

تأثیر مهارت‌های اکتشافی تیم مؤسس بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا: تبیین نقش تعدیل‌گر درجه تازگی ایده

کمال سخدری*^۱ - سیما سجادی^۲ - حسن مبارکی^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱/۱۷

چکیده

این پژوهش با هدف تأثیر مهارت‌های اکتشافی تیم مؤسس بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا صورت گرفته است. روش پژوهش بر حسب هدف، کاربردی و از لحاظ رویکرد کمی است. روش جمع‌آوری داده‌ها همبستگی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته انجام شده که در اختیار ۲۱۰ نفر در ۱۰۱ تیم مؤسس در شرکت‌های فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران قرار گرفت. روش تحلیل رگرسیون سلسه مراتبی نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS25 صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که مهارت‌های پرسش‌گری و مشاهده‌گری تیم مؤسس، بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار تأثیرگذار است. بررسی تأثیر تعدیل‌گر درجه تازگی ایده نیز نشان می‌دهد که مشاهده‌گری، به‌ویژه زمانی که نوآوری ایده پائین است، پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار را تقویت می‌کند. این نتایج بینش‌های ارزشمندی در جهت فهم رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار برای محققان و کارآفرینان ارائه می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: پرسش‌گری، تیم کارآفرینی، رفتار اکتشافی، شبکه‌سازی، مشاهده‌گری

مقدمه

تأسیس و ماندگاری شرکت‌های جدید که منبع مهمی برای رشد اقتصادی محسوب می‌شوند، مورد توجه کارآفرینان، سیاست‌گذاران و محققان حوزه کارآفرینی قرار گرفته است. با وجود اهمیت کسب و کارهای نوپا، نرخ کسب و کارهایی که موفق به خارج شدن از فاز استارت‌آپ و تشکیل شرکت می‌شوند، بسیار اندک است (Davidsson & Steffens & Terjesen; 2012). این نرخ به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران بسیار پایین‌تر از میانگین جهانی آن است (سخدری، زارعی، صادقی، ۱۳۹۶). بنابراین آگاهی از مجموعه عواملی که منجر به رشد کسب و کارها در فرآیند ایجاد کسب و کار می‌شوند، بسیار حائز اهمیت است (Davidsson, 2015).

پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که یکی از عواملی که می‌تواند بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار مؤثر باشد، ویژگی‌های تیم مؤسس کسب و کار مخاطره‌پذیر (NVT)^۱ است (Klotz & Hmieleski, 2014). این پژوهش‌ها بیشتر معطوف به ویژگی‌های قابل مشاهده تیم مانند اندازه، ترکیب و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بوده (Ensley et al, 2003) و ویژگی‌های تیم مؤسس از منظر رویکرد رفتاری و به‌ویژه شرایطی که این ویژگی‌ها می‌تواند بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار تأثیرگذار باشد، در مقایسه با جریان‌ات پژوهشی منابع تیم کارآفرینی (e.g., Beckman, 2006; Ensley et al., 2003; Honig & Davidsson, 2003) (e.g., Chandler et al., 2003; Hmieleski and Ensley, 2007; Davidson et al. 2012) (e.g., Wang & Chugh, 2013)، و یادگیری در تیم کارآفرینی (al. 2005; Forbes et al. 2006) کمتر مورد توجه قرار گرفته است (Gartner, 1988; Dyer et al, 2008).

در این پژوهش با استفاده از مفهوم‌سازی دایر و همکاران (۲۰۰۸) از رفتارهای اکتشافی کارآفرینان، تأثیر رفتارهای اکتشافی تیم مؤسس شامل مشاهده‌گری، شبکه‌سازی، آزمایش‌گرایی و پرسش‌گری بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار مورد آزمون قرار می‌گیرد.

1. New Venture Team

همچنین این رفتارها، به‌ویژه زمانی که درجه نوآوری ایده کم باشد، به کارآفرینان کمک می‌کند با سرعت بهتری کسب‌وکار خود را شکل دهند. این پژوهش دو کمک نظری مهم نیز به ادبیات کارآفرینی می‌کند. اول اینکه با ایجاد ارتباط بین رفتارهای اکتشافی و رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار، فهم بهتری در رابطه با رفتارهای موردنیاز تیم مؤسس در جهت رشد سریع‌تر فرآیند کسب‌وکار ایجاد می‌کند. دوم آنکه با مفهوم‌سازی نقش تعدیل‌گر درجه نوآوری ایده، شرایطی که این رفتارها را متأثر می‌کند، تعیین می‌نماید. بنابراین هدف اصلی این مقاله، تأثیر مهارت‌های اکتشافی بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار است که یکی از جریان‌های رو به رشد پژوهش‌های کارآفرینی است (Easley et al., 2014).

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

یکی از تعاریف مورد پذیرش کارآفرینی، ایجاد فعالیت اقتصادی-اجتماعی جدید، موفق و مؤثر است (Davidsson, 2004; 2016). گیتوود، شاور و گارتنر^۱ (۱۹۹۵) معتقدند، کارآفرینی یک فرآیند است که از تصمیم به شروع یک کسب‌وکار تا انجام اولین فروش صورت می‌گیرد. همچنین لیاو و ولش^۲ (۲۰۰۸)، رویدادها و فعالیت‌هایی که کارآفرینان یک کسب‌وکار جدید ایجاد می‌کنند، به‌عنوان فرایند ایجاد کسب‌وکار جدید تعریف کرده‌اند. شواهد تجربی نشان می‌دهد، بنیان‌گذاران کسب‌وکارها که به شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید می‌پردازند، از بسیج و ترکیب منابع برای شکل‌گیری کسب‌وکار جدید استفاده می‌کنند (Carter et al., 1996; Delmar & Shane, 2004; Samuelson & Davidsson, 2009; Shane, 2003).

