم شبکه‌ای مشارکت دارد، تمایل شناختی بیشتری به مفهوم نمایندگی پیدا می‌کند:

گزاره ۳: ارتباطات مستحکم شبکه‌ای در شبکه کارآفرینان، همبستگی مثبتی با میزان نمایندگی آنان خواهد داشت.

تبادل و تسهیم اطلاعات و دانش به وسیله معانی مشترک میان اعضای شبکه تسهیل می‌گردد. معانی و ادراکات مشترک می‌تواند نقش مکانیزم پیوندی را میان اعضای شبکه ایفا نماید. این پیوندها موجب تامین نوعی حس راحتی و آسودگی برای افراد به منظور تبادل منابع و اطلاعات می‌گردد. از طرفی، خلق دانش بر پایه توانایی در ترکیب و تبادل بخش‌های مختلف اطلاعات صورت می‌پذیرد و مبین اهمیت بسزای واژگان مشترک و توانایی افراد در ترکیب اطلاعات است.

واژگان مشترک ممکن است موجب کنار گذاشتن عقاید و یا نگرش‌های مخالف گردد. تمرکز بر اطلاعات حاصل از دسته‌های مشترک ادراکی می‌تواند موجب تحریف واقعیت اطلاعات گردد.



کارآفرینان عموماً خود را در شرایطی می‌یابند که با اطلاعات بی‌شمار، ابهام بالا، موقعیت‌های جدید، احساسات قوی، ضرب‌الاجل‌های زمانی و خستگی مفرط مواجه هستند

با استفاده از یک تحلیل موردی، اذعان داشتند که سطوح پایین تر ادراک ریسک توام با احتمال بیشتری جهت راه اندازی یک کسب و کار جدید است. به عبارت رسمی تر:

گزاره ۶: ادراک ریسک تنزل یافته، منجر به بهره برداری از فرصت های کارآفرینی می گردد.

نتیجه گیری

مدل ارائه شده در این مقاله با تمرکز بر ارتباطات میان سرمایه اجتماعی، فرایندهای شناختی و فرصت های کارآفرینی، زمینه مساعد جهت توسعه نظریه ها و پژوهش های تجربی را فراهم می کند. این مدل اهمیت ارتباطات شبکه ای را در تحریک و پیشبرد پیگیری فرصت ها متذکر می گردد. شایان ذکر است که هیچ ادعایی مبنی بر تعریف جامع کارآفرینی به وسیله مدل مذکور وجود ندارد، بلکه ارائه آن، تلاشی است جهت بررسی و تعیین ارتباطات میان ابعاد ویژه سرمایه اجتماعی و شناخت از دریچه فرصت های کارآفرینی. در نهایت آن که، این مدل فاقد فرضیات و یا گزاره های خاصی مبنی بر پیش بینی شکست و یا موفقیت در راه اندازی کسب و کار است و تمرکز آن عمدتاً بر بهره برداری از فرصت ها است که به عبارتی در حکم جوهره کارآفرینی می باشد.

پی نوشت:

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| Actor - ۸ | Donna Marie De Carolis - ۱ |
| Tacit Knowledge - ۹ | Patrick Saporito - ۲ |
| Overconfidence - ۱۰ | Innovation - ۳ |
| Illusion of Control - ۱۱ | Competitive Advantage - ۴ |
| Representativeness - ۱۲ | Bonding - ۵ |
| Simon - ۱۳ | Bridging - ۶ |
| | Nahapiet and Ghoshal - ۷ |

*عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

توسط کارآفرینان ایفا می نماید.

نهایتاً، کارآفرینان تمایل زیادی به استفاده از اطلاعات محدود جهت تصمیم گیری دارند. کارآفرینان عموماً خود را در شرایطی می یابند که با اطلاعات بی شمار، ابهام بالا، موقعیت های جدید، احساسات قوی، ضرب الاجل های زمانی و خستگی مفرط مواجه هستند. جهت کنار آمدن با چنین شرایط دشواری، کارآفرینان ممکن است بر این موارد تمرکز نمایند: (۱) میزان اطلاعات محدود جهت پشتیبانی از اقدامات مخاطره آمیز و (۲) پیشینه موفقیت های اخیر خود و یا صرفاً نتایج مثبت شرایط پیش رو. اصل تعمیم با توجه به یک نمونه کوچک می تواند به شکلی اثربخش، به کاهش ادراک از مخاطره بهره برداری از یک فرصت منجر گردد. بنابراین:

گزاره ۵- الف: اطمینان بیش از حد کارآفرینان، دارای همبستگی منفی با ادراک آنان از مخاطره یک شرایط معین خواهد بود.

گزاره ۵- ب: وهم کنترل کارآفرینان، دارای همبستگی منفی با ادراک آنان از مخاطره یک شرایط معین خواهد بود.

گزاره ۵- ج: ویژگی نمایندگی در کارآفرینان، دارای همبستگی منفی با ادراک آنان از مخاطره یک شرایط معین خواهد بود.

ادراک مخاطره و بهره برداری از فرصت ها

کارآفرینان مخاطره کمتری را با تصور احتمال کمتر رخداد زیان و همچنین درجه پایین تری از زیان مالی ادراک می نمایند. هنگامی که تصمیم گیرندگان کسب و کار احتمال و سطوح کمتری از زیان های بالقوه مالی همراه با یک موقعیت ویژه کسب و کار را ادراک می نمایند، تمایل بیشتری جهت ورود به آن موقعیت کسب و کار پیدا می کنند. در همین راستا، سایمون^{۱۳} و همکاران وی (۱۹۹۹) پی به این نکته بردند که افراد مختلف با اطلاعات یکسان، ادراک های مختلفی نیز از سطوح یک مخاطره مشخص دارند. بعلاوه آن که، این محققین

مجله مدیریت

نمایندگی فعال می پذیرد

مجله مدیریت برای شهرستان ها از طریق اعضاء و یا شرکت های معتبر
نمایندگی فعال می پذیرد. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر
با شماره تلفن ۸۸۸۲۷۸۷۸ و یا ۸۸۸۲۴۸۸۶ تماس حاصل نمایند.