



**Designing Success Pattern of Government Managers
in Iran with Respect to Psychological and Personality Traits**

Ahmad Jafari

Ph.D Candidate, Department of Entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. E-mail: a.jafariiii@yahoo.com

Majid Nasiri

***Corresponding author:** Assistant professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
E-mail: mnasiri64@yahoo.com

Seyed Mohammadreza Hosseini

Assistant professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. E-mail: mehranhosseini163@gmail.com

Parviz Saeedi

Associate Professor, Department of Accounting, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. E-mail: dr.parvizsaeedi@yahoo.com

Abstract

Correct understanding of business processes and service platform are equally important for real modeling of services utilization and their delivery and preparation. The present study is basic research based on aims and its data collection method is cross-sectional survey research method. This study was performed based on quantitative and qualitative approaches. Questionnaire distribution and data collection of Semnan industrial estates experts are performed after qualitative analysis phase, and then the study was interred to quantitative phase. So the present study is a mixed survey from this perspective. The present study execution algorithm is designed based on scientific research method and after systematic phases. The study statistical population in qualitative section of research method include to experts of the Semnan industrial estates active firms managers and experts. The study statistical population in a quantitative section of research method includes 325 persons. Sample size Are estimated 176 persons by using Krejcie and Morgan Table. Data analysis in qualitative section of performed by thematic analysis method and using MaxQDA software. Data in quantitative section are screened by fuzzy Delphi method and finally the model is presented. Modeling is performed by mixed method ISM-DEMATEL. Then partial least squares approach and Smart PLS software are used in quantitative section. Finally, success pattern and business starting pattern in Iran are designed with respect to entrepreneurs psychological and personality in Semnan industry section.

Keywords: Business, Entrepreneurship, Innovative Business, Psychological Characteristics of Entrepreneurs..

Citation: Jafari, A., Nasiri, M., Hosseini ,S.M.R. & Saeedi, P. (2021). "Designing Success Pattern of Government Managers in Iran with Respect to Psychological and Personality Traits". *Public Organizations Management*, 9(2), 73-92. (In Persian)

(DOI): 10.30473/ipom.2021.56493.4269

Received: (03/Jul/2020)

Accepted: (03/Jun/2021)



طراحی الگوی موفقیت مدیران دولتی در ایران با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی

احمد جعفری

دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

E-mail: a.jafariiii@yahoo.com

مجید نصیری

استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

E-mail: mnasiri64@yahoo.com

سید محمدرضا حسینی

استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

E-mail: mehranhosseini163@gmail.com

پرویز سعیدی

دانشیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران.

E-mail: dr.parvizsaedi@yahoo.com

چکیده

درک درست فرآیندهای کسب‌وکار پلت‌فرم خدماتی به یک اندازه برای مدل‌سازی واقعی کاربرد خدمات، تحویل و آماده‌سازی آن‌ها مهم هستند. پژوهش حاضر، براساس هدف یک پژوهش توسعه‌ای از جهت روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی-مقطعی است. این مطالعه براساس دو رویکرد کمی و کیفی انجام شد، به این صورت که پس از مرحله تحلیل کیفی به توزیع پرسشنامه و گردآوری داده‌ها از خبرگان شهرک‌های صنعتی استان سمنان پرداخته شد و پژوهش وارد فاز کمی شد. بنابراین، از این منظر مطالعه حاضر یک پژوهش آمیخته است. در روش پژوهش در بخش کیفی، جامعه آماری پژوهش مدیران و خبرگان شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی استان سمنان به شامل ۱۰ نفر از خبرگان بودند و در بخش کمی، جامعه آماری تعداد ۳۲۵ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول کریجسی و مورگان ۱۷۶ نفر برآورد شده است. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی به روش تحلیل مضمون و با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA صورت گرفته است و در بخش کمی با استفاده از دلفی فازی غربالگری شده و در نهایت مدل ارائه شده است. برای مدل‌سازی از روش ترکیبی ISM-Dematel سپس در بخش کمی نیز از رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد و در نهایت الگوی موفقیت و شروع کسب‌وکار در ایران با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی کارآفرینان در بخش صنعت استان سمنان طراحی گردید.

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکار، کارآفرینی، کسب‌وکار نوآورانه، ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان.

استناد: جعفری، احمد؛ نصیری، مجید؛ حسینی، سید محمدرضا و سعیدی، پرویز (۱۴۰۰). «طراحی الگوی موفقیت مدیران دولتی در ایران با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی». *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۹(۲)، ۷۳-۹۲.

(DOI): 10.30473/ipom.2021.56493.4269

تاریخ دریافت: (۱۳۹۹/۰۴/۱۳)

تاریخ پذیرش: (۱۳۹۹/۱۰/۱۴)

مقدمه

نوآوری‌ها، دستیابی به منطقه سود، استفاده از فرصت‌های کسب‌وکار و ایده مسیره‌های توسعه شرکت می‌داند و سه جریان تحقیقاتی اصلی برای مفهوم‌شناسی مدل کسب‌وکار شناسایی می‌نماید. با آنکه طی سالیان مختلف مفهوم مدل کسب‌وکار توسط محققان متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است، برای مدل کسب‌وکار یک تعریف استاندارد وجود ندارد (رضایی‌منش و همکاران، ۱۳۹۱).

بازار به سرعت در حال تغییر، فناوری بی‌وقفه در حال تکثیر، عمر رو به کاهش فناوری و چرخه پرشتاب نوآوری، محیطی بسیار پرفشار و آشفته برای شرکت‌ها ایجاد نموده است. بقا در چنین محیطی تنها با تکیه بر نوآوری در حوزه‌های محصول و فرآیند، ناکافی است و مستلزم نوآوری در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار است. از همین رو، تلاش بسیاری از شرکت‌های بزرگ، تبدیل نوآوری فناوری به نوآوری مدل کسب‌وکار است؛ اقدامی که موجب شده سرعت کسب مزیت رقابتی برای ایشان دوچندان شود. این اقدام مبتنی بر این فروض است که نوآوری مدل کسب‌وکار عاملی کلیدی در به‌کارگیری کارآمد و مؤثر نوآوری فناوری است (ژانگ، ژائو و زو، ۲۰۱۶) و درجه نوآوری مدل کسب‌وکار بر بقای شرکت‌های جدید تأثیر مستقیم دارد. بر این اساس، نوآوری مدل کسب‌وکار اولویت اصلی مدیران از جنبه ایجاد مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد برتر است (ولو، ۲۰۱۵). مطالعات نشان می‌دهد شرکت‌هایی که تأکید بیشتری بر نوآوری مدل کسب‌وکار دارند، سود نهایی عملیاتی‌شان سریع‌تر از رقبای رشد داشته است (آی بی ام، ۲۰۰۸). نوآوری مدل کسب‌وکار اهمیت ویژه‌ای برای شرکت‌های نوپا دارد؛ زیرا بر موفقیت رقابتی‌شان و در نتیجه، شانس بقایشان تأثیر می‌گذارد (جرج و باک، ۲۰۱۱). عوامل اصلی در افزایش اهمیت نوآوری در مدل کسب‌وکار عبارت‌اند از فرآیندهای جهانی‌سازی، چرخه‌های کوتاه تولید (که مبتنی بر راه‌حل‌های نوآورانه هستند)، تغییرات شدید فناوری و افزایش نقش اطلاعات، منابع نامشهود و سرمایه‌های فکری در دستیابی به اهداف تعیین شده در شرکت‌ها. این عوامل تلاش‌ها برای بهبود قابلیت رقابت در بسیاری از بخش‌های شرکت را برانگیخته و بر راهبرد و سازمان‌دهی راه‌حل‌های کسب‌وکار تأثیر قابل‌توجهی گذاشته است. شرکت‌ها به‌منظور حفظ ارزش ایجاد شده در سطح قبلی و یا تلاش برای افزایش سطح ایجاد ارزش تصمیم به پیاده‌سازی نوآوری در مدل کسب‌وکار خود می‌گیرند (گرابوسکا، ۲۰۱۵). بنابراین، مسئله

آغاز پیشرفت فناوری، اغلب توسط کارآفرینان و فن آفرینان شروع می‌شود. برای موفقیت در یک محیط نوآوری جدید، یک شرکت نوپا باید یک مدل تجارت آزاد را اتخاذ کند. این امر به این دلیل است که در محیط انقلاب صنعتی چهارم که با ترکیبی خلاقانه از فناوری و بازار در کلیه صنایع مبتنی بر فناوری اطلاعات مشخص شده است، رشد موفقیت‌آمیز تجارت مبتنی بر ترکیب خلاقانه و باز فناوری و بازار از طریق نوآوری آزاد یا یک مدل کسب‌وکار آزاد دیگر است. نوآوری باز به‌عنوان یک ارتباط باز و خلاق بین فناوری و بازار رخ می‌دهد. به‌طور خاص، اگر فردی که یک فناوری را توسعه می‌دهد با کسی که از این فناوری برای تولید یک محصول یا خدمات استفاده می‌کند و آن را به بازار عرضه می‌کند، متفاوت باشد، به این پدیده نوآوری باز گفته می‌شود (یون، ۲۰۱۷). علاوه بر این، رشد کسب‌وکارهای آنلاین و موبایلی و همچنین توسعه صنایع فرهنگی، خلاق، محتوی و دانش گسترش یافته است و مدل‌های کسب‌وکار کنونی را تنوع بخشیده و موارد جدیدی را نیز ایجاد کرده است که به تعبیر و مباحث در مورد مدل کسب‌وکار جدید منجر شده است (کیوم و همکاران، ۲۰۱۸).

مدل کسب‌وکار از دسته مفاهیمی محسوب می‌شود که در طی سالیان اخیر توجه روزافزونی را به خود جلب کرده است. مدل کسب‌وکار، مدلی مفهومی است که با ایجاد منطق‌های ابتکاری، قابلیت‌های فنی و ایده‌های تجاری را به ارزش‌های واقعی اقتصادی تبدیل می‌کند (نیرومند و همکاران، ۱۳۹۱). آلیسون و همکاران^۱ (۲۰۱۰) مدل کسب‌وکار را منعکس‌کننده فرضیه مدیریت در مورد آنچه مشتریان می‌خواهند، چگونه آن‌ها را می‌خواهند و چگونه یک بنگاه اقتصادی می‌تواند به بهترین نحو این نیازها را برآورده کند و برای ارائه آنچه پرداختی باید انجام دهند، می‌داند. مفهوم اولیه مدل کسب‌وکار با اصطلاح «منطق غالب» مطرح شد. پراهالاد و بتیس^۲ (۱۹۸۹) منطق غالب را به‌عنوان مجموعه‌ای از هنجارها و اصول می‌دانند که باید توسط مدیران برای سازمان‌دهی درست شرکت‌ها و جستجو و استفاده از فرصت‌هایی به کار رود که در بازار به وجود می‌آیند. این رویکرد که بر عقلانیت در عملیات بنگاه‌های اقتصادی تأکید دارد، ایجاد قواعدی خاص برای مدیریت کسب‌وکار را ضروری می‌داند. گرابوسکا^۳ (۲۰۱۵) هسته‌های اصلی تعریف مدل کسب‌وکار براساس منطق غالب را ایجاد و حفظ ارزش، در محدوده ارزشی مشتری قرار داشتن، موفق بودن در مجموعه خاصی از ابتکارات و

4. Zhang Zhao & Xu
5. IBM, Global CEO Study
6. George & Bock
7. Grabowska

1. Allison & et al.
2. Prahalad & Bettis
3. Grabowska

نبودن توافق عمومی، در مورد تعاریف متعدد کسب‌وکار تا حدی به سبب وجود دامنه وسیعی از اصول است، یعنی اصولی که به نحوی در ارتباط با مجموعه‌ای از اصطلاح است همچنین این نقص از لحاظ عملی نیز گریبانگیر صاحبان کسب‌وکار است. عدم تعریف درست از الگوی مناسب کسب‌وکار برای صاحبان کسب‌وکار نیز بزرگ‌ترین مشکل در این مسیر است.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم مدل کسب‌وکار