دیویدسون (۲۰۰۸) مدعی است، فرایند ایجاد کسب‌وکار، با شناسایی یک ایده کسب‌وکار آغاز می‌شود که یا خاتمه می‌یابد و یا به فروشی منظم دست می‌یابد. میان محققان در مورد نقطه‌ی آغاز و پایان فرایند ایجاد کسب‌وکار اختلاف نظرهایی وجود دارد، اما همه موافقند که ایجاد کسب‌وکار جدید یک فرایند است. فرآیند به‌معنای مراحل مختلف شناختی و رفتاری در

1 Gatewood, Shaver, & Gartner

2 Liao & Welsh

روند شکل‌گیری است. این مراحل می‌تواند شامل شناسایی یک ایده کسب‌وکار، ایجاد ورودی‌ها، توسعه محصول، استخدام کارکنان، جست‌وجوی منابع مالی و جمع‌آوری اطلاعات از مشتریان شود (Delmar & Shane, 2004). این فعالیت‌ها در تحقیقات کارآفرینی، فعالیت‌های شکل‌گیری^۱ نامیده شده و افرادی که درگیر این فعالیت‌ها هستند به‌عنوان کارآفرینان نوپا^۲ در نظر گرفته می‌شوند (Reynolds & Miller, 1992). محققان با بهره‌گیری از فعالیت‌های شکل‌گیری متفاوت، فرایند ایجاد کسب‌وکار جدید را به‌صورت تجربی مورد بررسی قرار دادند (Davidsson & Honig, 2003; Delmar & Shane, 2004; Liao & Welsh, 2008; Lichtenstein et al., 2007; Samuelson & Davidsson, 2009) بویستنر^۳ و همکاران (۲۰۰۳)، یک چارچوب متحد از مؤلفه‌های کارآفرینی ارائه دادند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: الف- عاملان، یعنی فرد یا سازمان، ب- ایده یا فرصت‌ها، ج- محیط و زمینه د- فرایند.

سازه‌های فرصت‌ها، افراد و تیم‌ها و نحوه سازماندهی می‌توانند در محیط‌های گسترده‌تر به‌عنوان یک دیدگاه برای کارآفرینی سازماندهی شوند. دسته‌ی فرصت‌ها به تعامل میان بازارها و محیط‌ها، دسته‌ی افراد و تیم‌ها به ویژگی‌های افراد و تیم‌ها و فرایندهای پویای وابسته به توسعه‌ی سرمایه انسانی یا فکری توسط افراد/تیم‌ها، نحوه‌ی سازماندهی به شیوه‌های مدیریتی که اجازه می‌دهد یک فرصت کشف شود و دسته‌ی محیط‌ها به نرخ راه‌اندازی کسب‌وکار مربوط می‌شود (Busenitz et al., 2003).

پژوهش‌های مرتبط با تیم کارآفرینی عمدتاً در چند زمینه‌ی منابع، ساختار، یادگیری، مشخصات و عملکرد تیم مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

با توجه به جدول (۱)، بررسی ادبیات نشان می‌دهد که پژوهش‌ها کمتر به ویژگی‌های رفتاری تیم مؤسس و شرایطی که این رفتارها بر رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد،

1 Gestation activities
2 Nascent entrepreneurs
3 Busenitz

توجه کرده‌اند. از این رو، پژوهش حاضر به مفهوم‌سازی رابطه مهارت‌های اکتشافی و رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار می‌پردازد که در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرد.

جدول ۱. خلاصه‌ای از برخی پژوهش‌های مرتبط با تیم کارآفرینی

منبع	نوع مقاله	موضوع اصلی مقاله	یافته‌ها
Deakins and Freel (1998)	تجربی: مطالعه کیفی براساس چهار مورد مطالعات مصاحبه با کارآفرینان است	یادگیری تیم کارآفرینی	انواع مختلف یادگیری در SMEs شناسایی می‌شوند: یادگیری تجربی، یادگیری خارجی، یادگیری با انجام دادن، سازگاری معمول (جست‌وجوی داخلی)، آزمون و خطا (جست‌وجوی خارجی) و یادگیری جمعی
Ensley and Pearce (2001)	۱۵۸ شرکت خصوصی در حال رشد سریع	ویژگی تیم و تأثیر بر عملکرد	همبستگی ارتباط منفی با تعارض شناختی و عاطفی ارتباط دارد. تعارض شناختی، شناخت راهبردی مشترک عملکرد شرکت را افزایش داد. تعارض عاطفی به عملکرد شرکت آسیب رساند.
Ensley, Hmieleski, (2007)	۱۵۴ استارت‌آپ امریکایی و ۶۶ شرکت جوان ایالات متحده	ویژگی تیم و تأثیر بر عملکرد	هر دو رهبری عمودی و به اشتراک گذاشته شده بر عملکرد پیش‌بینی تأثیرگذار است، اگرچه اثرات رهبری مشترک، قوی‌تر است.
Forbes et al. (2006)	تئوری/توسعه مفهومی همراه با مصاحبه‌های کیفی	یادگیری تیم کارآفرینی	پویایی منابع و جذب بین فردی، دو انگیزه اصلی برای اضافه کردن عضو جدید تیم است. نویسنده با توسعه چارچوب ارتباطی، یادگیری کارآفرینی را توسعه می‌دهد و تجزیه و تحلیل‌های فردی، تیم، شرکت و شبکه را بررسی می‌کند.
Beckman et al. (2007)	تجربی: مطالعه طولی ۱۶۱ شرکت با ترکیب روش مصاحبه، نظرسنجی و آرشوها	ساختار تیم کارآفرینی	تنوع عملکرد، توانایی تیم را برای جذب سرمایه‌گذاران خطرپذیر افزایش می‌دهد.
Stam and Elfring (2008)	تجربی: بررسی کمی ۹۰ شرکت جدید در صنعت نرم‌افزار در هلند	منابع تیم کارآفرینی	رابطه کارآفرینی محوری و پیشرفت عملکرد با تأثیرگذاری صنعت به‌عنوان تعدیل‌گر، مثبت است.
Brinckmann and Hoegl (2011)	۱۷۸ شرکت جوان آلمانی	ویژگی تیم و تأثیر بر عملکرد	کار تیمی، رشد آینده تیم را محدود می‌کند. قابلیت ارتباطی تیم باعث اشتغال و رشد فروش است.
Francesca Visintin, Daniel Pittino (2014)	۱۰۳ تیم مؤسس spin-off ایتالیایی	ویژگی تیم و تأثیر بر عملکرد	عملکرد تیم‌های مؤسس با ترکیب همزمان افراد دانشگاهی و غیردانشگاهی، بالاتر است.
Uschi Backes-Gellner et al.	۲۱۴ تیم استارت‌آپ	ویژگی تیم و تأثیر بر	اندازه تیم بر میزان تلاش‌های تیمی تأثیرگذار است. همچنین

