





Designing and Formulating a Model for Identifying Entrepreneurship Opportunities in the Organization of Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism

Pejman Khashayari ¹, Seyed Abbas Heydari ^{*2}, Sina Nemati Zadeh ³

¹ Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. p.khashayari2020@gmail.com

^{*2} (Corresponding author) Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. s.a.heydari99@outlook.com

³ Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. nematizadeh2019@gmail.com

Article Info

Research Article

Issue 53

Volume 21

Page 176 to 199

Submission Date: 2020/06/19

Review Date: 2021/03/18

Acceptance Date: 2021/05/19

Publication Date: 2024/03/20

Keywords

Entrepreneur,
Entrepreneurship Opportunities,
Factors Affecting
Entrepreneurship,
Structural Equation Modeling
(SEM) Technique.

Cite this article

Khashayari, P., Heydari, S. A. and NematiZadeh, S. (2024). Designing and Formulating a Model for Identifying Entrepreneurship Opportunities in the Organization of Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism. *Islamic Art Studies*, 21(53), 176-199.

 dori.net/dor/20.1001.1.1735708.1403.21.53.9.3

 dx.doi.org/10.22034/IAS.2021.278040.1572

ABSTRACT

One factor, alongside labor and capital, considered as a source of economic growth and development is the presence of entrepreneurs with driving characteristics such as creativity and innovation. The spread of an entrepreneurial spirit and the training and nurturing of entrepreneurs in society have a favorable effect on economic and social growth; because entrepreneurs, by properly utilizing economic facilities and creating new business opportunities, improve the performance of production and service firms. Therefore, attention to the subject of entrepreneurship is of great importance. Considering the importance of the topic, the present research has undertaken the design and formulation of a model for identifying entrepreneurship opportunities. Based on the findings of the qualitative research phase and the obtained paradigmatic model, a hypothetical model was developed, which includes the variables of: entrepreneurial skills training, consultation, securing financial resources, fundamental infrastructures (cultural-economic-physical-commercial), environmental factors, strategic factors, individual factors (personality traits), cultural factors, initial knowledge, driving forces, social networks, entrepreneurial alertness, individual outcomes, macro outcomes, reforming laws and regulations, entrepreneurial capacity building and empowerment, entrepreneurial incentive system, general facilitating conditions, and general restrictive conditions. Based on the obtained impact coefficients, reforming laws and regulations, macro outcomes, individual factors, consultation, individual outcomes, training (with its impact coefficient), financial resources, environmental factors, cultural factors, knowledge, entrepreneurial incentive system, entrepreneurial capacity building and empowerment, general restrictive conditions, social networks, fundamental infrastructures, entrepreneurial alertness, general facilitating conditions, strategic factors, and driving forces, in order from highest to lowest impact, have taken the most to the least amount of effect. Therefore, emphasis must be placed on reforming laws and regulations to improve and create entrepreneurship opportunities.

Research Objectives:

1. Designing a model for identifying entrepreneurship opportunities.
2. Formulating a model for identifying entrepreneurship opportunities.

Research Questions:

1. How is the model for identifying entrepreneurship opportunities designed?
2. How is the model for identifying entrepreneurship opportunities formulated?

Introduction

Entrepreneurship plays a very key role in the economic and sustainable development of all societies; to the extent that today it is considered one of the development indicators in growing countries. Entrepreneurship is the most important source of innovation, job creation, and development. One factor, alongside labor and capital, considered as a source of economic growth and development, is the presence of entrepreneurs with driving characteristics such as creativity and innovation. The spread of an entrepreneurial spirit and the training and nurturing of entrepreneurs in society have a favorable effect on economic and social growth; because entrepreneurs, by properly utilizing economic facilities and creating new business opportunities, improve the performance of production and service firms (William Birkinshaw, 2009). Considering the importance of the topic of entrepreneurship, the present research intends to conduct a study based on designing and formulating a model for identifying entrepreneurship opportunities. In addition to theoretical and legal necessities regarding the importance and necessity of entrepreneurship development, the existing conditions in Isfahan have made the need to pay attention to entrepreneurship more serious. Given the importance of the tourism sector in Isfahan and that the growth of this sector serves as a platform for achieving development goals, as well as the existence of unemployment in this province in the tourism sector, work in handicrafts and factories, and considering that cooperatives can serve as a place for job creation; and given the nature of entrepreneurship, which can be a strategy for creating job opportunities, therefore, the necessity and conduct of this research, which attempts to address the role of factors related to entrepreneurship development and also rank them, is a step towards improving problems and becomes necessary. In addition to the mentioned points, the importance and necessity of this research can be examined from the following dimensions:

From the perspective of legal necessity, special attention has been paid to expanding job opportunities. Conducting this research paves the way for adopting a national strategy in the field of entrepreneurship in Iran in general and specifically in this context. Entrepreneurship, as one of the most important main axes of economic and sustainable growth and development, is important for the following reasons (Drucker, 2014):

- Entrepreneurship increases and creates capital.
- It causes an increase in economic activities, job creation, wealth, and income.

- Entrepreneurship development increases economic growth, through which positive effects such as improved welfare of people, poverty reduction, and increased employment in society emerge.
- Entrepreneurship leads to the emergence of new products, services, methods, policies, ideas, and solutions for solving society's problems.
- It is a factor for strengthening and evolving domestic industries and provides the ground for domestic industries to compete with foreign industries, leading to increased exports and foreign currency earnings for the country.
- It causes competition, strengthening, and evolution of similar domestic industries with each other and ultimately leads to improvement and increased quality level of goods.
- It is a factor for economic development, welfare, and social security of society.

Ahmad et al. (2020) examined sustainable entrepreneurship practices in Malaysian small and medium-sized manufacturing firms: the role of individual, organizational, and institutional factors. The results indicate that SME entrepreneurs in Malaysia are fully aware of sustainable entrepreneurship practices and utilize the importance of sustainability concepts in their business performance. Wiklund et al. (2019) examined entrepreneurship and well-being in three time dimensions: past, present, and future. In this research, entrepreneurial well-being is defined as the experience of satisfaction, positive affect, very low negative affect, and psychological functioning related to developing, starting, growing, and running a venture. Reuber et al. (2018) examined international entrepreneurship, pursuing entrepreneurial opportunities across national borders. This research, for the specific topic of international entrepreneurship, presents key concepts regarding the pursuit of entrepreneurial opportunities and the international business literature. Zhou and Lin (2018) addressed e-commerce opportunities, entrepreneurial perceptions, external pressures, theory of effectual entrepreneurship, and IT infrastructure evolution. The results revealed that external pressures and IT infrastructure evolution had a positive and significant relationship with directing entrepreneurial perceptions. The results also indicate that IT infrastructure evolution had stronger effects on collaboration perception and planning perception compared to external pressures. This article provides useful and clear guidance for employers to understand the three entrepreneurial perceptions for exploring emerging e-commerce opportunities and the driving factors for entrepreneurial perceptions. Mroskey and Kratzer (2017) in their research addressed entrepreneurship and innovation at the country level and examined the role of entrepreneurial opportunities. The results indicate that entrepreneurial opportunity is positively associated with technological

advancement. This interaction shows that access to opportunities is an important element of a country's entrepreneurial environment.

Conclusion

What are the main dimensions and indicators affecting entrepreneurship development in designing and formulating the model for opportunity identification? To identify the dimensions and indicators affecting entrepreneurship development, the results of confirmatory factor analysis and the structural equation modeling correlation test showed that in the causal conditions dimension, the impact coefficients and significance for the factors were: Training (0.912, 33.390), Consultation (0.928, 55.132), Financial Resources (0.878, 25.480), Knowledge (0.861, 30.510), Strategic Factors (0.691, 8.120), Individual Factors (0.947, 73.017), Driving Forces (0.644, 7.622), and Entrepreneurial Alertness (0.728, 9.574). Comparing the significance t-test result with the benchmark value of 1.96, it can be said that these indicators have a significant impact on the model.

In the core category dimension, the impact coefficients and significance for the Entrepreneurial Incentive System (0.847, 23.663) and Entrepreneurial Capacity Building and Empowerment (0.827, 18.825) were obtained. Comparing the significance t-test result with the benchmark value of 1.96, it can be said that these indicators have a significant impact on the model.

In the strategy dimension, the coefficient for Reforming Laws and Regulations (1, 9123.273) was obtained. Given the t coefficient, it can be said this indicator has a significant impact on the model.

In the contextual conditions dimension, the coefficients for Social Networks (0.769, 14.339), Cultural Factors (0.862, 22.985), Fundamental Infrastructures (0.762, 14.798), and Environmental Factors (0.877, 34.027) were obtained. Considering the significance of the t coefficient, these indicators have a significant impact on the model.

In the intervening conditions dimension, the coefficients for General Facilitating Conditions (0.707, 13.879) and General Restrictive Conditions (0.792, 25.829) were obtained. These indicators also, considering the significance of the t coefficient, have a significant impact on the model.

In the outcomes dimension, the coefficients for Individual Outcomes (0.913, 36.102) and Macro Outcomes (0.952, 54.230) were obtained. Considering the significance of the t coefficient, these indicators have a significant impact on the model.

Therefore, overall, 19 dimensions have been identified as the main indicators affecting entrepreneurship development in designing and formulating the model for opportunity identification.

How are the relationships between the main dimensions and indicators related to entrepreneurship development in designing and formulating the model for opportunity identification?

Based on the obtained findings, the exogenous (independent) variables include: Training, Consultation, Financial Resources, Knowledge, Strategic Factors, Individual Factors, Driving Forces, Entrepreneurial Alertness, Social Networks, Cultural Factors, Fundamental Infrastructures, Environmental Factors, General Facilitating Conditions, and General Restrictive Conditions. The endogenous or dependent variables include: Entrepreneurial Incentive System, Entrepreneurial Capacity Building and Empowerment, Reforming Laws and Regulations, and Individual and Macro Outcomes.