استروالدر و همکارانش دریافتند ورود واژه مدل کسب‌وکار به ادبیات کسب‌وکار، به پنج دهه اخیر برمی‌گردد. این واژه نخستین بار در یک مقاله دانشگاهی از بلمن و کلارک در سال ۱۹۵۷ دیده شد. در سال ۱۹۶۰ در عنوان و چکیده مقاله‌ای از جونز به کار رفت. پس از آن آلفرد چندلر در سال ۱۹۶۱ در کتاب خود با عنوان استراتژی و ساختار، گزارشی جامع و مفصل از رشد سریع و تغییرات حاصل از آن در شرکت‌های صنعتی ارائه کرد و در آن به مفهوم مدل کسب‌وکار اشاره کرد. او چگونگی پاسخ‌گویی شرکت‌ها به چالش‌های متفاوت حاصل از تغییرات محیطی یا داخلی شرکت را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و اهمیت مدل کسب‌وکار را نشان داد (شربتداران و همکاران، ۱۳۹۷). مدل کسب‌وکار مجموعه‌ای از باورها به‌منظور خلق ارزش از کسب‌وکار پیشنهادی است. به‌بیان‌دیگر، نقش‌ها و ارتباطات میان مصرف‌کنندگان، مشتریان، هم‌پیمانان و عرضه‌کنندگان شرکت و جریان‌های تولیدی، اطلاعاتی، مالی و منافع اصلی شرکا را مشخص می‌سازد (اسدالله و همکاران، ۱۳۹۸). محققان در تعاریف مدل‌های کسب‌وکار رویکردهای متفاوتی مانند ساختار محور، فناوری محور، استراتژی محور، منبع محور، فعالیت محور، دانش‌محور، راهبرد محور، اقتصادی و شبکه‌ای را پیش گرفتند (نیکبین و همکاران، ۱۳۹۷). لکن امروزه شرکت‌ها برای موفقیت نیاز به مجموعه‌ای از مدل‌های کسب‌وکار دارند تا منابع رقابت‌پذیری را تسهیل نمایند (اسدالله و همکاران، ۱۳۹۸). مدل کسب‌وکار در واقع به شرح روش خلق ارزش و سود آفرینی کسب‌وکار می‌پردازد (براندربرگ و استراوت، ۲۰۱۶).

علاوه‌بر این، رشد کسب‌وکارهای آنلاین و موبایلی و همچنین توسعه صنایع فرهنگی، خلاق، محتوی و دانش‌گسترش یافته است و مدل‌های کسب‌وکار کنونی را تنوع بخشیده و موارد جدیدی را نیز ایجاد کرده است که به تعابیر و مباحث در مورد

اساسی در مدیریت معاصر، ایجاد و معماری مدل کسب‌وکاری است که منجر به ایجاد ارزش شود، دستیابی به ثبات در محیط آشفته را ممکن سازد و به موفقیت در بازار کمک کند. لذا، مدل کسب‌وکار جامع، پویا و نوآورانه در حال تبدیل شدن به عامل مهم خلق ارزش برای بنگاه‌های اقتصادی است.

سخن از امکان تقویت قابلیت‌های کارآفرینی در میان است. بخشی از این قابلیت‌ها مربوط به خصوصیات شخصیتی و انگیزشی است و بخش دیگر به مهارت‌ها، دانش و تجربه و مساعد بودن شرایط محیطی و ساختاری ارتباط دارد. عامل ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین را که بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی مؤثر هستند می‌توان به چهار زیرگروه شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (با متغیرهای سن، جنسیت، وضعیت تأهل، موقعیت اجتماعی، تحصیلات، تجربه، نژاد)، ویژگی‌های روان‌شناختی (با متغیرهای توفیق‌طلبی، خطرپذیری، اعتماد به نفس، عمل‌گرا بودن، استقلال، کانون کنترل درونی)، ویژگی‌های رفتار کاری (با متغیرهای سخت‌کوشی، پرنرژدی بودن، پشتکار داشتن، رهبر بودن و در دیگران نفوذ داشتن، استراتژیک عمل کردن) و شایستگی‌های اساسی (با متغیرهای مهارت‌های فنی، هنری، سیاسی، اجتماعی، روابط انسانی، تیزهوشی و شم تجاری، خلاقیت و نوآوری، وظایف هفت‌گانه مدیریتی^۱)، تقسیم کرد. هر کدام از این متغیرها برحسب دو محدودیت زمان و مکان، دارای اثرات مثبت، منفی و مثبت منفی توأمان بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی هستند. کارآفرینی از طریق ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و کسب موفقیت در بازار، به مناسب بودن ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی بستگی دارد (مارک من و بارون، ۲۰۰۳). یک سری از تحقیقات سعی می‌کنند تا مفهوم مدل کسب‌وکار را تعیین کنند و یا مؤلفه‌های اصلی آن را تعیین کنند اما متأسفانه مفهوم مدل کسب‌وکار که در حوزه‌های چندگانه واقع شده است همچنان نامشخص و نامعین باقی مانده است (نیکبین و همکاران، ۱۳۹۷). این همچنین منجر به سردرگمی در دانش واژه‌ها می‌شود. از جمله واژه‌هایی شامل مدل کسب‌وکار، استراتژی، مدل درآمد و مدل اقتصادی که اغلب به‌جای یکدیگر استفاده می‌شوند.

1. Posdcorb (P=Planning, O=Organizing, S=Staffing, D=Directing, Co=Coordinating, R=Reporting, B=Budgeting).

POSDCORB وظایف هفت‌گانه مدیریتی هستند که گیولیک

بیان کرده‌اند. (Urwick) و ارویک (Guelick)

2. Markman & Baron

3. Brandenburger & Stuart

توسعه آموزش کارآفرینی در هر نظام آموزشی دستیابی به‌شناخت لازم درباره سطح شایستگی‌های و قابلیت‌های کارآفرینانه دانشجویان است. شناخت به‌دست‌آمده هم می‌تواند به‌سان نقطه‌ی آغازین برای برنامه‌ریزی توسعه آموزش کارآفرینی، نیز راه‌کاری برای ارزیابی موفقیت‌آمیز فرآیندهای آموزشی به‌منظور پرورش قابلیت‌های کارآفرینی باشد. تربیت دانش‌آموخته توانا، دارای ظرفیت اشتغال کارآفرینانه، مولد و متناسب با بازار کار و فرصت‌های شغلی از جهت‌گیری‌های عمده نظام آموزش کشاورزی به شمار می‌رود. در این زمینه، لازم است که نظام آموزش عالی کشاورزی در جهت پرورش ظرفیت‌های یادشده در بین دانشجویان به پیش‌برود (خسروپور و همکاران، ۱۳۸۶). یکی از رویکردها برای بررسی و ارزیابی کارآفرینی و شناسایی کارآفرینان، استناد به ویژگی‌های رفتاری آنان است که از آن با عنوان رویکرد ویژگی‌های یا خصایص نام برده می‌شود. از این منظر، افراد کارآفرین ویژگی‌های شخصیتی دارند که خطرپذیری (معتدل)، نوآوری و خلاقیت، مسئولیت‌پذیری، داشتن عزت و اعتمادبه‌نفس، احترام خواهی، منزلت و شهرت اجتماعی، آزادی- خواهی، ابتکار عمل، توانایی برقراری ارتباط قوی با دیگران، واقع‌گرایی، هدف‌گرایی، آرزومندی، توفیق‌طلبی و رشد‌گرایی، قدرت‌طلبی، تهاجمی بودن (اندیشه و رفتار آوانگارد گونه)، ظرفیت راهبری، تحمل ابهام و عدم قطعیت، توانایی واکنش به بحران‌ها و دشواری‌ها، پراورزی، انگیزه‌مندی، خوش‌بینی، نوع‌دوستی، متعهد بودن، استقلال‌طلبی و گرایش به ارزش‌های شخصی، خواهان شناخت و کسب مهارت و دانش فنی (توسعه حرفه‌ای) و داشتن مرکز کنترل درونی بخشی از ویژگی‌های این افراد است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶). بر پایه این رویکرد، توانمندی‌های روحی و روانی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و پرورش روحیه کارآفرینانه دارند. عمده این توانمندی‌ها را می‌توان در مفهوم سرمایه روان‌شناختی خلاصه کرد. سرمایه روان‌شناختی به‌عنوان نیرویی در جهت ترقی فرد، بهبود عملکرد و دستیابی به موفقیت فردی و حرفه‌ای مورد توجه است (لارسن و همکاران، ۲۰۱۳). پس از سرمایه انسانی و اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی به‌عنوان یک مزیت رقابتی در سازمان‌ها شناخته می‌شود (امیرخانی و عارف‌نژاد، ۱۳۹۱). از این رو است که از فرآیندهای آموزشی انتظار می‌رود تا به پرورش این سرمایه کمک کند. سرمایه روان‌شناختی یکی از شاخص‌های

مدل کسب‌وکار جدید منجر شده است (کیم و همکاران، ۲۰۱۸). این تغییرات مهم‌ترین جنبه چهارمین انقلاب صنعتی هستند که معادل تکامل اینترنت اشیا (IOT)^۱ است (کوداما و همکاران، ۲۰۱۷ و لی و همکاران، ۲۰۱۸). لی و همکاران^۲ معتقدند که چون چهارمین انقلاب صنعتی در راه است، گستره و نوآوری باز و ظهور ترکیب جدید مدل‌های کسب‌وکار نیز به‌شدت افزایش خواهد یافت (لی و همکاران، ۲۰۱۸). تغییر سریع از جامعه اطلاعاتی و دانش به یک جامعه خلاق فرم‌های جدید کسب‌وکار را ایجاد کرده است. جامعه در چهارمین انقلاب صنعتی نماینده یک شبکه بزرگ است که در آن شرکت‌های برون‌سپاری به دلیل کوچک شدن سازمان‌ها، توسعه جامعه آنلاین و SN و ترکیبات آنلاین به آفلاین^۳ در حال افزایش هستند (کیم و همکاران، ۲۰۱۸). این جامعه شرکت‌های تجاری مبتنی بر دانش را ایجاد کرده است که براساس ایده‌های خلاق، تجربیات متنوع، تخصص و فناوری هستند که وارد یک مدل کسب‌وکار جدید می‌شوند و دانش تخصصی نیز به‌راحتی تجاری می‌شود (کیم، ۲۰۱۷). شماری از دولت‌ها در سراسر جهان راه‌اندازی مشاغل کوچک را به‌عنوان یک اقدام برای تقویت رشد اقتصادی و سطح اشتغال ترویج کرده‌اند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری در سیلیکون ولی^۴ که محور اصلی اقتصاد ایالات‌متحده است، همچنان نوآوری را مبتنی بر کارآفرینی، ایجاد ثروت اقتصادی و اشتغال در سرتاسر کشور دنبال می‌کند، ضمن اینکه ساختارهای اقتصادی موجود را که توسط شرکت‌های بزرگ ایجاد شده است به پویا تبدیل کرده است، در این شرایط، مهم‌ترین عامل، «ظهور» ترکیب‌های جدید تحول‌آفرین^۵ بین فناوری‌ها و بازار است. کلمه «ظهور» دلالت بر این دارد که ترکیب‌های جدید داوطلبانه، غیرمنتظره و غیرقابل کنترل هستند (لی و همکاران، ۲۰۱۸).

مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و ویژگی‌های کارآفرینانه

در سال‌های اخیر نظام‌های آموزشی کشورهای مختلف رویکرد هدفمندی را برای تلفیق کارآفرینی در برنامه‌های آموزشی خود در پیش گرفته‌اند تا از این راه قابلیت‌ها و شایستگی‌های مورد انتظار جامعه و بازار کار در دانش‌آموختگان را افزایش دهند و بتوانند کیفیت فرآیندهای آموزشی را نیز بهبود بخشند. یکی از ملاک‌ها و معیارهای

1. Internet of things
2. Lee & et al
3. Nline to offline
4. Silicon Valley
5. Disruptive

6. Larson & et al

همکاران، ۱۳۹۶). بر این پایه، بررسی عامل‌های تأثیرگذار و مرتبط با شکل‌گیری ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان می‌تواند دست‌اندرکاران نظام آموزشی برای جهت‌دهی فرآیندهای تدریس- یادگیری در محیط آموزشی برای تأمین شرایط لازم در جهت پرورش سرمایه روان‌شناختی (هوگز^۳، ۲۰۱۰) و تحقق یادگیری کارآفرینانه فراهم آورد (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۱). در صورت دستیابی به چنین شناختی و ارائه آن به دست‌اندرکاران آموزش، می‌توان انتظار داشت ماهیت تجربی یادگیری کارآفرینانه در رویدادهای یاددهی- یادگیری در نظام‌های آموزش عالی کشاورزی که باید عمل‌گرا باشند؛ در نظر گرفته شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶). از بین بررسی‌های صورت گرفته در زمینه ارتباط بین سرمایه روان‌شناختی و کارآفرینی می‌توان به موردهای زیر اشاره کرد. فروهر و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند که بین سرمایه روان‌شناختی و سویگان آن (امیدواری، خوش‌بینی، انعطاف‌پذیری و خودکارآمدی / اعتمادبه‌نفس) و کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت‌علمی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین تحلیل رگرسیون نشان داد که هیچ‌یک از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی به‌تنهایی برآوردکننده کارآفرینی سازمانی اعضای هیئت‌علمی نیستند. بهادری خسروشاهی و همکاران (۱۳۹۱، ب) در پژوهشی سرمایه روان‌شناختی با سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز به این نتایج دست یافتند که سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های آن با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. از سویی، نتایج نشان دادند که سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های آن می‌توانند، تغییرپذیری بهزیستی روان‌شناختی را به‌طور معنی‌داری پیش‌بینی کنند. بر این پایه، افرادی که سرمایه روان‌شناختی مطلوب‌تری دارند از سرمایه اجتماعی بالاتری نیز بهره‌مند هستند. این پژوهشگر و همکاران (۱۳۹۱، الف) در بررسی دیگری به رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و رضایتمندی شغلی نیز پی برده‌اند. مرعشیان و نادری (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان رابطه فرهنگ‌سازمانی، هوش هیجانی و سرمایه روان‌شناختی با خودکارآمدی شغلی و کارآفرینی سازمانی به این نتایج دست یافتند؛ بین فرهنگ‌سازمانی، هوش هیجانی و سرمایه روان‌شناختی با

روانشناسی مثبت‌گرا است که با ویژگی‌هایی مانند باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در پی‌گیری هدف‌ها، ایجاد اسنادهای مثبت درباره خود و تحمل کردن دشواری‌ها تعریف می‌شود. به‌طور کلی دیانت نسب و همکاران (۱۳۹۳) سرمایه روان‌شناختی را با ویژگی‌های داشتن اعتمادبه‌نفس لازم و تلاش برای موفقیت در کارهای چالش‌برانگیز (خودکارآمدی)، ایجاد اسنادی مثبت در مورد موفقیت در زمان حال و آینده (خوش‌بینی)، پافشاری در رسیدن به هدف‌ها و بهنگام لزوم، تغییر دادن مسیرهای رسیدن به هدف‌ها (امیدواری) و هنگام رویارویی با دشواری‌ها و سختی‌ها، تحمل کردن و بازگشت به موقعیت اولیه (خویشتن‌یابی) برای دستیابی به موفقیت (تاب‌آوری) توصیف کرده‌اند. بنابر بررسی‌های پیشین، این مؤلفه‌ها، سویگان مختلف یک کلیت یکپارچه، یعنی سرمایه روان‌شناختی را تشکیل می‌دهند و از این رو، دارای هم‌افزایی هستند (سویتمن و همکاران^۱، ۲۰۱۰). لوتانز^۲ و همکاران (۲۰۰۷) درباره پیوند سرمایه روان‌شناختی و ویژگی کارآفرینانه، نیز به این نتیجه رسیده‌اند که افرادی که سرمایه روان‌شناختی بالاتری دارند انگیزه پیشرفت (به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینانه) بالاتری دارند و تلاش می‌کنند سطح سرمایه‌های انسانی (برای نمونه از راه موفقیت در امر آموزش و تحصیل به‌قصد ارتقای توانمندی‌های شغلی) و اجتماعی خود را نیز برای رسیدن به موفقیت در زندگی کاری و شخصی افزایش دهند. بنابراین، سرمایه روان‌شناختی می‌تواند در جریان تحصیل نیز بر تلاش دانشجویان برای رسیدن به موفقیت تحصیلی و به‌منظور ارتقای دانش و مهارت موردنیاز برای اشتغال و کارآفرینی تأثیرگذار باشد. به‌راستی، کارآموزشگران و مسئولان آموزشی در زمینه فراهم‌سازی یک محیط مناسب برای توسعه سرمایه روان‌شناختی با نقش محوری آنان در توسعه سرمایه انسانی از راه پرورش مجموعه قابلیت‌های رفتاری یکپارچه در سویگان دانشی، بینشی و مهارتی موردنیاز برای کار و زندگی همسو و هم‌راستا است. پژوهش‌های انجام شده نشان داده‌اند سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه روان‌شناختی می‌تواند بازده شایان‌پذیری را به همراه داشته باشد (شریف‌زاده و

3. Hodges

1. Sweetman & et al
2. Luthans

متغیرهای فردی و تحصیلی پاسخگویان مانند سن، پیشینه شغلی پاره‌وقت، امید به کسب مهارت و آمادگی شغلی و انجام دادن پروژه‌های علمی و نیز برخی از سویگان سبک یادگیری مانند یادگیری فعال، دیداری و تأمل‌گرا گزارش شده است (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش هیجانی و گرایش به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی نشان‌دهنده همبستگی مثبت و معنی‌داری بین هوش هیجانی و همه مؤلفه‌های آن (ارزیابی خود ادراکی، استفاده از احساسات، ارزیابی احساسات دیگران و تنظیم احساسات) با گرایش به کارآفرینی دانشجویان مورد بررسی است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

تأثیر گرایش کارآفرینانه بر رشد کسب‌وکار از طریق برندسازی

بسیاری از کسب‌وکارها طبق روال‌های گذشته خود، برندسازی را یک دغدغه ثانویه نسبت به مسائل سنتی مدیریتی مانند تعالی تولید و کنترل کیفیت در نظر گرفته‌اند (فشارکی و همکاران، ۱۳۹۶). پژوهشگران بیان کرده‌اند که این امر تا حدودی به این دلیل است که هنوز عدم اطمینان گسترده‌ای بین مالکان و مدیران بنگاه‌ها از اثربخشی رویه‌های برندسازی به شکل نتایج قابل‌مشاهده مالی وجود دارد (مشبکی و همکاران ۱۳۹۴). رشد کسب‌وکار از سنج‌های کلیدی برای ارزیابی میزان عملکرد و موفقیت یک بنگاه اقتصادی است. در دنیای رقابتی امروز دیگر شرکت‌ها نمی‌توانند به حفظ یک‌روند ثابت طی مدت‌زمان طولانی متکی باشند و برای بقا و حفظ بهبود جایگاه خود نسبت به بنگاه‌های دیگر ناچار از رشد مستمر هستند. این رشد می‌تواند در عرصه‌های مختلف نظیر رشد فروش، رشد سهم بازار، رشد دارایی‌ها، رشد منابع انسانی و خزانه استعداد و غیره صورت پذیرد (اجرا و همکاران^۳، ۲۰۱۳).

پیشینه‌های پژوهش

اسدالله و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی پرداختند. نتایج نشان داد که از نظر خبرگان در حوزه پیشران‌های مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک به ترتیب شاخص‌های ساختار مؤسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان، توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی و محیط

خودکارآمدی شغلی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. داشتن سرمایه روان‌شناختی سازنده از ضرورت‌های شخصیت پویا به شمار می‌آید که خود دارای ویژگی‌هایی مانند خود‌آغازی، تغییر محوری و آینده‌گرایی است. کرانت و بیتمن^۱ (۲۰۰۰) بیان می‌کنند که این افراد، موقعیت‌ها و فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، اقدام‌هایی را انجام می‌دهند و تا هنگامی که تغییرپذیری‌های معنی‌داری ایجاد نکنند، به تلاش خود ادامه می‌دهند. انتظار می‌رود که شخصیت پویا فرایندهای انگیزش پویا مانند خودکارآمدی را برانگیزاند و درنهایت منجر به پیامدهای بهتر (نظیر قصد و رفتار کارآفرینانه) شود. بررسی صحت^۲ و همکاران (۲۰۱۵) نشان‌دهنده تأثیر مستقیم و مثبت اخلاق کاری اسلامی بر سرمایه روان‌شناختی (شامل ویژگی‌هایی مانند امیدواری، پشتکار، خوش‌بینی و خودکارآمدی) در سازمان‌های دولتی در تهران است. درباره قابلیت‌های کارآفرینانه دانشجویان نیز پژوهش‌های چندی انجام شده است. ازجمله، پژوهش شریف‌زاده و زمانی (۱۳۸۵) درزمینه روحیه کارآفرینی دانشجویان کشاورزی در دانشگاه شیراز با توجه به چهار ویژگی توفیق‌طلبی، قدرت‌طلبی، رقابت‌مندی و مخاطره‌پذیری نشان دادند که دانشجویان مورد بررسی از نظر چهار ویژگی یاد شده در وضعیت نامطلوبی بودند. بررسی خسروی‌پور و همکاران (۱۳۸۶) نشان داد که بین عامل‌های آموزشی، نگرش دانش‌آموختگان به تأثیر مؤلفه‌های آموزشی و توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مرکزهای آموزش عالی علمی کاربردی رابطه معنی‌داری وجود دارد. قاسمی و همکاران (۱۳۸۸) با بررسی عامل‌های تأثیرگذار در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران به این نتیجه دست یافتند که بین سن، عامل روان‌شناختی، عامل آموزشی و دانشگاهی با ایجاد روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بررسی سبک یادگیری و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی نشان داده است که بیشتر دانشجویان مورد بررسی از نظر داشتن ویژگی‌های کارآفرینانه در سطح ضعیف و خیلی ضعیف قرار داشتند. بر پایه ضریب‌های همبستگی رابطه مثبت و معنی‌داری بین ویژگی‌های کارآفرینی و برخی از

