

تبیین رفتارهای کارآفرینانه در موفقیت کسب و کارها

شاپور انوری^۱، محمد عطایی^{۲*}، حبیب اله طاهرپور کلانتری^۳

^۱دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران،

^۲دانشیار، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده دار مکاتبات)

^۳دانشیار، گروه مدیریت دولتی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: خرداد ۱۴۰۲، اصلاحیه: شهریور ۱۴۰۲، پذیرش: شهریور ۱۴۰۲

چکیده

رفتارهای کارآفرینانه، نقشی محوری در دستیابی کسب و کارها به نوآوری های بنیادین و مزیت های مطلق رقابتی دارند. مرور ادبیات پژوهش نشان داد که علیرغم تمرکز بالای مطالعات بر شناسایی عوامل بروز موفقیت، تفکیک چندانی بین این عوامل و رفتارهای کارآفرینانه صورت نپذیرفته است. در این مقاله، با استفاده از ابزار مصاحبه، بیست نفر از کارآفرینان نوپا و تثبیت شده مستقر در پارک های علم و فناوری دانشگاه ها مورد بررسی قرار گرفته اند. روایی و پایایی ابزار گردآوری داده ها به تایید خبرگان رسیده است. نتایج تحلیل مصاحبه ها با رویکرد نظریه داده بنیاد و طی سه مرحله کدگذاری خاص این روش، مشخص نمود که رفتار کارآفرینانه که تابع عوامل پیش بین می باشد، قابل طبقه بندی به چهار دسته اصلی یعنی رفتارهای اطلاعاتی، رفتارهای ارتباطی و شبکه سازی، رفتارهای مدیریت راهبردی و رفتارهای مدیریت اجرایی می باشد. مطالعه حاضر همچنین، شناختی کلی در زمینه عوامل محیطی خرد و کلان موثر بر بروز رفتارهای کارآفرینانه ارائه نموده و شاخص های موفقیت کارآفرینان را نیز در دو گروه شاخص های عینی و ذهنی طبقه بندی نموده است.

واژه های اصلی: کارآفرینی، رفتار کارآفرینانه، موفقیت، کسب و کارهای نوپا و تثبیت شده، پارک های علم و فناوری

۱- مقدمه

ریزی، ثبت یک کسب و کار و جذب منابع. در نتیجه، درک دانشگامیان از ماهیت رفتارهای کارآفرینان بسیار پراکنده بوده و مانع پیشرفت تحقیقات در بخش هایی می شود که در آن رفتارهای خاص می تواند منجر به ظهور و رشد کسب و کارهای جدید گردد. هم راستا با این موارد، محققین اظهار داشتند که در این زمینه، مفهوم پردازی واضحی نیز در مورد رفتار کارآفرینی صورت نگرفته است [۱۹].

بنابراین با توجه به این چالش ها، محققان متعددی به دنبال مطالعات عمیق در مورد رفتار کارآفرینان و استفاده فزاینده از روش های جمع آوری اطلاعات بودند که بر این مورد تمرکز دارند که کارآفرینان در فرایند کسب و کار خود چه رفتارهایی را انجام می دهند [۳۵] و [۳۶] و [۵۸]. علاوه بر وجود کاستی در زمینه مفهوم پردازی رفتار کارآفرینانه از یک سو [۱۹] و همین طور عدم وجود محتوای تجربی در مورد رفتار کارآفرینانه [۵۶]. امروزه مدل های اقتصادی نئوکلاسیک هنوز به طور صریح کارآفرین و فعالیت کارآفرینانه را در نظر نمی گیرند [۱۷]. مطالعات موجود

تمایل محققین به مطالعه رفتار کارآفرینان بر ایجاد فرصت، سرمایه گذاری اولیه و توسعه سرمایه گذاری جدید تمرکز دارد و همچنین رفتار می تواند علت فردی نتایج سرمایه گذاری مانند ایجاد، بقا و رشد شرکت یا تولید، توسعه و فروش محصولات باشد و بر روی فعالیت های قابل مشاهده و عینی افراد در مراحل راه اندازی یک سازمان جدید تاکید دارد [۲۰]. علیرغم تعدد مطالعات موجود در این زمینه، به جز مطالعه پتل پویایی های کارآفرینی^۱ که شامل بیش از سی فعالیت متنوع است که ممکن است کارآفرینان درگیر آن باشند [۵۶]. بسیاری از مطالعات بر مبنای اظهارات فردی^۲ می باشند یا این که یک رفتار را در یک زمان بررسی می کنند به عنوان مثال، برنامه

¹ Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED)

² Self-Report

*mohamatae@gmail.com

جدول (۱): طبقه‌بندی معیارهای موفقیت کارآفرینی [۵۹] (شنک، ۱۹۹۸)

معیارهای موفقیت شخصی	معیارهای موفقیت سازمان
استقلال/ خودمختاری	بقای سازمان
خودافزایی	پیشی گرفتن از رقبا
جذابیت کار	سهم بازار و توسعه آن
شهرت و اعتبار	بازگشت سرمایه
تعاملات اجتماعی بامشتریان و کارکنان	تعداد کارکنان
امنیت مالی	جریان مالی
ارائه کالا و خدمات مورد نیاز	عملکرد کلی شرکت و رشد

سیکارد^۴ (۲۰۱۰) در پژوهشی در رابطه با تعریف موفقیت و اندازه‌گیری آن به پنج عامل اساسی در دستیابی به موفقیت اشاره نموده است:

جدول (۲): معیارهای دستیابی به موفقیت [۶۲]

اهمیت معیارهای موفقیت	دستیابی به معیارهای موفقیت
عملکرد شرکت	نتایج مالی
بقا، ثبات و رشد، توسعه بازار	پاداش های مالی فردی و سازمانی
روابط محل کار	روابط محل کار
مشتری مثبت و ارتباطات و وفاداری کارکنان، امنیت کارکنان	ارتباطات مثبت کارکنان، رضایت و وفاداری آنها
تاثیر جامعه	تاثیر جامعه
ارائه خدمات و کلاهای سازگار با محیط زیست، حمایت از جامعه	ارائه خدمات و کلاهای سازگار با محیط زیست، حمایت از جامعه
پاداش های فردی	پویایی/ رشد
افزایش درآمد، ایجاد یک زندگی خوب	توسعه بازارهای جذب، مشتری جدید، خودافزایی
تحقق فردی	تعادل فردی
تعیین اهداف و چالش ها، لذت شغلی، رضایت زمان فراغت و سلامت	حفظ ارتباطات، تعادل زندگی و کار، انعطاف پذیری

۲-۲ رفتار کارآفرینان نوپا

مطابق تعریف عملیاتی دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)^۵ کارآفرینی نوپا شامل دو شاخص فرعی نرخ کارآفرینی نوظهور، کمتر از ۴۲ ماه سابقه فعالیت و عدم پرداخت حقوق و دستمزد بیش از ۳ ماه و نرخ کارآفرینی جدید، کمتر از ۴۲ ماه سابقه فعالیت و پرداخت حقوق و دستمزد بین ۳ تا ۴۲ ماه است [۸]. مطالعات مختلفی فعالیت‌های کارآفرینان نوپا را بررسی

در این زمینه، تفاوتی بین کارآفرینان موفق با آن دسته از کارآفرینان که مجبور به ترک ایده، فرصت یا حتی کسب و کار موجود شده‌اند، قائل نمی‌گردند. حتی در تعیین مدل های کلان اقتصادی، رفتار کارآفرینانه به طور ضمنی فرض می‌شود. این تا حدی منعکس کننده فقدان شاخص های تجربی سیستماتیک در سطوح ملی رفتار کارآفرینانه است. کاستی موجود به ویژه در زمینه کسب و کارهای ایرانی مشخص تر می‌باشد. از این رو تمرکز بر کارآفرینان موفق، می‌تواند منجر به ارائه مدلی گردد که راه‌کار رفتار موفقیت‌آمیز کارآفرینانه را در برداشته باشد.

