

بسمه تعالی

پروژه نویسنده کارآفرینی: داون آر دی تنه Dawn R. DeTienne

فهرست مطالب

۶	مقدمه
۱۱	نوآوری رادیکالی و نوآوری تدریجی
۱۴	نوآوری های ناپیوسته
۱۶	سن، اندازه و پیوندهای بین ساختاری سازمان
۱۸	ارتباط ویژگی های مدیریتی با نوآوری ناپیوسته
۱۹	تشخیص فرصت
۲۰	جستجوی فعال
۲۱	جستجوی انفعالی و جستجوی تصادفی
۲۲	خلق فرصت
۲۲	خلق و تشخیص فرصت
۲۵	چالش
۲۷	تشخیص فرصت، سرمایه انسانی و تفاوت جنسیتی
۲۸	جنسیت و فرایند تشخیص فرصت
۲۹	جنسیت و خلاقیت در فرصت ها

- ۳۰ دانش پیشین و تشخیص فرصت
- ۳۱ انگیزش و تشخیص فرصت
- ۳۲ پاداش مالی بالقوه، دانش پیشین و تشخیص فرصت
- ۳۳ خروج کارآفرینانه
- ۳۴ خروج کارآفرینانه رویدادی چند وجهی
- ۳۵ استراتژی های خروج کارآفرینانه
- ۳۷ مسیر خروج
- ۴۰ تجربه کارآفرین
- ۴۰ سن کارآفرین
- ۴۳ تاثیر تجربه بر نیت خروج کارآفرین
- ۴۴ انگیزش و نیت خروج از بنگاه کارآفرینانه
- ۴۶ فرایند علی و معلول و سببی
- ۴۸ فرایند سببی و استراتژی خروج
- ۴۹ تاثیر ساختار بنگاه مخاطره آمیز بر خروج کارآفرینانه

۵۰	ترکیب منابع و خروج کارآفرینانه
۵۲	موقعیت خانوادگی و رویداد خروج: گسترش تئوری آستانه
۵۴	تئوری آستانه و وضعیت خانواده
۵۸	جنسیت و موقعیت خانوادگی و تاثیر آن بر خروج کارآفرینانه
۵۹	تئوری آستانه، جنسیت و کسب و کار خانوادگی
۶۳	مالکیت روانی سازمان های کارآفرین و استراتژی خروج
۶۳	حقوق مالکیت و کنترل هدفمند
۶۶	مالکیت روانی و اداره متمرکز
۶۷	مبادلات منابع و اداره متمرکز
۶۸	اداره متمرکز و خروجی های سازمانی
۶۸	خروجی سازمانی و مالکیت روانی
۷۰	درباره نویسنده: Dawn R. DeTienne
۸۱	بحث و نتیجه گیری
۹۶	فهرست منابع

Dawn R. DeTienne استاد کارآفرینی در دانشکده کسب و کار است. تحقیقات ایشان در زمینه خروج کارآفرینانه، جنسیت و کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، و شناسایی فرصت است. پژوهش DeTienne در "آکادمی آموزش مدیریت و آموزش و پرورش"، "مجله کسب و کار مخاطره آمیز"، "نظریه کارآفرینی و تمرین"، "اقتصاد کسب و کار کوچک"، "مجله مدیریت فناوری بالا" و "معاملات IEEE روی مدیریت مهندسی" آورده شده است. در سال ۲۰۰۸، DeTienne جایزه پروفیسور مایکل H. Mescon / Coles کالج بازرگانی را برای مقاله در بخش کارآفرینی دریافت کرد. در سال ۲۰۰۹، او موفق به دریافت جایزه IDEA برای دلیل تحقیقات شد. او محقق داخلی بوده و پژوهشگر کسب و کار دانشگاه ایالتی کلرادو از سال ۲۰۰۹ به وی اعطا شد.

در مقاله «نگاهی تازه به نوآوری های تدریجی و رادیکال در بنگاه های کارآفرینانه» دی تنه^۱ و همکارانش (۲۰۰۱) به بررسی این مطلب می پردازند که آیا نوآوری ها، از نوع رادیکال یا تدریجی، می توانند در سلسله مراتب تصاعدی طبق حوزه و مقیاس قرار گیرند. این مقاله ویژگی های محیطی (پویایی)، ویژگی های سازمانی (سن)، اندازه و پیوندهای درون سازمانی) و ویژگی های مدیران را بررسی می کند. این بررسی ها در دو صنعت فضایی و الکترونیکی صورت گرفته است. یافته ها حاکی از آن است که ماتریس های مختلف ویژگی های محیطی و سازمانی و فرایندها روی نوآوری های رادیکال و تدریجی اثرگذار هستند.

در مقاله ای دیگر با عنوان «تاثیر عوامل سازمانی و محیطی روی نوآوری های ناپیوسته درون صنایع با تکنولوژی بالا» دی تنه و همکاران (۲۰۰۲) به بررسی تاثیر ویژگی های محیطی، سازمانی و مدیریتی روی نوآوری ناپیوسته در سه صنعت (فضایی، اجزای الکترونیکی و مخابراتی) می پردازند که وابستگی شدیدی به نوآوری بعنوان

مزیت رقابتی و بقا دارد. این تحقیق از طریق ۹۰۰ پرسشنامه که توسط مدیران این شرکت ها در امریکا پر شده صورت گرفته است. یافته ها حاکی از آن است که نوآوری ناپیوسته با پویایی های محیطی و آن ساختار و روند ارتباط دارد. این نتایج پیشنهاد می کند که مدیران در نوآوری های ناپیوسته درون سازمانشان فعال هستند. برای انجام این کار بنگاه ها باید به شناسایی سه نیرویی را که چنین نوآوری تحت تاثیر قرار می دهد، پردازند - محیطی، سازمانی (ویژگی ها، ساختار و روندها)، و مدیریت.

از طرفی دیگر با توجه به بحث تشخیص فرصت در کارآفرینی این نویسنده به تحقیقاتی در این زمینه پرداخته و مطالعات وی بطور مختصر به این شرح می باشد:

در مقاله « تشخیص فرصت و نقش آن در کلاس کارآفرینانه: رویکرد آموزشی و آزمایش تجربی » دی تنه و همکاران (۲۰۰۴) پیشنهاد می کنند که تشخیص فرصت یک شایستگی است که می تواند مانند شایستگی های دیگر توسعه پیدا کند و کلاس کارآفرینی مجرای مناسبی برای توسعه مهارت های لازم جهت بهبود توانایی های تشخیص فرصت است.

در این مقاله از آزمایش SFGD^۲ استفاده نموده اند، یافته ها نشان می دهد که افراد می توانند فرایندهای تشخیص فرصت را یاد بگیرند و هم تعداد ایده های تولید شده و هم نوآوری در ایده ها را افزایش دهند. این تحقیق روی تشخیص فرصت بعنوان زمینه مهمی در آموزش کارآفرینی محسوب می شود (DeTienne, Chandler,) 2004).

در مقاله ای دیگر با عنوان « نقش جنسیت در تشخیص فرصت » دی تنه و چاندلر (۲۰۰۷) به بررسی تاثیر جنسیت در تشخیص فرصت می پردازند آنها دریافتند که مردان و زنان از سرمایه های انسانی اختصاصی خودشان برای تشخیص فرصت استفاده می کنند و اساساً فرایندهای متفاوتی برای تشخیص فرصت دارند.

آیا مردان و زنان دارای سرمایه انسانی عمومی و سرمایه انسانی اختصاصی متفاوتی هستند؟ آیا مردان و زنان انواع متفاوتی از سرمایه انسانی برای تشخیص فرصت دارند؟ آیا مردان و زنان از فرایندهای تشخیص فرصت متفاوت استفاده می کنند؟ و در نهایت آیا این فرایندهای متفاوت تاثیرات مختلفی روی نوآوری فرصت شناسایی شده دارد؟ در این مقاله تئوری سرمایه انسانی (Becker, 1975) و تئوری فمینیست اجتماعی SF (Carter & Williams,) در این مقاله استفاده شده است. ارتباط بین سرمایه انسانی و تشخیص فرصت و اهمیت تفاوت های جنسیتی در سرمایه انسانی مطرح می نماید که تفاوت ها در سرمایه انسانی تا حدودی تفاوت جنسیتی در فرایند تشخیص فرصت را توضیح می دهد.

در مقاله ای دیگر « دانش پیشین، پاداش بالقوه مالی و تشخیص فرصت » شفرد^۳ و دی تنه (۲۰۰۵) در جستجوی ساختارهای بالقوه پاداش های مالی و دانش پیشین از مشکلات مشتریان جهت ارائه درک عمیق تری از تشخیص فرصت ها هستند. نتایج نشان می دهد در حالیکه دانش پیشین از مشکلات مشتریان منجر به تشخیص فرصت های بیشتر می شود و فرصت ها نوآورانه تر هستند، این همچنین ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و تشخیص فرصت را تعدیل می کند. ایشان همچنین دریافتند که هرچه افراد دانش کمتری از مشکلات مشتریان داشته باشند تاثیر پاداش مالی روی تعداد فرصت های تشخیص داده شده و نوآوری آنها بیشتر می شود.

^۳ Shepherd

موضوع دیگری که دی تنه در تحقیقات خود به بررسی آن می پردازد بحث استراتژی های خروج است. وی مطرح می نماید که تحقیقات پیشین روی خروج از بنگاه تحقیقاتی انجام داده اند نشان داده اند که خروج ناشی از عدم سوددهی مناسب بنگاه است درحالیکه دی تنه موارد دیگری را در مقالات خود اشاره می کند.

در مقاله « استراتژی های خروج کارآفرینانه: تاثیر سرمایه انسانی » دی تنه و کاردون^۴ (۲۰۰۶) مطرح می نمایند که محققان در زمینه های مختلفی مانند جامعه شناسی اقتصادی و سازمانی روی خروج بنگاه مطالعه کرده اند اما تحقیقات کمی روی تصمیم بر خروج کارآفرینانه توسط موسسان اصلی بنگاه های خصوصی صورت گرفته تا از سود خود برداشت کنند و خود را از مالکیت اصلی و ساختار تصمیم گیری بنگاه خارج نمایند. هنوز، تمامی کارآفرینان به روشی بنگاهی را که خلق کرده اند ترک می نمایند. با استفاده از تئوری های هدف محور و سرمایه انسانی در جستجوی پاسخ به دو سؤال هستند: ۱) چرا برخی از کارآفرینان استراتژی خروج را در نظر می گیرند در حالیکه بقیه در نظر نمی گیرند. ۲) کارآفرینان تحت چه شرایطی از استراتژی های خاص استفاده می نمایند؟ سرمایه انسانی کارآفرینانه با استراتژی های کارآفرینانه پیوند دارد (Honig, 2001)، فرایندهای تشخیص فرصت (Davidsson & Honig, 2003)، ساختار سرمایه مالی (Bates, 1990)، و عملکرد (Honig, 1998; Lerner, Brush and Hisricj, 1997). دیگر محققان پیوندهایی را بین سرمایه انسانی و خروج نیز کشف کرده اند (Bates, 1990; Gimeno et al., 1997; Preisendorfer & Voss, 1990).

در مقاله دیگر « تاثیر تجربه بنیانگذار روی نیت خروج » به بررسی نیت کارآفرین برای خروج توسط طیفی از راه های ممکن مانند تملک، IPO، جانشین خانوادگی، فروش به کارمند، فروش مستقل و تصفیه حساب شرکتی می پردازند (DeTienne, Cardon, 2010).

نتایج نشان می دهد که کارآفرینان بر اساس تجربه قبلی کارآفرینانه، تجربه صنعت، سن و سطح تحصیلات راه های مختلفی را برای خروج انتخاب می نمایند.

تحقیقات گذشته بیشتر با این فرض بوده که هدف اصلی بنگاه عملکرد بنگاه (Harda, 2007) است و خروج کارآفرینانه را با شکست یکی می دانستند و مطرح می کردند که کارآفرینان زمانی که بنگاه عملکرد ضعیفی دارد آن را ترک می گویند (Wennberg et al., 1009).

در مقاله دیگر « تاثیر انگیزه و رویکرد علی و معلولی و سببی روی استراتژی های خروج » به بررسی میزان انگیزه شخصی کارآفرین و فرایندهای توسعه بنگاه روی استراتژی های خروج می پردازند. در اینجا ارتباط میان انگیزه درونی و بیرونی و فرایندهای علی و معلولی و سببی و نیت کارآفرین در مورد استراتژی های خروج را بررسی می کنند. یافته ها حاکی از آن است که کارآفرینان با انگیزه بیرونی بیشتر از استراتژی IPO استفاده کرده و کمتر به فروش مستقل می اندیشند. کارآفرینان با انگیزه درونی کمتر به استراتژی تصفیه حساب یا IPO اندیشیده و تمایل به خروج از طریق فروش مستقل دارند. کارآفرینانی که از فرایندهای علی و معلولی استفاده می نمایند بیشتر از استراتژی IPO و کمتر تمایل به خروج از طریق تصفیه حساب دارند. ابعاد فرعی سببی بطور متفاوتی با استراتژی های خروج ارتباط دارد. آزمایش کردن رابطه مثبتی با استراتژی IPO داشته درحالیکه ضرر قابل تحمل با تصفیه حساب شرکتی ارتباط دارد.

این تحقیق روی سه حوزه تمرکز دارد: ۱) اهمیت ساختار مفهومی ماهیت چند لایه خروج (خروج از بنگاه از بازار و خروج بنیانگذار از بنگاه) (Wennberg, 2008) و ۲) تفاوت حیاتی بین خروج و شکست (Headd,2003; Wennberg, Wiklund, DeTienne & Cardon, 2010) و ۳) این حقیقت که خروج

کارآفرینانه چند وجهی است (Wennberg, 2008) و استراتژی های گوناگونی وجود دارد. در این تحقیق ما نیت خروج بنیانگذاران را که استراتژی های مختلفی را اتخاذ می کنند، بررسی می کنند.

حال در ادامه به بررسی مفصل مقالات پرداخته و دیدگاه این نویسنده و همکارانش را در مورد تشخیص فرصت، استراتژی های خروج و نوآوری های تدریجی و یکباره می پردازیم:

نوآوری رادیکالی و نوآوری تدریجی

فرایندهای نوآوری بنگاه های کارآفرینانه و بسیار نوآورانه با تحت تاثیر نیروهای مدیریتی، سازمانی و محیطی قرار می گیرد، اگر چه محققان به ندرت روی چنین نیروهایی تحقیق کرده اند که آیا مجموعه ترکیبی از آنها توانایی بنگاه را برای نوآوری تاثیر قرار می دهد. علاوه بر این، مطالعات در مورد تفاوت میان نوآوری ها کم است (Damanpour, 1992; Darzin & schoonhoven, 1996; Klein & Sorra, 1996) اگرچه انواع نوآوری ها از کم یا تدریجی به سمت زیاد یا رادیکال کشیده شده است.

طبق آثار هرینگ^۵ (۱۹۹۴)، ما نوآوری تدریجی (اول یا ترتیب پایین تر) را موضوعاتی در نظر می گیریم که هزینه پایینی داشته و میزان تاثیر آن روی دسته بندی های زیر من باشد: روندی (مدیریت- نوآوری های تعیینی در قوانین و روندها)؛ مربوط به پرسنل (نوآوری در انتخاب و آموزش خط مشی ها و در مدیریت منابع انسانی)؛ روند (روش های جدید تولید یا ساخت)، و ساختاری (اصلاحات نوآورانه در تجهیزات و تسهیلات و راه های جدیدی که بخش های کار با آن شکل می گیرند). تعریف ما از نوآوری رادیکال (دوم یا ترتیب بالاتر) آن است که در حوزه،

وسعت و هزینه بالا باشد و در اینجا منظور نوآوری های استراتژیک یا خلق کالاهای جدید و خدمات پیشنهاد شده به بازار است.

فرضیه ۱: مدیران کارآفرین نوآوری تدریجی را بیش از نوآوری رادیکال گزارش خواهند نمود.

تئوری آشوب مطرح می نماید که فشارهای محیطی منجر به تغییرات سازمانی داخلی می شود. هرچه محیط خارجی پویاتر باشد، ادراک بالاتری از نوآوری مطلوب خواهد بود. که در آن چرخه محصول کوتاه است.

فرضیه ۲: مدیران کارآفرین پویایی محیطی ادراکی را با نوآوری رادیکال و تدریجی ارتباط می دهند.

ون دی ون (۱۹۸۶) مطرح می نماید که سازمان های موفق تر، بزرگتر و قدیمی تر فهرستی از ساختارها و سیستم ها دارد که نوآوری را تحدید می کند.

با افزایش اندازه و سن "روندهای بوروکراتیک اغلب نوآوری را محدود کرده مگر اینکه سیستم های خاصی برقرار شود که رفتار نوآورانه را تحریک نماید (Van de Van, 1999).

فرضیه ۳: مدیران کارآفرین سن و اندازه بنگاه را با نوآوری تدریجی و رادیکال را ارتباط نمی دهند.

کلوندی، لویی و دنیس (۱۹۹۶) به مطالعه ورود تکنولوژی های نوآورانه انعطاف پذیر در ۱۲ شرکت در کشورهای سوئد، فرانسه و کانادا پرداخته اند و دریافتند که شرکت های موفق ساختارهای تخت تری همراه با ارتباطات افقی دارند.

فرضیه ۴: هرچه تعداد پروندهای درون ساختاری بیشتر باشد، نوآوری های تدریجی و رادیکال بیشتری رخ

می دهد.

از دیدگاه تئوری آشوب نوآوری نمی تواند برنامه ریزی شود بلکه باید تکامل یابد و نیازمند روندهای پویا و نوظهوری مانند بازبودن و بدیهه گویی و ابتکار است (Lewin, 1999).

یک مدیر کارآفرینی که توانایی اصلاح برابری ها را دارد "ساختاری که برای برآوردن بودجه و برنامه های همراه با انعطاف پذیری حیاتی است که خلق کالاها و خدمات نوآورانه مورد نیاز تغییر در بازار تضمین می نماید." (Eisenhardt, 1998).

همکاری زیاد باعث می شود ظرفیت سازمان برای نوآوری شکل گیرد. یک مدیر کارآفرین که قادر به تجربه کردن است "بیشی نسبت به آینده دارد که ممکن است بدون از دست دادن انعطاف پذیری به آینده، آشکار شود" (Eisenhardt, 1998)

اگر مدیران توجه خود را به حال بسپارند، آنها واکنش آشوبگرانه خود را نسبت به حرکت های دیگران، از دست می دهند و اگر توجه بیش از اندازه ای به آینده داشته باشند، می خواهند که به آینده خاصی برسند و در نتیجه انعطاف پذیری خود را از دست داده و در سختی آینده برنامه ریزی شده خود را به پایان می دهند (Eisenhardt, 1998).

فرضیه ۵: مدیران کارآفرین آزمایش و ابتکار را با نوآوری رادیکالی و تدریجی ارتباط می دهند.

در بنگاه های موفق "مدیران فرایندهایی را خلق کرده بودند که در آن پروژه هایی با تقسیم کار به وظایف کوچکتر برنامه ریزی می شد و سپس از طریق یک رشته گام های پشت سر هم از مفهوم سازی تا نمونه اولیه و ... انجام می گرفت. به محض اینکه هر گام تکمیل می شد، پروژه وارد مرحله بعدی می شد. و کاروند با فرایندها، نقطه گذاری ها و موارد خاص اداره می شد."

فرضیه ۶: مدیران کارآفرین گذار از پروژه ها را (از طریق گام های پشت سرهم) به نوآوری تدریجی و رادیکال ارتباط می دهند.

بقای بلند مدت یک مدیر همراه با تایید عملکرد و پافشاری استراتژیک است (Finkelstein & Hambrick, 1990)، در حالیکه ماندگاری کوتاه مدت وسیله ایست که با آن سازمانی می تواند بر اینرسی ناشی از تغییر استراتژیک غلبه کند (Wiersema & Bantel, 1992). در مورد سن مدیر کارآفرین "انتظار می رود که در موقعیت های با ریسک بالا، مدیران اجرایی جوان باشند." (Hambrick & Finkelstein, 1987). سن مدیر اجرایی با استراتژی های ریسکی ارتباط داشته چراکه مدیران چون تعهد کمتری به موقعیت کنونی داشته و دیدگاه های مطلوب تری در مقابل ریسک پذیری دارند (Bantel & Jackson, 1989).

فرضیه ۷ الف: سن پایین تر و مدت کمتر ماندن مدیر کارآفرین بر سر موقعیت موجب نوآوری های تدریجی و رادیکال بیشتری در نگاه می شود.

فرضیه ۷ ب: سطح بالاتر تحصیلات مدیر کارآفرین منجر به نوآوری های رادیکال و تدریجی بیشتر می شود. در اینجا از مقیاس هایی استفاده شده که استاندارد شده اند و اعتبار آنها توسط محققان دیگر اثبات شده است. دی تنه و همکاران (۲۰۰۱) مقیاس های دیگر را بر اساس مرور متون و مصاحبه با مدیران صنایع انجام داده است.

نتایج نشان داده که متغیرهای محیطی، سازمانی، مدیریتی، روندها و ساختارها با نوآوری تدریجی و رادیکال در ارتباط است.

نوآوری های ناپیوسته

نوآوری ناپیوسته به کالاها/خدمات بزرگی باز می گردد و توسعه های تکنولوژیکی برپایه نوآوری های اساسی {۶۷}.

نوآوری های ناپیوسته به کل صنعت و بازار اجازه می دهد تا ظهور پیدا کرده، تغییر کند و ناپدید شود. آنها اغلب جهش های تکنولوژیکی است که به شرکت ها کمک می کند تا قوانین صنعت را بازنویسی کرده یا کلاً صنعت جدیدی را راه اندازی نمایند {۳۲} علی رغم نوآوری های تدریجی که نوآوری های کمتری را در بر دارد. مفهوم تغییرات ناپیوسته (نوآوری) در مدل های تعادلی یا دگرگونی همگرا و باز محور دیده می شود {۲۴}. سازمان ها در مدت طولانی ثبات تکامل می یابند به این معنا که اکثر نوآوری ها بر اساس چیزهایی است که وجود دارد که نیازمند اصلاحاتی هستند.

توشمن و همکاران {۶۵} چهار سازمان اصلی را مطالعه نمودند و دریافتند که تکنولوژی آنها در حقیقت طی مدت طولانی تغییرات تدریجی تکامل یافته که با نوآوری های نادری که بطور ناپیوسته ای موقعیت را بهبود بخشیده تاکید شده است.

تحقیقات در تاریخچه صنعت طی نسل ها نشان داده است که همیشه ناپیوستگی های شدیدی اغلب با تکنولوژی های جدید وجود داشته است {۳۹}.

این تعریف با کار آقای هرینگ {۲۸} مطابقت دارد که نوآوری های ناپیوسته یا رادیکال را بعنوان " نوآوری های برتر " می داند که صنایع جدید، محصولات یا بازارهای نو می سازد.

تعریف ما شامل آن دسته نوآوری هایی است که در حوزه، پهنا، و هزینه بیشتر بوده یا به خلق تکنولوژیکی، محصولات، خدمات یا بازار می باشد.

شومپتر {۵۵} بیان می دارد که کارآفرینان، بعنوان کنشگران تغییرات اقتصادی، بطور خلاقانه ای بازارهای موجود را تخریب می کنند. او تاکید می کند که مقیاس نوآوری نیز مهم است - نوآوری های تدریجی آنهایی هستند که بازارهای موثر را گرفته درحالیکه فرصت های کارآ،رینانه بطور خلاقانه ای تمام صنعت را تخریب می کنند. شومپتر ۵ نوع نوآوری را ارائه می دهد: (۱) کالا/ خدمت جدید (۲) بازارهای جدید (۳) روش های جدید تولید (۴) منابع جدید (۵) روش های مدیریتی جدید

در مصاحبه ای که با یکی از مدیران انجام دادیم نوآوری ناپیوسته بطور خلاصه چنین تعریف می شود:

"فیر اپتیک می رود تا پارادایم تغییر شود. می رود که سطح دیگری از تکنولوژی را به صنعت ما اضافه کند.