1. Crant & Bateman

2. Sehhat

3. Eggers & et.al

مالی رابطه معنی‌داری ندارد. خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز به مطالعه پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد. رودریگو^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به نقش میانجی پیچیدگی سازمانی بین برنامه‌ریزی منابع سازمانی و نوآوری مدل کسب‌وکار پرداختند. یافته‌های ما نشان می‌دهد که پیچیدگی سازمانی میان برنامه‌ریزی منابع سازمانی و نوآوری مدل کسب‌وکار واسطه است. پیامدهای مهمی برای محققان و مدیران فراهم شده است تا بهینه‌سازی پیاده‌سازی برنامه‌ریزی منابع سازمانی را به دست آورند تا سطح بالاتری به دست آورند هزینه‌ها و درآمد حاصل از نوآوری مدل کسب‌وکار را بازگردانند. کیم و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به بررسی عوامل موفقیت بحرانی در طراحی یک کسب‌وکار نوپا پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که تجاری‌سازی ایده مهم‌ترین عامل موفقیت به‌عنوان معیار نوآوری در بین چهار معیار موفقیت در استارت‌آپ‌های طراحی است. از این رو، شرایط کارآفرینی مانند هدف‌گیری هدف و شایستگی کارآفرینان از مهم‌ترین عوامل موفقیت در شروع طراحی است. میلانسی^۲ (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان مدل کسب‌وکار در صنعت مد و لباس پرداخت. در این پژوهش به‌منظور دستیابی به کلیه عوامل از قبیل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، روان‌شناختی و در بعد بازارهای بین‌المللی به منشأ بازارهای خارجی و میزان گرایش به کالاهای لوکس توجه نمودند. درنهایت مدلی فراگیر به‌منظور آغاز حرکت و توسعه به سمت بازارهای بین‌المللی برای کسب‌وکارهای مدل و لباس ارائه گردید.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، بر اساس هدف یک پژوهش بنیادی است از سوی دیگر با توجه به اینکه در این پژوهش از روش‌های مطالعه کتابخانه‌ای و نیز روش‌های میدانی نظیر مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است، می‌توان بیان کرد که پژوهش حاضر بر اساس روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پیمایشی-مقطعی است. درنهایت باید اشاره کرد این مطالعه براساس دو رویکرد کمی و کیفی انجام شد. در بخش نخست براساس

کسب‌وکار دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. در خصوص ابعاد مدل کسب‌وکار نیز به ترتیب خدمات پیشنهادی ارائه شده دارای بیشترین اهمیت و پس از آن سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و جنبه مالی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در حوزه پیامدهای طراحی مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک نیز به ترتیب شاخص‌های بهبود فضای کسب‌وکار، بهبود عملکرد سازمانی و رواج بانکداری مجازی دارای بیشترین اهمیت است. شربت‌داران و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به توسعه مدل کسب‌وکار و پایدارسازی مشاغل پرداختند. مستند به هدف مذکور در پژوهش حاضر مدل مفهومی از عناصر تشکیل‌دهنده مدل کسب‌وکار و پایداری مشاغل ارائه شد و در پایان به تشریح چگونگی و نحوه اثرگذاری و تعاملات مدل کسب‌وکار و عناصر تشکیل‌دهنده آن بر پایدارسازی مشاغل پرداخته شد. در پایان ضمن جمع‌بندی به ارائه پیشنهادها مدیریتی و همچنین پیشنهاد برای تحقیقات آتی ارائه شد. نیک‌بین و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به ارائه مدل کسب‌وکار مؤثر در حوزه کسب‌وکارهای الکترونیکی با روش شبکه خزان پرداختند. مشارکت نظری این پژوهش بیان چارچوبی از مدل کسب‌وکار مؤثر در حوزه کسب‌وکارهای الکترونیکی با استفاده از روش شبکه خزان است. این چارچوب می‌تواند برای شروع و توسعه کسب‌وکار برای کارآفرینان مفید بوده و برای درک مدل کسب‌وکار مؤثر در تحقیقات آینده مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش جهرمی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان نوآوری در مدل کسب‌وکار به مطالعه پرداخت. مقاله نتیجه می‌گیرد شرکت‌های بزرگ‌تر برای تسخیر ارزش از نوآوری در مدل کسب‌وکار توانایی بیشتری داشته و شرکت‌های قدیمی‌تر به دلیل پیری، انعطاف‌پذیری کمتری برای نوآوری در مدل کسب‌وکار نشان می‌دهند. همچنین تجربه بیشتر در حوزه ائتلاف و مدت‌زمان بیشتر آن، منجر به افزایش ایده برای نوآوری در مدل کسب‌وکار می‌شود. باورصاد و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان تبیین الگوی بهبود سازوکارهای کسب‌وکار به مطالعه پرداختند. نتایج نشان می‌دهد، حمایت مدیریت ارشد، چشم‌انداز کسب‌وکار و کیفیت تخصص عوامل خارجی رابطه مثبت و معنی‌داری با برنامه‌ریزی منابع سازمان دارند؛ همچنین بین برنامه‌ریزی منابع سازمان و عملکرد مالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. درنهایت، رابطه بین حمایت مدیریت ارشد و کیفیت تخصص منابع خارجی با عملکرد مالی تأیید می‌شود؛ در حالی که چشم‌انداز کسب‌وکار با عملکرد

1. Rodríguez
2. Milanese

کارآفرینی، توسعه منابع انسانی، خطمشی‌گذاری، روند سیستماتیک، زمینه‌ای، ساختاری، عوامل فردی، ویژگی‌های جامعه‌شناختی، نظام آموزش عالی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های پژوهشی و فعالیت‌های ترویجی.

اعتبارسنجی مقوله‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با روش دلفی فازی

برای اعتبارسنجی مقوله‌های و شناسایی شاخص‌ها از رویکرد دلفی فازی استفاده شده است. برای سنجش اهمیت شاخص‌ها از دیدگاه خبرگان استفاده شده است. در پایان راند نخست پیشنهاد شد شاخص «محتوای آموزشی و روش‌های تدریس مناسب» در قالب دو شاخص «محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی» و «روش‌های تدریس کارآفرینانه» ارائه شود. «برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌ها» با عنوان «برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها» ارائه شود. به‌جای شاخص «اعتماد به نفس» نیز از عنوان «خودکارآمدی» استفاده شود. شاخص «روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی» نیز به مقوله «خطمشی‌گذاری» اضافه شد. شاخص‌های «امکانات و تجهیزات مناسب»، «ارزیابی و ارزشیابی سیاست‌ها»، «تحمل ابهام» و «ارزیابی عوامل کارآفرینی» نیز حذف گردید. ۳۵ شاخص باقی مانده در راند دوم در اختیار خبرگان قرار گرفتند و میانگین نتایج راند نخست به آن‌ها گزارش شد. در پایان این راند شاخص جدیدی حذف یا اضافه نشد. برای حصول اطمینان بیشتر، این مراحل یک راند دیگر نیز ادامه یافت و در پایان راند سوم نیز تغییر جدیدی مشاهده نشد.

یک نشانه برای پایان راندهای دلفی آن است که دو راند متوالی تغییری در میانگین آراء خبرگان مشاهده نشود. در این حالت میانگین امتیازات دو راند متوالی باید باهم مقایسه شوند. در صورتی که اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) کوچک‌تر باشد در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود (چنگ و لین، ۲۰۰۲). بنابراین، ۳۵ شاخص نهایی برای شاخص‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی شناسایی گردید. از این شاخص‌ها برای طراحی اولیه مدل پژوهش با روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است. براساس نتایج راند نهایی دلفی فازی اولویت هریک از شاخص‌های موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی در بخش صنعت تعیین شده است.

مطالعات کتابخانه‌ای و سپس مصاحبه‌های تخصصی به شناسایی شاخص‌های موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی مبادرت ورزیده خواهد شد. پس از مرحله تحلیل کیفی به توزیع پرسشنامه و گردآوری داده‌ها از خبرگان شهرک‌های صنعتی استان سمنان پرداخته شد و پژوهش وارد فازی کمی شد. بنابراین، از این منظر مطالعه حاضر یک پژوهش آمیخته است. الگوریتم اجرایی پژوهش حاضر براساس طی مراحل نظامی و مبتنی بر روش پژوهش علمی طراحی شده است. در روش پژوهش کیفی جامعه آماری، در بخش کمی، جامعه آماری پژوهش مدیران و کارشناسان شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی استان سمنان به شامل ۱۰ نفر از خبرگان شامل مدیران و کارشناسان فنی و در بخش کمی، جامعه آماری تعداد ۳۲۵ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول کریجسی و مورگان ۱۷۶ نفر برآورد شده است. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی به روش تحلیل مضمون و با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA صورت گرفته است و در بخش کمی با استفاده از دلفی فازی غربالگری شده و در نهایت مدل ارائه شده است. برای مدل‌سازی از روش ترکیبی ISM-DEMATEL سپس در بخش کمی نیز از رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

بخش کیفی

شناسایی مقوله‌های الگوی موفقیت کسب‌وکار با

روش تحلیل محتوایی

در گام نخست با ارائه سوالات مصاحبه پژوهش و جداول مقوله‌های مصاحبه‌شونده‌ها، با رویکرد روش پژوهش کیفی تعداد زیادی شاخص از متون مذکور مربوطه استخراج گردید. در ادامه به بررسی، کدگذاری و تعیین شناسه‌های پژوهش حاضر پرداخته شد. شاخص‌های مذکور با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA استخراج گردیده‌اند.

تم‌های اصلی و فرعی

از تحلیل داده‌های کیفی پژوهش در مرحله کدگذاری باز کدهای مفهومی اولیه حاصل شدند. پس از بررسی و مطابقت این کدها و حذف کدهای تکراری، کدهای مشترک و هم‌طبقه احصا گردید. بنابراین، با نظر استادان و کارشناس‌های امر، شاخص‌های اولیه به ۳۷ شاخص موجود تعدیل شد. تم اصلی شامل نظام کارآفرینی، نظام کسب‌وکار و ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان است. تم‌های فرعی شامل آموزش

جدول ۱. اولویت شاخص‌های موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی

رتبه	مقدار قطعی	میانگین فازی	شاخص‌ها
۲۷	۰.۸۳۱	(0.673,0.855,0.964)	آموزش رسمی کارآفرینی
۴	۰.۸۹۱	(0.773,0.918,0.982)	آموزش کارآفرینان در مقطع متوسط
۳۴	۰.۸۰۷	(0.641,0.836,0.945)	آموزش کارآفرینان در دانشگاه
۲۴	۰.۸۳۸	(0.686,0.864,0.964)	کمیت و کیفیت منابع انسانی
۲۸	۰.۸۳۰	(0.677,0.859,0.955)	برنامه‌ریزی و روش اجرای آموزش
۳۵	۰.۸۰۰	(0.627,0.827,0.945)	میزان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان
۱	۰.۹۱۴	(0.809,0.941,0.991)	تدوین سیاست‌های اثرگذار
۳۱	۰.۸۱۵	(0.655,0.845,0.945)	برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها
۲	۰.۸۹۸	(0.786,0.927,0.982)	روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی
۴	۰.۸۹۱	(0.773,0.918,0.982)	فعالیت توأم با ریسک
۲۱	۰.۸۴۶	(0.7,0.873,0.964)	شایسته‌گزینی افراد با انگیزه، صاحب فکر و ایده
۱۲	۰.۸۶۸	(0.736,0.895,0.973)	انگیزه و استعداد نیروی انسانی
۸	۰.۸۷۶	(0.75,0.905,0.973)	نیل به مزیت رقابتی پایدار
۸	۰.۸۷۶	(0.75,0.905,0.973)	مسائل سیاسی و اقتصادی دولت
۲۱	۰.۸۴۶	(0.7,0.873,0.964)	زیرساخت‌های کسب‌وکار
۲۱	۰.۸۴۶	(0.7,0.873,0.964)	قوانین و رویه‌های کسب‌وکار
۲۴	۰.۸۳۸	(0.691,0.868,0.955)	اطلاع‌رسانی کسب‌وکار
۱۱	۰.۸۷۶	(0.745,0.9,0.982)	وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب‌وکارها
۱۴	۰.۸۶۱	(0.727,0.891,0.964)	خودکارآمدی
۷	۰.۸۸۳	(0.759,0.909,0.982)	ریسک‌پذیری
۱۲	۰.۸۶۸	(0.736,0.895,0.973)	ابتکار عمل و نوآوری
۴	۰.۸۹۱	(0.773,0.918,0.982)	توفیق و استقلال‌طلبی
۱۸	۰.۸۵۳	(0.714,0.882,0.964)	درماندگی آموخته شده
۲	۰.۸۹۸	(0.786,0.927,0.982)	خوش‌بینی نهادینه شده
۱۴	۰.۸۶۱	(0.727,0.891,0.964)	محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی
۳۰	۰.۸۲۳	(0.664,0.85,0.955)	روش‌های تدریس کارآفرینانه
۱۴	۰.۸۶۱	(0.718,0.882,0.982)	فضای مناسب کارآفرینی
۱۸	۰.۸۵۳	(0.714,0.882,0.964)	ساختار مدیریتی کارآفرینانه
۲۴	۰.۸۳۸	(0.686,0.864,0.964)	ارتباط مستمر با صنعت
۳۱	۰.۸۱۵	(0.655,0.845,0.945)	برگزاری کارگاه‌های آموزشی
۳۱	۰.۸۱۵	(0.655,0.845,0.945)	اشاعه فرهنگ کارآفرینی
۲۸	۰.۸۳۰	(0.677,0.859,0.955)	انتقال دانش و پرورش استعدادها
۱۴	۰.۸۶۱	(0.727,0.891,0.964)	توانمندسازی افراد در حوزه تخصصی خود
۱۸	۰.۸۵۳	(0.714,0.882,0.964)	فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین
۸	۰.۸۷۶	(0.75,0.905,0.973)	ارتقای شناخت جامعه از فعالیتهای کارآفرینی

