

مطالعه مروری بر سه تئوری نیت کارآفرینانه

داود فیض^{۹۱}، لاله جمشیدی^{۹۲}، محمد جواد وثاق^{۹۳*}mjwisaq@yahoo.com

چکیده

در دهه اخیر نگاه ویژه ای به کارآفرینی پدید آمده است، چرا که آن را موتور محرکه رشد اقتصادی کشورها می دانند. هم چنین در سال های اخیر کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه دارای رشد مناسبی بوده اند که اهمیت کارآفرینی را نشان می دهد. حال برای درک و شناخت رفتار کارآفرینانه باید به یکی از بهترین پیش بینی کننده های رفتار کارآفرینی که همانا نیت کارآفرینانه است، توجه نماییم. می توان نیت کارآفرینانه را به عنوان اولین گام کارآفرینی به شمار آورد. دانشمندان اظهار داشته اند که برای بروز یک رفتار به نیت آن رفتار باید توجه داشت. این مقاله در پی بررسی نظری سه تئوری مطرح در زمینه نیت کارآفرینانه است: تئوری رفتار برنامه ریزی شده آجنز، مدل رویدادی شاپیرو و تئوری شناختی اجتماعی باندورا. این مطالعه با استفاده از منابع کتابخانه ای شامل پژوهش های داخلی و خارجی صورت گرفته است و به شرح و توسعه این سه تئوری خواهد پرداخت. یکی از نتایج این بررسی گردآوری این سه تئوری برای اولین بار در کنار یکدیگر است. نتیجه دیگر مشاهده شباهت ها و تا حدودی تفاوت این سه تئوری است که درک ما را از نیت کارآفرینانه توسعه خواهد داد. آشنایی پژوهشگران و استفاده از این مرور برای مطالعات پژوهشی در محیط و شرایط بومی کشور و در سازمانهای متفاوت برای فراهم سازی شرایط بهینه به منظور بروز رفتار کارآفرینی از دیگر نتایج این پژوهش است. در انتها نیز پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

واژه های کلیدی: کارآفرینی - نیت کارآفرینانه - شکل گیری نیت

⁹¹. دانشیار و هیات علمی دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان

⁹². استادیار و هیات علمی دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان

^{93*}. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان

1- مقدمه

مفهوم کارآفرینی با رشدی سریع درون علوم دیگر همانند اقتصاد، مدیریت، مالی، روانشناسی و حتی حقوق به عنوان یکی از رشته‌های مورد علاقه پژوهش‌گران ظهور پیدا کرده است. کارآفرینی نه تنها در علوم بلکه به عنوان رکن اصلی بین اختراع، نوآوری و معرفی محصولات و خدمات جدید در بازار، موتور محرکه رشد اقتصادی و شکوفایی اشتغال در میان کشورها شناخته شده است. امروزه اهمیت کارآفرینان بیش از گذشته شده است که در این راستا حمایت از ایشان باید در برنامه‌های دولت‌های کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته قرار بگیرد. رونق محیط کسب و کار در گرو کارآفرینی است، با توجه به وضعیت کشور ما و افق 1404، توسعه کارآفرینی باید یکی از رویکردها و عوامل محرک اقتصاد کشور به شمار آید. کارآفرینی فرآیندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های گوناگونی روی می‌دهد و موجب ایجاد ارزش برای فرد و جامعه می‌گردد. در دنیای امروز که شاهد رشد روز افزون رقابت هستیم، پیشرفت‌های تکنولوژیکی در حال افزایش هستند و به طور شگفت‌آوری محیط را با سرعت تغییر می‌دهند. برای استفاده از فرصت‌ها و همگامی با مزیت‌های دنیای رقابت سازمان‌ها باید بر چالش‌ها غلبه کنند که می‌توان راه حل آن را در گرایش کارآفرینانه دید. یکی از اصلی‌ترین ابعاد کارآفرینی، قصد کارآفرینانه است که می‌توان آن را به عنوان اولین قدم کارآفرینی برای شروع یک کسب و کار دانست. وجود یک رفتار نیاز به نیت آن رفتار دارد که در ادامه به بررسی سه تئوری خواهیم پرداخت که پیشایندهای موثر بر بروز نیت و در نهایت رفتار را گردآوری کرده‌اند.

