



پژوهشی علمی در بررسی مؤلفه‌های موثر بر فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان برتر در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

پژمان خشایاری^۱، سید عباس حیدری^۲، سینا نعمتی زاده^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. P.khashayari2020@gmail.com
^{۲*} (نویسنده مسئول) دکتری تخصصی، استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. S.a.heydari99@outlook.com

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

چکیده

امروزه که کار و فعالیت، شکل تازه‌ای به خود گرفته و به‌سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است، نقش‌های کارآفرینی، اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند. کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند. کارآفرینان تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نمی‌پردازند؛ بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم دست به خلاقیت می‌زنند. با توجه به اهمیت بخش گردشگری در اصفهان و اینکه رشد این بخش و معضل بیکاری در این استان، در بخش گردشگری و کار در صنایع دستی و کارخانجات، توجه به ماهیت کارآفرینی 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. با توجه به اهمیت و ضرورت موضوع، پژوهش حاضر به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش حاضر را تعداد ۸۰ نفر از کارآفرینان شهر اصفهان تشکیل داده‌اند که طبق فرمول کوکران تعداد اعضای نمونه، ۶۶ نفر محاسبه شد. با استفاده از تئوری داده‌بنیاد به شناسایی این عوامل پرداخته شد که در نهایت در مرحله گزینشی شاخص‌های 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، شرایط عمومی محدودکننده به‌عنوان مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی معرفی شدند.

اهداف پژوهش

۱. شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی؛
۲. مطالعه فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.

سؤالات پژوهش

۱. شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی چگونه است؟
۲. چه عواملی در فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مؤثر است؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۴۴

دوره ۱۸

صفحه ۱۵۰ الی ۱۷۳

تاریخ ارسال مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۱۵

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۰۳/۰۲

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۲/۰۱

کلمات کلیدی

کارآفرین، فرصت‌های کارآفرینی، میراث فرهنگی، تکنیک معادلات ساختاری.

ارجاع به این مقاله

خشایاری، پژمان، حیدری، سید عباس، نعمتی زاده، سینا. (۱۴۰۰). پژوهشی در بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان برتر در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. هنر اسلامی، ۱۸(۴۴)، ۱۷۳-۱۵۰.



[dori.net/dor/20.1001.1.*
***** ***/](https://doi.org/10.22034/IAS.2021.293839.1653)



[dx.doi.org/10.22034/IAS
2021.293839.1653](https://dx.doi.org/10.22034/IAS.2021.293839.1653)



مقدمه

کارآفرینی ترکیبی از فرصت‌ها در حوزه‌هایی است که در آن قرار دارد، ویژگی‌های شخصی برای شناسایی و پیگیری این فرصت‌ها و خلق نتایج خاص لازم است. شرکت‌ها می‌توانند نه تنها به توسعه مزایای خاص شرکت کمک کنند، بلکه می‌توانند فرآیندهای خاص کارآفرینی را از طریق شناسایی فرصت‌ها و توسعه محصولات جدید و خدمات در بازار محلی هدایت کنند. یک کارآفرین متحمل عدم اطمینان و ریسک‌پذیری است. جان پاپتیست سی، بر نقش مدیریت کارآفرین تأکید نموده است. او مدعی است که یک کارآفرین باید وظایف خاص کسب و کار را به انجام برساند و همچنین تأمین‌کننده سرمایه خود باشد. او همچنین باید از ریسک‌پذیری برخوردار باشد. کارآفرین کسی است که با دوری از بی‌کفایتی دیگران به کامیابی دست می‌یابد. اندیشمندان زیادی درباره کارآفرینی سازمانی بحث کرده و آن را به‌عنوان یک فعالیت نوآورانه در درون یک سازمان معرفی کرده‌اند. عدم قطعیت محیطی، اختلال و ناهمگنی برای سازمان‌های کنونی، منجر به ایجاد گروهی از چالش‌های استراتژیک می‌گردد. افزایش پیش از پیش رقابت در بازارهای داخلی و جهانی نقش مهم کارآفرینی را در توسعه کسب‌وکار آشکار کرده است؛ بنابراین، سازمان‌ها به منظور مقابله با چالش‌های توسعه و بالابردن صلاحیت‌های هسته مرکزی، به طور فزاینده‌ای بر استفاده مؤثر از کارآفرینی سازمانی تکیه می‌کنند. کارآفرینی سازمانی تلاشی است برای بهبود مزیت رقابتی از طریق ایجاد نوآوری‌های داخلی که ایجادکننده صنایع جدید است. کارآفرینی، تجدید استراتژی‌ها و تحول در سازمان، ورود به بازارهای جدید و فرایندی پویا جهت افزایش ثروت است. بی‌تردید کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد. به‌طوری‌که امروزه یکی از شاخص‌های توسعه در کشورهای رو به رشد محسوب می‌شود. کارآفرینی مهم‌ترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه است. در شرایطی که کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک‌سو، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت از سوی دیگر و اضافه شدن خیل تازه‌واردان به عرصه کار به موارد اخیر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، از آنجایی که کارآفرینی به‌عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح بوده و خود اشتغالی به‌عنوان برجسته‌ترین دستاورد کارآفرینی مطرح است به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است.

بررسی‌های انجام شده حاکی از این است که تاکنون اثر مستقلی با این عنوان انجام نشده است. با این حال مقالات متعددی در خصوص فرصت‌های کارآفرینانه در صنایع مختلف به رشته تحریر درآمده است. فوس و کلاین (۲۰۱۸) به بررسی فرصت‌های کارآفرینی پرداختند. در حال حاضر بیش از یک دهه است که بحث در تحقیقات مدیریت درباره وضعیت ساختن فرصت و کارآفرینی در جریان است. در این پژوهش استدلال شده که مباحث موجود در این زمینه منجر به بینش کمی در کارآفرینی شده و به توسعه سازوکارهای مناسب در این زمینه پرداخته شده است. عدم اطمینان برای کارآفرینی و نوآوری مبحث بسیار مهمی است که هنوز در رویکردهای مبتنی بر فرصت استفاده نشده است. تودسچینی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در پژوهش خود به بررسی مدل‌های نوآورانه و پایدار کسب‌وکار در صنعت مد و بررسی فرصت‌ها و چالش‌ها در این زمینه پرداختند. این مطالعه با استفاده از مدل‌های تجاری پایدار به دنبال کمک به درک پویایی درونی کارآفرینی است. به‌طور خاص، محققان در این پژوهش بر کسب‌وکار مد، به‌عنوان یک صنعت با

¹ Todeschini et al.

منابع فشرده تمرکز کرده که در آن فرصت‌ها برای کاهش اثرات زیست محیطی و نوآوری مدل‌های کسب‌وکار به چالش کشیده شده است. هدف از تحقیق این پژوهشگران آن است که مدل‌های کسب و کار نوآورانه در صنعت مد به‌ویژه از نظر ارزش‌پایداری بررسی شوند. بی‌لاند و مک‌کافی^۲ (۲۰۱۷) به تئوری کارآفرینی و عدم قطعیت نهادی پرداختند. این مقاله مفهوم کارآفرینانه عدم قطعیت را بررسی کرده و آن را به ساختار نهادی جامعه مرتبط می‌کند. چارچوبی برای درک عدم قطعیت نهادی معرفی شده که تاکید می‌کند چگونه عدم قطعیت در سطوح نهادی متفاوت ظاهر می‌شود. این رویکرد نشان می‌دهد که انواع متفاوتی از عدم قطعیت (یعنی انواع ناشی از سطوح نهادی متفاوت) کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین پاسخ‌های متفاوتی را تضمین می‌کند. کارآفرینی تجاری رایج که بر سطح نهادی پایین‌تر تبادل بازار و ساختارهای بازار انجام شده است، برای غلبه بر عدم قطعیت در آن حوزه‌ها مناسب است. باقری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری» به بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی در صنعت گردشگری پرداخته است. با این حال در پژوهش‌های ذکر شده از دیدگاه کارآفرینان به این موضوع پرداخته نشده است؛ لذا پژوهش حاضر که به روش کمی و کیفی و با تکیه بر داده‌های آماری و کتابخانه‌ای انجام شده است، درصدد بررسی این موضوع است.

۱. مفهوم کارآفرینی

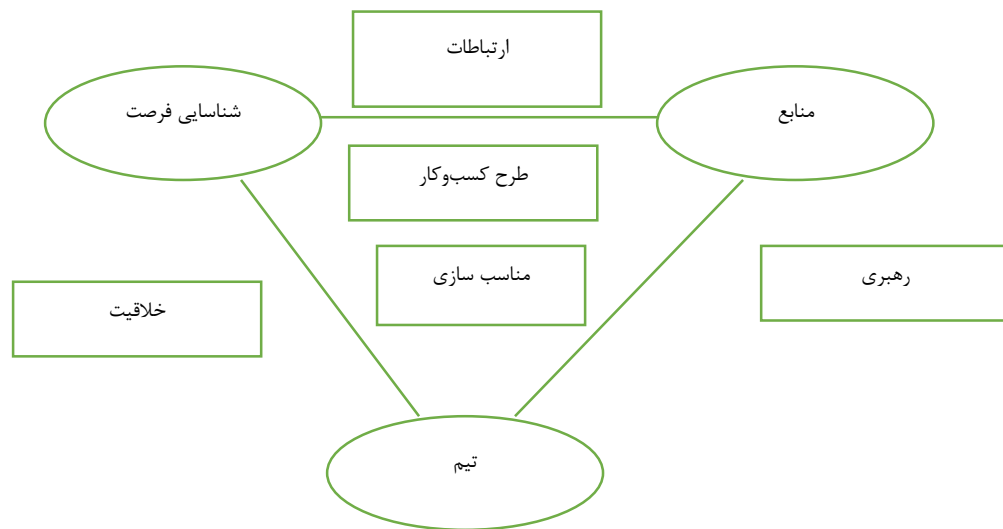
واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی (Entrepreneur) نشأت می‌گیرد که به معنی متعهد شدن و واسطه یا دلال است. این واژه مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف و متعددی بررسی شده است. از اواخر دهه ۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و به عبارتی تغییرات جمعیت‌شناختی، موجی از کسب‌وکارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمدند، به‌گونه‌ای که این موضوع باعث شده است مقوله کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و به‌وسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روانشناسی مورد مطالعه و بحث قرار گیرد. کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخ ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری‌های اقتصادی و توسط اقتصاددانان ایجاد شده سپس وارد مکاتب و تئوری‌های سایر رشته‌های علوم شده است (سودابی و همکاران، ۲۰۲۱).