البته جایگزین همه چیز نخواهد شد اما در طول زمان پیشرو تکنولوژی در این صنعت می شود."

در این مطالعه ما از ادراکات مدیران اجرایی برای اندازه گیری نوآوری ناپیوسته استفاده کرده ایم.

تئوری آشوب مطرح می نماید که سازمان ها انرژی را از خارج وارد می کنند و آنها توانایی نگهداری

خودشان براساس ورودی آمده از محیط دارند {۱ و ۴۰ و ۵۷} و این چهارچوب اصلی ما برای این تحقیق است.

تئوری آشوب مطرح می نماید که محیط زمینه ای را ایجاد می کند یا شرایطی را بوجود می آورد که در آن

ایده ها رشد سریع تری داشته و توسعه می یابند.

محیطی که بعنوان محیط پویایی شناسایی می شود احتمالاً سکون سازمانی و مدیریتی را کاهش می دهد، در نتیجه مدیران ارشد را در انتخاب از میان طیفی از گزینه های نوآورانه توانمند می سازد. دلیلش این است که تغییرات غیرقابل پیش بینی با نوآوری های چندگانه موفق همراه است که به سرعت محیط را تغییر داده و به مدیر گزینه های بیشتری برای نوآوری می دهد {۴}.

سن، اندازه و پیوندهای بین ساختاری سازمان

همچنان که سن و اندازه سازمان بزرگتر می شود، استحکام ساختاری و نیروهای ساختاری افزایش می یابد، بطور بالقوه ای توانایی مدیران ارشد را برای نوآوری محدود می کند. سازمان هایی که مدت زیادی از قدمتشان می گذرد توانایی کمتری برای نوآوری دارند چراکه آنها روندها را رسمی کرده اند، قدرت متمرکز بوده و روش های روتین را استاندارد کرده اند {۳۳}.

درحالیکه منابع برای نوآوری لازم است که برپایه مستحکمی باشد، در کشف ایده های جدید زیاد اهمیتی ندارد. بنابراین بنگاه های کوچک نوآوری بیشتری دارند درحالیکه بنگاه های بزرگتر اغلب شکست می خوردند.

فرضیه ۱: براساس ادراک و گزارش مدیران ارشد، سن بنگاه تاثیر منفی بر نوآوری ناپیوسته دارد.

فرضیه ۲: براساس ادراک و گزارش مدیران ارشد، اندازه بنگاه تاثیر منفی بر نوآوری ناپیوسته دارد.

تئوری آشوب مطرح می نماید که کار سازمان ها توسط نمایندگانی انجام می شود که: تا حدودی با هم ارتباط دارند، در نتیجه رفتار یکی بستگی به رفتار زیر مجموعه یا کل نماینده ها در سیستم دارد {۱}. " وقتی که

فردی با بعضی از موضوعات فکری به ذهنش می رسد، با دیگرانی در ارتباط است که تا حدودی آنها را هم در این مورد هوشیار می کند. {۵۷}

ارائه محصول به بازار نیازمند ارتباطاتی است و پیوندهای فراساختاری همکاری میان زیرمجموعه های سازمانی و شخصی را تضمین می کند {۳۴}.

کلودنی و همکاران {۳۵} به مطالعه ورود تکنولوژی های نوآورانه انعطاف پذیر در ۱۲ شرکت در سوئد، فرانسه و کانادا پرداخته اند و دریافته اند که شرکت های موفق ساختار سازمانی تختی با ارتباطات افقی بیشتری داشته اند.

فرضیه ۳: بر اساس ادراک و گزارش مدیران ارشد، ساختارهای پیوندی درون سازمانی رابطه مثبتی با نوآوری ناپیوسته دارند.

نوآوری سازمانی توسط روندهای بکار گرفته شده توسط مدیریت ارشد یا تسهیل شده و یا محدود می شود. تئوری آشوب مطرح می نماید که نوآوری نمی تواند برنامه ریزی شود بلکه باید تکمیل شود، این نیازمند آزمایش باز بودن و بهبود است {۴۰}.

بطور ایده آل مدیران اطلاعات لازم برای داشتن دیدگاهی در مورد آینده جمع آوری کرده، در حالیکه همزمان توانایی دیدن فرصت های غیر منتظره ای را در حال دارد و اینکه سریع حرکت کرده و استراتژی ها را در جهت پاسخ به بازار پیش بینی نشده و تغییرات قانونی، تکنولوژیکی و رقابتی عوض نماید.

بنگاه ها با پروژه های چندگانه درجات مختلفی از همکاری را نیاز دارند.

فرضیه ۴ الف: براساس ادراک و گزارشات مدیران ارشد آزمایش رابطه مثبتی با نوآوری ناپیوسته دارد.

فرضیه ۴ ب: براساس ادراک و گزارشات مدیران ارشد ابتکار رابطه مثبتی با نوآوری ناپیوسته دارد.

فرضیه ۴ ج: براساس ادراک و گزارشات مدیران ارشد گذار از میان پروژه ها رابطه مثبتی با نوآوری ناپیوسته

دارد.

ارتباط ویژگی های مدیریتی با نوآوری ناپیوسته

ممکن است موفقیت بنگاهی به همان اندازه که به ویژگی های محیطی و سازمانی بستگی دارد به ویژگی

های مدیریتی وابسته باشد.

سن مدیر با استراتژی های ریسک پذیری برای نوآوری در ارتباط است. مدیران جوانتر بطور معمول تعهد

کمتری به موقعیت کنونی داشته و دیدگاه های منطبق با موقعیت هایی با ریسک بیشتر را می پذیرند.

مدیران در میزان توسعه و ارتقای انواع مختلف نوآوری متفاوت هستند. تحقیقات نشان داده که مدت زیادی

بر جایگاه مدیریت بودن منجر به تثبیت عملکرد می شود {۱۸} در حالیکه مدت کوتاه وسیله ایست که توسط آن

سازمان بر سکون خود غلبه کرده و تغییرات استراتژیکی را انجام می دهد.

فرضیه ۵ الف: براساس ادراک و گزارشات مدیران ارشد سن مدیر ارشد رابطه منفی با نوآوری ناپیوسته دارد.

فرضیه ۵ ب: براساس ادراک و گزارشات مدیران ارشد مدت زمانی که مدیر در جایگاه مدیریت قرار گرفته،

رابطه منفی با نوآوری ناپیوسته دارد.

روش تحقیق مورد استفاده از نمونه هایی در سه صنعت فضایی، الکترونیک و مخابرات از طریق ایمیل و یا پست پرسشنامه برای آنها است.

تشخیص فرصت

آرچیویلی و همکاران^۶ (۲۰۰۳) اثبات کرده اند که تشخیص فرصت برای کسب و کارهای جدید یکی از توانایی مهم کارآفرینان موفق است.

شین و ونکاتارامان (۲۰۰۰) مطرح می نمایند که سؤال اساسی تحقیقات کارآفرینی این است که "چرا، چه موقع و چطور برخی افراد و دیگران فرصت ها را کشف کرده و از آن بهره برداری می کنند.

اخیراً تحقیقات کمی روی این موضوع است که چطور و چرا تشخیص فرصت یک جزء صحیح آموزش کارآفرینی است (Fiet, 2002).

فیت (۲۰۰۰) مطرح می نماید که مربیان کارآفرینی اگر انتظار دارند که دانش آموزان مهارت های شناختی لازم را برای تصمیم های کارآفرینانه بگیرند، باید محتوای نظری را در رشته هایشان لحاظ کنند.

منابع بنگاه که متفاوت از رقبا است به طور بالقوه ارزشمندتر است (Alvarez & Busenitz, 2001)؛ بنابراین توانایی فرد در تشخیص فرصت هم در داخل بنگاه و هم خارج از آن توسعه منبع است.

اگر تشخیص فرصت توانایی منحصر به فردی است که باید در محتوای آموزش کارآفرینی گنجانده شود، سؤال اینجاست که "چطور" یا روش های آموزشی که موجب افزایش توانایی تشخیص فرصت می شود، چیست؟

^۶ Ardchivili et al.

برخی تحقیقات مطرح می نمایند که کشف های کارآفرینانه نتیجه تحقیقات سیستماتیک است (Herron & Sapienza, 1992).

برخی از کشف فرصت ها بطور تصادفی رخ می دهد و اغلب کارآفرینان فرایندهای منطقی را دنبال نمی کنند (Shaver & Scott, 1991) یا منطق شهودی (Busenitz & Barney, 1997) بجای منطق مری محور استفاده می کنند.

در این مقاله ایشان پیشنهاد می کنند که کارآفرینان مشتاق باید بطور خلاقانه ای محیط خارجی را تفسیر کند بطوریکه هر فردی می تواند فرصت هایی را تعیین کند که به راهروی دانشی خودش مربوط است. این نوع "آموزش" باعث می شود تا فرد یادگیری مشارکتی داشته باشد که در طول زندگی رخ می دهد.

دی تنه و همکاران (۲۰۰۵) تاثیر آموزش مهارتهای خاص را روی تعداد و درجه نوآوری فرصت های شناسایی شده، آزمایش می کنند.

سابقه متون درباره تشخیص فرصت نشان داده اند که چهار راه تشخیص فرصت وجود دارد: جستجوی فعال، جستجوی انفعالی، کشف تصادفی و خلق فرصت. جستجوی فرصت، جستجوی انفعالی و جستجوی اتفاقی دیدگاه تکنولوژیکی را پذیرفته که فرصت "در بیرون" است. دیدگاه خلق با دیدگاه هستی شناسی که فرصت محصول ذهن فرد است، بستگی دارد.

جستجوی فعال

این دیدگاه با دیدگاه نئوکلاسیک مطابقت دارد و بازار را بعنوان عملگری در حالت تعادل می بیند. کارآفرینان نمایندگان اقتصادی هستند که انتقال موقت را ورای حالت تعادل دیده و گام هایی برای بر هم زدن تعادل انجام می دهد.

در مدل جستجوی فعال اجاره کارآفرینانه برای افراد و سازمان ها با مهارت های جستجوی ماورایی فراهم شده است. بیشتر مدل ها در تحقیقات کارآفرینی با این دیدگاه مطابقت دارد که در آن هدف گذاری، اسکن محیط، تحلیل رقابتی و برنامه استراتژیک نقش مهمی در آن بازی می کند (Baum, Locke & Smith, 2001; McDougall, Covin, Robinson, & Herron, 1994; Dess, Lumpkin, & Covin, 1997)

جستجوی انفعالی و جستجوی تصادفی

جستجوی انفعالی (Ardchivili et al., 2003) و جستجوی تصادفی (Krizner, 1997) هر دو را بر این فرض دارند که فرصت های هدفمند در محیط وجود دارد، هرچند که هیچ کدام فرض نمی کنند که فرصت می تواند قبل از کشف کاملاً تعریف کند. هر دو رویکرد فرض را بر این دارند که سودهای کارآفرینانه زمانی رخ می دهد که بازارها در حالت عدم تعادل هستند (Krizner, 1997). در چنین شرایطی افراد و سازمان ها از جستجوی فعال استفاده نمی کنند چون فرصت بطور واضح نمی تواند تعریف شود در عوض هوشیارانه توجه می کنند تا فرصت های نامعلوم را دریابند. تفاوت اصلی بین این دو دیدگاه این است که جستجوی انفعالی نیازمند افرادی است که نسبت به محیط هوشیار باشند در حالیکه در جستجوی تصادفی مطرح می نماید که هوشیاری ذاتی باعث می شود تا کشف فرصت صورت گیرد. هر دو دیدگاه نیاز به بارقه ای از خلاقیت دارند که پیوندی بین شیء بیرونی و احتمالات آینده صورت گیرد.

خلق فرصت

شکل^۷ (۱۹۶۱) مطرح می نماید که از طریق تصویرسازی، فرد می تواند فرصت هایی را از هیچ خلق نماید. بنابراین فرصت ها تنها در درون ذهن انسان هاست. در حالیکه دیدگاه نئوکلاسیک محیط را منبع فرصت می داند. شومپتر معتقد است که فرصت ها بعنوان منابع جدید در نتیجه ترکیب محصولات، خدمات یا فرایندها بدست می آید.

خلق و تشخیص فرصت

طرفداران دیدگاه انفعالی خلاقیت را برای تشخیص فرصت که ویژگی است که یاد گرفته شده یا می توان یاد گرفت. آنها نقش مهمی را برای خلاقیت در فرایند تشخیص فرصت می دانند و روی هماهنگی موارد بیرونی با دانش و توانایی خاص فرد تمرکز دارد.

تعریف خلاقیت: اتصال و ترتیب دوباره دانش برای تولید ایده های جدید و اغلب شگفت آور است که دیگران آنها را مفید می دانند.

طبق نظر هنری^۸ (۱۹۹۱) پنج مکتب فکری در مورد مبدأ خلاقیت و منابع ایده های جدید است: (۱) توفیق (۲) تصادفی (۳) شخصیتی (۴) تجمع و (۵) شناخت.

توفیق: بنظر می رسد که ایده ها از ناکجا آباد می آید (Proctor, 1995). در دیدگاه تصادفی ایده ها بطور شانس پدید می آید. تئوری شخصیتی بطور کلی مطرح می نماید که توانایی کشف ایده یک پدیده وراثتی است، بعضی ها آن را دارند و برخی ندارد. دیدگاه تجمعی: بکارگیری روندها از یک ناحیه دانشی به دیگر ناحیه تجمعی نوظهور ایجاد می شود که پایه ایده های خلاقانه می شود (Proctor, 1995).

تحقیقات در مورد فرایندهای شناختی منجر به دو نتیجه می شود: (۱) فرایندهای تفکر نرمال مناسب تفکر خلاقانه نیست (۲) علی رغم بهینه سازی جنبی، ما بطور هدفمندی فعالیت های ذهنی را که منجر به تفکرات خلاقانه می شود، در نظر می گیریم (Plesk, 1997).

کارشناسان در این زمینه مطرح می نمایند که ما می توانیم بیاموزیم که چطور می توانیم از طریف آموزش های خاص خلاق باشیم (Amsible, 1988; Isaksen, 1988; Torrance, 1980).

اپسشین^۹ (۱۹۹۶) چهار مهارت را برای ارتقای خلاقیت بر می شمرد: (۱) تامین توانایی توجه کردن و نگهداری ایده های جدید (۲) توسعه دریافت مهارت های جدید و دانش و در نتیجه افزایش تعداد خزانه برای تکمیل (۳) آشکارسازی: باز بودن یک نفر در مورد محرک های کنترلی چندگانه (۴) چالش روبرویی یک نفر با چالش های جدید از طریق شکست.

آموزش SEEC

اجزای مدل SEEC (تامین، توسعه، آشکارسازی، چالش) و ارتباط آنها با تشخیص فرصت با فرضیات زیر

همراه است.

تامین

یک مهارت معمول کارآفرینان موفق توانایی نگهداری ایده در طول زمان و نه رسیدگی به آنها در حال حاضر بوده اما نباید آنها را فراموش کرد (Mc Grath & Mc Millan, 2000) آنها راه ساده ای را برای نگهداری ایده های خوب پیشنهاد می کنند و آن ثبت فرصت است. و این کار موجب ارتقای توانایی شخص برای نگهداری از ایده ها می شود.

Components of the SEEC Model

Skills/Exercises	Description	Resources/Researchers
Securing Opportunity Register	Recording into journals ideas that occur throughout the day.	Epstein, 1996; McGrath & MacMillan, 2000; Proctor, 1995; Wallas, 1926
Expanding Idea Generation Exercise	Individuals are given an opportunity to list several recent problems they have encountered in daily life. They are then asked to individually design a web of possible solutions. These solutions are then shared with the class.	Amabile, 1988
Knowledge Sharing	Students are asked to share "their best idea so far" in their idea notebooks.	Epstein, 2000
Team Organization	Teams are organized using a "job fair" approach where individuals are required to interview prospective "employees" and employees have an opportunity to seek out top ideas.	
Idea Presentation	Students are asked to share their best idea in a one minute "elevator talk." They are to assume that they have gotten into an elevator with a venture capitalist on the 1st floor and have until the 15th floor to garner interest in their idea.	
Exposing Brainstorming	A group exercise designed to find a solution for a specific problem by generating as many ideas as possible—the wilder the ideas the better.	Osborn, 1957; Proctor, 1995
Brainwriting	Brainwriting is a group exercise similar to brainstorming with one difference—individuals brainstorm solutions on a piece of paper which are then passed to other group members who are able to build upon previous ideas. This allows individuals who would be intimidated to participate.	Woods, 1979
Creative Product Development	A group exercise wherein students are asked to observe everyday items such as table salt, masking tape, or an empty juice bottle and develop as many uses for the product that they can within an established time period (approx 10 min.).	Group Creativity—Bundy, 2002; Isaksen, 1988
Creativity Readings	"Why didn't I think of that? Bizarre origins of ingenious inventions we couldn't live without" "The Big Book of Creativity Games" "A Whack on the Side of the Head" "Cracking creativity: The Secrets of Creative Geniuses"	Freeman & Golden, 1997; Epstein, 2000; Von Oech, 1983; Michalko, 2001
Challenging Elevator Talk Presentations Judged by Peers	Elevator talks described above are judged by peers, allowing some to be selected and others to fail.	
Relevant Information Competitive Searches	A group "scavenger hunt" for information, which is a competitive search with some groups receiving prizes for completeness and timeliness.	

توسعه

اشخاص نیازمند مهارت های جدید بوده تا امکانات شخصی خود را افزایش دهند. در آموزش کارآفرینی

تمرین های آزمایشی انجام می شود (Kourilsky, 1995) در این کار به کارآفرینان آتی اجازه داده می شود تا

ابعا مختلف کارآفرینی را تجربه کنند. مانند تمرین تولید ایده، ارائه ایده، تسهیم دانش، تیم سازی و ...

آشکارسازی

روبرو شدن با موقعیت های مختلف و متغیر. اشخاص در مورد اینکه بعداً چه اتفاقی می افتد مرددند. در اینجا باید ساختارهای کافی وجود داشته تا افراد بتوانند عمل کنند و آشوب لازم تا افراد خلاق شوند.

در اینجا تمرین ها از افراد می خواهد تا با موقعیت های مختلف و متغیر روبرو شوند و شامل طوفان ذهنی، تمرین توسعه محصول خلاقانه و خوانش هایی است که افراد را در موقعیت های مختلف قرار می دهد.

چالش

وقتی که فردی چالش جدیدی را از شکستی می سازد. کارآفرینان موفق از شکست های قبلی بخوبی استفاده می کنند و از قوه شهود که در طول زمان گسترش داده اند برای حل مشکلات استفاده می کنند. شکست در کلاس هزینه کمتری داشته و به دردناکی داخل بازار نیست و این تمرین ها پایه خلاقیت هستند.

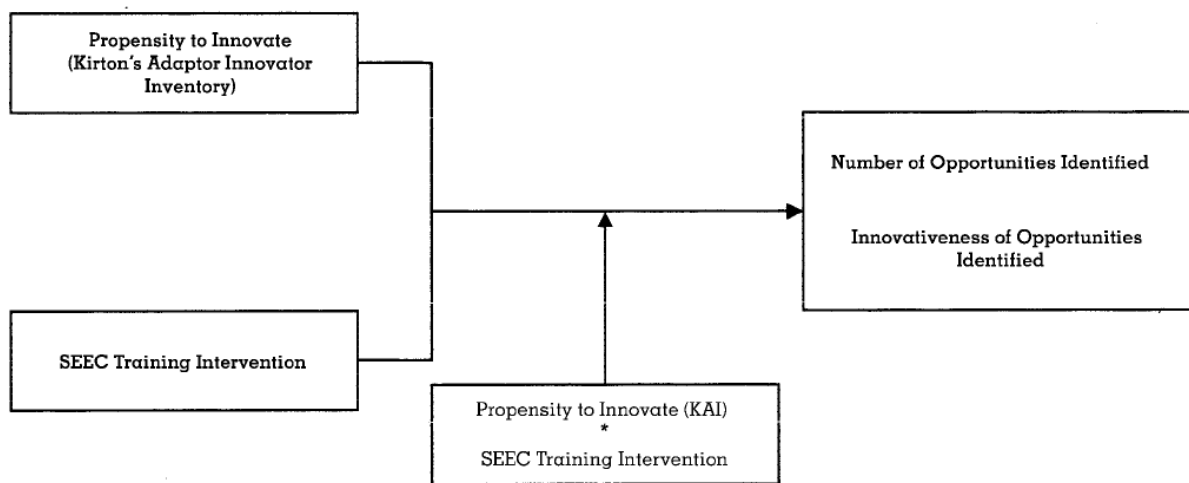
فیت (۲۰۰۲) مطرح می نماید که نه تنها تعداد نوآوری بلکه درجه نوآوری نیز اهمیت دارد و او طی تحقیقی که انجام داد دریافت که گروه جستجو از طریق جستجوی سیستماتیک فرصت هایی را دریافتند که بیشتر منجر به خلق ثروت می شود درحالیکه گروه هوشیار تعداد بیشتری فرصت یافته اند.

دراکر مطرح می کند که نوآوری بعنوان یک مزیت رقابتی است. در دیدگاه پورتر نوآوری در محصول/ خدمت در تمایز قیمتی یا کیفیت یا عوامل دیگر است.

بطور خلاصه تئوری عقلایی در آموزش SEEC با جستجوی انفعالی مطابقت دارد. در مدل ارائه شده در این

مقاله دی تنه و همکاران (۲۰۰۵) از شخصیتی و یادگیری برای تعداد ایده های کسب و کار و نوآوری دانش آموزان

استفاده کرده ایم.



فرضیه ۱: در کلاس کارآفرینی تمایل قبلی یک پیش بین مثبت (۱) تعداد ایده های کسب و کار بالقوه (۲) درجه نوآوری در ایده های کسب و کار بالقوه است.

فرضیه ۲: در کلاسی که دانش آموزان با مدل SEEC آموزش داده می شوند (۱) ایده های بیشتری داشته و (۲) درجه نوآوری ایده ها بالاتر است

فرضیه ۳: در کلاس کارآفرینی تاثیر تعاملات بین تمایل قبلی اشخاص برای نوآوری و SEEC یک پیش بین مثبت است برای (۱) ایده های بیشتر (۲) درجه بالاتر نوآوری ایده ها

در اینجا از دو گروه آزمایش و کنترل استفاده شده که گروه آزمایش طی سه سال گذشته تعداد بیشتری کسب و کار داشته اند، این را می توان چنین تفسیر کرد که تجربه روی تعداد فرصت های تشخیص داده شده تاثیرگذار است.

دیدگاه سینگه (۲۰۰۱) را پذیرفته ایم که " فرصت های کارآفرینانه کسب و کار مخاطره ای بالقوه، امکان پذیر است که کالا یا خدمت جدیدی را به بازار ارائه می دهد، یا کالا/ خدمت موجود را بهبود می بخشد یا کالا/ خدمت جدیدی را در بازاری که اشباع نشده ارائه می دهند."

تشخیص به معنای فرصت های بالقوه موجود در محیط و فرصت های خلق شده توسط کارآفرین است.

تشخیص فرصت، سرمایه انسانی و تفاوت جنسیتی

تحقیقات مختلفی درباره تاثیر سرمایه انسانی روی تشخیص فرصت صورت گرفته است (Davidsson & Honig, 2003; Ucbasaran et al., 2003).