The degree of impact of the identified variables, considering the impact coefficient and the significant t-test, indicates that the identified variables are applicable and conclusive within the studied population. Based on the obtained impact coefficients, the factors in order from highest to lowest impact are: Reforming Laws and Regulations (1), Macro Outcomes (0.952), Individual Factors (0.947), Consultation (0.928), Individual Outcomes (0.913), Training (0.912), Financial Resources (0.878), Environmental Factors (0.877), Cultural Factors (0.862), Knowledge (0.861), Entrepreneurial Incentive System (0.847), Entrepreneurial Capacity Building and Empowerment (0.827), General Restrictive Conditions (0.792), Social Networks (0.769), Fundamental Infrastructures (0.762), Entrepreneurial Alertness (0.728), General Facilitating Conditions (0.707), Strategic Factors (0.691), and Driving Forces (0.644).

What is the validity of the model of factors affecting entrepreneurship development in designing and formulating the model for opportunity identification?

The results of the analyses for the research model's validity showed that the factor loadings and t coefficients for the 89-question questionnaire, according to Table (5), were all above 0.4, and the significant t coefficients were above the benchmark value of 1.96. To examine the quality or validity of the model, validity assessment was used, which includes the communality validity index and the redundancy validity index. The results showed in Table (9) that the values for each of the indices related to the independent and dependent variables are positive and greater than zero. Therefore, it can be said the model possesses acceptable quality and validity.

Furthermore, in assessing the overall model fit, the overall goodness-of-fit index obtained was 0.614, which is a strong index and indicates the high overall quality of the

model. Also, the relationships between the main research variables were significant, and the relationships between the endogenous (dependent) and exogenous (independent) variables of the model were also significant.

References

Ahmad, NH, Rahman, Syed Abidur, R., & Noor Liyana, Khairul A., & Halim, H. (2020). Sustainable entrepreneurship practices in Malaysian manufacturing SMEs: the role of individual, organisational and institutional factors. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(2), 153-171.

Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*: Routledge.

Mrożewski, M, & Kratzer, J. (2017). Entrepreneurship and country-level innovation: investigating the role of entrepreneurial opportunities. *The Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1125-1142.

Reuber, A Rebecca, & Knight, Gary A, Liesch, Peter W, & Zhou, L. (2018). *International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders*: Springer.

Williams, Ch. (2009). Subsidiary-level determinants of global initiatives in multinational corporations. *Journal of International Management*, 15(1), 92-104.

Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. D., & Bradley, S. (2019). *Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future*.



طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

پژمان خشایاری^۱، سید عباس حیدری^۲، سینا نعمتی‌زاده^۳

^۱ گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. P.khashayari2020@gmail.com

^۲ (نویسنده مسئول) گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. S.a.heydari99@outlook.com

^۳ گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Nematizadeh2019@gmail.com

چکیده

یکی از عواملی که در کنار کار و سرمایه به‌عنوان منبع رشد و توسعه اقتصادی مطرح است، وجود کارآفرینان با ویژگی‌های پیش‌برنده‌ای مانند خلاقیت و نوآوری هستند. گسترش روحیه کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان در جامعه اثر مطلوبی بر رشد اقتصادی و اجتماعی دارد؛ چراکه کارآفرینان با استفاده صحیح از امکانات اقتصادی و خلق فرصت‌های تجاری جدید موجب بهبود عملکرد بنگاه‌های تولیدی و خدماتی می‌شوند، لذا توجه به مقوله کارآفرینی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. با توجه به اهمیت موضوع پژوهش حاضر به طراحی و تبیین مدلی برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی پرداخته است. براساس یافته‌های مرحله پژوهش کیفی و الگوی پارادایمی به‌دست آمده، الگویی فرضی تدوین شد که شامل متغیرهای آموزش مهارت‌های کارآفرینی، مشاوره، تأمین منابع مالی، زیرساخت‌های اساسی، (فرهنگی- اقتصادی- فیزیکی- تجاری)، عوامل محیطی، عوامل استراتژیک، عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی)، عوامل فرهنگی، دانش اولیه، نیروهای پیش‌برنده، شبکه‌های اجتماعی، هوشیاری کارآفرینی، پیامدهای فردی، پیامدهای کلان، اصلاح قوانین و مقررات، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه، نظام انگیزش کارآفرینانه، شرایط عمومی تسهیل‌گر و شرایط عمومی محدودکننده بوده است. براساس میزان ضریب تأثیر به‌دست آمده، اصلاح قوانین و مقررات، پیامدهای کلان، عوامل فردی، مشاوره، پیامدهای فردی، آموزش با ضریب تأثیر، منابع مالی، عوامل محیطی، عوامل فرهنگی، دانش، نظام انگیزش کارآفرینانه، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه، شرایط عمومی محدودکننده، شبکه‌های اجتماعی، زیرساخت‌های اساسی، هوشیاری کارآفرینی، شرایط عمومی تسهیل‌گر، عوامل استراتژیک و نیروهای پیش‌برنده، به ترتیب بیشترین تا کم‌ترین میزان تأثیر را به خود اختصاص داده‌اند. لذا باید به اصلاح قوانین و مقررات در جهت بهبود و ایجاد فرصت‌های کارآفرینی تأکید داشت.

اهداف پژوهش:

۱. طراحی مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی.
۲. تبیین مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی.

سؤالات پژوهش:

۱. طراحی مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی چگونه است؟
۲. تبیین مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی چگونه است؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۵۳

دوره ۲۱

صفحه ۱۷۶ الی ۱۹۹

تاریخ ارسال مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۳۰

تاریخ داوری: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۲۹

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۱/۰۱

کلمات کلیدی

کارآفرین، فرصت‌های کارآفرینی، عوامل مؤثر بر کارآفرینی، تکنیک معادلات ساختاری.

ارجاع به این مقاله

خشایاری، پژمان، حیدری، سید عباس، & نعمتی‌زاده، سینا. (۱۴۰۳). طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. مطالعات هنر اسلامی، ۲۱(۵۳)، ۱۷۶-۱۹۹.



dor.net/dor/20.1001.1.1735708.1403.21.53.93



dx.doi.org/10.22034/IAS.2021.278040.1522

مقدمه

کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد؛ به طوری که امروزه یکی از شاخص‌های توسعه در کشورهای روبه‌رشد محسوب می‌شود. کارآفرینی مهم‌ترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه می‌باشد. یکی از عواملی که در کنار کار و سرمایه به‌عنوان منبع رشد و توسعه اقتصادی مطرح است، وجود کارآفرینان با ویژگی‌های پیش‌برنده‌ای مانند خلاقیت و نوآوری هستند. گسترش روحیه کارآفرینی و تربیت و پرورش کارآفرینان در جامعه اثر مطلوبی بر رشد اقتصادی و اجتماعی دارد؛ چراکه کارآفرینان با استفاده صحیح از امکانات اقتصادی و خلق فرصت‌های تجاری جدید موجب بهبود عملکرد بنگاه‌هایی تولیدی و خدماتی می‌شوند (ویلیام بیرکینشاو^۱: ۲۰۰۹). با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی پژوهش حاضر قصد اجرای پژوهشی بر مبنای طراحی و تبیین مدلی برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی را خواهد داشت. علاوه بر ضرورت‌های نظری و قانونی در اهمیت و ضرورت توسعه کارآفرینی شرایط موجود در اصفهان ضرورت توجه به بحث کارآفرینی را جدی‌تر کرده است. با توجه به اهمیت بخش گردشگری در اصفهان و اینکه رشد این بخش به‌عنوان بستری برای کسب اهداف توسعه می‌باشد، همچنین وجود معضل بیکاری در این استان در بخش گردشگری و کار در صنایع دستی و کارخانجات، با اشاره به این موضوع که تعاونی‌ها می‌توانند به‌عنوان جایگاهی برای ایجاد اشتغال باشند؛ با توجه به ماهیت کارآفرینی که می‌تواند به‌عنوان راهکاری برای ایجاد فرصت‌های شغلی باشد، لذا ضرورت و انجام این تحقیق که سعی در نقش عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی و همچنین رتبه‌بندی آن را دارد گامی در جهت بهبود مشکلات بوده و ضرورت می‌یابد. علاوه بر موارد ذکر شده می‌توان اهمیت و ضرورت این تحقیق را از ابعاد زیر مورد بررسی قرار داد:

از بُعد ضرورت قانونی توجه ویژه به گسترش فرصت‌های شغلی شده است. انجام این تحقیق زمینه مناسب را برای اتخاذ یک راهبرد ملی در زمینه کارآفرینی در ایران به‌طور عام به‌طور خاص را هموار می‌نماید. کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محورهای اصلی رشد و توسعه اقتصادی و پایدار به دلایل زیر دارای اهمیت است (دروکر^۲، ۲۰۱۴).

- کارآفرینی موجب افزایش و ایجاد سرمایه می‌شود.
- باعث افزایش فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد شغل، ثروت و درآمد می‌شود.
- توسعه کارآفرینی رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد که از طریق آن اثرات مثبتی چون بهبود وضعیت رفاهی مردم، کاهش فقر و افزایش اشتغال در جامعه به‌وجود می‌آید.
- کارآفرینی سبب پیدایش محصولات، خدمات، روش‌ها، سیاست‌ها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می‌شود.
- عامل تقویت و تکامل صنایع داخلی است و زمینه رقابت صنایع داخلی با صنایع خارجی را فراهم می‌آورد و منجر به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می‌شود.

^۱ Williams

^۲ Drucker

- باعث رقابت، تقویت و تکامل صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و افزایش سطح کیفیت کالاها می شود.
- عامل توسعه اقتصادی، رفاه و تأمین اجتماعی جامعه است.

