

طراحی مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم

فرشته انصاری^۱، علی بدیع‌زاده^{۲*}، حجت‌اله عبدالملکی^۳، روح‌اله زابلی^۴

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

^۲استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۳دانشیار، گروه اقتصاد، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع)

^۴دانشیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی درمان، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی بقیه اله، تهران، ایران

تاریخ دریافت: دی ۱۴۰۱، اصلاحیه: بهمن ۱۴۰۱، پذیرش: فروردین ۱۴۰۲

چکیده:

به لحاظ تاریخی در مطالعات کارآفرینی توجه اندکی به فقر شده است. بنابراین این مطالعه پس از کشف مدل مفهومی رشد کسب و کار برای کارآفرینان قعر هرم به آزمون آن می‌پردازد. در واقع سوال اصلی این است که چه روابطی می‌تواند در توسعه مطلوب کسب و کار برای کارآفرینان قعر هرم موثر واقع گردد. بر این مبنا مطالعه حاضر با تاکید بر فلسفه پراگماتیستی و توجه به رویکرد آمیخته، با استراتژی گزند ثنوری به کمک ابزار مصاحبه و پرسشنامه به بررسی روابط مابین متغیرهای دخیل پرداخته است. جامعه آماری در بخش کیفی کلیه متخصصان کسب و کار هستند و در بخش کمی همه کارآفرینان قعر هرم را شامل می‌شوند. به تناسب با جوامع آماری حجم نمونه مطالعه، در بخش مصاحبه ۲۰ نفر از خبرگان کسب و کار در نظر گرفته شده است و در بخش کمی نیز حجم مورد نیاز برای پرسشنامه با توجه به حد نصاب هنسلسر ۳۵۰ نفر در نظر گرفته شده است. لازم به ذکر است این حجم با توجه به اهمیت موضوع و محدود بودن جامعه آماری مشخص می‌شود. در بخش تکنیک کاربست شده سعی شده، در بخش مصاحبه هم از نظر روایی صوری محتوای و هم از دیدگاه پایایی بر اساس توافق بین دو کدگذار بررسی گردد. و در بخش کمی نیز به وسیله روایی همگرا و واگرا، حجم نمونه و تعریف جامعه آماری مشخص می‌شود. در نتیجه، هشت مولفه اصلی شامل شرایط کارآفرین، سطح تعامل در تسهیلگری، مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیلگری، ساختار تسهیلگری، محرک‌های شکل‌گیری تسهیلگری، مدیریت تسهیلگری تعاملی، پیامد تسهیلگری و سایر موارد مؤثر بر پیامد تسهیلگری شناسایی گردید. مهمترین متغیر شرایط کارآفرینی است. همچنین بر اساس نتایج معادلات ساختاری، مدل نهایی از برآزش کافی برخوردار بود.

واژه‌های اصلی: رشد کسب و کار، کارآفرینان قعر هرم، تسهیلگری کسب و کار، گزند ثنوری، معادلات ساختاری

۱- مقدمه

تولید اشتغال و کاهش فقر انجام شده [۵۳]. و متغیرهایی چون محیط زیست، ایجاد اشتغال، درآمد زایی و در نظر گرفتن طبقه اجتماعی مطرح شده است [۶۰]. در این باره مفاهیم قعر هرم که به سمت ایجاد مطالعه کارآفرینی در پایه هرم اقتصادی حرکت میکند به این مبحث می‌پردازد که فقرا باید بعنوان شرکت کنندگان فعال حاضر شوند. بجای اینکه تنها آنان را با ارائه حمایت‌های ناچیز مالی وابسته نگه داشت [۵۲]. این رویکرد جدید (BoP)، راه را برای اقدامات بیشتر در زمینه ی کسب و کار، ایجاد قدرت درون قشر فقرا هموار نموده و به عنوان ابزاری برای کاهش فقر مطرح شده است [۲۴]. چنین رویکردی به نوعی ابزاری برد-برد برای جامعه و سازمان‌های بزرگ خصوصی می‌باشد که شامل شناسایی فرصت‌های توسعه کارآفرینان قعر هرم و ایجاد مدل‌های کسب و کار که منجر به رشد دوطرفه ایجاد ارزش می‌شود، است.

فقر به عنوان مساله ای بسیار حیاتی برای درصد بزرگی از جمعیت جهان وجود داشته و متأسفانه در بین جمعیت جهان در سالهای اخیر بیشتر مانده است [۳۰] به طور گسترده استدلال می‌شود که کارآفرینی راه حل مهمی برای فقر است. در حالی که حجم فزاینده ای از کار بر روی فقر و اقدامات کارآفرینانه در کشورهای در حال توسعه وجود دارد. [۷۵] این کاستی ناشی از اینست که محققان کارآفرینی، کارآفرینی را صرفاً به معنای رشد و ایجاد کسب و کارها تعریف نموده و از آثار آن بر فقر در جوامع غفلت نموده اند. از جمله عوامل محدود کننده تحقیقات کارآفرینی در زمینه فقر، این است که پژوهشگران کارآفرینی در واقع در شرایط فقر زندگی نکرده‌اند و دانشی از این شرایط ندارند. [۱۳].

باید در نظر داشت که کارآفرینی در واقع توجه به سطوح خرد اقتصادی است [۸۶] و در این باره مطالعات در حیطه موفقیت اجتماعی، اقتصادی

*abadizadeh@gmail.com

محققان معتقدند که فرصت‌های کارآفرینانه برای افراد در بخش قعر هرم منجر به رشد همگانی می‌گردد که در نتیجه موجب بهبود فقر بویژه در کشورهای در حال توسعه می‌گردد [۴۰]. این رویکرد در کشورهای مختلف توسط سازمان‌های خصوصی بزرگ که متعهد به توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه و اعمال مسئولیت‌های اجتماعی هستند، اعمال می‌شود. یافته‌های محققانی همانند [۸۳]، [۶۱] نیز بر نقش حیاتی سازمان‌های بزرگ عام‌المنفعه در جهت رشد و حمایت از کسب و کارهای نوپای قشر قعر هرم تأکید دارند [۵۳] [۶۱]، که در ایران نهادی مانند کمیته امداد را می‌توان در زمره این سازمان‌ها در نظر گرفت. که به عنوان یک نهاد عمومی می‌تواند نقش مهمی در حمایت از ایجاد و رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم ایفا نماید.

به هر حال راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه توسط افراد تحت حمایت کمیته امداد تضمینی برای اشتغال پایدار آنان فراهم نیآورده و این امر تنها زمانی میسر خواهد بود که این کسب و کارها با رشد متناسب، درآمد پایدار برای خانوارها و بقای کسب و کار فراهم آورند. جهت دستیابی به تغییرات پایدار (از جمله رشد پایدار)، کسب و کارها باید قادر به شناسایی فرصت‌ها و توسعه فرهنگ تسهیل‌گر برای این تغییرات باشند [۷۱]. یکی از فعالیت‌هایی که می‌تواند زمینه‌ساز رشد کسب و کارها گردد فعالیت‌های تسهیل‌گری رشد می‌باشد. فعالیت‌های تسهیل‌گری در زمینه کارآفرینانه قعر هرم، می‌تواند منجر به تسهیل در طراحی محصول و خدمت‌گردیده و سازماندهی مناسب برای زنجیره ارزش و توزیع فراهم آورد. [۲۹] علیرغم وجود دیدگاه تسهیل‌گری ایجاد کسب و کار، هنوز مطالعاتی را نمی‌توان یافت که به طور مشخص بر تسهیل‌گری رشد کسب و کار تمرکز یافته باشد. از این رو در مطالعه حاضر پژوهشگر به دنبال ارائه مدل تسهیل‌گری رشد در کسب و کارهای راه‌اندازی شده توسط کارآفرینان قعر هرم است.

۲- مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

۲-۱- تسهیل‌گری رشد کسب و کار

جیان و همکاران (۲۰۲۰) در طی سالهای ۱۹۷۸ تا ۱۹۷۸ در ۳۱ استان چین، به بررسی اثرات کارآفرینی بر رشد اقتصادی در زمان تحولات چین از یک اقتصاد کاملاً متمرکز برنامه‌ریزی شده به یک اقتصاد مبتنی بر بازار پرداخت. کارآفرینی را به دو نوع تقسیم نمودند: ایجاد مشاغل و نوآوری. نتایج نشان می‌دهد که هر دو نوع کارآفرینی تأثیر معناداری بر نرخ رشد تولید ناخالص داخلی سرانه چین در طی دوره نمونه داشته است [۴۶]. کسب و کارها با رشد بالا پدیده‌ای مناسب برای اقتصاد است زیرا آنها محرک مهمی برای رشد اقتصادی و تخصیص کارآمد از منابع است که می‌تواند القاکننده ایجاد ثروت باشد. علیرغم اهمیتی که به این پدیده داده شده، نابرابری‌ها در مورد توانایی تحریک و مدیریت فعالیت کارآفرینی همچنان باقی مانده است. رشد بالای کسب و کارها با اندازه شرکت‌ها، شاخص جهت‌گیری فاصله قدرت مرتبط است [۷۰].

۲-۲- عوامل تأثیرگذار بر رشد کسب و کار

فلاهودین^۱ و همکارانش در سال ۲۰۲۲ بیان می‌کنند که به منظور افزایش بیشتر ظرفیت‌های کسب و کار عوامل متعددی دخیل می‌باشند از آن جمله می‌توان به اهمیت درک منابع مالی و جریانهای مالی توجه به استراتژی‌های بازاریابی و استفاده از فناوری اشاره کرد. [۴۳]. از سوی دیگر عوامل دیگری از سوی برخی دیگر از محققان اشاره شده است. که به لحاظ بازاریابی از مهمترین آنها جهت‌گیری برند است. شرکتی که دارای جهت‌گیری برند است می‌تواند محصولات خود را از سایر رقبا متمایز سازد که این امر منجر به آگاهی مشتریان بالقوه از شرکت و محصولات یا خدمات آن است. گرایش به برندسازی موجب پویایی کسب و کار در بازار و رشد آن خواهد شد شرکت‌ها برای به دست آوردن سهم بازار و از این رو برای افزایش درآمدهای خود به اقدامات رقابتی می‌پردازند. با این حال همه شرکت‌ها به همان اندازه قادر به استفاده از اقدامات رقابتی برای ایجاد رشد نیستند. [۸۵] محققان معتقدند که رشد کسب و کار یک فرآیند پیچیده است و عوامل متعددی به رشد کسب و کار منجر می‌شود رشد و توسعه اقتصادی از مهمترین اهداف جوامع بشری است به طوری که لازمی دستیابی به این هدف ایجاد و گسترش کسب و کارها و فعالیتهای اقتصادی است [۴۱] عوامل رشد کسب و کارها شامل مواردی همانند: درک فرصت طلبانه از محیط بیرونی، بلندپروازی کنترل شده صاحب کسب و کار برای رشد، فرهنگ نوآوری و انعطاف‌پذیری در کسب و کار، استفاده از ارتباطات کاری گسترده که محتوای کارآفرینانه داشته باشند دانسته اند. از طرف دیگر آنچه باعث رشد کسب و کارها می‌شود عبارت است از دارایی، سرمایه‌های انسانی، تکنولوژی و محیط کسب و کار [۵۴]، [۴۱] اهداف و انگیزه‌های شخصی، یادگیری اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی، سرمایه‌های انسانی و تأثیرات محیطی را به عنوان عوامل مؤثر بر رشد کسب و کار عنوان کرده‌اند [۵۴] عوامل مؤثر بر رشد کسب و کارها را به دو دسته عوامل بیرونی و عوامل درونی تقسیم نموده است. وی عوامل بیرونی را شامل عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی-نهادی، عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل مربوط به بازار و عوامل درونی را در برگیرنده ویژگی‌های شرکت و ویژگی‌های کارآفرین می‌داند. علاوه بر این عوامل مهم دیگر در رشد کسب و کارها، تولید و ارائه محصول جدید، متناسب بودن شرح شغل افراد با ویژگیهای شخصیتی، ارزیابی فعالیت مدیران و کارکنان، شرایط و موقعیت‌های محیطی مناسب، توانایی مدیران در ادراک فرصتهای کارآفرینانه، شناسایی ظرفیتهای بالقوه، تجربه کاری در سازمان، تجربه کارآفرینانه، ارتباطات، سن شرکت، توانمندسازی و ظرفیتهای مالی و فرهنگ سازمانی یافته شده است. [۱۲]