تئوری سرمایه انسانی (Becker, 1975) سرمایه انسانی را به دو دسته تقسیم می کند: ویژگی های عمومی و خصوصیات صنعت و بنگاه (Becker, 1975; Buchholtz, Ribbens, & Houle, 2003). سرمایه انسانی عمومی به دانش و مهارت هایی باز می گردد که در بیش از یک شغل یا بنگاه به کار آید (Becker, 1975) مانند دانش رسمی، سن، تجربه کار قبلی. تحقیقات نشان داده که این عوامل روی تشخیص فرصت تاثیرگذارند (Davidsson & Honig, 2003; Shane, 2000; Shepherd & DeTienne, 2004).

برخلاف سرمایه انسانی عمومی، سرمایه انسانی اختصاصی به دانش و مهارت‌ها باز می‌گردد که تنها در یک شغل یا داشتن تنها کارایی دارد. شین (۲۰۰۰) سه نوع سرمایه انسانی خاص را مطرح می‌نماید: دانش پیشین بازار، دانش پیشین ارائه خدمات به بازار و دانش پیشین از مشکلات مشتری. و اینها نشان می‌دهند که روی تشخیص فرصت تاثیر گذارند. اما هیچ‌گونه سابقه تحقیقی در مورد تشخیص فرصت و تفاوت جنسیتی وجود ندارد.

تحقیقات مختلف نشان داده که بین موسسان کسب و کارها مردان تجربه صنعت بیشتری دارند (Carter & Williams, 2003; Changanti & Parasuraman, 1996; Cromie & Birley, 1991; Kalleberg & Leicht, 1991). علاوه بر این، مطالعات گوناگون نشان داده که در شروع مردان تجربه سازمانی و مدیریتی بیشتری نسبت به زنان دارند (Boden & Nucci, 2000; Srinivasan et al., 1994).

منزیس، دیکون و گاسه (۲۰۰۴) گزارش دادند که اگرچه میزان تحصیلات بین زنان و مردان تفاوتی ندارد اما در حوزه مطالعاتی متفاوت است.

چهارچوب نظری تئوری فمینیسم اجتماعی مطرح می‌نماید که بین تجربه مردان و زنان از اولین لحظات زندگی متفاوت است که منجر به روش‌های متفاوت دیدن دنیا می‌شود (Fischer et al., 1993). در این راستا ما مطرح می‌نماییم که این سرمایه‌های خاص انسانی روی تشخیص فرصت تاثیرگذار است.

فرضیه ۱: مردان و زنان دارای سرمایه انسانی عمومی و خاص متفاوت هستند.

فرضیه ۲: مردان و زنان از انواع مختلف سرمایه انسانی برای تشخیص فرصت استفاده می‌کنند.

جنسیت و فرایند تشخیص فرصت

طبق تئوری فمینیسم اجتماعی تجربه مردان و زنان در توسعه دانش در یک جامعه مهم است هرچند که دانش را از طریق فرایندهای مختلف توسعه دهند. تحقیقات اثبات کرده که مردان و زنان فرایندهای آغاز متفاوتی را دنبال می کنند. بعنوان مثال زنان کمتر از مردان مرشد داشته و بیشتر با شبکه های بزرگتری از منابع خارجی مشورت می کند. در عوض زنان بیشتر از مردان به توازن میان کار و نقش خانوادگی می پردازند. زنان بیشتر استراتژی را بر اساس کیفیت محصول دنبال می کنند درحالیکه مردان استراتژی را بر اساس وسعت خط کالا و خدمات می پردازند.

چاندلر، لیون، و دی تنه (۲۰۰۵) چهار فرایند تشخیص فرصت را تعیین نموده اند: (۱) یادگیری/جایگزینی (۲) یادگیری/نوآوری (۳) یادگیری/جذب (۴) یادگیری آموزش و نشان می دهند که تفاوت در سرمایه انسانی با انتخاب و کاربرد فرایندهای تشخیص فرصت مختلف در ارتباط است.

فرضیه ۳: مردان و زنان فرایندهای تشخیص فرصت متفاوتی را به کار می گیرند.

جنسیت و خلاقیت در فرصت ها

سرمایه انسانی شامل انعطاف پذیری و خلاقیت افراد، توانایی آنها برای یادگیری و توسعه مهارت در طول زمان و پاسخگویی تحریک آمیز در زمینه های مختلف (Davenport, 1999).

خلاقیت با شکل گیری بنگاه جدید رابطه مثبتی دارد و آموزش خلاقیت می تواند هم تعداد ایده های تولید شده و هم میزان نوآوری ایده ها بهبود بخشد. دلایلی وجود دارد که زنان کمتر از مردان در بنگاه ها با نوآوری بسیار بالا مشارکت دارند.

فرضیه ۴: فرصت های تعیین شده توسط زنان از نوآوری کمتری نسبت به مردان برخوردار است.

روش تحقیق از طریق آزمایش هدایت شده روی ۹۵ دانشجوی لیسانس و ۱۸۹ کارآفرین است و با استفاده از رگرسیون خطی تحلیل شده است.

تشخیص فرصت ها یکی از مهم ترین توانایی های کارآفرینان موفق است (Archivili, Cardozo & Ray, 2003) و در نتیجه عنصر مهمی در مطالعات تحقیقی کارآفرینی است. گاکلیو و کاتز (۲۰۰۱) مطرح می نمایند که "درک فرایند تشخیص فرصت یکی از سؤال های اصلی در زمینه کارآفرینی است."

محققان پیشنهاد کرده اند که تشخیص فرصت به عوامل دیگری همچون هوشیاری کارآفرینانه (Krizner, 1973)، دانش پیشین (Shane, 2000)، شبکه های اجتماعی (Singh, Hills, Hybels & Lumpkin, 1999)، شناخت کارآفرینانه (Baron, 1988) و پاداش مالی بالقوه (Schumpeter, 1976) وابسته است. هر چند که، هر کدام از این نواحی مور مطالعه مشارکتی در درک ما از تشخیص فرصت دارند دانش پیشین و پاداش مالی بالقوه نقطه اصلی تحقیقات اخیر بوده است.

در این مطالعه ما به جستجوی روابط درونی بین دانش پیشین و پاداش مالی برای بدست آوردن درک عمیق تری از تشخیص فرصت هستیم.

موضوع مهم بعدی در مطالعه تشخیص فرصت این است که چطور فرصت ها اندازه گیری شده و از لحاظ تجربی آزمایش می شود. تحقیقات تجربی پیشین در مورد تشخیص فرصت روی تعیین تنوع و تعداد فرصت ها شناخته شده متمرکز بوده است (Hills & Shrader, 1998). هیلز و شرادر (۱۹۹۸) شناسایی فرصت را بعنوان

فرصت های جدید، فرصت های کسب و کار زیاد یا بخش های جدید در کسب و کار موجود که در طی ۵ سال اخیر دنبال شده است، تعیین می کنند.

درحالیکه تعداد فرصت های شناسایی شده خروجی بسیار بالایی از فرایند تشخیص فرصت است، این شاخص کافی ارزشی یک فرصت نیست. اندازه گیری نوآوری نیز باید موقع اندازه گیری ارزش فرصت برابر شود (Fiet, 2002; Shane, 2000). در این مقاله ما در جستجوی ارتباط بین سطح دانش پیشین و پاداش مالی بالقوه در تشخیص فرصت برحسب تعداد فرصت های شناسایی شده و نوآوری آن فرصت ها هستیم. برای جستجوی این ارتباط ما مطالعه آزمایشی انجام دادیم که آیا دانش پیشین مستقیماً با تشخیص ارتباط دارد، آیا پاداش مالی بالقوه مستقیماً با تشخیص ارتباط دارد، و آیا دانش پیشین ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و تشخیص فرصت را متعادل می کند.

دانش پیشین و تشخیص فرصت

دانش پیشین یعنی اطلاعات خاص فرد در مورد موضوعی خاص بطوریکه او توانایی تشخیص فرصت هایی خاص را داشته باشد (Venkataraman, 1997; Shane 2000). پاداش مالی بالقوه امکان داده مالی است که افراد را به تشخیص فرصت تحریک می کند (venkataraman, 1997). دانش پیشین که به دانش خاص فرد درباره یک موضوع خاص باز می گردد که نتیجه تجربه کاری (Evans & Leighton, 1989; Cooper,) (Gimeno & woo, 1994)، تحصیلات (woo, 1997) و دیگر وسایل (Shane, 2000).

تحقیقات پیشین در شناخت پیشنهاد می کند که دانش افزایش یافته در زمینه ای خاص به افراد اجازه می دهد تا مزایای خاصی را بدست آوردند. همچنین افراد با دانش بیشتر، اکثراً خلاقانه می اندیشند به این معنا که آنها

تصمیم هایشان را بصورت خودکار می گیرند تا اینکه یک فرایند سیستماتیک و گام به گام را در پیش بگیرند (Logan, 1990). و باید توجه داشت که این فرایند اتوماتیک اغلب سریع تر است. از لحاظ تجربی بوسنیتز و بارنی (۱۹۹۷) دریافتند که کارآفرینان برای سرعت بخشی به فرایند تصمیم گیری بیشتر به حس ششم خود اعتماد می کنند تا مدیران. بدون چنین مکانیزمی، اغلب پنجره فرصت قبل از تشخیص فرصت بسته می شود.

بنابراین بنظر می رسد که دانش پیشین می تواند منجر به ارتقای توانایی در تولید تعداد ایده بیشتر و سطح

نوآوری می شود:

فرضیه ۱: سطوح بالاتر دانش پیشین با تشخیص تعداد فرصت بیشتر و همچنین فرصت هایی با نوآوری بیشتر

همراه است.

انگیزش و تشخیص فرصت

محققان خلاقیت (Amabile, 1993) و نیز محققان کارآفرینی مطرح می نمایند که محرک های غیرمالی/ذاتی برای شمولیت در کارآفرینی وجود دارد. علی رغم این تحقیق بیشتر ادبیات در علوم اقتصادی و کارآفرینی بر پاداش مالی بعنوان محرک اصلی برای شمولیت در کارآفرینی تکیه دارند (Baumol, 1990; Kuartko, Hornsby & Nafziger, 1997). در این رابطه شومپتر (۱۹۹۱) پیشنهاد می کند که پاداش مالی مهمترین انگیزه کارآفرینان است.

انگیزه می تواند از طریق اصل پاداش مالی بالقوه افزایش یابد. محققان نشان داده اند که رابطه مثبتی بین پاداش مالی و تعداد خروجی و بین پاداش مالی و نوآوری در خروجی ها وجود دارد. بعنوان مثال ابی و دیکسون^{۱۰} (۱۹۸۳) دریافتند که سطح پاداش و انگیزش رابطه مثبتی با تعداد نوآوری ها دارد.

فرضیه ۲: سطوح بالاتر پاداش مالی با تعداد بیشتری فرصت شناسایی شده و فرصت های نوآورانه تر همراه است.

از طرفی دیگر امابل (۱۹۹۷) مطرح می نماید که "خبرگی بنیان تمام کارهای خلاقانه است." و فیت (۲۰۰۲) دریافت افرادی که با استفاده از مجموعه ملاحظات فرصتی را در می یابند ایده هایی را شناسایی می کنند که بیشتر منجر به خلق ثروت می شود. بنابراین پیشنهاد ما این است که ارتباط بین پاداش مالی، دانش پیشین و تشخیص فرصت پیچیده تر از یک رابطه مستقیم است.

پاداش مالی بالقوه، دانش پیشین و تشخیص فرصت

اگرچه بین ارتباط بین میان پاداش مالی، دانش پیشین و تشخیص فرصت فاصله است اما برخی محققان پیشنهاد کرده اند که دانش پیشین بر ارتباط میان پاداش مالی بالقوه و عملکرد یک وظیفه تاثیرگذار است. بعنوان مثال، سیکزمتیهالی^{۱۱} (۱۹۷۵) در کارش در مورد افراد با تخصص بالا دریافت افراد با دانش پیشین بالاتر منجر به حداقل حفاظت موقت علیه تقاضاهای رقابتی برای توجه می شوند.

افراد با داشتن دانش پیشین بالاتر در سطحی از انگیزش قرار می گیرند که با پاداش های مالی تحریک نمی شوند و احتمالاً دانش انگیزه هایی را ایجاد می کند.

^{۱۰} Abby and Dickson

^{۱۱} Csikszentmihayli

با استفاده از ادبیات انگیزش ما مطرح می کنیم که پاداش مالی بالقوه افراد را برای تشخیص بیشتر فرصت ها و فرصت هایی با نوآوری بیشتر تحریک می کند. هرچند که، بنظر می رسد دانش نیز یک محرک بوده و رابطه مثبتی با پاداش مالی هم خروجی های تشخیص فرصت دارد. بنابراین، دانش پیشین به افراد توانایی افزون تری می دهد ارتباطات مهم بین مفاهیم را سریع تر ببینند (Busenitz & Barney, 1997; Logan, 1990)، که منجر به افزایش توانایی وی در تشخیص فرصت های بیشتر و دانش پیشین توانایی خلاقیت بیشتر برای فرصت های نوآورانه تر می شود (Cohen & Levinthal, 1990; Johnson, Jamal & Barryman, 1991).

فرضیه ۳ الف: دانش پیشین ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و تشخیص فرصت را متعادل می کند. هرچه دانش پیشین کمتر باشد تاثیر پاداش مالی بالقوه روی تعداد فرصت های شناسایی شده بیشتر است و دانش پیشین بالاتر تاثیر پاداش مالی بالقوه را روی تعداد فرصت های شناسایی شده کمتر می کند.

فرضیه ۳ ب: دانش پیشین ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و تشخیص فرصت را متعادل می کند. دانش پیشین کمتر تاثیر بیشتری بر ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و نوآوری فرصت ها دارد و دانش پیشین بالاتر رابطه مثبت کمتری روی پاداش مالی بالقوه و نوآوری فرصت های شناسایی شده دارد.

خروج کارآفرینانه

خروج کارآفرینانه: "فرایندی که طی آن بنیانگذاران شرکت های خصوصی که آن را تاسیس کرده اند، آنجا را با رفتن خود از ساختار تصمیم گیری بنگاه ترک می گویند (DeTienne, 2010).

سوال اساسی این است که چرا، چه موقع، و چطور کارآفرینان تصمیم به خروج می گیرند. از دیدگاه کارآفرین موضوع برداشت، به معنای پول بیشتر است که شامل ابعاد شخصی و غیرمادی برداشت می شود (Petty, 1997).

تمامی کارآفرینان خارج می شوند ممکن است کارآفرینانی که مجبورند ورشکسته شوند، بطور موفقیت آمیزی از طریق فروش بنگاه یا IPO از آنجا خارج شوند، آنها ممکن است که بنگاه را به یکی از اعضای خانواده انتقال دهند یا کار دیگری انجام دهند اما به هر حال خارج می شوند (Engel, 1999).

تاثیر شخصی و اقتصادی

امروزه خروج یکی از موضوعات مهم مباحث کارآفرینی است چرا که روی اقتصاد تاثیرگذار است. اول اینکه بازپروری کارآفرینانه بطور مثبتی روی اقتصاد محلی و ملی از طریق خلق بنگاه، اشتغالزایی، تسهیم دانش و مشارکت های خیرخواهانه تاثیر دارد. علاوه براین، به محض خروج کارآفرین از بنگاهش (بخصوص در حالت انتقال خانوادگی)، دارایی بنگاه ضبط شده و در میان اعضای مختلف درگیر در فعالیت کارآفرینانه دوباره توزیع می شود (DeTienne, 2010).

سابقه جانشینی خانوادگی کسب و کار (Butler et al., 2001) اساساً با موضوع انتخاب و ارتقای جانشین همراه است (Sharma et al., 2003).

خروج کارآفرینانه رویدادی چند وجهی

خروج کارآفرینانه یک رویداد چندوجهی است که هم مربوط به خروج شخصی کارآفرین از بنگاه و هم خروج کارآفرینانه بنگاه از بازار است (Wennberg, 2008). بیشتر تحقیقات اولیه (Caves, 1998) علت این موضوع را عملکرد ضعیف می دانستند اما تحقیقات اخیر نشان داده که خروج کارآفرینانه به دلایلی همچون انتخاب های شخصی، خانوادگی، محیطی و دیگر فرصت های شغلی باز می گردد (Mayer & Goldstein, 1961; Ronstadt, 1986; Westhead & Wright, 1998).

استراتژی های خروج کارآفرینانه

خروج کارآفرینانه یک تصمیم استراتژیک است که توسط بنیانگذاران اصلی بنگاه های خصوصی گرفته می شود و بدین وسیله خود را از مالکیت اصلی و ساختار تصمیم گیری بنگاه خارج می سازند (DeTienne, 2005).

مهمترین سؤال این است که خروج کارآفرینانه - چرا، چه موقع و چطور کارآفرینان تصمیم به خروج می گیرند، که برای پاسخ به آن باید به بررسی عملکرد بنگاه پرداخت (Sarasvathy, 2004).

تمرکز ما بر استراتژی های مربوط به خروج کارآفرینان از بنگاهشان است. ما از تئوری سرمایه انسانی جهت کشف تاثیر سرمایه انسانی روی خروج و نوع استراتژی خروج استفاده می کنیم.

کارآفرینان ممکن است مجبور به ورشکستگی یا تصفیه حساب شرکت شوند، آنها ممکن است که فروش بنگاه را با موفقیت طی کنند یا آن را سهامی عام کنند (IPO)^{۱۲}، شاید هم بخواهند که بنگاه را به یکی از اعضای خانواده انتقال دهند، یا (Engel, 1999) may die in the saddle. اما هر نوع خروج که باشد یک چیز حتمی

است، تمامی کارآفرینان در نهایت خارج می شوند و خروج اتفاق مهمی است که نه تنها برای کارآفرینان رخ می دهد بلکه برای بنگاه و در نهایت صنعت رخ می دهد.

علی رغم این حقیقت که خروج کارآفرینانه موضوع مهمی است، تحقیقات ابتدایی (Dahl, 2005) پیشنهاد می کنند که کمتر از ۵۰ درصد کارآفرینان استراتژی خروج خود را قبل از تصمیم برای خروج تصور می کنند.

تحقیقات آکادمیک بسیار کمی در مورد خروج کارآفرینانه وجود دارد، همه آنچه که ما در مورد خروج کارآفرینانه می دانیم توسط مشاوران تکمیل شده (مانند Hawkey, 2002; Minor, 2003) که بطور پیچیده ای شامل خروج کارآفرینانه و هوشیاری درباره چالش های پیش روی کارآفرینان است.

جداری تحقیقاتی که توسط مشاوران صورت گرفته دو جریان تحقیقی وجود دارد که تا حدودی مربوط به خروج کارآفرینانه است. اولی سابقه تحقیقات در مورد جانشینی خانوادگی است که بیشتر در مورد انتخاب و توسعه یک جانشین است تا تمرکز در مورد استراتژی های خروج (مانند Sharma, Chrisman & Chua, 2003).

دومی در مورد سابقه ای است که مربوط خروج کارآفرینانه است بخصوص مسائل مالی کارآفرینانه که اساساً در سابقه سرمایه خطرپذیر است.

تحقیق در مورد سرمایه مخاطره پذیر اساساً در سطح تحلیل بنگاه با بنیانگذارانش بوده، که ظرفیت تصمیم گیری ضروری و توانایی تصمیم گیری استراتژیک را به اتمام رسانده اند.

سرمایه انسانی کارآفرینانه با استراتژی های کارآفرینانه پیوند دارد (Honig, 2001)، فرایندهای تشخیص فرصت (Davidsson & Honig, 2003)، ساختار سرمایه مالی (Bates, 1990)، و عملکرد (Honig, 1997; Lerner, Brush and Hisricj, 1998). دیگر محققان پیوندهایی را بین سرمایه انسانی و خروج کشف کرده اند (Bates, 1990; Gimeno et al., 1997; Preisdorfer & Voss, 1990).

تحقیق در رابطه با ارتباطات بین انواع خاص سرمایه انسانی و خروجی های کارآفرینانه صورت گرفته است. بعنوان مثال بیت (۱۹۹۰) گزارش می دهد که کارآفرینان با تحصیلات بالا نرخ بقای بالاتری دارند. علاوه بر این، جیمنو و همکاران (۱۹۹۷) مطرح می نمایند که ویژگی های سرمایه انسانی مالک بنگاه جدید آستانه عملکرد را تعیین می کند - سطح عملکرد که در آن اجزای اصلی به حل مسائل سازمان می پردازند.

فرضیه ۱: سطوح مختلف سرمایه انسانی عمومی (سطح تحصیلات، تجربه کارآفرینانه و ...) و خاص (تجربه صنعت، حوزه مورد مطالعه) روی استراتژی خروج تاثیرگذار هستند.

فرضیه ۲: سطوح مختلف سرمایه انسانی عمومی و خاص منجر به استراتژی های خروج مختلفی (انتقال به اعضای خانواده، فروش به شخص، فروش به بنگاه، خرید کارمند، IPO، یا تصفیه حساب شرکتی) می شود.

روش این مقاله برای دست یابی به نتیجه از طریق مصاحبه های ساختار یافته که با مدیران شرکت های تجهیزات پزشکی صورت داده که این کار از طریق مقیاس های استاندارد شده انجام شده است.

مسیر خروج

مسیر خروجی که کارآفرین انتخاب می کند از اهمیت برخوردار است زیرا مسیرهای مختلف سطح ریسک های مختلف، پیچیدگی، و میزان درگیری بالقوه متفاوتی دارد. در یکی از اولین مطالعات خروج کارآفرینانه بیرلی و وست هد (۱۹۹۳) بیان می دارند که کارآفرینان به ۵ طریق خارج می شوند: فروش به شریک مستقل، فروش به بنگاهی دیگر، فروش به مدیر یا کارمند، سهام، تصفیه حساب شرکتی. پتی^{۱۳} (۱۹۹۷) علاوه بر استراتژی های فوق استراتژی جانشینی خانوادگی را نیز مطرح می نماید.

استراتژی های تملک و IPO پرریسک و پیچیده اند اما بازگشت مالی بیشتری دارند (Babich & Sobel, 2004).

جانشینی خانوادگی شامل انتقال مالکیت بنگاه به اعضای خانواده معمولاً فرزندان کارآفرین است. خرید توسط کارمند به خرید بیشتر سهام بنگاه به گونه ای است که تمام کارکنان شرکت توانایی مشارکت داشته باشند، است.

استراتژی تصفیه حساب شرکتی ساده بوده و ریسک کمتری دارد و کارآفرین با انتخاب این استراتژی یکبار دارایی هایش را با توجه به هدفی که بنگاه طراحی شده، به تملک در می آورد.

بطور خلاصه سابقه تحقیق مطرح می نماید که:

(۱) خروج کارآفرینانه موضوع مهمی در تحقیقات کارآفرینی است نه تنها به خازر این

موضوع که تمامی کارآفرینان آن را تجربه می کنند بلکه به این خاطر که تعداد راه های خروج بیشتر می شود.

(۲) خروج کارآفرینانه نتیجه فرایند چرخه کارآفرینی و انتقال مالکیت است که نه تنها

کارآفرین بلکه اقتصاد را تحت تاثیر قرار می دهد.

(۳) مطالعه خروج کارآفرینانه ناشی از تحلیل سیستماتیک و ثبات نظری است که محققان در

مدیریت ارائه داده اند

(۴) هرچند که برخی از تحقیقات روی یکی از استراتژی های خروج کارکرده اما

امروزه تحقیقات کمی روی استراتژی های خروج کارآفرینانه ممکن و چندگانه کار شده است.

جیمنو و همکاران (۱۹۹۷) مطرح می نمایند که کارآفرینان آستانه های عملکردی دارند که اگر کار زیر این

سطح باشد آنها بنگاه را می بندند. ایشان خروج کارآفرینانه را تنها در زمان متلاشی شدن بنگاه مطالعه نموده اند.