منبع	نوع مقاله	موضوع اصلی مقاله	یافته‌ها
(2015)	آلمانی	عملکرد	روابط اجتماعی بین اعضای تیم کارآفرینی بر تلاش آن‌ها تأثیر می‌گذارد.
Kari et Kristinsson al. (2016)	۱۵۷ کسب و کار مخاطره‌پذیر تکنولوژی محور اروپایی	ساختار تیم کارآفرینی	تنوع اطلاعاتی در تیم باعث تولید ایده‌ها و نوآوری بیشتر می‌شود. این در حالی است که تصمیم‌سازی منطقی این روابط را تعدیل می‌کند.
Nuscheler Engelen Zahrab (2017)	۳۷۴ شرکت تکنولوژی محور در امریکا، از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴	ساختار تیم کارآفرینی	ورود محصولات جدید به پیشرفت کمک می‌کند، البته تا زمانی که تیم دارای تجربه قبلی و عملکرد متنوع باشد.
Boone Clarysse Andries (2018)	۴۳ NVT در سوئیس	ساختار تیم کارآفرینی	اشتیاق کارآفرینانه در تیم می‌تواند تعارضات درون تیم را محدود کند. میزان این تأثیر به مرحله رشد کسب و کار بستگی دارد.
Garrone Grilli & Mrkajic (2018)	۱۹۵ تیم بنیان‌گذار در حوزه cleantech و internet	منابع تیم کارآفرینی	زمینه قبلی افراد و دانش آن‌ها به عنوان یک سرمایه انسانی مورد بحث است و نشان می‌دهد که در کسب و کارهای high-tech آنالیز تیم‌ها اهمیت دارد.

مهارت‌های اکتشافی

مارس^۱ (۱۹۸۹) معتقد است، رفتار اکتشافی را می‌توان به عنوان جست‌وجو کردن یا قادر بودن به کشف چیزی، و نیز تمایل به ریسک یا آزمایش و شیوه‌های نوآورانه انجام کارها تعریف کرد (Webb et al., 2010; Hitt et al., 2011). برخی از محققان دیگر (Benner and Tushman, 2003; He and Wong, 2004; O'Reilly and Tushman, 2011)، فعالیت‌های اکتشافی را فعالیت یادگیری می‌دانند و براین باورند که این مهارت‌ها باعث جست‌وجوی فرصت‌های جدید می‌شود. بنابراین دایر^۲ و همکاران (۲۰۰۸)، در مصاحبه خود با کارآفرینان نوآور چهار رفتار را که می‌تواند به تولید و رشد ایده‌های جدید کارآفرینانه منجر شود،

1 March

2 Dyer

شناسایی کردند. این چهار مهارت عبارتند از: پرسش‌گری^۱، مشاهده‌گری^۲، آزمایش‌گری^۳ و شبکه‌سازی^۴.

رفتار مشاهده‌گری نشان‌دهنده افرادی است که با حواس چندگانه خود به دنیای پیرامون می‌نگرند تا فرصت‌ها را تشخیص دهند. پرسش‌گران معمولاً سؤالاتی را مطرح می‌کنند که وضعیت موجود را به چالش می‌کشد. مطالعات دایر و همکاران نشان می‌دهد، کارآفرینان مورد مطالعه از طریق پرسیدن سؤالات توصیف‌کننده و برهم‌زننده وضع موجود، به ایده‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار دست یافته‌اند. علاوه بر پرسش‌گری، مشاهده‌گری نیز می‌تواند به بهبود ایده کسب‌وکار و رشد فرآیند ایجاد آن منجر شود. مشاهده‌گری به مشاهده دیگر کسب‌وکارها، مشتریان، صنایع، فناوری‌های جدید و حتی دیگر کشورها اشاره دارد که می‌تواند منبعی مهم برای ارزش‌آفرینی باشد. کارآفرینان نوآور همچنین در تلاش برای ایجاد شبکه‌هایی از افراد با ایده‌های متنوع هستند تا بتوانند از بینش‌های جدید استفاده کنند. در نهایت برخی کارآفرینان برای تولید اطلاعات جدید، به آزمایش و آزمون و خطا می‌پردازند. با توجه به اینکه همه رفتارهای اکتشافی باعث دسترسی کارآفرینان به دانش جدید می‌شود و دانش جدید یکی از مهم‌ترین منابع توسعه ایده‌ها و مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه برای رشد کسب‌وکارهاست (Shane, 2000; Dyer et al, 2008)، بهتر است هر یک از رفتارهای اکتشافی بر رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار، تأثیر مثبت داشته باشد:

فرضیه ۱: رفتار پرسش‌گری تیم مؤسس بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۲: رفتار مشاهده‌گری تیم بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۳: رفتار آزمایش‌گری تیم بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ۴: رفتار شبکه‌سازی تیم بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار نوپا تأثیر مثبت دارد.