2- مفهوم کارآفرینی

به منظور تجزیه و تحلیل فعالیت یا رفتار کارآفرینی نیاز داریم تا ابتدا به تعریف مفهوم کارآفرینی بپردازیم. هیچ تعریف واحدی برای کارآفرینی که مورد توافق همگان باشد وجود ندارد و تفاوت‌هایی در میان تعاریف موجود مشاهده می‌گردد (Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1988; Waldringer et al., 1990). تعاریف کارآفرینی بر طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها تاکید دارند که شامل ایجاد سازمانها (Gartner, 1988)، ایجاد ترکیبات جدید (Schumpeter, 1934)، جستجوی فرصت‌ها (Kirzner, 1973)، تحمل عدم قطعیت (Knight, 1921) و گردآوری عوامل تولید در کنار یکدیگر (Say, 1803) می‌باشند. تفاوت در این تعاریف نهفته در تفاوت دیدگاه‌ها نسبت به کارآفرینی است. دانشمندان فعال در حوزه کارآفرینی عمدتاً از حوزه‌های اقتصاد و سازمان هستند. رشته‌های مختلف به هر دو این دیدگاه‌ها کمک می‌کنند. استوری و گرین⁹⁴ (2010) استدلال می‌کنند که اقتصاد دانان بر انتخاب و پردازش اطلاعات تاکید دارند در حالی که نظریه پردازان سازمانی بیشتر بر فرآیندهای شناختی تمرکز یافته‌اند. با این حال، با وجود اختلاف بین نظریه پردازان سازمانی باید طیف وسیعی از فعالیت‌ها را در نظر گرفت تا فعالیت‌های کارآفرینی شناخته شوند. استیونسون و جاریلو⁹⁵ (1990) کارآفرینی را به عنوان "فرآیندی که در آن افراد - یا در سازمان‌های خود و یا در درون خود - بدون توجه به منابع تحت کنترل کنونی شان به دنبال فرصت‌هایند، تعریف کرده‌اند". شین و نکاتارامن⁹⁶ (2000) کارآفرینی را به عنوان فرصتی که به فرآیند هدایت می‌شود، تعریف کرده‌اند. با این حال، اخیراً کارآفرینی به عنوان فرآیند شکل‌گیری شرکت (سازمان) تعریف شده است (Reynolds, 2009; Spencer et al., 2008). پروژه دیده بان جهانی کارآفرینی⁹⁷، کارآفرینی را به عنوان فرآیند راه‌اندازی یک کسب و کار و یا شرکت تعریف می‌کند (Reynolds et al., 2005). این تعریف نشان می‌دهد که کارآفرینی لزوماً از فرصت شروع نمی‌شود، بلکه ممکن است امری اجباری باشد. در هر صورت چه این فرآیند اجباری یا فرصت محور باشد، فعالیت‌های درون آن تقریباً یکسان است. سرانجام در این

⁹⁴. Story D. & Green F. J. (2010)

⁹⁵. Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990)

⁹⁶. Shane, S. & Venkataraman, (2000)

⁹⁷. Global Entrepreneurship Monitoring

مطالعه، کارآفرینی فرآیندی است که شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌های مورد نیاز برای شروع فعالیت یک شرکت یا کسب و کار تعریف می‌شود. در ادامه پس از آشنایی با مفهوم نیت کارآفرینانه به مرور سه تئوری رفتاری مهم در ادبیات کارآفرینی می‌پردازیم که برای بررسی نیت کارآفرینانه مورد استفاده قرار می‌گیرند.