برخی از کارآفرینان علی رغم اینکه دیگران عملکرد بنگاه را ضعیف می دانند در آن کسب و کار باقی می

مانند در حالیکه دیگران ممکن است علی رغم عملکرد اقتصادی بالا بخاطر آستانه عملکرد از بنگاه بخاطر

درآمدهای روانی، هزینه فرصت و گزینه های دیگر خارج شوند (Gimeno et al., 1997).

تئوری رفتار برنامه ریزی شده و کاربرد آن در زمینه کارآفرینی پیشنهاد می کند که کارآفرینی شامل رفتار

برنامه ریزی شده عمدی اولیه است (Ajzen, 1991; Kruger et al., 2000) و نیات بهترین پیش بینی کننده

رفتار برنامه ریزی شده است (Kruger, 1993).

این تئوری مطرح می نماید که رفتار بشر تحت کنترل بازیگر است و آن را می توان از نیات افراد تشخیص

داد. در کل سه معیار برای نیات رفتاری وجود دارد: (۱) دیدگاه فرد درباره رفتار (تکامل رفتاری) (۲) هنجارهای

اجتماعی ادراک شده (فشارهای اجتماعی) (۳) کنترل رفتاری ادراک شده (سادگی عملیاتی کردن رفتار)

آجزن (۱۹۸۸) مطرح می نماید که هم عوامل درونی (اطلاعات، مهارت ها، و توانایی ها) و هم عوامل بیرونی (عوامل موقعیتی و محیطی) روی عملکرد یک عمل تاثیر گذارند. و نیت منجر به انجام عملی می شود که منبع لازم و فرصت ها را ارائه می دهد.

این نیات در تحقیقات روی شروع کسب و کار مخاطره آمیز و توسعه بنگاه کار شده اما کاری روی نیات برای خروج صورت نگرفته است. در حالیکه نیت کارآفرین برای خروج تاثیر زیادی روی تصمیمات بعدی دارد و مطمئناً اگر کارآفرین استراتژی خروج IPO را انتخاب نماید بیشتر تمرکز وی روی یک مزیت رقابتی قوی و تشکیل تیم مدیریتی قوی است.

تصمیمات و رفتارهای با استراتژی های خروج متفاوت تاثیر مهمی روی برون دادهای بلندمدت بنگاه دارد. با پیگیری کار بو و بوسنیتز (۲۰۰۱) در مورد قصد شروع و رشد بنگاه، ما این فاصله را با ارائه و تست یک مدل از اینکه چگونه عوامل تجربه کارآفرینانه، تجربه صنعت، سطح سواد و سن کارآفرین روی مسیر خروجی خاص که توسط کارآفرین انتخاب شده تاثیر گذار است، نشان می دهیم.

تجربه کارآفرینانه

کارآفرینانی که تجربه شروع قبلی داشته باشند از کسانی که چنین تجربه ای ندارند متفاوتند (Davidsson et al., 2001). چون آنها یادگیری در عمل یا تسلط بر دانش با تمرین دارند.

تجربه کارآفرینانه به کارآفرینان اجازه می دهد تا منابع خاص، مهارت ها و توانایی خاصی داشته باشند (Ucbasaran et al., 2003). همچنین آنها دسترسی بیشتری به منابع مالی بیرونی و میزان بیشتری منابع مالی شخصی دارند. آنها اعتماد به نفس بیشتری نسبت به مدیرانی دارند که قبلاً چنین تجربه ای نداشته اند.

این تحقیق مطرح می نماید که کارآفرینان با تجربه قبلی اهداف بالاتری برای بنگاه هایشان و آستانه عملکرد بالاتری دارند و هزینه فرصت برای آنها بالاتر است. آنها بیشتر تمایل به استفاده از استراتژی تملک یا IPO دارند و در صورتی که امکان نداشته باشد از تصفیه حساب شرکتی استفاده می کنند.

اگر بنگاه آنها در آستانه مورد نظر آنها عمل ننماید، آنها تمایل به خروج داشته تا این دانش و تجربه را در جای دیگری مورد استفاده قرار دهند تا به آن آستانه برسند.

فرضیه ۱: تجربه کارآفرینانه با (۱) IPO (۲) تملک (۳) استراتژی تصفیه حساب شرکتی رابطه مثبتی دارد در حالیکه با (۴) جانشینی خانوادگی و (۵) فروش به کارمند و (۶) استراتژی فروش مستقل رابطه نامعلومی دارد.

سن کارآفرین

همچنان که سن کارآفرین بیشتر می شود آنها تجربه بیشتری اندخته می کنند که این ما را به این سمت هدایت می کند که با افزایش سن توانایی تشخیص استراتژی های مختلف خروج بیشتر می شود.

هرچه سن افراد افزایش می یابد تحمل ریسک آنها کمتر می شود (Hallahan et al., 2003; Morin)

(Lau & Suarez, 1983)، بهره وری پایین تری داشته (Hurada, 2004) و قصد رشد هم کمتر می شود (Lau &

(Busenitz, 2001). با توجه به این موارد همچنان که سن کارآفرین بالاتر می رود وی استراتژی های خروجی را که بر اساس عملکرد بنگاه و رشد آن است دنبال می کند.

کارآفرینان جوانتر در جستجوی رشد عملکرد و استراتژی های خروج با بازدهی بالا هستند مانند تملک و IPO در حالیکه کارآفرینان پیرتر کمتر به دنبال استراتژی با بازدهی بالا هستند.

آستانه عملکرد در کارآفرینان جوان و پیر متفاوت است. درحالیکه کارآفرینان جوان تر اهداف اقتصادی بالاتری برای بنگاه خود در نظر می گیرند آنها بطور بالقوه آستانه عملکرد پایین تری نسبت به کارآفرینان پیرتر دارند. کارآفرینان جوان بطور معمول اشتیاق عملکرد بیشتری برای بنگاه هایشان دارند (Lau & Busenitz, 2001) اما تجربه کمتری دارند.

ما انتظار داریم کارآفرینان جوان تر کمتر از کارآفرینان پیرتر قصد خروج از بنگاهشان را دارند که از استراتژی تصفیه حساب استفاده می کنند بخاطر آستانه عملکرد پایین تر دارند.

همچنین رابطه مثبتی بین سن کارآفرینانه و جانشین خانوادگی است. کارآفرینان جوان تر کمتر به خروج فکر می کنند و حتی هنوز فرزند هم ندارند.

کارآفرینان پیرتر بیشتر از کارآفرینان جوان تر اهداف غیراقتصادی دارند و می خواهند از استراتژی جانشین پروری خانوادگی استفاده می کنند.

فرضیه ۲: سن کارآفرین رابطه منفی با IPO یا استراتژی خروج تملک و رابطه مثبتی با جانشین خانوادگی و تصفیه حساب شرکتی و رابطه نامعلومی با فروش به کارمند و استراتژی خروج فروش مستقل دارد.

سطح تحصیلات بعنوان بخش مهمی از سرمایه انسانی محسوب می شود (Ferrante, 2005). طبق

تحقیقات GEM اشخاص با سطوح بالای تحصیل بیشتر درگیر فعالیت های کارآفرینانه می شوند.

برخی از محققان پیشنهاد می کنند که تاثیر تحصیل بیشتر از تجربه قبلی روی موفقیت کارآفرینانه است

(Robinson, 1994).

سطح تحصیلات معیار اصلی توانایی کارآفرین برای افزایش سرمایه مالی بوده و تاثیر قوی روی رشد بنگاه

دارد (Cooper et al., 1994).

همچنین کارآفرینان با سطح تحصیلات بالاتر اهداف بزرگتری را برای شرکت خود می خواهند. ما انتظار

داریم که تحصیلات بالاتر آستانه عملکرد بالاتری را بخاطر سطح بالای هزینه فرصت و گزینه های موجود برای

آنها داشته باشد.

علاوه بر این، افراد با تحصیلات بالاتر اعتماد به نفس بیشتری دارند (Arenius & DeClerq, 2005) که

باعث می شود کارآفرینان اعتماد بیشتری داشته باشند که می توانند به اهداف خود برسند. بنابراین چنین افرادی

بیشتر از استراتژی تملک یا IPO برای خروج داشته باشند.

آنها کمتر از استراتژی جانشینی خانوادگی استفاده می کنند. افراد با تحصیلات بالاتر کسب و کارهای

پیچیده تری را راه اندازی می کنند که ممکن است نیاز به دانش خاصی داشته باشد که اعضای خانواده نداشته باشند

(Klyver, 2007).

فرضیه ۳: سطح تحصیل کارآفرین رابطه مثبتی با IPO یا استراتژی خروج تملک دارد و رابطه منفی با جانشینی خانوادگی و رابطه نامعلومی با فروش به کارمند و فروش مستقل و استراتژی خروج تصفیه حساب دارد.

از آنجا که نمی توان نیت را اندازه گیری کرد ما پیش بینی می کنیم که کارآفرینان با تجربه کارآفرینی در شبکه اجتماعی خودشان با افرادی صحبت می کنند که چه زمانی استراتژی خروج استفاده کرده اند.

ما انتظار داریم که تجربه کارآفرینی منجر به توسعه روانی یا اهداف غیر اقتصادی مانند اعتبارسازی شود.

فرضیه ۴: تجربه کارآفرینی رابطه مثبتی با فروش به کارمند و استراتژی خروج فروش مستقل دارد و این مورد با IPO، تملک جانشینی خانوادگی رابطه نامعلومی دارد.

این مقاله از طریق مصاحبه با ۳۵ موسس و از طریق بررسی دوگانه ابزار است. جهت بهبود نرخ پاسخ ها ما به پاسخ دهندگان بالقوه مشارکت کنندگان زنگ زدیم.

تأثیر تجربه بر نیت خروج کارآفرین

درحالیکه خروج با مفهوم شکست متفاوت است. ما این فاصله نظری با مطرح کردن تئوری آستانه (Gimeno et al., 1997) و تئوری رفتار برنامه ریزی شده (Ajzen, 1988, 2005) نشان داده ایم تا بتوانیم ارتباط بین تجربه کارآفرین (صنعتی و کارآفرینانه)، سن، سطح تحصیلات و راه های خروجی را بررسی نماییم. تئوری آستانه مطرح می نماید که خروج سازمانی عملکردی است از هم عملکرد اقتصادی و عملکرد آستانه کارآفرین (Gimeno et al., 1997) به این معنا که سطح عملکردی زیر خط اجزای اصلی سازمانی برای متلاشی کردن سازمان عمل خواهد کرد. (Gimeno et al., 1997) در این دیدگاه خروج بعنوان انتخاب

اختیاری بوده، کارآفرینان یا بنگاهشان را براساس مقایسه با عملکرد واقعی بنگاه با آستانه عملکرد مانند تجربه کارآفرینانه، تجربه صنعتی، تحصیلات و سن انجام می دهد (Gimeno et al., 1997).

ما روی نیت کارآفرین جهت خروج بنگاهشان به روشی خاص بر اساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده تمرکز داریم. زیرا بیشتر رفتار انسانی می تواند با درک نیت افراد برای عمل به رفتاری پیش بینی شود (Ajzen, 1980; Ajzen & Fishbein, 1988). خصوصاً در اینجا روی تجربه پیشین افراد در رفتارهای بعدیشان تمرکز دارند.

ما با ترکیب این دو تئوری می توانیم به بررسی تجربه قبلی کارآفرینانه، تجربه صنعت، سن و سطح تحصیلات روی انتخاب مسیرهای خروج پردازیم. مشارکت این مقاله در مسیرهای خروج کارآفرینانه است.

انگیزش و نیت خروج از بنگاه کارآفرینانه

تا جایی که آگاهی داریم کسی بطور مستقیم انگیزش را اندازه گیری نکرده است. در این مطالعه ما هر دو انگیزش درونی و بیرونی و ارتباط بین آنها با استراتژی خروج کارآفرین بررسی می کنیم.

اخیراً تمایل به این موضوع پیش آمده که چطور فرایندهای توسعه بنگاه مانند علی و معلولی روی خروجی بنگاه تاثیر گذارند (Dew, Read, Sarasvathy & Wiltbank, 2009; sarasvathy, 2001; , Read, 2009). (Sarasvathy & Wiltbank, 2009).

خروج کارآفرینانه "فرایندی است که توسط آن بنیانگذاران خصوصی که بنگاهی را تاسیس کرده اند، آن را ترک نمایند" (DeTienne, 2010).

روشی که مالک کسب و کار قصد خروج از کسب و کاری را دارد به استراتژی خروج وی باز می گردد. مالکان کسب و کار ممکن است با یکی از این روش ها از کسب و کاری خارج شوند، انتقال به اعضای خانواده (جانشین خانوادگی)، فروش کسب و کار به یک فرد (فروش مستقل)، فروش به بنگاهی دیگر (تملک)، یا به کارمند (فروش به کارمند)، فروش سهام (IPO) یا تصفیه حساب.

خروج کارآفرینانه به معنای روندی است که بنیانگذاران بنگاهی را که خلق می کنند ترک می گویند (DeTienne, 2008). در این دیدگاه ممکن است بنگاه از بازار هم خارج شود یا اینکه توسط تیم مدیریتی دیگری یا توسط اعضای خانواده یا سهام فروشی در بورس ادامه یابد (DeTienne & Cardon, 2008).

در تحقیقات پیشین فرض می کردند که خروج به علت عملکرد ضعیف است هر چند که، مطالعات جدید نشان می دهد که کارآفرینان به دلایل مختلفی مانند انتخاب های شخصی، خانوادگی، محیطی و فرصت های شغلی تصمیم به خروج از بنگاه از بازار می کنند (Mayer & Goldstein, 1961; McGrath, 2006).

دی تنه و کاردون^{۱۴} (۲۰۱۰) نشان دادند که استراتژی های خروج با استفاده از سه مجموعه توصیف گر طبقه بندی می شود: ارتباط بین ریسک/ پاداش، پیچیدگی خروج، میزان احتمال همکاری کارآفرین بعد از خروج. فروش مستقل استراتژی کم ریسکی است که اساساً در بازارهای پایانی اتفاق می افتد. اغلب از کار گزار استفاده شده و به ندرت به کارآفرین اجازه می دهد که پس از خروجش دوباره در کار دخالتی داشته باشد. اما استراتژی های IPO و تملک ریسک دار و پیچیده هستند در حالیکه پتانسیل خوبی برای بازگشت مالی بالا دارند (Haunschild, 1994). این دو استراتژی درباره میزان مشارکت کارآفرین با استراتژی بالا متفاوت است. IPO روشی جهت تولید بودجه برای رشد است، بنابراین کارآفرینان تا حدودی در بعضی جاها باقی می مانند (Daily et al., 2003).

^{۱۴} DeTienne and Cardon

تملك اغلب بعنوان يك استراتژی كامل خروج دیده می شود. استراتژی خروج تصفیه حساب شركتی زمانی استفاده می شود كه بنگاه كارآفرین ممنوع شده و يكباره دارایی هایش را تصفیه می كند. ریسك پایین و سادگی این استراتژی برای بنیانگذاران معمولی استفاده می شود.

مدت زمان لازم برای تکمیل این پروسه مستقیماً مربوط به پیچیدگی كسب و كار و شرایطی است كه طی آن تصمیم خروج گرفته می شود.

از آنجا كه اشخاص با انگیزه های گوناگونی به ایجاد بنگاه می پردازند (Carland, Hoy, Boulton, 1984; Wiklund et al., 2003)، منطقی است كه مطرح نماییم این انگیزه ها استراتژی خروج را تحت تاثیر قرار می دهد.

انگیزش چه درونی باشد چه بیرونی فعالیتی است كه هدف محور است . تحقیقات نشان داده است كه انگیزش درونی با توفیق طلبی بالا و لذت همراه است. طبق تئوری تكامل شناختی (Ryan & Deci, 1985) افراد هرگاه نتایج عملکردی را به عوامل درومی كه خودمی توانند كنترل كنند، نسبت دهند، انگیزش درونی بیشتری پیدا کرده و اعتقاد پیدا خواهند كرد كه به اهداف دلخواهشان می رسند.

انگیزش بیرونی از خارج از افراد است. پول و پاداش های مالی پاداش های خارجی رایج هستند. كوارتكو، هورنزی و نافزیگر (۱۹۹۷)^{۱۵} پیشنهاد می كنند كه انگیزش بیرونی شامل تملك ثروت شخصی، تولید درآمد شخصی، و افزایش فرصت های درآمدی است.

فرایند علی و معلول و سببی

^{۱۵} Kwartko, Hornsby and Naffziger

بدنه اصلی تحقیقات کارآفرینی بطور آشکار یا پنهان بر اساس مدل های تصمیم گیری منطقی است. بیشتر محققان کارآفرینی معتقدند که کارآفرینان رفتار های عقلایی هدف محور در تعقیب فرصت های کارآفرینانه دارند.

مدل های علت و معلولی با پایان خاصی در ذهن آغاز می شود. استراتژی ها توسعه یافته و منابع برای رسیدن به هدف جمع آوری می شود. مهمترین معیار تصمیم حداکثرسازی بازدهی است. برنامه ها طبق خروجی از پیش تعیین شده ای اجرا می گردد.

فرایندهای سببی مجموعه ای از ابزارهای داده شده را گرفته و روی انتخاب میان تاثیرات ممکن که می تواند با این مجموعه ابزارها خلق شود تمرکز می کند (Sarasvathy, 2001). در آغاز یک کسب و کار جدید منطقی سببی در مراحل اولیه خلق بنگاه با گذار از استراتژی های علی تاکید شده تا بنگاه جدید و ورود به بازار از عدم اطمینان خارج شده و به موقعیت قابل پیش بینی تری برسد.

در فرایندهای سببی، افراد روی بیشینه سازی بازدهی، تحلیل های رقابتی، بهره برداری از دانش قبلی و استفاده از منطق پیش بینی تمرکز می کنند. در فرایندهای سببی تصمیم گیری بر اساس ضرر قابل تحمل، بهره برداری از شایستگی های محیطی، و استفاده از منطق کنترل است که در آن آنه در جستجوی پیوندها و پیش تعهدها بجای پیش بینی هستند.

ساراسواتی (۲۰۰۱) مطرح می نماید که روابط علی و معلولی و سببی اساساً به فرایندهای شناختی باز می گردد. تحقیق روی کارآفرینی و توسعه بنگاه جدید نشان می دهد که بیشینه سازی سود تنها یک اصل انگیزشی برای شروع کسب و کاری است (Wennberg et al., 2010). بنابراین مطرح می نمایم که بیشینه سازی سود

تنها یکی از انگیزش‌ها در زمان خروج از کسب و کار است. هرچند که، اشخاصی که با عوامل خارجی مانند پول انگیزش پیدا می‌کنند به احتمال بیشتری استراتژی بیشینه سازی ارزش را در زمان خروج دنبال می‌کنند. مشخص است که استراتژی IPO یا فروش به کسب و کار بزرگتری دنبال می‌شود. بنابراین:

فرضیه ۱: سطح بالاتری از انگیزش بیرونی با استراتژی IPO رابطه مثبتی دارد.

فرضیه ۲: سطح بالاتری از انگیزش بیرونی با استراتژی تملک رابطه مثبتی دارد.

افراد با انگیزش بالای درونی بیشتر به دنبال استراتژی‌های خروجی هستند که اجازه دهد تا کسب و کار به روش مشابهی که تا کنون اداره می‌شد ادامه یابد و بنابراین به دنبال فروش به شخص، یا انتقال به اعضای خانواده هستند. علاوه بر این آنها چون با عوامل درونی از ثبل تعیین شده‌ای انگیزش یافته‌اند، کمتر به دنبال تملک هستند.

فرضیه ۳: سطوح بالای انگیزش درونی با استراتژی خروج فروش مستقل رابطه مثبتی دارد.

فرضیه ۴: سطح بالاتری از انگیزش درونی با استراتژی خروج تملک رابطه منفی دارد.

افرادی که از فرایندهای علی و معلولی توسعه کسب و کار استفاده می‌کنند، هدف نهایی را برای کسب و کار در نظر می‌گیرند. معتقدیم که این در مورد استراتژی خروج هم صدق می‌کند. از آنجایی که فرایندهای علی و معلولی انگیزشی برپایه بیشینه کردن بازدهی است، در نتیجه افرادی که بیشتر از فرایندهای علی و معلولی استفاده می‌کنند بیشتر در جستجوی بیشینه کردن ارزش در استراتژی خروج هستند و بنابراین روش IPO یا تملک را دنبال می‌کنند.

فرضیه ۵: استفاده از فرایندهای علی و معلولی با استفاده از استراتژی IPO رابطه مثبتی دارد.

فرضیه ۶: استفاده از فرایندهای علی و معلولی با استفاده از استراتژی تملک رابطه مثبتی دارد.

فرایند سببی و استراتژی خروج

رویکرد سببی بعنوان ساختاری است که از زیر بخش های انعطاف، آزمایش، ضرر قابل تحمل و تعهدات از پیش تعیین شده تشکیل شده است. رویکرد سببی شامل یک اشتیاق کلی برای موفقیت است. افرادی که در حال آزمایش کردن بوده و انعطاف پذیرند این کار را انجام می دهند چون انتظار دارند که رشد کنند و برداشتی از کسب و کار خود داشته باشند. بنابراین، انتظار داریم آنهایی که آزمایش می کنند و انعطاف پذیر می مانند چنین کاری را انجام دهند زیرا آنها انتظار دارند که توانایی برداشت از سوددهی یک کسب و کار را با فروش آن به کسب و کار بزرگتر یا از طریق IPO دارند.

فرضیه ۷: استفاده از آزمایش و تجربه رابطه مثبتی با استراتژی خروج IPO و تملک دارد و رابطه منفی با استراتژی خروج تصفیه حساب شرکتی.

فرضیه ۸: انعطاف پذیری رابطه مثبتی با استراتژی خروج IPO و استراتژی خروج تملک دارد و رابطه منفی با استراتژی تصفیه حساب.

جزء همراهی رویکرد سببی تصمیم گیری بر اساس استطاعت ضرر دادن است. طبق نظر ساراسواتی (۲۰۰۱) افراد درگیر در رویکرد سببی تجربه خواهند کرد اما نتایج به همان مثبتی که آنها فکر می کردند نیست، و بزودی به سمت جبران ضررها می رود.

فرضیه ۹: استفاده از ذهنیت استطاعت با استراتژی خروج تصفیه حساب شرکتی رابطه مثبت دارد.

در این مقاله از روش تحقیق چند بعدی و برای اندازه گیری موضوعات از طیف لیکرت استفاده شده است.

تأثیر ساختار بنگاه مخاطره آمیز بر خروج کارآفرینانه

در این تحقیق به بررسی و تأثیر ترکیب منابع اولیه استراتژیک (مالی، انسانی و تکنولوژیکی) روی استراتژی خروج کارآفرینانه پرداخته اند. یافته ها حاکی از آن است که استراتژی خروج IPO رابطه مثبتی با تمامی سه منبع استراتژیک دارد. درحالیکه استراتژی خروج فروش استراتژیک رابطه مثبتی با منابع مالی یا کل سرمایه گذاری اولیه و استراتژی خروج فروش به یک فرد رابطه مثبتی با درصد مالکیت و یک منبع مالی دارد.

امروزه خروج کارآفرینانه بعنوان بخش تلاش برای خلق کسب و کار مخاطره ای جدید می باشد (DeTienne, 2010). این باعث شد تا محققان کارآفرینی، کارآفرینان را بعنوان طراح سازمانی دیده و در جستجوی درک دیدگاه وی باشند (Sarasvathy, 2004).

