

## تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه در شکل‌گیری هوشیاری کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های خدمات مشاوره کشاورزی استان کرمان)

حسام‌الدین غلامی<sup>۱\*</sup>، امیر علم‌بیگی<sup>۲</sup>، لیلا صفا<sup>۳</sup>، روح‌الله درینی<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

۲. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

۳. استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان

۴. کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۱

### چکیده

هدف این تحقیق، بررسی تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر شکل‌گیری و ویژگی هوشیاری کارآفرینانه مرتبط با فرصت‌های کارآفرینی بود. این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری این تحقیق را ۳۴۶ نفر از اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان تشکیل می‌دهند که با توجه به فرمول کوکران، ۱۳۲ نفر از آن‌ها از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از روایی صوری، تشخیصی و همگرا به روش تعیین شاخص میانگین واریانس استخراج شده استفاده شد. به منظور تعیین پایایی ابزار تحقیق نیز از روش پایایی ترکیبی استفاده شد که مقادیر آن برای بخش‌های اصلی پرسشنامه در سطح مناسب (در دامنه بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۰) قرار داشت. براساس نتایج تحقیق فرضیه‌های پژوهش تأیید شد و مشخص شد شایستگی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر سه شاخص هوشیاری کارآفرینانه شامل پویش و جست‌وجو، برقراری روابط و پیوندها و ارزشیابی و قضاوت دارد. همچنین، نتایج نشان داد در بین شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه، شاخص ارزشیابی و قضاوت در مقایسه با دو شاخص دیگر بیشترین تأثیرپذیری را از شایستگی‌های کارآفرینانه دارد.

**واژه‌های کلیدی:** شایستگی‌های کارآفرینانه، شرکت خدمات مشاوره کشاورزی، فرصت‌های کارآفرینی، هوشیاری کارآفرینانه.

## مقدمه

کارآفرینی نقش اساسی در توسعه اقتصادی کشورهای مختلف ایفا می‌کند. به واسطه کشف فرصت‌های جدید و طراحی اقداماتی برای بهره‌برداری از آن‌ها، کارآفرینان فرایند تولید بازار را هدایت و نیازهای اقتصادی و اجتماعی جامعه را برطرف می‌کنند. برخی افراد توانایی ارائه ایده‌های نو و تشخیص فرصت‌ها را دارند، درحالی‌که بیشتر مردم از این توانایی بی‌بهره‌اند، اما اطلاعات بسیار کمی درباره چرایی این مسئله وجود دارد (Valliere, 2013, 430). درحقیقت، ظهور ایده‌های نو و اینکه چگونه می‌توانند به ایجاد فرصت‌های تجاری منجر شوند، موضوعی محوری در حوزه مباحث کارآفرینی به‌شمار می‌رود (Baron, 2006: 106; Short et al., 2010: 46). در این زمینه، براساس مطالعات مختلف عوامل گوناگونی مانند تجارب پیشین، ویژگی‌های شخصیتی، تحول در محیط پیرامونی، دستیابی به اطلاعات و مسائل روان‌شناختی، برای تشریح چگونگی شناخت و توسعه فرصت‌های جدید توسط افراد کارآفرین مدنظر قرار گرفته‌اند (Shepherd et al., 2007: 81; Tripsas, 2008: 80). علاوه‌براین، فرایند کشف فرصت‌ها به بینش‌ها، مهارت‌ها و آگاهی‌های فردی پیوند داده شده است (Kirzner, 1999: 7; Kaish & Gilad, 1991: 51) که بر مبنای این دیدگاه، هوشیاری کارآفرینانه یکی از مهم‌ترین عوامل در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی محسوب می‌شود (Tang et al., 2012: 78).

شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در استان کرمان به‌طورهمزمان با سایر استان‌ها در سطح کشور در سال ۱۳۸۶ راه‌اندازی شد و درحال حاضر نیز حدود ۵۲ شرکت در سطح شش شهرستان درحال فعالیت و ارائه خدمات به روستاییان هستند. بررسی اولیه عملکرد شرکت‌ها نشان می‌دهد اکنون این شرکت‌ها با موانع و مشکلات متعددی در ابعاد مختلف از جمله ساختاری، محیطی، روان‌شناختی، مهارتی و آموزشی روبه‌رو شده‌اند و از نظر سطح کارآفرینی و شاخص‌های مرتبط با آن به‌ویژه «درک فرصت کارآفرینانه»<sup>۱</sup> به‌عنوان مهم‌ترین شاخص مرتبط با هوشیاری کارآفرینانه در وضعیت چندان مطلوبی قرار ندارند (درینی، ۱۳۹۲: ۸۸). در این زمینه، نتایج تحقیق درینی (۱۳۹۲) بیان می‌کند سطح هوشیاری کارآفرینانه نزدیک

۱. شاخص درک فرصت کارآفرینانه بیانگر میزان شناخت فرد از فرصت‌های محیط پیرامون خود در شش ماه آتی است.

به ۷۰ درصد از اعضای شرکت‌های خدمات کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان در سطح خیلی کم و کم قرار دارد. در نتیجه، به دلیل ناتوانی این شرکت‌ها در تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های در دسترس، سطح نوآوری و در نهایت کارآفرینی آن‌ها تا حدود زیادی کاهش یافته است. با در نظر گرفتن این شرایط، شناخت و درک عوامل تأثیرگذار بر هوشیاری کارآفرینانه مرتبط با تشخیص فرصت‌های کارآفرینی و نحوه تأثیرگذاری هریک از عوامل به ویژه شایستگی‌های کارآفرینانه و مؤلفه‌های آن، موضوع بسیار مهمی است که باید به دقت بررسی شود. بر اساس مطالب مطرح شده و با در نظر گرفتن اینکه تاکنون مطالعه ویژه‌ای در این زمینه در سطح استان کرمان انجام نگرفته است، هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان بوده است.

### مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق الف) شایستگی کارآفرینانه

بیرد (۱۹۹۵) مفهوم شایستگی کارآفرینانه را شامل مشخصه‌های اساسی همچون دانش، انگیزه، خودپنداره، نقش‌های اجتماعی و مهارت‌هایی می‌داند که به ایجاد، تثبیت و توسعه یک کسب‌وکار منجر می‌شوند. در این زمینه، مان و همکاران (۲۰۰۲) شایستگی کارآفرینانه را به منزله توانایی کلی کارآفرین برای ایفای نقش کاری خود به صورت موفقیت‌آمیز تعریف می‌کنند. در مجموع، شایستگی‌های کارآفرینانه ویژگی‌های افرادی است که می‌توانند یک کسب‌وکار را به شکل اثربخشی راه‌اندازی کنند و آن را توسعه دهند (Mitchelmore & Rowley, 2010: 97). افزون بر تعریف شایستگی کارآفرینانه بر حسب داشتن صفات، مهارت‌ها و دانش، برخی مطالعات تلاش کرده‌اند این صلاحیت‌های کارآفرینانه را در قالب برخی حیطه‌های کلیدی سازماندهی کنند (Man et al., 2002: 128)، به نحوی که هر حیطه دربرگیرنده شایستگی‌های فردی متشکل از صفات فردی، دانش و مهارت‌هاست (Sánchez, 2011: 241). بر این اساس، مدل‌های چاندلر و جانسن (۱۹۹۲)، مان و همکاران (۲۰۰۲)، احمد و همکاران (۲۰۱۰) و رولی و میچمور (۲۰۱۰) در زمینه شایستگی‌های کارآفرینانه بررسی شد. در این

پژوهش، برای بررسی و اندازه‌گیری شایستگی‌های کارآفرینانه- به دلیل دسته‌بندی عملیاتی و شفاف و بدون همپوشانی شایستگی‌ها و همچنین جامعیت در عین خلاصه‌بودن- مدل مان و همکاران (۲۰۰۲) مبنای اصلی چارچوب پیشنهادی قرار گرفت. همچنین این چارچوب، در مطالعات دیگری مانند لانز و همکاران (۲۰۰۵) و احمد و همکاران (۲۰۱۰) استفاده شده است؛ به عبارت دیگر، دارای اعتبار تجربی است. مدل مذکور مبنای مناسبی برای چارچوب نظری شایستگی‌های کارآفرینانه است، اما پس از افزودن شاخص صلاحیت‌های فردی و خانواده‌گرایی با استفاده از مدل احمد و همکاران (۲۰۱۰) کامل‌تر شد. همچنین، با توجه به اینکه پژوهش حاضر در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی انجام می‌گیرد، باید ماهیت ویژه این بخش در این صلاحیت‌ها انعکاس یابد. به این مسئله در پژوهش لانز و همکاران (۲۰۰۵) و پیش از آن در پژوهش چاندلر و جانسن (۱۹۹۲) نیز توجه شده است. این محققان بخشی از صلاحیت‌ها را با عنوان صلاحیت‌های فنی به صلاحیت‌ها اضافه کرده‌اند که با توجه به هر بخش یا صنعت متفاوت است. درنهایت، هفت حیطه اصلی با تعریف‌های مربوطه مبنای اندازه‌گیری شایستگی‌های کارآفرینانه قرار گرفتند: شاخص سازماندهی (سازماندهی منابع، افراد و رهبری افراد زیرمجموعه)، شاخص ادراکی (کشف ایده‌های جدید و نگاه متفاوت و نو به مسائل)، شاخص ارتباطی (ارتباط مؤثر با دیگران و داشتن مهارت‌های ارتباطی)، شاخص تعهد (تعهد ارائه خدمات مناسب و تعهد کاری) با اقتباس از مان (۲۰۰۲)، شاخص فردی (داشتن انرژی بالا، نگرش مثبت، خودانگیختگی، پاسخگویی در برابر انتقادات، مدیریت توسعه شغلی، شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های خود و تلاش برای بهبود آن‌ها، شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های کسب‌وکار و هماهنگی آن‌ها با فرصت‌ها و تهدیدها و مدیریت زمان)، شاخص خانواده‌گرایی (پرورش فرهنگ کارآفرینانه و همکاری با دیگران) با اقتباس از احمد و همکاران (۲۰۱۰) و شاخص فنی (داشتن مهارت‌های فنی و درک لازم از کسب‌وکار) با اقتباس از چاندلر و جانسن (۱۹۹۲).

### ب) هوشیاری کارآفرینانه

در سال‌های اخیر، در حیطه مباحث مرتبط با فرصت‌شناسی در تحقیقات کارآفرینی، هوشیاری

به‌عنوان محور اصلی مورد توجه بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بوده است (Short et al., 2010: 49). ابتدا کرزنر (۱۹۷۳؛ ۱۹۷۹) تحقیقات در زمینه هوشیاری کارآفرینانه را توسعه داد. وی در مطالعات خود بر این نکته تأکید داشت که افراد با سطح هوشیاری بالاتر، به‌اصطلاح آنتن‌هایی دارند که به آن‌ها اجازه می‌دهد حتی در شرایط محدودیت اطلاعاتی، نیازها و فرصت‌های کارآفرینی را تشخیص دهند (Tang et al., 2012: 78). بر مبنای تحقیقات کایش و گیلاذ (۱۹۹۱)، هوشیاری کارآفرینانه آمادگی منحصربه‌فرد در ارزیابی و پویا شدن مستمر محیط به‌منظور کشف فرصت‌های کارآفرینی در نظر گرفته شده است. به‌این‌ترتیب، کرزنر (۱۹۹۷؛ ۲۰۰۸) بعدها هوشیاری را نگرشی پذیرا برای فرصت‌های دردسترس که پیش از این مورد توجه نبوده است، تعریف کرد (Kirzner, 1997: 72). وی همچنین، هوشیاری کارآفرینانه را حسی درونی برای تشخیص آنچه تاکنون به وجود آن توجه نشده است، معرفی کرد (Kirzner, 2008: 12). البته در بخشی دیگر از مطالعات با محوریت کارآفرینی عمل‌محور بر این نکته تأکید می‌شد که هوشیاری یک ویژگی کارآفرینانه نیست، مگر اینکه در بردارنده قضاوت و حرکت به سوی کاربرد و اقدام باشد. در واقع بر مبنای این رویکرد، اقدام برای تعقیب و پیگیری فرصت‌های کشف‌شده، محور کارآفرینی به‌شمار می‌رود (McMullen & Shepherd, 2006: 132). با توجه به تعدد تعاریف در زمینه هوشیاری کارآفرینانه، این پدیده از زوایای مختلفی بررسی شده و برای تشریح و تبیین آن شاخص‌های گوناگونی ارائه شده است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به سه شاخص پویا شدن و جست‌وجو (تلاش غیرمعمول و مداوم در جست‌وجوی ایده‌های جدید و ایجاد آرایه‌ای گسترده از اطلاعات مرتبط)، برقراری روابط و پیوندها (دریافت و به‌کارگیری اطلاعات جدید، خلاقیت و ایجاد روابط منطقی) و ارزشیابی و قضاوت (ارزیابی و تخمین درمورد اینکه آیا یک فرصت ویژه از اطلاعات جدید ناشی می‌شود) اشاره کرد (McMullen & Shepherd, 2006: 133; Baron, 2006: 107; Tang et al., 2012: 79).