3- نیت کارآفرینانه

همان‌طور که آجزن و فیشبن⁹⁸ (1980) در مطالعه اولیه خود استدلال می‌کنند: بیشتر رفتارهای ارتباطی اجتماعی افراد مانند رفتارهای مرتبط با سلامتی⁹⁹ یا ایجاد سازمان‌های جدید، تحت کنترل ارادی هستند. چند تن از پژوهشگران، این دیدگاه را به اشتراک گذاشته و سوالاتی را برای شواهد تجربی و نظری مطرح کرده‌اند و این که نیت بهترین پیش‌بینی کننده یگانه چنین رفتارهای ارادی‌اند، را نشان داده‌اند (باگوزی و همکاران¹⁰⁰، 1989؛ آجزن، 1991؛ ساتون، 1998). پژوهشگران نیت و قصد را به طرق گوناگونی تعریف کرده‌اند؛ به عنوان مثال در مطالعه برد (1988) نیت و قصد به عنوان یک حالت ذهنی مستقیم تمرکز فردی (در نتیجه تجربه و عمل) به سوی یک چیز خاص (هدف) یا مسیری به منظور دستیابی به چیزی (وسیله) تعریف شده است. برد (1988) و شین و ونکاتارامن¹⁰¹ (2000) این دیدگاه را تأیید می‌کنند که دو هدف (یا اهداف) کارآفرینی را برجسته می‌سازند: ایجاد شرکت‌های مستقل جدید و ایجاد ارزش‌های جدید در شرکت‌های موجود و کنونی. در راستای این دیدگاه، قصد کارآفرینی را به عنوان نمودی شناختی از فعالیت‌هایی که توسط افراد از طریق تعهد در فعالیت‌های نوآورانه¹⁰²، مخاطره‌ای¹⁰³ و پیش‌نگر¹⁰⁴ صورت می‌گیرد و به یکی از حالات ایجاد سرمایه‌گذاری‌های مستقل جدید یا ایجاد ارزش‌های جدید در شرکت‌های موجود و در حال فعالیت منجر می‌گردد (خلق ارزش) تعریف می‌کنیم. این کاملاً درست است که ایده‌های کارآفرینی با الهام¹⁰⁵ شروع می‌شوند، اما برای آشکار شدن نیاز به نیت و قصد دارند (دلمار و شین¹⁰⁶، 2003). در راستای این رویکرد، کروگر و همکاران (2000) استدلال می‌کنند که راه‌اندازی یک کسب و کار توسط افراد یک واکنش نیست، بلکه ایشان این کار را عمداً و با قصد انجام می‌دهند. هم چنین نیت کارآفرینانه فعالیت‌های سازمان‌های موجود را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در شرکت‌های تازه تاسیس شده، به عنوان نتیجه‌ی فرآیندهای عمدی¹⁰⁷، افراد فرصت‌ها را دنبال کرده و مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند (استیونسون و جاریلو¹⁰⁸، 1986). در نتیجه سازمان‌های موجود نیاتی را تجسم و آشکار می‌سازند، که در نهایت بر موفقیت سرمایه‌گذاری تأثیر گذار باشند. به عنوان مثال، میشل (1981) استدلال می‌کند که مقاصد مدیران اجرائی و کارآفرینان به طور مستقیم سازمان تحت مدیریت ایشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هم چنین ویکلاند¹⁰⁹ (1999) نشان می‌دهد که نیت مدیران اجرائی نسبت به خلق ارزش‌های جدید در سازمان کنونی از طریق فعالیت‌های نوآورانه، پیش‌نگر و مخاطره‌آمیز بروز پیدا می‌کند (میلر¹¹⁰، 1983) و دارای تأثیر بر رشد سرمایه‌گذاری‌ها هستند. پس از یک رویکرد مشابه، ویکلاند و شفرد¹¹¹ (2003) به صورت تجربی نشان می‌دهند که نیت نوآوری، پیش‌نگری و مخاطره‌عملکرد شرکت را افزایش می‌دهند. از آنجایی که اشاره شد تصمیم‌گیری برای کارآفرینی یک تصمیم آگاهانه و داوطلبانه به شمار می‌رود، می‌توان نیت را پیش‌درآمد کارآفرینی قلمداد کرد.