۲-۳- رویکردهای تسهیل‌گری در کسب و کار

رشد کسب و کارها یکی از موضوعاتی است تا کنون توجهات زیادی را به خود جلب نموده است. در طول ۲۰ سال اخیر، افزایش ترغیب ایده‌های کارآفرینانه و تشویق رشد سازمان‌های تازه تاسیس، سبب اهمیت روز

^۱ Falahuddin

مصرف کننده ای که روزانه کمتر از ۲ دلار درآمد دارند اطلاق می گردد [۳۸] که فرصتهای گسترده و چالشهای بی نظیری را برای کسب و کارها ارائه می دهد [۵۳] BOP استدلال می کند که پتانسیل بازار بکر در فقیرترین جوامع جهان وجود دارد. بازارهای BOP مدتهاست که توسط بازاریابان تحت این تصور که پتانسیل خرید زیادی در آنجا وجود ندارد نادیده گرفته می شدند. با این حال بازارهای BOP تقریباً دو سوم از جمعیت جهان را تشکیل می دهند و به همین ترتیب در مجموع آنها قدرت خرید عظیمی دارند. نه تنها از نظر بالقوه بسیار زیاد هستند بلکه به سرعت در حال رشد هستند بسیاری از آنها در کشورهایی با نرخ رشد ۵-۱۰٪ زندگی می کنند [۶۳]

۲-۶- قهر هرم به عنوان تولید کننده

در پژوهش های اخیر تغییر مشخصی از مصرف کنندگی جامعه قهر هرم به سمت مولد بودن دیده می شود از دیدگاه [۱۷] در رویکرد قهر هرم (دیگر) فلسفه برد-باخت در پشت مفهوم مزیت رقابتی مطرح نیست بلکه یک چشم انداز برد-برد مطرح است که بر ایجاد اتحاد متمرکز است نه رقابت در قهر هرم فقر رقیب است بنابراین مدیر عامل شرکت نمی تواند رهبر تجاری باشد که بی رحمانه به دنبال سود است بلکه یک فیلسوف کاربردی است که می فهمد زندگی خوب برای نسلهای مختلفی که در این بازار بسیار متفاوت و در حال تحول وجود دارد و چه مفهومی دارد [۱۷] در ادبیات موجود در رابطه با رویکرد قهر هرم، مسیر کارآفرینان قهر هرم به عنوان مصرف کننده یا تولید کننده در زنجیره ارزش بسوی در نظر گرفتن آنان به عنوان شرکایی که درگیر فرایند بازتولید کسب و کارهای جدید که ارزش متقابل ایجاد می نمایند تغییر پیدا کرده است. [۵۷] با الهام گیری از رویکردهای توسعه اجتماعی و مشارکتی، رویکرد قهر هرم استدلال می نماید که سرمایه گذاری های مخاطره پذیر قهر هرم بایستی نیازهای قشر نیازمند جامعه را در نظر بگیرد [۲۴]

برخی مطالعات نیز حتی گام را فراتر نهاده و از فقرا به عنوان گروه تولید کننده یاد کرده اند [۸۵]، [۵۳] بر توسعه قشر قهر هرم و ایجاد ثروت در قهر هرم تاکید دارند تا یافتن ثروت در قهر هرم این نویسندگان از ایجاد ثروت در قهر هرم به یک استراتژی نوآوری تعبیه شده برای سازمان های بزرگ خصوصی یاد می کنند چرا که این سازمان ها باید خود را ذینفعان جامعه ترکیب نمایند. همچنین بر نیاز به همکاری با سازمان های عام المنفعه یا سازمان های غیردولتی و همچنین ذینفعانی که دانش، تجربه و مهارت های لازم را دارند تاکید می نمایند [۸۶]

۲-۷- نوآوری و کارآفرینی در قهر هرم

طی مسیر تکامل مطالعات توجه بسیاری معطوف به مفهوم قهر هرم در قالب مطالعه، همایش و نشست های کسب و کار گردیده که به بررسی این موضوع از دیدگاه مفهومی، سیاست گذاری و کاربردی همت گماشته اند [۶۷] با این حال علیرغم تکامل گفتمان جامعه قهر هرم همچنان مطالعات زیادی در رابطه با ابتکارات قهر هرم صورت نگرفته است [۴۶] این درحالی است که نوآوری در قهر هرم، بدان گونه که در راس هرم اقتصاد روی می دهد نبوده و تفاوت چشمگیری دارد [۵۰] محققان در این رابطه اتفاق نظر دارند که جوامع قهر هرم نباید فرصت های کسب و کار را

افزون مراکز رشد به عنوان مکانیزم هایی جهت ارتقای توسعه ای تکنولوژیکی و اقتصادی کشورها شده است. بسیاری از سازمان های توسعه اقتصادی محلی، دولت و دیگر موسسات دولتی از مراکز رشد به عنوان ابزاری جهت کاهش احتمال شکست و سرعت بخشیدن به فرایند ایجاد کسب و کار استفاده نموده اند [۳۹] تسهیل گری رشد کسب و کارها و استارتاپ ها موضوعی است که از دهه ۱۹۵۰ مطرح شده است فعالیت های شتابدهی منجر به رشد و ارتقای موفقیت کسب و کارهای نوپا شده است. شواهد گویای این است که شرکت های مراکز رشد با نرخ بالاتری از همتایان خود در خارج در شرایط رشد، بقا و فروش و روابط تعاونی موفقتر بوده اند [۷۶] ارزش پیشنهادی مراکز رشد برای کسب و کارها را می توان در مواردی همانند فضای اداری، خدمات پشتیبانی مشترک، مربیگری و ارائه شبکه های داخلی و خارجی عنوان نمود. فضای اداری مشترک و امکانات حرفه ای اجاره داده شده با شرایط مطلوب از مهم ترین مزایای ارائه شده توسط مراکز رشد می باشند. جنبه مهم دیگر ارزش پیشنهادی مرکز رشد ارزش های ناملموسی می باشد که آنها ارائه می دهند بدین معنا که آنها روشهای توسعه کسب و کار را یاد می گیرند آنها مربیگری، مدیریت و تخصص بازاریابی، توسعه صادرات و استخدام را پیشنهاد می دهند. [۳۶] همراه با یک مرکز رشد موسسان استارتآپ ممکن است تخصص گرایی را افزایش دهند که باعث افزایش اعتماد به نفس شده و بهره‌وری شبکه‌ها را افزایش داده و حتی باعث تبلیغات مثبت می‌شود [۷]

۲-۴- رویکرد قهر هرم

مفهوم قهر هرم اقتصادی برای اولین بار توسط رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا، فرانکلین روزولت در سال ۱۹۳۲ در سخنرانی رادیویی مورد استفاده قرار گرفت. با این حال کاربرد عمده این اصطلاح از حوزه بازاریابی تکامل یافته است. نخستین بار در این حوزه [۶۷] اصطلاح قهر هرم را برای تشریح بخش بندی های کم درآمد بازار (که اکثریت جمعیت در این اقتصادهای نوظهور را شامل می گردند) به کار برده اند. زندگی بخش های قهر هرم در اقتصاد بازارهای غیررسمی و برای برآورده ساختن نیازهای اساسی ایشان مانند دسترسی به غذا، انرژی برای روشنایی و پخت و پز، آب، بهداشت، سلامت، آموزش، نیازهای مالی، بیمه و مانند آنها سپری می گردد. [۳۷]

۲-۵- قهر هرم به عنوان مصرف کننده

ادبیات قهر هرم افراد در این طبقه به عنوان مصرف کنندگان طبقه بندی گردیده اند. [۶۶] اولین کسانی بودند که از این عبارت به عنوان یک استراتژی کسب و کار استفاده نمودند ایشان استدلال نمود که تعداد زیادی از مردم فقیر در کشورهای در حال توسعه به عنوان "مصرف کننده" شناخته می شوند. در این دیدگاه کارآفرینان قهر هرم از جنبه ی بازاریابی آسیب پذیر هستند [۲۸] و از فرصت های قابل توجه و اثرات جانبی خرید کالاها و خدمات آگاهی ندارند به عنوان مثال دسترسی گسترده به اعتبارات خرد ممکن است منجر به اختلال در خوداتکایی جامعه سنتی گردد درحالیکه افزایش وابستگی به بدهی و اتکا به خرده فروشان را گسترش می دهد [۲۸] در این دیدگاه بازارهای قهر هرم به

منابع	شاخص‌ها
(2006).	ارتباطات کاری گسترده که محتوای کارآفرینانه داشته باشند
Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006).	شخصی، یادگیری اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی، سرمایه‌ی انسانی و تأثیرات محیطی
مرادی پور، ح. ا. & حسین‌لو، ح. (۱۳۹۰).	عوامل بیرونی: عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی- نهادی، عوامل اجتماعی- فرهنگی و عوامل مربوط به بازار عوامل درونی: ویژگی‌های شرکت و ویژگی‌های کارآفرین تولید و ارائه محصول جدید، متناسب بودن شرح شغل افراد با ویژگی‌های شخصیتی، ارزیابی فعالیت مدیران و کارکنان، شرایط و موقعیت‌های محیطی مناسب، توانایی مدیران در ادراک فرصت‌های کارآفرینانه، شناسایی ظرفیت‌های بالقوه، تجربه کاری در سازمان، تجربه کارآفرینانه، ارتباطات، سن شرکت، توانمندسازی و ظرفیت‌های مالی و فرهنگ سازمانی یافته
Grimm, J., & Gilbert, D. U. (2019).	تشویق سازمانها و کارآفرینان
Grimm, J., & Gilbert, D. U. (2019).	اهمیت مراکز رشد
Grimm, J., & Gilbert, D. U. (2019)	توسعه اقتصاد محلی
Scillitoe, J. L., & Chakrabarti, A. K. (2010)	عملکرد تعاونی مراکز رشد
Dee, N. J., Livesey, F., Gill, D., & Minshall, T. (2011)	فضای اداری، خدمات پشتیبانی مشترک، مربیگری و ارائه شبکه‌های داخلی و خارجی
Arora, S., & Romijn, H. (2012)	تاکید بر توسعه اجتماعی

محدود نموده و آنها را از دست بدهند و بایستی به صدای فقرا گوش سپرده شود. این موضوع بخش مهمی از مطالعات قعر هرم را به خود اختصاص داده است [۵۲] با این حال و علیرغم وجود دیدگاه تسهیل‌گری ایجاد کسب و کار، هنوز مطالعاتی را نمی‌توان یافت که به طور مشخص بر تسهیل‌گری رشد کسب و کار تمرکز یافته باشد. اگرچه می‌توان عنوان داشت که در این زمینه مطالعاتی شده است. در جدول ۱ به بررسی شاخص‌های مورد مطالعه در منابع مطالعاتی در گذشته می‌پردازد. باید خاطر نشان کرد که این مطالعه در واقع با مبنا قرار دادن استراتژی‌گرند تئوری سعی دارد به شناسایی متغیرهای بومی بپردازد. بنابراین با کدگذاری به روش گرندتئوری ابتدا سعی در شناخت متغیرهای بومی در این مطالعه دارد. سپس به بررسی روابط رگرسیونی مابین متغیرهای استخراجی به روش معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS می‌پردازد.