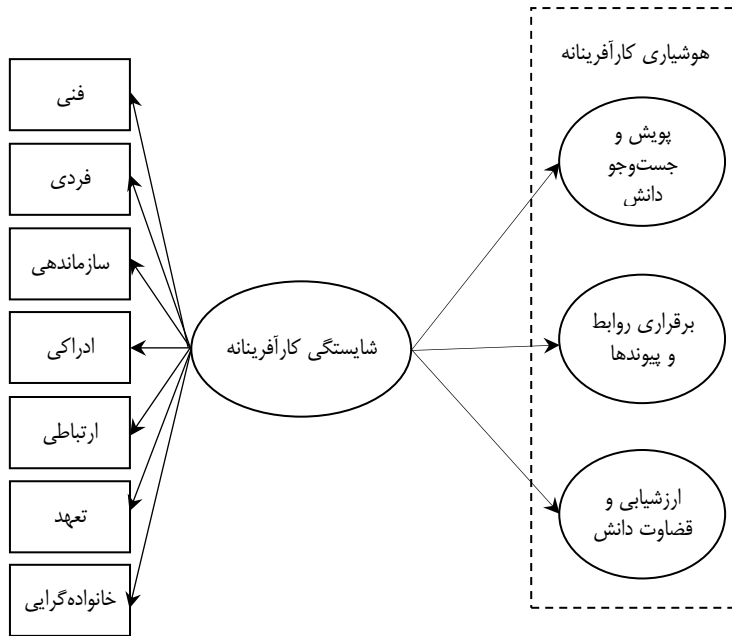
### ج) پیشینه تحقیق

عزیزی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود در زمینه الگوی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر

تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دریافتند عوامل فردی شامل خلاقیت، دانش پیشین و خودکارآمدی بر میزان هوشیاری کارآفرینانه کارآفرینان برتر ملی و استان تهران تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. شاهبندرزاده و زارعی (۱۳۹۲) در پژوهشی عوامل فردی مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی را بررسی کرده‌اند. براساس نتایج تحقیق، هوشیاری کارآفرینانه به‌عنوان مشخصه‌ای روان‌شناختی از متغیرهای متعددی مانند عوامل فردی (اعتمادبه‌نفس، سخت‌کوشی و خودباوری)، انگیزش، قابلیت شناختی و شایستگی‌های مرتبط با کارآفرینی (ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و استقلال‌طلبی) تأثیر می‌پذیرد.

آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای نشان دادند ویژگی‌های فردی و ادراکی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر هوشیاری کارآفرینانه دارند. در پژوهشی دیگر، لانز و همکاران (۲۰۱۰) رابطه بین خودآگاهی و هوشیاری کارآفرینانه با شایستگی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک مقیاس فعال در حوزه کشاورزی و صنایع غذایی را بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که بین دو متغیر مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و بهبود شایستگی کارآفرینانه به افزایش هوشیاری کارآفرینانه در تشخیص و درک فرصت‌های کارآفرینی منجر می‌شود. به این ترتیب، تانگ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهش خود مشخص کردند شایستگی‌های کارآفرینانه شامل انگیزه پیشرفت، مرکز کنترل درونی، خودباوری، مهارت‌های ارتباطی و مهارت‌های فنی، رابطه مثبت و معنی‌داری با هوشیاری کارآفرینانه دارند. با توجه به مطالب اشاره‌شده در بخش‌های پیشین، فرضیه‌های اصلی این تحقیق به شرح زیر شکل گرفتند: ۱. شایستگی کارآفرینانه بر شاخص پویش و جست‌وجوی هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ ۲. شایستگی کارآفرینانه بر شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ و ۳. شایستگی کارآفرینانه بر شاخص ارزشیابی و قضاوت هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

با در نظر گرفتن فرضیه‌های اشاره‌شده، چارچوب مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ ترسیم شد.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

## روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی و با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به‌لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی است که از بین روش‌های همبستگی، از روش تحلیل کوواریانس-واریانس بهره برده است. جامعه آماری این تحقیق را ۳۴۶ نفر از اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در سطح جنوب استان کرمان تشکیل دادند که با توجه به فرمول کوکران، ۱۳۲ نفر از آن‌ها برای انجام دادن تحقیق انتخاب شدند. با توجه به وجود شش شهرستان زیر نظر سازمان جهاد کشاورزی جیرفت و توزیع نامتناسب شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در سطح این شش شهرستان، برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده شد (جدول ۱).