-
- 1 Questioning
 - 2 Observing
 - 3 Experimenting
 - 4 Networking

تازگی محصول/خدمت

ایده‌های کسب‌وکار از لحاظ درجه تازگی متفاوت هستند. ساموئلسون و دیویدسون^۱ (۲۰۰۹) و اخیراً سنیارد و همکاران^۲ (۲۰۱۴)، چهار بُعد تازگی ایده کسب‌وکارهای نوپا را بازتعریف کرده‌اند. این چهار بُعد شامل محصول/خدمت، تولید/منابع، رویکرد بازاریابی و انتخاب بازار هدف است. از آنجا که رفتارهای اکتشافی، بر کسب دانش از محیط و دیگر عاملان بازار تأکید دارد، تأکید می‌کنیم که رفتارهای اکتشافی در نوع ایده‌هایی که سابقه قبلی در بازار دارند، تأثیرگذاری بیشتری نسبت به ایده‌های نوآورانه دارند. به عبارت دیگر، مهارت‌های اکتشافی به‌ویژه در زمانی که محصول/خدمت ارائه شده تازگی کمتری دارد، می‌توانند با به چالش کشیدن وضع موجود، مشاهده موفقیت کسب‌وکارهای دیگر، ایجاد مدل کسب‌وکار جدید و شبکه‌سازی، فرایند ایجاد کسب‌وکار را بهبود بخشند. به‌عنوان مثال، پژوهش‌ها نشان می‌دهد، زمانی که شرکت‌ها اقدام به ارائه محصولات و خدمات رادیکال و کاملاً جدید می‌کنند، نیاز کمتری به جست‌وجوی دانش خارجی دارند (Laursen & Salter, 2006). بنابراین در این پژوهش تعدیل گر بُعد تازگی محصول/خدمت مورد بررسی قرار می‌گیرد. از این رو:

فرضیه ۵: تازگی محصول/خدمت، رابطه تأثیر پرسش‌گری تیم مؤسس بر پیشرفت فرآیند کسب‌وکار را به‌صورت منفی تعدیل می‌کند.

فرضیه ۶: تازگی محصول/خدمت، رابطه مشاهده‌گری تیم بر پیشرفت فرآیند را به‌صورت منفی تعدیل می‌کند.

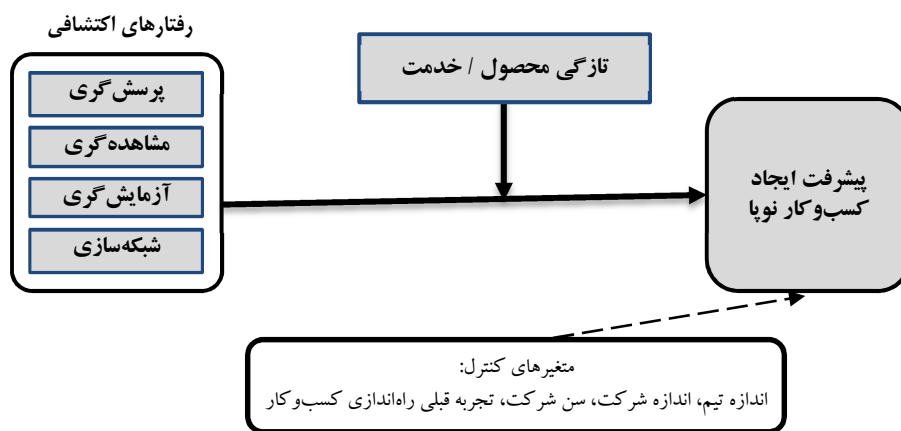
فرضیه ۷: تازگی محصول/خدمت، رابطه آزمایش‌گری بر پیشرفت فرآیند را به‌صورت منفی تعدیل می‌کند.

فرضیه ۸: تازگی محصول/خدمت، رابطه شبکه‌سازی تیم بر پیشرفت فرآیند را به‌صورت منفی تعدیل می‌کند.

1 Samuelson & Davidsson

2 Senyard et al.

چارچوب نظری پژوهش



شکل ۱: چارچوب نظری پژوهش

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است. از نظر گردآوری داده‌ها و روش تجزیه و تحلیل، یک پژوهش همبستگی است و با رویکرد کمی و استفاده از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته، داده‌های جمع‌آوری شده را از ادبیات پژوهش استخراج کرده است. جامعه آماری شامل تمام تیم مؤسسان شرکت‌های نوپای مستقر در پارک‌های علم و فناوری تهران است. حجم جامعه آماری پژوهش ۳۹۶ مورد، شامل ۵ پارک علم و فناوری است که براساس فرمول کوکران به حجم نمونه حداقل ۸۹ نیاز است. با توجه به اینکه در این تحقیق اعضای تیم‌های مؤسس مورد بررسی قرار می‌گیرند و معمولاً بین دو تا پنج نفر هستند، در مجموع ۳۲۴ پرسش‌نامه بین ۱۴۸ تیم مستقر در پارک‌های علم و فناوری توزیع و در نهایت ۲۱۰ پرسش‌نامه از اعضای ۱۰۱ تیم فعال دریافت شد. برای کاهش خطای روش^۱ پرسش‌نامه تحقیق حاضر،

1 Method-bias

جداسازی پاسخ‌دهندگان در پُر کردن متغیرهای وابسته و مستقل صورت گرفت (Podsakoff et al., 2003; Sakhdari & Burgers, 2017).