از این رو در مطالعه حاضر، بر آن بوده‌ایم تا با ارائه مدل رفتاری کارآفرینان موفق در ایران، علاوه بر رفع خلاء پژوهشی مذکور، ابزاری مقدماتی برای کارآفرینانی که قصد راه اندازی کسب و کار دارند، فراهم آوریم.

۲۰- ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۲ موفقیت و کارآفرینی

مفهوم موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینانه، با تعریف موفقیت در سایر زمینه‌ها و حتی به گونه‌ای که در مدیریت مورد اشاره قرار می‌گیرد، تفاوت دارد. در مجموع کارآفرینان موفق کسانی هستند که شدیداً درگیر کسب و کار خود می‌باشند. علاوه بر این، تعریف روانی موفقیت همواره با رضایت شغلی همراه است که ناشی از اختلاف موجود بین اهداف اولیه فرموله شده و موفقیت‌های بعدی است [۲۷]. در دیدگاه‌های متقدم، بقای کسب و کار به عنوان شاخص موفقیت کارآفرین در نظر گرفته می‌شود. بروکهاوس^۳ (۱۹۸۰) معتقد است که اگر فرد چند سال پس از شروع کسب و کار بتواند به فعالیت ادامه دهد، یک کارآفرین موفق محسوب می‌شود [۲۲].

به طور کلی، این مفهوم بازتاب دهنده واقعیت‌های کارآفرینان است که در ارزیابی از موفقیت انجام می‌شود. طبقه‌بندی موفقیت به دو بخش شاخص-های شخصی و سازمانی، ارائه کننده چارچوبی جامع در مقابل چیزی است که موفقیت کارآفرینان را اندازه می‌گیرد. ضوابط عملکرد سازمانی شامل جنبه‌های ارتباطی کسب و کار مانند بقای شرکت، جریان پول نقد، میزان فروش و سود شرکت، تعداد کارکنان و نیز رشد سازمان است. معیارهای موفقیت شخصی، به اهداف غیر سازمانی کارآفرینان اشاره دارد و عمدتاً شامل شاخص‌های نامحسوسی مانند تحقق اهداف شخصی، خودیابی و کار مرتبط با ارتباطات و مشارکت های اجتماعی، تصدیق و تایید اجتماع است. علاوه بر این جنبه های غیر مادی، پاداش های شخصی، نقدی و امنیت اقتصادی نیز در این دسته‌بندی قرار می‌گیرند [۵۹]

⁴ Secard

⁵ Global Entrepreneurship Monitor

³ Brockhaus

فروش و توزیع نیازمند تخصص‌های دیگری نیز در نقش‌های تولید، بازاریابی و اجرا می‌باشد [۳۹].

۴-۲ رفتار کارآفرینانه: تعاریف و مدل‌های رفتار موفقیت آمیز

تاکنون تعاریف متعددی از رفتار کارآفرینانه ارائه گردیده است. رفتار کارآفرینانه به عنوان انجام رفتارهایی در نظر گرفته می‌شود که منحصر به ایجاد فیزیکی یک کسب و کار می‌گردند [۶۴]. همچنین مولایی و همکاران (۲۰۱۴)^۷، نیز این رفتارها را به عنوان مجموعه کنش‌هایی می‌دانند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم به راه اندازی یک کسب و کار مربوط بوده و در چارچوب شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها صورت می‌پذیرند [۴۹]. نیلو و همکاران (۲۰۱۵)^۸، نیز از آن به عنوان انگیزه و کنش‌هایی یاد کرده‌اند که کارآفرین را به تصمیم‌گیری در نقش خالق فرصت‌های سودآور و بهره‌برداری از آن فرصت‌ها، قادر می‌سازد [۵۱]. سازمان‌ها به دنبال مکانیزم‌ها و رفتارهای مناسب برای افزایش نرخ رفتار کارآفرینانه سازمانی خود هستند [۳۰]. در رفتار کارآفرینانه، نوعی از شناخت^۹ مد نظر است که نحوه تفکر و کنش را در آنچه که کارآفرینان "واقعا" انجام می‌دهند، توضیح می‌دهد. هدف از این فعالیت‌ها، مدیریت عوامل کلیدی موفقیت توسط کارآفرین می‌باشد [۱۸].

کارآفرینی سازمانی نقش موثری در عملکرد، رشد و سودآوری شرکت‌ها دارد و سازمان‌ها به دنبال مکانیزم‌ها و رفتارهای مناسب برای افزایش نرخ رفتار کارآفرینانه سازمانی خود هستند [۶۱]. از این روعوامل کلیدی موفقیت، در اغلب تعاریف رفتار کارآفرینانه، نقش محوری را دارند. با این حال، مدل‌های رفتار کارآفرینانه موجود، به طور مشخص به تبیین جایگاه عوامل کلیدی در یک فرآیند رفتاری و در قالب مشخص از ایده‌ها تا بهره‌برداری و دستیابی به شاخص‌های عملکردی نمی‌پردازند. دیویدسون، انجام یک فعالیت اجتماعی و اقتصادی موفق و موثر در جهت تغییر رفتار بازار را به عنوان تعریفی از کارآفرینی مطرح می‌کند و اعتقاد دارد اگر این فعالیت در سطح فرد باشد، کارآفرینی فردی است و اگر در سطح سازمان باشد،

به عنوان کارآفرینی سازمانی اطلاق می‌گردد [۱۹]

یک مدل، به عنوان نمایش گرافیکی یا روایتی انتزاعی و ساده شده از یک پدیده یا وضعیتی واقعی تعریف می‌گردد [۳۷]. با توجه به این‌که پدیده مورد نظر در این مطالعه، عبارت از رفتار کارآفرینان موفق در شرایط واقعی می‌باشد، از این رو جستجو به مدل‌هایی معطوف گردید که عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینانه را همراه با رفتارهای کارآفرینانه، در برداشتند. خلاصه مطالعات مرور شده جهت بررسی چنین موقعیت‌هایی در جدول زیر ارائه شده است:

کرده‌اند [۲۵] و [۵۷]. فعالیت‌ها و رفتارهای مشترک کارآفرینان نوپا معمولاً شامل نوشتن یک طرح کسب و کار، سازماندهی تیم راه‌اندازی، استخدام کارمند، جستجوی محل کار، تصمیم جدی برای راه‌اندازی، سرمایه‌گذاری اولیه و صرفه‌جویی در هزینه‌های راه‌اندازی می‌باشد [۳۶] و [۳۲]. استفاده از داده‌های مطالعه پنل پویایی‌های کارآفرینی نشان دادند که راه‌اندازی یک کسب و کار و ایجاد یک نهاد قانونی موجب افزایش مشروعیت سرمایه‌گذاری جدید می‌شود [۵۰] و [۴۶].

مولر و همکاران (۲۰۱۲) از لیست مطالعه پنل پویایی‌های کارآفرینی استفاده نمودند تا ۹ رفتار راه‌اندازی مربوط به سازماندهی تاکتیکی در طول راه‌اندازی کسب و کار را شناسایی نمایند. رفتارهای راه‌اندازی معمول شامل سرمایه‌گذاری از طریق سرمایه شخصی، توسعه یک نمونه اولیه، تعریف یک فرصت، سازماندهی یک تیم تاسیس شده، تشکیل یک نهاد قانونی، نصب یک تلفن در کسب و کار، خرید تجهیزات اصلی، باز کردن حساب بانکی و درخواست برای کمک‌های مالی می‌باشد [۵۰].

