

## مقاله پژوهشی

## تأثیر پویایی محیطی و دانش کار آفرینانه بر تشخیص فرصت‌های آن با نقش میانجی خودکارآمدی کار آفرینانه

سیده معصومه غمخواری<sup>۱\*</sup>

## چکیده

## مشخصات نویسندگان

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (\*نویسنده مسئول).

Ghamkhari@pnu.ac.ir

**هدف:** فرصت‌های کارآفرینانه به عنوان نقاط عطف در اقیانوس‌های آبی کسب‌وکار شناخته می‌شود که به دلیل عدم دانش کارآفرینانه و ناتوانی خودکارآمدی کارآفرینانه به سرعت تبدیل به اقیانوس قرمز می‌گردند. بدین جهت، این پژوهش با هدف بررسی تأثیر دانش کارآفرینانه و پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه در مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی کارآفرین در شهر کرمان طی ۱۵ ماه (۱۳۹۳-۱۳۹۵) انجام شد.

**طراحی / روش‌شناسی / رویکرد:** روش پژوهش بر حسب هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی - همبستگی و همین‌طور از نظر نوع داده کمی بود. جامعه آماری شامل ۴۲۰ نفر از همه مراجعه‌کنندگان (دارای کسب‌وکار) به مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی کارآفرین در شهر کرمان بود که با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۰۱ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شد که همگی صاحبان و یا مدیرعاملان کسب‌وکارهای کوچک بودند. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد بهره گرفته شد. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، توصیف داده‌ها از طریق میانگین، انحراف معیار، درصد، فراوانی و جدول از طریق نرم‌افزار SPSS و استنباط آماری داده‌ها از طریق مدلسازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار LISREL انجام پذیرفت. ویژگی‌های فنی پرسش‌نامه شامل پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بررسی گردید.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش در دو دسته آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد بررسی قرار گرفت. ضرایب مسیر و ضرایب معناداری نرم‌افزار برای بررسی فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند.

**محدودیت‌ها و پیامدها:** نتایج نشان داد درجه تناسب مدل ارائه‌شده با توجه به مؤلفه‌های پژوهش مناسب بود؛ همچنین دانش کارآفرینانه و پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر داشت.

**پیامدهای عملی:** نتایج عملیاتی مبین این است که فرصت‌های محیطی از پویایی آشفستگی و دانش محیطی استخراج می‌گردد، بنابراین کارآفرینان بایستی با ارتقای دانش کارآفرینانه و قرارگرفتن در محیط‌های پویا و متنوع، قدرت تشخیص فرصت‌های محیطی خود را افزایش داده و زمینه‌ساز ایجاد خلاقیت و خودکارآمدی شوند.

**ابتکار یا ارزش مقاله:** با توجه به خلأ پژوهشی که در رابطه با مفهوم ویژگی‌های محیطی و اطلاعات درک شده از مفاهیم کارآفرینانه با کشف و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه وجود دارد، سعی به ارائه مدلی کارآمد در خصوص ارتباط و نحوه تأثیر این متغیرها بر یکدیگر شده است.

**نوع مقاله:** مقاله پژوهشی

**کلمات کلیدی:** دانش کارآفرینانه، پویایی محیطی، تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۱۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۳۰ تاریخ چاپ مقاله: ۱۳۹۹/۰۶/۰۱

منتشر شده توسط دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران



## Research Paper

# The Impact of Environmental Dynamics and Entrepreneurial Knowledge on Recognition of Opportunities with the Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy

Seyedeh Masoumeh Ghamkhari<sup>1\*</sup>

## Authors

1. Department of Business Management, Faculty of Management, Economics and Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran (\*Corresponding Author).  
Ghamkhari@pnu.ac.ir

## Abstract

**Purpose:** Entrepreneurial opportunities are known as turning points in the blue oceans of business that due to lack of entrepreneurial knowledge and inability of entrepreneurial self-efficacy quickly turn into the Red Ocean. With the mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the Entrepreneur Counseling and Information Center in Kerman during 15 months (2016-2017).

**Design / Methodology / Approach:** The research method was descriptive-correlation in terms of applied purpose in terms of data collection method and quantitative in terms of data type. The statistical population included 420 people who referred to the Entrepreneur Counseling and Information Center in Kerman. Using Morgan table and simple random sampling method, 201 people were selected as the sample size, all of whom are owners or CEOs. They were small businesses. Standard questionnaires were used to collect data. After collecting the questionnaires, data were described through means, standard deviation, percentage, frequency and table using SPSS software and statistical inference of data was done through structural equation modeling using LISREL software. The technical characteristics of the questionnaire including reliability, convergent validity and divergent validity were evaluated.

**Research findings:** The research findings were examined in descriptive statistics and inferential statistics. Path coefficients and software significance coefficients were used to test the research hypotheses.

**Limitations & Consequences:** The results showed that the degree of fit of the proposed model was appropriate according to the components of the research; Also, entrepreneurial knowledge and environmental dynamics had an effect on identifying entrepreneurial opportunities with the mediating role of entrepreneurial self-efficacy.

**Practical implications:** Operational results indicate that environmental opportunities are extracted from the dynamics of turmoil and environmental knowledge, so entrepreneurs should increase their ability to recognize environmental opportunities by promoting entrepreneurial knowledge and being in dynamic and diverse environments, creating the conditions for creativity and self-efficacy. To be.

**Innovation or value of the article:** Due to the research vacuum that exists in relation to the concept of environmental characteristics and perceived information of entrepreneurial concepts by discovering and identifying entrepreneurial opportunities, an effective model has been tried to communicate the relationship between these variables.

**Paper Type:** Research Paper

**Keywords:** Entrepreneurial Knowledge, Environmental Dynamics, Identifying Entrepreneurial Opportunities, Entrepreneurial Self-Efficacy.