سؤالات مربوط به سنجش پیشرفت فرایند ایجاد کسب‌وکار شامل ۴۱ پرسش از ترکیب مقیاس‌های ارائه شده توسط (Samuelsson and Davidsson Davidsson and Honig (2003), Samuelsson and Davidsson Davidsson and Honig (2003), and J. J. Liao and Welsch (2008). بود که به ترتیب ۲۰، ۳۰ و ۲۶ مورد را از مطالعه PSED استخراج کردند و ما این موارد را ادغام کردیم. پرسش‌های مربوط به رفتار اکتشافی شامل ۱۹ سؤال از چهار الگوی پرسش‌گری، مشاهده‌گری، آزمایش و شبکه‌سازی بود که از پرسش‌نامه دایر و همکاران (۲۰۰۸) استخراج شده است. پرسش‌های مربوط به تازگی ایده محصول و خدمت نیز از پرسش‌نامه سنیار و همکاران (۲۰۱۴) برداشت شده است. باید گفت که برای کنترل متغیرهای خارج از مدل، اندازه تیم مؤسس بر عملکرد تأثیر خواهد گذاشت (Delmar & Shane, 2006). بنابراین اندازه و سن شرکت (Burgers and Covin, 2016) و تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار (Davidsson and Honig, 2003) به‌عنوان متغیرهای کنترل در این پژوهش در نظر گرفته شده‌اند. پایایی توسط ضریب آلفای کرونباخ که نوعی سنجش پایایی بر اساس سازگاری درونی آیت‌هاست، صورت گرفته است. حداقل میزان مقادیر کافی آلفای کرونباخ ۰/۷ است (Hair et al., 2011, Latan & Ghozali, 2012).

جدول ۲. مقادیر آلفای کرونباخ

متغیرها	پرسش‌گری	مشاهده‌گری	آزمایش‌گری	شبکه‌سازی	تازگی محصول/خدمت	رشد فرایند ایجاد
تعداد پرسش‌ها	۶	۴	۵	۴	۳	۴۱
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۸۰۶	۰/۸۰۴	۰/۸۶۶	۰/۷۶۰	۰/۸۶۷	۰/۸۳۸

روایی ظاهری و صوری پرسش‌نامه با بررسی خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. همچنین روایی سازه با استفاده از تجزیه تحلیل عاملی به کمک نرم‌افزار AMOS انجام شد. همه مقادیر ذکر شده در این پژوهش در حد استاندارد است، به جز شاخص RMSEA که در دو مورد بیش از حد ۱۰ درصد است. محققان معتقدند، در نمونه‌های کوچک با درجه آزادی کم، این شاخص معمولاً بالاتر از حد مجاز است و باید به سایر شاخص‌های نیکویی برازش تأکید کرد

(Kenny, Kaniskan, & McCoach, 2015). مجموعه این مقادیر نشان می‌دهد که پرسش‌نامه دارای روایی سازه است.

جدول ۳. شاخص‌های بررسی روایی سازه

متغیر	KMO	CFI	GFI	TLI	IFI	RMSEA	Chi-square/ DF
پرسش‌گری	۰/۷۴۸	۰/۹۷۸	۰/۹۷۳	۰/۹۴۳	۰/۹۷۹	۰/۰۹۷	۲/۱۷
مشاهده‌گری	۰/۷۳۰	۰/۹۵	۰/۹۶۸	۰/۹۰	۰/۹۵	۰/۱۷۲	۴/۷۳
آزمایش‌گری	۰/۸۴۲	۰/۹۷	۰/۹۵۹	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۱	۲/۶۷
شبکه‌سازی	۰/۷۴۶	۰/۹۸	۰/۹۹۳	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۰۵	۱/۴۳
تازگی محصول/خدمت	۰/۶۹۷	۰/۹۷	۰/۹۰۵	۰/۹۵	۰/۹۷۳	۰/۰۸۹	۱/۹۹

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی

توزیع فراوانی جنسیت پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد، ۱۴۸ نفر مرد و ۶۲ نفر زن، بیشترین توزیع سنی ۲۶ تا ۳۰ سال و ۵۲ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد هستند. ۵۳ درصد تیم‌های کسب‌وکار ۲ نفره و ۳۶ درصد شرکت‌ها کمتر از ۲ سال سن دارند.

آزمون فرضیه‌ها

با توجه به اینکه رگرسیون سلسله‌مراتبی، میزان واریانس منحصربه‌فردی را که متغیرهای مستقل و نیز تعدیل‌گر تبیین می‌کنند به صورت سلسله‌مراتبی نشان می‌دهد، برای تجزیه‌تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS25 برای بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. در جدول (۴)، مدل ۱، تأثیر متغیرهای کنترل را بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار می‌سنجد که مشاهده می‌شود اندازه و سن شرکت رابطه معناداری دارند. مدل دوم نشان می‌دهد، میان رفتار پرسش‌گری تیم مؤسس بر پیشرفت فرآیند ایجاد، رابطه معناداری وجود دارد. به بیان دیگر، $\beta=0.19$ است و می‌تواند ۶۸ درصد از تغییرات پیشرفت را پیش‌بینی کند، بنابراین فرضیه اول تأیید می‌شود. مدل سوم نشان‌دهنده تأثیرگذاری رفتار مشاهده‌گری تیم بر پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار است که معنادار است و فرضیه دوم هم تأیید می‌شود. یعنی $\beta=0.17$ است و ۳۶ درصد تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کند. مدل چهارم و پنجم به ترتیب به بررسی

رابطه رفتار آزمایش‌گری و شبکه‌سازی تیم بر پیشرفت فرایند می‌پردازند که این رابطه از لحاظ آماری معنادار نیست، بنابراین فرضیه سوم و چهارم رد شده و به این ترتیب فرضیه هفتم و هشتم تعدیل‌گر این رابطه نیز رد می‌شود. مدل ششم، تأثیر تعدیل‌گر تازگی محصول و خدمت را بر رابطه پرسش‌گری تیم و پیشرفت فرایند ایجاد نشان می‌دهد. از آنجا که این رابطه با توجه به جدول معنادار نیست، بنابراین متغیرهای تازگی محصول و خدمت نمی‌توانند رابطه را تعدیل کنند. در نتیجه فرضیه پنجم رد می‌شود. مدل هفتم نشان می‌دهد، تازگی محصول و خدمت رابطه رفتار مشاهده‌گری تیم و پیشرفت فرایند کسب و کار را تعدیل می‌کند، بنابراین فرضیه ششم تأیید می‌شود.