ما در جستجوی این چهار سؤال هستیم: (۱) چرا کارآفرینان و نه دیگران به توسعه استراتژی های خروج می پردازند؟ (۲) چه منابع تصمیمی روی استراتژی خروج خاصی تأثیرگذار است؟

ما مخصوصاً می خواهیم تأثیر منابع استراتژیک اولیه (مالی، انسانی و تکنولوژیکی) را روی توسعه یک استراتژی خروج که در نظر گرفته می شود، بررسی نماییم (فروش به شخص، فروش استراتژیک، و IPO).

منابع استراتژیک منابعی هستند که توسط مدیریت توسعه یافته و بعنوان اساس مزایای رقابتی بنگاه محسوب می شود (Amit & Schoemaker, 1993).

آنسوف^{۱۶} (۱۹۶۵) مطرح می‌دارد که مشکل اصلی کسب و کار پیکره بندی این منابع حیاتی است. کدام منابع برای برای کارآفرین تازه کار مهم و در نتیجه مربوط به تحقیق کنونی است؟ تحقیقات قبلی نشان داده که ۶ دسته منابع استراتژیک موجود است: مالی، فیزیکی، انسانی، تکنولوژیکی، اعتباری و منابع سازمانی (Grant, 1991).

محققان همچنین به بررسی تاثیر شرایط روی خروجی های آتی بعنوان شکل سازمانی می پردازند (Boeker, 1989; Doz, 1996; Kimberly, 1979; Koch, 2008; Marquis, 2003)

ترکیب منابع و خروج کارآفرینانه

درحالیکه دیگر محققان به بررسی خروجی بنگاه می پردازند دی تنه^{۱۷} (۲۰۰۸) این بحث را مطرح می نماید که خروج کارآفرینانه خروجی حیاتی فرایند کارآفرینانه بوده و تاثیر مهمی نه تنها روی کارآفرین بلکه بنگاه، صنعت و اقتصاد دارد. او مطرح می نماید که خروج هم کاربرد مالی و روانی دارد، این نقطه حیاتی زندگی بنگاه است (Rubenson & Gupta, 1996) که هم کاربردهای مثبت و هم منفی دارد که روی صنعت از طریق تغییر در توازن رقابتی (Akhigbe, Madura & Martin, 2003) و اقتصاد کلی تاثیر می گذارد.

نکته قابل توجه آن است که استراتژی خروج کارآفرین می تواند متفاوت باشد از IPO که اغلب بعنوان یک حالت موفقیت آمیز خروج در نظر گرفته می شود تا حالت های ناموفق متلاشی شدن بنگاه یا ورشکستگی کامل (Birley & Westhead, 1993; Petty, 1997).

خروج از طریق IPO استراتژی ریسک دار، شدید و پیچیده ایست اما بازدهی مالی بالایی را برای کارآفرینان دارد (Babich & Sobel, 2004).

خروج از طریق فروش استراتژیک (فروش به بنگاهی دیگر) یک استراتژی دلخواه دیگر است چرا که اغلب پاداش تملک به کارآفرینی که در حال خارج شدن است داده می شود و استراتژی خروج بسیار پر سودی برای کارآفرینان است (Hauncchild, 1994). از طرفی این تملک برای کسی که خریداری می کند بخاطر هزینه های زیاد مالی و انسانی بسیار مشکل زا و پیچیده است.

خروج از طریق فروش به شخصی دیگر اساساً در بازار مصرف رخ می دهد و از کارگزار برای این کار استفاده می شود. این حالت خروج بازگشت مالی کمتری دارد. اما از جهتی کارآفرین کنترل بیشتری روی بنگاه و کسانی که آن را خریداری کرده اند دارد.

در یک آزمایش تجربی استوارت (۲۰۰۳) دریافت که کارآفرینان متفاوت از مالکان کسب و کار در نیاز به توفیق طلبی، ریسک پذیری و ترجیح برای نوآوری هستند. بنابراین ویژگی های کسب و کارهای مخاطره ای کارآفرینانه سرمایه گذاری بیشتر، موسسان بیشتر و سطوح بالای نوآوری و درصد پابینی از مالکیت است که آنها تمایل به خروج دارند.

فرضیه ۱: بنیانگذارانی که کسب و کارهای مخاطره ای توسعه می دهند ویژگی تعداد بنیانگذار بیشتر، سطح نوآوری بالاتر و سرمایه گذاری اولیه بیشتر و درصد پابین تر مالکیت دارند بیشتر از استراتژی خروج استفاده نماید.

تحقیقات بیشتر پیشنهاد می کند که این انتظارات یا انگیزه ها روی منابع اولیه تصمیم تاثیر گذار است (Brush et al., 2008). کارآفرینان با انتظارات بالا یا انگیزش ها به دنبال حوزه های فراتر و تنوع منابع در شروع بنگاه هستند (Brush et al., 2001; Vesper, 1990).

سطح نوآوری بنگاه در محصولات ابتکاری خود می تواند جهت مقیاس منابع بررسی شود. محصولات با سطوح بالای نوآوری حوزه منابع را وسیع تر کرده و انتظار می رود که کارآفرینان با محصولات نوآورانه تر در جستجوی تاثیر بالایی در خروج باشند.

مقدار سرمایه گذاری مالی در بنگاه به انگیزه کارآفرین و انتظارات وی باز می گردد. بنیانگذارانی که سرمایه گذاری زیادی کرده اند، در جستجوی تاثیر بالایی در خروج هستند.

در نهایت درصد مالکیت بنگاه روی نوع استراتژی خروج تاثیر گذار است. بنگاه های تک ملکی و کسانی که پیوند روانی زیادی با بنگاه خود دارند، بیشتر از استراتژی استفاده می کنند که بتوانند همچنان مشارکت داشته باشند. آنها با احتمال بیشتری از استراتژی خروج فروش به یک شخص نسبت به IPO یا فروش استراتژیک استفاده می نمایند چون در استراتژی قبلی کنترل بیشتری وجود دارد.

فرضیه ۲: اندازه تیم موسس با IPO، فروش استراتژیک رابطه مثبت و با فروش به شخص رابطه منفی دارد.

فرضیه ۳: سطح نوآوری با IPO و فروش استراتژیک رابطه مثبت و با فروش به شخص رابطه منفی دارد.

فرضیه ۴: سرمایه گذاری اولیه با IPO و فروش استراتژیک رابطه مثبت و با فروش به شخص رابطه منفی

دارد.

فرضیه ۵: درصد مالکیت با IPO و فروش استراتژیک رابطه منفی و با فروش به شخص رابطه مثبت دارد.

موقعیت خانوادگی و رویداد خروج: گسترش تئوری آستانه

تحقیقات جدید در مورد خروج از شرکت نشان می دهد که متغیرهای دیگری (مانند سرمایه های انسانی کارآفرینانه) بر تصمیم به خروج تاثیر گذارند و جزء عملکرد شرکت محسوب می شود. تحقیقات ما به بررسی تاثیر موقعیت خانوادگی و جنسیت (وضعیت تاهل، تعدا فرزندان و راه اندازی کسب و کار خانوادگی) روی تصمیمات خروج اختیاری می پردازد. تحقیق حاضر نه تنها به توسعه خروج کارآفرینانه پرداخته بلکه مرزهای تئوری آستانه را نیز گسترش داده است.

تحقیقات پیشین خروج را از دو دیدگاه مورد بررسی قرار داده اند: اولی روی شرکت های بزرگ و تجاری دولتی (Wasserman, 2003) است و به بررسی تاثیر عملکرد بنگاه روی تصمیم برای خروج پرداخته و اینکه چطور این تصمیم بر تمرکز صنعت تاثیر گذار است. دومین جریان ادبیات خروج روی خروج های کارآفرینانه در شرکت های خصوصی بوده و معیارها و فرایندهای خروج کارآفرینانه را بررسی می کند (DeTienne & Cardon, 2008; Gimeno, Folta & woo, 1997; Leroy, Manigart & Meuleman, 2007) گه با استفاده از تئوری آستانه و تئوری رفتار برنامه ریزی شده می باشد.

در این تحقیق از دیدگاه خانواده جهت بررسی اینکه چطور وضعیت تاهل کارآفرین، جنسیت، موقعیت خانوادگی روی سطح آستانه کارآفرین و تصمیم به خروج اختیاری تاثیر دارد، استفاده شده است. فرض کلی ما این است که کارآفرینان متاهل، زنان کارآفرین، و کارآفرینان والد سطح آستانه بالاتری دارند بنابراین بعد از کنترل عملکرد شرکت بیشتر تمایل به خروج اختیاری دارند. علاوه براین، ما تاثیر واسطه کسب و کار خانوادگی را روی

این ارتباطات بررسی می کنیم با این فرض که کارآفرینان متاهل، زنان کارآفرین، و کارآفرینان والد سطح آستانه پایین تری از عملکرد دارند. یعنی اگر خوبی خانواده وابسته به کسب و کار خانوادگی باشد این کارآفرینان سطح آستانه عملکرد پایین تری دارند و کمتر تمایل به خروج اختیاری دارند.

مورد مطالعه ۱۸۹ کارآفرین در اسپانیا هستند. این تحقیق مشارکت های مهمی دارد: (۱) ما به توسعه مرزهای تئوری آستانه پرداختیم با این موضوع که شکل گیری خانواده بر آستانه عملکرد کارآفرین تاثیرگذار است. (۲) ما به توسعه ادبیات شکل گیری خانواده با شمول خروج کارآفرینانه پرداختیم به این صورت که موقعیت خانوادگی بر تصمیمات خروج تاثیر گذار است.

تئوری آستانه و وضعیت خانواده

آستانه عملکرد سطحی از عملکرد است که پایین تر از اجزای سازمانی حاکم است که منجر به فروپاشی سازمان خواهد شد (Gimeno et al., 1997). در این دیدگاه خروج بعنوان یک انتخاب است. جیمنو و همکاران (۱۹۹۷) دریافتند که عوامل مختلفی روی آستانه عملکرد کارآفرین تاثیرگذار است. یک تجربه مدیریتی مالک و تجربه کارآفرینانه بطور مثبتی بر تاثیر عملکرد دارد، در حالیکه درآمد روانی (رضایت شخصی) و هزینه های انتقال (سن) تاثیر منفی دارند. یعنی سرمایه انسانی، انگیزش، و هزینه های انتقال بنیانگذار بر سطح عملکرد تاثیر گذار است.

ما مطرح می نماییم که کارآفرینان در مورد اینکه بر اساس جنسیت و موقعیت خانوادگی شان در کسب و کارشان بمانند یا خیر تصمیم گیری می کنند. در این حالت کارآفرینان برای اینکه بدانند آیا ادامه می دهند یا خیر به ارزیابی هزینه های فرصت موجود در زندگی خانوادگی می پردازند.

ایده وضعیت تاهل کارآفرین یا تعداد بچه‌ها که بر خروج کارآفرینانه تاثیر گذار است دارای اعتبار ظاهری است چرا که می دانیم در این دوران مسئولیت های مراقبت و درآمدی اضافه می شود. موقعیت خانوادگی یا مسئولیت های خویشاوندی بر تصمیم های ورود و خروج تاثیر گذار است.

اینترفیس کارخانوادگی (Jennings & McDougald, 2007) مطرح می نماید که کارآفرینی یک حرفه برای اشخاصی است که میل به توازن بین کار و خانواده دارند.

فرضیات

بسیاری از زنان کارآفرین به دلایل غیراقتصادی مانند رضایت از کار برای رسیدن به دو بعد کار و خانواده فعالیت می کنند (Boden, 1999; Caputo Dolinsky, 1998).

انگیزه اولیه برای آغاز یک کسب و کار مخاطره آمیز بعداً روی تصمیم در مورد خروجی بنگاه مانند رشد، عملکرد و خروج تاثیر گذار است. موریس، میاساکی واترز و کومبز^{۱۸} (۲۰۰۶) مطرح می نماید که زنان کارآفرین احساس روشن تری از هزینه و فایده دارند.

فرضیه ۱: کنترل برای عملکرد، زنان کارآفرین بیش از مردان تمایل به خروج از کسب و کارشان را دارند.

در تحقیقات سازمانی کاملاً پذیرفته شده است که عوامل غیرکاری مانند پیوستگی های خانوادگی و تعارض بین کار و نقش های خانواده بر دیدگاه های کاری و خروج اختیاری تاثیر گذار است (Mitchel, Holtom, Lee, Sablynski & Erez, 2001). بچه و نامزد پیش‌بینی کننده‌های بهتری برای ترک شغل نسبت به شاخص های سنتی تعهدات سازمانی است.

^{۱۸} Morris, Miasaki, Watters and Coombes

بحث دیگری که وجود دارد، تعهد کارآفرینان در مقابل ادامه کسب و کارشان است. کارآفرینان تعارضات

کاری-خانوادگی بیشتری نسبت به کارمندان سازمانی دارند (Parasuraman, Purohita, Godshalka & Beutell, 1996).

کارآفرینان متاهل یا والد محدودیت بیشتری نسبت به این موضوع دارند که چه مقدار زمان را به کسب و کارشان اختصاص دهند (Shelton & Daphne, 1996).

فرضیه ۲: کنترل کردن برای عملکرد، کارآفرینان متاهل بیش از کارآفرینان مجرد تمایل به خروج اختیاری از کسب و کارشان دارند.

والد بودن جزء دیگری از ساختار خانواده است که بر تصمیم به خروج اختیاری کارآفرین از کسب و کار تاثیر می گذارد. در مطالعه اولسون و همکاران (۲۰۰۳) تعداد فرزندان تاثیر خاصی بر عملکرد کسب و کار ندارد اما رابطه منفی با موفقیت ادراکی توسط مالک کسب و کار دارد. این نشان می دهد که وجود فرزندان تنش میان کار و روابط شخصی را افزایش می دهد.

فرضیه ۳: کنترل برای عملکرد، کارآفرینان متاهل بیش از کارآفرینان بی فرزند تمایل به خروج اختیاری از کسب و کارشان را دارند.

ما مطرح می نمایم که وقتی انگیزه اصلی کارآفرینان در پشت مالکیت کسب و کار بدست آوردن امنیت برای خانواده است، تمایل کمتری برای بستن اختیاری کسب و کار دارند. کوراتکو، هورنزی و نافزیگر (۱۹۹۷) نشان می دهند که امنیت خانوادگی بعنوان یکی از شاخص های اصلی است. این بعد شکل دهنده اهدافی مانند ساختن کسب و کاری که به دیگران برسد یا امنیت اعضای خانواده در آینده می شود.

این مفهوم که کارآفرین نسبت به کسب و کار خانوادگی تعهد بیشتری دارد با دلایل مبنی بر راه اندازی کسب و کار با اهداف غیراقتصادی هم خوانی دارد.

فرضیه ۴: کنترل عملکرد، کارآفرینان در کسب و کارهای خانوادگی کمتر از بقیه کارآفرینان تمایل به خروج اختیاری از کسب و کارشان دارند.

یکی از مهمترین ارتباطات همگرا بین ساختار خانواده و انواع خروج از بنگاه جنسیت است. جنینگز و مک داگالد (۲۰۰۷) مطرح می نمایند که تاثیر کار و خانواده و تاثیراتش بر بنگاه زنان و مردان کارآفرین را به یک اندازه تحت تاثیر قرار نم ی دهد. زنان و مردان کارآفرین اولویت بندی مسئولیت های کار و خانواده را بطور متفاوتی انجام می دهند. مردان کارآفرین راحتتر از زنان کارآفرین می توانند مسائل کاری خود را در اولویت قرار دهند. در عوض، زنان کارآفرین بیشتر به امور خانواده اولویت می دهند آنها کمتر نقش های خانوادگی خود را کنار می گذارند.

وضعیت تاهل و والد بودن تاثیر متفاوتی روی دخالت های کاری بر اساس جنسیت می گذارد: این احتمال خروج زنان کارآفرین را از مردان بیشتر می کند (Felmlee, 1984; Joshi, 1990; Koenigsberg, Garet & Rosenbaum, 1994). هرچند که هزینه فرضت برای زنان و مردان کارآفرین بالا است اما برای زنان این از احتمال بیشتری برخوردار است.

زنان کارآفرین از اهداف روانی از خود اشتغالی دارند مانند کمک کردن به دیگران (Brush, 1992). اگر این "دیگران مهم" کسب و کاری بخاطر آنهاست اعضای خانواده باشند، زنان کارآفرین حتی تعهد بیشتری به آن حس می کنند.

حتی با اینکه ما مطرح می‌نماییم جنسیت بر خروج اختیاری تاثیر مثبت دارد این تاثیر زمانی که خانواده از لحاظ احساسی یا اقتصادی به ماندگاری وابسته است، کاهش می‌یابد.

فرضیه ۵: جنسیت ارتباط بین (۱) وضعیت تاهل و (۲) تعداد فرزندان و (۳) کسب و کار خانوادگی را تعدیل می‌کند:

فرضیه ۵ الف: زنان کارآفرین متاهل بیش از مردان کارآفرین متاهل تمایل به خروج اختیاری از کسب و کار دارند.

فرضیه ۵ ب: زنان کارآفرین فرزند دار بیش از مردان کارآفرین با همان شرایط تمایل به خروج از کسب و کارشان را دارند.

فرضیه ۵ ج: زنان کارآفرین که کسب و کار خانوادگی راه اندازی می‌کنند کمتر از مردان کارآفرین در همان شرایط تمایل به خروج دارند.

جنسیت و موقعیت خانوادگی و تاثیر آن بر خروج کارآفرینانه

هرچند که امروزه توجه محققین روی ویژگی های شخصیتی اثرگذار بر خروج است اما مطالعات کمی روی دیگر ویژگی های شخصیتی مانند جنسیت و موقعیت خانوادگی مطالعه کرده است. اخیراً تحقیقات جدید اهمیت دیدگاه "موقعیت خانوادگی" بررسی کرده و حاکی از آن است که محققان نیاز دارند تا بعدی بنام خانواده را زمان مفهوم سازی و مدل کردن رفتار کارآفرینانه بیاورند (Aldrich & Cliff, 2003).

در این تحقیق ما مطرح می‌نماییم که خروج از یک کسب و کار نه بخاطر عملکرد ضعیف است و نه جایگزینی منابع بیشتر بلکه این بخاطر انگیزش‌های شخصی کارآفرین و انتظارات وی از مالکیت کسب و کار است. خصوصاً ما روی این موضوع کار می‌کنیم که چگونه جنسیت کارآفرین، وضعیت تاهل و موقعیت خانوادگی روی هزینه فرصت مالکیت کسب و کار و در نتیجه تصمیم به خروج اختیاری تاثیرگذار است. ترکیبی از اینها است که کارآفرینان متاهل، زنان کارآفرین و کارآفرینان والد هزینه فرصت بالاتری نسبت به مالکیت کسب و کار دارند بنابراین بعد از کنترل عملکرد بنگاه و سرمایه‌های انسانی کارآفرینان آنها به احتمال بیشتری خروج اختیاری را بر می‌گزینند.

علاوه بر این، ما به بررسی تاثیر واسطه‌ای پرداخته‌ایم، که تاثیر ازدواج و بچه دار شدن روی خروج برای زنان متاهل و یا بچه دار بیشتر است.

در این تحقیق ما از ۱۵۰ کارآفرین در اسپانیا استفاده نمودیم. مشارکت در تحقیق: در ابتدا ما با اضافه نمودن تئوری آستانه به عوامل خانواده و جنسیت هزینه فرصت مالکیت را بررسی کردیم. سپس به توسعه تئوری خانواده در خروج پرداختیم و سوم اینکه در ادبیات مربوط به جنسیت مشارکت داشتیم لزوماً کارآفرینان زن بخاطر شکست از کسب و کار خارج نمی‌شوند بلکه خروج از کسب و کار را انتخاب می‌کنند.

تئوری آستانه، جنسیت و کسب و کار خانوادگی

تئوری آستانه در درک خروج کارآفرینان می‌تواند موثر باشد چرا که مطرح می‌نماید خروج سازمانی هم بخاطر عملکرد اقتصادی و هم آستانه کارآفرین در عملکرد است. تعریف تئوری آستانه این گونه است "سطحی از عملکرد مادون چیزی که اجزای سازمانی عمل خواهند کرد تا سازمان را متلاشی کند (Gimeo et al., 1997).

جیمو (۱۹۹۷) بر اهمیت ویژگی های درونی کارآفرین بخصوص سرمایه های انسانی بعنوان معیارهای آستانه عملکرد تاکید دارد. از یک طرف تجربه مدیریتی و کارآفرینانه کارآفرین روی آستانه عملکردش تاثیر مثبت می گذارد. از طرف دیگر، آستانه رابطه منفی با بازخوردهای غیراقتصادی کارآفرین از کسب و کارش دارد. یعنی اگر بنگاه خروجی روانی (رضایت شخصی) برای کارآفرین داشته باشد، او بنگاه را حتی عملکرد ضعیفش ادامه می دهد. در نهایت هزینه جابجایی بین گزینه ها رابطه منفی با آستانه دارد.

هرچند که، تئوری آستانه پیوندی بین عملکرد بنگاه و بقا و سرمایه های انسانی کارآفرین برقرار کرده اما تاثیر برخی ویژگی های شخصی را که این چارچوب مرجع را تشکیل می دهند نادیده گرفته است.

فرضیات نشان داده که بسیاری از زنان بنگاهشان را بخاطر دلایل غیرانتفاعی راه اندازی می کنند. این انگیزش اولیه برای آغاز بعداً روی تصمیم گیری برای خروجی های کسب و کار مانند توسعه، عملکرد و خروج تاثیر گذار است.

برحسب جنسیت، انگیزش اولیه راه اندازی تاثیر خاصی روی خروجی کارآفرینان زن دارد: بعنوان مثال زنان آستانه رشد کمتری را نسبت به آقایان در مورد کنترل کسب و کارشان دارند (Cliff, 1998; Still & Timms, 2000). زنان کارآفرین موفقیت را بعنوان یکپارچه سازی شاخص های مالی و معیارهای غیراقتصادی مانند کیفیت زندگی ارزیابی می کنند.

در این حالت ما مطرح می نمایم که برآورده شدن نیازهای زندگی در نتیجه کار سنگین مالکیت کسب و کار بدست نمی آید، زنان کارآفرین بیشتر از مردان تمایل به انتقال آن دارند.

تایید دیگری بر این مدعا را می توانیم در ادبیات مالکیت روانی بیابیم (Pierce, 2003) که مطرح می نماید تملک نقش حاکمی روی هویت شخص دارد (Dittmar, 1992). درحالیکه مالکیت روانی می تواند هم از لحاظ روانی باشد و هم غیرروانی و دلایلی وجود دارد مبنی بر اینکه مردان قوی تر از زنان در مورد حرفه، سازمان و گروه کاریشان هستند (Mayer & Liloyd, 2006). بنابراین زنان از پیوند روانی کمتری نسبت به کارشان دارند.

بحث ما این است که علی رغم گزینه‌های استخدامی کمتر جدای از مالکیت کسب و کار برای زنان، زنان هزینه فرصت بیشتری در ارتباط با ماندن در بنگاه جاری را دارند که بیشتر بخاطر بحث های روانی، و موضوعات خانوادگی است.

فرضیه ۱: کارآفرینان زن برای کنترل عملکرد، بیشتر از مردان تمایل به خروج از کسب و کارشان را دارند.

متون کارآفرینانه همچنین نشان می دهد که ازدواج تاثیر مثبتی بر خود اشتغالی دارد، بطور کلی بخاطر اینکه درآمد ازدواجی تاثیر مثبتی روی منابع بیشتر برای داشتن یک کسب و کار دارد (Brush, 1992; Connelly, 1992; Macpherson, 1988). تاثیر روانی پایین و هزینه پایین سویچ کردن، راستای تئوری آستانه، باید هزینه فرصت مالکیت کسب و کار را افزایش دهد و احتمال خروج داوطلبانه را برای کارآفرینان متاهل در مقابل مجردها بیشتر می کند.