جدول (۱): شاخص‌های مورد توجه در مطالعات پیشین

منابع	شاخص‌ها
جیان و همکاران (۲۰۲۰)	ایجاد مشاغل و نوآوری جهت‌گیری فاصله قدرت
Yang, W., & Meyer, K. E. (2019).	جهت‌گیری برند
Hansen, B., & Hamilton, R. T. (2011).	رشد اقتصادی
Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M.	درک فرصت طلبانه از محیط بیرونی، بلندپروازی کنترل شده صاحب کسب و کار برای رشد، فرهنگ نوآوری و انعطاف‌پذیری در کسب و کار، استفاده از

۳- سوالات پژوهش

مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم، چه ویژگی‌هایی دارد؟

۴- روش تحقیق

این پژوهش از منظر هدف، کاربردی، به لحاظ رویکرد آمیخته محسوب می‌شود. و استراتژی‌های کمی و کیفی در آن لحاظ شده است. در بخش کیفی استراتژی داده بنیاد و در بخش کمی استراتژی توصیفی مبنا قرار گرفته شده است. تکنیک کاربست شده در بخش کیفی از نوع تحلیل محتوا و در بخش کمی از طریق روایی سنجی، پایایی سنجی و تعیین حجم نمونه صورت پذیرفته است. در مجموع موارد ذکر شده به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که مدل تسهیل‌گری رشد کسب

و کارهای کارآفرینان قعر هرم چگونه است؟

در این پژوهش، نظریه داده بنیاد اشتراوس^۱ عینیت‌گرا (سیستماتیک) جهت تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل دو بخش می‌باشد. در بخش اول همه متخصصان کسب و کار را شامل می‌شود و در بخش دوم شامل کلیه کارآفرینانی که از تسهیلات و خدمات کمیته امداد در شهر تهران بهره‌مند شده‌اند هستند. در انتخاب نمونه آماری در بخش کیفی خبرگان کسب و کار انتخاب شود که ۲۰ مصاحبه با توجه به اشباع نظری در نظر گرفته شده است در واقع رویکرد هدفمند و رویکرد گلوله برفی در انتخاب حجم نمونه کیفی لحاظ شده است. در نمونه‌گیری کمی نیز از روش حد نصاب هنسلر که به ازای سوالات حداقل ۱۰ پرسشگر مد نظر قرار گرفته است و حجم نمونه ۳۵۰

^۱ Straus

در این مرحله کدهایی که اشتراک معنایی داشتند در ذیل یک مقوله جای گرفتند و بدین ترتیب مقوله های اولیه مطالعه شکل گرفتند. مفاهیم استخراج شده از ادبیات و مصاحبه های صورت گرفته جهت شناسایی ابعاد و مولفه های تبیین مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم دسته‌بندی شد. تحلیل داده‌ها منجر به ظهور کدهای اولیه شد. در نهایت ۱۶۷ زیر طبقه، ۲۹ طبقه و ۸ مولفه اصلی جای گرفتند.

جدول (۳) : خلاصه مولفه ها و طبقات اصلی استخراج شده

طبقات	مولفه های اصلی
عوامل خانوادگی	شرایط کارآفرین
عوامل فردی	
میزان اعتماد در تعامل	سطح تعامل در تسهیل‌گری
تعارض	
تعامل	
اعتماد	
سرمایه اجتماعی	
وجود شبکه روابط بین کارآفرینان قعر هرم	
قوانین	
استراتژیها و تغییرات	
حمایت در سلسله مراتب مدیریتی	مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیل‌گری
استقلال در تصمیم‌گیری	
مدیریت اطلاعات	
جذب مشارکت کارآفرینان	
نقش و روابط دخیلان تسهیل‌گری	ساختار تسهیل‌گری
اهداف شخصی و سازمانی کارآفرینان	محركهای شکل‌گیری تسهیل‌گری
حضور کارآفرینان	
ایجاد آگاهی در دولت	
نگرش واقعی	مدیریت تسهیل‌گری تعاملی
انعطاف مدیریتی	
پایش	
ایجاد هماهنگی	
راهبری	
تسهیل‌گری روابط	پیامد تسهیل‌گری
پیامدهای نامطلوب	
پیامدهای مطلوب	سایر موارد موثر بر پیامد تسهیل‌گری
ناکارآمدی در مدیریت تسهیل‌گری	
مکانیزم های تعدیل‌کننده اجتماعی	
اعتماد به نهادهای بخش عمومی	

نفر تعیین شده است. کفایت نمونه‌گیری در مطالعه کیفی بر اساس اصل اشباع نظری تعیین شد. تعداد ۱۲ مصاحبه صورت گرفت که در مصاحبه دهم به اشباع نظری رسید. داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با رویکرد استقرایی و با استفاده از روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تجمیع و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در کدگذاری باز، مفاهیم، ویژگی‌ها، ابعاد و رویدادها از طریق تحلیل‌های مقایسه‌ای شناسایی شدند. با کدگذاری محوری که گامی لازم جهت بررسی روابط بین مفاهیم و طبقاتی است که در گام پیشین (کدگذاری باز) توسعه یافتند، طبقات شناسایی شدند و در نهایت با کدگذاری انتخابی، طبقات حاصل شده در گام قبلی مورد پالایش بیشتر قرار گرفته و مقوله‌های فرعی‌تر از مقوله‌های اصلی و همین‌طور خصیصه‌ها بدان‌ها افزوده شده است و روابط در خروجی نرم‌افزار MAXQda نسخه ۲۰۲۰ نشان داده شد. همچنین این مطالعه در بخش کمی به وسیله معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است.

جهت ارزیابی پایایی پژوهش، بر اساس آزمون قابلیت اطمینان بین کدگذاران، تعداد کل کدها در دو فاصله زمانی ۲۰ روزه ارزیابی گردید و پایایی مصاحبه‌ها، برابر ۷۹ درصد است. همچنین در این مطالعه از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته^۱ و تکنیک 5W1h، به دنبال پاسخگویی به سوالات پژوهش بودیم. در رویکرد 5W1h هدف پاسخ به این سؤالات است [۴۴] چه چیزی: رویداد موردنظر چیست و چه ابعادی دارد؟ کجا: این رویداد در چه مکانی صورت گرفته است؟ چه زمانی: این اتفاق چه زمانی رخ داده است. چه کسی: چه کسی یا کسانی در ایجاد این اتفاق نقش داشته‌اند؟ چرا: دلایل و ریشه‌های ایجاد این پدیده چیست؟ چگونه: این رویداد چگونه و در چه شرایطی به وقوع پیوسته است؟ در نهایت الگوی طراحی شده به جهت اعتبارسنجی، به تعدادی از اساتید و صاحب نظران حوزه کارآفرینی و شتابدهی کسب و کارها ارائه شد. پس از دریافت پیشنهادات و نکات خبرگان و توافق نظر ایشان، مدل نهایی پژوهش تایید و ترسیم گردید. لازم به ذکر است که روایی و پایایی بخش کمی نیز با آزمون‌ها مدل درونی و بیرونی صورت پذیرفته شده است که در ادامه بدانها اشاره خواهد شد.

۵- یافته‌ها

۵-۱- یافته های کیفی

۵-۱-۱- کدگذاری باز

کدگذاری باز یا کدگذاری دور نخست را در سال ۲۰۰۶ چارمز بیان میکنند. به دید وی کد اولیه در واقع برچسب معنادار به مجموعه ای مفاهیم به منظور خلاصه سازی است. باید در نظر داشت در این بخش هرگز از متغیرهای از پیش موجود استفاده نمیشود. چرا که اولیه ترین مفهوم در استراتژی داده بنیاد این نکته است که ما با مبحثی جدیدی روبرو هستیم.

^۱ Semi-structured

شکل (۱): کدگذاری در نظریه داده‌بنیاد از کدگذاری باز به پارادایم

کدگذاری محوری

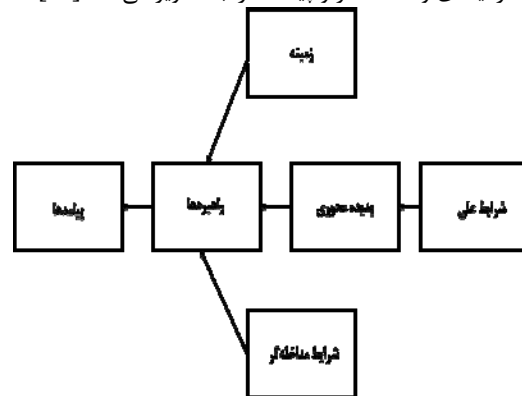
۱-۲-۱-۵- پدیده محوری

تسهیل‌گری رشد کسب و کار بر اساس نتایج مصاحبه با خبرگان پژوهش، مشخص گردید که پدیده اصلی تسهیل‌گری رشد کسب و کار است.

۱-۲-۲-۱-۵- شرایط علی

این شرایط موجب ایجاد و توسعه پدیده محوری مورد مطالعه می‌شوند. از میان مقوله‌های استخراج شده، شرایط کارآفرین به عنوان پیش‌شرط اصلی تسهیل‌گری رشد کسب و کار شناسایی گردید. این شرایط شامل شرایط کارآفرین و سطح تعامل در تسهیل‌گری است.

این مرحله روابط بین مقوله‌ها را برای متصل کردن آنها به یکدیگر استخراج می‌کند. بنابراین، در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد یک مقوله کدگذاری باز را انتخاب و آن را در مرکز فرایند مورد کاوش (به عنوان پدیده اصلی) قرار می‌دهد و سپس مقوله‌های دیگر را به آن ارتباط می‌دهد. سایر مقوله‌ها شامل شرایط علی (عواملی که بر روی پدیده اصلی تأثیر می‌گذارند)، راهبردها (اقداماتی که در پاسخ به پدیده اصلی انجام می‌گیرند)، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر (عوامل موقعیتی عمومی و خاص که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند)، و پیامدها (نتایج حاصل از اعمال راهبردها) است. این مرحله مستلزم ترسیم نموداری است که شکل کدگذاری نامیده می‌شود و در آن روابط بین شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها را به تصویر می‌کشد [۳۱]



جدول (۴): خلاصه شرایط کارآفرین و سطح تعامل در تسهیل‌گری

مولفه‌ها	طبقات	زیرطبقه
شرایط کارآفرین	عوامل خانوادگی	حمایت‌های خانواده، منابع خانوادگی
	عوامل فردی	انگیزه و روحیه کارآفرینی در قعر هرم، ناآشنایی نوجوانان با کارآفرینی، ویژگی‌های جمعیت شناختی، ویژگی‌های شخصیتی
سطح تعامل در تسهیل‌گری	میزان اعتماد در تعامل	کم اعتمادی بین سازمانی، اعتماد پیش نیاز همکاری، اعتماد پیش نیاز تعامل، اعتماد کاتالیزور تعاملات
	تعارض	تحریم‌های اقتصادی یا اجتماعی، شرایط تحریم قوانین دست و پاگیر، تفاوت دیدگاه در بین مدیران سطوح بالا
	تعامل	تعامل کمیته امداد با کارآفرینان، نیاز به بستر اطلاعاتی، اشتراک گذاری منابع در راستای شکل‌گیری اعتماد و همکاری
	اعتماد	نیاز به آگاهی و تفاهم بین نهادی در سطوح کلان و اعتماد در سطح خرد، نیاز به شکل‌گیری اعتماد ساختارمند، مشارکت پایین و کاهش اعتماد، لزوم شفاف‌سازی
	سرمایه اجتماعی	ضعف در فرهنگ کارآفرینی، اعتماد مبنای سرمایه اجتماعی، فرهنگ سازی منافع فردی در گرو مشارکت و منافع جمعی، شکل‌گیری سرمایه اجتماعی فراتر از منافع مادی، سرمایه اجتماعی فراتر از سرمایه انسانی، ایجاد سرمایه اجتماعی
	وجود شبکه روابط بین کارآفرینان قعر هرم	برقراری هماهنگی، توانایی‌های فردی، نفوذ و ارتباط، تجربه مشترک زمینه ساز تعامل
	قوانین	لزوم توجه‌پذیری طرح، انعطاف و امکان تعامل، بوروکراسی و ممانعت‌های اداری، نیاز به ارتباطات فراتر از بوروکراسی موجود، توجه اقتصادی، لزوم شفافیت قوانین
	استراتژی‌ها و تغییرات	ایجاد فضای رقابتی، مشارکت اجباری حوزه عمومی، برنامه ریزی از پایین به بالا بر اساس بازخورد محلی

این راهبردها در پاسخ به پدیده محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر اتخاذ می‌شوند که در این مطالعه تحت عنوان مدیریت تسهیل‌گری

۱-۲-۳-۱-۵- راهبردهای کنش و واکنش

تعاملی شناسایی شد. مدیریت تسهیل‌گری تعاملی شامل نگرش واقع‌گرا، انعطاف‌پذیری، پایش، ایجاد هماهنگی، راهبری و تسهیلگری روابط است.