بخش کمی

وضعیت ابعاد موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی

همان‌طور که در جدول ۲ آمده، میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد آموزش کارآفرینی ۳,۴ به‌دست‌آمده است که بزرگ‌تر از حد

وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۵,۵۴ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که می‌توان گفت:

۳۸,۸۸ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. می‌توان گفت: عوامل فردی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل جامعه‌شناختی ۳,۸ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۱۳,۲۲ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. می‌توان گفت: عوامل جامعه‌شناختی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد نظام آموزش عالی ۳,۸۳ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است و می‌توان گفت: نظام آموزش عالی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های آموزشی ۴,۵۱ به دست آمده است مقدار آماره t نیز ۳۴,۷ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. می‌توان گفت: فعالیت‌های آموزشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های ترویجی ۴,۵۵ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز ۳۵,۴۳ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. می‌توان گفت: فعالیت‌های ترویجی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد فعالیت‌های پژوهشی ۳,۸۹۵ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. می‌توان گفت: فعالیت‌های پژوهشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

آموزش کارآفرینی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد توسعه منابع انسانی ۳,۰۴ به دست آمده است. مقدار معنی‌داری ۰,۵۵۹ به دست آمده که میانگین مشاهده شده معنی‌دار نیست و نمی‌توان ادعایی پیرامون وضعیت توسعه منابع انسانی مطرح کرد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد خطمشی گذاری ۴,۰۶ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است و می‌توان گفت: خطمشی گذاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد روند سیستماتیک ۳,۱۷ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است و می‌توان گفت: روند سیستماتیک در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل زمینه‌ای ۳,۰۸ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰,۱۵۳ به دست آمده که بزرگ‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنی‌دار نیست. مقدار آماره t نیز از مقدار بحرانی ۱/۹۶ کوچک‌تر است و نمی‌توان ادعایی پیرامون وضعیت توسعه منابع انسانی مطرح کرد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل ساختاری ۴,۰۲ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار آماره t نیز ۲۵,۴۶ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است و می‌توان گفت: عوامل ساختاری در وضعیت مطلوبی قرار دارد. میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در بعد عوامل فردی ۴,۵۳ به دست آمده است که بزرگ‌تر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معنی‌داری نیز ۰/۰۰۰ به دست آمده که کوچک‌تر از سطح خطای ۰/۰۵ است. بنابراین، میانگین مشاهده شده معنی‌دار است. مقدار آماره t نیز

جدول ۲. خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه برای متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	مقدار t	مقدار معنی‌داری	فاصله اطمینان ۹۵٪
آموزش کارآفرینی	۳,۴۰۲	۵,۵۳۵	۰,۰۰۰	حد پائین ۰,۲۵۸ حد بالا ۰,۵۴۵
توسعه منابع انسانی	۳,۰۴۲	۰,۵۸۶	۰,۵۵۹	۰,۰۹۹- ۰,۱۸۲
خطمشی گذاری	۴,۰۶۳	۱۸,۰۱۰	۰,۰۰۰	۰,۹۴۶ ۱,۱۷۹
روند سیستماتیک	۳,۱۷۰	۲,۴۷۴	۰,۰۱۴	۰,۰۳۴ ۰,۳۰۶
عوامل زمینه‌ای	۳,۰۸۴	۱,۴۲۷	۰,۱۵۳	۰,۰۳۱- ۰,۱۹۹
عوامل ساختاری	۴,۰۲۲	۲۵,۴۵۹	۰,۰۰۰	۰,۹۴۳ ۱,۱۰۱
عوامل فردی	۴,۵۲۸	۳۸,۸۷۵	۰,۰۰۰	۱,۴۵۱ ۱,۶۰۶
عوامل جامعه‌شناختی	۳,۸۰۱	۱۳,۲۲۴	۰,۰۰۰	۰,۶۸۲ ۰,۹۲۱
نظام آموزش عالی	۳,۸۳۳	۲۲,۳۲۲	۰,۰۰۰	۰,۷۵۹ ۰,۹۰۷
فعالیت‌های آموزشی	۴,۵۰۶	۳۴,۶۹۹	۰,۰۰۰	۱,۴۲۰ ۱,۵۹۱
فعالیت‌های ترویجی	۴,۵۵۴	۳۵,۴۳۴	۰,۰۰۰	۱,۴۶۷ ۱,۶۴۱
فعالیت‌های پژوهشی	۳,۸۹۵	۱۵,۵۲۷	۰,۰۰۰	۰,۷۸۱ ۱,۰۰۹

می‌شود. برای تعیین معیارهای کلیدی قدرت نفوذ و وابستگی معیارها در ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود. نمودار قدرت نفوذ-وابستگی متغیرهای الگوی موفقیت کسب‌وکار در شکل نشان داده شده است.

مدل‌سازی ساختاری تفسیری

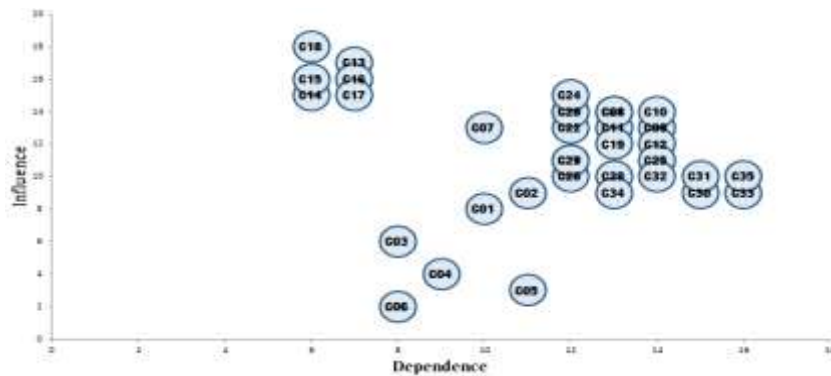
نمودار قدرت-وابستگی

در مدل (ISM) روابط متقابل و تأثیرگذاری بین متغیرهای الگوی موفقیت کسب‌وکار به خوبی نشان داده شده است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری به وسیله مدیران

جدول ۳. قدرت نفوذ و میزان وابستگی متغیرهای الگوی موفقیت کسب‌وکار

متغیرهای پژوهش	میزان وابستگی	قدرت نفوذ
C01 آموزش رسمی کارآفرینی	۱۰	۸
C02 آموزش کارآفرینان در مقطع متوسط	۱۱	۹
C03 آموزش کارآفرینان در دانشگاه	۸	۶
C04 کمیت و کیفیت منابع انسانی	۹	۴
C05 برنامه‌ریزی و روش اجرای آموزش	۱۱	۳
C06 میزان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان	۸	۲
C07 تدوین سیاست‌های اثرگذار	۱۰	۱۳
C08 برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها	۱۳	۱۴
C09 روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی	۱۴	۱۳
C10 فعالیت توأم با ریسک	۱۴	۱۴
C11 شایسته‌گزینی افراد با‌انگیزه، صاحب فکر و ایده	۱۳	۱۳
C12 انگیزه و استعداد نیروی انسانی	۱۴	۱۲
C13 نیل به مزیت رقابتی پایدار	۷	۱۷
C14 مسائل سیاسی و اقتصادی دولت	۶	۱۵
C15 زیرساخت‌های کسب‌وکار	۶	۱۶
C16 قوانین و رویه‌های کسب‌وکار	۷	۱۶
C17 اطلاع‌رسانی کسب‌وکار	۷	۱۵
C18 وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب‌وکارها	۶	۱۸
C19 خودکارآمدی	۱۳	۱۲
C20 ریسک‌پذیری	۱۲	۱۴
C21 ابتکار عمل و نوآوری	۱۳	۱۴
C22 توفیق و استقلال طلبی	۱۲	۱۳
C23 درماندگی آموخته شده	۱۲	۱۴
C24 خوش‌بینی نهادینه شده	۱۲	۱۵
C25 محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی	۱۴	۱۱
C26 روش‌های تدریس کارآفرینانه	۱۲	۱۰
C27 فضای مناسب کارآفرینی	۱۲	۱۱
C28 ساختار مدیریتی کارآفرینانه	۱۳	۱۰
C29 ارتباط مستمر با صنعت	۱۲	۱۱
C30 برگزاری کارگاه‌های آموزشی	۱۵	۹
C31 اشاعه فرهنگ کارآفرینی	۱۵	۱۰
C32 انتقال دانش و پرورش استعدادها	۱۴	۱۰
C33 توانمندسازی افراد در حوزه تخصصی خود	۱۶	۹

متغیرهای پژوهش	میزان وابستگی	قدرت نفوذ
C34 فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین	۱۳	۹
C35 ارتقاء شناخت جامعه از فعالیت‌های کارآفرینی	۱۶	۱۰



شکل ۱. نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی متغیرهای الگوی موفقیت کسب‌وکار

آموزشی، ترویجی، پژوهشی» در سطح سوم قرار گرفته‌اند. مقوله «فعالیت‌های آموزشی، ترویجی، پژوهشی» شامل برگزاری کارگاه‌های آموزشی، اشاعه فرهنگ کارآفرینی، انتقال دانش و پرورش استعدادها، توانمندسازی افراد در حوزه تخصصی خود، فراهم‌سازی زیرساخت‌های بنیادین و ارتقاء شناخت جامعه از فعالیت‌های کارآفرینی.

متغیرهای سطح ۴

متغیرهای مربوط به مقوله «خطمشی‌گذاری» و «روند سیستماتیک» در سطح چهارم قرار گرفته‌اند. مقوله «خطمشی‌گذاری» شامل: تدوین سیاست‌های اثرگذار، برنامه‌های عملیاتی در راستای اجرای سیاست‌ها، روندها و رویه‌های اجرایی سیاست‌های کارآفرینی. مقوله «روند سیستماتیک» شامل: فعالیت توأم با ریسک، شایسته‌گزینی افراد بانگیزه، صاحب فکر و ایده، انگیزه و استعداد نیروی انسانی.

متغیرهای سطح ۵

مقوله «نظام آموزش عالی» شامل: محتوای آموزشی مبتنی بر کارآفرینی، روش‌های تدریس کارآفرینانه، فضای مناسب کارآفرینی، ساختار مدیریتی کارآفرینانه، ارتباط مستمر با صنعت.

متغیرهای سطح ۶

مقوله «عوامل فردی» شامل: خودکارآمدی، ریسک‌پذیری، ابتکار عمل و نوآوری، توفیق و استقلال‌طلبی. مقوله «ویژگی‌های جامعه‌شناختی» شامل: درماندگی آموخته شده، خوش‌بینی نهادینه شده.

تعیین روابط و سطح‌بندی ابعاد و شاخص‌ها

برای تعیین روابط و سطح‌بندی معیارها باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها برای هر معیار از ماتریس دریافتی استخراج شود.