با توجه به الگوی عرضه‌شده توسط تیمونز شکل (۱) کارآفرینی از سه بخش اصلی تشکیل شده است که عبارت‌اند از:

- تیم (افراد یا سازمان کارآفرین)؛
- منابع (منابع مالی، انسانی، فناوری و سایر منابع فیزیکی)؛
- فرصت‌شناسی (به عنوان یکی از بخش‌های مهم این فرآیند).

² Bylund & McCaffre

³ Suddaby et al.



شکل (۱): فرآیند کارآفرینی مدل تیمونز (استیونسون و جاریلو، ۱۹۹۰^۴)

۲. سیر پیدایی و پیشرفت کارآفرینی

پیدایی مفاهیم اولیه کارآفرینی را باید به علم اقتصاد نسبت داد. اوج رابطه اقتصاد و کارآفرینی در قرن بیستم به ویژه از دهه ۱۹۴۰ به بعد بوده است؛ زیرا تلاش برای مفهوم سازی کارآفرینی از مکاتب اقتصادی آغاز شد، مخصوصاً در دهه ۱۹۷۰ میلادی، اقتصاددانان پس از مشاهده شکست مدیریت تقاضای مصرف کننده، برای جلوگیری از تورم مستمر در این دهه به کارآفرینی توجه کردند. اقتصاددانان دریافتند که بهره‌وری دو سه درصدی سالانه دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، تقریباً در دهه ۱۹۷۰ به صفر رسیده است (بامول، ۱۹۹۶^۵). این مسئله باعث شد به جای توجه به مدیریت تقاضا، بیشتر بر عرضه کالاها و خدمات که در قلمرو کارآفرینی قرار داشت، توجه کنند؛ در نتیجه آن‌ها اعتقاد داشتند کارآفرینی در جامعه می‌تواند سه منفعت اصلی ایجاد کند که عبارتند از (استیارت و جورت، ۲۰۰۸^۶):

(۱) افزایش رشد اقتصادی؛

(۲) ارتقای بهره‌وری؛

(۳) پدید آمدن تکنولوژی‌ها، محصولات و خدمات جدید.

پس از علم اقتصاد، علم جامعه شناسی نیز در روند پیشرفت و تکامل کارآفرینی بسیار مؤثر بوده و سهم بسزایی را ایفا کرده است. باید باور داشت که علم مدیریت نیز در ثبات، تمرکز، تعمیم و تکامل جدی و نهایی کارآفرینی بدون شک از پیشگامان محسوب می‌شود. حلقه رابط بین پیدایی و تعمیم و تکامل کارآفرینی را باید در علم روانشناسی جست‌وجو

⁴ Stevenson & Jarillo

⁵ Baumol

⁶ Steyaert & Hjorth

کرد. جایی که علم روانشناسی با بررسی سه اصل، باعث تغییرات بنیادین و عمده ای در کارآفرینی شد؛ این سه اصل عبارت‌اند از (دروکر، ۲۰۱۴):

- ۱) ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان که با این سؤال همراه است: کارآفرینان چه کسانی هستند؟
 - ۲) رفتارشناختی کارآفرینان که با این سؤال همراه است: چرا برخی کارآفرینان موفق‌ترند؟
 - ۳) شناخت کارآفرینانه که با این سؤال همراه است: کارآفرینان چگونه تصمیم می‌گیرند؟
- از این رو می‌توان مجموع این چهار علم را از اجزای اصلی فلسفه وجودی کارآفرینی در نظر گرفت.

۳. کارآفرین

کارآفرینان کسانی هستند که زیر سیستم‌های اصلی و فرعی یک جامعه، اقتصاد را ایجاد، ارزیابی و هماهنگ می‌کنند. کارآفرینان کسانی هستند که از خود ابتکار، خلاقیت، نوآوری و انعطاف نشان می‌دهند. آنان مایلند که به شکل ذهنی بیندیشند و تغییرات را به عنوان یک فرصت می‌انگارند. کارآفرینان راه‌هایی را برای روابط بوروکراتیک مانند روابطی که میان کارکنان و کارفرمایان برقرار است، ارائه می‌کنند (فوس و کلاین، ۲۰۱۸).

خصوصیات کارآفرینان عبارت‌اند از:

- ۱) داشتن علاقه و جدیت برای کاری که از ایده و باور او نشئت گرفته، مبنی بر اینکه آن کار می‌تواند تأثیر مثبتی بر زندگی مردم داشته باشد؛
- ۲) تمرکز بر تولیدات و مشتریان؛
- ۳) توانایی پیگیری کارها، به‌رغم توقف‌ها و عدم موفقیت در کارها یا به عبارتی تمایل به مخاطره‌پذیری؛
- ۴) اجرای هوشمندانه، توانایی اجرای یک ایده به یک کسب‌وکار با تبدیل فکر، خلاقیت و تخیل به عمل با نتایج قابل اندازه‌گیری؛
- ۵) هدایت و رهبری: یک کارآفرین باید مدیر خوبی باشد و بتواند عوامل را به‌خوبی رهبری کند؛
- ۶) سودجویی فردی و اجتماعی: اگر کارآفرین به دنبال آفرینش ثروت برای دیگران است، نمی‌تواند تنها به سود و منافع شخصی خود بماند؛
- ۷) دید بلندمدت و آینده‌نگری: برای شناسایی زمینه‌های تولید و حصول به هدف به آینده توجه بیشتری دارد (رابر و همکاران، ۲۰۱۸).

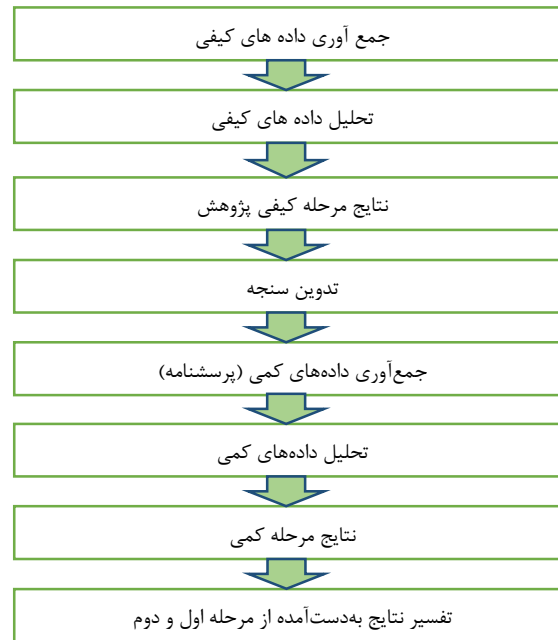
⁷ Drucker

⁸ Foss & Klein

⁹ Reuber et al.

۴. مراحل روش تحقیق

در شکل (۱) می‌توان مراحل انجام پژوهش حاضر را رؤیت کرد:



شکل (۲): مراحل پژوهش

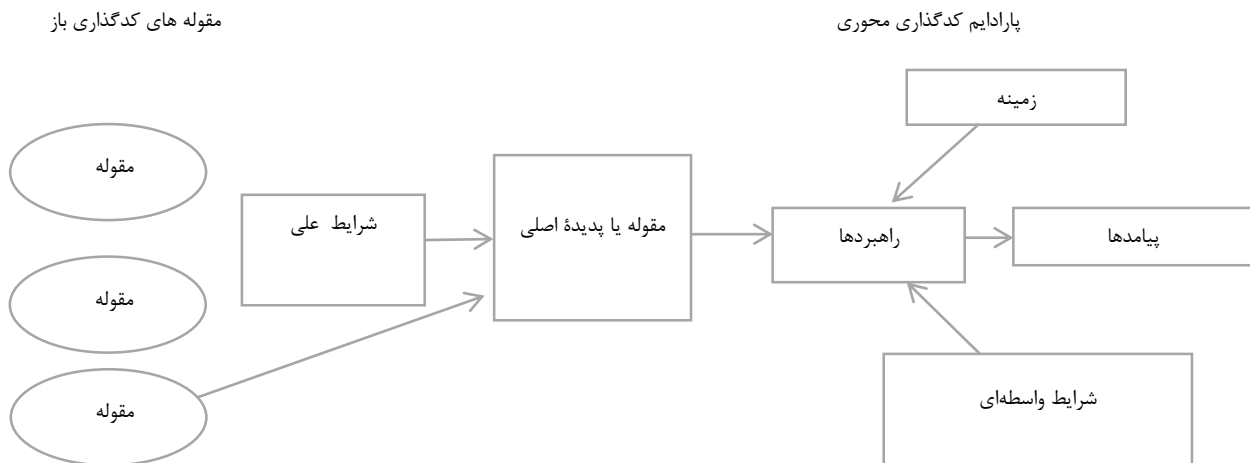
برای انجام یک تحقیق به روش نظریه داده بنیاد به طور گسترده طرح سیستماتیک (منظم) استفاده می‌شود. نحوه اجرای این نوع طرح به وسیله اشتراس و کوربین در سال ۱۹۹۰ به تفصیل شرح داده شده است. طرح سیستماتیک نظریه داده بنیاد بر استفاده از مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی تأکید دارد. همچنین به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین می‌پردازد.