جدول (۵): مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیلگری

مفهوم	طبقه	مؤلفه
توانایی و باور مدیران در تحقق و امکان‌پذیری کارآفرینی، چشم‌انداز ضمنی از رشد، واقع‌گرایی مدیران کارآفرینی، پرهیز از شعارگرایی	نگرش واقع‌گرا	مدیریت تسهیل‌گری تعاملی
توانایی ریسک‌پذیری مدیران، ظرفیت پذیرش اشتباه توسط مدیران دولتی، لزوم ایجاد انعطاف‌پذیری	انعطاف‌پذیری	
توجه به عناصر اجتماعی و فرهنگی، حفظ تعلقات و هویت کارآفرینان محلی، توجه به زیرساخت‌های موجود در کارآفرینی، توجه به تکثر فرهنگی	پایش	
امکان مدیریت هماهنگ در سطوح خرد و عدم امکان در رأس، تجمع دانش در بین کارآفرینان	ایجاد هماهنگی	
ایجاد کارگاه و وبینار کارآفرینی، اجرای طرح راهبری، ارزیابی اختصاصی، شناسایی کارآفرینان حرفه‌ای، شفاف‌سازی، نوآوری و خلاقیت، فرایند مشاوره شغلی و هدایت شغلی، ارزیابی عملکرد مجموعه تسهیل‌گر، مراقبت و رصد کردن فعالیتها، تجربه مشترک منجر به کاهش هزینه، حساسیت نسبت زمانبندی فعالیتها، جلوگیری از روشهای هزینه‌بر و ناکارآمد، جلوگیری از اتکای صرف به اعتبار دولتی صرف، استفاده از دانش کارآفرینان در راستای تحقق رشد	راهبری	
تنظیم رابطه مابین کمیته امداد و کارآفرینان، ایجاد تجربیات مشترک بین نهاد دولتی و کارآفرینان، نیاز به ورود متخصصان علوم اجتماعی، استفاده کارآمد از تکنولوژی و آی‌تی، تعامل چهره‌به‌چهره، برگزاری همایش و جلسات برای جلب مشارکت، اهمیت و جایگاه نهاد تسهیلگری	تسهیلگری روابط	

سازمانی مدارس می‌باشند.

۵-۱-۲-۴- شرایط زمینه‌ای

شرایط خاصی که بر راهبردهای کنش و واکنش اثرگذارند که در این مطالعه شامل دسترسی به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ساختار

جدول (۶): شرایط زمینه‌ای

مفهوم	طبقه
لزوم حمایت همه‌جانبه از کنشگران قعر هرم، حمایت اقتصادی، مدیریت همکارانه بین نهادی	حمایت در سلسله مراتب مدیریتی
مشارکت جایگزین اجبار و فشار، لزوم تفویض اختیارات، نیاز به مدیریت بدون تکلف، توأمان بودن همدلی و رسمیت، لزوم عدم دخالت مدیران بالادستی در نحوه انجام امور در سطوح پایین	استقلال در تصمیم‌گیری
اشراف اطلاعاتی در حوزه‌های مختلف، ایجاد سامانه دیجیتال و مرکز اطلاعات، نیاز به چارچوب اتوماسیون مدیریتی، نیاز به مرکز جمع‌آوری منابع اطلاعاتی	مدیریت اطلاعات
منابع مالی بلاعوض، نیاز به فرهنگ سازی کارآفرینی، توانمندسازی کنشگران محلی عمومی در راستای بسیج انواع سرمایه، لزوم مدیریت مردم‌محور، همسوسازی کنشگران با کمیته امداد، شنیدن دغدغه‌های کارآفرینان، لزوم تعامل و شکل‌گیری شبکه بین نهادهای دولتی	جذب مشارکت کارآفرینان
حکومت و دولت ملی با نقش سیاست‌گذاری، اعتماد سازی و توانمند سازی مردم توسط دولت، دسترسی کنشگران به سازمانهای خصوصی و دولتی توسط کمیته امداد، رفع موانع و شکافهای ارتباطی بین مردم و کمیته امداد، کمیته امداد تأثیرگذارترین سازمان، کمیته امداد متولی روابط مابین ذینفعان، کمیته امداد به عنوان مالک فرایند تسهیل‌گری، همکاری مطلوب بین کمیته امداد و کارآفرینان	نقش و روابط دخیلان تسهیل‌گری

رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم، اثرگذارند. این عوامل عبارتند از:

۵-۱-۲-۵- عوامل مداخله‌گر: عواملی که در توسعه و بهبود تسهیلگری ناکارآمدی در مدیریت تسهیل‌گری کسب و کارها، مکانیزم‌های تعدیل

کننده اجتماعی، اعتماد به نهادهای بخش عمومی.

جدول (۷) عوامل مداخله گر

مفهوم	طبقه	مؤلفه
مبهم بودن قلمرو تسهیل‌گری، لزوم تغییر در مدیریت و حاکمیت، لزوم واگذاری اختیار به سطوح پایین تر، اتلاف منابع و هزینه به دلیل دیرکرد در پرداخت، عدم ارتباط مدیریت با سازمانهای ضروری، ناکارآمدی و ضعف مدیریت تسهیل‌گری، کمبود اعتبار مالی، ناکارآمدی در توانمندسازی حوزه عمومی	ناکارآمدی در مدیریت تسهیل‌گری کسب و کارها	عوامل مداخله گر
نیاز به هماهنگی بین نهادهای در راستای منافع کارآفرینان، عدم تمایز بین کارآفرینان، نیاز به شناسایی منافع متفاوت کارآفرینان مختلف	مکانیزم های تعدیل کننده اجتماعی	
روابط ضعیف و ناکارآمد بین نهادهای، کم همتی در سطوح میانی کمیته امداد، ناهماهنگی بین نهادهای بخش عمومی، اعتماد پایین مردم نسبت به نهادهای بخش عمومی	اعتماد به نهادهای بخش عمومی	

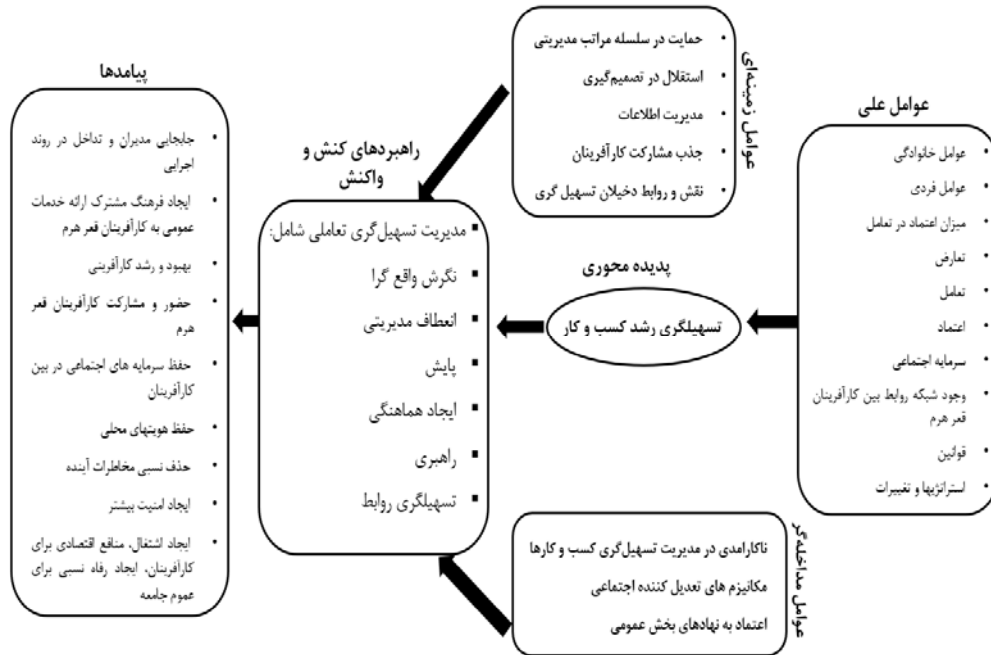
جدول (۸) پیامد تسهیل‌گری

مفهوم	طبقه	مؤلفه
جابجایی مدیران و تداخل در روند اجرایی	پیامدهای نامطلوب	پیامد تسهیل‌گری
ایجاد فرهنگ مشترک ارائه خدمات عمومی به کارآفرینان قعر هرم، بهبود و رشد کارآفرینی، حضور و مشارکت کارآفرینان قعر هرم، حفظ سرمایه های اجتماعی در بین کارآفرینان، حفظ هویت های محلی، حذف نسبی مخاطرات آینده، ایجاد امنیت بیشتر، ایجاد اشتغال، منافع اقتصادی برای کارآفرینان، ایجاد رفاه نسبی برای عموم جامعه	پیامدهای مطلوب	

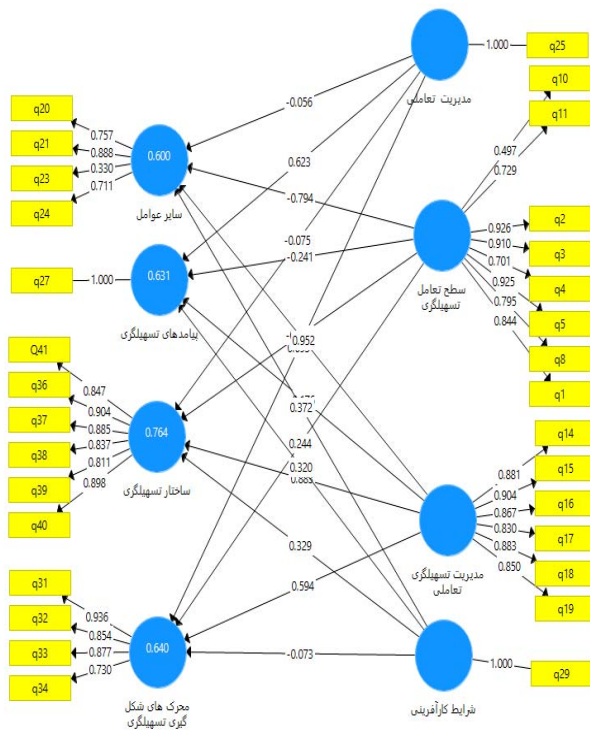
فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه، یا چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه می‌کند یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نشان می‌دهد [۳] شکل (۲)، روابط بین مقوله های شناسایی شده در قالب الگوی پارادایم بر اساس خروجی نرم افزار مکس کیودا نشان داده شده است. پس از کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از طریق نرم افزار مکس کیودا در یک فرایند رفت و برگشتی، کدها به مولفه‌های مفهومی در هر مصاحبه و مقالات مورد بررسی تبدیل شدند. مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم با توجه به مولفه‌های استخراجی در پنج محور اصلی نظریه داده بنیاد مشخص شد.