متغیرهای سطح ۱

متغیرهای مربوط به مقوله «توسعه منابع انسانی» در سطح اول قرار گرفته‌اند. مقوله «توسعه منابع انسانی» شامل: کمیت و کیفیت منابع انسانی، برنامه‌ریزی و روش اجرای آموزش و میزان اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان. پس از شناسایی متغیر(های) سطح اول این متغیر(ها) حذف می‌شوند و مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح اول محاسبه می‌شود. مجموعه مشترک شناسایی و متغیرهایی که اشتراک آن‌ها برابر مجموعه ورودی‌ها باشد به‌عنوان متغیرهای سطح دوم انتخاب می‌شوند.

متغیرهای سطح ۲

متغیرهای مربوط به مقوله «آموزش کارآفرینی» در سطح دوم قرار گرفته‌اند. مقوله «آموزش کارآفرینی» شامل: آموزش رسمی کارآفرینی، آموزش کارآفرینان در مقطع متوسط، آموزش کارآفرینان در دانشگاه.

برای تعیین عناصر سطح ۳

متغیرهای سطح دوم حذف می‌شوند و یک‌بار دیگر مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح دوم محاسبه می‌شود. متغیرهای مربوط به مقوله «فعالیت‌های

عناصر سطح زیرین و همچنین روابط درونی معنی‌دار عناصر هر سطر در نظر گرفته شده است.

سطح‌بندی مقوله‌های اصلی موفقیت کسب‌وکار

به روشی مشابه سطح‌بندی ۱۲ مقوله اصلی با روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری انجام شده است. مقوله‌های اصلی عبارت‌اند از: آموزش کارآفرینی، توسعه منابع انسانی، خطمشی گذاری، روند سیستماتیک، زمینه‌ای، ساختاری، عوامل فردی، ویژگی‌های جامعه‌شناختی، نظام آموزش عالی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های ترویجی، فعالیت‌های پژوهشی.

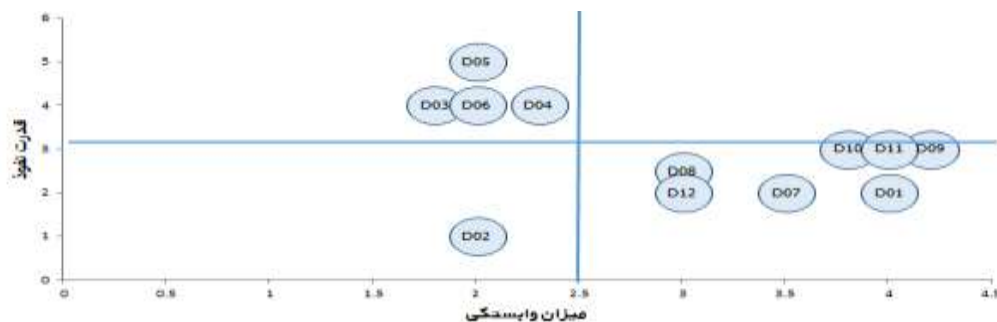
متغیرهای سطح ۷

مقوله عوامل «زمینه‌ای» شامل: نیل به مزیت رقابتی پایدار، مسائل سیاسی و اقتصادی دولت، زیرساخت‌های کسب‌وکار. عوامل «ساختاری» شامل: قوانین و رویه‌های کسب‌وکار، اطلاع‌رسانی کسب‌وکار، وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب‌وکارها.

این عوامل به‌عنوان زیربنایی‌ترین عناصر مدل می‌باشند و با عنوان «شرایط علی» در مدل لحاظ شده‌اند. الگوی نهایی سطوح متغیرهای شناسایی شده در شکل نمایش داده شده است. در این نگاره فقط روابط معنی‌دار عناصر هر سطح بر

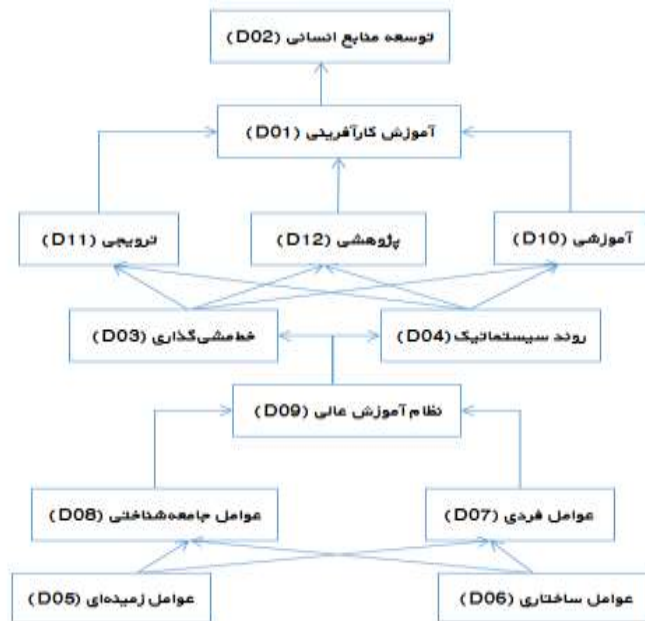
جدول ۴. سطح‌بندی مقوله‌های اصلی موفقیت کسب‌وکار

مقوله‌های اصلی	خروجی: اثرگذاری	ورودی: اثرپذیری	اشتراک	میزان وابستگی	قدرت نفوذ	سطح
D01	آموزش کارآفرینی	D01,D02	D01,D10,D11,D12	D01	۴	۲
D02	توسعه منابع انسانی	D02	D01,D02	D02	۲	۱
D03	خطمشی گذاری	D03,D10,D11,D12	D03,D09	D03	۲	۴
D04	روند سیستماتیک	D04,D10,D11,D12	D04,D09	D04	۲	۴
D05	زمینه‌ای	D05,D06,D07,D08,D09	D05,D06	D05,D06	۲	۵
D06	ساختاری	D05,D06,D07,D08	D05,D06	D05,D06	۲	۴
D07	عوامل فردی	D07,D09	D05,D06,D07	D07	۳	۲
D08	ویژگی‌های جامعه‌شناختی	D08,D09	D05,D06,D08	D08	۳	۲
D09	نظام آموزش عالی	D03,D04,D09	D05,D07,D08,D09	D09	۴	۳
D10	فعالیت‌های آموزشی	D01,D10,D11	D03,D04,D10,D11	D10,D11	۴	۳
D11	فعالیت‌های ترویجی	D01,D10,D11	D03,D04,D10,D11	D10,D11	۴	۳
D12	فعالیت‌های پژوهشی	D01,D12	D03,D04,D12	D12	۳	۲



شکل ۲. نمودار قدرت نفوذ و میزان وابستگی مقوله‌های اصلی موفقیت کسب‌وکار

بر این اساس سطح‌بندی نهایی مقوله‌های اصلی موفقیت کسب‌وکار در شکل ۳ ترسیم شده است.

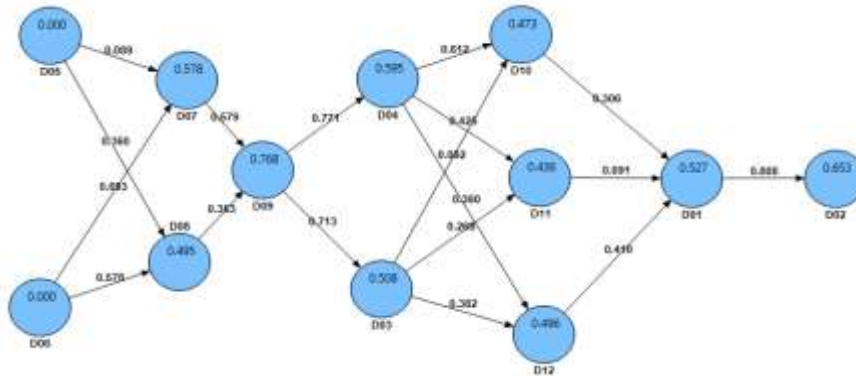


شکل ۳. سطح‌بندی مقوله‌های اصلی موفقیت کسب‌وکار

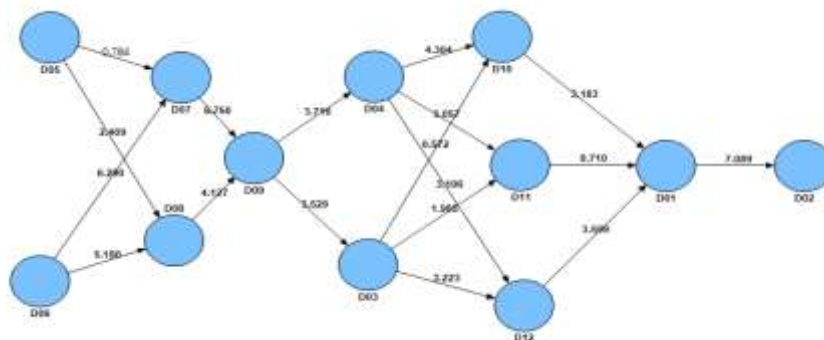
است. در این مدل که خروجی نرم‌افزار Smart PLS است خلاصه نتایج مربوط به بار عاملی استاندارد متغیرها ارائه شده است. آماره t و مقدار بوت استرپینگ برای سنجش معنی‌داری روابط نیز در شکل ۴ آمده است.

مدل درونی پژوهش (آزمون فرضیه‌ها)

رابطه متغیرهای مورد بررسی در هریک از فرضیه‌های پژوهش براساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. مدل کلی پژوهش در شکل نمایش داده شده



شکل ۴. خروجی اعتبارسنجی مدل با روش حداقل مربعات جزئی



شکل ۵. معنی‌داری روابط متغیرها با روش حداقل مربعات جزئی (بوت‌استرپینگ)

آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های پژوهشی مقدار t نیز $۰/۳۸۲$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۲۲۳$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر فعالیت‌های آموزشی بر آموزش کارآفرینی مقدار t نیز $۰/۳۰۶$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۱۸۳$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر فعالیت‌های ترویجی بر آموزش کارآفرینی مقدار t نیز $۰/۰۹۱$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۰/۷۱۰$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه رد می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر فعالیت‌های پژوهشی بر آموزش کارآفرینی مقدار t نیز $۰/۴۱۰$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۵۹۹$ به دست آمده است. بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه منابع انسانی مقدار t نیز $۰/۸۰۸$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۷/۰۸۹$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر بر آن بود به طراحی الگوی موفقیت و شروع کسب‌وکار در ایران با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی کارآفرینان بپردازد. در بخش کیفی تعداد ۳۷ شاخص حاصل شد. براساس نتایج تحلیل کیفی در این مطالعه ۳ مقوله اصلی و ۱۲ مقوله فرعی شناسایی شده است. تم اصلی شامل نظام کارآفرینی، نظام کسب‌وکار و ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان است. تم‌های فرعی شامل آموزش کارآفرینی، توسعه منابع انسانی، خطمشی‌گذاری، روند سیستماتیک، زمینه‌ای، ساختاری، عوامل فردی، ویژگی‌های جامعه‌شناختی، نظام آموزش عالی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های پژوهشی و فعالیت‌های ترویجی.