۳-۲ رفتار کارآفرینان تثبیت شده

مطابق تعریف عملیاتی دیده بان جهانی کارآفرینی کارآفرین تثبیت شده فرد بزرگسالی است که اکنون مالک تمام یا بخشی از یک کسب و کار با دوره فعالیت بیش از ۴۲ ماه بوده و آن را مدیریت می‌کند و این شاخص مبین پویایی و پایداری کسب و کار است [۸]. به طور کلی نقش و رفتارهای کارآفرینان زمانی تکامل می‌یابد که سرمایه‌گذاری شرکت رشد کند و به یک سازمان متفاوت و سیستماتیک تبدیل شود [۳۸] و [۳۹] هنکس و چندلر^۶ (۱۹۹۴) بیان کردند که کارآفرینان تثبیت شده با تغییر در اولویت‌شان نسبت به فروش و حسابداری، توجه‌شان را بر توسعه محصول متمرکز می‌کنند [۵۰]. همچنین دارای سطح بالاتری از آموزش، تجربه و کار سخت می‌باشند و به طور عمیق‌تری در برنامه‌ریزی استراتژیک و فرایند تصمیم‌گیری عملیاتی درگیر شدند. همچنین شبکه‌های گسترده‌تری از روابط جاری داخلی و خارجی حفظ نمودند [۶۵].

مطالعات تجربی زیادی به شناسایی تفاوت فعالیت‌ها و الگوهای رفتاری در مرحله نوپایی و رشد پرداختند. در مرحله راه‌اندازی، کارآفرینان توجه خود را بر روی فرصت‌های کسب و کاری متمرکز می‌کنند که امیدوار به سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها هستند و همچنین بر فعالیت‌های راه‌اندازی مانند توسعه یک نمونه اولیه، سازماندهی یک تیم تاسیس شده، و خرید تجهیزات اصلی تمرکز می‌کنند [۴۶]. در این مرحله، جذب مشتریان و تحویل محصولات به آن‌ها بزرگترین چالش می‌باشد [۲۶]. همواره محصول و یا خدمات اولیه همراه با مشکلاتی است که نیازمند توجه کارآفرینان می‌باشد [۴۳] و [۴۴]. زمانی که کسب و کار گسترش می‌یابد، مشکلات به سمت مدیریت و امور مالی تغییر جهت می‌دهند [۲۶]. تولید،

⁷ Molaei, Zali, Mobaraki & Yadollahi

⁸ Nyello, Kalufya, Rengua, Nsolezi, & Ngirwa

⁹ Cognition

⁶ Hanks & Chandler

نویسندگان	نتایج
	سرمایه گذاری، بهره مندی از خدمات مشاوره ای و کارآفرینان مجرب و سطح تحصیلات کارآفرینان
[33]۲۰	راهبرد فرصت، نوآوری، ریسک پذیری، جنسیت و سن، زمینه های اخلاقی
[۲۴]۲۱	شاخص های اقتصادی رشد در فروش، رشد در نیروی انسانی، سودآوری اندازه مشاغل، به منظور اندازه گیری عملکرد و کارایی استفاده کرده اند.
[۲۳]۲۲	نیاز به توفیق، کانون کنترل، تحمل مخاطره، تحمل ابهام و تمایل به انجام کار بیشتر
[39]۳۳	توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانستن نحوه ی فعالیت در بازار، تخصص در تولید، مهارتهای مدیریت کسب و کار و توانایی همکاری با دیگران.
[۴۸]۲۴	خودکارآمدی، توانایی شناخت فرصتها، اراده ی شخصی، حقوق فردی و اجتماعی، مهارتهای اجتماعی بالا
مطالعات داخلی	
[۱۴]	سطح تجربه، سرمایه فیزیکی، حمایتهای مالی و غیرمالی دولت، نگرش به کارآفرینی، ارزشهای ذهنی و باور به خودکارآمدی
[6]	توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی، زیرساخت قانونی و مشارکت اجتماعی اطلاع رسانی، انگیزش و تجاری سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفی سازی
[5]	سرمایه انسانی
[۲]	عوامل شخصیتی: وظیفه شناسی، برون گرایی و گشودگی رابطه مثبتی با کارآفرینی سازمانی دارند.
[۱۵]	خلاقیت، توفیق طلبی، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و تحمل ابهام
[۱۱]	مؤلفه های روانشناختی، ساختاری، محیطی و موفقیت
[۱۶]	مهارت های فنی، مهارت ادراکی، مهارت های انسانی، آموزش نیروی انسانی، وضعیت مالی شرکت، عوامل زیر ساخت شرکت، وضعیت سازمانی و اداری و عوامل غیر رسمی
[7]	مرکز کنترل درونی، خطرپذیری حساب شده، خلاقیت، توفیق طلبی، استقلال طلبی و اراده، شرایط آموزشی، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی
[4]	متغیرهای حمایت مالی دولت، پایین بودن مدت زمان دریافت وام، پایین بودن نرخ سود تسهیلاتی، ارتباط عاطفی و درونی اعضا، بازاریابی مناسب، تجهیزات و امکانات پیشرفته، جوانی اعضای تعاونی و تعدیل در میزان اقساط وام دریافتی

جدول (۳): خلاصه مطالعات مرور شده

نویسندگان	نتایج
مطالعات بین المللی	
[۶۴]	حمایت از برنامه هایی که جرقه نوآوری می دهند: تمایل به ایجاد نوآوری از طریق برخی برنامه ها مانند استخدام کارشناسان، آموزش کارکنان، به اشتراک گذاری دانش، مدیریت دانش و غیره. در کنار آن برنامه ها، تعیین هدف هر پروژه، الگوی رفتار مدیریت عالی و حمایت مالی نیز از عوامل مهم ایجاد نوآوری محسوب می شوند.
[۶۵]۱۰	سه رویکرد اثرگذار بر موفقیت کارآفرین را پیشنهاد داده است. این عوامل عبارتند از: کارآفرین، سازمان کارآفرین و محیط بیرونی.
[28]۱۱	زیرساخت مناسب، محیط سیاسی آرام، دسترسی به سرمایه و بازار، تجربه و تحصیلات
[۵۸]۱۲	تحصیلات دانشگاهی
[۶۳]۱۳	نگرش استراتژیک، ایجاد یک محیط کاری پر انرژی، تغییر مداری و توانایی ریشه کنی فساد در بخش خصوصی
[۵۰]۱۴	میزان تحصیلات و عوامل محیطی صفات روانشناختی
[۶۹]۱۵	نظم، نوآوری و سخت کوشی در کنار برنامه ریزی برای کسب و کار و برنامه ریزی مالی
[۵۱]۱۶	نیاز به پیشرفت، بوروکراسی اداری، کنترل تغییرات داخلی و فرصت های بازاریابی را بر موفقیت کارآفرینان روستایی تأثیر زیادی داشته
[۲۹]۱۷	عوامل درونی: مهارت های تصمیم گیری، آموزش در سطوح عالی، مهارت برقراری ارتباط با دیگران، حمایت خانوادگی و ساعات طولانی کار عوامل بیرونی: بانک ها، برنامه ها و سیاست های حکومتی، برنامه های آموزشی و گستردگی و وسعت تجارت
[41]۱۸	عامل خود رهبری یکی از عوامل موثر بر موفقیت مدیران کارآفرین به شمار می آید و اعتقاد دارند خود رهبری از اجزایی همچون امیدواری، خودآگاهی مدل های شخصیت و نیاز به تسلط و اقتدار، ترجیحات و شیوه زندگی شکل می گیرد.
[۵۲]۱۹	در بعد درونی: انگیزش درونی، عزت نفس و اعتماد به نفس، قدرت و توانایی یادگیری مهارت های کارآفرینی، برون گرایی یا درون گرایی شخصیت کارآفرینان و میزان ریسک پذیری و در بعد بیرونی: سطح