۵-۱-۳- کدگذاری انتخابی

فرایند نهایی کدگذاری، کدگذاری انتخابی است و آن در واقع مستلزم طراحی نظریه پژوهشگر است. این فرایند شامل ارتباط دادن مقوله‌های پارادایم کدگذاری محوری می‌باشد. این کار ممکن است مستلزم پالایش مدل پارادایم کدگذاری محوری و ارائه آن در قالب مدل یا نظریه پیرامون یک فرایند باشد. این فرایند تولید نظریه می‌تواند به تدوین گزاره‌هایی منجر گردد که ایده‌های آزمون‌پذیر را برای پژوهش‌های بعدی فراهم می‌نماید. بنابراین، پژوهشگر می‌تواند نظریه خود را در قالب مجموعه‌ای از گزاره‌ها یا زیرگزاره‌ها ارائه نماید [۳۱] در این مرحله پژوهشگر بر حسب



شکل (۲): مولفه‌های تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قهر هرم



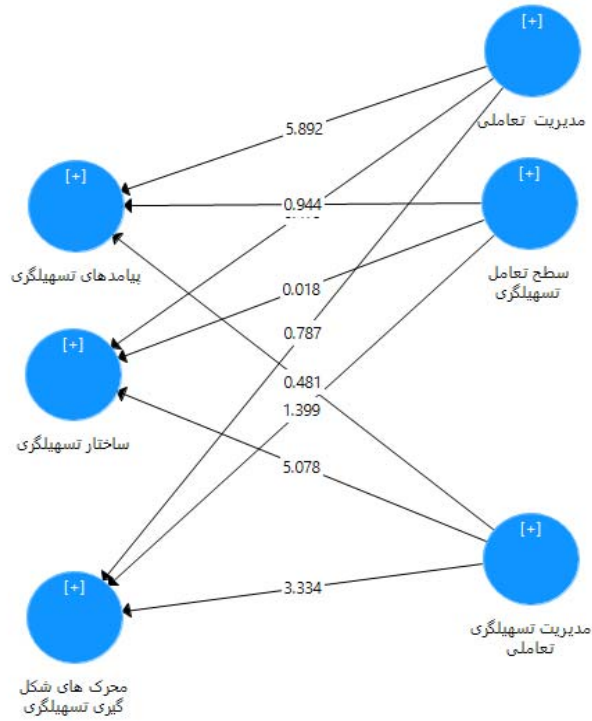
شکل (۳): مدل بیرونی در حالت اصلاح شده در حالت تخمین ضرایب استاندارد

۶- تحلیل مدل

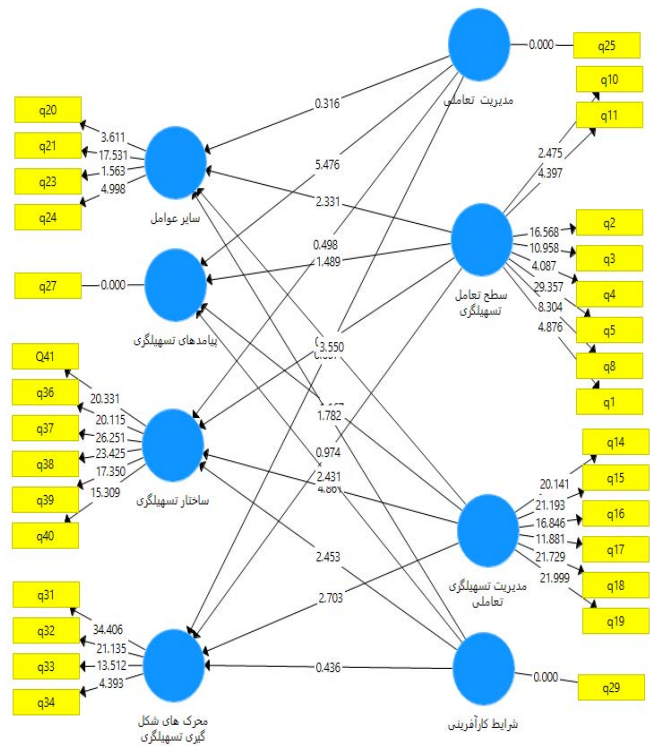
به منظور تست مدل استخراجی نهایی از نرم افزار PLS استفاده می‌شود. در این زمینه از سی نفر از کارآفرینان حوزه کسب و کار استفاده شده است. لازم به ذکر است که در این بخش که به آمار استنباطی می‌پردازد محقق به دنبال کشف و سپس تعمیم آنچه از نتیجه کار کیفی بدست آورده است می‌باشد. در این زمینه در معادلات ساختاری سلیق علمی بر این امر قرار دارد که دو مدل اندازه‌گیری بیرونی و مدل اندازه‌گیری درونی ارائه گردد. اما باید در نظر داشت نرم افزارهای واریانس محور این دو مدل را به صورت منفک از هم تحلیل نمیکنند بلکه تنها یک مدل ارائه میدهند و آن را تفسیر می‌نمایند. در زمینه تحلیل محقق یکبار پایایی متغیرها و سوالات را می‌سنجد و بار دیگر روابط درونی متغیرها را می‌سنجد. در این بخش ابتدا آزمون مدل بیرونی مطرح می‌شود سرانجام مدل درونی مطرح می‌شود و فرضیات یا سوالات مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۶-۱- مدل بیرونی

این مدل چگونگی رابطه متغیرهای مکنون و آشکار را نشان میدهد. به چنین رابطه‌ای بار عاملی گویند. در این بخش مدل در دو قسمت تخمین ضرایب استاندارد و معناداری این ضرایب ارائه می‌شود. شکل (۳) بیانگر این مدل می‌باشد



شکل (۶): مدل ساختاری در حالت تخمین معناداری ضرایب استاندارد



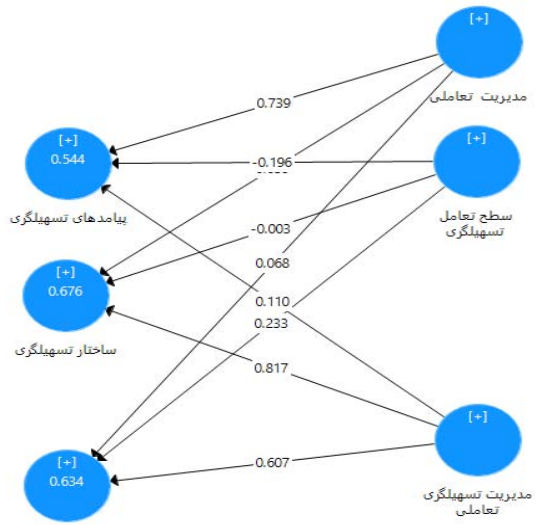
شکل (۴): مدل بیرونی در حالت اصلاح شده در حالت معناداری ضرایب استاندارد

۳-۶- آزمون‌های مدل درونی

اولین آزمون: آزمون معناداری فرضیات، شدت و جهت آنها همان ضریب رگرسیون که بدان ضریب مسیر هم می‌گویند.

۲-۶- مدل درونی

با توجه به اتمام آزمونهای مدل درونی اینک نوبت انجام مدل بیرونی و آزمونهای آن می‌باشد.



شکل (۵): مدل ساختاری در حالت استاندارد

جدول (۹): آزمون فرضیات پژوهش

فرضیات	ضریب مسیر	T-valu	شدت	نتیجه
مدیریت تعاملی- پیامدهای تسهیلگری	۰,۷۳۹	۷,۶۵۵	بسیار زیاد	تائید
مدیریت تعاملی-ساختار سهیلگری	۰,۰۳۹	۰,۴۵		رد
مدیریت تعاملی-محرك های شکل گیری	۰,۰۶۳	۰,۶۹۰		رد
سطح تعامل تسهیلگری- پیامدهای تسهیلگری	۰,۱۹۶	۱,۴۸		رد
سطح تعامل تسهیلگری- ساختار تسهیلگری	-۰,۰۰۳	۰,۰۱۶		رد
سطح تعامل تسهیلگری- محرك های شکل گیری تسهیلگری	۰,۲۳۳	۱,۲۰۷		رد
مدیریت تسهیلگری تعاملی- پیامدهای تسهیلگری	۰,۱۱	۰,۶۸		رد
مدیریت تسهیلگری تعاملی- ساختار تسهیلگری	۰,۸۱۷	۴,۹۱۳	بسیار زیاد	تائید
مدیریت تسهیلگری تعاملی- محرك های شکل گیری تسهیلگری	۰,۶۰۷	۲,۶	بسیار زیاد	تائید

با توجه به مقدار R Square مقدار R^2 ساختار تسهیلگری و محرك های شکل گیری تسهیلگری با توجه به سه مقدار چین متوسط به بالا ارزیابی می شود. و برای پیامدهای تسهیلگری مقدار متوسط ارزیابی می شود. داده ها نشان میدهند که انتخاب متغیرها بسیار درست انتخاب شده اند. این شاخص متاسفانه به حجم نمونه حساس هست یعنی اگر حجم نمونه بیشتر شود R^2 کمی بهبود می یابد بنابراین این شاخص توسط فرمولی اصلاح کرده اند و اثر حجم نمونه را در آن از بین برده اند. و آن را R Square Adjusted می گویند هرچند این شاخص تفسیر پذیر نیست. یعنی برای تعمیم پذیری به کار می رود. این شاخص اندازه شاخص تعیین شده ای ندارد.

۶-۵- آزمون کیفیت مدل ساختاری

باید کیفیت مدل ساختاری را مانند مدل بیرونی سنجید که مطمئن شد مدل پژوهش واقعیت کیفی ما را پیش بینی می کند. R^2 دقت این پیش بینی را نشان می دهد اما شاخصی به نام CVRED کیفیت آن را نشان میدهد. این شاخص با سه مقدار ۰,۰۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ سنجیده می شود. این شاخص تنها برای درونزاها سنجیده می شود.

جدول (۱۱): کیفیت مدل شاخص های درونزا

متغیر درونزا	CVRED
ساختار تسهیلگری	۰,۴۲۸
محرك های شکل گیری تسهیلگری	۰,۳۹۰
پیامدهای تسهیلگری	۰,۴۴

زمانی که این شاخص بررسی شد. در نظر گرفته شد که کیفیت مدل اندازه گیری بسیار بیشتر از ۰,۳۵ درصد می باشد.

۶-۶- مدل ترکیبی دو مدل بیرونی و درونی

آزمون برازش SRMR: تنها شاخص برازش قابل قبول از نظر رینگر این شاخص می باشد. که به آن شاخص مجذور ریشه میانگین خطاها می باشد. که باید کمتر از ۰,۰۸ باشد.

جدول (۱۲): آزمون برازش SRMR

	Saturated Model	Estimated Model
SR MR	۰,۰۱	۰,۰۱

چون کمتر از ۰,۰۰۸ است بنابراین برازش تائید می شود.

فرضیه اول مبنی بر تاثیر مدیریت تعاملی بر پیامدهای تسهیلگری با توجه به نمره T و ضریب مسیر آن تاید می گردد همچنین این قاعده در مورد فرضیه مدیریت تسهیلگری تعاملی- ساختار تسهیلگری و مدیریت تسهیلگری تعاملی بر محرك های شکل گیری تسهیلگری صادق می باشد. بنابراین در این پژوهش سه فرضیه نهایی قابل استنباط می باشد. بنابراین پیش بینی می شود در یک نمونه بزرگتر از همان جامعه این فرضیات تائید شود. با توجه به این نکته که در استراتژی گردن ثنوری تنها نیاز به تائید یک فرضیه جدید در سطح جهانی می باشیم می توانیم مدل خود را بسیار مطلوب ارزیابی نمایم.

۶-۴- آزمون های اثبات دقت و کیفیت این پیش بینی

آزمون R Squar «متغیرهای درونزا روی هم رفته چقدر از واریانس یا رفتار متغیر های درونزا را پیش بینی می کند (سه متغیر درونزا داریم). مقدار این آزمون بر مبنای دیدگاه چین سه مقدار تعیین می شود که عبارتند از ۰,۱۹، ۰,۳۳، ۰,۶۷.