احمد و همکاران^۳ (۲۰۲۰) به بررسی شیوه های کارآفرینی پایدار در شرکت های کوچک و متوسط تولید مالزی: نقش عوامل فردی، سازمانی و نهادی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که کارآفرینان شرکت های کوچک و متوسط در مالزی از شیوه های کارآفرینی پایدار کاملاً آگاه هستند و از اهمیت مفاهیم پایداری در عملکرد تجاری خود بهره می برند. ویکلوند و همکاران^۴ (۲۰۱۹) به بررسی کارآفرینی و رفاه در سه بُعد زمانی گذشته، حال و آینده پرداختند. در این پژوهش رفاه کارآفرینی به عنوان تجربه رضایت، تأثیر مثبت، تأثیر منفی بسیار اندک و عملکرد روانشناختی در رابطه با توسعه، شروع، رشد و اجرای یک کارآفرینی تعریف شده است. روبر و همکاران^۵ (۲۰۱۸) به بررسی کارآفرینی بین المللی، پیگیری فرصت های کارآفرینی در سراسر مرزهای ملی پرداختند. در این پژوهش برای موضوع ویژه کارآفرینی بین المللی، مفاهیم کلیدی راجع به پیگیری فرصت های کارآفرینی و ادبیات بین المللی کسب و کار ارائه شده است. ژو و لین (۲۰۱۸) به فرصت های کسب و کار الکترونیک، ادراکات کارآفرینانه، فشارهای خارجی، نظریه کارآفرینی ذهنیت گرا، تکامل زیرساخت فناوری اطلاعات پرداخته است. نتایج آشکار کردند که فشارهای برونی و بالندگی زیرساخت IT ارتباط مثبت و معناداری با هدایت ادراکات کارآفرینانه داشتند. همچنین نتایج بیان می کنند که بالندگی زیرساخت IT اثرات قویتری بر ادراک همکاری و ادراک برنامه ریزی در مقایسه با فشارهای برونی دارد. این مقاله، راهنمایی های مفید و شفافی برای کارفرمایان جهت درک سه ادراک کارآفرینانه برای کشف فرصت تجارت الکترونیک نوظهور و عوامل محرک برای ادراکات کارآفرینانه را ارائه می دهد. مروسکی و کراتزر^۶ (۲۰۱۷) در تحقیق خود به کارآفرینی و نوآوری در سطح کشور و بررسی نقش فرصت های کارآفرینی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که فرصت کارآفرینی با پیشرفت تکنولوژیکی ارتباط مثبتی دارد. این تعامل نشان می دهد که دسترسی به فرصت ها به عنوان یک عنصر مهم از محیط کارآفرینی کشور است.

۱. روش تحقیق

گام اول: استخراج شاخص ها

در این قسمت با بررسی پژوهش های صورت گرفته در زمینه موضوع تحقیق و نیز با استفاده از نظرات اعضای نمونه (متشکل از ۶۶ نفر کارآفرینان شهر اصفهان) به جمع آوری شاخص های مرتبط با کارآفرینی پرداخته شد و تعداد ۱۹ شاخص به شرح ذیل استخراج گردید:

^۳ Ahmad et al.

^۴ Wiklund et al.

^۵ Reuber et al.

^۶ Mrożewski & Kratzer.

- (۱) آموزش مهارت‌های کارآفرینی
- (۲) مشاوره
- (۳) تأمین منابع مالی
- (۴) زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)
- (۵) عوامل محیطی
- (۶) عوامل استراتژیک
- (۷) عوامل فردی (ویژگی‌های شخصی)
- (۸) عوامل فرهنگی
- (۹) دانش اولیه
- (۱۰) نیروهای پیش‌برنده
- (۱۱) شبکه‌های اجتماعی
- (۱۲) هوشیاری کارآفرینی
- (۱۳) پیامدهای فردی
- (۱۴) پیامدهای کلان
- (۱۵) اصلاح قوانین و مقررات
- (۱۶) ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه
- (۱۷) نظام انگیزش کارآفرینانه
- (۱۸) شرایط عمومی تسهیل‌گر
- (۱۹) شرایط عمومی محدودکننده

گام دوم: روش حداقل مربعات جزئی

مدل تحقیق با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی مورد آزمون قرار گرفته شده است. به‌طور کلی مدل‌سازی معادلات ساختاری از دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است و متغیرهای مدل در دو دسته متغیرهای پنهان و آشکار تقسیم‌بندی می‌شوند.

۱- مدل اندازه‌گیری (تحلیل عامل تأییدی) در معادلات ساختاری، روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار را نشان می‌دهد.

۲- مدل ساختاری (تحلیل مسیر) در معادلات ساختاری، روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر را بررسی می‌کند.

در تکنیک حداقل مربعات جزئی چند نکته از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است:

- شدت تأثیر عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده به وسیله بار عاملی نشان داده می شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کم تر از $0/3$ باشد اثر ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگ تر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است.
- زمانی که همبستگی متغیرها شناسایی گردید باید آزمون معناداری صورت گیرد. برای بررسی معناداری همبستگی های مشاهده شده از روش های خودگردان سازی (بوت استراپ^۷) و یا برش متقاطع جک نایف^۸ استفاده می شود. در این مطالعه از روش خودگردان سازی استفاده شده است که آماره t را به دست می دهد. بوت استرپینگ در واقع تخمین ویژگی های (مثل واریانس) یک تخمین زنده است با استفاده از اندازه گیری همین ویژگی ها در یک توزیع تقریبی از کل داده های نمونه. یک انتخاب استاندارد برای توزیع تقریبی،

توزیع تجربی داده های مشاهده شده است. در حالتی که بتوان فرض کرد مجموعه ای از مشاهده ها از جمعیتی مستقل و به طور مساوی توزیع شده است، بوت استرپینگ می تواند با ساخت تعدادی باز نمونه پیاده سازی شود که هر کدام از این باز نمونه ها در واقع نمونه هایی رندم با جای گذاری از مجموعه داده های اصلی هستند. بوت استراپ را می توان انجام نمونه گیری با جای گذاری از یک نمونه اصلی به دفعات زیاد دانست که با استفاده از نتایج کلیه دفعات نمونه گیری، در مجموع می توان به یک توزیع نمونه ای دستیافت. این توزیع نمونه ای، مبنایی را برای انجام برآوردها به ویژه برآورد خطای معیار برای پارامترهای مختلف فراهم می آورد. در خودگردان سازی به جای آنکه بر مبنای یک نمونه به برآورد خطای معیار دست زنییم با انجام نمونه گیری های فرعی متعدد با جای گذاری حجم نمونه (اغلب ۱۰۰ بار یا بیشتر) یک توزیع نمونه ای تجربه ای فراهم می شود و محاسبه خطاهای معیار بر مبنای آن به انجام می رسد. به چنین توزیع نمونه ای یک توزیع نمونه خودگردان می گویند. براساس نمونه های تولید شده در هر مرحله پارامترها بر مبنای روش تعیین شده توسط پژوهشگر برآورد می شوند؛ بنابراین برای هر پارامتر به اندازه تعداد نمونه های موجود مقدارهای مختلف حاصل خواهد شد که توزیع این مقادیر برای هر پارامتریک توزیع نمونه گیری خودگردان است. میانگین این مقادیر برای هر پارامتر که به عنوان برآوردگر خودگردان شناخته می شود به عنوان مقدار برآورد شده برای آن پارامتر در خروجی نرم افزار گزارش می شود.

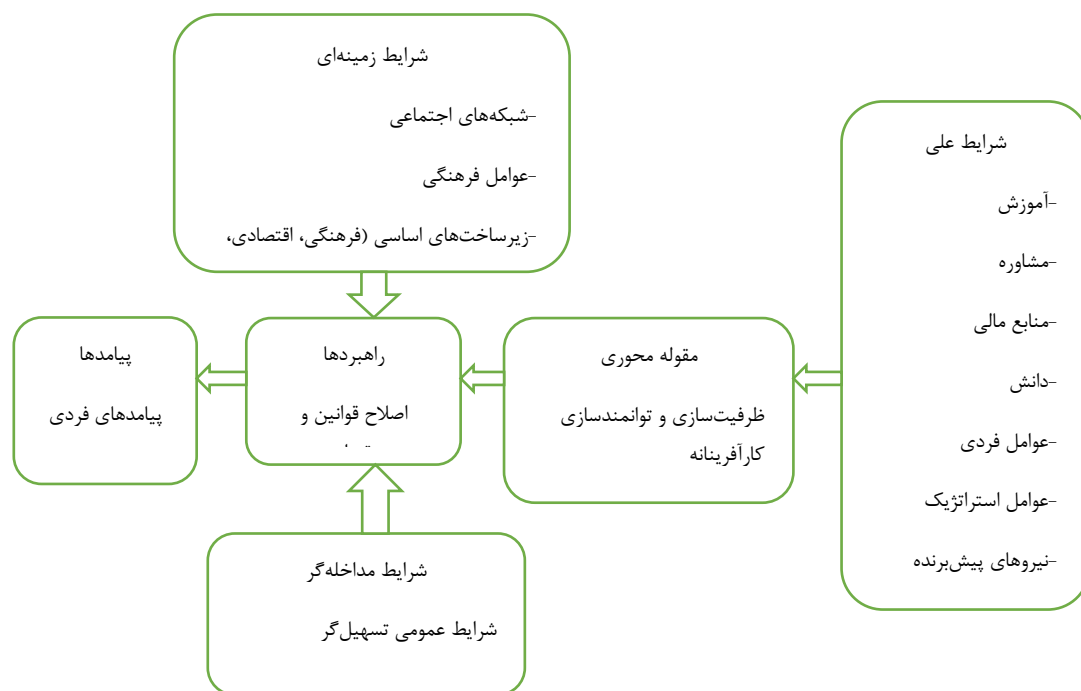
۲. نتایج عددی

۲.۱. نتایج تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

مدل ارائه شده در پژوهش حاضر به صورت زیر ترسیم گردید:

^۷ Bootstrap

^۸ Jackknife



شکل ۱. مدل پارادیمی پژوهش

شرایط عالی، شامل مواردی از مقولات است که مستقیماً بر پدیده محوری تأثیرگذار است یا به‌گونه‌ای ایجادکننده و توسعه‌دهنده این پدیده هستند که اغلب می‌توان با نگاهی منظم به داده‌ها و بازبینی حوادث آن‌ها را پیدا کرد. نتایج به‌دست آمده، نشان داد که آموزش، مشاوره، منابع مالی، دانش، عوامل فردی، عوامل استراتژیک، نیروهای پیش‌برنده و هوشیاری کارآفرینی می‌تواند از شرایط عالی مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی باشد. مقوله محوری، همان پدیده اصلی موردنظر این پژوهش یعنی شناسایی فرصت‌های کارآفرینی است که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده شده‌اند و باتوجه به یافته‌های تحقیق می‌توان از عوامل تأثیرگذار بر این پدیده و راهبردهای برآمده از آن و در ادامه پیامدهای و نتایج حاصل از این راهبردها سخن گفت. در این پژوهش مقوله محوری ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه و نظام انگیزش کارآفرینانه در نظر گرفته شده است. راهبردها، همان اقداماتی هستند که در پاسخ به مقوله یا پدیده محوری ارائه می‌شوند، به شکل هدفمندی انتخاب شده و با استفاده از آن‌ها می‌توان به پدیده محوری جامه عمل پوشاند. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش به صلاح قوانین و مقررات بیش از سایرین اشاره نمودند. شرایط زمینه‌ای، به‌طور کلی عوامل خاصی هستند که کارآفرینان نمی‌توانند آن‌ها را کنترل کنند اما راهبردهای ما از آن بستر متأثر هستند. در رابطه با این عوامل طی مصاحبه‌ها بیشتر زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)، شبکه‌های اجتماعی، عوامل محیطی و عوامل فرهنگی تأکید شده است. شرایط مداخله‌گر، که به تعدیل شرایط عالی می‌پردازد و بر راهبردها تأثیر می‌گذارد، طی مصاحبه‌های انجام شد اکثریت قریب به اتفاق به شرایط عمومی تسهیل‌گر و شرایط عمومی محدودکننده، اشاره کردند که نشان می‌دهد چگونه این عوامل، اجرایی کردن راهبردهای اتخاذ شده را تسهیل می‌کنند. پیامدها و نتایج، از اتخاذ راهبردهایی نشأت می‌گیرد که در حالت

موفقیت آمیز، تحقق آن ها موجب تحقق مقوله محوری می شود. به عنوان نتیجه مصاحبه شوندگان این پژوهش بر پیامدهای فردی و پیامدهای کلان اشاره کرده اند.

۳. بررسی آمار توصیفی شاخص ها

آمار توصیفی پرسش نامه در جدول ذیل آورده شده است.

جدول ۱. وضعیت توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه	میانگین	خطای استاندارد	انحراف معیار	واریانس
آموزش مهارت های کارآفرینی	۶۰	۱/۹	۳	۴/۹	۴/۰۲	۰/۰۶۳	۰/۴۸۹	۰/۲۴۰
مشاوره	۶۰	۲	۲/۸۹	۴/۸۹	۳/۹۹	۰/۰۶۷	۰/۵۲۳	۰/۲۷۴
تأمین منابع مالی	۶۰	۲/۵	۲/۵	۵	۴/۰۲	۰/۰۶۸	۰/۵۲۸	۰/۲۷۹
زیرساخت های اساسی (فرهنگی- اقتصادی- فیزیکی- تجاری)	۶۰	۲/۶۷	۲/۳۳	۵	۴/۱۶	۰/۰۶۵	۰/۵۰۴	۰/۲۵۴
عوامل محیطی	۶۰	۲/۱۷	۲/۸۳	۵	۴	۰/۰۶۴	۰/۵۰۱	۰/۲۵۱
عوامل استراتژیک	۶۰	۲/۵	۲/۵	۵	۴/۰۷	۰/۰۸۰	۰/۶۲۳	۰/۳۸۸
عوامل فردی (ویژگی های شخصیتی)	۶۰	۱/۹۲	۲/۹۲	۴/۸۵	۴/۰۸	۰/۰۶۲	۰/۴۸۳	۰/۲۳۳
عوامل فرهنگی	۶۰	۲/۸	۲/۲	۵	۳/۹۹	۰/۰۷۱	۰/۵۵۳	۰/۳۰۶
دانش اولیه	۶۰	۲/۴	۲/۶	۵	۴/۰۳	۰/۰۶۸	۰/۵۳۴	۰/۲۸۵
نیروهای پیش برنده	۶۰	۲/۶۷	۲/۳۳	۵	۴/۱۲	۰/۰۸۱	۰/۶۳۴	۰/۴۰۳
شبکه های اجتماعی	۶۰	۳/۳۳	۱/۶۷	۵	۳/۸۰	۰/۰۹۶	۰/۷۴۹	۰/۵۶۲
هوشیاری کارآفرینی	۶۰	۲/۵	۲/۵	۵	۳/۹۷	۰/۰۷۱	۰/۵۵۴	۰/۳۰۷
پیامدهای فردی	۶۰	۲/۳۳	۲/۶۷	۵	۴/۱۱	۰/۰۷۲	۰/۵۵۸	۰/۳۱۲
پیامدهای کلان	۶۰	۲/۲۵	۲/۷۵	۵	۴	۰/۰۶۸	۰/۵۳۲	۰/۲۸۴
اصلاح قوانین و مقررات	۶۰	۲	۳	۵	۴/۰۶	۰/۰۶۴	۰/۵۰۰	۰/۲۵۰
ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۶۰	۳	۲	۵	۴/۰۶	۰/۰۸۱	۰/۶۳	۰/۴۰۲
نظام انگیزش کارآفرینانه	۶۰	۲	۳	۵	۴/۲۰	۰/۰۷۹	۰/۶۱۲	۰/۳۷۵
شرایط عمومی تسهیل گر	۶۰	۲	۳	۵	۴	۰/۰۷۷	۰/۵۹۶	۰/۳۵۶
شرایط عمومی محدودکننده	۶۰	۲/۳۳	۲/۶۷	۵	۳/۹۱	۰/۰۸۱	۰/۶۲۷	۰/۳۹۴

براساس جدول شماره ۱ میانگین نمرات متغیرها بین ۳.۸۰ الی ۴.۲۰ بوده است که در این بین نظام انگیزش کارآفرینانه بیشترین میانگی را کسب نموده است. از نظر شاخص انحراف معیار متغیر شبکه‌های اجتماعی دارای بیشترین پراکندگی است.

۴. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

این آزمون در سطح خطای ۰/۰۵ تست می‌شود. اگر مقدار معناداری بزرگ‌تر مساوی سطح خطای ۰.۰۵ به دست آید، دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. بنابراین توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. برای آزمون نرمال بودن داده‌ها فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم می‌شود:

H۰: توزیع داده‌های مربوط به متغیرها نرمال است

H۱: توزیع داده‌های مربوط به متغیرها نرمال نیست

نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها در جدول (۲) ارائه شده است:

جدول ۲. آزمون نرمال بودن داده‌ها (کولموگروف اسمیرنوف)

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولموگروف	معناداری	نرمالیتی
آموزش مهارت‌های کارآفرینی	۱۰	۴/۰۲	۰/۴۸۹	۰/۵۹۴	۰/۸۷۲	غیر نرمال
مشاوره	۹	۳/۹۹	۰/۵۲۳	۰/۹۲۶	۰/۳۵۸	غیر نرمال
تأمین منابع مالی	۶	۴/۰۲	۰/۵۲۸	۰/۹۰۳	۰/۳۸۹	غیر نرمال
زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)	۳	۴/۱۶	۰/۵۰۴	۱/۶۱	۰/۰۱۱	نرمال
عوامل محیطی	۷	۴	۰/۵۰۱	۱/۳۸	۰/۰۴۳	نرمال
عوامل استراتژیک	۳	۴/۰۷	۰/۶۲۳	۱/۶۹	۰/۰۰۶	نرمال
عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی)	۱۳	۴/۰۸	۰/۴۸۳	۰/۸۷۲	۰/۴۳۲	غیر نرمال
عوامل فرهنگی	۵	۳/۹۹	۰/۵۵۳	۱/۱۹	۰/۱۱۳	غیر نرمال
دانش اولیه	۵	۴/۰۳	۰/۵۳۴	۰/۹۳۶	۰/۳۴۵	غیر نرمال
نیروهای پیش‌برنده	۳	۴/۱۲	۰/۶۳۴	۱/۰۶	۰/۲۰۴	غیر نرمال
شبکه‌های اجتماعی	۳	۳/۸۰	۰/۷۴۹	۱/۲۵۲	۰/۰۸۷	غیر نرمال
هوشیاری کارآفرینی	۶	۳/۹۷	۰/۵۵۴	۰/۹۳۳	۰/۳۴۸	غیر نرمال
پیامدهای فردی	۳	۴/۱۱	۰/۵۵۸	۱/۱۶	۰/۱۳۱	غیر نرمال
پیامدهای کلان	۴	۴	۰/۵۲۲	۰/۹۴۵	۰/۳۳۴	غیر نرمال

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کولموگروف	معناداری	نرمالیتی
اصلاح قوانین و مقررات	۳	۴/۰۶	۰/۵۰۰	۱/۳۰۲	۰/۰۶۷	غیر نرمال
ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۱	۴/۰۶	۰/۶۳	۲/۵۱۹	۰/۰۰۰	نرمال
نظام انگیزش کارآفرینانه	۲	۴/۲۰	۰/۶۱۲	۲/۰۶	۰/۰۰۰	نرمال
شرایط عمومی تسهیل گر	۲	۴	۰/۵۹۶	۱/۵۴	۰/۰۱۶	نرمال
شرایط عمومی محدودکننده	۳	۳/۹۱	۰/۶۲۷	۱/۱۸	۰/۱۲۱	غیر نرمال

در جدول شماره (۲) شاخص های زیرساخت های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)، عوامل محیطی، عوامل استراتژیک، ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه، نظام انگیزش کارآفرینانه و شرایط عمومی تسهیل گر نرمال بوده و دیگر شاخص ها بر طبق آزمون کولموگروف اسمیرنوف، غیرنرمال می باشند.