امروزه سازمان‌ها در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که گرایش داشتن به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه برای آن‌ها امری ضروری است (Shepherd et al., 2008). سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم آورند که در کل سازمان، جو و روحیه کارآفرینی حکم‌فرما شده و افراد بتوانند به‌طور فردی و گروهی در سازمان به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند. بایگرو<sup>۱</sup> (1994) کارآفرین را شخصی می‌داند که فرصتی را تشخیص داده و برای پیگیری آن یک سازمان را راه‌اندازی می‌کند. وسپر<sup>۲</sup> (1993)، فرصت را به‌عنوان شکاف بین وضعیت جاری و آینده بالقوه تلقی می‌کند که پل‌زدن روی این شکاف، توسط اقدامات کارآفرینان انجام می‌گیرد. از دیدگاه اسپنکل<sup>۳</sup> (2005)، فرصت‌های کارآفرینی هر شکل بالقوه از شرکت جدید است که مطلوب و امکان‌پذیر بوده و به دنبال سودآوری از نیازهای برآورده‌نشده بازار است. از نظر شین و ونکاترمن<sup>۴</sup> (2000) و همچنین راعی<sup>۵</sup> (2007) تشخیص فرصت به‌عنوان ویژگی اصلی کارآفرینی محسوب می‌شود که بدون آن، کارآفرینی رخ نمی‌دهد.

با توجه به اهمیت بازار می‌توان گفت که نقش محیط در مقوله کشف فرصت‌ها، غیر قابل انکار است. چنان که آلدريج<sup>۶</sup> (1979) محیط را از طریق موجود بودن و یا دریغ‌داشتن منابع بر سازمان اثرگذار می‌داند. تغییرات سریع و غیرقابل پیش‌بینی محیط منجر به افزایش عدم اطمینان محیطی می‌شود که از آن به‌عنوان پویایی محیطی یاد می‌شود. پویایی محیط می‌تواند تهدیدها و فرصت‌هایی را برای کارآفرینان ایجاد کند که اثر آن بر تشخیص فرصت قابل بررسی است. یکی از خصوصیات مهم کارآفرینان باورهای خودکارآمد آنان است. مارکمن و بارون معتقدند کارآفرینانی که از خودکارآمدی بالاتری برخوردارند از همتایان خود که دارای خودکارآمدی پایین‌تری هستند پیشی می‌گیرند (Piperopoulos & Dimov, 2015). طبق الگوی علیت متقابل سه جانبه‌ای، خودکارآمدی به‌عنوان عامل تعیین‌کننده تعامل‌گر بر رفتارها تأثیر می‌گذارد (Shamaizadeh, 2006).

با توجه به آنچه گفته شد در این پژوهش برآنیم تا تأثیر پویایی محیطی و دانش کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌های آن با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه را بررسی کنیم.

## بیان مسئله

در حال حاضر و بعد از مذاکرات ۱+۵ می‌بایست از شرایط پساتحریم نهایت استفاده را برد. البته در یک سناریوی دیگر نیز باید در نظر گرفت که امکان عمل نکردن غرب و امریکا به تعهداتشان و برگشتن تحریم‌ها نیز وجود دارد و بالاخص روی کارآمدن دولت جدید در امریکا می‌تواند این سناریو را محتمل‌تر کند. لذا، در هر دو حالت چه با نگاه خوشبینانه و رفع‌شدن تحریم‌ها و چه با نگاهی دیگر و با پابرجا بودن تحریم‌ها باید سازوکارهای لازم برای بقاء و رشد را در نظر گرفت. یکی از این سازوکارها توجه به کارآفرینی است (Shoghi, 2013). تفاوت کارآفرینی با سایر رشته‌ها و تخصص‌ها در فرصت‌طلبی و شناسایی فرصت‌هاست؛ یعنی فرد کارآفرین با دیگران

<sup>1</sup>. Bygrave

<sup>2</sup>. Vesper

<sup>3</sup>. Schenkel

<sup>4</sup>. Shane & Venkataraman

<sup>5</sup>. Rae

<sup>6</sup>. Aldrich

نقاط اشتراک زیادی دارد و فقط در یک چیز با آنها وجه افتراق دارد و آن هوش کارآفرینی (تشخیص و شناسایی فرصت‌ها خیلی پیش‌تر از این‌که دیگران این فرصت‌ها را ببینند) است (Atarnia, 2009).

استفاده از فرصت‌های جذاب و بالقوه نهفته در شرایط پساتحریم، مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه دولت، مجلس و ملت است. فرصت‌هایی که چنانچه هوشمندانه مورد توجه و ارزیابی قرار گیرند خود مولد امتیازات و مزیت‌های متعددی برای کشور خواهند بود. بی‌شک در شرایطی که تولید و عرضه و بازاریابی و اصولاً همه جوانب و ابعاد کارآفرینی جهانی و شبکه‌ای شده است؛ فرصت‌های به‌دست‌آمده حاصل از این توافق، ایران را در شبکه جهانی کارآفرینی وارد نموده و ظرفیت‌های نهفته در آن را در اختیار کشور قرار خواهد داد و ما را از تک‌محصولی و وابسته بودن رهایی خواهد داد. کشور ما با برخورداری از منابع خدادادی و نیروی انسانی توانمند و ماهر خود، توانایی آن را دارد که نقشی فعال و اثرگذار در شبکه کارآفرینی و کسب‌وکار جهانی ایفاء نماید؛ زیرا کشور ایران با برخورداری از امکانات و پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل و با وجود فرصت‌های فراوان و نیز اندازه بازارهای بزرگ در بسیاری از کالاها و خدمات، قطعاً شایستگی آن را خواهد داشت که جایگاه خود را در میان سایر کشورهای دنیا تثبیت نموده و آن را ارتقاء دهد. برای رسیدن به این هدف چاره‌ای جز عمل به تدبیر مقام معظم رهبری در پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی نداریم و باید هرچه سریع‌تر با تغییر ریل حرکت قطار اقتصاد کشور، این قطار را بر ریل اقتصاد مقاومتی به حرکت درآوریم تا آسیب‌های وارده ناشی از تحریم‌ها و کاهش درآمدهای نفتی به حداقل برسد.