جدول (۱۰): متغیرهای درون زا مقدار R^2 (جدول واریانس تبیین شده)

	R Square	R Square Adjusted
ساختار تسهیلگری	۰,۶۷۶	۰,۶۳۸
محرك های شکل گیری تسهیلگری	۰,۶۳۴	۰,۵۹۰
پیامدهای تسهیلگری	۰,۵۴۴	۰,۴۸۹

۷- نتیجه‌گیری

که سرمایه‌گذاری کلانی بر آن انجام دهند تا بستر را برای اقتصاد رفاه و تسهیل‌گری رشد کسب و کار کارآفرینان آماده نمایند. در اکثر مدل‌ها و مطالعات انجام یافته در موضوع تسهیل‌گری، درون‌مایه پیامد تسهیل‌گری (پیامدهای مطلوب و نامطلوب) برای آن ترسیم شده است، و از آنجایی که پیامدها نتایج نهایی اجرای اقدامات واکنشی به شمار می‌آیند و برای حفظ یک موقعیت استراتژیک از اهمیت زیادی برخوردار است، بایستی به زیرطبقات خرد همچون رضایتمندی، بهبود و رشد شغلی، فضای کار مطلوب، محل خوب برای کار کردن، پرورش کیفیت رهبری در مدیریت، باروری منابع انسانی، توسعه و نهادینه کردن تسهیل‌گری توجه کافی صورت پذیرد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان از پیامدهای مطلوب تسهیل‌گری در کمیته امداد در سطح فردی، سازمانی و اجتماعی می‌باشد و این پیامدها با نتایج [۶۶] همخوانی و مطابقت دارد [۵]. پژوهشی مدل کسب و کار را با استفاده از مؤلفه‌های زیر طراحی کردند. ایجاد درک مشترک از منطق کسب و کار، امکان تجزیه و تحلیل منطق کسب و کار، بهبود مدیریت کسب و کار، ایجاد چشم‌انداز روشن که شرکت‌ها با طرح‌ها و ایده‌های جدید خود، زمینه ورود به بازار کسب و کار جدید را فراهم می‌کند.

در این میان دسته‌بندی مراحل و الگوهای رشد کسب و کارها و تبدیل آن‌ها به یک روش نظام‌مند که برای کارآفرینان مفید باشد، در نگاه اول کار بسیار مشکل و غیرممکنی به نظر می‌آید. در این پژوهش فرایند تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای موفق کارآفرینان قعر هرم طی هشت گام کلی صورت گرفت که شامل: تعیین شرایط کارآفرین، سطح تعامل در تسهیل‌گری، مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیل‌گری، ساختار تسهیل‌گری، تعیین محرک‌های شکل‌گیری تسهیل‌گری، مدیریت تسهیل‌گری تعاملی، پیامد تسهیل‌گری و سایر موارد مؤثر بر پیامد تسهیل‌گری می‌باشد. در نهایت، الگوی به وجود آمده به مدیران کمک می‌کند تا مشکلات را تشخیص داده و راه‌حل‌های مناسب را با سرمایه‌های بسیار اندک فراهم آورند.

نکته قابل توجه در این مسیر این است که تسهیل‌گری چه راهبردی برای رشد کسب و کار کارآفرینان قعر هرم ایفا می‌کنند و در این زمینه باید گفته شود. اهمیت اشتغال‌زایی در ایجاد ثبات اقتصادی جامعه موضوعی انکار نشدنی است. توجه هر چه بیشتر به موضوع اشتغال در جامعه می‌تواند به افزایش سطح رفاه عمومی و توسعه همه جانبه در جامعه بینجامد. پایداری مشاغل از موضوعات مهم در مباحث مربوط به کسب و کار است که اهمیت بسیار بالایی دارد. همواره پایداری مشاغل یکی از مسائل چالش برانگیز کار بوده است. زیرا شرط اصلی برای کاهش بیکاری بقای مشاغل و تداوم فعالیت افراد در آن‌هاست. از این رو، این موضوع برای سیاست‌گذاران و تحلیل‌گران کسب و کار اهمیت دارد. نتایج به دست آمده نشان داد، تعداد اشتغال در جذب مشارکت کارآفرینان و راهبری بیشترین میزان ۱۰/۵ بوده است. همچنین در تعداد اشتغال مقوله‌های پر اهمیت شامل تعارض، اعتماد، استراتژی و تغییرات، ناکارآمدی در مدیریت تسهیل‌گری و کارآفرینان قعر هرم با ۹/۵ درصد می‌باشد.

براساس نتایج به دست آمده در شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان قعر هرم مشخص گردید اولین مولفه و یکی از مهمترین ویژگی استخراج شده در تهیه و تدوین مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم، شرایط کارآفرین است که طبقات آن را عوامل خانوادگی و عوامل فردی تشکیل می‌دهد. از نظر مصاحبه شونده‌گان این پژوهش خانواده و ویژگی آن‌ها می‌تواند باعث بروز یا رفع فقر در خانواده شود. شرایط سرپرست خانواده بر فقر خانواده تأثیر مستقیم دارد زیرا سرپرست خانواده مدیر و نان‌آور خانواده محسوب شده و تأمین نیازهای اقتصادی خانواده بر عهده اوست؛ به همین علت هر عاملی که باعث شود که سرپرست خانواده نتواند نقش مهم سرپرستی خود را در خانواده به درستی ایفا کند باعث بروز فقر در خانواده می‌شود. برخی از این علت‌ها ناخواسته است و سرپرست خانواده در بروز آن نقشی چندانی ندارد مانند سالمندی، جنسیت و غیره. خانواده پایه‌گذار بخش مهمی از سرنوشت انسان‌هاست که در تعیین سبک و خط مشی زندگی و مهمتر از همه آینده، اخلاق، صحت و سلامت روانی افراد نقش مهمی بر عهده دارد. هرگونه اختلال در نظام خانواده اثر مخربی بر انسجام خانواده، وضعیت اقتصادی و فرهنگی آن دارد. اعضای خانواده با ایفای نقش مؤثر در انجام کارها و همفکری و تعامل با هم قادرند برای نجات خانواده از فقر تلاش نمایند. در پژوهش [۶] عوامل تسهیل‌گر در راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط را به ترتیب عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های جمعیتی شناختی) و عوامل خانوادگی (منابع خانواده و حمایت‌های خانواده) اولویت‌بندی کردند که تا حدودی با پژوهش حاضر مطابقت دارد. [۷۷] در پژوهشی، سه دسته از عوامل تسهیل‌گری کسب و کار کارآفرینانه قعر هرم را اعتبار خرد، فرانسیز خرد و تأمین خرد عنوان کردند. دومین ویژگی استخراج شده در تهیه و تدوین مدل تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای کارآفرینان قعر هرم، تعامل در تسهیل‌گری با زیرطبقات (میزان اعتماد در تعامل، تعارض، اعتماد، سرمایه اجتماعی، وجود شبکه روابط بین کارآفرینان قعر هرم، قوانین، استراتژی‌ها و تغییرات) است. نکته مهم، اعتماد به کارکنانی است که در عرصه خدمت رسانی کار می‌کنند. بی‌اعتمادی و کنترل مطلق کارکنان، سطح خادمیت سازمان را کم می‌کند. نکته قابل توجه پرداختن به این امر است که چرا باید تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای مطرح شوند. در این باره باید گفته شود که تفکر مدیریت کارآفرینانه، همسویی استراتژی سازمانی با استراتژی منابع انسانی؛ وضوح شفافیت مقاصد، مأموریت‌ها، اهداف، استراتژی‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها، عملیات و فرایند؛ داشتن برنامه تعاملی کمیته امداد با دیگر سازمان‌ها از جمله طبقات خردی هستند که درون‌مایه مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیل‌گری کارآفرینان را به عنوان بستر شکل می‌دهند. این طبقات با نتایج پژوهش‌های [۸۰] همخوانی و مطابقت دارد. اما این طبقات در غالب مدل‌های تسهیل‌گری کسب و کار مطرح می‌شود.

در این باره تغییر ساختار کمیته امداد به ساختار هیأت امنایی در سال‌های اخیر نشان از پویایی این نهاد حمایتی و اجتماعی است که بر دولت هاست

نکته ضروری است که بایستی این مؤلفه‌ها توسط سازمان تعیین و صحت-گذاری شوند. در واقع مؤلفه‌های شاخص سهولت کسب و کار که توسط بانک جهانی تعیین شده، همه ابعاد مؤثر بر کسب و کار را رصد نمی‌کند و ممکن است با اقداماتی، رتبه کسب و کار بهبود پیدا کند اما عملاً محیط کسب و کار سالم نشود و بهبود نیابد.

سؤال فرعی پنجم پژوهش: شاخص‌هایی ارزیابی عملکرد رشد ناشی از تسهیل‌گری کسب و کارهای کارآفرینان قهرم کدامند؟

در این پژوهش، از مقالات و کتاب‌های معتبر در زمینه مدل‌های کسب و کار و نظر خبرگان استفاده شده است و در نهایت پس از بررسی‌های انجام شده و تلخیص داده‌های حاصل از مصاحبه و پرسشنامه، با استفاده از روش تحلیل محتوا و کدگذاری هشت مؤلفه به عنوان شاخص‌های عملکرد رشد ناشی از تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای موفق کارآفرینان قهرم تحت حمایت کمیته امداد امام خمینی (ره) شناسایی شد که شامل: شرایط کارآفرین، سطح تعامل در تسهیل‌گری، مؤلفه‌های مؤثر بر مدیریت تسهیل‌گری، ساختار تسهیل‌گری، محرک‌های شکل‌گیری تسهیل‌گری، مدیریت تسهیل‌گری تعاملی، پیامد تسهیل‌گری و سایر موارد مؤثر بر پیامد تسهیل‌گری می‌باشد و با استفاده از نظرسنجی از خبرگان و بررسی نظرات آن‌ها با استفاده از نرم افزار مکس کیودا ۲۰۲۰ شناسایی شد. به منظور مد نظر قرار دادن شاخص‌های دیگر همچون نوآوری و ریسک لازم است این مدل در ترکیب با برخی ویژگی‌های دیگر مدل‌ها به کار برده شوند تا با استفاده از تجدید نظر مجدد در حین کار بتوان ریسک‌ها و مخاطرات آن را برطرف کرد و از نوآوری‌ها و ایده‌های جدید استفاده مطلوب‌تری نمود.

بدین ترتیب می‌توان عنوان داشت که مجموعه وسیعی از متغیرها در جریان مدل تسهیل‌گری دخیل می‌باشد. که روابط علی مابین آنها قابل توجه می‌باشد. در این میان با توجه به مدل سازی معادلات ساختاری باید عنوان داشت که بیشترین وابستگی در متغیرهای ساختار تسهیل‌گری و پیامدهای تسهیل‌گری است. در این میان متغیرهای شرایط کار آفرینی، سطح تعامل در تسهیل‌گری و مدیریت تسهیل‌گری تعاملی از وابستگی کمتری برخوردار هستند. هر سطر بیانگر نقشی است که متغیر بر روی سایر متغیرها ایفا می‌نماید. در این میان شرایط کار آفرینی و مدیریت تسهیل‌گری تعاملی از بالاترین نقش برخوردار هستند. بهترین عاملی که می‌توان با تغییر در آن به تغییر کل سیستم نائل گردید. شرایط کارآفرینی می‌باشد و در مرتبه سطح تعامل در تسهیل‌گری، ساختار تسهیل‌گری، مدیریت تسهیل‌گری تعاملی است. متغیرهای مذکور دارای بالاترین میزان تأثیر و کمترین میزان وابستگی است این متغیرها به‌عنوان علت در سیستم مورد بررسی قرار می‌گیرند. که تعامل هر یک از آن‌ها با کل سیستم منجر به تغییر در متغیرهای مستقل یا معلول‌های سیستم می‌شود

با توجه به یافته‌های پژوهش سطح تعامل در تسهیل‌گری یکی از ابعاد مدل تسهیل‌گری کسب و کار کارآفرینان قهرم بود. در همین راستا پیشنهاد می‌شود که کمیته امداد امام خمینی به طراحی و تعریف برنامه

نتایج به دست آمده نشان داد، تعداد اشتغال در جذب مشارکت کارآفرینان و راهبری بیشترین میزان ۱۰/۵ بوده است. همچنین در تعداد اشتغال مقوله‌های پر اهمیت شامل تعارض، اعتماد، استراتژی و تغییرات، ناکارآمدی در مدیریت تسهیل‌گری و کارآفرینان قهرم با ۹/۵ درصد می‌باشد. در مبحث آموزش مهارت آموزی تعامل، اعتماد، قوانین، استقلال در تصمیم‌گیری، جذب مشارکت کارآفرینان، نقش و روابط دخیلان تسهیل‌گری، نگرش واقعی و پایش با درصد ۷/۷ بیشترین تأثیرگذاری را داشته‌اند. [۱۵] عوامل مداخله‌گر کلان، [۱] سازه‌های اقتصادی و محیطی [۸] روش‌های مختلف تأمین مالی، موسوی [۱۳] وضعیت سرمایه بنگاه، [۹] سرمایه اولیه و [۱۵] عوامل مداخله‌گر کلان مانند تشریفات زائد و فساد اداری، قانون‌شکنی، رانت خواری، عدم مشارکت دادن کار آفرینان در فرایندهای اقتصادی را در ناپایداری کسب و کار مؤثر می‌دانند [۱۴] به میزان سرمایه اولیه و سرمایه‌گذاری و خفایی (۱۳۸۸) به بالا بودن کارمزد تسهیلات بانکی و فرایند طولانی و روش‌های اخذ آن از بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و ناچیز بودن سرمایه شرکت و عدم همکاری مساعد صندوق استان اشاره می‌کنند [۳۳] نسبت سرمایه‌گذاری مجری طرح به کل تسهیلات دریافتی و [۴۳] سرمایه اولیه بنگاه‌های تولیدی را بر بقا و پایداری کسب و کارها مؤثر می‌دانند؛ که با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد.