۵. نتایج ارزیابی مدل اندازه گیری

جهت سنجش برازش مدل اندازه گیری از پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است. پایایی برای سنجش پایداری درونی بوده و خود شامل سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۹ است.

۵.۱. پایایی مدل اندازه گیری

قابلیت اعتماد (پایایی) با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به دست می دهد؛ به عبارت دیگر همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بر یک گروه آزمودنی به دست آمده است.

• بارهای عاملی

جهت بررسی مدل، نخست برای سنجش روابط متغیرهای پنهان با گویه های سنجش آن ها از مدل اندازه گیری استفاده شده است. مدل اندازه گیری ارتباط گویه ها یا همان سؤالات پرسش نامه را با سازه ها مورد بررسی قرار می دهد. در واقع تا ثابت نشود سؤالات پرسش نامه، متغیرهای پنهان را به خوبی اندازه گیری کرده اند، نمی توان روابط را مورد آزمون قرار داد. مدلی همگن خواهد بود که قدر مطلق بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده پذیر متناظرش دارای حداقل مقدار ۰/۰۵ باشد.

بار عاملی مشاهده شده برای تمامی شاخص ها مقداری بزرگ تر ۰/۴ است که نشان می دهد همبستگی مناسبی بین متغیرهای قابل مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود، وجود دارد و همچنین براساس نتایج مدل اندازه گیری، مقدار بوت استرپینگ (آماره t) در تمامی موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است که نشان می دهد همبستگی بین

^۹ Composite Reliability

متغیرهای قابل مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود معنادار است؛ و نیز مشاهده می‌گردد مقدار احتمال وقوع برای متغیرهایی که با یک شاخص تبیین می‌شوند کامل (صد در صد) می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر مکنون به درستی توسط متغیرهای آشکار خود مورد سنجش قرار گرفته است و با عنایت به یافته‌های حاصل از این مقیاس می‌توان به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخت.

• آلفای کرونباخ

به منظور تعیین پایایی که نشان دهنده سازگاری درونی و دقت اندازه‌گیری است، معمولاً از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. کرونباخ مقدار بالای ۰/۷ را نشانگر پایایی قابل قبول اعلام کرده است. نتایج آزمون کرونباخ در جدول زیر ارائه شده است.

• پایایی ترکیبی

پایایی ترکیبی در مدل‌سازی معادلات ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ می‌باشد. به دلیل اینکه در محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در مورد هر مؤلفه تمامی شاخص‌ها با اهمیت مساوی در محاسبات وارد می‌شوند؛ در حالی که برای محاسبه پایایی ترکیبی شاخص‌هایی با بار عاملی بیشتر، اهمیت زیادتری دارند. این موضوع موجب می‌شود که مقادیر پایایی مؤلفه‌ها معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ آن‌ها باشد. از نظر نونالی^{۱۰} (۱۹۷۸) اگر مقدار CR برای هر مؤلفه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری است. در نتیجه برای سنجش بهتر و دقیق‌تر پایایی پرسش‌نامه، آلفای کرونباخ و نیز پایایی ترکیبی محاسبه شدند.

جدول ۳. آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
آموزش مهارت کارآفرینی	۰/۸۱۵	۰/۸۰۷
مشاوره	۰/۸۱۲	۰/۸۵۷
منابع مالی	۰/۷۴۲	۰/۸۲۳
دانش	۰/۷۳۲	۰/۸۲۱
عوامل استراتژیک	۰/۷۶۳	۰/۷۸۸
عوامل فردی	۰/۸۵۶	۰/۸۸۴
نیروهای پیشبرنده	۰/۷۷۲	۰/۷۷۸
هوشیاری کارآفرینی	۰/۷۸۴	۰/۸۴۷
نظام انگیزش کارآفرینانه	۰/۷۳۶	۰/۷۱۳

^{۱۰} Nunnally

۱۰	ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۱	۱
۱۱	اصلاح قوانین و مقررات	۰/۷۳۹	۰/۸۰۷
۱۲	شبکه های اجتماعی	۰/۷۸۲	۰/۷۷۴
۱۳	عوامل فرهنگی	۰/۷۴۹	۰/۸۳۳
۱۴	زیرساخت های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)	۰/۷۶۵	۰/۷۲۷
۱۵	عوامل محیطی	۰/۷۳۳	۰/۸۱۸
۱۶	شرایط عمومی تسهیل گر	۰/۷۹۷	۰/۷۸۴
۱۷	شرایط عمومی محدودکننده	۰/۷۶۳	۰/۷۹۰
۱۸	پیامدهای فردی	۰/۷۶۹	۰/۷۷۸
۱۹	پیامدهای کلان	۰/۷۲۶	۰/۸۳۰

باتوجه به جدول (۴)، مقدار ضریب پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد مدل مورد مطالعه بیشتر از ۰/۷ است و از این رو می توان ادعا کرد که پرسش نامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

۵.۲. روایی مدل اندازه گیری

مفهوم اعتبار (روایی) به این سؤال پاسخ می دهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می سنجد. اعتبار یا روایی به ارتباط منطقی، بین پرسش های آزمون و مطلب مورد سنجش اشاره دارد. وقتی گفته می شود آزمون، روایی دارد به این معنا است که پرسش های آزمون به طور دقیق آنچه را که مورد نظر می باشد، می سنجد. هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه گیری شوند همبستگی بین این اندازه گیری ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می سازد. روایی همگرا^{۱۱} و روایی واگرا جهت اعتبارسنجی پرسش نامه مورد بررسی قرار می گیرند.

• روایی همگرا

اگر همبستگی بین نمرات آزمون هایی که خصیصه ی واحدی را اندازه گیری می کند بالا باشد، پرسش نامه دارای اعتبار همگرا می باشد. وجود این همبستگی برای اطمینان از اینکه آزمون آنچه را که باید سنجیده شود می سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج^{۱۲} (AVE) و پایایی مرکب (CR) محاسبه می شود. روایی همگرا زمانی وجود دارد که AVE از ۰/۵ بزرگ تر باشد (فورنل و لارکر^{۱۳}، ۱۹۸۱). روایی همگرا زمانی وجود دارد که CR از ۰/۷ بزرگ تر باشد. همچنین CR باید از AVE بزرگ تر باشد. در صورت وجود این سه شرط روایی همگرا وجود خواهد داشت.

^{۱۱} Convergent Validity

^{۱۲} Average Variance Extracted

^{۱۳} Fornell & Larcker

به‌طور کلی داریم:

CR>۰/۷

CR>AVE

AVE> ۰/۵

جدول ۴. روایی همگرا

پایایی ترکیبی	AVE	متغیر	
۰/۸۰۷	۰/۵۸۱	آموزش مهارت کارآفرینی	۱
۰/۸۵۷	۰/۵۰۴	مشاوره	۲
۰/۸۲۳	۰/۵۳۹	منابع مالی	۳
۰/۸۲۱	۰/۵۷۹	دانش	۴
۰/۷۸۸	۰/۶۵۱	عوامل استراتژیک	۵
۰/۸۸۴	۰/۵۷۵	عوامل فردی	۶
۰/۷۷۸	۰/۵۳۹	نیروهای پیش‌برنده	۷
۰/۸۴۷	۰/۵۸۱	هوشیاری کارآفرینی	۸
۰/۷۱۳	۰/۵۷۶	نظام انگیزش کارآفرینانه	۹
۱	۱	ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۱۰
۰/۸۰۷	۰/۵۸۳	اصلاح قوانین و مقررات	۱۱
۰/۷۷۴	۰/۵۴۰	شبکه های اجتماعی	۱۲
۰/۸۳۳	۰/۵	عوامل فرهنگی	۱۳
۰/۷۲۷	۰/۵۷۷	زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی- اقتصادی- فیزیکی- تجاری)	۱۴
۰/۸۱۸	۰/۵۳۳	عوامل محیطی	۱۵
۰/۷۸۴	۰/۶۵۰	شرایط عمومی تسهیل‌گر	۱۶
۰/۷۹۰	۰/۵۶۵	شرایط عمومی محدودکننده	۱۷
۰/۷۷۸	۰/۵۴۱	پیامدهای فردی	۱۸
۰/۸۳۰	۰/۵۵۱	پیامدهای کلان	۱۹

همان طور که در جدول (۵) مشاهده می‌گردد که مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) همواره بزرگ‌تر از ۰/۵ است و مقدار پایای ترکیبی نیز در تمام موارد مقداری بیشتر از ۰/۷ به دست آمده که از مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز بزرگ‌تر است؛ بنابراین روایی همگرا نیز تأیید می‌شود.