اقتصاد مقاومتی برنامه‌ای برای جهش بلند اقتصاد کشور و تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها در شرایط محدودیت و فشار است. بنابراین، کارآفرینی، قلب تپنده اقتصاد مقاومتی است و مستلزم نوآوری و فرصت‌شناسی با توجه به تغییر شرایط اقتصادی کشور است و تحقق اقتصاد مقاومتی بدون تسهیل کارآفرینی، دانش کارآفرینانه و پویایی محیط کسب‌وکارها ناممکن است. بنابراین، با توجه به آنچه گفته شد در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که دانش کارآفرینانه و پویایی محیطی چه تأثیری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه دارد؟

### مبانی نظری

همگام با افزایش اهمیت مسئله کارآفرینی، ضرورت شناخت فرصت‌ها نیز بیشتر شود. به اعتقاد هنسن و لومپین<sup>۱</sup> (2011) بدون توجه به سازوکارهای مطالعاتی و عوامل مؤثر بر توسعه فرصت کارآفرینانه، درک کلی و درستی از فرآیند کارآفرینی حاصل نخواهد شد. تا جایی که کانتین و اوجالا<sup>۲</sup> (2011) کارآفرینی را بدون تشخیص فرصت بی‌معنی می‌دانند. تشخیص فرصت‌ها از قسمت‌های کلیدی تحقیقات کارآفرینی است (Hayton et al., 2011) که تاکنون به اندازه کافی به اهمیت چرایی و چگونگی آن پرداخته نشده است (Saremi & Alizadeh, 2011). کانتین و اوجالا (2011) معتقدند شناخت فرصت‌ها باید در مرکزیت تحقیقات کارآفرینی قرار گیرد و همچنین در این تحقیقات نیاز است که نظریه‌های پیشنهادی چگونگی شناخت فرصت‌ها در موقعیت‌های

<sup>1</sup>. Hansen & Lumpkin

<sup>2</sup>. Kontinen and Ojala

مختلف به کار برده شود (Gholipour et al., 2009). بنابراین، ضرورت درک چرایی و چگونگی و زمان دستیابی کارآفرینان به فرصت‌ها امری طبیعی است و کشف آن می‌تواند پنجره‌ای جدید به روی محققان بگشاید (Saremi & Alizadeh Sani, 2009). بنابراین، شناخت فرصت‌ها یکی از بزرگ‌ترین عوامل موفقیت کارآفرینی محسوب می‌شود (Hashemzahi et al., 2013) و به عبارت دیگر می‌توان گفت کارآفرینی کشف فرصت‌هاست (Hansen et al., 2011).

اما اینکه چرا برخی از افراد فرصت‌های کارآفرینانه را کشف و برخی دیگر قادر به چنین کاری نیستند را می‌توان در اطلاعات و دانشی یافت که این افراد دارند. افراد دارای ذخیره‌های دانشی و اطلاعاتی متفاوتی هستند که از تجربیات زندگی خاص هر فرد نشئت می‌گیرد. غالباً اطلاعات بر اساس فرآیندی تصادفی توزیع شده‌اند و برخی افراد دارای اطلاعاتی هستند که دیگران دسترسی به این اطلاعات ندارند (Shane, 2000). فرض اصلی نظریه‌های یادگیری مبتنی بر تجربه این است که تجربه کارآفرینانه، درک بهتری از مشکلات را تسهیل می‌کند. تلاش‌های کارآفرینانه قبلی می‌تواند موجب ارزیابی دقیق‌تر فرصت‌های بالقوه شود. به صورت کلی دانش کارآفرینانه ممکن است منجر به خلق نقشه‌های شناختی قدرتمندتری از جایگاه فرصت شود که می‌تواند به آشکارشدن شکاف‌های اطلاعاتی و منطقی که نیازمند توجه فوری هستند کمک کند (Dimov, 2010). بر اساس مطالعه فارمر<sup>۱</sup> و همکارانش (2011) تجربه کارآفرینانه موجب افزایش اثر تمایل هویتی (کارآفرین‌شدن) بر رفتارهای تشخیص و بهره‌برداری از فرصت می‌شود. کلاریس<sup>۲</sup> و همکارانش (2011) اثر مثبت تجربه کارآفرینانه را بر فعالیت کارآفرینانه دانشگاهی تأیید کردند. سومر و هاگ<sup>۳</sup> (2011) اثر مثبت دانش و تجربه بر نیت کارآفرینی بین‌المللی را نشان دادند. با توجه به موارد عنوان شده می‌توان فرضیه اول را این‌گونه نوشت:

### فرضیه ۱. دانش کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینانه تأثیر دارد.

خودکارآمدی به باور فرد مبنی بر توانایی فرد برای انجام موفق وظایف خاصی که عهده‌دار شده است اشاره دارد (Tsai et al., 2016). این متغیر نقش مهمی در بسیاری از شکل‌های رفتاری ایفاء می‌کند. به نحوی که مخترعانی که حق قانونی اختراع را برای ایده‌های خود دریافت کرده‌اند، اگر دارای خودکارآمدی بالایی باشند به احتمال زیاد کسب‌وکارهای جدید برای توسعه محصولات راه‌اندازی می‌کنند. به عبارت دیگر، مخترعان با خودکارآمدی بالا نسبت به مخترعانی که خودکارآمدی پایینی دارند احتمالاً کارآفرین شوند (Ozgen & Baron, 2007).

خودکارآمدی علاوه بر پیش‌بینی عملکرد کارآفرینی می‌تواند تعیین‌کننده احتراز از کارآفرینی نیز باشد (Kasouf et al., 2015). بسیاری از افراد در اقتصادهای در حال گذار ممکن است از تمایل برای کارآفرینی نیز برخوردار باشند، اما لزوماً در فعالیت‌های کارآفرینی درگیر نمی‌شوند (Chen & Green, 1998) و این نه برای آنکه توانمندی، دانش یا مهارت‌های لازم را ندارند، بلکه به این دلیل است که از خود کارآمدی لازم برخوردار نیستند

<sup>1</sup>. Farmer

<sup>2</sup>. Clarysse

<sup>3</sup>. Sommer & Haug

(Luthans et al., 2000). در زمینه تأثیر آموزش‌های کارآفرینی بر باورهای خودکارآمدی سولیوان و ماهالیک<sup>۱</sup> (2000) نشان داده‌اند خودکارآمدی زنان شرکت‌کننده در جلسات آموزش کارآفرینی افزایش یافته است. کازوف<sup>۲</sup> (2003) با مطالعه درباره کارآفرینان بالقوه بیان می‌کند که بین آموزش کارآفرینی و خودکارآمدی رابطه مثبتی وجود دارد. بارانی، زرافشانی، دل‌انگیزان و حسینی لرگانی<sup>۳</sup> (2010) در تحقیقی گزارش کردند آموزش کارآفرینی و افزایش دانش کارآفرینانه بر نگرش به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به موارد عنوان‌شده می‌توان فرضیه دوم را این‌گونه نوشت:

### فرضیه ۲. دانش کارآفرینانه بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر دارد.

خودکارآمدی بالا یک تعیین‌کننده مهم رفتار کارآفرینانه موفق است. محققان معتقدند به دلیل اینکه توانایی راه‌اندازی یک بنگاه جدید (مانند کسب منابع مالی مورد نیاز، استخدام شریک و کارکنان با استعداد و تبدیل کشفیات به خدمات و کالاهای قابل استفاده) مستلزم سطح بالایی از اعتقاد راسخ است، موفقیت شخصی با سطح بالایی از خودکارآمدی بالا تعیین خواهد شد (Schenkel et al., 2014).