مراحل کدگذاری در گراند تئوری عبارت‌اند از:

- (۱) کدگذاری باز؛^{۱۰}
- (۲) کدگذاری محوری؛^{۱۱}
- (۳) کدگذاری انتخابی.^{۱۲}

1 Open Coding	0
1 Axial Coding	1
1 Selective Coding	2

- شرایط علی^۳: این شرایط باعث شکل‌گیری پدیده یا طبقه محوری می‌شوند و مجموعه‌ای از طبقه‌ها و ویژگی‌هایشان است که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.
- راهبردها: (کنش‌ها و تعاملات):^۴ بیانگر رفتارها، واقعیت‌ها و تعاملات هدفداری هستند که تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و بستر حاکم حاصل می‌شوند.
- بستر حاکم: ^۵ شرایط خاصی که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند، بستر گفته می‌شود و تمیز آنها از شرایط علی مشکل است. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم، طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای تشکیل می‌دهد. در مقابل شرایط علی مجموعه‌ای از متغیرهای فعال است. گاهی اوقات متغیرهای بسیار مرتبط را ذیل شرایط علی و متغیرهایی با ارتباط کمتر را ذیل بستر حاکم طبقه‌بندی می‌کنند.
- شرایط مداخله‌گر: شرایطی هستند که راهبردها از آنها متأثر می‌شوند. این شرایط را مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط تشکیل می‌دهند.
- پیامدها: ^۶ برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به وجود می‌آیند.



شکل (۳): نحوه کدگذاری روش داده‌بنیان

1	Casual Conditions	3
1	Actions & Interactions	4
1	Context	5
1	Intervening Conditions	6
1	Consequences	7

۵. نتایج عددی

در این بخش نتایج حاصل از اجرای روش تحقیق گزارش خواهد شد:

گام اول: کدگذاری باز

نتایج حاصل از این مرحله در جدول (۱) قابل رؤیت است:

جدول (۱): کدگذاری باز

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۳	۱. یک کارآفرین به عنوان صاحب یک کسب و کار باید گوش دادن به حرف‌های دیگران را یاد بگیرد؛ چراکه اطلاعات حاصل از آن بسیار مهم است	۱. آموزش نوشتاری، مهارت شنیداری و ارتباطات کلامی
مصاحبه ۳	ثبت افکار به منظور برقراری ارتباط با دیگران	
مصاحبه ۲	فرآیند انتقال و تبادل اندیشه‌ها، احساسات و عقاید از الزامات است	
مصاحبه ۲	کارآفرین باید نقش مربی را برای افراد تیم و گروه خود بازی کند	۲. آموزش مربیگری و هدایت گروه
مصاحبه ۲	آموزش مربیگری به کارآفرینان در راستای دستیابی به خواسته‌های شخصی و حرفه‌ای یاری می‌رساند.	
مصاحبه ۱	مربیگری برای افزایش موفقیت افراد در تیم	
مصاحبه ۴	با توجه به پیشرفت و نقش تکنولوژی در کسب‌وکارهای مختلف، تکیه بر دانش قبلی می‌تواند منجر به راکد شدن کسب‌وکار شما و حتی خارج شدن شما از بازار کار شود. بنابراین آنچه گفته شد، بسیار ضروری است که افراد دانش خود را بروز دهند و از تکنولوژی‌های روز دنیا باخبر شوند که نیاز به آموزش فنی کسب‌وکار دارد.	
مصاحبه ۳	اگر چه هیچ چیز نمی‌تواند جایگزین ارزش عملی تجارب در جهان واقعی باشد، اما دانش و تجربه تئوری نیز می‌تواند ارزشمند باشد. درواقع، قدرتمندترین ترکیب شامل دانش عملی و نظری است. یادگیری استراتژی‌های فعلی، مفاهیم، ایده‌ها و دسترسی به مطالعات موردی بهترین راه تصمیم‌گیری در کسب‌وکار است.	۳. آموزش مدیریت فنی کسب و کار
مصاحبه ۲	دنیای کسب‌وکار و مدیریت، تئوری، توسعه، استراتژی‌ها و بینش‌ها می‌توانند در موفقیت افراد اهمیت ویژه‌ای داشته باشد که این امور از طریق تجربه به دست نمی‌آید و نیاز به آموزش دارد.	
مصاحبه ۳	از طریق تعاملات و روابط اجتماعی، کارآفرین می‌تواند نیازهای مادی و عاطفی خود را برطرف کند.	
مصاحبه ۴	فردی که با همکاران خود روابطی قوی و گسترده برقرار کرده، بهتر می‌تواند در جهت رشد و پیشرفت حرکت کند و وظایف خود را به شکلی مطلوب انجام دهد	۴. آموزش تعامل با محیط کار و روابط اجتماعی
مصاحبه ۱	زیاده‌روی در ایجاد ارتباط با همکاران نیز مانند زیاده‌روی در هر کار دیگری زیان‌آور است؛ بنابراین کارآفرین باید بداند که چگونه می‌تواند با سایرین رابطه مفید و سازنده‌ای برقرار کند که به رشد و موفقیت شغلی و حرفه‌ای او کمک کند که این مهم با آموزش فرد برطرف می‌شود.	
مصاحبه ۴	اطلاعات و ارتباطات، دو ابزار اساسی ضروری هر نوع فعالیت کارآفرینی هستند. کارآفرینی در انزوا و بدون حمایت نهادها، سازمان‌ها و انسان‌ها امکان‌پذیر نیست.	۵. آموزش سازماندهی و فناوری

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۲	کارآفرینی در شیوه‌های جذب مشتریان اینترنتی، بازاریابی اینترنتی، همکاری‌ها و شبکه‌های مجازی، واقعیت مجازی، آموزش و کار از راه دور و ... همه و همه گستردگی کارآفرینی در عصر اطلاعات را نشان می‌دهند.	
مصاحبه ۳	یک فرد به عنوان کارآفرین ابتدا باید درباره ایده و فرصتی که در ذهن دارد، تحقیق کرده و سپس موجبات تبدیل این ایده و فرصت به کسب‌وکار اقتصادی را فراهم آورد که این نیاز به مهارت دارد.	۶. مهارت‌های مدیریتی کسب و کار
مصاحبه ۱	یک کارآفرین موفق علاوه بر عادت‌های خوب، درباره کسب‌وکار خود دانش کافی هم دارد.	
مصاحبه ۲	یکی از موضوعات مهمی که در آکادمی بازار به صورت کاملاً جدی دنبال می‌شود، آموزش مهارت‌های عمومی کسب‌وکار و مدیریتی است	
مصاحبه ۱	هیچ فردی نمی‌تواند انکار کند که توانایی در تصمیم‌گیری، یک مهارت مرکزی است که هر کارآفرینی برای اینکه موفق شود باید آن را دارا باشد.	
مصاحبه ۲	در دنیای تجارت رقابتی امروز، بازاریابی یک عامل کلیدی در بقا و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینی است. به طوری که مهارت اندک بازاریابی در کسب‌وکارهای کوچک اغلب به سطوح پایین‌تر عملکرد و ریسک‌های بالاتر شکست منجر می‌شود.	۷. مهارت‌های تصمیم‌گیری، بازاریابی، حسابداری
مصاحبه ۲	دانش حسابداری و کارآفرینی با هم رابطه تنگاتنگی دارند و یک حسابدار موفق باید یک کارآفرین موفق نیز باشد. زیرا در روند یک کارآفرینی موفق باید تمامی حساب‌ها و نحوه پرداخت آن‌ها با یک مدیریت موفق همچنین یک سری روش‌های حسابداری قوی و سنجیده انجام شود تا هیچ گونه مشکلی به وجود نیاید.	
مصاحبه ۳	رفع تضادها و تعارضات، تبادل اطلاعات جهت ابداع ایده‌های نو در نتیجه ارتباطات	
مصاحبه ۲	بیشتر کارآفرینان حرفه‌ای به اهمیت مذاکره در زندگی واقفند، زیرا زمان قابل توجهی از زندگی حرفه‌ای خود را صرف مذاکره می‌کنند	۸. مهارت‌های روابط انسانی، کنترل و فنون مذاکره، برنامه‌ریزی و تعیین اهداف
مصاحبه ۳	موفقیت و اثربخشی حرفه‌ای آنان به شدت متأثر از توانایی آنها در هنر و فن مذاکره است	
مصاحبه ۴	برنامه‌ریزی برای طرح کسب و کار می‌تواند میزان مسئولیت شما در قبال طرح را کنترل کرده و از اتلاف وقت جلوگیری کند	
مصاحبه ۲	پیشرو بودن، آینده‌نگاری (ساختن آینده)، آینده‌نگری (پیش بینی آینده) از ویژگی‌های کارآفرینی	۹. مهارت‌های رهبری آینده‌نگر و مدیریت توسعه
مصاحبه ۴	ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای اقتصادی، با توان رقابت بالا در سطح جهانی	
مصاحبه ۲	کارآفرین باید نگاه بلندمدت داشته باشد. ریسک‌پذیر باشد. به خلق چیزهای جدید علاقه‌مند باشد و خلاصه، مجموعه‌ای از صفات‌ها که برخی آنها را به عنوان شرط لازم برای ورود به دنیای کارآفرینی در نظر می‌گیرند و تجویز می‌کنند	۱۰. آموزش مهارت‌های فردی کارآفرینانه مانند: کنترل درونی، خطر پذیری، نوآوری، تغییرمحوری، مقاومت و توانایی مدیریت تغییرات
مصاحبه ۳	ورود به دنیای کارآفرینی نیازمند دانش و مهارتی فردی است که باید آموزش داده شود	
مصاحبه ۴	ارائه تسهیلات برای تاسیس شرکت‌ها یکی دیگر از سیاست‌های حمایت از کارآفرینی است.	۱۱. مشاوره در زمینه تسهیلات یا موانع دولتی در خصوص برخی از کسب‌وکارها
مصاحبه ۲	مشاوره و آموزش قوانین و مقررات بانکی مانند مراحل قانونی برای ارائه تسهیلات بانکی	