جدول ۱. تعداد اعضای شرکت‌ها به تفکیک شهرستان‌ها و تعداد نمونه‌های اختصاص یافته

اسامی شهرستان‌ها	تعداد کل اعضا در هریک از شهرستان‌ها	تعداد نمونه اختصاص یافته
جیرفت	۱۱۵	۴۴
عنبرآباد	۹۱	۳۵
کهنوج	۳۱	۱۲
منوجان	۲۱	۸
قلعه گنج	۴۳	۱۶
رودبار جنوب	۴۵	۱۷
جمع کل	۳۴۶	۱۳۲

ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه استاندارد بود که از سه بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان و پرسش‌های مرتبط با سنجش شاخص‌های شایستگی‌های کارآفرینانه شامل هفت شاخص فنی (شش گویه)، فردی (هشت گویه)، سازماندهی (نه گویه)، ادراکی (نه گویه)، ارتباطی (هفت گویه)، تعهد (پنج گویه) و خانواده‌گرایی (شش گویه) و شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه (پانزده گویه) شامل سه شاخص پویش و جست‌وجو، برقراری روابط و پیوندها و ارزشیابی و قضاوت تشکیل شده بود. برای سنجش شاخص‌های شایستگی‌های کارآفرینانه در چهار شاخصی که از مان و همکاران (۲۰۰۱) اقتباس شده بود، از گویه‌های توسعه داده شده توسط مان (۲۰۰۱) استفاده شد. برای شاخص‌های شایستگی فردی و خانواده‌گرایی از گویه‌های توسعه داده شده توسط احمد (۲۰۰۷) بهره گرفته شد. برای شاخص فنی از گویه‌های محقق ساخته براساس تعریف این شاخص و همچنین برخی از گویه‌های مورد استفاده احمد (۲۰۰۷) بهره گرفته شد. به منظور سنجش شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد تانگ و همکاران (۲۰۱۲) استفاده شد. مقیاس سنجش بخش‌های دوم و سوم، طیف لیکرت پنج سطحی از خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵ بود. برای تعیین روایی پرسشنامه در مرحله پیش‌آزمون از روایی صوری و در مرحله تحلیل داده‌ها از روش روایی همگرا (براساس شاخص میانگین واریانس استخراج شده<sup>۱</sup> قضاوت می‌شود) و روایی تشخیصی (براساس مقایسه ریشه دوم شاخص میانگین واریانس استخراج شده با همبستگی بین سازه‌های تحقیق مقایسه می‌شود) استفاده شد. به منظور تعیین پایایی ابزار تحقیق نیز از روش پایایی

1. Average Variance Extracted (AVE)



ترکیبی استفاده شد که مقادیر آن برای بخش‌های اصلی پرسشنامه در سطح مناسب (در دامنه بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۰) به دست آمد (جدول ۲). روش آماری غالب مدل‌سازی معادلات ساختاری بود که برای داده‌پردازی از نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۸۰ استفاده شد. پیش از تحلیل، نرمال‌بودن توزیع تمامی متغیرهای اندازه‌گیری‌شده از طریق تعیین چولگی و کشیدگی داده‌ها بررسی شد. ماتریس‌های همبستگی و انحراف‌های استاندارد به منظور هدایت آزمون‌های الگوسازی معادله ساختاری استفاده شدند و تمام نتایج برآوردشده با روش حداکثر درستنمایی و براساس راه‌حل کاملاً استاندارد شده بود.

### یافته‌ها

۵۳/۸ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۶/۲ درصد آن‌ها زن بوده‌اند و میانگین سن آنان ۳۱/۳۲ سال با انحراف معیار ۵/۸۵ بوده است. ۷۰/۵ درصد از آن‌ها مدرک کارشناسی و ۲۹/۵ درصد باقیمانده مدرک کارشناسی ارشد داشته‌اند. ۷۸/۸ درصد از آن‌ها دانش‌آموخته رشته‌های کشاورزی و ۲۱/۲ درصد از آنان دانش‌آموخته رشته‌های غیر کشاورزی بوده‌اند. میانگین سابقه کار پاسخگویان ۵/۳۹ سال با انحراف معیار ۲/۴۵ بوده است. ۶۹/۷ درصد از پاسخگویان، سابقه شرکت در دوره‌های با محوریت کارآفرینی، بین یک تا ده مورد را داشته‌اند و بقیه در هیچ دوره‌ای شرکت نکرده‌اند.

در این بخش، نتایج مدل‌سازی آماری ارائه می‌شود. در این پژوهش، از فرایند آزمون دو مرحله‌ای مورد توصیه آندرسون و گرینگ (۱۹۸۸) استفاده شده است. از این‌رو، در مرحله اول مدل اندازه‌گیری - که روابط متغیرهای مشاهده‌شده را با سازه‌های مربوطه تعیین می‌کند - با استفاده از تجزیه و تحلیل تأییدی آزمون شد. این آزمون در شرایطی صورت گرفت که تمام سازه‌ها اجازه داشتند آزادانه با یکدیگر همبستگی برقرار کنند. پیش از آزمون کل مدل اندازه‌گیری، هر سازه مدل به‌طور جداگانه تحلیل شد. برازش شاخص‌های سازه و پایایی و روایی سازه نیز آزمون شدند. قبل از آزمون مدل اندازه‌گیری کلی به وسیله تحلیل عاملی تأییدی، تک‌بعدی بودن هر یک از سازه‌ها ارزیابی شد. این رویه تضمین می‌کند هر مجموعه از شاخص‌های جایگزین، به‌طور کلی فقط یک برساخت یا ویژگی مهم دارد.