صرف نظر از موارد فوق می‌توان عنوان داشت که محیط کسب و کار نیز یکی از راهبردهای مهم تسهیل‌گری می‌باشد و از جمله اهمیت‌ها برای تسهیل‌گری کسب و کار محسوب می‌شود. در این زمینه نتایج پژوهش نشان می‌دهد عوامل محیطی، تأثیر مثبتی بر تصمیم‌گیری اخلاقی در مراحل سه گانه کسب و کار دارند و کار دارند و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در مراحل سه گانه کسب و کار نیز بر تسهیل‌گری رشد کسب و کارهای موفق کارآفرینان قهرم تأثیر مثبت می‌گذارد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد محیط فرهنگی اجتماعی، محیط اقتصادی سیاسی و ارزش‌های مذهبی انسانی بیشترین اولویت را در تصمیم‌گیری اخلاقی صاحبان کسب و کار کارآفرین قهرم دارند. عوامل متعددی بر حس امنیت و راحتی افراد برای مشارکت در جلسه و تعامل با یکدیگر تأثیر می‌گذارند. محیط و جو کلی یا برنامه‌ریزی نقش مهمی در حس و حال افراد برای مشارکت دارد. هدف تسهیل‌گری ایجاد اعتماد، ارتباطات باز، شفاف‌سازی نقش‌ها و مسئولیت‌های کلیدی و ایجاد اهداف است. تسهیل‌گری در پی آن است به مراجعه‌کنندگان کمک کند تا با کاهش تأثیرات موانع فردی و اجتماعی در به کار بردن توانایی خود و همچنین افزایش اعتماد به نفس و توانایی تصمیم‌گیری درست در ایجاد تغییر یا توسعه کسب و کار خود اقدام کنند. رویکرد بهبود محیط کسب و کار برای تحقق رشد و توسعه اقتصادی و رونق تولید این است که خصوصی‌سازی، اعطای وام به طرح‌های تولیدی و ایجاد زیر ساخت‌ها برای رشد سرمایه‌گذاری کافی نیست؛ چرا که با وجود اجرای نسبتاً کارآمد همه این سیاست‌ها، بخش خصوصی اشتیاقی برای سرمایه‌گذاری از خود نشان نداده است. دلیل این مسئله هم، نامساعد بودن محیط کسب و کار است. یکی از الزامات بهبود فضای کسب و کار، پایش دائمی مؤلفه‌های محیط کسب و کار است. ذکر این

- [۸] صدیقی‌نیا، محمد. میراسدی، سمانه. ورورانی، محسن. (۱۳۸۸). روش‌های مختلف تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در مراحل مختلف دوره-ی عمر. پارک‌ها و مراکز رشد، ۱۹(۱۳)، ۱۳-۲۰.
- [۹] فیض‌پور، محمد علی. پوش دوزباشی، هانیه. (۱۳۸۷). بنگاه‌های کوچک و متوسط با رشد سریع و سهم آن‌ها در ایجاد اشتغال. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۱۲(۳۷)، ۱۲۰-۱۳۲.
- [۱۰] فشارکی، صحت. موسوی، پیام. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر رشد کسب و کار از طریق برندسازی. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۳(۲)، ۵۷-۷۹.
- [۱۱] قدسی پور، سید حسن. (۱۳۸۵). فرایند تحلیل سلسه مراتبی AHP. دانشگاه صنعتی امیر کبیر، تهران
- [۱۲] مرادی‌پور، حجت‌الله. حسین‌لو، حمید. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل مؤثر در رشد سریع شرکت‌ها؛ مطالعه موردی: شرکت بهستان دارو. رشد فناوری، ۲۹، ۵۵-۶۲
- [۱۳] موسوی، رحمت. (۱۳۸۲). طرح حمایت از گسترش بنگاه‌های اقتصادی زود بازده و موانع اجرای آن. پارک‌ها و مراکز رشد، ۷(۱۵)، ۱۳-۲۱.
- [۱۴] نکویی نایینی، علی. علی بیگی، امیرحسین. زرفشانی، کیومرث. (۱۳۸۸). واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی شهرستان کرمانشاه. روستا و توسعه، ۱۲(۲)، ۱-۱۰.
- [۱۵] یعقوبی، جعفر. قاسمی، جواد. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آن‌ها: مطالعه موردی: استان زنجان. تعاون، ۲۰(۲۰۳)، ۱-۲۰.
- [۱۶] یزدان‌پناه، لیلا. صمدیان، فاطمه. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی: مطالعه موردی: صنایع دستی استان کرمان. تعاون، ۲۰(۲۲)، ۲۰-۳۲.

- [17] Aaboen, L. (2009). **Explaining Incubators Using Firm Analogy**. *Technovation*, 29(10), 657-670.
- [18] Ahmed, F. E. (2013). **The Market at the Bottom of the Pyramid: Understanding the Culture of Poverty**. *Perspectives on Global Development and Technology*, 12(4), 489-513
- [19] Acheampong, E. (2014). Angeli, Ishwardat, Jaiswal, & Capaldo, 2018; Mortazavi, Laine, Quarshie, Väättänen, & Gupta, 2020; Srivastava, Mukherjee, & Jebarajakirthy, 2020)
- [20] Acheampong, G., Esposito, M. (2014). **The Nature of Entrepreneurship in Bottom of the Pyramid Markets**. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21(4), 437-456.
- [21] Agarwal, N., Chakrabarti, R., Brem, A., Bocken, N. (2018). **Market Driving at Bottom of the Pyramid (BoP): An Analysis of Social Enterprises from the Healthcare Sector**. *Journal of Business Research*, 86, 234-244.
- [22] Agarwal, Ch., Bocken, B., Seuring, Kh. (2019). **Pitta, Subrahmanyam, & Gomez-Arias, 2008; Rosca & Bendul. 2019; Varga & Rosca, 2019; Zhu, Wei, Bao, & Zou, 2019)**
- [23] Angeli, F., Ishwardat, S. T., Jaiswal, A. K., Capaldo, A. (2018). **Socio-Cultural Sustainability of Private Healthcare Providers in an Indian Sslum Setting: a Bottom-of-the-Pyramid Perspective**. *Sustainability*, 10(12), 4702
- [24] Ansari, S., Munir, K., Gregg, T. (2012). **Impact at the 'Bottom of the Pyramid': The Role of Social Capital in Capability Development and Community Empowerment**. *Journal of Management studies*, 49(4), 813-842.
- [25] Arora, S., Romijn, H. (2012). **The Empty Rhetoric of Poverty Reduction at the Base of the Pyramid**. *Organization*, 19(4), 481-505.
- [26] Arora, S., Romijn, H. (2012). **The Empty Rhetoric of Poverty Reduction at the Base of the Pyramid**. *Organization*, 19(4), 481-505.

هایی جهت برقراری ارتباط با کارآفرینان قعر هرم بپردازد. در این راستا شکل‌گیری شبکه‌های روابط بین کارآفرینان قعر هرم تحت پوشش این نهاد می‌تواند اثرات زیادی در سطح تعاملات بین کارآفرینان قعر هرم و تعاملات با کمیته امداد امام خمینی داشته باشد.

- با توجه به این که اقتصاد مهمترین مؤلفه تأثیرگذار بر رشد کسب و کار است، پیشنهاد می‌شود برای افرادی که جهت دریافت اعتبارات مراجعه میکنند مشاور اقتصادی مالی در نظر گرفته شود تا پیشنهادهایی مؤثر به مجریان ارائه کند.

- با توجه به این که میزان سرمایه بر رشد کسب و کار تأثیر می‌گذارد، پیشنهاد می‌شود قبل از اعطای تسهیلات پژوهش‌هایی در زمینه توان مالی مجریان انجام گیرد تا از توانایی مجریان در سرمایه‌گذاری تعهد شده اطمینان حاصل شود. این کار به کاهش آثار سوء ناشی از ورشکستگی کمک میکند.

- محرک‌های شکل‌گیری تسهیلگری یکی دیگر از ابعاد مهم مدل تسهیلگری کسب و کار کارآفرینان قعر هرم بود. در همین راستا، پیشنهاد می‌شود که کمیته امداد امام خمینی از کارآفرینان فعال در حوزه‌های مختلف مورد حمایت کمیته امداد امام خمینی در راستای تشکیل انجمن کارآفرینان قعر هرم حمایت نماید.

- با توجه به این که اقتصاد مهمترین مؤلفه تأثیرگذار بر رشد کسب و کار است، پیشنهاد می‌شود برای افرادی که جهت دریافت اعتبارات مراجعه میکنند مشاور اقتصادی مالی در نظر گرفته شود تا پیشنهادهایی مؤثر به مجریان ارائه کند

منابع و ماخذ :

- [۱] انصاری، وحید. (۱۳۸۰). شناسایی و تعیین نقش عوامل مؤثر بر رکود طرح‌های کشاورزی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تهران، دانشکده کشاورزی.
- [۲] بارشی، احمد. (۱۳۹۱). مدل سازی معادلات ساختاری، چاپ اول انتشارات جامعه شناسان.
- [۳] دانایی فرد، حسن. اسلامی، آذر. (۱۳۹۰). کتاب کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده بنیاد در عمل: ساخت نظریه بی تفاوتی سازمانی. دانشگاه امام صادق. ۱۷۸.
- [۴] رنگریز، حسن. کریم، محمد حسین. (۱۳۹۸). طراحی الگوی مدیریت استعداد با رویکرد داده بنیاد در کمیته امداد امام خمینی (ره). فصلنامه مهندسی تصمیم، ۳(۹)، ۱۰۱-۶۸.
- [۵] زعفریان، رضا. نیرومند، پوران دخت. رنجبر، محبوبه. (۱۳۹۰). الگوهای طراحی مدل کسب و کار. کار و جامعه، ۱۰-۵.
- [۶] زیودار، مهدی. قاسمی، امیر. محمد (۱۳۹۰). اولویت‌بندی عوامل تسهیل‌گر در راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از روش مقدار ترکیبی قضاوت‌ها در محیط فازی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۴(۱)، ۱۸۶-۱۶۷.
- [۷] خفایی، بهروز. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر عدم موفقیت شرکت‌های بخش کشاورزی شهرستان بوشهر و دشتستان. تعاون، ۲۰(۸۳)، ۱۸۳-۲۰۳.