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۴	آشنایی با ارائه تسهیلات و زمینه‌سازی‌های لازم جهت کارآفرینی	
مصاحبه ۴	تکنولوژی تأثیر مهمی روی فعالیتهای اقتصادی و توسعه کسب‌وکار دارد.	۱۲. مشاوره در زمینه استفاده بهینه از تکنولوژی در کسب‌وکار
مصاحبه ۳	یکی از مهم‌ترین نقش‌های تکنولوژی روی کسب‌وکار و تجارت امروزی، ایجاد ارتباط قوی با مشتری است.	
مصاحبه ۳	برنامه‌های بازاریابی می‌تواند شکاف فوق را به خوبی پوشش داده و دیدگاه‌های مختلف بازاریابی، مدیریت و کارآفرینی را یکپارچه نماید	۱۳. مشاوره جهت تهیه برنامه‌های بازاریابی
مصاحبه ۲	مشاوره به منظور شناخت برخی موانع قانونی رشد کارآفرینی	۱۴. مشاوره در زمینه موارد قانونی ایران در زمینه‌های مرتبط با کسب و کار
مصاحبه ۳	فرآیند اخذ جواز تاسیس، فرآیند دریافت اعتبار مالی، صادرات و واردات، مالیات و عوارض، قانون کار از الزامات فرصت‌های کارآفرینی به شمار می‌رود.	
مصاحبه ۱	کارآفرینان فراوانی وجود دارند که به علت بی‌اطلاعی از مسائل حقوقی برند، متحمل هزینه‌های زیادی شده‌اند و نتوانسته‌اند از برند خود در برابر رقبا و سودجویان حفاظت نمایند که این خود نیاز به آموزش دارد.	۱۵. مشاوره و ارائه خدمات حقوقی در زمینه ثبت محصول و یا مارک تجاری و روشهای محافظت از آن
مصاحبه ۴	نرخ مالیات بر کارآفرینی اثر منفی دارد که باید کارآفرینان از آن آگاهی داشته باشند	۱۶. ارائه مشاوره‌های تخصصی در مورد قوانین مالیاتی در ایران
مصاحبه ۳	قوانین مالیاتی در صورت عدم شفاف سازی باعث افزایش هزینه‌های مبادله و در نتیجه کاهش میزان سرمایه‌گذاری، تولید و کارآفرینی خواهد شد	
مصاحبه ۲	اطمینان حاصل کنید که از یک بیمه مناسب برای کسب‌وکار و کارمندان‌تان استفاده می‌کنید. حتی درباره محل کار و ساختمانی که در آن مستقر هستید هم از یک بیمه خوب استفاده کنید تا مشکلات ناشی از آسیب‌های غیرمترقبه را نداشته باشید.	۱۷. مشاوره در زمینه انواع خدمات بیمه کسب و کار در ایران
مصاحبه ۴	اگر کسب‌وکار جدید مرتبط با صادرات یا واردات است؛ لذا دانستن مفاد قانونی و تعرفه‌های گمرکی کمک شایانی به فرد کارآفرین و در نتیجه کسب‌وکار آن خواهد کرد.	۱۸. موارد قانونی مرتبط با تعرفه‌های گمرکی در مورد کالاهای وارداتی
مصاحبه ۴	اگر کسب‌وکار جدید مرتبط با صادرات و یا واردات است؛ لذا دانستن موارد قانونی مرتبط با تسهیل امر صادرات کالا و خدمات، کمک شایانی به فرد کارآفرین و در نتیجه کسب‌وکار آن خواهد کرد.	۱۹. موارد قانونی مرتبط با تسهیل امر صادرات کالا و خدمات
مصاحبه ۳	گر خدمات و عملیات اعتباری بانک‌ها به عنوان یکی از مولفه‌های اساسی در نقش آفرینی آنها در عرصه اقتصادی ملاک ارزیابی و اثربخشی تلقی گردد. تحقق این امر در گرو تعامل منطقی، عقلانی و هم افزایی بانک‌ها و جامعه هدف است.	۲۰. بانک‌های تجاری (در قالب تسهیلات) خطهای اعتباری، اعتبار تجاری
مصاحبه ۲	اگر درک متقابل بین بانک و متقاضی، کارآفرین و صاحب کسب‌وکار با بانک شکل بگیرد و بازیگران اصلی صحنه اقتصادی به‌درستی و برابر مأموریت و مسئولیت و اهداف نقش آفرینی کنند، بی‌تردید اثربخشی و بازدهی تسهیلات پرداختی و ضمانت مالی و اعتباری هم برای بانک و هم برای کارآفرین و صاحب کسب‌وکار قابل احصاء است.	
مصاحبه ۲	وام‌دهندگان به پشتوانه دارایی، این امکان را برای کارآفرینی فراهم می‌سازند تا وجوهی را از طریق وثیقه‌گذارن دارایی‌های بعضاً بیکار خود قرض بگیرند.	۲۱. وام‌دهندگان به پشتوانه دارایی (وام رهنی)
مصاحبه ۳	آخرین گام برای نبل به موفقیت در یک کسب‌وکار جدید، رفتن به میان مردم و عمومی شدن است که به آن به عرضه عمومی اولیه سهام یا IPO اطلاق می‌شود	۲۲. عرضه‌کننده تجهیزات، عرضه عمومی سهام

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۴	دعوت به صورت فراخوان عمومی برای خرید سهام یک کسب‌وکار جدید توسط واسطه‌هایی چون موسسات اعتباری و بانک‌های تجاری انجام می‌گیرد	
مصاحبه ۳	انواع تامین مالی برای کارآفرینی شامل دریافت وام کوتاه یا بلندمدت ' مشارکت در سرمایه گذاری ' سرمایه گذاری به شرط خرید محصول ' فروش سهام شرکت یا صدور اوراق قرضه (البته دو روش آخر برای شرکتهای بزرگ مقدور است) و غیره انجام می‌گیرد.	۲۳. عرضه‌های خصوصی، اوراق قرضه
مصاحبه ۳	اخذ وام در قبال صدور اوراق بهادار با نرخ بهره مشخص	
مصاحبه ۳	مهم‌ترین منابع مالی برای کارآفرین عبارتند از: بانک‌ها، اعتبار تجاری، عرضه‌کنندگان تجهیزات، شرکت‌های تامین مالی تجاری، موسسات پس انداز و وام، کارگزاری‌ها، شرکت‌های بیمه، اتحادیه‌های اعتباری، اوراق قرضه، عرضه خصوصی و کمک‌های دولتی است.	۲۴. مؤسسات وام و پس انداز، کارگزاری‌ها، شرکت‌های بیمه
مصاحبه ۳	شرکت‌های تامین مالی تجاری انواع مشابهی از وام‌های بانکی را در اختیار کارآفرین قرار می‌گذارند و معمولاً ریسک بیشتری را نیز نسبت به رقیبان محافظه‌کارشان، در پرتفوی وام‌پایشان تقبل می‌کنند.	۲۵. شرکت‌های تامین مالی - تجاری
مصاحبه ۴	این شرکت‌ها معمولاً گزینه‌های اعتباری بسیاری را همانند بانک‌های تجاری به کارآفرین پیشنهاد می‌کنند، با وجود این به دلیل اینکه وام‌های آنها دربردارنده ریسک بیشتری است، شرکت‌های تامین مالی تجاری نرخ بهره بیشتری را نسبت به بانک‌های تجاری درخواست می‌کنند.	
مصاحبه ۳	هنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگی‌های شخصیتی یک فرد، متبلور می‌شود	۲۶. سطح فرهنگ کار، تعهدات اخلاقی، سخت کوشی و کم توقعی
مصاحبه ۳	فردی که دارای خمیرمایه کارآفرینی هستند، کارآفرین می‌شوند و افرادی که دارای اینگونه ویژگی‌های طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود	
مصاحبه ۲	عوامل شخصیتی و سبک فردی مانند سخت‌کوشی و کم‌توقعی در کارآفرینی از اهمیت فراوانی برخوردار است	
مصاحبه ۲	شرایط فیزیکی کشور به لحاظ منابع طبیعی، شرایط جغرافیایی، ترکیب جمعیتی، قیمت انرژی، زیرساخت‌های مخابراتی را می‌توان از مهم‌ترین عوامل یا موانع مؤثر در اشتغالزایی و کارآفرینی معرفی کرد.	۲۷. شرایط فیزیکی کشور به لحاظ منابع طبیعی، شرایط جغرافیایی، ترکیب جمعیتی، قیمت انرژی، زیر ساخت‌های مخابراتی
مصاحبه ۲	ایران به‌رغم فشارهای بین‌المللی، با توجه به شرایط جغرافیایی و ظرفیت‌ها و منابع موجود در کشور، نسبت به سایر دولت‌های دنیا اعم از غربی و شرقی، با مشکلات و موانع کمتری مواجه است	
مصاحبه ۲	روابط تجاری، نوع بازار، سلاقی مصرفی و ... انتخاب سوژه‌های اقتصادی از مهم‌ترین عوامل یا موانع مؤثر در اشتغالزایی و کارآفرینی معرفی کرد	۲۸. روابط تجاری، نوع بازار، سلاقی مصرفی و ... انتخاب سوژه‌های اقتصادی
مصاحبه ۱	دیدگاه مبتنی بر منابع و رویکرد قابلیت‌های پویا از قابلیت‌های مؤثر بر بروز کارآفرینی است	۲۹. پویایی
مصاحبه ۱	ترکیب دو عامل قابلیت‌های پویا و گرایش به کارآفرینی، می‌تواند به نوآوری و سرانجام عمکرد بهتر شرکت بیانجامد	
مصاحبه ۴	پیچیدگی با کارآفرینی رابطه مستقیمی دارد	۳۰. پیچیدگی
مصاحبه ۳	همیشه به دنبال ایده‌های جدید و اعمال نوآوری در کارها باشید. در دنیای امروز، هیچ مزیت رقابتی برای مدت زمان طولانی پایدار نیست.	۳۱. شدت رقابت