20 Frees

21 Brush, G & Hisrich

22 Buk

23 HannuLittunen

24 Markman & Baron

10 Vidyatmoko & Hastuti

11 Chowdhury & Amin

12 Sohail and Iqbal

13 Zampetakis & Moustakis

14 Okhomina

15 Walon

16 Papzan

17 Coy

18 Intino

19 Rae

و رفتار کارآفرینانه مرکب از کنش ها و تعاملات، صورت نگرفته است. از این رو سوالات پژوهش به شرح زیر قابل ارائه می‌باشند:

۱. پیش شرط های تحقق رفتار کارآفرینانه موفق کدامند؟
۲. مصادیق رفتار کارآفرینانه موفق شامل چیست؟
۳. راهبردهای رفتاری کارآفرینانه در راستای دستیابی به موفقیت کدامند؟
۴. زمینه موثر بروز رفتارهای کارآفرینانه موفقیت‌آمیز شامل چه عواملی می‌باشد؟
۵. پیامدهای رفتار کارآفرینانه موفقیت‌آمیز چیست؟

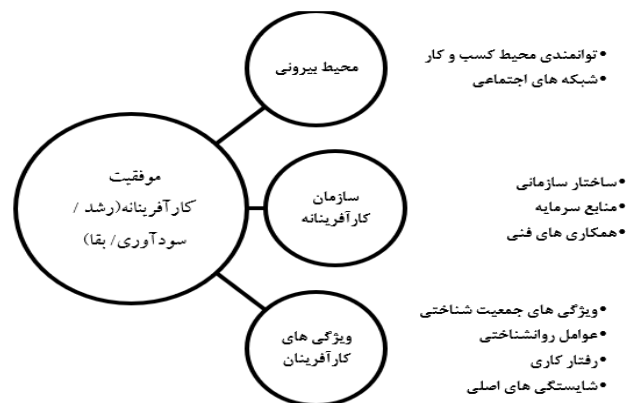
۳۰- روش شناسی

تحقیق حاضر از نظر هدف بنیادین بوده و از منظر شیوه گردآوری داده‌ها، با توجه به این که هیچ یک از متغیرهای تحقیق مورد دستکاری پژوهشگر قرار نمی‌گیرد [۱۰]. مطالعه‌ای اکتشافی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارآفرینان نوپا و تثبیت شده مستقر در پارک‌های علم و فناوری دانشگاه‌ها تشکیل می‌دهند. شاخص ارائه شده توسط برکهوس (۱۹۸۰) یعنی "بقا" به عنوان شاخص احراز موفقیت برای این کارآفرینان در نظر گرفته شد [۲۲]. به عبارت دیگر، کارآفرینانی که در حال حاضر در کسب و کاری با ۴۲ ماه یا بیشتر سابقه فعالیت داشتند، به عنوان جامعه انتخاب گردیدند. جهت نمونه‌گیری، رویکرد هدفمند، انتخاب گردید. این رویکرد غیر احتمالی زمانی اثربخش است که در پژوهش، نیاز به مطالعه حوزه‌ی فرهنگی مشخص با افراد مطلع در آن بخش باشد [۳۱].

با توجه به این که گروه کارآفرینان دانشگاهی مدنظر این مطالعه بوده است، رویکرد نمونه‌گیری مذکور توجیه می‌گردد. با توجه به اتخاذ رویکرد نظریه داده بنیاد^{۲۵}، در گام اول (کدگذاری باز)، کدهای استخراجی در مصاحبه هفدهم به حد اشباع رسیدند و انجام مصاحبه‌های بیشتر، منجر به ایجاد کد جدیدتر نمی‌گردید، با این حال، جهت حصول اطمینان تعداد مصاحبه‌ها تا بیست مصاحبه ادامه یافت. ابزار گردآوری داده‌ها برای این مطالعه، پروتکل مصاحبه ساخت شده بر اساس مرور ادبیات پژوهش می‌باشد. روایی صوری و محتوای ابزار بر اساس نظرات هفت نفر از خبرگان دانشگاهی مورد تایید قرار گرفت و همین‌طور ارزیابی پایایی ابزار با استفاده از روش توافق دوکدگذار^{۲۶} ارزیابی گردیده و مقدار آن برابر با ۰/۸۵ حاصل و مورد تایید قرار گرفت. سه مرحله کدگذاری مرسوم در رویکرد نظریه داده بنیاد به کار رفته است که شامل: کدگذاری باز^{۲۷}، کدگذاری محوری^{۲۸}، و کدگذاری

نویسندگان	نتایج
[۱۲]	شاخص‌های خدمت به جامعه، کسب درآمد و تعادل کار و خانواده را به ترتیب به عنوان مهم‌ترین شاخص‌های اثرگذار بر موفقیت مردان کارآفرین.
[۱]	شاخص‌هایی نظیر تعادل کار و خانواده، کسب درآمد و علاقه به کار به ترتیب به عنوان مهم‌ترین شاخص‌های موفقیت زنان کارآفرین.
[۱۳]	عوامل فردی: توفیق طلبی، خلاقیت، انعطاف‌پذیری و خطرپذیری عوامل محیطی: وضعیت سیاسی، فرهنگی و فناورانه، دوره‌های آموزشی عوامل جمعیتی: شناختی: تجربه‌ی قبلی، مهارت‌های مدیریتی و تحصیلات عالی
[۹]	تصمیم‌گیری سریع، همدلی خانواده، باور ذهنی به موفقیت، مشارکت، مشتری‌مداری، اراده، توفیق طلبی، تبادل اطلاعات با همکاران، نوآوری، ارتباط معنی‌دار تاثیر محیط بر کارآفرینی، یادگیری، تغییر مداوم، استقلال‌طلبی، برنامه‌ی کسب و کار مهم‌ترین ویژگی کارآفرینان موفق است.

در راستای دستیابی به شکاف نظری ناشی از مرور ادبیات پژوهش، مدل مطرح در زمینه موفقیت کارآفرینانه، از طریق تلفیق نتایج مطالعات و با تمرکز بر مدل‌های کیگان^{۲۹} (۲۰۰۲)، لیسیر و هالابی^{۳۰} (۲۰۱۰) که جامع‌ترین مدل‌های مطرح در زمینه موفقیت کارآفرینان می‌باشد، زمینه‌های شناخته شده در ادبیات پژوهش به شکل زیر قابل ارائه می‌باشد:



شکل (۱): زمینه‌های شناخته شده در مورد عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینانه [۴۵] و [۴۷] کیگان^{۲۹} (۲۰۰۲)، لیسیر و هالابی^{۳۰} (۲۰۱۰)

با وجود مشخص بودن عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینانه، مرور ادبیات پژوهش مشخص نمود که تاکنون تفکیک چندانی بین شاخص‌های موفقیت

²⁵ Grounded Theory

²⁶ Inter-coder Reliability

²⁷ Open Coding

²⁸ Axial

ردیف	سن(سال)	جنسیت	سطح تحصیلات	سابقه کار	فعالیت شرکت (سال)
۱۳	۳۶	مرد	کارشناسی ارشد	۶	۳
۱۴	۳۸	مرد	کارشناسی	۸	۳
۱۵	۴۳	مرد	کارشناسی ارشد	۱۷	۸
۱۶	۵۰	مرد	کارشناسی ارشد	۲۶	۹
۱۷	۳۱	مرد	کارشناسی	۷	۳
۱۸	۳۴	مرد	کارشناسی	۹	۳
۱۹	۳۹	مرد	کارشناسی ارشد	۱۵	۷
۲۰	۴۶	مرد	دکتری	۱۸	۱۴