آردیویچیو کاردوزو<sup>۴</sup> (2003) معتقدند خودکارآمدی بالا با خوش‌بینی کارآفرینانه همراه است که این خوش‌بینی به‌نوبه‌خود به شناسایی فرصت‌ها مربوط می‌شود. دلایل آن‌ها بر اساس تحقیقاتی است که نشان می‌دهند افراد با خودکارآمدی بالا به دنبال فرصت‌های ارزشمند پتانسیل‌دار هستند، درحالی‌که افراد با خودکارآمدی پایین تمایل به اجتناب از ریسک و درک آن به‌عنوان تهدید هستند تا فرصت (Neck & Manz, 1996). ازگن و بارون (2007) بیان می‌دارند افراد با خودکارآمدی بالا در مقایسه با افراد با خودکارآمدی پایین بیشتر به دنبال فرصت‌های کنش‌گرا هستند. همچنین، خودکارآمدی بیشتر تلاش کارآفرینان را در تشخیص فرصت‌ها تقویت می‌کند بدین دلیل که آن‌ها اعتقاد بیشتری به گرفتن نتیجه از تلاش‌هایشان دارند (Ozgen & Baron, 2007). گیبس<sup>۵</sup> (2009) اثر خودکارآمدی بر شناسایی فرصت‌ها را سنجیده است و به این نتیجه رسیده است که خودکارآمدی یک متغیر پیش‌بین برای شناسایی فرصت‌ها می‌باشد. بریانت<sup>۶</sup> (2007) بیان می‌دارد که خودکارآمدی بر تصمیم‌گیری ابتکاری کارآفرینان در اکتشاف و ارزیابی فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد. آهلین<sup>۷</sup> و همکارانش (2014) نشان دادند خودکارآمدی کارآفرینانه اثر مثبت خلاقیت را بر نوآوری محصول افزایش می‌دهد. با توجه به موارد عنوان‌شده می‌توان فرضیه سوم را این‌گونه نوشت:

### فرضیه ۳. خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینانه تأثیر دارد.

عوامل محیطی از دیگر عواملی است که بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (George et al., 2016). برخی از عوامل محیطی در سطح کلان که می‌توانند بر فرآیند شناسایی فرصت تأثیر بگذارند عبارت از

1. Sullivan & Mahalik

2. Kasouf

3. Barani, Zarafshani, Delangizan & Hossiene Largani

4. Ardichvili and Cardozo

5. Gibbs

6. Bryant

7. Ahlin

رشد اقتصادی جامعه، زمینه سیاسی و اجتماعی، موقعیت جغرافیایی و ارزش‌های فرهنگی می‌باشند. اقتصاددانان معتقدند هر گونه تغییری در فناوری، آداب و رسوم اجتماعی، فضای سیاسی و شرایط جمعیت‌شناختی منجر به خلق مجموعه جدیدی از اطلاعات می‌شود که به فرآیند شناسایی، کشف و یا خلق فرصت کمک می‌کند. عوامل اجتماعی و سیاسی نیز نظیر در دسترس بودن سرمایه، قوانین دولتی و سیاست‌ها از عواملی هستند که بر فرآیند شناسایی فرصت تأثیر می‌گذارند (Tang et al., 2012). در واقع، قوانین و مقرراتی که تحت آن فرد بایستی اقدام کند بر ارزشی که جامعه برای فرصت‌های کارآفرینی قائل است، تأثیرگذار می‌باشد (Davidsson, 2015). مطالعات نشان داده‌اند شرایط محیطی هم به صورت مثبت و هم به صورت منفی بر شناسایی و خلق فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. تانگ (2010) معتقد است محیط کارآفرینی یک متغیر میانجی است که تأثیر ویژگی‌های فردی را بر شناسایی فرصت، تعدیل می‌کند. در مطالعه‌ای که توسط تانگ (2010) با عنوان «چگونه کارآفرینان در چین فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند» انجام شده است، با بررسی ادبیات تشخیص فرصت به این نتیجه دست یافته که دو دسته از عوامل فردی و محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. وی معتقد است ارتباط بین ویژگی‌های فردی و شناسایی فرصت به محیط کارآفرینی که فرصت در آن شناسایی می‌شود و همچنین تجارب ابهام‌آمیز تجربه‌شده توسط فرد، وابسته است. بر این اساس فرضیه زیر مطرح می‌شوند:

#### فرضیه ۴. پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر دارد.

امری و تریست (1965) معتقدند محیط سازمان دائماً در حال تحول و تکامل بوده و ممکن است به تدریج به سمت نوسانات بیشتر پیش رود. آن‌ها معتقدند به تدریج وابستگی بین سازمان‌ها به واسطه وجود منابع رو به کاهش محیطی افزایش یافته و محیط وظیفه‌ای با افزایش سطح تعاملات سازمان‌ها پیچیده‌تر و پویاتر می‌گردد. نتایج مطالعه هیوی<sup>۱</sup> و همکارانش (2009) بیانگر این است که با افزایش پویایی محیط، عدم اطمینان محیطی افزایش یافته و نتیجه آن اثر منفی بر ارتباط بین جامعیت<sup>۲</sup> تصمیم با کارآفرینی سازمانی است. برخلاف نتایج حاصل از مطالعات با رویکرد کمی، رویکردهای نظری مؤید ارتباط مثبت پویایی محیطی با افزایش دانش کارآفرینی است به گونه‌ای که کوین و اسلوین<sup>۳</sup> (1991)، ارتباط دانش کارآفرینانه<sup>۴</sup> را با پویایی محیطی مثبت پیشنهاد کردند. همچنین، کرنی<sup>۵</sup> و همکارانش (2008) پیشنهاد می‌کنند که در محیط‌های با پویایی بیشتر، ارتباط مثبت بین کارآفرینی با عملکرد سازمانی افزایش خواهد یافت. به عبارت دیگر، پویایی محیط با افزایش عدم اطمینان محیطی منجر به توسعه دانش کارآفرینی و عملکرد سازمان می‌شود. با توجه به موارد عنوان شده می‌توان فرضیه پنجم پژوهش را این گونه نوشت:

#### فرضیه ۵. پویایی محیطی بر افزایش دانش کارآفرینانه تأثیر دارد.

1. Heavey

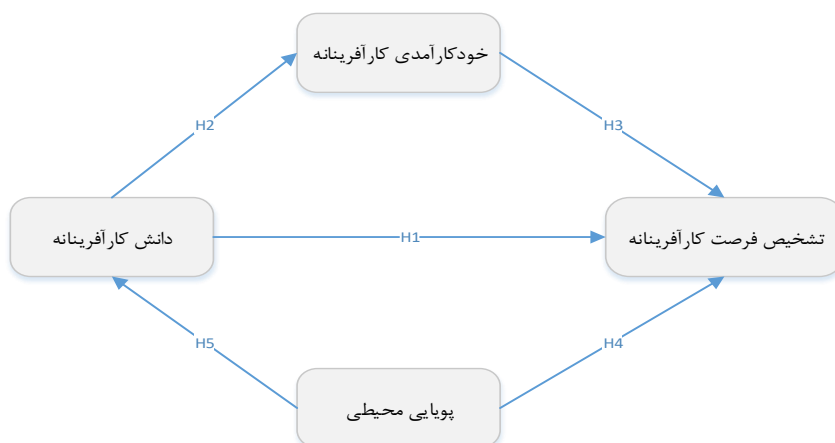
2. Comprehensiveness

3. Covin and Slevin

4. Entrepreneurial Posture

5. Kearney

در نهایت، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ آورده شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

### روش شناسی

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به بررسی تأثیر دانش کارآفرینانه و پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه می‌پردازد، روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی و برحسب روش گردآوری داده توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش حاضر، همه مراجعه‌کنندگان به مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی کارآفرین در شهر کرمان طی ۱۵ ماه (۲۰۱۵-۲۰۱۷) به تعداد ۴۲۰ نفر بودند که با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۰۱ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شد که همگی صاحبان و یا مدیرعاملان کسب‌وکارهای کوچک بودند.

در این پژوهش برای گردآوری داده از پرسش‌نامه استفاده شد. برای سنجش متغیرهای تشخیص پویایی محیطی (۵ گویه) از پرسش‌نامه هیوی و همکارانش (2009)، دانش کارآفرینانه (۳ گویه) از پرسش‌نامه داتا و همکارانش (2013)، تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه (۸ گویه) از فارمر و همکارانش (2009) و خودکارآمدی (۶ گویه) از پرسش‌نامه لینان (2009) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزار lisrel استفاده شد. شایان ذکر است که هر دو پرسش‌نامه از نوع بسته پاسخ بوده و با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت اندازه‌گیری می‌شود.

در این پژوهش به‌منظور محاسبه روایی از روایی محتوایی<sup>۱</sup> و سازه<sup>۲</sup> استفاده شد. روایی محتوایی قبل از توزیع پرسش‌نامه با استفاده از فرم‌های CVR و CVI و به کمک ده نفر از خبرگان (تعداد خبرگان بین ۸ تا ۱۲ نفر می‌باشد) شامل اعضای مصاحبه‌شونده، اساتید راهنما و مشاور، دانشجویان دکتری متخصص در این حوزه، چند نفر از آزمودنی‌ها و ... مورد بررسی قرار گرفت.

1. Content Validity

2. Construct Validity



یافته‌ها نشان داد که همه سؤال‌های پرسش‌نامه از نقطه نظر ساده‌بودن، واضح‌بودن و مربوط‌بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند. همچنین، با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤال‌ها بالای ۰/۶۲ به‌دست آمد هیچ سؤال‌ی نیاز به حذف‌شدن نداشت و ۲۲ سؤال مربوط به پرسشنامه در میان نمونه آماری توزیع شد. برای بررسی روایی سازه نیز بعد از جمع‌آوری داده‌ها از نرم‌افزارهای مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد LISREL در دو قسمت روایی همگرا و واگرا استفاده شد.

روایی همگرا (تأییدی): یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۲/۵۸ بود یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ همچنین ضرایب تمام بارهای عاملی بالای ۰/۷ بود. از طرفی میانگین واریانس استخراج‌شده همه مؤلفه‌ها بالای ۰/۵ بود و همین‌طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ‌تر از میانگین واریانس استخراج‌شده آن بود.

روایی واگرا (تشخیصی): بر طبق آزمون فورنل و لارکر جذر میانگین واریانس استخراج‌شده هر متغیر پنهان بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر با دیگر متغیرهای پنهان مدل بود. همچنین، بر طبق آزمون بار عرضی<sup>۱</sup> یافته‌ها نشان داد، بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای پژوهش بیشتر از بارهای عاملی مشاهده‌پذیرهای دیگر مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل می‌باشد. همچنین، بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش حداقل ۰/۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر می‌باشد.

در این پژوهش به‌منظور محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بهره گرفته شد. نتایج روایی و پایایی در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱: محاسبه ویژگی‌های روان‌سنجی ابزار

تشخیص فرصت کارآفرینانه	پویایی محیطی	خودکارآمدی کارآفرینانه	دانش کارآفرینانه	ASV	MSV	AVE	CR	آلفای کرونباخ
۰/۷۱۷	۰/۳۴۳	۰/۱۳۳	۰/۵۳۵	۰/۱۵۰	۰/۲۸۶	۰/۵۱۳	۰/۸۳۹	۰/۸۱۲
	۰/۷۴۸	۰/۳۷۶	۰/۶۷۴	۰/۲۴۴	۰/۴۵۴	۰/۵۶۰	۰/۸۸۴	۰/۸۴۵
		۰/۷۸۱	۰/۴۰۹	۰/۰۹۱	۰/۱۶۷	۰/۶۱۱	۰/۸۸۵	۰/۸۶۲
			۰/۷۱۳	۰/۳۱۸	۰/۴۵۴	۰/۵۰۸	۰/۸۳۷	۰/۸۱۴