نتایج وضعیت ابعاد موفقیت کسب‌وکار با رویکرد روان‌شناختی با استفاده از آزمون تی نشان داد: آموزش کارآفرینی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. وضعیت توسعه منابع انسانی و وضعیت عوامل زمینه‌ای در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. خطمشی‌گذاری، روند سیستماتیک، عوامل ساختاری، عوامل فردی، عوامل جامعه‌شناختی، نظام آموزش عالی، فعالیت‌های آموزشی، فعالیت‌های ترویجی و فعالیت‌های پژوهشی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. نتایج حاصل از معادلات ساختاری نشان داد:

بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل ساختاری بر عوامل جامعه‌شناختی مقدار $۰/۵۷۸$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۶/۲۸۰$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل ساختاری بر عوامل فردی مقدار $۰/۶۸۳$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۵/۱۸۰$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل زمینه‌ای بر عوامل جامعه‌شناختی مقدار $۰/۳۶۰$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۲/۴۰۹$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل زمینه‌ای بر عوامل فردی مقدار $۰/۰۸۹$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۰/۷۸۴$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه رد می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل جامعه‌شناختی بر نظام آموزش عالی مقدار $۰/۳۶۳$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۴/۱۲۷$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر عوامل فردی بر نظام آموزش عالی مقدار $۰/۵۷۹$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۶/۷۵۰$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر نظام آموزش عالی بر روند سیستماتیک مقدار $۰/۷۷۱$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۷۱۶$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر نظام آموزش عالی بر خطمشی‌گذاری مقدار $۰/۷۱۳$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۵۲۹$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی مقدار $۰/۶۱۲$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۴/۳۰۴$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های ترویجی مقدار $۰/۴۲۵$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۰۵۷$ به دست آمده است. بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های پژوهشی مقدار $۰/۳۶۰$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۳/۱۰۶$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی مقدار $۰/۰۸۲$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۰/۵۷۲$ به دست آمده است. بنابراین، این فرضیه رد می‌شود. بارعاملی استاندارد تأثیر روند سیستماتیک بر فعالیت‌های ترویجی مقدار $۰/۲۶۸$ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز $۱/۹۸۵$ به دست

می‌شود. بنابراین در شرایط استقلال شغلی پایین، احتمالاً شخصیت نقشی کم یا هیچ نقشی در رفتار افراد ایفا نمی‌کند زیرا آن‌ها در خصوص فعالیت‌های مرتبط با شغل بصیرت (صلاح دیدی) ندارند (فیضی و همکاران، ۱۳۹۶). عوامل جامعه‌شناختی بر نظام آموزش عالی تأثیر معنی‌داری دارد. عوامل فردی بر نظام آموزش عالی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانی‌زاده و انصاری (۱۳۸۸) همسو است. نظام آموزش عالی بر روند سیستماتیک تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. مدیران با تأکید بر شایسته‌سالاری در استخدام افراد و فراهم نمودن زیرساخت تسهیل ارتباطات و استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی، سعی در پیاده‌سازی هوش استراتژیک با تأکید بر مهارت‌های اشتغال‌زا در مراکز آموزش عالی را داشته باشند. شناسایی نیازهای استراتژیک این مراکز در کنار کسب هوش و اطلاعات مربوط به رقبا و قابلیت‌های استراتژیک رقبا، جایگاه، اجرا و اهداف مرتبط با آن‌ها می‌تواند به ارتقاء هوش استراتژیک در این مراکز کمک شایانی نماید. نظام آموزش عالی بر خطمشی گذاری تأثیر معنی‌داری دارد. با تدوین برنامه‌هایی عملیاتی در مراکز آموزش عالی جهت کسب مزیت رقابتی اقدام نمایند. به‌کارگیری هوش تاکتیکی یا عملیاتی در این مراکز با استخدام و شایسته‌گزینی افراد متخصص و با مهارت امکان‌پذیر خواهد شد. همچنین با پیاده‌سازی مدیریت دانش و فناوری در سازمان ذی‌ربط می‌توان در راه دست‌یابی به هوش جمعی / سازمانی و هوش فرهنگی / اجتماعی کمک شایانی نمود. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. شناسایی منابع و پایگاه‌های دانش و ایجاد ارزش‌افزوده دانش و اطلاعات در مراکز آموزش عالی، به ممیزی‌های سیستماتیک هوش استراتژیک دانشگاه پردازند. همچنین با نظارت بر روند هوش استراتژیک و ارزیابی آن در این مرکز، میزان تأثیرگذاری هوش استراتژیک بر ایجاد، نگهداری، تبادل و به‌کارگیری دانش را تعیین نمایند. تغییرات فزاینده در عرصه‌های اقتصادی، صنعتی، سیاسی و تکنولوژیک سبب ایجاد رقابت، فناوری، نوآوری، ترجیحات و الگوی رفتاری افراد گشته و این مهم نیاز به تدوین، بازنگری، اصلاح و ارزیابی استراتژی‌ها را یادآور می‌شود. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های ترویجی تأثیر دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است.

عوامل ساختاری بر عوامل جامعه‌شناختی تأثیر معنی‌داری وجود دارد. در مورد عوامل ساختاری و تأثیر آن بر عوامل جامعه‌شناختی باید توجه داشت قوانین و رویه‌های کسب‌وکار، اطلاع‌رسانی کسب‌وکار، وجود شبکه‌های ارتباطی میان کسب‌وکارها نیز عواملی هستند که می‌تواند بر عوامل جامعه‌شناختی تأثیر بسزا و مثبتی داشته باشند. عوامل ساختاری بر عوامل فردی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانی‌زاده و انصاری (۱۳۸۸)، دالبورگ و وینسنت (۲۰۱۵) همسو است. تحولات عمده در محیط کسب‌وکار مثل جهانی‌شدن کسب‌وکار و سرعت بالای تغییرات مدیریت را با ریسک‌های متنوعی مواجه ساخته است. ریسک‌پذیری قسمت جدایی‌ناپذیر هر کسب‌وکاری است. فعالیت اقتصادی یعنی به‌کارگیری منابع کنونی برای آینده‌ای نامطمئن، درواقع، تنها چیزی که در مورد آینده قطعی است، عدم اطمینان و ریسک است. عوامل زمینه‌ای بر عوامل جامعه‌شناختی تأثیر معنی‌داری دارد. در محیط پیچیده، پویا و بسیار متغیر امروزی، شرکت‌ها نیازمند طراحی و اتخاذ استراتژی‌هایی هستند که بتوانند آن‌ها را در بهبود روزافزون عملکردشان یاری رساند؛ زیرا در چنین محیط رقابتی شرکت‌هایی قادر به بقا هستند که از گردونه رقابت جا نمانده و خود را با شرایط متغیر و پویای بازار رقابتی همگام نمایند. به‌عبارت‌دیگر، مدیران شرکت‌ها، حاصل تصمیم‌گیری‌های خود را در قالب انتخاب استراتژی، در آیین معیارهای عملکردی مشاهده خواهند نمود. تجزیه و تحلیل و مقایسه عملکرد مشاهده شده با روند گذشته، رقبا و یا متوسط صنعت، بازخورد مناسبی را جهت تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌های آتی فراهم می‌آورد. به همین دلیل یکی از مهم‌ترین اهداف تمامی شرکت‌ها در طول زمان، بهبود مستمر عملکرد بوده است (گیلمور و کارسون، ۲۰۰۰ به نقل از فیض و همکاران، ۱۳۹۱). عوامل زمینه‌ای بر عوامل فردی تأثیر معنی‌داری ندارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲)، سلمانی‌زاده و انصاری (۱۳۸۸)، همسو است. در مشاغل که در آن افراد درجه بالایی از استقلال شغلی را دارا هستند، به‌احتمال بیشتری رفتارها به تفاوت‌های شخصیتی افراد وابسته است زیرا در انتخاب رفتارهای مورد استفاده برای تمام وظایف واگذار شده و رسیدن به اهداف تعیین شده، بصیرت (صلاح دید) وجود دارد. در مشاغل با سطوح پایین استقلال شغلی، اعمال افراد احتمالاً به خاطر اجباری است که از طریق عوامل مختلفی شامل نظارت بسته و قوانین کاری به‌تفصیل شرح داده شده اعمال

همکاران، ۲۰۱۸). فعالیت‌های آموزشی بر آموزش کارآفرینی تأثیر معنی‌داری دارد. فعالیت‌های ترویجی بر آموزش کارآفرینی تأثیر معنی‌داری ندارد. فعالیت‌های پژوهشی بر آموزش کارآفرینی تأثیر معنی‌داری دارد. سازمان‌هایی که روابط هماهنگ بین مافوق و زیردست را تشویق می‌کنند باعث می‌شوند که کارمندان در بیان پیشنهادهای خلاقانه خود احساس آزادی کنند که به غنای انگیزه فردی کمک می‌کند (فرناندز و مولدوگازیف^۴، ۲۰۱۲). زمانی که کارمندان توانمند شدند و استقلال و انعطاف‌پذیری داشتند، انگیزه بیشتری پیدا می‌کنند و مسئولیت کامل برای پیدا کردن راه‌های جدید و توسعه مهارت‌های جدید برای پاسخ به چالش‌ها را قبول می‌کنند (لو^۵ و همکاران، ۲۰۱۴). لاشینگ^۶ (۱۹۹۶) توانمندسازی ساختاری را به‌عنوان ساختارهای محیط کار تعریف می‌کند که کارمندان را قادر می‌سازد تا به طرق معنی‌دار کار کنند. این سازه‌ها کارمندان را با تأمین دسترسی به اطلاعات لازم برای انجام کار به بهترین شکل، حمایت از همکار و بازخورد مافوق، منابعی مانند زمان و تأمین برای انجام کار و فرصت برای یادگیری و رشد درون سازمان توانمند می‌کنند (کریشنا و همکاران، ۲۰۱۸). آموزش کارآفرینی بر توسعه منابع انسانی تأثیر معنی‌داری دارد. محققان معتقدند که سازمان‌ها باید اقدامات توسعه منابع انسانی را طراحی و اجرا کنند تا فرد بتواند کارکرد مؤثری داشته باشد و انتظارات عملکردی را از طریق بهبود شایستگی‌های فردی برآورده کند. در حقیقت، هدف کلی اقدامات توسعه منابع انسانی ایجاد یک کارمند شایسته و یا مهارت است که شغل منتصب را به‌خوبی انجام داده و به خروجی تجاری سازمان کمک می‌کند (نولان^۶ و گاراون، ۲۰۱۶). درنهایت بدون شک، حداقلی از بروکراسی در هر سازمانی بدون توجه به ماهیت و مأموریت و کارکردهای آن، موردنیاز است.

در یک سیستم بایستی مهارت‌ها و دانش و نگرش‌ها مورد ملاحظه قرار گیرد و عوامل تشکیل‌دهنده رفتارهای یادگیری در محدودهای است که توسعه و استفاده از چنین رفتارهایی هدایت به سمت نتایج یادگیری مطلوب را تسهیل می‌کند. کارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد، میزانی که شغل بتواند به هنگام برنامه‌ریزی کار و تعیین روال کار، به فرد آزادی، استقلال و اختیار دهد استقلال

در محیط رقابتی که امروزه به وجود آمده، جذب و معنی‌داری دارد. نگهداری استعدادها بسیار مشکل شده و امروزه تأکید سازمان‌ها بر جذب افراد مناسب برای مشاغل مناسب و در زمان مناسب است که دلیل آن انتقال از عصر صنعتی به عصر سرمایه‌فکری و هوش است. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های پژوهشی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. بیشتر محققان و پژوهشگران دریافته‌اند، اشتراک و انتقال دانش به خصوص در عصر جاری که سازمان‌ها باید به‌گونه‌ای مستمر یاد بگیرند و خلاق باشند تا در فضای رقابتی باقی بمانند، بسیار اهمیت دارد. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های آموزشی تأثیر معنی‌داری ندارد. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های ترویجی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. ما دچار نوعی کهنوت ساختاری شده‌ایم. یعنی در عین داشتن استعداد تحول، کهنگی ساختارها و نگرش غلط به انسان و توسعه انسانی، موجب شده که سازمان‌های ما بستر مناسب برای رشد کارآفرینی و به طبع، فن‌آوری نباشد. گسستن از سازمان‌های مکانیکی و داشتن خصیصه ارگانیکی همراه با سیستم‌های فنی و اجتماعی به این معناست که ساختار سازمانی به سوی پویایی انعطاف‌پذیری، عدم‌تمرکز، نوآوری، فعالیت ترمی، تفویض اختیارات، خودکنترلی، استقلال و غیره ... در حرکت است و با توجه به کارآفرینی هرچقدر سازمان‌ها به سوی ساختارهای نوین تغییر ماهیت می‌دهند، انگیزه مفهوم کارآفرینی هم بالا می‌رود. روند سیستماتیک بر فعالیت‌های پژوهشی تأثیر معنی‌داری دارد. فرضیه حاضر با تحقیقات انجام شده توسط خدایی محمودی و همکاران (۱۳۹۲) همسو است. توانمندسازی کارمند شامل تأمین میزان بیشتری از انعطاف‌پذیری و آزادی بیشتر برای تصمیم‌گیری در ارتباط با کار است (گریزی^۱ و همکاران، ۲۰۰۵). توانمندسازی ارتباط نزدیکی با ادراک افراد در مورد خودشان در رابطه با محیط‌های کاریشان دارد (کو^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). در یک مطالعه جدید، نقش میانجی مثبت فرهنگ یادگیری سازمانی بین توانمندسازی و رفتار مثبت کارمند پیدا کردند، جایی که نتایج آن‌ها نشان داد که اگر سازمان فرهنگ یادگیری بالایی در حضور توانمندسازی داشته باشد، رفتار کارمند به‌شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد (کریشنا^۳ و