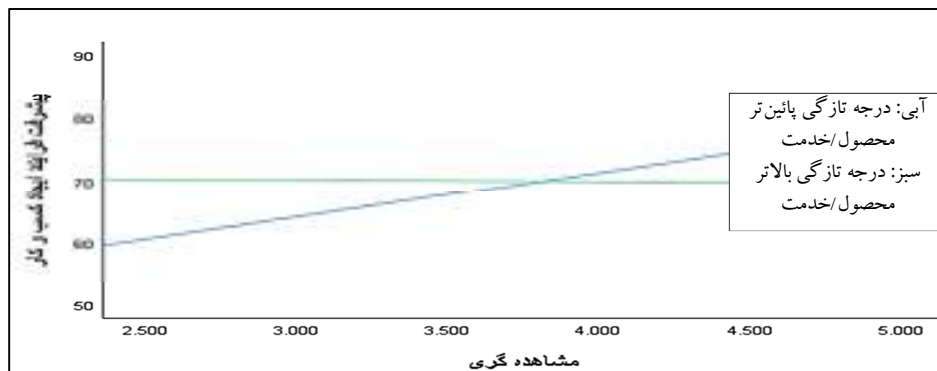
جدول ۴. نتایج رگرسیون خطی سلسله‌مراتبی: پیش‌بینی‌های پیشرفت سرمایه‌گذاری جدید

مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷
متغیر کنترل						
۰.۱۳۲-	۰.۱۳-	۰.۱۲-	۰/۱۲۵-	۰.۱۰-	۰.۱۲-	۰.۱۵۴-
۰.۳۰**	۰.۲**	۰.۳**	۰.۲۹***	۰.۳***	۰.۲۸***	۰.۳۲***
۰.۳***	۰.۴***	۰.۳***	۰.۳۹***	۰.۳***	۰.۰۱***	۰.۳۳***
۰.۰۱	۰.۰۱	۰.۰۰۸	۰.۰۳۱	۰.۰۲۱	۰.۱۹	۰.۰۲۳-
متغیر مستقل						
	۰.۱۹				۰.۰۳۵	
		۰.۱۷*				۰.۰۱۷-
			۰.۰۸۲			
				۰.۱۰۵		
متغیر تعدیل‌گر						
					۰.۰۵۲-	
						۰.۰۲۱**
ویژگی‌های مدل						
۹.۸۶***	۴.۶۶***	۳.۵۸*	۰.۷۵۵	۱.۱۷	۰.۲۸	۵.۵۳**
۰.۳۳	۰.۶۸۲	۰.۳۶۷	۰.۳۰۰	۰.۳۰۴	۰.۳۲۰	۰.۳۴۵
F Change						
Adjusted R square						

(N= 101), *** = $p < .01$, ** = $p < .05$, * = $p < .10$.

برای تحلیل بهتر رابطه تعدیل‌گری، نمودار آن ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، شدت رابطه مشاهده‌گری بر رشد فرآیند ایجاد در سطوح پائین‌تر تازگی ایده بیشتر است. به عبارت دیگر، در سطوح بالای تازگی ایده، رابطه بین مشاهده‌گری و پیشرفت فرآیند ایجاد کسب و کار، ضعیف‌تر از شدت این دو رابطه در سطوح پائین‌تر تازگی ایده است که

نشان می‌دهد، تازگی ایده به صورت منفی رابطه مشاهده‌گری و پیشرفت فرآیند ایده را تعدیل می‌کند.



شکل ۲. نمودار تأثیر تعدیل‌گر تازگی محصول/خدمت بر رابطه مشاهده‌گری و پیشرفت فرآیند

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ویژگی‌های تیم مؤسس کسب و کار، بر عملکرد تیم تأثیر می‌گذارد (Klotz & Hmieleski, 2014). با این حال، پژوهش‌های پیشین در سطح تحلیل تیم مؤسس، بیشتر بر ویژگی‌های ساختاری، و نه بر مهارت‌های رفتاری تیم، تمرکز کرده‌اند (Klotz & Hmieleski, 2014). بنابراین با در نظر گرفتن این خلأ پژوهشی، در این مطالعه تأثیر رفتارهای اکتشافی بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها به روش رگرسیون سلسله‌مراتبی در سطح تحلیل تیم نشان می‌دهد:

اول؛ مهارت پرسش‌گری تیم مؤسس در مراحل اولیه شروع فعالیت برای به چالش کشیدن وضع موجود و ارائه بهترین راه‌حل‌ها (Dyer et al, 2008)، می‌تواند بر پیشرفت کسب و کار تأثیرگذار باشد.