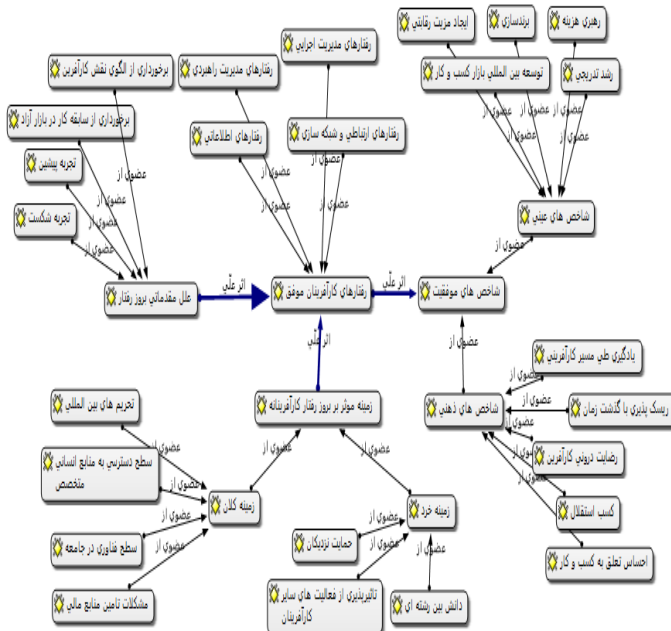
بر اساس مفاهیم ارائه شده در جدول فوق، افراد شرکت کننده در این مطالعه، دارای شرایط ورود (عمر شرکت) و همین‌طور سوابق آموزشی و تجارب کاری کافی برای مطالعه حاضر را داشته‌اند. در گام اول به مقایسه رفتارهای کارآفرینان نوپا و تثبیت شده پرداخته شده که نتایج نشان دهنده تغییرات زیاد در تخصیص زمان و رفتار مشاهده شده می‌باشد، ما می‌توانیم تفاوت‌های معنی‌داری را بین کارآفرینان نوپا و تثبیت شده شناسایی نماییم.

فعالیت‌هایی مانند کار با سرعت بالا و جزء بندی کارها، تمرکز بر وظایف و صرف زمان بیشتر در برقراری ارتباط با دیگران در کارآفرینان تثبیت شده مشاهده می‌شود. همچنین پس از مقایسه تفاوت‌هایی در وظایف و روابط کارکنان، بازاریابی، فروش، روابط عمومی، مدیریت و تبادل اطلاعات و نظرات برای اکثریت کارآفرینان وجود داشت.

به عنوان مثال، در مورد بازاریابی و فروش، کارآفرینان نوپا اغلب بروشور چاپ کرده و مشتریان را با تماس‌های متعدد، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و روش‌های جذب مشتری بدست می‌آورند، در حالی که کارآفرینان تثبیت شده کیفیت محصولات و مقدار کالاهای فروش رفته را ملاک قرار می‌دهند در جلسات بازاریابی و فروش شرکت نموده، و فعالیت‌های بازاریابی خود را با کارکنان فروش هماهنگ می‌نمایند.

با بررسی فعالیت‌های اداری مربوط به هر دو گروه، هر چند که شخصیت کاملاً متفاوتی را دارا بودند، کارآفرینان نوپا اغلب با فعالیت‌های ابتدایی، مانند تهیه پیش نویس قرارداد و اصلاح وب سایت شرکت در ارتباط بودند و کارآفرینان تثبیت شده در حالی که جریان کاری معمول توسط کارکنان انجام می‌شد مدیریت درگیر هماهنگی وظایف افراد و سازماندهی فهرست کارهای روزانه بود. در مقایسه کارآفرینان نوپا با کارآفرینان تثبیت شده از منظر صرف زمان این تفاوت وجود دارد که شرکت‌های نوپا بر جذب منابع مالی، اطلاعاتی، استعدادها، سرمایه‌گذاری، شناسایی تامین‌کنندگان بالقوه و توسعه فناوری متمرکز می‌باشند و زمان بیشتری را صرف کار تحلیلی و مفهومی و نظارت محیطی می‌کنند. در حالی که کارآفرینان تثبیت شده

انتخابی^{۲۹} می‌باشد. در این مطالعه، از نرم افزار اطلس.تی.آی.۳، نسخه ۷، برای انجام کدگذاری‌های مذکور بهره گرفته شده است.



شکل (۲): خروجی نرم افزار اطلس تی ای نسخه ۷

۴۰- یافته‌ها

جدول زیر، ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کننده در این مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول (۴): ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان

ردیف	سن(سال)	جنسیت	سطح تحصیلات	سابقه کار	فعالیت شرکت (سال)
۱	۳۴	مرد	کارشناسی ارشد	۵	۳
۲	۴۱	مرد	دکتری	۱۶	۹
۳	۲۹	مرد	کارشناسی ارشد	۶	۳
۴	۳۴	مرد	کارشناسی ارشد	۷	۲
۵	۴۷	مرد	کارشناسی ارشد	۱۸	۸
۶	۳۰	مرد	کارشناسی	۸	۳
۷	۵۴	مرد	کارشناسی ارشد	۲۹	۱۵
۸	۴۷	مرد	دکتری	۲۲	۱۲
۹	۳۷	زن	کارشناسی ارشد	۱۱	۳
۱۰	۳۹	مرد	کارشناسی	۱۲	۳
۱۱	۴۲	مرد	کارشناسی ارشد	۱۶	۶
۱۲	۵۵	مرد	کارشناسی	۳۲	۸

²⁹ Selective Coding

³⁰ Atlas.ti V7

کد محوری	کد انتخابی	کد باز	فراوانی
بر بروز رفتار کارآفرینانه		سطح دسترسی به منابع انسانی متخصص	۳
		سطح فناوری در جامعه	۱
		مشکلات تامین منابع مالی	۶
		موانع قانونی	۳
		موانع مالیاتی	۱
زمینه خرد		تاثیرپذیری از فعالیت های سایر کارآفرینان	۲
		حمایت نزدیکان	۴
		دانش بین رشته ای	۵
		مکمل بودن مهارت ها و دیدگاههای اعضای تیم کارآفرینان	۲
		حاکم بودن فضای کسب و کاری در محل زندگی	۴
رفتارهای اطلاعاتی		ارزیابی و انتخاب ایده کارآمد	۳
		استفاده از خدمات مشاوره کسب و کار	۷
		بهره گیری از تجارب کارآفرینان دیگر	۳
		پایش رقبا	۲
		تحلیل رضایت مشتری	۴
		تحلیل روندهای بازار	۷
		شناخت ضعف ها فردی از طریق آموزش	۱
		شناسایی فرصت	۳
		کسب دانش تجاری سازی	۲
		کسب دانش تخصصی	۴
		مطالعه نمونه های موفق کسب و کار	۱
		الگوگیری از کسب و کارهای خارجی	۶
		جستجو به دنبال حل مشکلات روزمره جامعه	۳
رفتارهای ارتباطی و شبکه سازی		استفاده از رسانه اجتماعی	۱
		ایجاد مهارت های ارتباطی	۶
		تبلیغات هوشمندانه	۱
		شبکه سازی	۴
		شرکت در رویدادها	۵
رفتارهای مدیریت راهبردی		تدوین برنامه راهبردی	۶
		تدوین راهبرد خروج	۱
		تعریف و مدیریت دقیق مدل درآمدی	۶
		تغییر زمینه کاری به محض دریافتن اشتباه بودن مسیر	۲
		تمرکز بر زمینه تخصصی	۲
		ترک کسب و کار موجود ناشی از اشتیاق	۷
		کسب و کار جدید	

پیگیر فرصت‌های جدید و توانمندسازی سازمان برای تغییر نحوه معاملات خود می‌باشند [۶۶].