- Pyramid Research from a (Sustainable) Supply Chain Perspective.** *Journal of Business Ethics*, 155(3), 663-686.
- [49] Kshetri, N. (2019). **Blockchain's roles in Improving Access to and Affordability of Finance for Bottom of the Pyramid Entrepreneurs.** *Academy of Management Global Proceedings*(2019), 239.
- [50] Kolk, A., Van Tulder, R. (2010). **International Business, Corporate Social Responsibility and Sustainable Development.** *International Business Review*, 19(2), 119-125.
- [51] Leppälä, M. (2019). **Startups' Risk Management in BOP Markets.**
- [52] Lewis, R.E., Heckman, R.J. (2006). **Talent Management: A Critical Review.** *Human Resource Management Review*, 16(2), 139-154.
- [53] London, T., Anupindi, R. (2012). **Using the Base-of-the-Pyramid Perspective to Catalyze Interdependence-Based Collaborations.** *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(31), 12338-12343
- [54] London, T., Hart, S. L. (2004). **Reinventing Strategies for Emerging Markets: Beyond the Transnational Model.** *Journal of international business studies*, 35(5), 350-370.
- [55] Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., Coombes, S. M. (2006). **The Dilemma of Growth: Understanding venture Size Choices of Women Entrepreneurs.** *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-244
- [56] Mortazavi, S., Laine, I., Quarshie, A., Väättänen, J., Gupta, S. (2020). **Multinational Enterprise and Inclusive Innovation at the Bottom of the Pyramid: A Systematic Literature Review.** In *International Business and Emerging Economy Firms* (pp. 19-47): Springer.
- [57] Moseley, D. (1997). **Joyful Giving: Sermons on Stewardship.** St. Louis, Missouri: Chalic press.
- [58] Naatu, F., Alon, I., Uwamahoro, R. (2020). **Micro-Franchising in the Bottom of the Pyramid Market: Rwanda.** *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-21.
- [59] Neumeyer, X., Santos, S. C., Morris, M. H. (2020). **Overcoming Barriers to Technology Adoption When Fostering Entrepreneurship Among the Poor: The Role of Technology and Digital Literacy.** *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- [60] Neumeyer, Santos, Morris, 2020; Sarkar, 2018; Yessoufou, Blok, & Omta, 2018)
- [61] Nusratovich, S. K., Muhammadyusuf, R. (2022). **The Role of Small Business in Reducing Poverty.** *Eurasian Journal of Law, Finance and Applied Sciences*, 2(2), 269-273.
- [62] Ozgen, E., Minsky, B. D. (2006). **A Perspective into Entrepreneurial Opportunity Recognition in High Technology Domains: Technical competencies as a source of Information.** *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(1), 60.
- [63] Ozgen, E., Minsky, B. D. (2006). **A Perspective into Entrepreneurial Opportunity Recognition in High Technology Domains: Technical Competencies as a source of Information.** *Journal of Business and Entrepreneurship*, 18(1), 60.
- [64] Payaud, M. A., Merunka, D. R. (2014). **Strategic Management of BoP Initiatives: an Empirical Application to the Case of Company Nestlé in Africa.** *AFRICA ACADEMY OF MANAGEMENT*, 468.
- [65] Pineda-Escobar, M. A., Merigó Lindahl, J. M. (2020). **A Bibliometric Analysis of the Base/Bottom of the Pyramid Research.** *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems* (Preprint), 1-15.
- [66] Pitta, D., Subrahmanyam, S., Gomez-Arias, J. T. (2008). **Integrated Approach to Understanding Consumer Behavior at Bottom of Pyramid.** *Journal of Consumer Marketing*.
- [67] Phillips, D.R., Roper, K.O. (2009). **A Framework for Talent Management in Real Estate,** *Journal of Corporate Real Estate*, 11(1), 7-16.
- [68] Prahalad, C., Hart, S. (2002). **The Fortune at the Bottom of the Pyramid.** *Strategy+ Business*, 26(2002), 54-67.
- [69] Percin, S. (2008). **Using the ANP Approach in Selecting and Benchmarking ERP systems.** *Benchmarking: An international journal*.
- [27] Bateman, M. (2010). **Why doesn't Microfinance work? The Destructive Rise of Local Neoliberalism:** Zed Books Ltd.
- [28] Baumol, W. J., Strom, R. J. (2007). **Entrepreneurship and Economic Growth.** *Strategic entrepreneurship journal*, 1(3-4), 233-237.
- [29] Beninger, S., Robson, K. (2014). **Creative Consumers in Impoverished Situations.** *International Journal of Business and Emerging Markets*, 6(4), 356-370.
- [30] Borchardt, M., Ndubisi, N. O., Jabbour, C. J. C., Grebinyevch, O., Pereira, G. M. (2019). **The Evolution of Base of the Pyramid Approaches and the Role of Multinational and Domestic Business Ventures: Value-Commitment and Profit-Making Perspectives.** *Industrial Marketing Management*
- [31] Bruton, G. D., Ketchen Jr, D. J., Ireland, R. D. (2013). **Entrepreneurship as a Solution to Poverty.** *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683-689
- [32] Creswell, J. W. (2014). **A Concise Introduction to Mixed Methods Research.** SAGE Publications.
- [33] Cubators and New Venture Creation: **An Assessment of Incubating Models.** *Technovation*, 25(2), 111-121.
- [34] Chorev, N., Anderson, F. (2006). **The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle.** *Journal of Banking and Finance*, 22(6-8), 613-673.
- [35] David-West, Iheanachor, Umukoro, 2019; Joseph, Raouf, Daou, Ali, & Reyes, 2019; Kshetri, 2019; Morris, Tucker, 2020; Naatu, Alon, Uwamahoro, 2020;
- [36] David-West, O., Iheanachor, N., Umukoro, I. O. (2019). **Mobile Money as a Frugal Innovation for the Bottom of the Pyramid—Cases of Selected African Countries.** *Africa Journal of Management*, 5(3), 274-302.
- [37] Dee, N. J., Livesey, F., Gill, D., Minshall, T. (2011). **Incubation for Growth.** *Research summary*.
- [38] Goyal, S., Esposito, M., Kapoor, A., Jaiswal, M., Sergi, B. S. (2014). **Linking up: Inclusive Business Models for Access to Energy Solutions at Base of the Pyramid in India.** *International Journal of Business and Globalisation*, 12(4), 413-438.
- [39] Grimaldi, R., Grandi, A. (2005). **Business Incubators and New Venture Creation: An Assessment of Incubating Models.** *Technovation*, 25(2), 111-121
- [40] Grimm, J., Gilbert, D. U. (2019). **Gaining Mutual Benefits Through Business-non-profit Partnership in Base-of-the-Pyramid Markets: A Relational View.** In *Corporate Social Responsibility and Corporate Change* (pp. 177-203): Springer.
- [41] Hall, J., Matos, S., Sheehan, L., Silvestre, B. (2012). **Entrepreneurship and Innovation at the Base of the Pyramid: a Recipe for Inclusive Growth or Social Exclusion?.** *Journal of Management Studies*, 49(4), 785-812.
- [42] Hansen, B., Hamilton, R. T. (2011). **Factors Distinguishing Small Firm Growers and Non-Growers.** *International Small Business Journal*, 29(3), 278-294
- [43] Hormiga, E., Batista-Canino, R. M., Sánchez-Medina, A. (2011). **The Role of Intellectual Capital in the Success of New Ventures.** *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 71-92.
- [44] Falahuddin, F., Fuadi, F., Munandar, M., Juanda, R., Ilham, R. N. (2022). **Increasing Business Supporting Capacity in Msmes Business Group Tempe Bungong Nangroe Kerupuk in Syamtalira Aron District, Utara Aceh Regency.** *Irpitage Journal*, 2(2), 65-68.
- [45] Jang, S., Ko, E. J., Woo, W. (2005, September). **Unified User-Centric Context: Who, Where, When, What, How and Why.** In *ubiPCMM*.
- [46] Joseph, J., Raouf, S., Daou, A., Ali, Z., Reyes, G. (2019). **Entrepreneurship, Poverty Reduction, and Peace: Exploring Transformative Entrepreneurship in Conflict Zones.** Paper Presented at the ICSB World Conference Proceedings.
- [47] Jian, J., Fan, X., Zhao, S., Zhou, D. (2020). **Business Creation, Innovation, and Economic Growth: Evidence From China's Economic Transition, 1978–2017.** *Economic Modelling*
- [48] Khalid, R. U., & Seuring, S. (2019). **Analyzing Base-of-the-**

- [85] Varga, V., Rosca, E. (2019). **Driving Impact Through Base of the Pyramid Distribution Models**. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.
- [86] Yang, W., Meyer, K. E. (2019). **How Does Ownership Influence Business Growth? A Competitive Dynamics Perspective**. International Business Review, 28(5), 101482
- [87] Yessoufou, A. W., Blok, V., Omta, S. (2018). **The Process of Entrepreneurial Action at the Base of the Pyramid in Developing Countries: a Case of Vegetable Farmers in Benin**. Entrepreneurship & Regional Development, 30(1-2), 1-28.
- [88] [87] Xu, Z., Li, B., Liu, Z., Wu, J. (2022). **Previous Military Experience and Entrepreneurship Toward Poverty Reduction: Evidence from China**. Management Decision, 60 (7), 1969-1989.
- [89] Zhu, F., Wei, Z., Bao, Y., Zou, S. (2019). **Base-of-the-Pyramid (BOP) Orientation and Firm Performance: A Strategy Tripod View and Evidence From China**. International Business Review, 28(6), 101594.
- [70] Queirós, M., Braga, V., Correia, A. (2019). **Cross-Country Analysis to High-Growth Business: Unveiling its Determinants**. Journal of Innovation & Knowledge, 4(3), 146-153.
- [71] Rosca, E., Bendul, J. C. (2019). **Value Chain Integration of Base of the Pyramid Consumers: An Empirical Study of Drivers and Performance outcomes**. International Business Review, 28(1), 162-176.
- [72] Rosha, A., Lace, N. (2016). **The Scope of Coaching in the Context of Organizational Change**. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 2(1), 2.
- [73] Saaty, L., Vargas, L. (2012). **Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process**, International Series in Operations Research & Management Science 175, Springer Science+Business Media New York
- [74] Sarasvathy, S. D., Venkataraman, S. (2011). **Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future**. Entrepreneurship Theory and Practice, 35(1), 113-135.
- [75] Sarkar, S. (2018). **Grassroots Entrepreneurs and Social Change at the Bottom of the Pyramid: the Role of Bricolage**. Entrepreneurship & Regional Development, 30(3-4), 421-449.
- [76] Saaty, T. L., Vargas, L. G. (2012). **The Seven Pillars of the Analytic Hierarchy Process**. In Models, methods, concepts & applications of the analytic hierarchy process (pp. 23-40). Springer, Boston, MA.
- [77] Santos, S. C., Costa, S., Morris, M. H. (2022). **Entrepreneurship as a Pathway Into and Out of Poverty: a Configuration Perspective**. Entrepreneurship & Regional Development, 34(1-2), 82-109.
- [78] Scillitoe, J. L., Chakrabarti, A. K. (2010). **The Role of Incubator Interactions in Assisting New Ventures**. Technovation, 30(3), 155-167.
- [79] Smith, B. R., Knapp, J. R., Cannatelli, B. L. (2020). **Entrepreneurship at the Base of the Pyramid: The Moderating Role of Person-Facilitator Fit and Poverty Alleviation**. Journal of Social Entrepreneurship, 1-25.
- [80] Smith, B. R., Knapp, J. R., & Cannatelli, B. L. (2020). **Entrepreneurship at the Base of the Pyramid: The Moderating Role of Person-Facilitator Fit and Poverty Alleviation**. Journal of Social Entrepreneurship, 1-25.
- [81] Silzer, R., Dowell, B.E. (2009). **Strategy-driven Talent Management: A Leadership Imperative**. San Francisco: John Wiley & Son
- [82] Simanis, E., Hart, S. (2008). **The Base of the Pyramid Protocol: Toward Next Generation Bop Strategy**. Ithaca, NY: Cornell University, Johnson School of Management. Center for Sustainable Global Enterprise. Retrieved February, 13, 2009.
- [83] Tzeng, G. H., Chiang, C. H., Li, C. W. (2007). **Evaluating Intertwined Effects in E-Learning Programs: A Novel Hybrid MCDM Model Based on Factor Analysis and DEMATEL**. Expert systems with Applications, 32(4), 1028-1044.
- [84] Webb, J. W., Kistruck, G. M., Ireland, R. D., Ketchen, J., David J. (2010). **The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Markets: The case of Multinational Enterprise /Nongovernment Arganization Alliances**. Entrepreneurship Theory and Practice, 34(3), 555-581.