فرضیه ۲: کارآفرینان متاهل در کنترل برای عملکرد، به احتمال بیشتری تمایل به خروج نسبت به کارآفرینان مجرد دارند.

والد بودن کارآفرین یکی دیگر از ساختارهای فامیلی است که بر تصمیم کارآفرین برای خروج اختیاری از یک کسب و کار تاثیرگذار است. البته تعداد بچه ها تاثیر بسزایی روی عملکرد کسب و کار ندارد اما رابطه منفی با

موفقیت ادراکی توسط مالک کسب و کار دارد. این نشان دهنده موضوع است که ناحیه حرفه ای بودن و شخصی بودن تحت تاثیر حضور بچه‌ها است (Pleck, Staines & Lang, 1980).

فرضیه ۳: تعداد بچه در کنترل عملکرد، تاثیر مثبتی بر احتمال خروج اختیاری کارآفرین از کسب و کارش دارد.

در راستای فرضیه بالا و همچنین مسئولیت های خانوادگی که هزینه فرصت مالکیت کسب و کار را افزایش می دهند ما ارتباطی را بین ازدواج و بچه ها فرض کرده ایم.

فرضیه ۴: تاثیر مثبتی که تعداد بچه ها روی احتمال خروج اختیاری دارد برای کارآفرینان متاهل بیشتر از کارآفرینان مجرد است!!!

همانطور که مطرح نمودیم در این مقاله ما از چارچوب شکل گیری خانواده برای پیش بینی انواع خروج از کسب و کار برای کارآفرینان استفاده می کنیم. ما مطرح می نمایم که وقتی کسب و کاری خانوادگی راه اندازی شده باشد، شکل گیری در خانواده افزایش می یابد و خانواده بنگاه است. بنابراین ما انتظار داریم که انگیزه های پشت یک بنگاه ماهیتاً غیراقتصادی است.

هزینه های فرصت راه اندازی یک کسب و کار خانوادگی باید کمتر از کسب و کارهای غیرخانوادگی است. بنابراین،

فرضیه ۵: کارآفرینان در کسب و کارهای خانوادگی کمتر از کارآفرینان دیگر تمایل به خروج اختیاری از کسب و کارشان دارند.

تأثیر کار و خانواده و تأثیر آنها روی بنگاه روی کارآفرینان زن و مرد به یک اندازه تأثیر نمی گذارد (Jennings & MacDougald, 2007). در واقع، آنها مطرح می نمایند که زنان و مردان کارآفرین اولویت بندی در کار و مسئولیت هایشان را بطور متفاوتی انجام می دهند. مردان توجه بیشتری به وظایف کاری دارند در حالیکه زنان توجه به مسئولیت های خانگی دارند.

کارآفرینان زن هزینه فرصت خود اشتغالی با توجه به مسئولیت های خانوادگی بیش از کارآفرینان مرد است. تحقیقات نشان داده که وضعیت تاهل و والد بودن کارآفرین رو جنسیت های مختلف تأثیر متفاوتی دارد و تأثیر بیشتری روی زنان دارد. زنان بیشتر برای دیگران فعالیت می کنند اگر این دیگران اعضای خانواده اش باشند، آنها احساس تعهد بیشتری به ادامه کار دارند.

فرضیه ۶: جنسیت ارتباط بین (۱) وضعیت تاهل (۲) تعداد بچه ها (۳) کسب و کار خانوادگی و موارد زیر را تعدیل می کند:

فرضیه ۶ الف: کارآفرینان زنان متاهل بیشتر از کارآفرینان مرد تمایل بیشتری به خروج اختیاری از کسب و کار دارند.

فرضیه ۶ ب: کارآفرینان زن با بچه بیشتر از کارآفرینان مرد تمایل به خروج اختیاری از کسب و کار دارند.

فرضیه ۶ ج: کارآفرینان زن که کسب و کار خانوادگی دارند بیشتر از کارآفرینان مرد با همین موقعیت تمایل به خروج اختیاری از کسب و کار اینترنتی دارد.

روش تحقیق مورد نظر از طریق مصاحبه تلفنی بوده که از داده های برآمده از GEM است.

مالکیت روانی سازمان های کارآفرین و استراتژی خروج

در تئوری کارآفرینی مالکیت اغلب با میزان دارایی تحت کنترل کارآفرین شناخته می شود. هرچند که، محققان پذیرفته اند که احساس مالکیت اغلب در غیاب کنترل هدفمند وجود دارد. به این ترتیب، ما به جستجوی ادبیات مالکیت روانی می پردازیم که پایه نظری برای توضیح این مسئله است که چگونه مالکیت روانی جدای از دارایی های تحت کنترل کارآفرین است. در اینجا نشان داده شده که چگونه معیارهای کلیدی مالکیت روانی با فرایندهای خاص کارآفرینی در ارتباط است و این به توسعه مدل و مشارکت در موضوع ادبیات مالکیت روانی می شود.

مالکیت اغلب با میزان دارایی تحت کنترل کارآفرین شناخته می شود برخی دیدگاه های نظری جهت تسهیل ادراک ما از فرایندهای کارآفرینانه از دیدگاه دارایی محور می شود. تئوری نمایندگی (Jensen & Meckling, 1976) برای نشان دادن تفاوت بین کارآفرینان و مدیران استفاده شده است. این دیدگاه پیشنهاد می کند که بهترین راه برای حل مشکل نمایندگی بهینه سازی هم قرارداد غرامت و هم مالکیت دارایی نماینده است (Audretsch, 2009). (Lehmann & Plummer, 2009).

محققان هزینه تراکناشات روی اداره کارآمد میان بنیان گذار و شرکا تمرکز دارد. ما در این مقاله نه تنها در ادبیات کارآفرینی مشارکت داشته بلکه در متون مالکیت روانی نیز مشارکت دارد چون معیارهای علی و معلولی از مالکیت روانی ارائه داده ایم (کنترل، دانش تقلیدی و خود سرمایه گذاری) که بیشتر تکمیل کننده است تا تجمیعی.

حقوق مالکیت و کنترل هدفمند

طبق نظریه نمایندگی، ارتباط بین اصول و نماینده ها دارای ریسک است چراکه هر از طرفین ممکن است اهداف متفاوت یا متعارضی داشته باشند که بعنوان "هزینه های نمایندگی" در نظر گرفته می شود (Jensen & Meckling, 1976). ریسک کارآفرینان ناشی از نیاز به تبادل سهم شرکت با منابع بیرونی است.

شمولیت افراد مخاطره پذیر در پورتفولیو بنگاه ها بعنوان یک مکانیسم کنترلی فعال است که رفتار کارآفرینان را در راستای سرمایه‌هایشان حرکت می دهد. بنابراین، افراد مخاطره پذیر در جستجوی گرفتن جای بیشتر در هیئت مدیره هستند تا کنترل خود را بر تصمیم های استراتژیک کارآفرینان بیشتر کنند (Sapienza, Manigart & Vermeir, 1996; Smith, 2005; Floyd & Lane, 2000).

ارتباط بین کارآفرین و فرد مخاطره جو با دو مکانیسم متضاد مدیریت می شود: سلسله مراتبی و همکاری. در حالیکه قراردادهای رسمی نمی تواند فرایند کاری کارآفرین را بعلت دارا بودن دانش ضمنی کنترل کند، بنابراین کارآفرینان و افراد مخاطره جو بیشتر از طریق همکاری می توانند فعالیت های خود را ادامه دهند که این تعهد بین مدیریت بنگاه مخاطره جو و موفقیت را تقویت می کند (Cable & Shane, 1997).

رویکرد هزینه تراکنش اقتصادی (TCE) مطرح می نماید که ارتباط بین بازیگران در بازار بر اساس ملاحظات هزینه اثربخش است (Williamson, 1991). رویکرد (TCE) در مقابل تئوری نمایندگی با هدف توضیح ملاحظات منطقی پشت تراکشات بین سازمان ها است.

در رویکرد (TCE) هزینه ها از خصوصیت دارایی بازیگران تاثیر گرفته که هر کدام دارای دارایی های Idiosyncratic هستند که به آنها قدرت چانه زنی با دیگران را می دهد (Perrow, 1986). هرچند که

کارآفرینان و افراد مخاطره جو در پی به حداقل رساندن هزینه تراکشات هستند اما هزینه تراکشات بطور کامل نمی تواند از قبل ارزیابی شود و عدم اطمینان هایی در خروجی وجود دارد. بنابراین، ارتباطات براساس وابستگی های درونی دو طرفه مدیریت می شود.

موقعیت رویدادی مالکیت

اتزیونی مطرح می نماید "مالکیت در دو سطح است: "سطح رسمی و هدفمند و سطح غیررسمی و ذهنی و در نتیجه احساس مالکیت یک خلق دو جانبه است که که بخشی از آن ذهنی و بخشی واقعی است. پیرس و همکارانش مطرح می نمایند که تئوری مالکیت روانی بر اساس دیدگاه ذهنی مالکیت زمانی است که "... افراد احساس می کنند مانند احساس مالکیت یا بخشی از خودشان و این ظهور می کند چون این بخشی از انگیزه های بشری را ارضا می کند."

فاکتورهای روانی در مالکیت روانی: طبق نظر پیرس و همکاران (۲۰۰۱) انگیزش های پشت حالت مالکیت روانی شامل تاثیر و تاثر، خود هویتی و داشتن مکان است. تاثیر و تاثر به نیاز افراد برای داشتن انتقال مطلوب در محیطشان جهت ارائه خروجی های مطلوب باز می گردد. این خروجی های مطلوب در بنگاه های کارآفرینانه شامل خلق ثروت (Wasserman, 2008; Townsend & Busenitz, 2008)، تغییر اقتصادی - اجتماعی (Townsend & Hart, 2008) خودکاربودن شخصی (Rauch & Ferese, 2007) یا یک board array دیگر خروجی های بالقوه. تضاد اصلی در کارآفرینی این است که کارآفرینان اغلب باید از حقوق کنترلی خودشان برای بدست آوردن منابع حیاتی جهت رسیدن به اهداف چشم پوشی کنند.

افراد از مالکیت برای هدف تعریف خودشان استفاده می کنند، برای تعریف خود به دیگران و تضمین ادامه این ابراز خود در طول زمان... " (Pierce et al., 2001). بعداً پیرس و همکاران (۲۰۰۱) پیشنهاد کردند که علاوه بر تاثیر و تاثر و خود هویتی، مالکیت روانی هم به افراد اجازه می دهد تا حس تعلق را در بنگاه مخاطره آمیز بسازند. معیارهای علی و معلولی مالکیت روانی: خود هویتی و یک حس تعلق پایه حس انگیزشی مالکیت روانی را می سازد، پیرس و همکاران (۲۰۰۱) مطرح می کنند که کنترل، دانش ضمنی و خود سرمایه گذاری از معیارهای علی و معلولی مالکیت روانی است.

این نشان می دهد که هرچه کارآفرین مدت بیشتری کنترل سازمانی را داشته باشد، پیوند روانی عمیق تری ایجاد می شود. علاوه بر این پیوند روانی یک کارآفرین به سازمانش منجر به افزایش سطح دانش درونی از بنگاه می شود. بخصوص پیرس و همکارانش (۲۰۰۱) مطرح می نمایند که " فردی با اطلاعات بیشتر و دانش دقیق تر در مورد یک هدف، منجر به افزایش ارتباط عمیق تر بین خود و هدف و بنابراین حس قوی تری از مالکیت می شود. " سومین عامل خود سرمایه گذاری است. پیرس و همکاران (۲۰۰۱) می گویند خود سرمایه گذاری یعنی " ... اشکال مختلف است از جمله روی سرمایه گذاری در زمان، ایده ها، و انرژی های فیزیکی، روانی و ذهنی ". در میان بنگاه های مخاطره آمیز، خود سرمایه گذاری به سرمایه های انسانی خاص باز می گردد که کارآفرینان در بنگاهشان انجام می دهند (Bates, 1990).

مالکیت روانی و اداره متمرکز

در متون اداره، مکانیسم های اداره (شامل مکانیزم های اتصال، کنترل و انگیزش ها) هستند که برای کاهش مشکلات بالقوه نمایندگی بین رؤسا و نمایندگان استفاده می کنند (Williamson, 1988).

این مکانیسم ها جهت کاهش عدم تقارن اطلاعات بین دو طرف، دو طرف را از انجام رفتاری که باعث آسیب به سازمان می شود، برحذر می دارد و مشوق رفتارهایی در نماینده می شود که برای سازمان مفید است.

قضیه ۱: ارتباط مثبتی بین مالکیت روانی کارآفرین و اداره متحد وجود دارد که مالکیت روانی بالاتر منجر به افزایش اتحاد بین اهداف کارآفرین و سازمان شده و مالکیت روانی کمتر منجر به کاهش اتحاد میان اهداف کارآفرین و سازمان می شود.

مبادلات منابع و اداره متمرکز

سازمان های کارآفرینانه معمولاً با محدودیت منابع برای رشد روبرو هستند (Baker & Nelson, 2005). به همین دلیل بسیاری از کارآفرینان به دنبال منابع خارجی شامل سرمایه یا وام هر زمان که امکان دارد، هستند.

گرفتن سرمایه بنگاه مخاطره آمیز به این معناست که یک کارآفرین نه تنها باید بخشی از سهم مالکیت خود را از دست بدهند بلکه باید کنترل هم کنند چراکه افراد مخاطره جو بطور معمول جایگاهی در هیئت مدیره دارند و آنها باید راهکارهای ایمنی برای محافظت از سرمایه سرمایه گذاران داشته باشند (Sahlman, 1990).

کارآفرینان با مالکیت روانی بالا می دانند که این اتمام کنترل و انتقال مالکیت به دیگران در مورد بنگاهشان برای اهداف رشد و حتی بقا لازم است.

قضیه ۲: تبادل منابع ارتباط بین مالکیت روانی و اداره متحد را تعدیل می کند به این صورت که نیاز بیشتر به دستیابی به منابع از اجزای خارجی ارتباط بین مالکیت روانی و اداره متحد را تضعیف می کند در حالیکه با نیاز کمتر کارآفرینان به منابع خارجی را با اداره متحد قوی تر می کند.

اداره متمرکز و خروجی های سازمانی

مزیت مالکیت روانی بالا این است که این هزینه های باقی مانده یا فقدان ها در اولین مرحله بسیار کمتر است زیرا تلاش های کارآفرین بطور مناسبی در راستای فواید سازمانی هدایت خواهد شد. علاوه بر این، این منجر به کاهش نیاز به مکانیزم های شدید اداره ای می شود که این باعث تاثیر دوبرابر مالکیت روانی است.

قضیه ۳: بین اداره متحد و خروجی های سازمانی ارتباط مثبتی وجود دارد به این صورت که سطوح بالاتری از اداره مرکزی هزینه های اداره را کاهش می دهد و باعث افزایش عملکرد سازمانی می شود در حالیکه سطوح پایین تر اتحاد منجر به افزایش هزینه های اداره شده و عملکرد سازمانی را کاهش می دهد.

خروجی سازمانی و مالکیت روانی

در تحقیقات پیشین نشان داده شد که مالکیت روانی مکرراً با عملکرد مالی بالاتر و تاثیر سازمانی کلی پیوند دارد. خروجی های سازمانی مثبت احتمالاً منجر به افزایش پیوند بین افراد و سازمان شد و تحقیقات پیشین روی اثرات منفی خروجی های سازمانی بر مالکیت روانی کاری انجام نداده اند.

قضیه ۴: بین عملکرد سازمانی براساس خروجی و مالکیت روانی ارتباط مثبتی وجود دارد بطوریکه سازمان ها با خروجی هایی فراتر از آستانه عملکرد کارآفرین منجر به افزایش مالکیت روانی می شود در حالیکه خروجی های سازمانی پایین تر از آستانه عملکرد کارآفرین مالکیت روانی کارآفرین را کمتر می کند.

مکمل های عامل PO

موضوع اصلی این مقاله مالکیت روانی است و جدای از کنترل هدفمند کارآفرینی روی بنگاه خاص می باشد. همانطور که اشاره شد دانش درونی بالاتر منجر به افزایش مالکیت روانی یک کارآفرین در مقابل بنگاه می شود. ما دانش درونی را بعنوان دانش ضمنی در طول زمان در رابطه با بنگاه تعریف می کنیم. وقتی که کنترل دارایی محور را برای بدست آوردن منابع حیاتی از دست می دهیم، انتظار داریم که مالکیت روانی همچنان بالاتر باشد.

خود سرمایه گذاری کارآفرین هم می تواند مالکیت روانی را زمانی کنترل کاهش می یابد، افزایش دهد. این سرمایه گذاری ها رابطه مثبتی با عملکرد سازمانی افزایش یافته (Bates, 1990; Gimeno, Folta, Cooper) (and woo, 1997)، تشخیص فرصت (Shepherd & DeTienne, 2004)، دسترسی به منابع خارجی (Cooper, Gimeno- Gascon & woo, 1994; Hsu, 2004) در میان دیگر عوامل دارد. علاوه براین، میزانی که کارآفرینان خروجی های سازمانی را با خود هویتی پیوند می دهند و سرمایه های انسانی خاصی را می سازند، ما انتظار داریم این ارتباط تاثیر کنترل کم را تعدیل کند.

قضیه ۵: دانش درونی ارتباط بین کنترلی که کارآفرین دارد و احساس مالکیت در مورد بنگاه را تعدیل می کند. به این ترتیب که مالکیت روانی کارآفرین با دانش درونی بالاتر افزایش می یابد حتی زمانی که کنترل هدفمند کاهش یافته و وقتی که هر دو فاکتور پایین است این کاهش می یابد.

قضیه ۶: خود سرمایه گذاری ارتباط بین کنترل کارآفرین در مورد بنگاه و احساس آنها در مورد مالکیت بنگاه را تعدیل می کند. به این ترتیب که وقتی خود سرمایه گذاری بالا باشد مالکیت روانی بیشتر می شود حتی زمانی که کنترل هدفمند پایین باشد. و وقتی هر دو فاکتور پایین باشند این احساس کاهش می یابد.

درباره نویسنده Dawn R. DeTienne

Dawn R. DeTienne استاد کارآفرینی در دانشکده کسب و کار است. تحقیقات ایشان در زمینه خروج کارآفرینانه، جنسیت و کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، و شناسایی فرصت است. پژوهش DeTienne در "آکادمی آموزش مدیریت و آموزش و پرورش"، "مجله کسب و کار مخاطره آمیز"، "نظریه کارآفرینی و تمرین"، "اقتصاد کسب و کار کوچک"، "مجله مدیریت فناوری بالا" و "معاملات IEEE روی مدیریت مهندسی" آورده شده است. در سال ۲۰۰۸، DeTienne جایزه پروفیسور مایکل H. Mescon / Coles کالج بازرگانی را برای مقاله در بخش کارآفرینی دریافت کرد. در سال ۲۰۰۹، او موفق به دریافت جایزه IDEA برای دلیل تحقیقات شد. او محقق داخلی بوده و پژوهشگر کسب و کار دانشگاه ایالتی کلرادو از سال ۲۰۰۹ به وی اعطا شد.

دکتر DeTienne به تازگی جایزه Accenture Outstanding Achievement را در تدریس و منحصر به دوره های کارآفرینی می پردازد. او عضو هیئت مدیره مالی Ten Thousand Villages - نمایشگاه تجاری، برای سازمان های غیرانتفاعی بوده و به عنوان مشاور دانشکده سازمان

کارآفرینان دانشگاهی CSU و به عنوان مدیر دانشکده کارآفرینی هیئت مشورتی می باشد. قبل از ادامه دکترا، او از کسب و کار کوچک مخاطره آمیزی که با یک شریک بنیان نهاده بود، با موفقیت خارج شد. Dawn در خدمت هیئت تحریریه "نظریه کارآفرینی و تمرین" و "مجله کسب و کار مخاطره آمیز" می باشد. او سردبیر «مجله آکادمی مدیریت آموزش و تحصیل» است. دکتر DeTienne نماینده بزرگ در بخش کارآفرینی آکادمی مدیریت و رئیس بخش کمیته ارتباطات کارآفرینی است.

تحصیلات

دکتری در استراتژی / کارآفرینی از دانشگاه کلرادو در بولدر بولدر ، CO ، 2002
MBA با تاکید بر : مسائل مالی از دانشگاه ایالتی کلرادو، فورت کالینز، CO، 1999
B.S.B.A. با تاکید بر : مسائل مالی از دانشگاه شمال کلرادو، گریلی، CO، 1991

مقالات برگزیده

تاثیر تجربه موسس بر نیات برای خروج.

اقتصاد کسب و کار کوچک : یک مجله کارآفرینی ، در دست اقدام
،D.R. DeTienne ، M. Cardon

علت و معلول فرآیندها : مطالعه ارزیابی

مجله کسب و کار مخاطره آمیز، در دست اقدام

D.R. DeTienne, G. Chandler, A. McKelvie, T. Mumford

مالکیت روانی در سازمان های کارآفرینی : توسعه نظری و مدل

مرزهای کارآفرینی، 2009

D.M. Townsend, D.R.DeTienne, R. Yithaki, J.D. Arthurs

شناسایی فرصت در بنگاه های خانوادگی

مجله بین المللی مدیریت کارآفرینی و نوآوری، 2009

G Chandler, J Hayton, Dawn R DeTienne

پیش بینی کننده سرمایه انسانی از مسیرهای خروج کارآفرین

مجله کسب و کار مخاطره آمیز، 2009

K Wennberg, J Wiklund, Dawn R DeTienne, M Cardon

خروج کارآفرینی به عنوان یک جزء حیاتی از فرایند کارآفرینی: توسعه نظری.

مجله کسب و کار مخاطره آمیز، 2009

Dawn R DeTienne

پیش بینی کننده های سرمایه انسانی از مسیرهای خروج کارآفرین

مجموعه مقالات آکادمی مدیریت، 2008

Karl Wennberg, Johan Wiklund, Dawn R DeTienne, Melissa Cardon,

تاثیر طرح سرمایه گذاری جدید در خروج کارآفرینی

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۸

Dawn R DeTienne, M Cardon

وضعیت خانواده و رویداد خروج: گسترش تئوری آستانه

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۷

R Justo, Dawn R DeTienne

سفسطه تنها بقای ماندگار: اثر انگیزه های بیرونی بر تصمیم گیری پایدار شرکت هایی با عملکرد ضعیف

مجله کسب و کار مخاطره آمیز، نشر ۲۳، شماره ۵، صفحات ۵۴۶-۵۲۸، سال ۲۰۰۸

Dawn R DeTienne, Dean Shepherd, Julio DeCastro

علت و معلول: توسعه سنجش و اعتبار

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۷

Gaylen Chandler, Dawn DeTienne, Troy Mumford

نقش جنسیت در شناسایی فرصت

نظریه کارآفرینی و عمل، نشر ۳۱، شماره ۳، صفحات ۳۵۶، آوریل ۲۰۰۷

Dawn DeTienne, Gaylen Chandler

کارآفرینان سازمانی چگونه از طرح های نوآوری نوپای یاد می گیرند: شناخت و توسعه نسخ پایان

نظریه کارآفرینی و عمل، نشر ۳۱، شماره ۶، صفحات ۸۵۲-۸۲۹، ۲۰۰۷

Andrew Corbett, Heidi Neck, Dawn DeTienne

شناسایی فرصت ها و نقش آن در کلاس درس کارآفرینی: رویکرد آموزشی و آزمون تجربی

کتابخانه بین المللی کارآفرینی، ۲۰۰۶

Dawn DeTienne

خروج کارآفرینی به عنوان یک جزء مهم از فرآیند کارآفرینی: راهبردها و طراحی

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۶

Dawn DeTienne, Melissa Cardon

تأثیر دانش پیشین و پاداش مالی در شناسایی فرصت ها

نظریه کارآفرینی و عمل، نشر ۲۹، شماره ۱، صفحات ۱۱۲-۹۱، ۲۰۰۵

Dean Shepherd, Dawn DeTienne

سابقه و نتایج بهره برداری از فرآیندهای شناسایی فرصت

مجموعه مقالات آکادمی مدیریت، ۲۰۰۵

Gaylen Chandler, D Lyon, Dawn DeTienne

شناسایی فرصت ها و نقش آن در کلاس درس کارآفرینی: رویکرد آموزشی و آزمون تجربی.