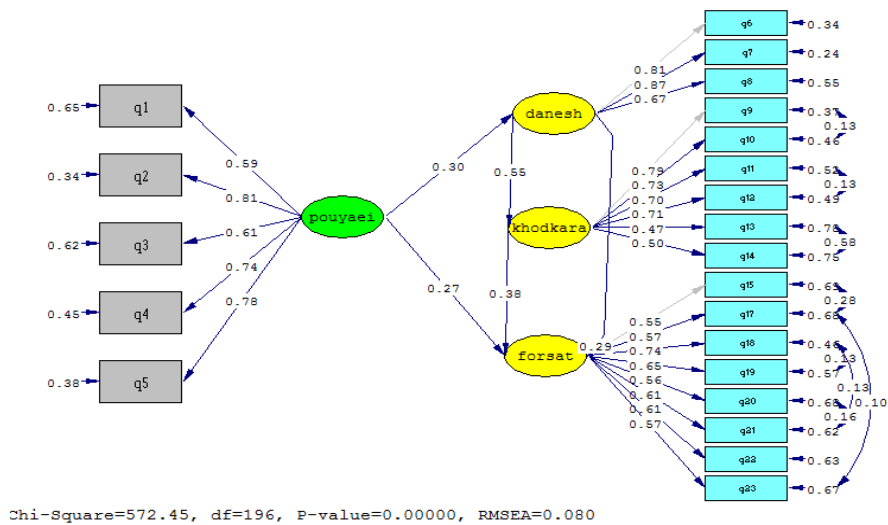
تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و LISREL و در دو حوزه توصیفی و استنباطی (مدلسازی معادلات ساختاری) انجام شد.

<sup>۱</sup>. Cross Loadings

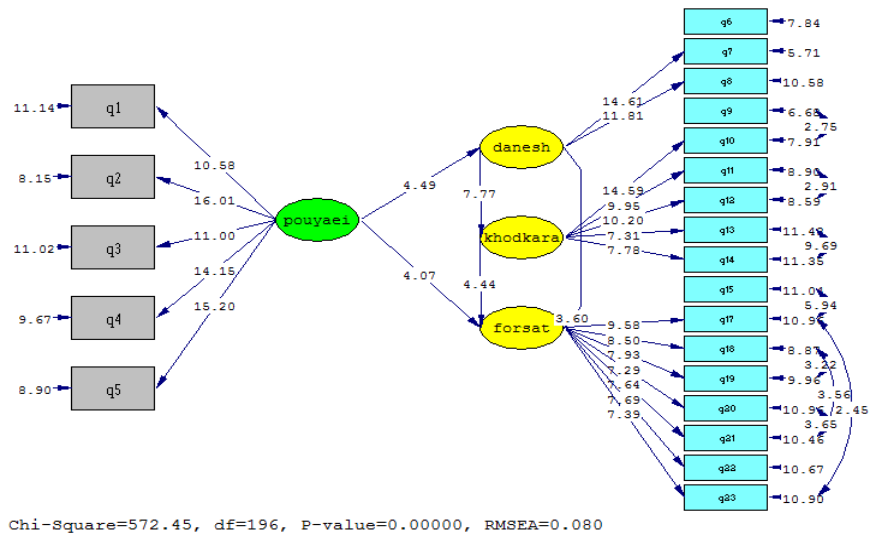
## تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

با توجه به اینکه توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس فاصله‌ای بود، در این بخش فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری به‌منظور بررسی روابط علی متغیرها، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. در ادامه به بررسی هر یک از فرضیه‌ها پرداخته می‌شود. در شکل زیر مدل پژوهش در حالت ضرایب استاندارد به‌منظور تأثیر دانش کارآفرینانه و پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با نقش میانجی خودکارآمدی کارآفرینانه آورده شده است:

تأثیر پویایی محیطی و دانش کارآفرینانه  
۱۱۸ | صفحه



شکل ۲: مدل ساختاری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۳: مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری ضرایب

با توجه به مقادیر به دست آمده در شکل ۲ به بررسی فرضیات پژوهش می پردازیم. در جدول زیر نتایج حاصل از آزمون مدل را می توان مشاهده کرد.

جدول ۴: نتایج آزمون مدل پژوهش

نتیجه فرضیه ها	t-value	ضرایب استاندارد شده	بررسی فرضیه ها	
پذیرش	۳/۶۰	۰/۲۹	تأثیر دانش کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینانه	۱
پذیرش	۷/۷۷	۰/۵۵	تأثیر دانش کارآفرینانه بر خودکارآمدی کارآفرینانه	۲
پذیرش	۴/۴۴	۰/۳۸	تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر تشخیص فرصت کارآفرینانه	۳
پذیرش	۴/۰۷	۰/۲۷	تأثیر پویایی محیطی بر تشخیص فرصت های کارآفرینانه	۴
پذیرش	۴/۴۹	۰/۳۰	تأثیر پویایی محیطی بر افزایش دانش کارآفرینانه	۵

بر اساس جدول بالا می توان نوع و میزان اثر هر یک از متغیرهای پژوهش را در مرکز مشاوره و اطلاع رسانی کارآفرین در شهر کرمان مشاهده کرد که بر این اساس همه متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار هستند.

### بررسی برازش مدل پژوهش

آنچه از محاسبات انجام شده می توان نتیجه گرفت آن است که هر چند مدل تدوین شده سبب شده است تا حد زیادی از مقدار کای اسکوتر مدل استقلال فاصله بگیرد، اما به دلیل معنادار شدن مقدار کای دو مدل ( $P=0/000$ ) می توان نتیجه گرفت که مدل قابل قبول تلقی می شود.