⁹⁸ .Ajzen and Fishbein ,1980

⁹⁹ . Health-related behaviors

¹⁰⁰ . Bagozzi, Baumgartner & Yi, 1989

¹⁰¹ . Shane & Venkataraman , 2000

¹⁰² . Innovative

¹⁰³ . Proactive

¹⁰⁴ . Risk-taking

¹⁰⁵ . Inspiration

¹⁰⁶ . Del Mar & Shane, 2003

¹⁰⁷ . Intentionally

¹⁰⁸ . Stevenson & Jarillo, 1986

¹⁰⁹ . Wiklund ,1999

¹¹⁰ . Miller, 1983

¹¹¹ . Wiklund & Shepherd, 2003

4- نیت کارآفرینانه و تئوری های رفتاری

سه نظریه کارآفرینی اصلی به تجزیه و تحلیل نیت و رفتار کارآفرینانه می پردازند که عبارتند از: تئوری رفتار برنامه ریزی شده¹¹² (Ajzen, 1991)، مدل رویداد کارآفرینانه¹¹³ (Shapeor & Shokol, 1982) و نظریه شناختی اجتماعی¹¹⁴ (Bandura, 1986). تئوری رفتار برنامه ریزی شده محبوب ترین نظریه است و به طور گسترده ای برای تجزیه و تحلیل فعالیت های انسانی در زمینه های مختلف به کار گرفته شده است. گوگل اسکولار نشان می دهد که این تئوری با 22206 ارجاع تا سال 2013 مورد ارجاع قرار گرفته است در حالی که نظریه شناختی اجتماعی 3350 ارجاع دریافت کرده است. آجزن (2002) ادعا می کند که باندورا تئوری خودکارآمدی خود را از پیشاینده کنترل رفتار ادراک شده نظریه رفتار برنامه ریزی شده وی استخراج کرده است. مدل رویداد کارآفرینی نسبت به دو مدل دیگر توجه بسیار کمتری را دریافت کرده است با این حال مدل رویداد کارآفرینی بیشتر به تجزیه و تحلیل اقدام کارآفرینانه پرداخته است.

4-1- نظریه رفتار برنامه ریزی شده

نظریه رفتار برنامه ریزی شده یک نظریه شناختی اجتماعی است که برای تجزیه و تحلیل نیت و عمل انسان ایجاد شده است. هدف این تئوری این است که رفتار انسان توسط سه باور هدایت می شود: 1- باورهای رفتاری (باورها در مورد نتایج معمول یک رفتار). 2- باورهای هنجاری (باورها در مورد انتظارات هنجاری دیگران) و 3- باورهای کنترلی (باورها در مورد وجود عواملی که ممکن است عمل به رفتاری را افزایش یا کاهش دهند). باورهای رفتاری به نگرش ها نسبت به یک رفتار اشاره دارد. باورهای هنجاری بر انتظارات اجتماعی ادراک شده و یا هنجارهای اجتماعی تاکید دارد و در نهایت باورهای کنترلی به رفتار کنترلی ادراک شده، اشاره می کند. نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده در ترکیب با یکدیگر نیت رفتاری را تشکیل می دهند که پیشاینده آغازین یک رفتار است. در اینجا نیت بین نگرش، هنجارهای ذهنی و رفتار واقعی به صورت میانجی عمل می کند. با توجه به گفته آجزن (2002)، در این مرحله با داشتن کنترل کافی بر روی رفتار انتظار می رود که فرد در هنگام بروز فرصت ها نیت خود را عملی نماید.

نظریه رفتار برنامه ریزی شده بر پایه تئوری رفتار منطقی شکل گرفته است (Fishbein & Ajzen, 1975). بنا بر تئوری رفتار منطقی نیت رفتاری به وسیله نگرش نسبت به رفتار و هنجارهای ذهنی (به عنوان مثال تاثیر قابل توجه دیگران - مدل های نقش، روابط، شریک زندگی) نظریه رفتار برنامه ریزی شده با دیگر نظریه های قبل از خود با در بر گرفتن کنترل رفتار ادراک شده متمایز می گردد که نیت رفتار فردی را تعدیل می کند. (Friedkin, 2010). نکته زیبای نظریه رفتار برنامه ریزی شده در سادگی آن نهفته است. با این حال، چند تن از پژوهشگران این سادگی را مورد انتقاد قرار داده اند. آجزن (2011) برخی از مسائل را در مدل ویرایش شده خود با عنوان "تئوری رفتار برنامه ریزی شده: واکنش ها و بازتاب ها" پاسخ داده است. با این حال، مطالعات کارآفرینی که با استفاده از نظریه رفتار برنامه ریزی شده صورت گرفته اند درستی ادعاهای او را تقلیل داده اند (Kovoreid & Isaksen, 2006). برای سادگی تئوری، آجزن تاثیر عوامل زمینه ای فردی را نادیده می گیرد.