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۲	بنابراین شدت رقابت یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده میزان سوددهی کسب‌وکارها است. به این ترتیب ما به عنوان کارآفرین باید آمادگی هر چه بیشتر برای مواجهه با شرایط گوناگون رقابتی را داشته باشیم.	
مصاحبه ۳	باید رقابت و استراتژی‌های رقابتی را خوب بشناسیم.	
مصاحبه ۴	بخشندگی و کرامت، ارتباط با ارباب رجوع، محیط اجتماعی فرهنگی، قدرت تحرک و پویایی و ارتباط با همکاران به ترتیب از عوامل زمینه‌ای موثر بر کارآفرینی است.	۳۲. بخشندگی و کرامت
مصاحبه ۱	شناسایی کارآفرینان موفق و ارائه الگوی موفقیت آنها در بخش صنعت	
مصاحبه ۴	تفاوت بین مدیران و کارآفرینان در بخش صنعت	۳۳. ویژگیهای صنعت
مصاحبه ۲	بررسی و تطبیق ویژگی‌های کارآفرینان در صنعت	
مصاحبه ۲	رسانه‌ها به جهت همان خاصیت تبلیغی و فرهنگ‌سازی از شیوه مخصوص و مدل ذاتی خودشان (خصوصاً رسانه‌های دیداری، شنیداری و چاپی، تلویزیونی و مطبوعاتی) نقش بسزایی در ترویج فرهنگ کارآفرینی دارند	۳۴. توجه رسانه‌ها به کارآفرینی
مصاحبه ۴	اصلی‌ترین و مهم‌ترین راه برای بسط و ترویج فرهنگ کارآفرینی، رسانه‌ها هستند.	
مصاحبه ۳	مهم‌ترین راز موفقیت کسب‌وکارهای موفق از دیگر کسب‌وکارها نوآوری‌های آنها و تقاضا برای محصولات جدید است.	۳۵. تقاضا برای محصولات جدید
مصاحبه ۱	بررسی تاثیر چشم انداز استراتژیک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های هوش سازمانی بر کارآفرینی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های کارآفرینی	۳۶. ماموریت چشم‌انداز محور
مصاحبه ۲	مسیر پرتلاطم تجارت و کارآفرینی همچون دریایی ست که گاه آرام و گاه نا آرام است و تنها با یک طناب به آن سوی این دریا می‌توان وصل شد.	
مصاحبه ۱	کارآفرینی به عنوان محرکی جهت دستیابی به مزیت رقابتی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه عمل می‌کند	۳۷. تاکتیک‌های رقابتی
مصاحبه ۲	کارآفرینی، به شناسایی فرصت‌ها و مدیریت استراتژیک به‌عنوان عاملی جهت تبدیل فرصت‌ها به مزیت رقابتی درک می‌شود	
مصاحبه ۳	ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رفتار رهبران استراتژیک از عوامل مهم در کارآفرینی است	۳۸. ویژگیها، ارزشها و رفتار رهبران استراتژیک
مصاحبه ۲	نگرش، بهترین وسیله و توصیف‌کننده برای اقدامات کارآفرینانه به شمار می‌رود.	
مصاحبه ۳	داشتن نگرش‌های خاص منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی می‌گردد.	۳۹. نگرش کارآفرینانه
مصاحبه ۲	رفتار کارآفرینانه حاصل تمایل به تغییر وضع موجود با بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری است.	
مصاحبه ۴	رفتار کارآفرینی موجب استفاده از ترکیبات منابع نوآورانه برای شناسایی و پیگیری فرصت‌هاست.	۴۰. رفتار کارآفرینانه

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۲	ظرفیت کارآفرین برای انجام کار و قدرت ریسک‌پذیری او عامل مهمی در کارآفرینی است	۴۱. ظرفیت و مهارت‌های کارآفرینانه
مصاحبه ۳	جامعه‌ای که دستخوش بدبینی باشد، نمی‌تواند از فرصت‌های پیش‌رو به‌خوبی بهره بگیرد؛ لذا خوش بینی از عوامل مؤثر در کارآفرینی است	۴۲. خوش‌بینی بر پایه خودکارایی
مصاحبه ۴	اعتقاد یک فرد به توانایی خود جهت موفق شدن یعنی خودکارایی است	
مصاحبه ۲	کارآفرینان توفیق طلب، موقعیت‌هایی را دوست دارند که برای پیدا کردن راه حل مشکلات، شخصاً مسئولیت داشته باشند.	
مصاحبه ۳	اغلب تا زمانی که کار با کامیابی به پایان برسد، کاملاً شیفته و مجذوب آن کارند و به کارهای دیگر نمی‌پردازند. آنان نیمه تمام گذاشتن کار را دوست ندارند و تا زمانی که تمام تلاش خود را به کار نگیرند، رضایت خاطر پیدا نمی‌کنند.	۴۳. توفیق طلبی
مصاحبه ۳	مهم‌ترین لازمه کارآفرینی داشتن روحیه ریسک‌پذیری است	
مصاحبه ۲	کارآفرینی به سبب این که نوعی آفرینش و ابداع محسوب می‌شود ماهیت ریسک‌پذیرتری خواهد داشت	۴۴. ریسک‌پذیری تجارت جدید
مصاحبه ۳	ریسک‌پذیری این امکان را به کارآفرینان می‌دهد تا ضمن تجربه شرایط و موقعیت‌های مختلف دست‌کم به خود ثابت کنید که تلاشتان را کرده‌اید.	
مصاحبه ۳	انگیزه‌های کارآفرینی گام‌های لازم برای تبدیل شدن افراد به کارآفرین است	
مصاحبه ۲	انگیزه، نیروی محرکه‌ای در کارآفرین است که آنها را به نحوی پیش می‌راند که بتوانند عمل کنند.	۴۵. انگیزه
مصاحبه ۴	عوامل متعددی مواجه شده‌اند که باعث ایجاد انگیزه برای کارآفرینی می‌شوند.	
مصاحبه ۴	تفکر خلاق یا همان خلاقیت در فکر کردن را می‌توان در کارآفرین به‌عنوان عامل اصلی کارآفرینی بهبود بخشید و حتی پرورش داد	
مصاحبه ۳	کارآفرین برای آنکه به یک تفکر خلاق برسد، بایستی مدت زمان مشخصی را در هر روز به فکر کردن اختصاص دهد. معمولاً اوایل صبح بهترین زمان برای فکر کردن است. مکان هم می‌تواند در میزان خلاقیت فکر تاثیر داشته باشد. بنابراین کارآفرین یک مکان آرام برای فکر کردن خود مهیا کند.	۴۶. میزان زمان اختصاص یافته به تفکر خلاق
مصاحبه ۲	باید اطمینان حاصل کنید که ایده شما قابل اجراست، آیا نیازی را از کسی برطرف می‌کند، آیا مورد استقبال قرار می‌گیرد.	۴۷. اطمینان به خود در ایجاد ایده‌های کسب و کار
مصاحبه ۲	خودکارآمدی، منجر به ایجاد درک بهتری از فرایندهای کارآفرینی شده است.	
مصاحبه ۳	خودکارآمدی کارآفرینانه یک عامل کلیدی در تعیین قصد کارآفرینانه و بروز رفتارهای نوآورانه به شمار می‌آید	۴۸. احساس خودکارآمدی ادراک شده
مصاحبه ۴	یک فرد تنها هنگامی می‌تواند یک کسب‌وکار را ایجاد کند یا یک رفتار کارآفرینانه از خود نشان دهد که دارای خودکارآمدی بالا و تصور مناسبی از توانایی‌ها و قابلیت‌های خود باشد.	
مصاحبه ۳	خلاقیت عامل اصلی موفقیت کارآفرینان است.	۴۹. خلاقیت
مصاحبه	یکی از تمایزهای کارآفرینان موفق، خلاقیت است.	