آکادمی مدیریت آموزشی و آموزش و پرورش، نشر ۳، شماره ۳، ۲۰۰۴

Dawn DeTienne, G Chandler

آزمون تجربی از عوامل زیست محیطی، سازمانی، و روند موثر بر نوآوری تدریجی و رادیکال

مجله پژوهش مدیریت تکنولوژی بالا، ۲۰۰۳

Christine Koberg, Dawn DeTienne, Kurt Heppard

کاربرد پیامدهای ناشی از فرایندهای کشف و خلق فرصت

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۳

Gaylen Chandler, D Lyon, Dawn DeTienne

سفسطه تنها بقای ماندگار: دیدگاه های شناخت اجتماعی در تداوم شرکت های کارآفرینی با عملکرد ضعیف.

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۲

Dawn DeTienne, Dean Shepherd, Julio DeCastro

تسخیر عوامل محیطی و سازمانی که منجر به نوآوری ناپیوسته می شود

معاملات IEEE در مهندسی، مدیریت، ۲۰۰۲

Dawn DeTienne, Christine Koberg

کشف فرصت ها: ناهنجاری ها، تجمع و هوشیاری

مرزهای کارآفرینی، ۲۰۰۱

D Shepherd, Dawn DeTienne

نگاهی تازه در نوآوری های تدریجی و رادیکال در شرکت کارآفرینی

انجمن ایالات متحده از تجارت کوچک و کارآفرینی (USASBE)، ۲۰۰۱

Dawn DeTienne, Christine Koberg, Kurt Heppard

قانون حمایت از صاحب خانه : حفاظت از آنها و چه هزینه ای؟

امور مالی املاک و مستغلات، ۱۹۹۹

Dawn DeTienne, Elaine Worzala

کتاب ها

پیشرفت در کارآفرینی، ظهور شرکت و رشد آن

فصل (ها) ارتباط نظریه های تغییر برای محققان کارآفرینی سازمانی

۲۰۰۳

Dawn DeTienne

جوایز، افتخارات و گرانته ها

کالج پژوهشگر کسب و کار سال گذشته از دانشگاه ایالتی کلرادو، ۲۰۰۹

جایزه IDEA برای پیمان پژوهش از بخش کارآفرینی آکادمی مدیریت از شیکاگو، IL، ۲۰۰۹

ریاست پژوهشگر از کالج بازرگانی، دانشگاه ایالتی کلرادو، ۲۰۰۹

هفتمین کالج سالانه کسب و کار نهار تحقیقات تشخیص از کالج بازرگانی، ۲۰۰۸

Michael H. Mescon/Coles Colege از کسب و کار دریافت جایزه بهترین مقاله تجربی از

آکادمی بخش مدیریت کارآفرینی، ۲۰۰۸

جایزه IDEA برای وعده تحقیقات. بهترین مقاله آکادمی کنفرانس مدیریت سال ۲۰۰۸ (تقسیم کار آفرینی) است که هنوز از آکادمی مدیریت، ۲۰۰۸ منتشر نشده

Accenture دستاورد برجسته در جایزه تدریس را از دانشگاه ایالتی کلرادو، ۲۰۰۸

ششمین کالج سالانه کسب و کار ناهار تحقیقات تشخیص از کالج بازرگانی، ۲۰۰۷

نامزد جایزه آکادمی غربی مدیریت پژوهشگر سعودی از آکادمی های غربی از مدیریت، ۲۰۰۷

نامزد نهایی برای آکادمی مدیریت آموزشی و آموزش ۲۰۰۴ جایزه بهترین مقاله، آکادمی مدیریت نشست سالانه، هونولولو، HI. از آکادمی مدیریت، ۲۰۰۵

ارائه ها در همایشهای علمی

فروش بدون فروش؟ انجام کارآفرینی اجتماعی از طریق ارزیابی خروجی

آکادمی نشست سالانه مدیریت، مونترال، کانادا، ۲۰۱۰

Dawn R DeTienne

مالکیت روانی سازمان کارآفرینی: توسعه نظری و مدل

آکادمی نشست سالانه مدیریت، مونترال، کانادا، ۲۰۱۰

Dawn R DeTienne

طرح شناختی

مرکز تحقیقات کارآفرینی در Bocconi (ENTER) دانشگاه Bocconi، میلان، ایتالیا، 2010

Dawn R DeTienne

مفهوم سازی دوباره و آزمایش خروج، نرخ خروج، مسیرهای خروج، و لینک شکننده ای به عملکرد شرکت
کنفرانس پژوهش کالج کارآفرینی بابسون، اکول پلی تکنیک Fédérale د لوزان، سوئیس، 2010

Dawn R DeTienne

تاثیر علت و معلول و رویکردهای انجामी بر روی استراتژی های خروج کارآفرینی و اثر تعدیل انگیزه
کنفرانس پژوهش کالج کارآفرینی بابسون، اکول پلی تکنیک Fédérale د لوزان، سوئیس، ۲۰۱۰

Dawn R DeTienne

انتقال دانش داخل شرکتی: روش انتقال در انواع مختلف دانش

آکادمی نشست سالانه مدیریت، شیکاگو، IL، ۲۰۰۹

Dawn R DeTienne

بنگاه های کارآفرینانه اجتماعی و پایدار: اکتشاف استراتژی خروج

کالج بابسون بنیاد کافمن، کنفرانس کارآفرینی پژوهش، پارک بابسون، ماساچوست، ۲۰۰۹

Dawn R DeTienne, Yolanda Sarason

مالکیت روانی در سازمان های کارآفرینی: توسعه نظری و مدل

کالج بابسون بنیاد کافمن، کنفرانس کارآفرینی پژوهش، پارک بابسون، ماساچوست، ۲۰۰۹

D Townsend, Dawn R DeTienne, J S Arthur

وضعیت خانواده و رویداد خروج: توسعه تئوری آستانه

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون- بنیاد کافمن، چپل هیل، کارولینای شمالی، ۲۰۰۸

Rachida Justo, Dawn DeTienne

تاثیر طرح سرمایه گذاری جدید در خروج کارآفرینی

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون- بنیاد کافمن، چپل هیل، کارولینای شمالی، ۲۰۰۸

Dawn R DeTienne, Melissa Cardon

پیش بینی کننده سرمایه انسانی مسیرهای خروج کارآفرین

آکادمی نشست سالانه مدیریت، آناهیم، کالیفرنیا، ۲۰۰۸

Karl Wennberg, Johan Wiklund, Dawn R DeTienne, Melissa Cardon

شناخت منحنی پایان : شکست و یادگیری در کارآفرینی سازمانی

آکادمی نشست سالانه مدیریت، فیلادلفیا، پنسیلوانیا، ۲۰۰۷

Andrew Corbett, Heidi Neck, Dawn DeTienne

اعتبارسازی علت و معلول و سازه های انجام

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، مادرید، اسپانیا، ۲۰۰۷

Gaylen Chandler, Dawn DeTienne, Troy Mumford

خروج کارآفرینی و اهمیت آن در مطالعه فرآیند کارآفرینی: استراتژی ها و طراحی

آکادمی جلسه سالانه ملی مدیریت، آتلانتا، جورجیا، ۲۰۰۶

Dawn DeTienne

خروج کارآفرینی به عنوان جزء مهم از فرآیند کارآفرینی: راهبردها و طراحی

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، بیرمنگام، ایندیانا، ۲۰۰۶

Dawn DeTienne, Melissa Cardon

نقش جنسیت و دانش پیشین در شناسایی فرصت

آکادمی مدیریت جلسه ملی سالانه، هونولولو، هاوایی، ۲۰۰۵

Dawn DeTienne, Gaylen Chandler

توسعه مقیاس و آزمون تجربی از علت و معلول ساراسواتی و فرآیندهای انجام و ظهور کسب و کار

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، پارک بابسون، مریلند، ۲۰۰۵

Gaylen Chandler, Dawn DeTienne

چرا افراد فرآیندهای شناسایی فرصت های مختلف را دنبال می کنند و آن را واقعا مهم می دانند؟

آکادمی جلسه سالانه ملی مدیریت، هونولولو، هاوایی، ۲۰۰۵

Gaylen Chandler, Dawn DeTienne, Douglas Lyon

نقش حافظه سازمانی در شرکت های بزرگ کارآفرینی.

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، پارک بابسون، مریلند، ۲۰۰۵

Dawn DeTienne, Andrew Corbett

آموزش کارآفرینی: آکادمی آموزش مدیریت و آموزش و پرورش موضوعات ویژه

جلسات انجمن متحد کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی (USASBE) در شیکاگو، ایلینوی، هند ولز،

کالیفرنیا، ۲۰۰۵

Dawn DeTienne

توسعه تئوری زمینه ای و آزمایش تجربی فرایندهای شناسایی فرصت

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، گلاسکو، اسکاتلند، ۲۰۰۴

Dawn DeTienne, Douglas Lyon

اثر انگیزه های بیرونی بر تصمیم گیری های ماندگار از شرکت های کوچک با عملکرد ضعیف

نشست سالانه آکادمی ملی مدیریت، سیاتل، واشنگتن، ۲۰۰۳

Dawn DeTienne, Dean Shepherd, Julio DeCastro

کاربرد نتایج ناشی از فرآیندهای کشف / خلق فرصت

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، پارک بابسون، مریلند، ۲۰۰۳

Gaylen Chandler, Douglas Lyon, Dawn DeTienne

آیا توجه به فرهنگ به کارآفرینان شرکتی اهمیت دارد؟ فرهنگ نوآور محور و عملکرد شرکت

نشست سالانه آکادمی ملی مدیریت، سیاتل، واشنگتن، ۲۰۰۳

Dawn DeTienne, Christine Koberg

براون و رقابت اشتونگارت روی لبه: آزمون تجربی استراتژی به عنوان آشوب های ساختاریافته

جلسه سالانه آکادمی ملی مدیریت، دنور، کلرادو، ۲۰۰۲

Kurt Heppard, Christine Koberg, Dawn DeTienne

سفسطه تنها بقای ماندگار: دیدگاه های شناخت اجتماعی در تداوم شرکت های کارآفرینی با عملکرد ضعیف

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، بولدر، کلرادو، ۲۰۰۲

Dawn DeTienne, Dean Shepherd, Julio DeCastro

نوآوری و رقابت روی لبه: آزمون تجربی براون و اشتودگارت (۱۹۹۸).

جلسات اجتماعی مدیریت استراتژیک، سان فرانسیسکو، کالیفرنیا، ۲۰۰۱.

Kurt Heppard, Dawn DeTienne

یادداشتی فلسفی در کشف فرصت

نشست سالانه آکادمی ملی مدیریت، واشنگتن، منطقه کلمبیا، ۲۰۰۱

Dawn DeTienne

به سوی درک درستی از فرهنگ نوآورانه می تواند به مزیت رقابتی پایدار برای شرکت کارآفرینی منجر شود

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، یونشوپینگ، سوئد، ۲۰۰۱

Dawn DeTienne, Christine Koberg, Kurt Heppard

نگاهی تازه به نوآوری های رادیکال و تدریجی

انجمن متحده کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی (USASBE) جلسات شیکاگو، ایلینوی، اورلاندو، فلوریدا

، ۲۰۰۱

Dawn DeTienne, Christine Koberg, Kurt Heppard

کشف فرصت ها: ناهنجاریها، تجمع و هوشیاری

کنفرانس پژوهش کارآفرینی کالج بابسون - بنیاد کافمن، یونشوپینگ، سوئد، ۲۰۰۱

Dean Shepherd, Dawn DeTienne

کارآفرینی و اطلاعات را از طریق لنز نظریه بازار کارآمد

نشست سالانه آکادمی ملی مدیریت، تورنتو، کانادا، ۲۰۰۰

Dawn DeTienne, Julio DeCastro

بحث و نتیجه گیری

دی تنه طی تحقیقات خود در سه فیلد اصلی فعالیت نمود که عبارتند از: تشخیص فرصت، انواع نوآوری‌ها و استراتژی خروج و عوامل موثر بر آن.

نوآوری رادیکالی و نوآوری تدریجی

پویایی‌های محیطی ادراکی پیش‌بینی‌کننده مثبت نوآوری‌های تدریجی و رادیکال است. اندازه و سن بنگاه با نوآوری تدریجی ارتباط داشته اما با نوآوری رادیکال ارتباطی ندارد. سن مدیر اجرایی ارتباط مستقیمی با نوآوری رادیکال دارد. پیوندهای درون‌سازمانی پیش‌بینی‌کننده مثبت نوآوری تدریجی و رادیکال است.

یافته‌های دریافتی از گروه صنایع فضایی و الکترونیکی پیشنهاد می‌کند که مدیران کارآفرینی که بیش از ۳ سال در این منصب هستند بیشتر نوآوری تدریجی داشته‌اند و نوآوری تدریجی در حداقل بود.

نتایج ما نشان می‌دهد که متغیرهای زیر منجر به نوآوری تدریجی می‌شوند: پویایی‌های محیطی ادراکی، سن و اندازه بنگاه، پیوندهای درون‌ساختاری و سن مدیر اجرایی. متغیرهای زیر برای نوآوری رادیکال در نظر گرفته می‌شود: پویایی‌های محیطی، پیوندهای درون‌ساختاری، تجربه، گذار و سلسله مراتب پروژه یا محصول.

از نتایج چنین بر می‌آید که تغییر محیطی اساساً با نوآوری‌های تدریجی و رادیکال در ارتباط است. در میان تغییرات محیطی و عدم اطمینان‌های توصیف شده توسط مدیران اجرایی در هر دو صنعت فضایی و الکترونیک، بحران‌های اقتصادی و عدم اطمینان، چرخه درخواست، بحران‌های آسیا، ورود دیگر شرکتهای صنایع، رشد دو دهمی و "انقلاب پهنای باند". یافته‌ها نشان می‌دهد که نوآوری رادیکال با پویایی محیطی افزایش یافته و این با

گفته های توشمن و رومانلی^{۱۹} (۱۹۸۵) که مطرح می نمایند: "سازمان های موثر در محیط هایی با عدم اطمینان های تکنولوژیکی، قانونی یا اجتماعی هستند" مطابقت دارد.

برخلاف انتظارات نوآوری تدریجی با افزایش سن و اندازه بنگاه افزایش می یابد. نتایج ما ایده مطرح شده توسط هریبگ (۱۹۹۴) تایید می کند که بنگاه های قدیمی تر و بزرگتر بیشتر نوآوری های تدریجی دارند. هرچند که، هریبگ انتظار دارد که بنگاه های جوان تر و کوچکتر نوآوری های رادیکالی داشته باشند و تحقیقات ما این را ثابت نکرد.

یافته های دی تنه و همکاران (۲۰۰۷) نشان می دهد که با افزایش تعداد پیوندهای درون سازمانی نوآوری های تدریجی و رادیکال افزایش می یابد. یافته ها حاکی از آن است که نوآوری رادیکالی رابطه مثبتی با روندها، آزمایش و گذار یا گام های ترتیبی داشته در حالیکه نوآوری های تدریجی اینگونه نیستند. به این معنا که فرایند های هسته ای در تمامی تشکیلات سازمانی یکی نیست. آن بنگاه هایی که نوآوری رادیکالی دارند بیشتر تمایل به استفاده از ابتکار، تجربه و روندهای آزمایشی دارند.

انتظار داشتیم که مدیران تحصیل کرده و جوان تر با مدت زمان ماندگاری کمتر رابطه مثبتی با نوآوری تدریجی و رادیکالی داشته باشند و ما دریافتیم که سن مدیر پیش بینی کننده منفی در نوآوری تدریجی است، به این معنا که سن پایین تر مدیر با نوآوری تدریجی رابطه منفی داشته در حالیکه ما رابطه ای در مورد نوآوری رادیکالی نیافتیم.

یافته‌ها برای مدیران کارآفرینی که در جستجوی نوآوری میان محیط پویا با رقابت بالا هستند، کاربرد دارد. رهبران که می‌خواهند فرصت‌های را شناسایی، خلق و بهره‌برداری کنند باید روند نوآوری خود را به طور موفقیت‌آمیزی مدیریت کنند. این مطالعه پیشنهاد می‌کند که اندازه و سن سازمان مانند پویایی‌های خارجی منجر به افزایش پتانسیل نوآوری می‌شود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که گام‌هایی وجود دارد و مدیر می‌تواند آنها را برداشته تا باعث افزایش پتانسیل نوآوری شود و این شامل استفاده از پیوندهای درون سازمانی است.

علاوه بر این، استفاده از آزمایش و ابتکار فرایندهای سازمانی است که مدیران سازمانی باید در نظر بگیرند.

نوآوری ناپیوسته

توسعه و رشد نوآوری ناپیوسته برای رشد اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردار بوده و هنوز راه اصلی است که با آن بنگاه‌های می‌توانند مزیت رقابتی داشته باشند {۶۸}. نوآوری ناپیوسته ممکن است به سرمایه‌گذاری بیشتری نیاز داشته باشد و ریسک بیشتری همراه خود دارد، اما بازگشت بیشتری هم می‌تواند داشته باشد.

نوآوری ناپیوسته با پویایی محیطی افزایش یافته و با پیشنهاد توشمن و همکارانش {۶۵} که "سازمان‌های موثر در محیط‌هایی با تکنولوژی جایگزین یا با عدم اطمینان اجتماعی و قانونی رو هستند و از نوآوری ناپیوسته استفاده می‌نمایند، مطابقت دارد. همچنین یافته‌ها با تئوری پیچیدگی و نظر استر^{۲۰} مطابقت دارد که سازمان‌ها در محیط‌هایی شکل می‌گیرند که در آن ایده‌های جدید دائماً توسعه می‌یابد {۴۶}.

ساختار و روند درون سازمان بخصوص پیوندهای درون سازمانی، آزمایش، گذار یا ترتیب از محصولی به محصول دیگر در نوآوری ناپیوسته مشارکت دارد. مدیران ارشد می توانند بنگاه خود را شکل داده و روندهایی را مانند آزمایش و گذار اجرا نمایند که در توانایی بنگاه برای نوآوری مشارکت داشته باشد.

سازمان های بزرگتر و با قدمت بیشتر تثبیت و فشارهای سکون را تجربه کرده و در نتیجه نوآوری ناپیوسته کمتری دارند.

هرچند که نویسندگان {۲ و ۱۸} دریافتند که سن و مدت زمان اقامت در مدیریت رابطه مثبتی با تثبیت و رابطه منفی با ریسک پذیری دارد، اما ما نتوانستیم سن و مدت اقامت در مدیریت مدیران ارشد را با نوآوری ناپیوسته ارتباط دهیم. شاید به این دلیل که گارتنر {۲۳} می گوید اینکه چه کسی کارآفرین است کلاً سؤال اشتباهی است.

همچنین دریافتیم که نوآوری ناپیوسته با اندازه بنگاه با نرخ کمتری که مدیران بر سر پست آمده اند و نرخ بالاتری برای بنگاه هایی که مدیران مدت زمان زیادی است بر سر پست هستند، کاهش می یابد.

بنگاه هایی که مدیران آنها مدت زمان کمتری است بر سر پست هستند نوآوری ناپیوسته بیشتری نسبت مدیرانی دارند که مدت زمان زیادی است بر سر پست هستند.

در نهایت دریافتیم که نوآوری ناپیوسته در بنگاه ها با ساختارهای درون سازمانی با نرخ بالاتر برای بنگاه هایی است که مدیران جوان تری دارد و برای شرکت هایی که ساختارهای درون سازمانی اما با مدیران پیرتری دارند این نوآوری ناپیوسته کمتر است.

یافته‌های حیاتی در این مطالعه چنین است که آموزش SEEC بر توانایی دانش‌آموزان جهت تولید ایده‌های بیشتر برای فرصت‌های کسب و کار با ویژگی نوآورانه‌تر تأثیرگذار است.

این تحقیق پیشنهاد می‌کند که مدل‌های جستجوی انفعالی بر خلاقیت بعنوان روشی برای تشخیص فرصت می‌دانند. برای مربیان این یافته‌ها یک محتوای مناسب و روش آموزشی خوبی را برای آموزش کارآفرینی پیشنهاد می‌کند.

ما دریافتیم که آموزش SEEC تأثیر بیشتری روی تعداد و نوآوری ایده‌های به نسبت تمایل آنها برای نوآوری دارد.

در اینجا سه فرض اول تأیید نشد. اول اینکه اشخاص که ذاتاً خلاق‌تر هستند کمتر به محیط توجه دارند. دوم اینکه افراد نوآورتر کمتر تمایل به تسهیم ایده‌هایشان با دیگران دارند.

نکته مهم این است که توانایی تولید ایده‌های کسب و کار نوآورانه بعنوان شرطی لازم و نه کافی برای کارآفرینی است که کسب و کارهای پولساز را با مزایای رقابتی پایدار بر اساس نوآوری محصولاتشان یا فرایندها توسعه می‌دهند.

جنسیت و تشخیص فرصت

این تحقیق نه تنها در تشخیص فرصت بلکه تأییدی بر برخی از مفروضات تئوری فمینیسم اجتماعی است. اول ما دریافتیم که مردان و زنان سرمایه‌های انسانی منحصر به فردی را دارند که بطور متفاوتی برای تشخیص فرصت استفاده می‌کنند. زنان و مردان زمینه‌های تجربی و روش تفکری متفاوتی دارند (Carter & Williams,)

2003). علاوه بر این، نتایج از هر دو نمونه پیشنهاد می کند که اگرچه مردان و زنان سلسله مراتب تشخیص فرصت متفاوتی را دنبال می کنند اما تفاوتی در نوآوری فرصت هایی که کشف می کنند وجود ندارد. این فرض دیگر تئوری فمینیسم اجتماعی را که مردان و زنان فرایندهای متفاوت را دنبال می کنند، تایید می کند اما "نه زنان و نه مردان هیچ مدان برتر از دیگری نیستند (Fisher et al., 1993). مردان و زنان با ذخایر دانشی متفاوت از فرایند تشخیص فرصت استفاده می کنند.

طبق نظریه منبع محور منابع منحصر به فرد شخص یا بنگاه با مزایای رقابتی در ارتباط است (Alvarez & Busenitz, 2001; Barney, 1991).

ماهمچنین دریافتیم که زنان بیشتر از سلسله یادگیری/نوآوری و مردان بیشتر از یادگیری/جذب و یادگیری/جایگزینی استفاده می نمایند. این یافته های مهم فرضیه را که زنان و مردان این فرایندهای متفاوت را دنبال می کنند تایید می کند و بینشی ایجاد می کند که چرا این اتفاق می افتد. یک توضیح این است که استراتژی های متفاوت بنیان در مردان و زنان متفاوت است. این یافته که زنان بیشتر از مردان از یادگیری/نوآوری استفاده می کنند تحقیق اینکه زنان استراتژی خاصی را انتخاب می کنند که روی محصولات با کیفیت بالا و طرح جذاب تمرکز می کنند، تایید می نماید (Chaganti & Parasuraman, 1996; Kalleberg & Leicht, 1991). علاوه بر این یافته ها حاکی از آن است که مردان بیش از زنان از یادگیری/جذب استفاده می کند. توضیح این است که مردان بخاطر انگیزه های موفقیت مالی (Carter et al., 2003) بیشتر فرصت هایی را شناسایی می کنند که بتوانند سریعاً جریان های مالی را داشته باشند.