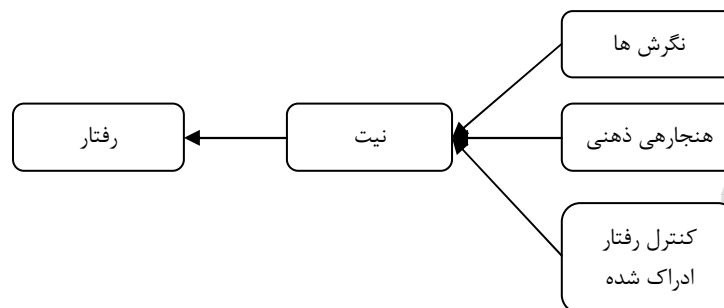
در ادامه این ادعا، نگرش ها، هنجارهای اجتماعی و کنترل رفتار ادراک شده تاثیر عوامل زمینه ای را در تجزیه و تحلیل نیت و رفتار در خود جذب می کنند. بر اساس این فرضیه، برای ساده کردن تئوری، آجزن عوامل زمینه ای در نظریه خود را وارد نمی سازد. با این حال، مطالعات کارآفرینی (Kovoreid & Isaksen, 2006) که بر نظریه رفتار برنامه ریزی شده تاکید می کنند که

¹¹² . Theory of Planned Behaviour

¹¹³ . Entrepreneurial Event Model

¹¹⁴ . Social Cognitive Theory

سن و جنسیت دارای تاثیر مستقیم قابل توجهی در نیت / رفتار کارآفرینانه دارند. سن یک عامل بسیار مهم در فعالیت های کارآفرینی است. کارهای قبلی در کارآفرینی نشان می دهد که رابطه بین فعالیت های کارآفرینی و سن یک فرد دارای یک تناوب وارونه U شکل هستند (Parker, 2009). در روانشناسی شناختی، سن یک متغیر شناختی پیچیده در نظر گرفته می شود (Stuart-Hamilton, 2012). حافظه انسان، هوش و استفاده از مهارت های همه به سن فیزیکی افراد بستگی دارند. روانشناسی طول عمر عملکرد از جنبه های شناختی مرتبط به سن فیزیکی فرد بستگی دارند. چرخه روانشناسی زندگی عملکرد شناختی ابعاد مرتبط با سن فیزیکی افراد را شرح می دهد. در شکل زیر مدل مفهومی تئوری رفتار برنامه ریزی شده مشاهده است.

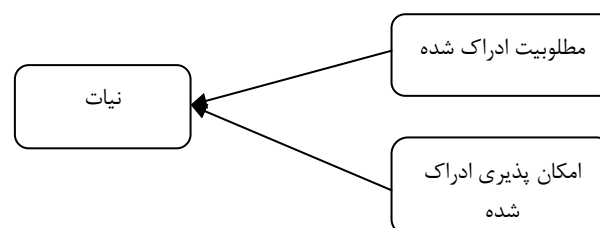


شکل شماره 1. تئوری رفتار برنامه ریزی شده

از آنجایی که متغیر کنترل رفتار ادراک شده نیت رفتار مورد نظر را تعدیل می کند، بهبود و توسعه متغیر به درستی توضیح خواهد داد که آیا یک فرد آماده است تا یک کسب و کار را برای اجرایی کردن نیت خود راه اندازی کند. هم چنین به ما کمک می کند تا درک کنیم که متغیر کنترل رفتار ادراک شده مسئولیت انجام رفتار مرتبط با نیت را دارا است.

2-4- مدل رویداد کارآفرینانه

مدل رویداد کارآفرینانه نشان می دهد که نیت کارآفرینانه در یک رویداد شکل گیری کارآفرینانه رخ می دهد. شاپیرو و سوکول¹¹⁵ (1982) بیان می کنند که چرخه مسیر زندگی همواره تغییر می کند و بر مطلوبیت ادراک شده و امکان پذیری ادراک شده مرتبط با شکل گیری سرمایه گذاری های جدید تاثیر می گذارند. این مدل فرض می کند که جابجایی و یا تغییرات اساسی در زندگی موجب تغییر در نیت کارآفرینانه و پس از آن در رفتار می شوند. جابه جایی می تواند مثبت یا منفی باشد. جابجایی منفی افراد را وادار می کند و جابه جایی مثبت افراد را به سمت شروع یک کسب و کار جذب می کند. جابجایی می تواند به عنوان یک کاتالیزور برای یک تغییر در رفتار باشد که به افراد کمک می کند تا بر اساس مطلوبیت و امکان پذیری ادراک شده عمل کرده و یک کسب و کار را آغاز نمایند. بنابراین، رویداد کارآفرینی پتانسیل بیشتری را برای شروع یک کسب و کار نسبت به یک کسب و کار موجود طلب می کند. مدل مذکور را می توان در زیر مشاهده کرد.