جدول ۲. نتایج مدل اندازه‌گیری متغیرهای مدل تحقیق

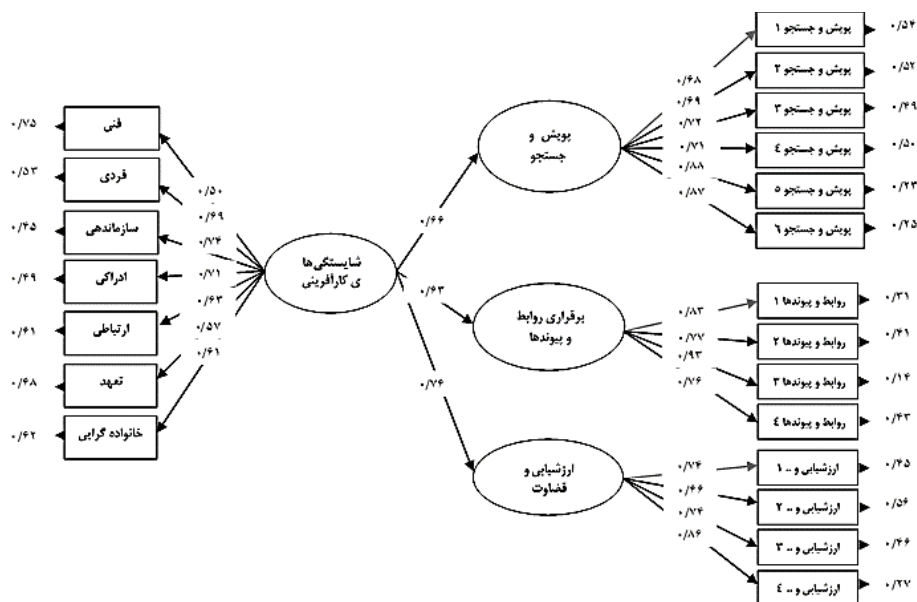
سازه	نشانگرهای انتخابی	بار عاملی	مقدار t	CR	AVE
پوش و جست‌وجو	برای کسب اطلاعات جدید با دیگران تعاملات زیادی دارم.	۰/۶۸	---		
	زمانی که مشغول جست‌وجوی اطلاعات هستم، همواره به‌دنبال ایده‌هایی برای کسب‌وکار جدید هستم.	۰/۶۹	۱۰/۹۷		
	برای به‌دست‌آوردن اطلاعات جدید، روزنامه‌ها، مجلات یا نشریات تجاری را به‌طور منظم مطالعه می‌کنم.	۰/۷۲	۷/۷۵	۰/۵۸	۰/۸۹
	هر روز از اینترنت استفاده می‌کنم.	۰/۷۱	۷/۵۵		
	یک جست‌وجوگر اطلاعات مشتاق هستم. همیشه و فعالانه به‌دنبال کسب اطلاعات جدید هستم.	۰/۸۸	۹/۲۲		
		۰/۸۷	۹/۱۵		
برقراری روابط و پیوندها	اغلب ارتباطاتی بدیع را بین بسته‌های مختلف اطلاعاتی برقرار می‌کنم و روابط علت و معلول را درک می‌کنم.	۰/۸۳	---		
	از صحبت‌های دیگران می‌توانم نتیجه‌هایی بگیرم که به‌طور مستقیم در صحبت‌ها نبوده است.	۰/۷۷	۱۰/۶۳	۰/۶۸	۰/۹۰
	بین مسائل به‌ظاهر نامرتبط به هم، می‌توانم ارتباطاتی را برقرار کنم.	۰/۹۳	۱۴/۱۳		
	با داشتن چند نقطه می‌توانم طرح‌های زیادی را طراحی کنم.	۰/۷۶	۱۰/۴۳		
ارزشیابی و قضاوت	در اغلب موارد می‌توانم روابطی را در بین حوزه‌هایی از اطلاعات مشاهده کنم که قبلاً از هم گسیخته بوده‌اند.	۰/۷۴	---		
	یک احساس درونی عمیق در مورد توانایی خود در پاسخ به فرصت‌های بالقوه دارم. توان تفکیک فرصت‌های با منفعت و کم‌منفعت را دارم. توانایی فوق‌العاده‌ای برای یافتن فرصت‌های پرمنفعت دارم.	۰/۶۶	۷/۳۶	۰/۵۷	۰/۸۴
		۰/۷۴	۸/۳۶		
		۰/۸۶	۹/۵۵		
شایستگی کارآفرینانه	ادراک از شاخص فنی (دانش فنی مورد نیاز، کسب‌وکارهای کشاورزی و...)	۰/۵۰	۵/۷۷		
	ادراک از شاخص فردی (داشتن انرژی بالا، نگرش مثبت، مدیریت زمان و...)	۰/۶۹	۸/۴۸		
	ادراک از شاخص سازماندهی (سازماندهی منابع، افراد و رهبری افراد زیرمجموعه و...)	۰/۷۴	۹/۵۵		
	ادراک از شاخص ادراکی (کشف ایده‌های جدید، نگاه نو به مسائل و...)	۰/۷۱	۸/۸۹	۰/۴۲	۰/۸۲
	ادراک از شاخص ارتباطی (ارتباط مؤثر با دیگران، مهارت‌های ارتباطی و...)	۰/۶۳	۷/۵۴		
	ادراک از شاخص تعهد (تعهد ارائه خدمات، وقف‌کردن خود در شغل و...)	۰/۵۷	۶/۸۶		
	ادراک از شاخص خانواده‌گرایی (پرورش فرهنگ کارآفرینانه، همکاری با دیگران و...)	۰/۶۱	۷/۲۹		

با توجه به کسب اطمینان از تک‌بعدی بودن، می‌توان نتایج را از لحاظ پایایی سازه‌ها معتبر دانست. در مرحله دوم نیز روابط بین سازه‌های تحقیق واکاوی شد. براساس نتایج کسب‌شده، مقادیر محاسبه‌شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر نشانگر باقیمانده با سازه یا متغیر پنهان خود بالای ۱/۹۶ است؛ بنابراین، می‌توان همسویی پرسش‌های پرسشنامه را برای اندازه‌گیری مفاهیم در این مرحله معتبر دانست. پس از بررسی مدل اندازه‌گیری، باید روایی تشخیصی

متغیرهای مدل بررسی شود. به این منظور، از یک ماتریس قطری<sup>۱</sup> استفاده شد که در قطر آن مجذور میانگین واریانس استخراج‌شده قرار داده شد و همبستگی بین تمام متغیرهای مکنون در زیر قطر آورده شد (جدول ۳). بالاتر بودن مقدار مجذور میانگین واریانس استخراج‌شده از تمام همبستگی‌های موجود در ردیف خود نشانه مناسبی برای تشخیصی است.