(۱) روایی واگرا

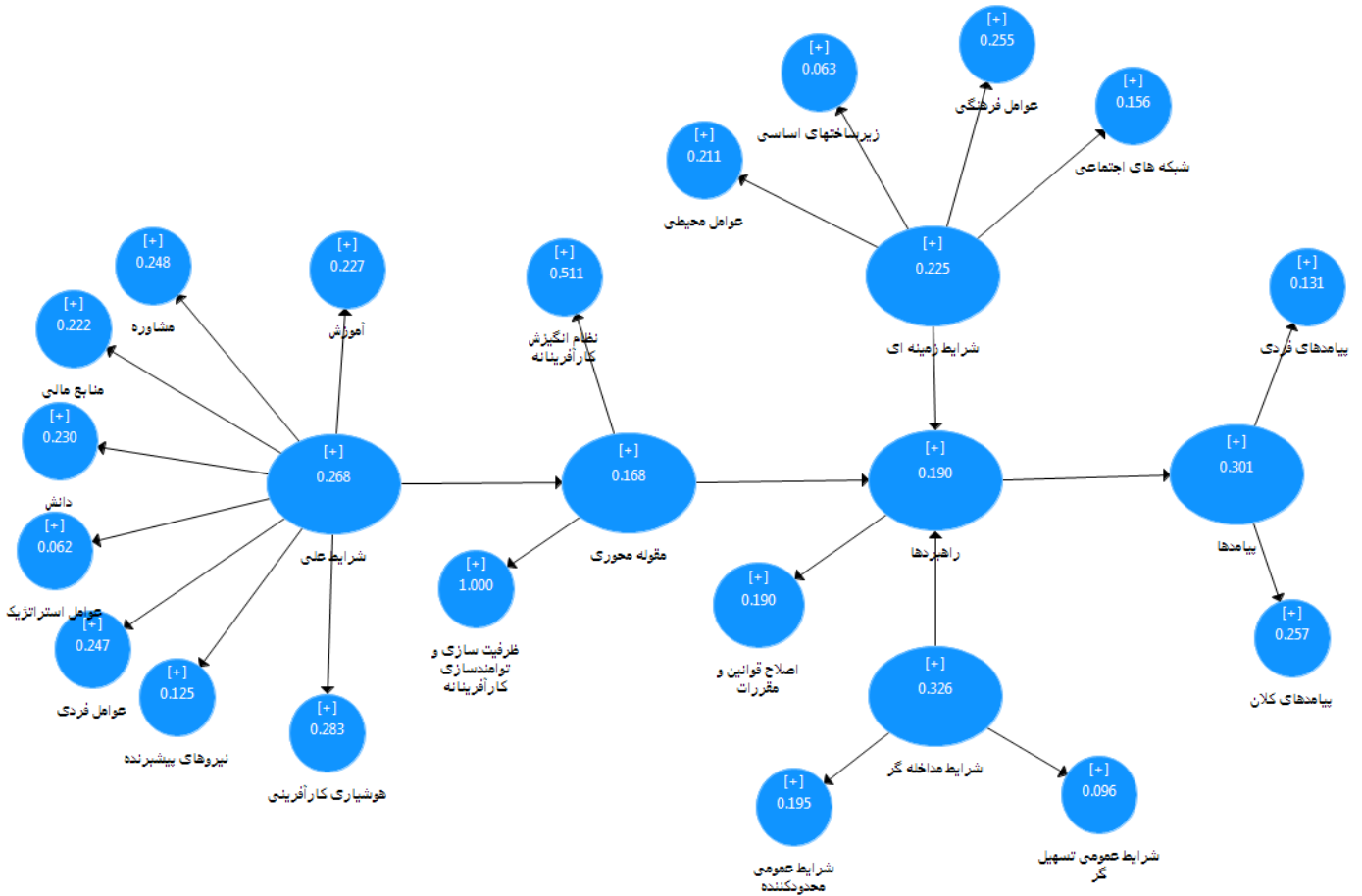
جهت بررسی روایی واگرای مدل اندازه‌گیری، از معیار فورنل و لارکر استفاده گردیده است. چنانچه همبستگی بین آزمون‌هایی که خصیصه‌های متفاوتی را اندازه‌گیری می‌کند پایین باشد، آزمون‌ها دارای اعتبار تشخیصی یا واگرا است. در روایی واگرا، میزان تفاوت بین شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. برای این کار یک ماتریس باید تشکیل داد که مقادیر قطر اصلی ماتریس جذر ضرایب AVE هر سازه و مقادیر پایین قطر اصلی، ضرایب همبستگی بین هر سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول شماره (۶) نشان داده شده است.

جدول ۵. روایی واگرا

پیمادهای کلان	پیمادهای فردی	هوشیاری کارآفرینی	نیروهای پیشبرنده	نظام انگیزش کارآفرینانه	منابع مالی	مشاوره	عوامل محیطی	عوامل فرهنگی	عوامل فردی	عوامل استراتژیک	ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	شرایط عمومی محدودکننده	شرایط عمومی تسهیل گر	شبکه های اجتماعی	زیرساخت‌های اساسی	دانش	آموزش	اصلاح قوانین و مقررات
																		اصلاح قوانین و مقررات
																۰/۷۶۴		مقررات
																۰/۶۱۷	۰/۵۷۸	آموزش
																۰/۷۱۰	۰/۶۹۲	دانش
															۰/۶۹۱	۰/۵۱۵	۰/۵۳۳	زیرساخت های اساسی
															۰/۵۸۲	۰/۵۳۳	۰/۵۱۵	

بررسی شاخص‌های برازش مدل

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک^{۱۴} و شاخص بررسی اعتبار افزونگی^{۱۵} می‌باشد، استفاده شده است. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص افزونگی که به آن Q^۲ (شاخص استون و گیسر^{۱۶}) نیز می‌گویند، مقادیر مثبت این شاخص‌ها، نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد.

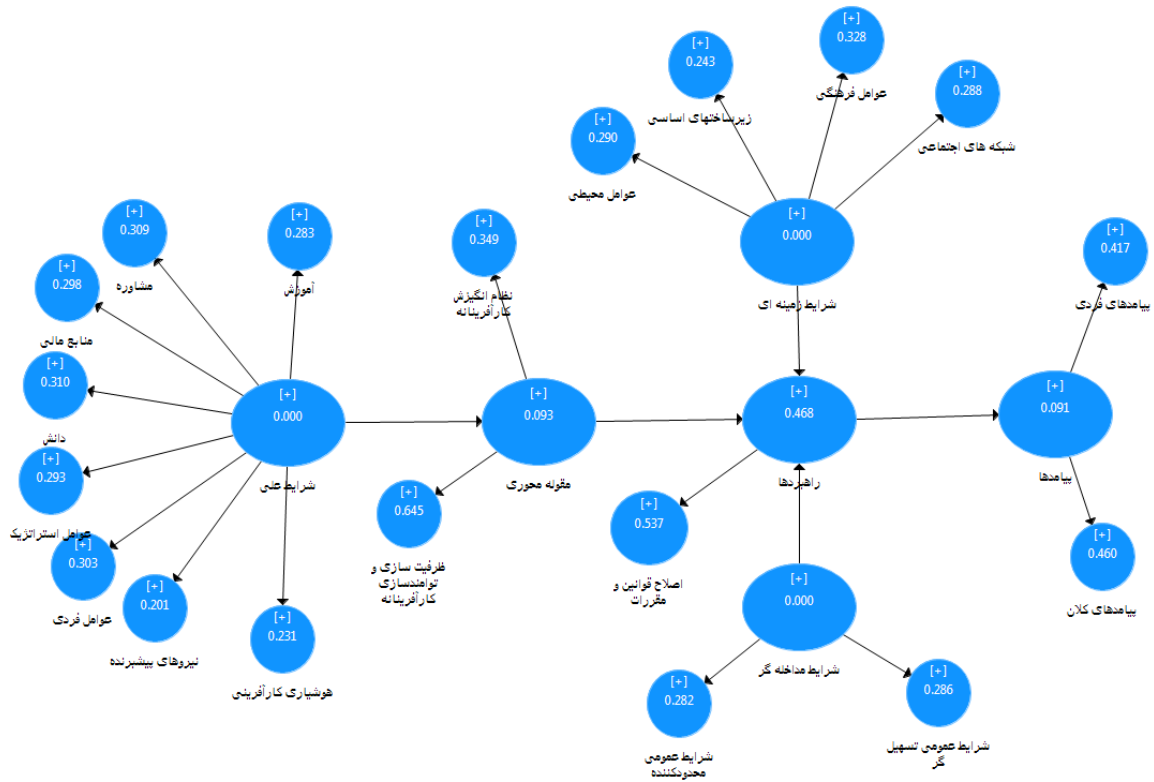


شکل ۲. شاخص اشتراک مدل تحقیق

^{۱۴} CV Com

^{۱۵} CV Red

^{۱۶} Stone and Geisser criterion



شکل ۳. شاخص افزونگی مدل تحقیق

جدول ۶. شاخص اشتراک و شاخص افزونگی

شاخص افزونگی	شاخص اشتراک	متغیر	
CV RED	CV COM		
۰/۲۸۳	۰/۲۲۷	آموزش مهارت کارآفرینی	۱
۰/۳۰۹	۰/۲۴۸	مشاوره	۲
۰/۲۹۸	۰/۲۲۲	منابع مالی	۳
۰/۳۱۰	۰/۲۳۰	دانش	۴
۰/۲۹۳	۰/۰۶۲	عوامل استراتژیک	۵
۰/۳۰۳	۰/۲۴۷	عوامل فردی	۶
۰/۲۰۱	۰/۱۲۵	نیروهای پیش برنده	۷
۰/۲۳۱	۰/۲۸۳	هوشیاری کارآفرینی	۸
۰/۳۴۹	۰/۵۱۱	نظام انگیزش کارآفرینانه	۹
۰/۶۴۵	۱	ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۱۰

۰/۰۹۳	۰/۱۶۸	مقوله محوری	
۰/۵۳۷	۰/۱۹۰	اصلاح قوانین و مقررات	
۰/۴۶۸	۰/۱۹۰	راهبردها	۱۱
۰/۲۸۸	۰/۱۵۶	شبکه‌های اجتماعی	۱۲
۰/۳۲۸	۰/۲۵۵	عوامل فرهنگی	۱۳
۰/۲۴۳	۰/۰۶۳	زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)	۱۴
۰/۲۹۰	۰/۲۱۱	عوامل محیطی	۱۵
۰/۲۸۶	۰/۰۹۶	شرایط عمومی تسهیل‌گر	۱۶
۰/۲۸۲	۰/۱۹۵	شرایط عمومی محدودکننده	۱۷
۰/۴۱۷	۰/۱۳۱	پیامدهای فردی	۱۸
۰/۴۶۰	۰/۲۵۷	پیامدهای کلان	۱۹
۰/۰۹۱	۰/۳۰۱	پیامدها	

در جدول شماره (۹) مقادیر هر یک از شاخص‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته آورده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص‌ها مثبت و بزرگ‌تر از صفر می‌باشند. می‌توان گفت مدل از کیفیت و اعتبار قابل قبولی برخوردار است.