سند	مفاهیم	کد باز
۳		
مصاحبه ۳	کارآفرینان خلاق و نوآور هستند؛ آنها دربارهٔ پیدا کردن یک جریان درآمد که تا حد زیادی با شور و شوقشان مطابقت داشته باشد، هیجان زده هستند	
مصاحبه ۳	تشخیص فرصت به عنوان اولین و مهم ترین مرحله در کارآفرینی است.	۵۰. جست و جوی منظم فرصت ها
مصاحبه ۴	پیوندهای ضعیف اجتماعی تأثیر بیش تری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه در مقایسه با پیوندهای قوی دارند.	
مصاحبه ۲	توانایی برای توجه به فرصت های کسب و کار بدون جستجو برای آنها و هوشیاری کارآفرینانه از عوامل موثر بر کارآفرینی است	۵۱. هوشیاری کارآفرینانه
مصاحبه ۳	هوشیاری کارآفرینانه برای توضیح شناسایی فرصت کسب و کار جذاب هستند.	
مصاحبه ۴	تجلیل از نوآوری موجب تشویق و انگیزه کارآفرینان می گردد.	۵۲. تجلیل از نوآوری
مصاحبه ۴	تعهد احساسی کارآفرین یکی از عوامل مهم بر رفتارهای کارآفرینی است	۵۳. تعهد احساسی
مصاحبه ۴	کارآفرینان برای رسیدن به آگاهی، کسب منابع و مدیریت باید در امر یادگیری شرکت کنند	۵۴. یادگیری کارآفرینانه
مصاحبه ۳	یادگیری کارآفرینانه به عنوان یک فرآیند مستمر که توسعه و گسترش دانش و علم مورد نیاز برای شروع موفق یک فعالیت است	
مصاحبه ۴	منزلت اجتماعی در کارآفرینی بسیار موثر است. منزلت اجتماعی کارآفرینان باید به گونه ای ارتقا یابد که رسیدن به این عنوان یک ارزش تلقی شود	۵۵. منزلت اجتماعی کارآفرینان
مصاحبه ۳	کارآفرینی، موتور محرک توسعه به شمار می رود و باید بستری برای منزلت اجتماعی آنها فراهم گردد تا کارآفرینان چرخ های عظیم توسعه را به حرکت در بیاورند.	
مصاحبه ۱	کارآفرینان واقعی بر آینده تمرکز می کنند.	۵۶. تمرکز بر آینده
مصاحبه ۲	دانش اولیه تخصصی و مورد علاقه فرد از شاخص ها و شایستگی های کارآفرینانه و موثر در کارآفرینی است	۵۷. دانش اولیه ی تخصصی و مورد علاقه ی فرد
مصاحبه ۱	دو نوع دانش اولیه در فرآیند کارآفرینی بسیار مهم است: نخست دانش اولیه ی تخصصی و مورد علاقه فرد و دیگری دانشی که به طور سالانه و با گذر زمان با کارکردن در کاری معلوم کسب می کند.	۵۸. دانشی که به طور سالانه و با گذر زمان با کارکردن در کاری معلوم کسب می کند
مصاحبه ۳	دانش اولیه بازار می تواند به یک فرصت تجاری کسب و کار در بازار بالقوه تبدیل شود	۵۹. دانش اولیه بازار
مصاحبه ۳	یکی دیگر از عوامل موثر در کارآفرینی دانش اولیه فرد کارآفرین در زمینه شناخت نیاز بازار و سپس تلاش برای برآوردن آن در قالب کارآفرینی خواهد بود	۶۰. دانش اولیه راه های برآوردن نیازهای بازار
مصاحبه ۳	کارآفرین باید در خصوص قدرت پیش بینی وضع اقتصاد و بازار و حل مشکلات مشتریان دانش اولیه را داشته باشد	۶۱. دانش اولیه ی مشکلات مشتریان
مصاحبه ۳	رؤیاهای کارآفرین باعث شناسایی فرصت خواهد شد	۶۲. رؤیاهای کارآفرین و نقش آن در شناسایی فرصت

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۲	نقش بیکاری و اندیشه فرار از آن در شناسایی فرصت و کارآفرینی بسیار موثر خواهد بود	۶۳. نقش بیکاری و اندیشه فرار از آن در شناسایی فرصت
مصاحبه ۲	شکست‌های گذشته و حوادث ناگوار به‌عنوان نیروی پیش‌برنده در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی است	۶۴. شکست‌های گذشته و حوادث ناگوار
مصاحبه ۱	با اینکه خلاقیت می‌تواند مانند عوامل ژنتیکی به کودک منتقل شود، اما خانواده و دوستان و به‌خصوص پدر و مادر با داشتن یک تصویر ذهنی از آینده کودکانشان به این منظور که او بتواند در آینده به دستاوردهای خلاق برسد، بسیار موثر است.	۶۵. نقش دوستان و نزدیکان
مصاحبه ۱	در مرحله تشخیص و فرصت، کارآفرینان از طریق گروه‌های رسمی در شبکه اجتماعی خود از مزایای جریان‌های اطلاعات متنوع برخوردار شده و استفاده از روابط موجود در شبکه‌ها باعث افزایش تعداد فرصت‌های تشخیص داده می‌شود.	۶۶. نقش گروه‌های رسمی
مصاحبه ۱	پیوندهای قوی میان دوستان نزدیک و پیوندهای ضعیف روابط میان افراد با دیگر اعضای گروه (مانند دوستان دوستان) از عوامل موثر در کارآفرینی تلقی می‌شود.	۶۷. نقش گره‌های ضعیف و قوی
مصاحبه ۴	کارآفرین باید اعتقاد داشته باشد که فرصت‌های کارآفرینانه به اندازه کافی سود کارآفرینانه را برای پوشش سایر هزینه‌های فرصت دارد.	۶۸. اعتقاد به فرصت شناسی
مصاحبه ۳	عامل بالقوه برای خلق چیز جدید که از تغییر شرایط حاصل شده است.	۶۹. توان بالقوه در شناخت فرصت
مصاحبه ۳	علاقه جستجو و یافتن فرصت‌های جدید	۷۰. علاقه به جستجو
مصاحبه ۲	گاهی در فعالیتهای غیرمرتبط با کسب و کار می‌توان فرصت‌های کارآفرینی جدید کشف کرد	۷۱. پیدا کردن ایده در فعالیتهای غیر مرتبط با کسب و کار
مصاحبه ۲	موفقیت رویای هر کارآفرین است	۷۲. میزان موفقیت
مصاحبه ۲	روای موفقیت چیزی نیست که به راحتی دست از سر شما بردارد	
مصاحبه ۲	تجربه نشان داده است که کسب و کارهای زنجیره‌ای در ایجاد اشتغال و رونق تولید در شرایط کنونی اقتصاد نقش مؤثری دارند و این مسئله اهمیت ارتباط کارآفرینان با فرصت‌های پیش‌رو را دوچندان می‌سازد.	۷۳. ارتباط فرصت با کسب و کار کارآفرین
مصاحبه ۲	کارآفرینان بذر توسعه صنعتی را می‌پراکنند و طعم میوه اشتغال، افزایش درآمد، استانداردهای بهتر برای زندگی و رشد اقتصادی جامعه را به مردم می‌چشانند.	۷۴. کسب درآمد
مصاحبه ۲	کارآفرینی فرایند خلق چیزی جدید و باارزش است که با رسیدن به رضایت فردی و مالی و استقلال به ثمر می‌رسد.	۷۵. کسب استقلال و احساس رضایت شخصی
مصاحبه ۴	در کارآفرینی، رضایت شخصی از استقلال کاری به وجود می‌آید.	
مصاحبه ۳	کارآفرینی مستلزم دو عامل است: یکی اعتماد به نفس برای آموختن چیزهایی که نمی‌دانیم و دوم شجاعت برای رویارویی با شکست.	۷۶. افزایش اعتماد به نفس به منظور شروع کارآفرینی جدید
مصاحبه ۳	کارآفرینی یعنی اعتماد دارید می‌توانید به عمیق‌ترین نیازها و هدف‌های خود دست یابید.	
مصاحبه ۴	کارآفرینی یعنی کارخانه تبدیل ایده به ثروت که خود موجب بسترسازی هر چه بیشتر کارآفرینی خواهد شد	۷۷. تولید ثروت

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۴	از طرفی تولید ثروت از طریق کارآفرینی میسر می‌گردد	
مصاحبه ۴	لازمه بهبود فضای کسب‌وکار کارآفرینی، امنیت شغلی است	۷۸. افزایش امنیت شغلی و بهبود محیط کسب‌وکار
مصاحبه ۳	تا زمانی که امنیت شغلی نیروهای کار حفظ نشود، فضای کسب‌وکار بهبود نمی‌یابد.	
مصاحبه ۱	افزایش نوآوری و ارتقای سطح فناوری موجبات توسعه کارآفرینی را فراهم می‌سازد	۷۹. ایجاد ارزش‌های نوظهور و ارتقاء نوآوری
مصاحبه ۱	افزایش نوآوری و ارتقای سطح فناوری موجبات توسعه کارآفرینی را فراهم می‌سازد	۸۰. توسعه فناوری
مصاحبه ۱	شفافیت، ضابطه‌مندی و تسریع روند اداری صدور مجوزها	۸۱. تسهیل صدور مجوزها
مصاحبه ۱	مجوز کلمه ای در ظاهر ۴ حرفی اما در باطن دارای ۷ خوان و هزار حرف و حدیث! دو هزار نوع مجوز، ۴ تا ۵ میلیون کارمند دولت و یک نظام دیوان سالار تمام عیار؛ ما حاصل این مجموعه، سرگردانی کارآفرینی است که در جهت تحقق مهم‌ترین اولویت کنونی دولت و کشور یعنی اشتغال گام بر می‌دارد.	
مصاحبه ۲	اعطای تسهیلات و اعتبارات مناسب	۸۲. تسهیل شرایط اخذ وام و تسهیلات
مصاحبه ۲	سواد، شفافیت و معافیت مالیاتی	۸۳. اصلاح ساختار مالیاتی
مصاحبه ۲	حمایت از بخش اشتغال و کارآفرینی با اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم	
مصاحبه ۳	اصلاح مالیاتی در زمینه حمایت از تولید، اشتغال و کارآفرین	
مصاحبه ۲	ظرفیت‌سازی کارآفرینانه	
مصاحبه ۳	آموزش مستمر و مداوم با کاربردهای وسیع	
مصاحبه ۲	انتقال مهارت‌های بین شخصیتی	۸۴. سیستم بهسازی و بالندگی کارآفرینانه
مصاحبه ۳	انتقال فنون تفکر خلاق	
مصاحبه ۱	کاهش تعارض نقش ناشی از رفتار کارآفرینانه	
مصاحبه ۴	انگیزش جوهره نوآوری و خلاقیت کارآفرینان بوده و به تلاش‌های آن‌ها انرژی و استمرار می‌بخشد.	
مصاحبه ۳	رایج‌ترین انگیزه‌ها و پاداش‌های بیرونی، مشوق‌های مالی مثلاً از سمت دولت برای کارآفرینان است یا پاداش‌های غیرنقدی تأثیری در وضعیت مادی فرد ندارند، بلکه با دریافت آن‌ها زندگی کاری او مطلوب‌تر می‌شود.	۸۵. جبران خدمت
مصاحبه ۱	شایستگی، آینده‌نگری، انعطاف‌پذیری، عدالت و جامعیت از ابعاد شایستگی محور در جهت افزایش انگیزه کارآفرینی افراد است	۸۶. مدیریت عملکرد شایستگی محور