جدول ۳. مقایسه مجذور میانگین واریانس استخراج‌شده با ماتریس همبستگی

متغیرهای مکنون	پوشش و جست‌وجو	برقراری روابط و پیوندها	ارزشیابی و قضاوت	شایستگی کارآفرینانه
پوشش و جست‌وجو	۰/۷۶	۰/۷۴	۰/۴۳	۰/۵۴
برقراری روابط و پیوندها	۰/۷۴	۰/۸۲	۰/۶۷	۰/۵۳
ارزشیابی و قضاوت	۰/۴۳	۰/۶۷	۰/۷۵	۰/۶۲
شایستگی کارآفرینانه	۰/۵۴	۰/۵۳	۰/۶۲	۰/۶۴



شکل ۲. مدل ساختاری تأثیر شایستگی کارآفرینانه بر شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه

شاخص‌های برازش نشان می‌دهند برازش مناسبی برای مدل وجود دارد. معیار GFI نشان‌دهنده اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس‌ها و کواریانس‌هاست که توسط مدل تبیین می‌شود. مقدار GFI گزارش شده برای این مدل ۰/۸۵ است. میانگین مجذور پس‌ماندهای استاندارد شده (SRMR) برابر ۰/۰۵۹، میانگین مجذور پس‌ماندها (RMR) برابر ۰/۰۴۳، شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI) برابر ۰/۹۵، شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI) برابر ۰/۹۷، شاخص برازندگی فراینده (IFI) برابر ۰/۹۸ و شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر ۰/۹۸ محاسبه شده است. در نهایت، برای بررسی اینکه مدل مورد نظر چگونه برازندگی و صرفه‌جویی را با هم ترکیب می‌کند از شاخص بسیار توانمند ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) استفاده شد. این شاخص برای مدل‌های خوب ۰/۰۵ و کمتر است. مدلی که این شاخص در آن ۰/۱۰ یا بیشتر باشد برازش ضعیفی دارد. برای مدل حاضر مقدار ۰/۰۶۱ با کران ۰/۰۷۶ تا ۰/۰۴۴ به دست آمد که مقدار مناسبی است و بیانگر کنترل خطای اندازه‌گیری است.

جدول ۴. ضرایب مسیر مستقیم آثار سازه‌ها و معنی‌داری پارامترهای برآورد شده

t	R <sup>2</sup>	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	مسیر مستقیم مورد مطالعه
۶/۰۹ **	۰/۴۳	۰/۱۰۸	۰/۶۶	شایستگی کارآفرینانه ← پویش و جست‌وجو
۶/۷۲ **	۰/۴۰	۰/۰۹	۰/۶۳	شایستگی کارآفرینانه ← برقراری روابط و پیوندها
۷/۲۱ **	۰/۵۸	۰/۱۰۵	۰/۷۶	شایستگی کارآفرینانه ← ارزشیابی و قضاوت

\*\* معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

فرضیه اول: شایستگی کارآفرینانه بر شاخص پویش و جست‌وجوی هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. براساس نتایج مندرج در جدول ۴ و مدل تحقیق برآورد شده ضریب مسیر، اثر شایستگی کارآفرینانه بر شاخص پویش و جست‌وجوی هوشیاری کارآفرینانه معادل ۰/۶۶ تخمین زده شده است. مقدار t برای این پارامتر (طبق قاعده خطای یک درصد در رد فرض صفر برای مقادیر بالای ۱/۹۶ در هر پارامتر مدل) بیشتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است (t=۶/۰۹). در نتیجه، دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود دارد و با توجه به معنی‌داری این ضریب می‌توان بیان

کرد شایستگی کارآفرینانه بر شاخص پوییش و جست‌وجو اثر معنی‌داری به‌لحاظ آماری دارد؛ به‌عبارت دیگر، هرچه شایستگی کارآفرینانه بیشتر شود به همان اندازه و در قالب یک معادله خطی شاخص پوییش و جست‌وجوی هوشیاری کارآفرینانه بهبود می‌یابد. براساس مقدار ضریب تعیین، مشخص می‌شود ۴۳ درصد از واریانس شاخص پوییش و جست‌وجو به شایستگی کارآفرینانه وابسته است.

$$F_1 = 0.66 * \text{CMPETEN}, \text{Errorvar.} = 0.57, R^2 = 0.43$$

فرضیه دوم: شایستگی کارآفرینانه بر شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

براساس نتایج جدول ۴ و مدل تحقیق برآوردشده، ضریب مسیر اثر شایستگی کارآفرینانه بر شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه معادل ۰/۶۳ تخمین زده شده است. مقدار t برای این پارامتر بیشتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است ( $t=6/72$ )؛ بنابراین، دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود دارد و با توجه به معنی‌داری این ضریب می‌توان بیان کرد شایستگی کارآفرینانه بر شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه معنی‌داری به‌لحاظ آماری دارد. براین اساس، به هر اندازه شایستگی کارآفرینانه بیشتر شود به همان مقدار و در قالب یک معادله خطی شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه بهبود می‌یابد. همچنین، نتایج بیان می‌کند ۴۰ درصد از واریانس شاخص برقراری روابط و پیوندهای هوشیاری کارآفرینانه به‌شکل خطی به شایستگی کارآفرینانه وابسته است.

$$F_2 = 0.63 * \text{CMPETEN}, \text{Errorvar.} = 0.60, R^2 = 0.40$$

فرضیه سوم: شایستگی کارآفرینانه بر شاخص ارزشیابی و قضاوت هوشیاری کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. براساس نتایج جدول ۴ و مدل تحقیق برآوردشده، ضریب مسیر اثر شایستگی کارآفرینانه بر شاخص ارزشیابی و قضاوت هوشیاری کارآفرینانه معادل ۰/۷۶ تخمین زده شده است. مقدار t

برای این پارامتر بیشتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است ( $t=7/21$ )؛ بنابراین، دلیل کافی برای رد فرض صفر وجود دارد و با توجه به معنی داری این ضریب می توان بیان کرد شایستگی کارآفرینانه بر شاخص ارزشیابی و قضاوت اثر معنی داری به لحاظ آماری دارد؛ به عبارت دیگر، هرچه شایستگی کارآفرینانه بیشتر شود، به همان اندازه و در قالب معادله ای خطی شاخص ارزشیابی و قضاوت هوشیاری کارآفرینانه نیز بهبود می یابد. براساس معادله رگرسیونی استخراج شده مشخص می شود ۵۸ درصد از واریانس شاخص ارزشیابی و قضاوت به شایستگی کارآفرینانه وابسته است.