۷. آزمون کلی کیفیت مدل ساختاری

تنهاوس و همکاران (۲۰۰۵) شاخص کلی برازش را برای بررسی برازش^{۱۷} (GOF) مدل معرفی نموده‌اند. ملاک کلی برازش را می‌توان با محاسبه میانگین هندسی مقادیر اشتراکی^{۱۸} و ضریب تعیین (R^2) به دست آورد. برای این شاخص، مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی توصیف شده است.

^{۱۷} Goodness of fit

^{۱۸} Communality

جدول ۷. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

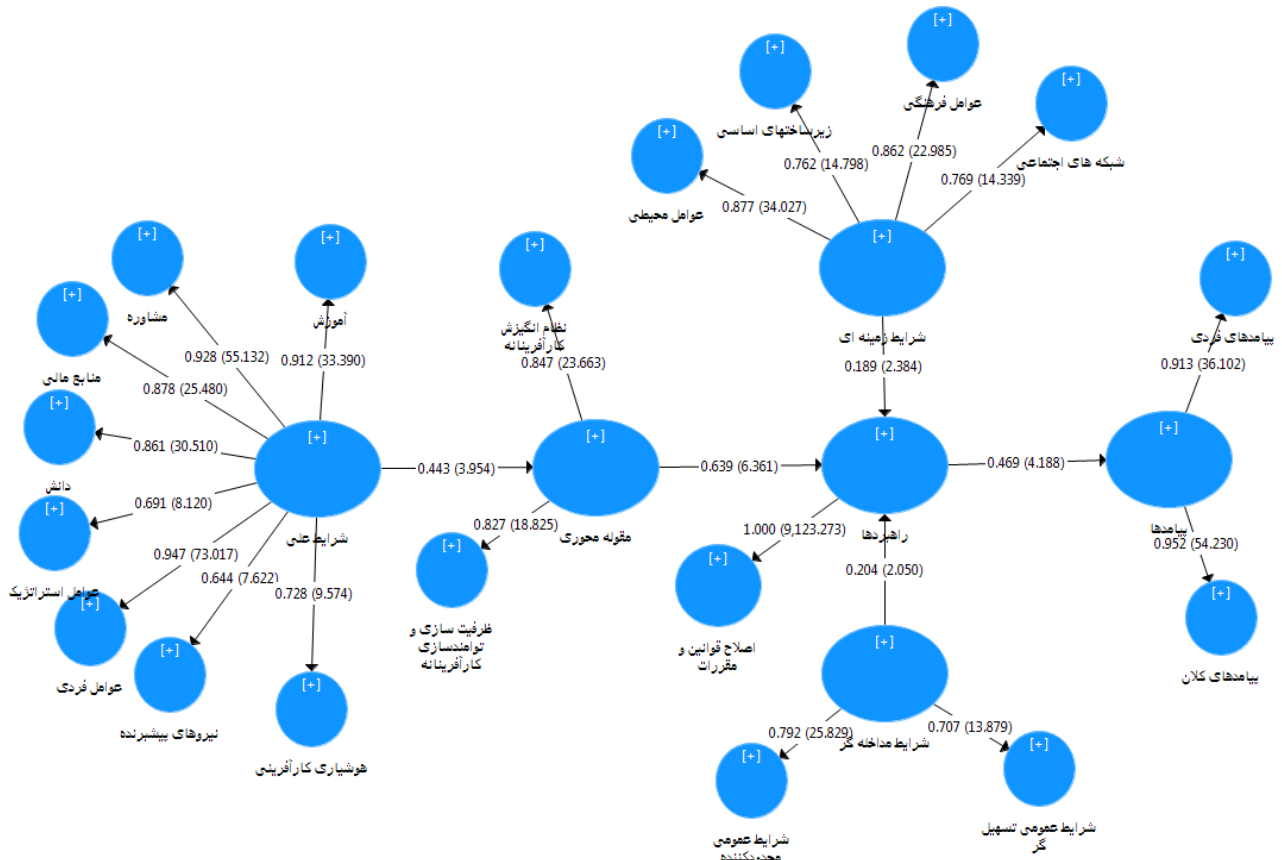
متغیرهای پژوهش	Communality	R ²	متغیرهای پژوهش	Communality	R ²
آموزش	۰/۳۸۰	۰/۸۳۲	عوامل فرهنگی	۰/۴۷۱	۰/۷۴۴
اصلاح قوانین و مقررات	۰/۵۸۳	۱	عوامل محیطی	۰/۴۳۳	۰/۷۶۹
دانش	۰/۴۷۱	۰/۷۴۱	مشاوره	۰/۴۰۳	۰/۸۶۱
زیرساختهای اساسی	۰/۴۷۶	۰/۵۸۱	منابع مالی	۰/۴۳۹	۰/۷۷۰
شبکه‌های اجتماعی	۰/۵۳۹	۰/۵۹۲	نظام انگیزش کارآفرینانه	۰/۵۷۵	۰/۷۱۸
شرایط عمومی تسهیل گر	۰/۶۴۹	۰/۴۹۹	نیروهای پیش‌برنده	۰/۵۳۹	۰/۴۱۵
شرایط عمومی محدودکننده	۰/۵۶۴	۰/۶۲۷	هوشیاری کارآفرینی	۰/۴۸۰	۰/۵۳۰
ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۱	۰/۶۸۴	پیامدهای فردی	۰/۵۴۰	۰/۸۳۳
عوامل استراتژیک	۰/۶۵۰	۰/۴۷۷	پیامدهای کلان	۰/۵۵۶	۰/۹۰۶
عوامل فردی	۰/۳۷۵	۰/۸۹۶			
$GOF = \sqrt{\text{Communalities}} \times R^2 = \sqrt{0.532 \times 0.709} = 0.614$					
سازه مرتبه دوم در محاسبه میانگین مقادیر اشتراکی و محاسبه GOF نادیده گرفته می‌شود					

همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌شود، مقدار معیار GOF برابر ۰/۶۱۴ به دست آمد که با توجه به دسته‌بندی مذکور نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق است.

معیار بالای GOF مدل کلی را با قدرت تأیید کرده و اجازه ورود به بخش بررسی فرضیات صادر می‌گردد.

۷. بررسی تأثیر متغیرهای پژوهش

اثر متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق بر اساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. در مدل کلی تحقیق که در شکل (۴) ترسیم شده است مدل اندازه‌گیری (اثر هریک از متغیرهای قابل مشاهده با متغیر پنهان) و مدل ساختاری (روابط متغیرهای پنهان بایکدیگر) محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با تکنیک بوت استرپینگ محاسبه شده است که در شکل (۴) ارائه شده است. در این مدل که خروجی نرم‌افزار اسمارت پی ال اس است، خلاصه نتایج مربوط به معناداری بار عاملی استاندارد و معناداری روابط متغیرهای تحقیق ارائه شده است. ضرایب مسیر و معناداری آن‌ها نیز در جدول (۹) آورده شده است



شکل ۴. مدل کلی تحقیق و آماره تی مدل

جدول ۸. ضرایب مسیر و آماره تی

ردیف	جهت مسیر	ضرایب مسیر	آماره تی
۱	شرایط علی-آموزش	۰/۹۱۲	۳۳/۳۹
۲	شرایط علی-مشاوره	۰/۹۲۸	۵۵/۱۳۲
۳	شرایط علی-منابع مالی	۰/۸۲۷	۲۵/۴۸۰
۴	شرایط علی-دانش	۰/۸۶۱	۳۰/۵۱۰
۵	شرایط علی-عوامل استراتژیک	۰/۶۹۱	۸/۱۲۰
۶	شرایط علی-عوامل فردی	۰/۹۴۷	۷۳/۰۱۷
۷	شرایط علی-نیروه‌های پیشبرنده	۰/۶۴۴	۷/۶۲۲
۸	شرایط علی-هوشیاری کارآفرینی	۰/۷۲۸	۹/۵۷۴
۹	شرایط علی-مقوله محوری	۰/۴۴۳	۳/۹۵۴

ردیف	جهت مسیر	ضرایب مسیر	آماره تی
۱۰	مقوله محوری- نظام انگیزش کارآفرینانه	۰/۸۴۷	۲۳/۶۶۳
۱۱	مقوله محوری- ظرفیت سازی و توانمندسازی	۰/۸۲۷	۱۸/۸۲۵
۱۲	مقوله محوری- راهبردها	۰/۶۳۹	۶/۳۶۱
۱۳	راهبردها- اصلاح قوانین و مقررات	۱	۹۱۲۳/۲۷۳
۱۴	شرایط زمینه‌ای- شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۶۹	۱۴/۳۳۹
۱۵	شرایط زمینه‌ای- عوامل فرهنگی	۰/۸۶۲	۲۲/۹۸۵
۱۶	شرایط زمینه‌ای- زیرساخت‌های اساسی	۰/۷۶۲	۱۴/۷۹۸
۱۷	شرایط زمینه‌ای- عوامل محیطی	۰/۸۷۷	۳۴/۰۱۷
۱۸	شرایط زمینه‌ای- راهبردها	۰/۱۸۹	۲/۳۸۴
۱۹	شرایط مداخله‌گر- شرایط عمومی تسهیل‌گر	۰/۷۰۷	۱۳/۸۷۹
۲۰	شرایط مداخله‌گر- شرایط عمومی محدودکننده	۰/۷۹۲	۲۵/۸۲۹
۲۱	شرایط مداخله‌گر- راهبردها	۰/۲۰۴	۲/۰۵۰
۲۲	راهبردها- پیامدها	۰/۴۶۹	۴/۱۸۸
۲۳	پیامدها- پیامدهای فردی	۰/۹۱۳	۳۶/۱۰۲
۲۴	پیامدها- پیامدهای کلان	۰/۹۵۲	۵۴/۲۳۰

۷.۱. بررسی تأثیر شرایط علی بر مقوله محوری

شدت اثر شرایط علی بر مقوله محوری برابر با ۰/۶۳۹ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۶/۳۶۱ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است. بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت شرایط علی بر مقوله محوری تأثیر معناداری دارد.