سند	مفاهیم	کد باز
مصاحبه ۲	شایستگی از جمله عوامل زیربنایی تاثیرگذار بر عملکرد کارآفرینانه است و تفاوت در شایستگی افراد، منجر به تفاوت در عملکرد آنها خواهد شد.	
مصاحبه ۴	با توجه به نقش توسعه صادرات و جایگزینی واردات در توسعه صنعتی کشورها و کارکردهای منحصر به فرد کارآفرین‌های نوآور در این حوزه، این افراد را به یک عامل مهم در رشد و توسعه اقتصادی بدل کرده است.	۸۷. راهبردهای جایگزینی واردات و توسعه صادرات
مصاحبه ۴	با پیشرفت روزافزون فناوری و تکنولوژی در سراسر دنیا، ارتباط کارآفرینی و تکنولوژی به یکدیگر گره خورده و تکنولوژی یکی از حوزه‌های کلیدی این پدیده به شمار می‌رود و در دهه اخیر تکنولوژی توانسته تاثیرات مثبتی بر کارآفرینی و فرایندهای آن بگذارد.	۸۸. فناوری
مصاحبه ۲	فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب‌وکارهایی که زیرساخت‌های تکنولوژی و فناوریانه دارند، نه تنها موجب شناسایی بهتر فرصت‌های کسب‌وکار بلکه ورود به بازار رقابت و افزایش تقاضا و مشتریان در بازار را نیز در پی خواهند داشت	
مصاحبه ۴	یکی دیگر از مواردی که ذهن ما را مشغول کرده و خیلی مهم بود، این بود که تولیدکنندگان و صنعت‌گران، با مشکل تغییر زیاد قوانین در زمان نیاز به واردات مواد اولیه مواجه بودند.	۸۹. محیط نهادی
مصاحبه ۳	تبدیل تهدیدها و تحریم‌ها به فرصت با کارآفرینی و خلاقیت	۹۰. تحریم
مصاحبه ۳	برای توسعه محیط کسب‌وکار در ایران و با عنایت به اهداف اقتصاد مقاومتی که در شرایط تحریم و تهدیدهای امریکا به وجود آمده است برای رشد و توسعه کارآفرینی باید از تمامی منابع، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بخش دولتی و غیردولتی (خصوصی) بهره کامل ببرد.	
مصاحبه ۴	بی‌ثباتی نرخ ارز موجبات کاهش کارآفرینی را فراهم می‌آورد.	۹۱. نرخ ارز
مصاحبه ۴	بی‌ثباتی نرخ ارز سبب بی‌ثباتی اقتصادی ناشی از آن می‌شود.	

گام دوم: کدگذاری محوری

عبارت است از سلسله‌رویه‌هایی که پس از کدگذاری باز انجام می‌شوند تا با برقراری پیوند بین مقوله‌ها، اطلاعات را به شیوه‌های جدیدی با یکدیگر مرتبط سازند. نتایج این گام در جدول شماره (۲) گردآوری شده است.

جدول (۲): کدگذاری محوری

دفعات تکرار	کدهای باز	مقوله
۳	۱. آموزش نوشتاری، مهارت شنیداری و ارتباطات کلامی	۱. آموزش مهارت‌های کارآفرینی
۵	۲. آموزش مربیگری و هدایت گروه	
۳	۳. آموزش مدیریت فنی کسب و کار	
۳	۴. آموزش تعامل با محیط کار و روابط اجتماعی	
۴	۵. آموزش سازماندهی و فناوری	
۳	۶. مهارت‌های مدیریتی کسب و کار	
۳	۷. مهارت‌های تصمیم‌گیری، بازاریابی، مدیریت، امور مالی، حسابداری، تولید	

دفعات تکرار	کدهای باز	مقوله
۴	۸. مهارت‌های روابط انسانی، کنترل و فنون مذاکره، برنامه‌ریزی و تعیین اهداف	
۲	۹. مهارت‌های رهبری آینده نگر و مدیریت توسعه	
۵	۱۰. آموزش مهارت‌های فردی کارآفرینانه مانند کنترل درونی، خطر پذیری، نوآوری، تغییرمحوری، مقاومت و توانایی مدیریت تغییرات	
۴	۱۱. مشاوره در زمینه تسهیلات یا موانع دولتی در خصوص برخی از کسب و کارها	۲. مشاوره
۶	۱۲. مشاوره در زمینه استفاده بهینه از تکنولوژی در کسب و کار	
۱	۱۳. مشاوره جهت تهیه برنامه‌های بازاریابی	
۲	۱۴. مشاوره در زمینه موارد قانونی ایران در زمینه‌های مرتبط با کسب و کار	
۱	۱۵. مشاوره و ارائه خدمات حقوقی در زمینه ثبت محصول و یا مارک تجاری و روشهای محافظت از آن	
۲	۱۶. ارائه مشاوره‌های تخصصی در مورد قوانین مالیاتی در ایران	
۲	۱۷. مشاوره در زمینه انواع خدمات بیمه کسب و کار در ایران	
۱	۱۸. موارد قانونی مرتبط با تعرفه‌های گمرکی در مورد کالاهای وارداتی	
۲	۱۹. موارد قانونی مرتبط با تسهیل امر صادرات کالا و خدمات	
۲	۲۰. بانک‌های تجاری (در قالب تسهیلات) خطهای اعتباری، اعتبار تجاری	
۱	۲۱. وام دهندگان به پشتوانه دارایی (وام رهنی)	
۴	۲۲. عرضه کننده تجهیزات، عرضه عمومی سهام	
۴	۲۳. عرضه‌های خصوصی، اوراق قرضه	
۹	۲۴. مؤسسات وام و پس‌انداز، کارگزاری‌ها، شرکت‌های بیمه	
۲	۲۵. شرکت‌های تأمین مالی - تجاری	
۵	۲۶. سطح فرهنگ کار، تعهدات اخلاقی، سخت‌کوشی و کم‌توقعی	۴. زیرساخت‌های اساسی (فرهنگی - اقتصادی - فیزیکی - تجاری)
۴	۲۷. شرایط فیزیکی کشور به لحاظ منابع طبیعی، شرایط جغرافیایی، ترکیب جمعیتی، قیمت انرژی، زیر ساخت‌های مخابراتی	
۱	۲۸. روابط تجاری، نوع بازار، سلايق مصرفی و ... انتخاب سوزه‌های اقتصادی	
۲	۲۹. پویایی	۵. عوامل محیطی
۱	۳۰. پیچیدگی	
۳	۳۱. شدت رقابت	
۱	۳۲. بخشندگی و کرامت	
۳	۳۳. ویژگی‌های صنعت	
۲	۳۴. توجه رسانه‌ها به کارآفرینی	
۱	۳۵. تقاضا برای محصولات جدید	
۲	۳۶. ماموریت چشم‌انداز محور	۶. عوامل استراتژیک
۷	۳۷. تاکتیک‌های رقابتی	
۳	۳۸. ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رفتار رهبران استراتژیک	۷. عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی)
۶	۳۹. نگرش کارآفرینانه	
۲	۴۰. رفتار کارآفرینانه	
۳	۴۱. ظرفیت و مهارت‌های کارآفرینانه	
۳	۴۲. خوش‌بینی بر پایه خودکارایی	
۳	۴۳. توفیق طلبی	
۲	۴۴. ریسک‌پذیری تجارت جدید	

مقوله	کدهای باز	دفعات تکرار
	۴۵. انگیزه	۲
	۴۶. میزان زمان اختصاص یافته به تفکر خلاق	۵
	۴۷. اطمینان به خود در ایجاد ایده‌های کسب و کار	۱
	۴۸. احساس خودکارآمدی ادراک شده	۳
	۴۹. خلاقیت	۳
	۵۰. جست‌وجوی منظم فرصت‌ها	۲
	۵۱. هوشیاری کارآفرینانه	۲
۸. عوامل فرهنگی	۵۲. تجلیل از نوآوری	۱
	۵۳. تعهد احساسی	۱
	۵۴. یادگیری کارآفرینانه	۵
	۵۵. منزلت اجتماعی کارآفرینان	۲
	۵۶. تمرکز بر آینده	۳
	۵۷. دانش اولیه تخصصی و موردعلاقه فرد	۷
۹. دانش اولیه	۵۸. دانشی که به طور سالانه و با گذر زمان با کار کردن در کاری معلوم کسب می‌کند	۲
	۵۹. دانش اولیه بازار	۵
	۶۰. دانش اولیه راه‌های برآوردن نیازهای بازار	۴
	۶۱. دانش اولیه مشکلات مشتریان	۹
	۶۲. رؤیاهای کارآفرین و نقش آن در شناسایی فرصت	۷
۱۰. نیروهای پیش برنده	۶۳. نقش بیکاری و اندیشه فرار از آن در شناسایی فرصت	۱
	۶۴. شکست‌های گذشته و حوادث ناگوار	۲
	۶۵. نقش دوستان و نزدیکان	۳
۱۱. شبکه‌های اجتماعی	۶۶. نقش گروه‌های رسمی	۵
	۶۷. نقش گروه‌های ضعیف و قوی	۴
	۶۸. اعتقاد به فرصت‌شناسی	۷
۱۲. هوشیاری کارآفرینی	۶۹. توان بالقوه در شناخت فرصت	۲
	۷۰. علاقه به جستجو	۱
	۷۱. پیدا کردن ایده در فعالیت‌های غیرمرتبط با کسب و کار	۹
	۷۲. میزان موفقیت	۴
	۷۳. ارتباط فرصت با کسب‌وکار کارآفرین	۱
۱۳. پیامدهای فردی	۷۴. کسب درآمد	۴
	۷۵. کسب استقلال و احساس رضایت شخصی	۳
	۷۶. افزایش اعتمادبه نفس به منظور شروع کارآفرینی جدید	۵
۱۴. پیامدهای کلان	۷۷. تولید ثروت	۶
	۷۸. افزایش امنیت شغلی و بهبود محیط کسب‌وکار	۸
	۷۹. ایجاد ارزش‌های نوظهور و ارتقاء نوآوری	۲
	۸۰. توسعه فناوری	۳
۱۵. اصلاح قوانین و مقررات	۸۱. تسهیل صدور مجوزها	۹
	۸۲. تسهیل شرایط اخذ وام و تسهیلات	۴
	۸۳. اصلاح ساختار مالیاتی	۱