¹¹⁵ . Shapero and Sokol , 1982

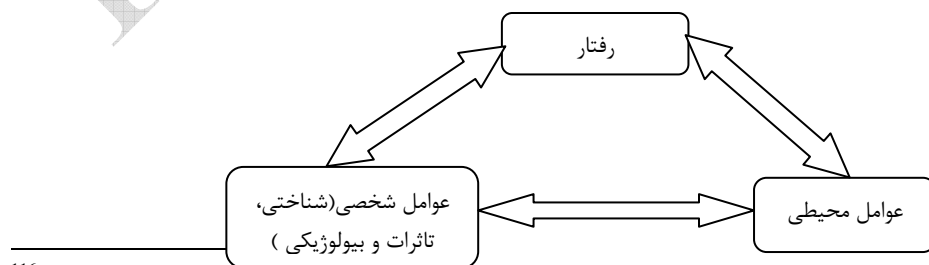
شکل شماره 2. مدل رویداد کارآفرینانه

این نظریه نشان می دهد تا زمانی که یک جابجایی وجود نداشته باشد رفتار انسان در حالت سکون باقی می ماند. جابجایی در جایی که تصمیم گیرنده به دنبال بهترین جایگزین از میان گزینه های موجود است، تغییر در رفتار را تسریع می کند. مطلوبیت، ادراک جذابیت های شخصی از شروع یک کسب و کار است. امکان پذیری ادراک شده مرزی است که فرد احساس می کند شخصا قادر به شروع یک کسب و کار است. مطلوبیت فردی از طریق تفکر شهودی و امکان سنجی بر اساس تفکر منطقی در فرآیند نیت شکل می گیرند (Bird, 1988). در این مدل قصد و نیت کارآفرین شدن (با متعهد شدن در یک رویداد کارآفرینی) به مطلوب و امکان ادراک شده آن رویداد بستگی دارد. کروگر و همکاران (2000) دریافتند که نظریه رفتار برنامه ریزی شده و مدل رویداد کارآفرینانه نتایج مشابه ای را برای پیش بینی نیت کارآفرینانه به دست می دهند. اگر چه مدل رویداد کارآفرینانه مدلی بر اساس نیت ضمنی می باشد (Kruger et al., 2000) اما کمتر مورد توجه محققان کارآفرینی بوده است. در مقایسه مدل نظریه رفتار برنامه ریزی شده و مدل رویداد کارآفرینانه، کروگر و همکاران (2000) خودکارآمدی بندورا را به عنوان پیشاینده امکان پذیری ادراک شده در نظر می گیرند.

3-4- نظریه شناختی اجتماعی

با توجه به نظریه شناختی اجتماعی رفتار فرد در نتیجه تعامل بین ویژگی های شخصی و محیط خارجی فرد صورت می گیرد. بندورا (1986) استدلال می کند که ویژگی های شخصی، عوامل محیطی خارجی و رفتار آشکار همه به عنوان مکانیسم های به هم پیوسته ای هستند که با تاثیر دوسویه بر یکدیگر عمل می کنند.

در نظریه شناختی اجتماعی فرض می شود که رفتار از تعامل بین فرد و محیط نتیجه می گردد. تعامل بین فرد و محیط شامل باورهای افراد و شایستگی های شناختی است که با توجه به محیط فیزیکی و اجتماعی توسعه یافته اند. در اینجا، محیط اجتماعی اشاره به اعضای خانواده فرد، دوستان و مدل های نقش دارد و محیط فیزیکی به منابع در دسترس و مجاور فرد تاکید دارد (Pajares, 1997). برای هر رفتار خاص، ارزیابی خودکارآمدی مهم ترین جنبه از نظریه است. بندورا (1986) بیان می کند که خودکارآمدی به " قضاوت افراد از توانایی های خود برای سازماندهی و اجرای جریان های فعالیت های مورد نیاز برای دست یابی به انواع عملکردهای تعیین شده " اشاره دارد. خودکارآمدی مجموعه ای پویا از باورهای درونی است که بازه ای از عملکردهای خاص را بروز می دهد و با راه های پیچیده ای بین دیگر افراد و رفتارها و عوامل زمینه ای تعامل ایجاد می کند. باورهای خودکارآمدی بر کیفیت عملکرد افراد از طریق شناختی، انگیزشی، عاطفی و فرآیندهای تصمیم گیری تاثیر می گذارند. به طور خاص، خودکارآمدی ادراک شده به تعیین انتخاب های فرد از فعالیت ها و محیط کمک می کند. در ادامه نظریه شناختی اجتماعی آورده شده است.