دوم؛ رفتار مشاهده‌گری و استفاده از حواس چندگانه برای درک بهتر محیط و شناسایی فرصت‌های جدید، به‌ویژه در بازار، نقش مهمی در پیشرفت کسب و کار ایفا می‌کند. همان‌طور

که بارن^۱ (۲۰۰۶؛ ۲۰۰۷) بیان کرد، مشاهده الگوها و روندهای پیچیده در تشخیص فرصت‌ها نقش دارند. این پژوهش هم نشان می‌دهد که رفتار مشاهده‌گری زمانی که درجه تازگی ایده کمتر است، تأثیر بیشتری بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار دارد. این نتایج تکمیل‌کننده پژوهش دایر و همکاران (۲۰۰۸) است که نشان می‌دهند، رفتارهای اکتشافی بر تشخیص فرصت کارآفرینان تأثیرگذار است. با مرتبط ساختن این رفتارها با رشد فرآیند ایجاد کسب و کار و سطح تحلیل تیم، این پژوهش بینش‌های جدیدی در زمینه رشد فرآیند ایجاد کسب و کار ایجاد می‌کند. پژوهش‌های قبلی عمدتاً به تبیین نقش اعتماد و کنترل تیم مؤسس (Williams Middleton & Nowell, 2018)، فرایندهای شکل‌گیری (Held, Herrmann, & van Mossel, 2018)، تصویرسازی کارآفرینانه (Kier & McMullen, 2018)، اشتیاق کارآفرینانه (Santos & Cardon, 2018) و تنوع جنسیتی تیم مؤسس (Dai, Byun, & Ding, 2018) پرداخته و کمتر رفتارهای اکتشافی تیم را مورد بررسی قرار داده‌اند که این پژوهش می‌تواند مسیرهای جدیدی در این زمینه ایجاد کند.

اما برخلاف انتظار، تأثیر رفتارهای شبکه‌سازی و آزمایش‌گری بر رشد فرآیند ایجاد کسب و کار مورد تأیید قرار نگرفت. این درحالی است که محققان بحث کرده‌اند که درگیری در فرایندهای تشخیص فرصت می‌تواند به شکل‌گیری کسب و کار جدید کمک کند (Sarasvathy et al., 2003; Miller, 2007). گمانه‌زنی در مورد این نتایج می‌تواند از دیگر مؤلفه‌های درگیر در فرآیند ایجاد کسب و کار و زمینه‌ای در ایران باشد. از آنجا که بیشتر ایده‌های داخل کشور تقلیدی است و بیشتر آموزش‌های کارآفرینی، به‌ویژه در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، معطوف به رویکردهای پیش‌تدبیری و تحلیلی (مانند تهیه طرح کسب و کار) است، رفتارهای آزمایش‌گرایی تأثیر مثبتی در این پژوهش نشان نداده است. به این ترتیب، رفتارهای شبکه‌سازی می‌تواند با در نظر گرفتن خلأهای نهادی مانند عدم تضمین حقوق مالکیت معنوی و گرایش‌های فرهنگی غالب در کشور توجیه شود. با این حال، به نظر

می‌رسد پژوهش‌های بیشتر در این زمینه می‌تواند فهم ما را از چرایی و چگونگی تأثیرگذاری این عوامل افزایش دهد.

این نتایج همچنین به کارآفرینان پیشنهاد می‌کند هنگام تشکیل تیم، افراد با مهارت بالاتر پرسش‌گری و مشاهده‌گری، به‌ویژه در ایده‌های جدید را به کار گیرند. همچنین این پژوهش پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده ارائه می‌دهد. با توجه به تک‌مقطعی بودن این تحقیق، ایجاد رابطه علی-معلولی بین سازه‌های مدل کاملاً تأیید نمی‌شود و مستلزم پژوهش‌های چندمقطعی است که می‌تواند مسیری جذاب برای پژوهش‌های آتی باشد. همچنین، واکاوی بیشتر علت و چگونگی تأثیر متغیرهایی که در این پژوهش مورد تأیید قرار نگرفتند، به‌ویژه از طریق پژوهش کیفی، می‌تواند مسیری ارزشمند برای تکمیل نتایج این پژوهش باشد. در نهایت، شناسایی مکانیزم‌های تأثیرگذاری رفتارهای اکتشافی بر رشد فرآیند ایجاد کسب‌وکار از طریق مدل‌های میانجی، می‌تواند به فهم ما در این زمینه بیافزاید.

منابع

- سخدری، کمال؛ زارعی، بهروز و صادقی، بهزاد (۱۳۹۶)، "تحلیل مدل رفتاری کسب و کارهای نوپا با استفاده از مدل توسعه مشتری"، توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۳۹۵-۴۱۵
- Anthony C. Klotz ; Keith M. Hmieleski. (2014). New Venture Teams: A Review of the Literature and Roadmap for Future Research ; *Journal of Management*;40(1), 226–255
- Baer, M. and Frese, M. (2003). Innovation is not enough: Climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *Journal of organizational behavior*, 24(1):45–68.
- Balasubramanian, N. (2011). New plant venture performance differences among incumbent, diversifying, and entrepreneurial firms: the impact of industry learning intensity. *Management Science*, 57(3): 549-565.
- Backes-Gellner, U. and Werner, A. and Mohnen, A. (2015). Effort provision in entrepreneurial teams: effects of team size, free-riding and peer pressure. *Journal of Business Economics*, 85(3): 205-230.
- Baron RA. 2006. Opportunity recognition: how entrepreneurs 'connect the dots' to recognize new business opportunities. *Academy of Management Perspectives* 20: 104–119.
- Baron RA. 2007. Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal* 1(1–2): 167–182.
- Beckman, C.M., Burton, D., & O'Reilly, C. (2007). Early teams: The impact of team demography on VC financing and going public. *Journal of Business Venturing*, 22(2): 147–173.
- Benner, M.J. and Tushman, M.L. (2003). Exploitation, Exploration, and Process Management: The Productivity Dilemma Revisited. *Academy of Management Review*. 28(2): 238-256
- Boone, S., Clarysse, B., & Andries, P. (2018, July). Does Team Entrepreneurial Passion Reduce Relationship Conflict in New Venture Teams? In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2018, No. 1, p. 13997). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Burgers, J. H., & Covin, J. G. (2016). The contingent effects of differentiation and integration on corporate entrepreneurship. *Strategic management journal*, 37(3): 521-540.
- Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of management*, 29(3): 285-308.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of business venturing*, 11(3): 151-166.
- Chandler, G.N., Honig, B., & Wiklund, J. (2005). Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 20(5): 705–725.