به احتمال زیاد این شرکت‌ها با رشد فروش، افزایش سهم بازار و سازماندهی روبرو خواهد بود [۴۳]. و زمان بیشتر را برای توسعه کسب و کار و برقراری ارتباط با دیگران صرف می‌کنند رفتار ارتباطی برای کارآفرینان تثبیت شده به منظور به اشتراک گذاری چشم انداز و حفظ هماهنگی با کارکنان اهمیت بالایی دارد. برای مثال، این شامل صحبت کردن با شرکا در مورد برون سپاری فرآیندهای اداری، باز کردن شعبه‌های جدید، بین المللی سازی کسب و کار، پیاده سازی سیستم مدیریت دانش و اصلاح چارت سازمانی می‌باشد که این تفاوت‌ها نشانگر یک الگوی منطقی از تکامل سازمانی می‌باشد. در گام بعد با تحلیل مصاحبه‌های انجام یافته با دو گروه کارآفرینان، کدگذاری باز انجام یافته است. ابتدا گزاره‌های کلومی در قالب کدهای باز کدگذاری شده و فهرست کدهای ایجاد شده، از نظر برخورداری از هم‌پوشانی معنایی مورد مقایسه قرار گرفته و کدهایی که از چنین ویژگی برخوردار بودند، در یکدیگر ادغام گردیده اند.

از بین ۹۶ کد مقدماتی، تعداد ۶۷ کد باز نهایی حاصل گردیده است. در گام دوم، کدگذاری محوری بر روی کدهای باز نهایی انجام گردیده است. کدگذاری محوری فرآیندی است که طی آن، طبقات شناسایی شده به طبقات با درجه انتزاع بالاتر منتسب می‌گردند و ارتباط بین طبقات کلان‌تر با زیرطبقات^{۳۱} برقرار می‌گردد [۲۹]. در نهایت، در سومین گام از تحلیل، کدگذاری انتخابی^{۳۲}، انجام یافته‌است که طی آن، یک طبقه محوری که تبیین‌گر پدیده مورد نظر است، شرح داده می‌شود و رابطه بین سایر کدهای باز با آن مشخص می‌گردد [۳۳] و [۲۹] جدول زیر نشان دهنده خلاصه نهایی سه مرحله مذکور می‌باشد:

جدول (۵): خلاصه مراحل سه گانه کدگذاری

کد محوری	کد انتخابی	کد باز	فراوانی
علل مقدماتی	-	برخورداری از الگوی نقش کارآفرین	۱۱
	-	برخورداری از سابقه کار در بازار آزاد	۱۲
	-	تجربه پیشین	۱۰
	-	تجربه شکست	۲
	-	تحصیلات مرتبط با زمینه کارآفرینی	۹
	-	تنوع تجارب کاری	۶
	-	اشتیاق اعضای تیم	۱
	-	عملگرایی	۱
	-	گرایش به تحول در کسب و کار موجود	۲
	-	نقش رویدادهای شانس و باور به تقدیر	۳
زمینه موثر	زمینه کلان	تحریم های بین المللی	۱

³¹ Sub-Categories

³² Selective Coding

شکل (۳): خلاصه روابط شناسایی شده در قالب الگوی نظریه داده بنیاد

۵۰- نتیجه گیری

مقاله حاضر با هدف طراحی مدلی جهت تبیین رفتار کارآفرینان موفق در ایران بوده است. مرور ادبیات پژوهش مشخص نمود که مطالعات پیشین اغلب بر عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان تمرکز نموده و تفکیک چندانی بین شاخص‌های موفقیت و رفتار کارآفرینانه مرکب از کنش‌ها و تعاملات کارآفرین صورت نگرفته بود. محققین علاوه بر شناسایی ابعاد رفتاری کارآفرینان موفق، خروجی‌های موفقیت آمیز چنین رفتارهایی را نیز مورد شناسایی قرار داده است. و مشخص نمود که مجموعه‌ای از رویدادها و عوامل، منتج به بروز رفتارهای کارآفرینانه موفقیت‌آمیز می‌گردند که به عنوان علل مقدماتی بروز رفتار، در نظر گرفته شدند.

این عوامل شامل پیش بین‌های بروز رفتار کارآفرینانه بوده و طیفی مرکب از عواملی مانند: برخورداری از الگوی نقش کارآفرین، برخورداری از سابقه کار در بازار آزاد، تجربه کار پیشین و تجربه شکست را شامل می‌گردد. رفتار کارآفرینانه، چنان که نتایج تحلیل و کدگذاری مشخص نمود در چهار دسته اصلی قابل طبقه بندی‌اند که شامل ۱. رفتارهای اطلاعاتی (مشمول بر: ارزیابی و انتخاب ایده کارآمد، استفاده از خدمات مشاوره کسب و کار، بهره‌گیری از تجارب کارآفرینان دیگر، پایش رقبا و ...)، ۲. رفتارهای ارتباطی و شبکه‌سازی (مرکب از: استفاده از رسانه اجتماعی، ایجاد مهارت‌های ارتباطی، تبلیغات هوشمندانه، شبکه‌سازی و...)، ۳. رفتارهای مدیریت راهبردی (مشمول بر: تدوین برنامه راهبردی، تدوین راهبرد خروج، تعریف و مدیریت دقیق مدل درآمدی، تغییر زمینه کاری به محض دریافتن اشتباه بودن راه و ...)، ۴. رفتارهای مدیریتی اجرایی (اخذ مجوزها، استفاده از خدمات حمایتی از جمله پارک‌های علم و فناوری، اهرم‌سازی نیروی انسانی، تامین مالی از طریق اسپانسر، تامین مالی از طریق نزدیکان، تعدیل در ساختار تیم کارآفرینانه و ...)،

این رفتارها توسط زمینه کلان) مانند: تحریم‌های بین المللی، سطح دسترسی به منابع انسانی متخصص، سطح فناوری در جامعه و ..) و زمینه خرد محیط کسب و کار (از جمله: تاثیرپذیری از فعالیت‌های سایر کارآفرینان، حمایت نزدیکان، دانش بین رشته‌ای و...) تحت تاثیر قرار می‌گرفتند. برآیند تعامل رفتارهای کارآفرینانه و زمینه خرد و کلان، در نهایت، نتایج موفقیت آمیز برای کسب و کار را به بار می‌آورد که شامل ۱. شاخص موفقیت‌های عینی (ایجاد مزیت رقابتی، توسعه بین المللی بازار کسب و کار، رشد تدریجی و رهبری هزینه) و ۲. شاخص موفقیت ذهنی (رضایت درونی کارآفرین، کسب استقلال، یادگیری طی مسیر کارآفرینی، ارتقاء ریسک پذیری با گذشت زمان) و ۳. احساس تعلق به کسب و کار (کار، می‌باشند. یافته‌های مطالعه حاضر، شکاف موجود در مطالعات

کد محوری	کد انتخابی	کد باز	فراوانی
رفتارهای مدیریتی اجرایی		اخذ مجوزها	۶
		استفاده از خدمات حمایتی مثل پارک های علم و فناوری	۲
		اهرم سازی نیروی انسانی	۱
		تامین مالی از طریق اسپانسر	۲
		تامین مالی از طریق نزدیکان	۲
		تعدیل در ساختار تیم کارآفرینانه	۵
		تیم سازی	۱۰
		حفاظت از ایده	۲
		حفظ کیفیت محصول	۱
		دریافت پیش پرداخت از مشتریان	۱
شاخص های عینی		فعالیت مستمر و مداوم	۲
		مدیریت تامین	۲
		ایجاد مزیت رقابتی	۶
		برندسازی	۱
		توسعه بین المللی بازار کسب و کار	۴
		رشد تدریجی	۱
شاخص های موفقیت ذهنی		رهبری هزینه	۱
		رضایت درونی کارآفرین	۲
		کسب استقلال	۳
		یادگیری طی مسیر کارآفرینی	۵
		ارتقاء ریسک پذیری با گذشت زمان	۲
		احساس تعلق به کسب و کار	۲

در شکل ۳: خلاصه روابط شناسایی شده در قالب الگوی نظریه داده بنیاد ارائه گردیده است.