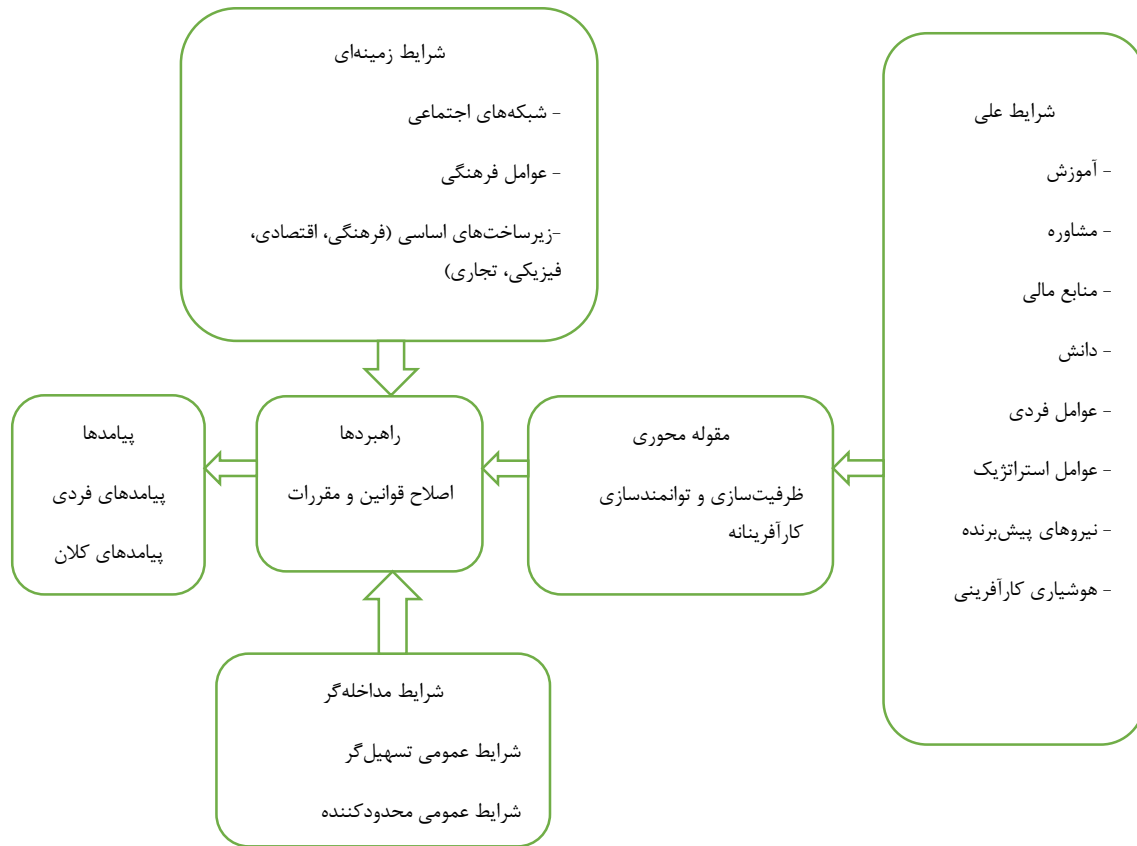
مقوله	کدهای باز	دفعات تکرار
۱۶. ظرفیت سازی و توانمندسازی کارآفرینانه	۸۴. سیستم به‌سازی و بالندگی کارآفرینانه	۳
۱۷. نظام انگیزش کارآفرینانه	۸۵. جبران خدمت	۲
	۸۶. مدیریت عملکرد شایستگی محور	۱
۱۸. شرایط عمومی تسهیل گر	۸۷. راهبردهای جایگزینی واردات و توسعه صادرات	۱
	۸۸. فناوری	۶
۱۹. شرایط عمومی محدودکننده	۸۹. محیط نهادی	۵
	۹۰. تحریم	۷
	۹۱. نرخ ارز	۲

نتایج حاصل از کدگذاری محوری در جدول بالا نشان داده شده است. مشاهده می‌شود ۹۱ کد باز در قالب ۱۹ مقوله به شرح ذیل دسته‌بندی شده‌اند:

(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 شخصیتی)؛ (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 تسهیل گر؛ (۱۹) شرایط عمومی محدودکننده.

گام سوم: کد گذاری گزینشی

در این مرحله از روش گراند تئوری، موارد مرتبط با یکدیگر در یک طبقه قرار می‌گیرند که در نهایت منجر به ارائه یک مدل برخاسته از داده‌های تجربی می‌شود که نتایج آن به قرار زیر است:



شکل (۴): مدل پارادیمی پژوهش

نتیجه‌گیری

شرایط علی، 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 به‌دست‌آمده، نشان داد که آموزش، مشاوره، منابع مالی، دانش، عوامل فردی، عوامل استراتژیک، نیروهای پیش‌برنده و هوشیاری کارآفرینی می‌تواند از شرایط علی مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی باشد. مقوله محوری، همان پدیده اصلی موردنظر این پژوهش یعنی شناسایی فرصت‌های کارآفرینی است. این پدیده اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده شده‌اند و با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان از عوامل تأثیرگذار بر این پدیده و راهنمدهایی ب‌آمده از آن و در ادامه پیامدهای و نتایج حاصل از این راهنمدها سخن گفت. در این پژوهش مقوله محوری ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کارآفرینانه و نظام انگیزش کارآفرینانه در نظر گرفته شده است. راهنمدها، 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 راهنمدهای 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 علی می‌پردازد و بر راهنمدها 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 آنها موجب تحقق مقوله محوری می‌شود. به‌عنوان نتیجه مصاحبه‌شوندگان این پژوهش بر پیامدهای فردی و پیامدهای کلان اشاره کرده‌اند.

منابع

کتاب‌ها

یگانگی، صدیقه. (۱۳۸۳). بررسی تأثیر منابع اجتماعی اطلاعات بر تشخیص فرصت در کسب‌وکارهای کوچک متوسط صنایع غذایی شهر تهران. تهران: دانشکده مدیریت.

مقالات

اکبری، مرتضی، و دانش، مژگان. (۱۳۹۸). «تأثیر بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی: با تبیین نقش میانجی شناسایی فرصت». تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، ۵۰(۴)، صص. ۷۸۹-۸۰۱.

خواجه نبی، فهیمه؛ زند مقدم، محمدرضا و کرکه‌آبادی، زینب. (۲۰۲۰). «تحلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در رشد و توسعه گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر گلوگاه». دوفصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۱(۱)، صص. ۱۳-۲۸.

منابع انگلیسی

Baumol, William J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing*, 11(1), pp. 3-22.

Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*, 25(1), 71-79.

Bylund, Per L., & McCaffrey, M. (2017). A theory of entrepreneurship and institutional uncertainty. *Journal of Business Venturing*, 32(5), pp. 461-475.

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

Foss, Nicolai, & Klein, P. (2018). Entrepreneurial Opportunities: Who Needs Them? *Academy of Management Perspectives*(ja).

Karami, G., & Rezaei Moghaddam, K. (2020). Participatory Action Research: The Linkage Point between the Research and Action in the Agricultural Entrepreneurship Cooperatives Management. *karafan scientific semi-annual*, 16(46), pp. 161-188.

Kroezen, J., Ravasi, D., Sasaki, I., Żebrowska, M., & Suddaby, R. (2021). Configurations of Craft: Alternative Models for Organizing Work. *Academy of Management Annals*, (ja).

Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79, pp. 177-188.

Mortazavi, S Habib, & Bahrami, M. (2012). Integrated approach to entrepreneurship—knowledge based economy: a conceptual model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, pp. 281-287.

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

- Patel, P. C., & Wolfe, M. T. (2020). Of free markets and a secular mind: the value of economic decentralization and individual secular values in entrepreneurship. *Small Business Economics*, pp. 1-27.
- Reuber, A Rebecca, Knight, Gary A, Liesch, Peter W, & Zhou, L. (2018). *International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders*: Springer.
- Shi, Y., Shi, D., Zhou, L., & Fang, R. (2020). Identification of ecosystem services supply and demand areas and simulation of ecosystem service flows in Shanghai. *Ecological Indicators*, 115, pp. 106- 418.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), pp. 49-72.
- Stevenson, H, & Jarillo, C. (1990). A paradigm of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 3, pp. 45-57.
- Steyaert, Chris, & Hjorth, D. (2008). *Entrepreneurship as social change: A third new movements in entrepreneurship book (Vol. 3)*: Edward Elgar Publishing.
- Todeschini, B., Cortimiglia, Marcelo N., Callegaro-de-Menezes, D., & Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*, 60(6), pp. 759-770.