116 . Kruger et al., 2000

شکل شماره 3. نظریه شناختی اجتماعی

نظریه شناختی اجتماعی به طور گسترده ای برای مطالعه قصد کارآفرینی و رفتار، به خصوص پیشایند خودکارآمدی مورد استفاده قرار گرفته است. این تئوری نشان می دهد که خودکارآمدی دارای اثر قابل توجهی روی نیت کارآفرینی است (Moriano et al., 2012; Prodan and Drnovsek, 2010; Kickul et al., 2008).

5- نتیجه گیری و پیشنهادات

در این مطالعه به بررسی سه مدل مهم رفتاری که در حوزه نیت کارآفرینانه مورد استفاده قرار می گیرند، پرداخته شده است. پیشایند های مختلفی در هر مدل برای پیش بینی نیت کارآفرینانه پیشنهاد شده است که هر مدل در تحقیقات گوناگونی مورد آزمایش قرار گرفته اند. حال که با سه مدل و پیشایند های هر یک آشنا شدیم و قدرت پیش بینی کنندگی آنها را در نیت شناختیم که در نهایت می توانیم یک رفتار کارآفرینانه را پیش بینی نماییم، جا دارد که پژوهشگران داخلی با توجه به شرایط کنونی و بومی کشورمان دست به پیش بینی نیت و رفتار کارآفرینانه بزنند. می توان نیت کارآفرینانه را در تمامی مراحل کارآفرینی از ابتدا تا انتها در محیط های گوناگون مورد بررسی قرار داد، چنان که موضوع پایان نامه نگارنده بررسی مدلی توسعه یافته از نیت کارآفرینانه در شرکت های مرکز رشد می باشد. شرکت های مستقر در مرکز رشد به تمام معنا با فناوری های نوین عجین شده اند و کارآفرینی را توسعه می دهند.

منابع

- [1] Brockhaus, R. H., & Horwitz, P. S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*: 25–48. Cambridge, MA: Ballinger.
- [2] Gartner, W. B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4): 47–68.
- [3] Waldringer, R, H Aldrich, & R Ward (1990), *Ethnic Entrepreneurs*: Sage Publications.
- [4] Schumpeter, J. A. (1934) *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA, USA.
- [5] Kirzner, I. 1973. *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.
- [6] Knight, F. (1921), *Risk, uncertainty and profit*. Augustus Kelley, New York.
- [7] Say, J. B. (1828), *Course Complet d' Economie Politique Pratique*, Paris
- [8] Story D. & Green F. J. (2010), *Small Business and Entrepreneurship*, Pearson Education Ltd. England. 1st ed.
- [9] Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic management journal*, 11(5), 17-27.
- [10] Shane, S. & Venkataraman, (2000), 'The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research', *Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
- [11] Reynolds, P. D. (2009). Screening item effects in estimating the prevalence of nascent entrepreneurs. *Small Business Economics*, 33(2), 151-163.

- [12] Spencer, A. S., Kirchoff, B. A., & White, C. (2008). Entrepreneurship, Innovation, and Wealth Distribution The Essence of Creative Destruction. *International Small Business Journal*, 26(1), 9-26.
- [13] Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small business economics*, 24(3), 205-231.
- [14] Ajzen, I., & Fishbein, M. 1980. Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [15] Bird, B. 1988. Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3): 442–453.
- [16] Bagozzi, R. P., Baumgartner, J., & Yi, Y. 1989. An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude–behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10: 35–62.
- [17] Del Mar, F., & Shane, S. 2003. Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 24 (12): 1165–1186.
- [18] Stevenson, H.H., & Jarillo, J.C. 1986. Preserving entrepreneurship as companies grow. *Journal of Business Strategy*, 6: 10–23.
- [19] Wiklund, J. 1999. The sustainability of the entrepreneurial orientation – performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1): 37–48.
- [20] Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770–791.
- [21] Wiklund, J., & Shepherd, D. 2003. Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses. *Strategic Management Journal*, 24: 1307–1314.
- [22] Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.
- [23] Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In: C. Kent, D. Sexton and K. Vesper (eds.). *The encyclopaedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 72-90.
- [24] Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359-373.