- [۵] حسین پور، داوود، عبداللهی، محمد. (۱۳۹۴). تاثیر سرمایه انسانی بر بروز رفتار کارآفرینانه. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۴(۷۸)، ۱۰۹-۱۲۶
- [۶] حیدری ساریان، وحید. (۱۳۹۴). بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل. *جغرافیا و توسعه*، ۳۸، ۱۵۱-۱۶۸
- [۷] رازقندی، ناهید. درانی، کمال. (۱۳۸۸). شناسایی عوامل فردی و محیطی موثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۶(۳)، ۳۹-۵۵
- [۸] زالی، محمد رضا. رضوی، سیدمصطفی. یدالهی فارسی، جهانگیر. کردنائیچ، سداله. (۱۳۸۹). ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران بر اساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده بان جهانی کارآفرینی، چاپ اول، تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی
- [۹] زبردست، علی. رستم زاده، امین. (۱۳۸۵). شناسایی و بررسی ویژگیهای کارآفرینان موفق استان آذربایجان غربی
- [۱۰] سرمد، زهرا. بازرگان، علی. حجازی، احمد. (۱۳۸۷). روشهای تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه
- [۱۱] شفیعی، ایمان. (۱۳۸۹). شناخت عوامل مؤثر بر موفقیت مدیران کارآفرین در صنایع غذایی کوچک و متوسط. ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۲۱
- [۱۲] قمبرعلی، رضوان. زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۷). شناسایی شاخصهای موفقیت کارآفرینان روستایی با استفاده از تحلیل مقیاس بندی چند بعدی. توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۶۰-۱۳۱
- [۱۳] گلرد، پروانه. (۱۳۸۷). بهره‌وری زنان کارآفرین ایرانی، فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی، شماره ۶۴
- [۱۴] محمدزاده، پرویز. عبدی، حسین. بهبودی، داوود. بهشتی، محمدباقر. (۱۳۹۶). عوامل کلیدی موثر بر موفقیت کارآفرینان با استفاده از مدل‌های گسسته لاجیت و پروبیت، فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، سال ششم، شماره ۴، ۱۵۳-۱۷۶
- [۱۵] محمدی، محمود. عسگری، غلامرضا. (۱۳۹۰). تاثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط. توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، ۳۲۲-۳۰۸
- [۱۶] مهرعلی‌زاده، یدالله. سجادی، سید حسین. (۱۳۸۸). شناسایی عوامل مرتبط با میزان موفقیت کارآفرینان شرکتهای کوچک صنعتی. دانشور رفتار. ۱۶(۳۵)، ۴۳-۵۸
- [17] Ana Fernández-Laviada, A., López-Gutiérrez, C., Pérez, A. (2020). **How Does the Development of the Social Enterprise Sector Affect Entrepreneurial Behavior?**. An Empirical Analysis. *Small Business Economics* volume 24, pages205–231
- [18] Awais, A., Tipu, S., Manzoor Arain, F. (2011). **Managing Success Factors in Entrepreneurial Ventures: A Behavioral Approach**. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(5), 534-560
- [19] Bird, B., Schjoedt, L. (2009). **Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future**

پیشین [۴۵] و [۴۷]. از نظر عدم تفکیک بین رفتارها و عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان را برطرف ساخته است. علاوه بر این، رفتارهای شناسایی شده را نیز در قالب طبقه بندی جدیدی ارائه نموده است. این مطالعه، علاوه بر شناسایی عوامل پیش بین در بروز رفتارهای کارآفرینانه و عوامل زمینه‌ای موثر بر آنان، ترکیب منحصر به فردی از شاخص‌های موفقیت را به تفکیک عینی و ذهنی بودن، شناسایی نموده است. با توجه به یافته‌های مقاله پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی، توالی وقوع رفتارهای کارآفرینانه مورد شناسایی قرار گیرد. اولویت نسبی عوامل پیش بین در بروز رفتارهای کارآفرینانه، مورد بررسی قرار گیرد. اولویت تاثیرگذاری هر یک از گروه رفتارهای موفقیت آمیز چهار گانه شناسایی شده در این مطالعه بر بروز عملکرد، مورد شناسایی قرار گیرد. در عملیاتی سازی رفتار کارآفرینانه، علاوه بر شاخص‌های موفقیت عینی، ادراک کارآفرین از میزان دستیابی به شاخص‌های ذهنی موفقیت نیز مورد سنجش قرار گیرد. سیاست‌گذاران در زمینه‌های تصمیم‌گیری برای رشد و رونق کسب و کارهای کارآفرین با لحاظ نمودن زمینه کلان موثر بر بروز رفتارهای کارآفرینانه، به اعتلای این فعالیت‌ها همت بگذارند. در این تحقیق محدودیت‌هایی نیز مشاهده شده است که مربوط به زمان مصاحبه می‌باشد و با توجه به این که محتوی مصاحبه با اطلاع مصاحبه شوندهان ثبت و ضبط می‌شد مصاحبه شوندهان در بیان رفتارهای خود طی فرایند کسب و کار کنترل شده و گزینشی، رفتارهایی را که تمایل به اظهار نداشتند مطرح نمی‌کردند و حتی رفتار آن‌ها در جریان مصاحبه نیز رسمی و کنترل شده بوده است. که به نظر در فرایند مصاحبه اجتناب ناپذیر می‌باشد.

منابع و ماخذ

- [۱] احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۷۷). طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت. رساله‌ی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس
- [۲] احمدی، پرویز. باباشاهی، جبار. خدائشانس، لیلاسادات. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (پژوهش پیرامون کارکنان شرکت داده ورزی سداد)، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۱، شماره ۱۲
- [۳] ترابی، محمدحسین. سخدری، کمال. عزیزی، محمد. موسی‌خانی، مرتضی. (۱۴۰۱). ارائه مدل کارآفرینی سازمانی درکسب و کارهای درون سازمانی مبتنی بر حاکمیت شرکتی در ایران. *مجله مدیریت توسعه و تحول*، شماره ۴۹، صفحه (۲۰-۱۱).
- [۴] ثمری، علی. رسول‌زاده، بهرام. (۱۳۸۷). بررسی متغیرهای تاثیرگذار بر افزایش انگیزه پیشرفت و کسب موفقیت در مدیران تعاونی‌ها. مدیریت دولتی، ۱۱(۱)، ۳۳-۵۰