$$F_3 = 0/76 * CMPETEN, Errorvar. = 0/42, R^2 = 0/58$$

### بحث و نتیجه گیری

بررسی نظر اندیشمندان مختلف درباره یادگیری کارآفرینانه نشان می دهد کارآفرینان از سه منبع اساسی یادگیری از وظایف کاری، یادگیری از تعاملات و یادگیری از منابع آموزشی - انتشاراتی برای ایجاد و اداره کسب و کارها بهره می گیرند (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۲). از این رو، بهره گیری از فرصت های یادگیری را می توان یکی از شایستگی های کارآفرینان دانست؛ به دیگر سخن، کارآفرینان با یادگیری خود را برای مواجهه با آینده آماده می کنند. پرسش اساسی این است که منابع مختلف یادگیری هنگام همگراشدن با شایستگی های کارآفرینانه چگونه رفتارهای کارآفرینانه را هدایت می کنند؛ به عبارت دیگر، چرا تمام افرادی که منابع یادگیری بالا را در اختیار دارند رفتار کارآفرینانه از خود نشان نمی دهند؟ در این زمینه، تحقیق حاضر با استناد به نظریه تشخیص فرصت کرزنر (۱۹۹۹)، تئوری شناخت اجتماعی و همچنین فعالیت های پژوهشی مک مولن و شفرد (McMullen & Shepherd, 2006) می کوشد این مسئله را از طریق تبیین نقش هوشیاری کارآفرینانه در این فرایند تبیین کند. جمع بندی نتایج میدانی نشان داد شایستگی های کارآفرینانه از طریق پرورش هوشیاری کارآفرینانه سبب بهره گیری کارآفرینان از منابع یادگیری و تبدیل آنها به فرصت های کارآفرینانه می شوند.

نتایج پژوهش میدانی حاضر را می توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: اول آنکه مشخص شد

وجود شایستگی‌های کارآفرینانه در کارآفرینان بر هر سه شاخص محوری در شکل‌گیری هوشیاری کارآفرینانه مؤثر است. از این‌رو، می‌توان استنباط کرد برنامه‌های آموزش کارآفرینی با محوریت شکل‌گیری شایستگی‌های کارآفرینانه می‌تواند در پرورش روحیه شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه مؤثر باشند. ماهیت شایستگی‌های کارآفرینانه را می‌توان ترکیبی از مهارت‌های ذاتی و اکتسابی دانست؛ بنابراین، می‌توان نقش آموزش‌های کارآفرینی را در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی به‌واسطه ایجاد شایستگی‌های کارآفرینانه مؤثر نشان داد. براساس نظریه شناخت اجتماعی، فرایند تصمیم‌گیری و استنتاج در موقعیت‌های مختلف اجتماعی با آموزش و تکنیک‌های مناسب ارتقا می‌یابد. از این‌رو، می‌توان هوشیاری را قابلیت دانست که آموختنی یا ارتقاداتنی است. در واقع، هوشیاری کارآفرینان به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی منجر می‌شود که در دل آن‌ها کسب و کارهایی به‌شکل بالقوه نهفته است.

نتایج دسته دوم بیان می‌کرد که در بین شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه، شاخص ارزشیابی و قضاوت در مقایسه با دو شاخص دیگر، بیشترین تأثیر را از شایستگی‌های کارآفرینانه می‌گیرد. از این‌رو، مشخص می‌شود توانایی شناسایی فرصت‌های پرمفعت نسبت به سایر فرصت‌ها و توانمندی شناختی در افتراق بین راه‌حل‌های ممکن در پاسخ به یک فرصت، بیشترین وابستگی را به شایستگی‌های کارآفرینانه دارد؛ بنابراین، تمرکز بر ویژگی‌های اکتسابی مانند ارتقای شاخص فنی در زمینه کسب و کارهای کشاورزی، دانش فنی مورد نیاز و آشنایی با فرصت‌های موجود در بخش کشاورزی، در کنار تقویت شاخص‌های ارتباطی، سازماندهی و تعهد ممکن است نقشی محوری در پرورش عمیق‌تر تظاهرات روان‌شناختی شاخص ارزشیابی و قضاوت داشته باشد.

براساس دسته سوم از نتایج، شاخص پویش و جست‌وجو و شاخص برقراری پیوندها، کم و بیش به‌گونه یکسانی از شایستگی‌های کارآفرینانه افراد کارآفرین تأثیر می‌پذیرند. از این‌رو، می‌توان بیان کرد میان دو ویژگی پویش و جست‌وجو و برقراری روابط و پیوندها از شاخص‌های هوشیاری کارآفرینانه از دید نوع تأثیرپذیری از قابلیت‌های کارآفرینانه، تشابه وجود دارد. از این‌رو، برنامه‌های آموزش کارآفرینی که به‌گونه‌ای بر قابلیت‌های کارآفرینی مشارکت‌کنندگان در

برنامه تمرکز دارند، می‌توانند در شکل‌گیری دو شاخص پوشش و جست‌وجو و برقراری ارتباط هوشیاری کارآفرینانه به‌اندازه تقریباً واحدی دست یابند؛ به دیگر سخن، ماهیت پوشش و جست‌وجو و برقراری ارتباط ایجاب می‌کند کارآفرینان در یک چرخه که عموماً با پوشش و جست‌وجو آغاز می‌شود وارد پردازش اطلاعات کسب‌شده پیرامونی شوند که به شاخص برقراری ارتباط آن‌ها وابسته است. تقویت این مرحله به پوشش و جست‌وجوی عمیق‌تر برای پرکردن خلأ اطلاعاتی مورد نیاز منجر می‌شود. تکمیل این چرخه به شناسایی فرصت‌هایی منجر می‌شود که در شاخص قضاوت و ارزشیابی آن‌ها تکمیل می‌شود. به‌طور کلی، نتیجه تحقیق نشان داد بخش شایان توجهی از داشتن روحیه هوشیاری کارآفرینانه، متکی بر شایستگی‌هایی است که به‌صورت اکتسابی یا ذاتی در کارآفرینان تبلور می‌یابد. براساس نظریه شناخت اجتماعی، بخشی از کسب دانش فرد به‌طور مستقیم به مشاهده دیگران و در قالب تعاملات اجتماعی، تجارب و تحت تأثیر رسانه‌های جمعی مربوط است. در نتیجه، زمانی که کارآفرینان توانایی تشریح مدل انجام‌دادن یک رفتار و پیامدهای آن رفتار را داشته باشند، با استفاده از این اطلاعات رفتارهای خود را در زمینه کشف فرصت‌های جدید هدایت می‌کنند.