۷.۲. بررسی تأثیر مقوله محوری بر راهبردها

شدت اثر مقوله محوری بر راهبردها برابر با ۰/۴۴۳ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۳/۹۵۴ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ مقوله محوری بر راهبردها تأثیر معناداری دارد.

۷.۳. بررسی تأثیر شرایط زمینه‌ای بر راهبردها

شدت اثر شرایط زمینه‌ای بر راهبردها برابر با ۰/۱۸۹ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۲/۳۸۴ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت شرایط زمینه‌ای بر راهبردها تأثیر معناداری دارد.

۷.۴. بررسی تأثیر شرایط مداخله‌گر بر راهبردها

شدت اثر شرایط مداخله‌گر بر راهبردها برابر با ۰/۲۰۴ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۲/۰۵۰ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت شرایط مداخله‌گر بر راهبردها تأثیر معناداری دارد.

۷.۵. بررسی تأثیر راهبردها بر پیامدها

شدت اثر راهبردها بر پیامدها برابر با ۰/۴۶۹ محاسبه شده است و آماره احتمال آزمون نیز ۴/۱۸۸ به دست آمده است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۰/۰۵ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد تأثیر مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت راهبردها بر پیامدها تأثیر معناداری دارد.

نتیجه‌گیری

ابعاد و شاخص‌های اصلی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت‌ها کدامند؟ برای شناسایی ابعاد و شاخص‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی نتایج تحلیل عاملی تأییدی و آزمون همبستگی مدل معادلات ساختاری مشخص کرد که در بُعد شرایط علی، ضرایب تأثیر و معناداری عوامل آموزش برابر با (۰/۹۱۲، ۰/۳۳/۳۹۰)، مشاوره (۰/۹۲۸، ۰/۵۵/۱۳۲)، منابع مالی (۰/۸۷۸، ۰/۲۵/۴۸۰)، دانش (۰/۸۶۱، ۰/۳۰/۵۱۰)، عوامل استراتژیک (۰/۶۹۱، ۰/۸/۱۲۰)، عوامل فردی (۰/۹۴۷، ۰/۷۳/۰۱۷)، نیروهای پیش‌برنده (۰/۶۴۴، ۰/۷/۶۲۲) و هوشیاری کارآفرینی (۰/۷۲۸، ۰/۹/۵۷۴) به دست آمده است و نتیجه اینکه در باب مقایسه نتیجه آزمون معناداری تی با مقدار معیار ۱/۹۶، می‌توان گفت که این شاخص‌ها بر مدل تأثیر معناداری دارند.

در بُعد مقوله محوری، ضرایب تأثیر و معناداری نظام انگیزی کارآفرینانه (۰/۸۴۷، ۰/۲۳/۶۶۳) و ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه (۰/۸۲۷، ۰/۱۸/۸۲۵) به دست آمده است و نتیجه اینکه در باب مقایسه نتیجه آزمون معناداری تی با مقدار معیار ۱/۹۶، می‌توان گفت که این شاخص‌ها بر مدل تأثیر معناداری دارند. در بُعد راهبرد، ضرایب اصلاح قوانین و مقررات (۱ و ۹۱۲۳/۲۷۳) به دست آمده است که باتوجه به ضریب تی می‌توان گفت این شاخص بر مدل تأثیر معناداری دارد. در بُعد شرایط زمینه‌ای، برای شاخص شبکه‌های اجتماعی ضرایب (۰/۷۶۹، ۰/۱۴/۳۳۹)، عوامل فرهنگی (۰/۸۶۲، ۰/۲۲/۹۸۵) زیرساخت‌های اساسی (۰/۷۶۲، ۰/۱۴/۷۹۸) و عوامل محیطی (۰/۸۷۷، ۰/۳۴/۰۲۷) به دست آمده است که این شاخص‌ها باتوجه به معناداری ضریب تی تأثیر معناداری بر مدل دارند. در بُعد شرایط مداخله‌گر، برای شاخص

شرایط عمومی تسهیل گر ضرایب (۰/۷۰۷، ۱۳/۸۷۹)، شرایط عمومی محدودکننده (۰/۷۹۲، ۲۵/۸۲۹) به دست آمده است که این شاخص ها هم باتوجه به معناداری ضریب تی تأثیر معناداری بر مدل دارند. در بُعد پیامدها، برای شاخص پیامدهای فردی ضرایب (۰/۹۱۳، ۳۶/۱۰۲)، پیامدهای کلان (۰/۹۵۲، ۵۴/۲۳۰) به دست آمده است که این شاخص ها باتوجه به معناداری ضریب تی، تأثیر معناداری بر مدل دارند؛ بنابراین می توان به طور کل، ۱۹ بعد به عنوان شاخص های اصلی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت ها شناسایی شده اند.

روابط بین ابعاد و شاخص های اصلی مرتبط بر توسعه کارآفرینی در طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت ها چگونه است؟

بر اساس یافته های به دست آمده، متغیرهای برونزا (مستقل) شامل؛ آموزش، مشاوره، منابع مالی، دانش، عوامل استراتژیک، عوامل فردی، نیروهای پیش برنده، هوشیاری کارآفرینی، شبکه های اجتماعی، عوامل فرهنگی، زیرساخت های اساسی، عوامل محیطی، شرایط عمومی تسهیل گر و شرایط عمومی محدودکننده و متغیرهای درونزا یا وابسته شامل؛ نظام انگیزش کارآفرینانه، ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه، اصلاح قوانین و مقررات، پیامدهای فردی و کلان می باشد و میزان تاثیر متغیرهای شناسایی شده، باتوجه به ضریب تأثیر و آزمون تی معنادار بوده است، بیانگر این امر بوده است که متغیرهای شناسایی شده در جامعه مورد مطالعه، قابل استفاده و نتیجه گیری خواهد بود. بر اساس میزان ضریب تأثیر به دست آمده، اصلاح قوانین و مقررات (۱) پیامدهای کلان (۰/۹۵۲)، عوامل فردی (۰/۹۴۷)، مشاوره (۰/۹۲۸)، پیامدهای فردی (۰/۹۱۳)، آموزش با ضریب تأثیر (۰/۹۱۲)، منابع مالی (۰/۸۷۸)، عوامل محیطی (۰/۸۷۷)، عوامل فرهنگی (۰/۸۶۲)، دانش (۰/۸۶۱)، نظام انگیزش کارآفرینانه (۰/۸۴۷)، ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه (۰/۸۲۷)، شرایط عمومی محدودکننده (۰/۷۹۲)، شبکه های اجتماعی (۰/۷۶۹) زیرساخت های اساسی (۰/۷۶۲)، هوشیاری کارآفرینی (۰/۷۲۸)، شرایط عمومی تسهیل گر (۰/۷۰۷)، عوامل استراتژیک (۰/۶۹۱) و نیروهای پیش برنده (۰/۶۴۴)، به ترتیب بیشترین تا کمترین میزان تأثیر را به خود اختصاص داده اند.

اعتبار مدل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت ها چگونه است؟

نتایج تجزیه و تحلیل ها برای اعتبار مدل تحقیق نشان داد بارهای عاملی و ضرایب تی پرسش نامه ۸۹ سؤالی مطابق جدول (۵) بارهای عاملی همه سؤالات بالاتر از ۰/۴ و ضرایب معناداری تی بالاتر از مقدار معیار ۱/۹۶ به دست آمده است. برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک و شاخص بررسی اعتبار افزونگی می باشد، استفاده شده است. باتوجه به نتایج نشان داد در جدول (۹) مقادیر هر یک از شاخص های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته مثبت و بزرگ تر از صفر می باشند. بنابراین می توان گفت مدل از کیفیت و اعتبار قابل قبولی برخوردار است. همچنین در بررسی برازش مدل کلی، شاخص کلی برازش عددی برابر ۰/۶۱۴ به دست آمده است که شاخصی قوی است و نشان از کیفیت بالای کلی مدل دارد. و همچنین روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق معنادار بوده اند و روابط بین متغیرهای درونزا (وابسته) و برونزای (مستقل) مدل نیز معنادار بوده است.

منابع و مآخذ:

- Ahmad, NH, Rahman, Syed Abidur, R., & Noor Liyana, Khairul A., & Halim, H. (۲۰۲۰). Sustainable entrepreneurship practices in Malaysian manufacturing SMEs: the role of individual, organisational and institutional factors. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, ۱۶(۲), ۱۵۳-۱۷۱.
- Drucker, P. (۲۰۱۴). *Innovation and entrepreneurship*: Routledge.
- Mrożewski, M., & Kratzer, J. (۲۰۱۷). Entrepreneurship and country-level innovation: investigating the role of entrepreneurial opportunities. *The Journal of Technology Transfer*, ۴۲(۵), ۱۱۲۵-۱۱۴۲.
- Reuber, A Rebecca, & Knight, Gary A, Liesch, Peter W, & Zhou, L. (۲۰۱۸). *International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders*: Springer.
- Williams, Ch. (۲۰۰۹). Subsidiary-level determinants of global initiatives in multinational corporations. *Journal of International Management*, ۱۵(۱), ۹۲-۱۰۴.
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. D., & Bradley, S. (۲۰۱۹). *Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future*.