- [35] Gartner, W. B., Bird, B. J., Starr, J. A. (1992). **Acting as if: Differentiating Entrepreneurial From Organizational Behavior**. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (3), -32-13 .
- [36] Gartner, W. B., Carter, N. M., Reynolds, P. D. (2010). **Entrepreneurial Behavior: Firm Organizing Processes**. In *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. -127-99): Springer.
- [37] Guilmi, R., Mokhtari, B., Oulhadj, B. (2017). **The Phenomenon of High-Growth SMEs (Gazelles), Part 2: A Conceptual Model and Research Agenda**. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)*, 8(2), 61-78 .
- [38] Hambrick, D.C., Crozier, L.M. (1985). **Stumbles and Stars in the Management of Rapid Growth**. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 31-45.
- [39] Hanks, S.H., Chandler, G. (1994). **Patterns of Functional Specialization in Emerging High Tech Firms**. *Journal of Small Business Management*, 32(2), 23-36.
- [40] Hannu.(2000).**Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality"**, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 6 Issue: 6, pp.295-310,
- [41] Hisrich, R. D., Brush, C.G. (1987).**Women entrepreneurs: A Longitudinal Study**, in *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Cambridge, MA: Babson College,
- [42] Intino, D. (2007) **Self-Leadership: A Process for Entrepreneurial Success**, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, Vol:13, No, 4.
- [43] Kazanjian, R.K. (1988). **Relation of Dominant Problems to Stages of Growth in Technology-Based New Ventures**. *Academy of Management Journal*, 31(2), 257-279.
- [44] Kazanjian, R.K., Drazin, R. (1990). **A Stage-Contingent Model of Design and Growth for Technology-Based Ventures**. *Journal of Business Venturing*, 5(3), 137-150.
- [45] 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 .
- [46] Lichtenstein, B., Dooley, K., Lumpkin, G. (2006), **Measuring Emergence in the Dynamics of new Venture Creation**. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 153-175.
- [47] Lussier, R.N., Halabi, C. E. (2010). **A Three-Country Comparison of the Business Success Versus Failure Prediction Model**. *Journal of Small Business Management*, ۴۸(۳), ۳۷۷-۳۶۰
- [48] Marksman , G.D., Baron, R.A. (2003) **Person –Entrepreneurship fit: Why Some People are More Successful as Entrepreneurs than Others**. *Human Resource Management Review* 13: 281-301
- [49] Molaei, R., Zali, M., Mobaraki, M., Yadollahi, J. (2014). **The Impact of Entrepreneurial Ideas and Cognitive Style on Students Entrepreneurial Intention**. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 140-162 .
- [50] Mueller, S., Volery, T., Siemens, B.V.(2012), **What Do Entrepreneurs Actually Do?. An Observational Study of Entrepreneurs' Everyday Behavior in the Start-Up and Growth Stages**, *entrepreneurship Theory and Ractice* 1042(8): 995-1017
- [51] Nyello, R., Kalufya, N., Rengua, C., Nsolezi, M. J., Ngirwa, C. (2015). **Effect of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Behaviour: The Case of Graduates in the Higher Learning Institutions in Tanzania**. *Asian Journal of Business Management*, 7(2), -42-37 .
- [20] Bird, B., Schjoedt, L., Baum, R. (2012). **Editor's Introduction Entrepreneurs' Behavior: Elucidation and Measurement**, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042(9),889-913
- [21] Birks, M., Ysanne Chapman, R., Facmhn, B. (2014). **Doing Grounded Theory: Experiences from a Study on Designing Undergraduate Nursing Curricula in Australia**. In: Emerson, Tod S., (ed.) *New Developments in Nursing Education Research: nursing issues, problems and challenges. Nursing: issues, problems and challenges . Nova, New York, NY, USA*, pp. 41-59
- [22] Brockhaus, R. H. (1980). **Psychological and Environmental Factors Which Distinguish the Successful from the Unsuccessful Entrepreneur: A Longitudinal Study**. Paper presented at the Academy of Management Proceedings
- [23] Burke, A.E., Nolan, M.A. (2008) **What Makes a Die-Hard Entrepreneur? Beyond the 'Employee or Entrepreneur' Dichotomy**. *Small Business Economics* 31(2): 93-115
- [24] Brush, G., Hisrich, R. (2000) **Women-Owned Businesses, an Exploratory Study Comparing Factors Affecting Performance**, *Rise Business Research Institute for Small & Emerging Business*,
- [25] Carter, N., Gartner, B., Reynolds, P. (1996). **Exploring start-up Event Sequences**. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- [26] Churchill, N., Lewis, V.L. (1983). **The Five Stages of Small Business Growth**. *Harvard Business Review*, 61(3), 30-50.
- [27] Cooper, A.C., Folate, T.B., Woo, C. (1995). **Entrepreneurial Information Search**. *Journal of business venturing*, 10(2), 107-120 .
- [28] Chowdhury, M., Amin, M. (2013). **The Effects of Human, Social and Financial Capital on Woman Entrepreneurship Venturing in Bangladesh**, *International Journal of Business and Economics Perspectives*, 6(1):138-149.
- [29] Corbin, J., Strauss, A. (2008). **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**. Los Angeles, CA: Sage.
- [30] Coy, S. (2007). **Factors Contributory to success: A Study of Pakistan's Small Business Owners**, *Journal of Developmental entrepreneurship*, Vol,2, No, 2 ,
- [31] Dasig, J.D. (2014). **User Experience of Embedded System Students on Arduino and Field Programmable Gate Array (FPGA)**. Paper presented at the Proc. of the Second Intl. Conf. on Advances in Applied Science and Environmental Engineering-ASEE.
- [32] Delmar, F., Shane, S. (2003). **Does Business Planning Facilitate the Development of New Ventures?. Strategic Management Journal, 24, 1165-1185.**
- [33] Fitzpatrick, M. R., Kovalak, A. L., Weaver, A. (2010). **How Trainees Develop an Initial theory of Practice: A Process Model of Tentative Identifications**. *Counselling and Psychotherapy Research*, 10(2), -102-93
- [34] Frees, K. (2002). **Psychological Success factors of Small Scale Businesses in Namibia: the Roles of Strategy Process, Entrepreneurial Orientation and the Environment**. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol, 7, No, 3,

- Contractors**, International Journal of Construction Management, volume 20, Issue 3, 3 May 2020, Pages 252-268
- [62] Sicard, M.C. (2010). **Luxe, mensonges ET marketing**. Pearson Education France; 2010 Sep 24.
- [63] Sohail, Z., Iqbal, M. K. (2013). **Examining Factor of Entrepreneurial Success: Culture, Gender, Education, Family, Self-Perception**, Journal of Poverty, Investment and Development, 2: 37-48
- [64] Summers, D. F. (2013). **Forming Entrepreneurial Intentions: An Empirical Investigation of Personal and Situational Factors**: Routledge
- [65] Van de Ven, A.H., Hudson, R., Schroeder, D.M. (1984). **Designing new Business Startups: Entrepreneurial, Organization, and Ecological Consideration**. Journal of Management, 10(1), 87-107.
- [66] Venkataraman, S., Van de Ven, A.H. (1998). **Hostile Environmental Jolts, Transaction Sets and New Business Development**. Journal of Business Venturing, 13(3), 231-255.
- [67] Vidyatmoko, D., Hastuti, P. (2017). **Identification of The Determinants of Entrepreneurial Success: A Multidimensional Framework**. STI Policy and Management Journal, 2(2), 163-178
- [68] WALE, E., CHIPFUPA, U. (2021). **Appropriate Entrepreneurial Development Paths for Homestead Food Gardening and Smallholder Irrigation Crop Farming in KwaZulu-Natal Province**. WRC Report No. 2278/1/18. Pretoria, Water Research Commission of South Africa.
- [52] Okhomina, D. (2010). **Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: The Moderating Influence of Supportive Environment**. Journal of Behavioral Studies in Business, 2, 1-16
- [53] Papzan, H. (2008). **Determining Factors Influencing rural Cntrepreneurs Success: A Case Study of Mahdiasht Township in Kermanshah Province of iran**, African journal of agricultural Research, Vol, 3(9)
- [54] Rae, D. (2005) **Entrepreneurial Leaving a Narrative-Based Conceptual Model**, Journal of small Business and Enterprise Development, Vol, 12, No, 3
- [55] Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., Chin, N. (2005). **Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003**. Small Bus. Econ. 2005, 24, 205-231.
- [56] Reynolds, P. D., Curtin, R. T. (2010). **New Business Creation: An international Overview (Vol. 27)**: Springer Science & Business Media
- [57] Reynolds, P., Miller, B. (1992). **New Firm Gestation: Conception, Birth, and Implications for Research**. Journal of Business Venturing, 7(5), 405-471.
- [58] Sarasvathy, S. D. (2001). **Causation and Effectuation: Toward A Theoretical Shift From Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency**. Academy of Management Review, 26(2), -263-243 .
- [59] Schenk, R. (1998). **Assessment of the Company's Success(In German)**. Erfolgreiche Unternehmensgründer, 1, -82-59 .
- [60] Strauss, A., Corbin, J. (1990). **Basics of Qualitative research: Sage publications**
- [61] Setiawan, H., Erdogan, B. (2020). **Key Factors for Successful Corporate Entrepreneurship: a Study of Indonesian**