حال که شاخص ها، برازش خوبی را از داده ها نسبت به مدل نشان می دهد نوبت به سنجش شاخص های جزئی برازش می رسد. تفاوت شاخص های برازش با شاخص های سه گانه برازش کلی در این است که شاخص های برازش کلی در مورد مناسب بودن کل مدل و نه اجزای آن قضاوت می کنند و شاخص های جزئی در مورد رابطه های جزئی مدل قضاوت می کنند. شاخص های جزئی برازش (نسبت های بحرانی و سطح معناداری آن ها) نشان می دهند که همه بارهای عاملی معنا دارند. نتایج این تحلیل ها در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵: نتایج آزمون مدل سازی معادلات ساختاری برای برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص	اختصار	مقدار	برازش قابل قبول
سطح تحت پوشش کای اسکوتر	$\chi^2$	۵۷۲/۴۵	بزرگتر از ۵ درصد
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۵	بزرگتر از ۹۰ درصد
نیکویی برازش	GFI	۰/۸۵	بزرگتر از ۸۰ درصد
شاخص برازش افزایشی	IFI	۰/۹۵	بزرگتر از ۹۰ درصد
میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۸۰	کمتر از ۸ درصد
کای اسکوتر بهنجار شده	CMIN/df	۲/۹۲۰	بین ۱ تا ۵
نیکویی برازش تعدیل یافته	AGFI	۰/۸۱	بزرگتر از ۸۰ درصد
شاخص نرم شده برازندگی	NFI	۰/۹۲	بزرگتر از ۹۰ درصد

## نتیجه‌گیری

این پژوهش درصدد پاسخگویی به نحوه اثر پویایی محیطی و دانش کارآفرینانه بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه بود تا بتواند تا حدی به تضاد موجود در مطالعات انجام‌شده پاسخ دهد.

بر اساس دیدگاه کرزنر عدم تقارن اطلاعاتی در بازار موجب تشخیص فرصت‌ها می‌شود به‌نحوی که کارآفرین با اطلاعاتی که دارد برخی شکاف‌ها در بازار را شناسایی کرده و در جهت از بین بردن این شکاف‌ها حرکت می‌کند، از این رو کارآفرینان اقتصاد را به سمت تعادل می‌برند. بر اساس این دیدگاه دانش و اطلاعات نقش اساسی در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دارند به‌نحوی که با افزایش میزان دانش و اطلاعات کارآفرین، توان او در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه افزایش می‌یابد. نتایج حاصل با مطالعات کلاریس و همکارانش (2011)، سومر و هاگ (2011)، دیمو (2010)، باورصاد و همکارانش (2015)، همسو می‌باشد.

نتایج مطالعات داتا و همکارانش (2013)، دیمو (2010) و ویلسون و همکارانش (2007) با نتایج به‌دست‌آمده از آزمون مدل پژوهش مبنی بر تأثیر دانش کارآفرینانه بر خودکارآمدی کارآفرینانه همسو می‌باشد. داشتن دانش و توانایی کارآفرینانه سبب می‌شود که فرد در خود توان انجام کارهایی را احساس کند که بدون داشتن دانش، ممکن است چنین ادراکی از خود نداشته باشد. هنگامی که فرد خود را فردی توانمند ادراک می‌کند و بر اساس دانش و تجربه قبلی خود می‌تواند شکاف‌های موجود در تعادل بازار را به نحو مؤثر شناسایی کند و فرصت‌های موجود را تشخیص دهد. بر اساس نتایج مطالعات آهلین و همکارانش (2013)، بارنیر و همکارانش (2011)، ازگن و بارون (2007)، خودکارآمدی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر دارد که مؤید نتایج حاصل از این پژوهش است.

ویلسون و همکارانش (2007) معتقدند غیرقابل پیش‌بینی بودن محیط برای مدیران ناخوشایند می‌باشد، چرا که عموماً ظرفیت شرکت‌ها برای پاسخگویی به این تغییرات بسیار محدود است؛ لذا پویایی محیط بر عملکرد کارآفرینانه تأثیر منفی خواهد داشت. همچنین، لی (2011) در مطالعه خود اثر منفی پویایی فناوری را بر نوآوری محصول و اثر مثبت پویایی بازار را بر نوآوری محصول تأیید کرد که اثر منفی پویایی فناوری بر نوآوری محصول را ناشی از نیاز به فناوری جدید بر نوآوری محصول، که مشکلاتی به‌همراه دارد، می‌داند و اثر مثبت پویایی بازار بر نوآوری محصول ناشی از تغییر مداوم سلیق و نیازهای مشتریان است و شرکت‌ها به دنبال پاسخگویی به این نیازها نوآوری‌هایی را در محصولات و خدمات خود ایجاد می‌کنند، اما نتایج پژوهش نشان داد که پویایی محیطی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر منفی دارد؛ که با نتایج مطالعات هیوی و همکارانش (2009) و لی (2011) همسو می‌باشد. اما نتایج به‌دست‌آمده با نتایج رویکردهای نظری در تضاد است. مهم‌ترین علت این تضاد را می‌توان در میزان پویایی محیطی دانست، به‌نحوی که تغییرات کلان و بنیادی می‌توانند به دلیل فقدان توان و منابع لازم در پاسخگویی شرکت‌ها به محیط باشد، حال آن که وجود پویایی در سطوح خرد به‌گونه‌ای که شرکت‌ها بتوانند به این تغییرات محیطی پاسخ دهند می‌تواند محرک کارآفرینی باشد.

تأثیر پویایی محیطی و  
دانش کارآفرینانه

۱۲۰ | صفحه

1. Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014), "Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy". *Small Business Economics*, 43(1), 101-117.
2. Aldrich, H. (1979), "Organizations and Environments". *Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ*.
3. Atarnia, Ahmad, (2009), "Fundamentals of Entrepreneurship". Qom: Qom Scientific-Applied Center of Justice. (In Persian).
4. Barani, SH., Zarafshani, K., Delangizan, S., & Hossiene Largani, M. (2010), "The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial behavior among Kermanshah University students: Structural equation model". *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 57, 85-105 (in Persian).
5. BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011), "Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender". *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270-297.
6. Bavarsad, Belqis and Vida Hassanpour, (2014), "Study of the impact of economic sanctions on the business environment, entrepreneurship, small and medium enterprises", International Conference on Economics in the context of sanctions, Babolsar. (In Persian)
7. Bryant, P., (2007), "Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation". *Management Decision* 45, 732-748.
8. Bygrave, W.D. (1994), "the Portable MBA in Entrepreneurship", *John Wiley, New York, NY*.
9. Chen, C. and Green, G. (1998), "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?" *Journal of Business Venturing*, 13 (3), 137- 157.
10. Clarysse, B., Tartari, V., & Salter, A. (2011), "The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship". *Research Policy*, 40(8), 1084-1093.
11. Covin, J.G. and Slevin, D.P. (1991), "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
12. Davidsson, P. (2015), "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization". *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674-695.
13. Dimov, D. (2010), "Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning". *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
14. Dutta, D. K., Gwebu, K. L., & Wang, J. (2013), "Personal innovativeness in technology, related knowledge and experience, and entrepreneurial intentions in emerging technology industries: a process of causation or effectuation?" *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-27.
15. Farmer, S. M., Yao, X., & Kung-Mcintyre, K. (2011), "The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 245-273.
16. George, N. M., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2016), "A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on

influencing factors”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 309-350.