مقایسه در آغاز کسب و کار در صنایع خاصی مردان و در برخی دیگر زنان حاکم هستند (Anna Chandler, Jansen & Mero, 1999). مثلاً کالبرگ و لیش^{۲۱} (۱۹۹۱) دریافتند که زنان بیشتر از مردان در زمینه سلامتی فرصت‌ها را تشخیص می‌دهند.

در نهایت یافته‌های ما نشان می‌دهد که باید روش‌های آموزشی چندگانه‌ای برای کارآفرینان بالقوه استفاده شود. چون زنان و مردان از سرمایه انسانی متفاوت و روندهای متفاوتی دارند "با یک روش تدریس" راه مناسبی برای آموزش نمی‌باشد.

این مطالعه نشان می‌دهد که جنسیت برای پاسخ به سؤال اینکه چرا، چه موقع و چطور برخی افراد فرصت‌های خاصی را بهره‌برداری می‌کنند، مناسب است (Shane & Venkataraman, 2000). این مطالعه بر اساس تئوری فمینیسم اجتماعی است و دلایلی مبنی بر این است که مردان و زنان از سرمایه‌های انسانی متفاوتی استفاده می‌کنند و بطور متفاوتی از فرایند تشخیص فرصت استفاده می‌کنند هرچند که نوآوری آنها متفاوت نیست. این بیان می‌دارد که بجای یک راه‌راه‌های متفاوتی برای موفقیت کسب و کار مخاطره‌ای جدید وجود دارد.

دانش پیشین، پاداش بالقوه مالی و تشخیص فرصت

ما دریافتیم که ارتباط بین دانش پیشین و پاداش مالی بالقوه پیچیده‌تر از یک رابطه مستقیم است. تحلیل‌های عمیق‌تر پیشنهاد می‌کند که ماهیت ارتباط بین پاداش مالی بالقوه و فرصت‌های شناسایی شده بر اساس تفاوت در دانش پیشین آنها درباره مشتری متفاوت است. چنین یافته‌هایی با مطالعات انگیزش که تاثیر پاداش مالی بالقوه را بر

انگیزش با سطح دانش افراد بررسی می کند، مزابقت دارد (Csikszentmihayli, 1975, 2000; Maheswaran & Sternthal, 1990).

یافته های ما در مورد رابطه مثبت بین پاداش مالی بالقوه و تعداد فرصت های شناسایی شده با مطالعات گیلاد و لوین (۱۹۸۶) مطابقت دارد که مطرح می نمایند " جذابیت، سوددهی بالقوه فرصت های کسب و کار افراد را جذب کرده و وادار به فعالیت های کارآفرینانه می کند.

شاپرو و سوکول (۱۹۸۲) و دیگران بحث کرده اند که میزان جستجوی افراد برای کارآفرینی به فراز و فرودها بستگی دارد. فرودها مانند جنبه های منفی موقعیت کنونی افراد است. و در اینجا پاداش مالی بالقوه مانند فرازهای موضوع می ماند که افراد را وادار به کارآفرینی می کند.

همچنین دریافتیم که دانش پیشین بالاتر از مشکلات مشتریان منجر به شناسایی فرصت های بیشتر و همچنین فرصت هایی با نوآوری بالاتر می شود که این با مطالعات محققان کارآفرینی از دیدگاه مکتب اتریشی مطابقت دارد.

این مطالعات نشان داد که تعداد فرصت های تولیدشده و نوآوری های فرصت ها بنیان های یکسانی دارند. این یافته ها نشان می دهد افرادی که می توانند با طوفان ذهنی به راه حل های بیشتری دست یابند بیشتر تمایل به راه حل های نوآورانه دارند. این یافته ها تحقیقات پیشین را در مورد تکنیک های طوفان ذهنی تقویت می کند (Osborn, 1957; Proctor, 1995).

استراتژی های خروج کارآفرینانه

ویژگی های سرمایه انسانی کارآفرین روی استراتژی های خروج کارآفرین تاثیر گذار است. افرادی که استراتژی خروج را در نظر می گیرند با کسانی که در نظر نمی گیرند از لحاظ دو متغیر - سن (کارآفرینان پیرتر بیشتر این مورد را در نظر گرفته) و افراد تحت آموزش پزشکی.

سن بنگاه و اندازه پیش بینی کننده هیچ کدام از استراتژی های خروج نبود. سرمایه گذاری اولیه کلی سه استراتژی را پیش بینی می کند - فروش به شخص دیگر، به بنگاهی دیگر، و IPO (که هرچه این سرمایه گذاری بیشتر باشد تمایل بیشتری برای استفاده از استراتژی خروج IPO وجود دارد).

استراتژی جانشینی خانوادگی با سطح تحصیلات تعیین می شود (افراد با سطح تحصیلات بالاتر کمتر از استراتژی جانشینی خانوادگی استفاده می نمایند). خرید توسط کارمند با تجربه صنعتی و تجربه کارآفرینانه قبلی تعیین می شود.

IPO با سطح تحصیلات (بالاتر) تعیین شده و تصفیه حساب شرکتی بنگاه با سن (بیشتر با این متغیر)، تحصیلات عمومی و تحصیلات کسب و کار (تاحدودی) و تجربه کار (کمتر) تعیین می گردد.

در این مقاله مطرح نمودیم که خروج کارآفرینانه حوزه ای جداگانه در مبحث کارآفرینی است و اگرچه مورد تحقیق قرار نگرفته اما از موضوعات اساسی است.

یافته ها نشان می دهد که تئوری سرمایه انسانی برای کشف عواملی که منجر به انتخاب نوع خاصی از استراتژی خروج می شود، سودمند است. خصوصاً این تحقیقات پیشنهاد می کند که چون همه کارآفرینان نهایتاً از بنگاهشان خارج می شوند، باید برای آن برنامه ای داشته باشند، همانطور که بیشتر نمونه تحقیق ما داشتند.

همانطور که انتظار داشتیم دریافتیم که کارآفرینانی که استراتژی خروج را در نظر می گیرند از آنها که نمی گیرند از لحاظ سرمایه های انسانی متفاوت هستند. افراد مسن تر با احتمال بیشتری استراتژی خروج داشته اند و افراد با آموزش پزشکی کمتر. و نیز استراتژی خروجی که یک نفر انتخاب می کند تحت تاثیر عناصر انسانی کارآفرینان است.

همچنین کارآفرینان با تحصیلات بالاتر کمتر از استراتژی جانشینی خانوادگی استفاده می کنند و بیشتر IPO را در نظر می گیرند. افراد با تجربه کارآفرینانه استراتژی فروش به یک شخص، فروش به کارمند و تصفیه حساب شرکتی را در نظر می گیرند. کارآفرینان مسن تر بیشتر در پی استراتژی تصفیه حساب شرکتی و فروش به کارمند هستند. افراد با تجربه صنعتی بشتر فروش به کارمند را ترجیح می دهند. افراد با تحصیلات عمومی و افراد با آموزش های کسب و کار بیشتر استراتژی تصفیه حساب شرکتی و آنهایی که آموزش های مهندسی و کسب و کاری داشته اند کمتر فروش به شخص دیگر را در نظر می گیرند.

تاثیر تجربه بنیانگذار روی خروج کارآفرینانه

در این مقاله به چهار بعد پرداختیم. اول دلایلی ارائه شد که کارآفرینان استراتژی های خروجی خاصی دارند، بسیاری از آنها به برون داده مثبت آن توجه دارند که اهمیت استراتژی خروج کارآفرینانه را نشان می دهد که این با شکست بنگاه متفاوت است.

دوم اینکه این مقاله در ابتدا به بررسی ارتباط بین متغیرهای سرمایه انسانی مانند تجربه قبلی پرداخت. نتایج نشان می دهد که نیت خروج متفاوت می تواند با تجربه قبلی کارآفرین ارتباط دارد.

علاوه بر این تحقیقات ما نشان می دهد که سرمایه های انسانی کارآفرینان در بنگاه های کوچک از اهمیت زیادی در استراتژی خروج نسبت به بنگاه های بزرگ دارد. یک دلیل این است که بنگاه ها رشد کرده و منابع بیشتری را دریافت می کند منابع اولیه سرمایه انسانی بنیانگذار پراکنده شده و تاثیر کمتری روی برون دادهای بنگاه مانند خروج دارد.

تحقیقات ما نشان می دهد که کارآفرینان اغلب برای خروج برنامه ریزی می کنند که این خروج با تجربه قبلی در ارتباط است و اغلب آنها دلایل هدفمندی برای خروج دارند که نمی توان با شکست یکی دانست.

دریافتیم که سن و سطح تحصیلات روی استراتژی خروج جانشینی خانوادگی تاثیر گذار است. کارآفرینان جوانتر کمتر به این استراتژی می اندیشند و این معقول است چرا که آنها فرزند جوانی ندارند. جالب است که بدانیم جانشینی خانوادگی با سطح تحصیلات رابطه منفی دارد.

در مورد تجربه صنعت، افرادی که با تجربه ترند آستانه عملکرد پایین تری داریم و بنابراین تمایل بیشتری برای ماندن حداقل بعنوان فقط یک سهامدار دارند تا زمانی که کارمندان به آهستگی بتوانند خرید کنند و نقش های مدیریتی را در نظر بگیرند.

از آنجا که ارتباط بین تجربه کارآفرینانه و تملک کاملاً منفی است این بر می آید که افراد با تجربه کارآفرینی انتظار رشد و آستانه عملکرد بالاتری دارند و از استراتژی تملک استفاده می کنند.

تاثیر ساختار بنگاه مخاطره آمیز بر خروج کارآفرینانه

ما بررسی کردیم که سه نوع منبع استراتژیک منابع انسانی (اندازه تیم موسس)، منابع تکنولوژیکی (سطح نوآوری) و منابع مالی (سرمایه گذاری اولیه و درصد مالکیت) روی انتخاب استراتژی خاص برای خروج تاثیر دارد. دریافتیم که همه کارآفرینان با پاداش های مالی انگیزه پیدا نمی کنند و دلیل خروج می تواند انگیزه های شخصی و غیر مادی باشد (Petty, 1997)، بنابراین مهم است که تاثیر منابع مختلف را روی تصمیم گیری برای خروج در نظر بگیریم.

منابع انسانی تمایل بیشتری به خروج با استراتژی IPO دارند. اندازه تیم موسس با استراتژی IPO رابطه مستقیمی دارد. این به این علت است که تیم های بزرگتر رشد محوری بیشتری با بنگاهشان دارند، که با بازدهی بالا در ارتباط است مثل IPO. منابع تکنولوژیکی هم با استراتژی IPO در ارتباط است و آنها که کالاهای نوآورانه تری دارند پایه منابع گسترده تری دارد. در عوض، ارتباط بین منابع مالی و استراتژی خروج بستگی به منابع خاص دارد. هر جا که سرمایه گذاری بیشتر باشد، کارآفرینان بیشتر از استراتژی IPO یا فروش استراتژیک استفاده می نمایند. این بخاطر انگیزه اولیه کارآفرین شدن است و بنابراین در پی راه هایی هستند که بازدهی مالی بالاتر داشته باشد. درصد مالکیت با استراتژی فروش به شخص دیگری همراه است. این بعلاوه مفهوم روانی مالکیت (Pierce et al., 2001) است در حالیکه اشخاص بطور شخصی با بنگاهشان ارتباط دارند و بنابراین به دنبال استراتژی هایی هستند که به طریقی با بنگاه ارتباط داشته باشند.

فروش به شخص با منابع مالی برحسب درصد مالکیت یک شخص و نه منابع انسانی و تکنولوژیکی همراه است. فروش استراتژیک با سرمایه اولیه در بنگاه و نه منابع انسانی و تکنولوژیکی است. در نهایت خروج از طریق IPO با سه منبع استراتژیک همراه است: انسانی، تکنولوژیکی، مالی.

ارتباط بین اندازه تیم موسس و استراتژی خروج IPO پیشنهاد می کند بنگاه هایی که با تعداد بیشتری افراد ایجاد شده در جستجوی استراتژی های رشد بالایی هستند که شامل توسعه محصول سریع، توسعه جغرافیایی یا تملک بنگاه های کوچکتر جهت افزایش شانس آنها برای IPO مثبت است.

موقعیت خانوادگی و رویداد خروج: گسترش تئوری آستانه

ما اثبات کردیم که تاثیر ساختار خانواده کارآفرین روی خروجی بنگاه مخاطره ای زیاد است. بخصوص اینکه ما دریافتیم ازدواج و وابستگی خانوادگی به کسب و کار پیش بینی کننده های قوی خروج اختیاری هستند. علاوه براین، نتایج نشان می دهد که ارتباط بین خروج اختیاری و جنسیت بیش از آنچه که قبلاً بررسی شده پیچیده است. زنان بیش از مردان تمایل به خروج از بنگاه ها دارند. در حالیکه اشخاص متاهل از هر دو جنسیت تمایل به خروج دارند این تاثیر روی زنان بیش از مردان کارآفرین است. علاوه براین، زنان کارآفرین در کسب و کارهای خانوادگی بیش از مردان تمایل به خروج دارند. اگر زنان کار سازمانی را بخاطر مالکیت کسب و کار ترک کنند تا یک توازن کاری- زندگی داشته باشند، آنها در مورد هزینه های فرصت خود اشتغالی هوشیارتر هستند. در این حالت، این مطالعه منجر به توسعه تحقیقات قبلی در مورد انتظارات غیرمالی از مالکیت کسب و کار شده است (Butter & Moore, 1997; Collins-Dodd, Gordon & Smart, 2004).

توضیح دیگری از یافته های ما در ادبیات مالکیت روانی (Pierce, 2003) است که پیشنهاد می کند مالکیت نقش حاکمی بر هویت اشخاص دارد (Dittmar, 1992). در حالیکه مالکیت روانی هم مربوط به دارایی های فیزیکی (خانه، ماشین) و غیرفیزیکی (ایده ها) است، دلایلی وجود دارد که مردان بیش از زنان تمایل به تغیین

حرفه شان، سازمان و کارگروهی دارد (Jahson, Morgeson, Ilgen, Meyer & Lioyd, 2006).

بنابراین زنان پیوندهای روانی کمتری با بنگاه هایشان دارند که توضیحی برای موضوع خروج اختیاری آنان است.

مورد بعدی این است که تعداد فرزندان تاثیری بر خروج اختیاری ندارد. توضیح بالقوه آن است که بعثت

کمبود یافته ها در مورد فرزندان احتمالاً روی سن فرزندان و اینکه آیا به کارآفرین وابسته هستند یا خیر تمرکز دارد.

تحقیقات اخیر نشان می دهد که بچه تاثیر مخالفی روی ادراک کارآفرین از موفقیت و اهمیت آنها به موفقیت های

اقتصادی و غیراقتصادی دارد (Justo, Cruz, DeCastro, 2007).

مشارکت تحقیق کنونی منجر به توسعه تاثیر دیدگاه خانواده و زنان کارآفرین در استراتژی های خروجی

شده است.

تحقیقات پیشین خروج را از دو دیدگاه مورد بررسی قرار داده اند: اولی روی شرکت های بزرگ و تجاری

دولتی (Wasserman, 2003) است و به بررسی تاثیر عملکرد بنگاه روی تصمیم برای خروج پرداخته و اینکه

چطور این تصمیم بر تمرکز صنعت تاثیرگذار است. دومین جریان ادبیات خروج روی خروج های کارآفرینانه در

شرکت های خصوصی بوده و معیارها و فرایندهای خروج کارآفرینانه را بررسی می کند (DeTienne &

Cardon, 2008; Gimeno, Folta & woo, 1997; Leroy, Manigart & Meuleman, 2007) که

با استفاده از تئوری آستانه و تئوری رفتار برنامه ریزی شده می باشد. نتایج نشان می دهد خروج می تواند امری

داوطلبانه باشد که ناشی از عدم تمایل کارآفرین به ادامه کار است.

تاثیر ویژگی های شخصیتی و موقعیت خانوادگی بر استراتژی های خروج

ما اثبات کردیم که تاثیر موقعیت خانوادگی کارآفرینان بر خروجی بنگاه مخاطره ای زیاد است. بخصوص اینکه ما دریافتیم ازدواج یک پیش بینی کننده قوی برای خروج اختیاری بوده و این با وجود بچه ها نیز بیشتر می شود. هرچند که، تعداد فرزندان بنظر می آید که تاثیر مستقیمی روی این قضیه ندارد. توضیح در مورد این قضیه این می تواند باشد که مربوط به سن فرزندان است که آیا آنها به کارآفرین وابسته هستند یا نه. مطالعات اخیر نشان می دهد که بچه دار بودن تاثیر متناقضی بر ادراک کارآفرین از موفقیت و بر اهمیت موضوع آخر به معیار اقتصادی در مقابل موضوع غیراقتصادی بسته به موقعیت وابستگی فرزندان دارد. در حالیکه کارآفرینان با فرزندان وابسته پاداش های غیراقتصادی از مالکیت کسب و کار مانند انعطاف پذیری و کمک به دیگران می خواهند، کارآفرینان فرزندان جوانی بجای موفقیت های مالی دارند. بنابراین، بسته به سن بچه ها دو تاثیر متفاوت روی هزینه فرصت مالکیت کسب و کار دارد.

همچنین مشارکت این مطالعه در متون مربوط به زنان کارآفرین است و نشان می دهد که ارتباط بین خروج کارآفرینانه و جنسیت پیچیده تر از آنی است که فکر می شد. بر اساس مطالعات پیشین این گونه پیش بینی می شد که کسب و کار زنان کوچکتر، با آهنگ رشد کمتر و با سود کمتر نسبت به آنهایی است که مردان راه اندازی می کنند (Greene, Hart, Gatewood, Brush & Carter, 2003) و چون قبلا این گونه استنباط می شد که خروج با شکست برابر است این تحقیقات نتیجه می گرفتند که زنان نرخ شکست بالاتری دارند. هرچند که نتایج ما حاکی از آن است که زنان نسبت به مردان تمایل بیشتری به خروج از کسب و کارشان را دارند. این به دلیل این موضوع است که زنان می خواهند توازن بیشتری را در کار و زندگی خود ایجاد نمایند. در این راستا این تحقیق مطالعات مربوط به انتظارات غیراقتصادی زنان را از مالکیت کسب و کارها توسعه داد (Butter & Moor,)

1997; Collins-Dodd, Gordon & Smart, 2004; Still & Timms, 2000; Unger & Crawford, 1992).

هرچند که یک استثنا وجود دارد و آن زمانی است که زنان یک کسب و کار خانوادگی را رهبری می کنند. در اینحالت زنان کمتر از مردان تمایل به خروج از کسب و کار دارند و این گفته های برآش را در این مورد تایید می کند. و به بیانی دیگر خطر از هم پاشی بنگاه در نتیجه سوء تفاهم بین اعضای خانواده با رهبری زنان از بین می رود.

در نهایت باید این گونه مطرح نمود که یافته های ما در تحقیقات نوظهور در مورد خروج کارآفرینانه مشارکت دارد - بخصوص تحقیقاتی که در مورد خروج از بازار است. پژوهش ما نشان می دهد که خروج اجتناب ناپذیر بوده و جنسیت و وضعیت خانوادگی بینش های بیشتری را در مورد خروج اختیاری می دهند.

تئوری مالکیت روانی و استراتژی خروج

در این مقاله ما مطرح کردیم که در زمینه تصمیم گیری این تاثیرات حین فرایند خلق / توسعه مکمل است. اول، هرچند که تحقیقات مختلف پیشین به آزمایش ظاهر تئوری مالکیت روانی پرداخته اند بر نقش کنترل بعنوان علت مالکیت روانی تاکید دارند (Pierce, O`Driscoll & Coghlan, 2004)، همانطور که وسرمن (۲۰۰۸) مطرح می نماید ارآفرینانی که بنگاه هایی با رشد بالا خلق می کنند اغلب کنترل خود را بر بنگاه برای بدست آوردن منابع خارجی فدا می کنند. دوم، علی رغم از دست دادن کنترل در بنگاه، تحقیقات پیشین نشان می دهد که تعهد کارآفرین به بنگاه حتی با از دست دادن سهام زیادی از شرکت باز هم بالاست (Wesserman, 2006;)

(Arthurs, Hoskisson , Busenitz & Johnson, 2008). سوم، تعهدات بالای کارآفرین در بنگاه ها نشان

داده می شود، دیگر فاکتورهای روانی ارتباط بین کنترل و مالکیت روانی را تعدیل می کند.

مفهوم سازی دوباره اثرات بعنوان مکمل و نه اثرات تجمیعی سطوح بالای مالکیت روانی را اجازه می دهد

حتی در غیاب یک عامل.

مفهوم سازی دوباره ابعاد مالکیت روانی بعنوان مکمل و نه تجمیع اصلاحاتی را بین ارتباط بین سازمان و

کارآفرین پیشنهاد می کند. بخصوص، متون بیشتر در مورد استفاده از مکانیزم های اداره در بنگاه های کارآفرین به

تاکید بیش از حد انگیزش ها برای جبران فقدان کنترل در بنگاه پرداخته اند.

- DeTienne Dawn R., Koberg Christine S., Heppard Kurt A., 2001, **A Fresh Look at Incremental and Radical Innovation in the Entrepreneurial Firm**, Orlando National Conference.
- DeTienne Dawn R., Cardon Melissa S., **Entrepreneurial Exit Strategies: The Impact of Human Capital**
- DeTienne Dawn R., Koberg Christine S., 2002, **The Impact of Environmental and Organizational Factors on Discontinuous Innovation Within High- Technology Industries**, IEEE Transactions on Engineering Mangement, vol. 49, No. 4.
- DeTienne Dawn R., Cardon Melissa S., 2010, **Impact of Founder Experience on Exit Intentions**, Small Business Economics, DOI 10.1007.
- DeTienne Dawn R., Chandler Gaylen N., 2004, **Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A pedagogical Approach and Empirical Test**, Academi of Management Learning and education, Vol. 3, No. 3.
- DeTienne Dawn R., Sarason Yolanda S., 2009, **Social and Sustainable Entrepreneurial Firms: An Exploration of Exit Strategies**, Frontiers of Entrepreneurship Research, Chapter XXI Social Entrepreneurship, Vol. 29, Issue 21.
- DeTienne Dawn R., Chandler Gaylen N., 2010, **The Impact of Motivation and Causation and Effectuation Approaches on Exit Strategies**, Frontiers of Entrepreneurship Research, Chapter I. Harvest, Vol. 30, Issue 1.
- DeTienne Dawn R., Cardon Melissa S., **The Impact of New Venture Design on Entrepreneurial Exit**, University of Colorado.

- DeTienne Dawn R., Chandler Gaylen N., 2007, **The Role of Gender In Opportunity Identification**, Baylor University.
- Chandler Gaylen N., DeTienne Dawn R., Mumford Troy V., 2007, **Causation and Effectuation: Measurement Development and Validation**, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Chapter XIII, Strategy, Vol. 27, Issue 13.
- Justo Rachida, DeTienne Dawn R., 2005, **Family Situation and the Exit Event: An Extention of Threshold Theory**, University of State Colorado.
- Justo Rachida, DeTienne Dawn R., 2008, **Gender, Family Situation and the Exit Event: Reassessing the Opportunity Costs of Business Ownership**, IE Business School Working Paper.
- Shepherd Dean A., DeTienne Dawn R., 2005, **Prior Knowledge, Potential Financial Reward and Opportunity Identification**, ET & P, 1042- 2587.
- Townsend David M., DeTienne Dawn R., Yitshaki Ronit, Arthurs Jonathan D., 2009, **The Psychological Ownership of Entrepreneurial Organizations: Theoretical and Model Development**, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Chapter VI, Entrepreneurial Cognition Vol. 29, Issue 6.