## پیشنهادها

براساس یافته‌های تحقیق حاضر پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. نتایج تحقیق نشان می‌دهد افراد با شایستگی‌های بالاتر کارآفرینانه، سطح بالاتری از هوشیاری کارآفرینانه دارند و خود را بهتر در معرض فرصت‌های کارآفرینی نهفته در تعاملات اجتماعی قرار می‌دهند. از این رو، پیشنهاد می‌شود در اجرای برنامه‌های آموزش کارآفرینی با خلق فرصت‌های یادگیری تعامل محور، توان شرکت‌کنندگان در شناسایی فرصت‌ها تقویت شود.
۲. با توجه به نقش مشخص هوشیاری کارآفرینانه در شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های آموزشی از دوره دبستان محتوای آموزشی بر شکل‌گیری و تقویت هوشیاری تأکید داشته باشد. انجام‌دادن بازی‌های کودکانه که روحیه پوشش و جست‌وجو را بالاتر می‌برد و توان برقراری ارتباط و ارزیابی فرد را افزایش می‌دهد، توصیه می‌شود.



۳. با توجه به نقش شایستگی‌های کارآفرینانه در پیش‌بینی بخش شایان‌توجهی از هوشیاری کارآفرینانه، پیشنهاد می‌شود شرکت‌هایی که نوآوری بخش جدایی‌ناپذیر فعالیت‌های آن‌ها برای موفقیت در بازار رقابتی است، برای استخدام کارکنانی با این ویژگی‌ها یا آموزش کارکنان خود در این زمینه همت گمارند.

۴. با توجه به اینکه پژوهش حاضر به‌شکل تک‌مقطعی صورت پذیرفته است، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های مجزایی به‌شکل طولی روند تکامل هوشیاری کارآفرینانه تحلیل و سطح تأثیرپذیری آن در مقاطع مختلف بررسی شود. همچنین، از آنجاکه در تحقیق حاضر هوشیاری کارآفرینانه مفهومی ایستا در نظر گرفته شده است، پیشنهاد می‌شود فرایند توسعه آن با روش‌هایی مانند سیستم‌های پویا مطالعه شود.

## منابع

- درینی، روح‌اله (۱۳۹۲). بررسی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان کرمان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان.
- شاهبندرزاده، حمید و زارعی، راضیه (۱۳۹۲). عوامل فردی مؤثر بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی. مجموعه مقالات کنفرانس مدیریت، چالش‌ها و راهکارها، ۵ دی ماه ۱۳۹۲، صص. ۱-۱۱.
- عزیزی، شهریار، مومنی، علیرضا و عبدالله‌پور، امیررضا (۱۳۹۱). الگوی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۶)، ۷-۲۵.
- محمدی الیاسی، قنبر، ابیلی، خدایار و مثنوی، ندا (۱۳۹۲). شناسایی الگوی منابع روش‌های یادگیری کارآفرینان نوپا. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۶ (۴)، ۷۵-۹۳.
- Ahmad, N.H., Ramayah, T., Wilson, C., and Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment?: A study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 16(3), pp. 182-203.
- Ahmad, N.H. (2007). A cross cultural study of entrepreneurial competencies and entrepreneurial success in SMEs in Australia and Malaysia. Unpublished doctoral thesis, University of Adelaide, Adelaide Graduate School of Business. Retrieved from: <http://hdl.handle.net/2440/48199>
- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18 (1), pp. 105- 123.
- Baron, R. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: how entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20 (1), pp. 104- 119.
- Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2, pp. 51- 72.
- Chandler, G. N., and Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business venturing*, 7(3), pp. 223-236.
- Kaish, S. and Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: sources, interests, and general alertness. *Journal of Business Venturing*, 6, pp. 45- 61.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago press, Chicago.

- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit*. University of Chicago Press, Chicago.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35, pp. 60-85.
- Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: a reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11, pp. 5- 17.
- Kirzner, I. M. (2008). *The alert and creative entrepreneur: a clarification*. Research Institute of Industrial Economics, Stockholm SE.
- Lans, T., Bergevoet, R., Mulder, M. and Van Woerkum, C. (2005). Identification and measurement of competences of entrepreneurs in agribusiness. In: Batterink, M., R. Cijssouw, M. Ehrenhard, H. Moonen and P. Terlouw (eds.). Selected papers from the 8<sup>th</sup> Ph.D. Conference on Business Economics, Management and Organization Science, PREBEM/NOBEM, Enschede. Pp: 81-95.
- Lans, T., Biemans, H., Mulder, M. and Verstegen, J. (2010). Self-awareness of mastery and improvability of entrepreneurial competence in small businesses in the agri-food sector. *Human Resource Development*, 21 (2), pp. 147- 168.
- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142.
- Man, T.W.Y. (2001), "Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector", unpublished doctoral thesis, Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong. Retrieved from: <http://repository.lib.polyu.edu.hk/jspui/handle/10397/3532>
- Man, T. W., Lau, T., and Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), pp. 123-142.
- McMullen, J. and Shepherd, D. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31 (1), pp. 132- 152.
- Mitchelmore, S., and Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16 (2), pp. 92-111.
- Sánchez, J. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *Int Entrep Manag*, 7, pp. 239- 254.
- Shepherd, D., McMullen, J. and Jennings, P. (2007). Formation of opportunity

- beliefs: a coherence theory perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1 (1–2), pp. 75- 95.
- Short, J., Ketchen, D., Shook, C. and Ireland, R. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*, 36, pp. 40- 65.
- Tang, J., Kacmar, M. and Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27, pp. 77–94.
- Tripsas, M. (2008). Customer preference discontinuities: a trigger for radical technological change. *Managerial and Decision Economics*, 29 (2/3), pp. 79-86.
- Valliere, D. (2013). Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness. *Journal of Business Venturing*, 28, pp. 430- 442.