4. Fernandez & Moldogaziev

5. Luoh

6. Nolan

1. Greasley

2. Kuo

3. Krishna

شغلی است و یکی از مهم‌ترین چالش‌های مدیران این است که آن‌ها از اهمیت رضایتمندی کارکنان آگاه هستند، اما نمی‌دانند که چگونه باید استقلال شغلی و خودمختاری را ایجاد کنند. لذا، در تدوین استراتژی منابع انسانی باید به نیروی کار آزادی و استقلال عمل داد تا از این طریق تعهد، توسعه، نوآوری، تولید محصولات جدید و یادگیری سازمانی حاصل گردد.

Referenes

- Amirkhani, T., & ArefNejad, M. (2012). "The Impact of organizational citizenship behavior and psychological capital on social capital". *Iranian Academy of Management science*, 7(26), 89-112. (In Persian)
- Asadollah, M., Sanavifard, R., & Hamidzadeh, A. (2019). "Introducing a New E-Banking Model Based on the Rise of FinTechs and Startups (A Case of a Private Bank In Iran)". *Technological Development Management*, 7(2), 195-248. (In Persian)
- Bahadori Khosroshahi, J., Hashemi Nosratabadi, T., & Bayrami, M. (2013). "The relationship between psychological capital and personality traits with job satisfaction among librarians' in public libraries in Tabriz". *Pajoohande*, 17(6), 313-319. (In Persian)
- Bahadorikhosroshahi, J., Hashemi Nosrat abad., T., & Babapur Kheyroddin, J. (2015). "The Relationship between Social Capital and Psychological Well-being among the Students of Tabriz University". *journal of social cognition*, 3(2), 44-54. (In Persian)
- Belghis Bavarsad, B., Norozi, P., & Hajipour. B. (2017). "Explanation of Business Process Improvement Pattern". *Iran Strategic Management Society*, 8(29), 37-64. (In Persian)
- Brandenburger, A.M. & Stuart, H. (2016). "Value-based business strategy". *Journal of Economics and Management strategy*, 5-25.
- Cheng, C. H., & Lin, Y. (2002). "Evaluating the best main battle tank using fuzzy decision theory with linguistic criteria evaluation". *European journal of operational research*, 142(1), 174-186.
- Crant, J. M., & Bateman, T. S. (2000). "Charismatic leadership viewed from above: The impact of proactive personality". *Journal of organizational Behavior*, 21(1), 63-75.
- Eggers, F., O'Dwyer, M., Kraus, S., Vallaster, C, & Guldenberg, S, (2013), "The impact of brand authenticity on brand trust and SME growth: A CEO perspective". *Journal of World Business*, 48(1), 112-139.
- Fernandez, S., & Moldogaziev, T. (2012). "Using employee empowerment to encourage innovative behavior in the public sector". *Journal of Public Administration Research and Theory*, 23(1), pp. 155-187.
- Fesharaky, F., Sehat., S. & Mosavi, S.M. (2017). "Investigating the Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Growth Through Branding". *Strategic management research*, 23(66), 57-79. (In Persian)
- Feyz, D., Nemati, M.A., Jeblijavan, A., & Zangian, S. (2012). "The effect of marketing capabilities on the performance outcomes of small and medium-sized entrepreneurial companies (Case study: Tehran Hamburger Food Company)". *Innovation and Value Quarterly Creation*, 1(1), 28-19. (In Persian)
- Foroher, M., Hoveida, R., & Jamshidian, A. (2011). "Explaining the Relationship between Psychological Capital and Organizational Entrepreneurship of University Faculty Members". *Journal of Counseling and Psychotherapy Culture*, 2(8), 84-100. (In Persian)
- George, G., & Bock, A. J. (2011). "The business model in practice and its implications for entrepreneurship research". *Entrepreneurship theory and practice*, 35(1), 83-111.
- Ghasemi, J., Asadi, A., & hoseininia, Gh. (2012)." Investigating Factors Affecting Entrepreneurial Mentality of Tehran University's Graduate Students". *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 40(2), 71. (In Persian)
- Grabowska, M. (2015). "Innovativeness in business models". *Procedia Computer Science*, 65, 1023-1030.

- Greasley, K., Bryman, A., Dainty, A., Price, A., Soetanto, R., & King, N. (2005). "Employee perceptions of empowerment". *Employee Relations*, 27(4), 354-368.
- Guercini, S., & Milanese, M. (2017). Extreme luxury fashion: business model and internationalization process. *International Marketing Review*.
- Jahromi, A. (2017). "Innovation in Business Model (New Factor of Competitive Advantage)". *Business Reviews*, 14(80)1-13. (In Persian)
- khodaye Mahmodi, R., Bohlouli, N., & Ghanimat, P. (2013). "Investigating the Relationship of Personality and Psychological Traits with Entrepreneurship (Case of study: Tabriz Branch, Islamic Azad University)". *the Journal Productivity Management*, 7(2), 127-141. (In Persian)
- KhosraviPour, B., Irvani, H., Hosseini, S.M., Movahed Mohammadi, S.H. (2007). "Identification and analysis of educational components affecting the entrepreneurial empowerment of students of applied science higher education centers". *Iranian Journal of Agricultural Sciences*, 2(38). 217-207. (In Persian)
- Kim, B. (2017) Startup trends and implications from unicorn. *Inst. Int. Trade*, 212-223.
- Kodama, F., & Shibata, T. (2017). "Beyond fusion towards IoT by way of open innovation: an investigation based on the Japanese machine tool industry 1975-2015". *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(4), 23.
- Kuo, T. H., Ho, L. A., Lin, C., & Lai, K. K. (2010). Employee empowerment in a technology advanced work environment. *Industrial Management & Data Systems*.
- Larson, M.D., Norman, S.M., Hughes, L.W., & Avey, J.B. (2013). "Psychological capital: a new lens for understanding employee fit and attitudes". *International Journal of Leadership Studies*, 8(1), 28-43.
- Lee, M., Yun, J. J., Pyka, A., Won, D., Kodama, F., Schiuma, G., & Zhao, X. (2018). "How to respond to the fourth industrial revolution, or the second information technology revolution? Dynamic new combinations between technology, market, and society through open innovation". *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(3), 21.
- Luoh, H.F., Tsaor, S.H., & Tang, Y.Y. (2014). "Empowering employees: job standardization and innovative behavior". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(7), 1100-1117.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). "Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction". *Personnel psychology*, 60(3), 541-572.
- M. Dianatnasab, M., H. Javidi, H., & Bagholi, H. (2014). "The Meditation role of Job stress in the Relationship Between Psychological Capital and Personnels Performance of Gachsaran Oil and Gas Company Operating in Dashtgaz". *Psychological methods and models*, 4(15), 75-89. (In Persian)
- Marashian, F.M., & Naderi, F. (2017). "Relations of Organizational Culture, Emotional Intelligence and Psychological Capital with Job Self -efficacy and Organizational Entrepreneurship among the Employees of Khuzestan Water and Power Organization". *Knowledge & Research Applied Psychology*, 14(3), 112-121.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). "Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others". *Human resource management review*, 13(2), 281-301.
- Meshbaki, A., Sadeghiani, F., & Sadeghiani, A. (2015). Brand equity with an approach to the Iranian market, Tehran: Marketing Publications. (In Persian)
- Nikbeen, H., Badizadeh, A., Davari, A., hosseininia., Gh. (2017). "An Effective Business Model in the Field of Electronics Business Using Repertory Grid Technique". *Technological Development Management*, 6(1), 137-159. (In Persian)
- Nirumand, p., Zafarian, Reza Ghasemzadeh, F., & Delkhosh Kasmaei, A. (2012). "Selecting the appropriate business model for enterprises operating in the field of

- mobile Internet in Iran using the approach of hierarchical analysis". *Information technology management*, 4(13), 186-171. (In Persian)
- Nolan, C. T., & Garavan, T. N. (2016). "Human resource development in SMEs: a systematic review of the literature". *International Journal of Management Reviews*, 18(1), 85-107.
- Potnuru, R. K. G., Sahoo, C. K., & Sharma, R. (2019). Team building, employee empowerment and employee competencies: Moderating role of organizational learning culture. *European Journal of Training and Development*.
- Rezaei Manesh, B., Roodsaz., H., Mohammad Taghi Taghavifard., M.T., Haghighi Kaffash., M., & Kamareie, A. (2018). "Identify the capabilities and resources to change the business model of commercial banks in Iran". *Investment knowledge*, 6(21), 161-174. (In Persian)
- Rodríguez, R., Molina-Castillo, F. J., & Svensson, G. (2020). "The mediating role of organizational complexity between enterprise resource planning and business model innovation". *Industrial Marketing Management*, 84, 328-341.
- Sehhat, S., Mahmoud Zadeh, S. M., Ashena, M., & Parsa, S. (2015). "Positive psychological capital: The role of Islamic work ethics in Tehran Public Organizations". *Iranian journal of management studies*, 8(4), 545-566.
- Sharbatdaran, H., Yadalahi, J., Aghajani, A. A. (2018). Business Model Development and Job Sustainability, National Conference on Entrepreneurship, *Export Development and Internationalization of Business*. (In Persian)
- Sharifzadeh, A., & Abdollahzadeh, G. (2012). "Evaluating Relationships between Learning Styles and Entrepreneurial Traits of Agriculture Students". *IRPHE*, 18(2), 131-152. (In Persian)
- Sharifzadeh, M. S., Pahlavani., M.H. & Abdollahzadeh, GH. (2017). "The Relationship between Psychological Capital Components and Entrepreneurial Characteristics of Students of Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources". *Journal of Agricultural Education Management Research*, 9(40), 68-83. (In Persian)
- Sharifzadeh, M., & Zamani, Gh. (2006). "Entrepreneurial spirit in agricultural students: A case study of Shiraz University". *Iranian Journal of Agricultural Sciences*, 37(1), 115-107. (In Persian)
- Spieth, P., Tidd, J., Matzler, K., Schneckenberg, D., & Vanhaverbeke, W. (2013). Special issue on business model innovation—editorial note.
- Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). "Relationship between positive psychological capital and creative performance". *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(1), 4-13.
- Velu, C., & Stiles, P. (2013). "Managing decision-making and cannibalization for parallel business models". *Long Range Planning*, 46(6), 443-458.
- Yun, J. J. (2017). *Business Model Design Compass: Open Innovation Funnel to Schumpeterian New Combination Business Model Developing Circle*. Springer.
- Zhang, Y., Zhao, S., & Xu, X. (2016). "Business model innovation: an integrated approach based on elements and functions". *Information Technology and Management*, 17(3), 303-310.