17. Gholipour, R., Aghajani, H., and Karimi, M. (2009), “Investigating Factors Influencing on Entrepreneurial Opportunity Recognition in the Field of Information Technology”, 1 (3):123-158. (In Persian).
18. Gibbs, S.R., (2009), “Exploring the influence of task-specific self-efficacy on opportunity recognition perceptions and behaviors”. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 29.
19. Hansen, D.J., Lumpkin, G.T., and Hills, G.E. (2011), “A multidimensional examination of a creativity-based opportunity recognition model”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(5):515-533.
20. Hashemzahi, A., Bahrinejad, R., Lashgari, H., and Hashemzahi, M. (2013), “Foundations of opportunity recognition: A cognitive perspective”. *Reef Resources Assessment and Management Technical Paper*, 38(2): 196-204.
21. Hayton, J., Chandler, G.N., and Detienne, D.R. (2011), “Entrepreneurial opportunity identification and new firm development processes: a comparison of family and non-family new ventures”. *Entrepreneurship and Innovation Management*, 13(1): 12-31.
22. Heavey, C, Simsek, Z, Roche, F. & Kelly, A. (2009), “Decision Comprehensiveness and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Role of Managerial Uncertainty Preferences and Environmental Dynamism”, *Journal of Management Studies*, 46(8), 1289-1314.
23. Hosseini Fahraji, Hossein; Nasiripour, Amirashkan; Raeisi, Pouran, (2013), "Environmental factors affecting the development of organizational entrepreneurship in Iranian public hospitals". *Health Management*, 3 (2 and 1). Pp. 45-56. (In Persian)
24. Kasouf, C. (2003), “Opportunity assessments afrom work integrating positive psychology and environmental”. Retrieved from [www.uic/cba.iej/2003\\_papers/kasout.htm](http://www.uic/cba.iej/2003_papers/kasout.htm).
25. Kasouf, C. J., Morrish, S. C., & Miles, M. P. (2015), “The moderating role of explanatory style between experience and entrepreneurial self-efficacy”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 1-17.
26. Kearney, K, Hisrich, R. & Roche, F. (2008), “A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship”, *International Entrepreneurship Management Journal*, 4, 295-313.
27. Kontinen, T., and Ojala, A. (2011), “International opportunity recognition among small and medium-sized family firms”. *Journal of Small Business Management*, 49(3): 490-514.
28. Lee, J. H., & Venkataraman, S. (2011), “Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities”. *Journal of Business Venturing*, 21(1), 107-123.
29. Liñán, F. (2009), “Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intention?” *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272.
30. Luthans, F., Stajkovic, A., & Ibrayera, E. (2000), “Enviornmental and psychological callenges fading entrepreneurial develop ment in transitional economic”. *Journal of World Business*, 35(1), 95-110.
31. Naghizadeh, Mohammad; Tabatabaeian, Seyed Habibullah; Manteghi, Manouchehr; Payam, Hanafizadeh; Naghizadeh, Reza, (2013), "The effect of market orientation and perceptions of firm managers on the dynamics of the environment on the promotion of technological capability in firms in the Iranian

avionics sector." *Technology Development Management*, No. 1, pp. 67-74. (In Persian)

32. Neck, C.P., Manz, C.C., (1996), "Though self-leadership: the impact of mental strategies training on employee cognition, behavior, and affect". *Journal of Organizational Behavior* 17, 445-467.
33. Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007), "Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums". *Journal of business venturing*, 22(2), 174-192.
34. Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015), "Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985.
35. Rae, D. (2007), "Entrepreneurship: from opportunity to action. *Human Systems Management*, Vol. 21, No. 4, pp. 229-40.
36. Saremi, M., and Alizadeh Sani, M. (2009), "Investigating Factors Influencing the Process of Identifying Entrepreneurial Opportunities Among Top Entrepreneurs Selected". *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(3):103-122. (In Persian).
37. Schenkel, M (2005), "New Interprise Opportunity Recognition", *Unpublished Dissertation Doctoral, University of Cincinnati*.
38. Schenkel, M. T., D'souza, R. R., & Braun, F. C. (2014), "Entrepreneurial self-efficacy, intent and intensity: Does experiential training enhance or inhibit predisposition?" *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(01), 1450005.
39. Shamaizadeh, M. (2006), "Effects of career counseling based on the social cognitive approach on increasing entrepreneurship self-efficacy and general self-efficacy among Isfahan University students. (Unprinted master's dissertation)". *Isfahan University (in Persian)*.
40. Shane, S. (2000), "Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Organization science*, 11(4), 448-469.
41. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of management review*, 25(1), pp: 217-226.
42. Shepherd, D. A., Covin, G, F., Kuratko F. D. (2008), "Project Failure from Corporate Entrepreneurship: Managing the Grief Process", *Journal of Business Venturing*, 24(6), 588-600.
43. Shoghi, Behzad, (2013), "Factors affecting organizational entrepreneurship in Kaveh Industrial City". Master Thesis, Educational Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Saveh Branch. (In Persian)
44. Sommer, L., & Haug, M. (2011), "Intention as a cognitive antecedent to international entrepreneurship—understanding the moderating roles of knowledge and experience". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 111-142.
45. Sullivan, R., & Mahalik, R. (2000), "Increasing career self-efficacy for woman evaluating a group intervention". *Journal of Counseling Development*, 54-60.
46. Tang, J. (2010), "How entrepreneurs discover opportunities in China: An institutional view". *Asia. Pac. J. Manag.*, 27:461-479
47. Tang, J., Kacmar, K.M. and Busenitz, L. (2012), "Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities". *Journal of Business Venturing*, 27: 77-94.
48. Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016), "Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445-463.
49. Vesper, K.H., (1993), "Entrepreneurship Education". *Entrepreneurial Studies Center, UCLA, Los Angeles, CA*.

50. Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007), "Gender, entrepreneurial Self-Efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship Education<sup>1</sup>". *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.