- Charles E. Essley, David H. Hsu & Edward B. Roberts. (2014). The contingent effects of top managements on venture performance: Aligning founding team composition with innovation strategy and commercialization environment. *Strategy management journal*, 35: 1798 – 1817.
- Cliff, J. E., Jennings, P.D., & Greenwood, R. (2006). New to the game and questioning the rules: The experiences and beliefs of founders who start imitative versus innovative firms. *Journal of Business Venturing*, 21(5): 633-663.
- Dai, Y., Byun, G., & Ding, F. (2018). The Direct and Indirect Impact of Gender Diversity in New Venture Teams on Innovation Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 10: 1-24.
- Davidsson, P. & Steffens, Paul & Terjesen, Siri. (2012). Birds of a feather get lost together? Homogeneity of venture teams and performance; *Small Business Economics*; 39(3): 724-743.
- Davidsson, P. (2004). *Researching Entrepreneurship*. Boston: Springer.
- Davidsson, P. (2008). *The types and contextual fit of entrepreneurial processes*. In P. Davidsson (Ed.), *The Entrepreneurship Research Challenge*. Cheltenham, UK: Elgar.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-331.
- Davidsson, P., & Tonelli, M. (2012). Killing A Darling: Letting Go of “Entrepreneurial Opportunity” and Putting “New Venture Idea” in Its Place. *ACE Paper Development Workshop*.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of business venturing*, 30(5), 674-695.
- Deakins, D., & Freel, M. (1998). Entrepreneurial learning and the growth process in SMEs. *Learning Organization, The*, 5(3): 144-155.
- Delmar, F., & Shane, S. (2004). Legitimizing first: Organizing activities and the survival of new ventures. *Journal of business venturing*, 19(3): 385-410.
- Ensley, M.D., & Pearce, C.L. (2001). Shared cognition in top management teams: Implications for new venture performance. *Journal of Organizational Behavior*, 22: 145–160.
- Ensley, M. D. and Hmieleski, K. M. (2005). A comparative study of new venture top management team composition, dynamics and performance between university-based and independent start-ups. *Research policy*, 34(7):1091–1105.
- Ensley, M. D. and Pearson, A. W. (2005). An exploratory comparison of the behavioral dynamics of top management teams in family and nonfamily new ventures: Cohesion, conflict, potency, and consensus. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(3):267–284.
- Ensley, M. D., Pearson, A., and Pearce, C. L. (2003). Top management team process, shared leadership, and new venture performance: A theoretical model and research agenda. *Human Resource Management Review*, 13(2): 329–346.
- Forbes, D. P., Borchert, P. S., Zellmer-Bruhn, M. E., & Sapienza, H. J. (2006). Entrepreneurial Team Formation: An Exploration of New Member Addition. *Entrepreneur Theory & Practice*. 30(2): 225-248.

- Garrone, P., Grilli, L., Mrkajic, B. (2018) Human capital of entrepreneurial teams in nascent high-tech sectors: a comparison between Cleantech and Internet; *Technology Analysis & Strategic Management*. 30 (1): 1-15
- Gartner, W.B., (1988). Who is an entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*. 12 (4): 11-32.
- Gatewood, E. J., Shaver, K. G., & Gartner, W. B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5): 371-391.
- Hair Jr., J.F., Ringle, C.M., Sarstedt, M., (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *J. Mark. Theory Pract.* 19 (2), 139-151.
- He, Zi-lin, & Wong, P.-K. 2004. Exploration vs. exploitation: An empirical test of ambidexterity. *Organization Science*, 15: 481-494.
- Held, L., Herrmann, A. M., & van Mossel, A. (2018). Team formation processes in new ventures. *Small Business Economics*, 1-24.
- Hmieleski, K. M. and Ensley, M. D. and Wright, M. and Siegel, D.S. (2007) The Role of Human Capital in Technological Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31 (6): 791-806.
- Dayer, J.H. and Gregerson, H.B. and Christensen, C.M. (2008). Entrepreneur Behaviors, Opportunity Recognition, and the Origins of Innovative Ventures. *Strategy Entrepreneurship Journal*. 317-338.
- Kenny, D. A., Kaniskan, B., & McCoach, D. B. (2015). The performance of RMSEA in models with small degrees of freedom. *Sociological Methods & Research*, 44(3): 486-507.
- Kristinsson, K. Candi, M. Sæmundsson, R.J. (2016). The Relationship between Founder Team Diversity and Innovation Performance: The Moderating Role of Causation Logic. *Long Range Planning*. 49(4):464-476.
- Latan, H., Ghozali, I., (2012). Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications Using SmartPLS 2.0 M3. Diponegoro University Press.
- Laursen, K., & Salter, A. (2006). Open for innovation: the role of openness in explaining innovation performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2): 131-150.
- Lechler, T. (2001). Social interaction: A determinant of entrepreneurial team venture success. *Small Business Economics*, 16(4): 263-278.
- Liao, J., & Welsch, H. (2008). Patterns of venture gestation process: Exploring the differences between tech and non-tech nascent entrepreneurs. *Journal of High Technology Management Research*, 19(2): 103-113.
- Lichtenstein, B. B., Dooley, K. J., & Lumpkin, G. T. (2006). Measuring emergence in the dynamics of new venture creation. *Journal of Business Venturing*, 21(2): 153-175.
- Luk, C.-L., Yau, O. H., Sin, L. Y., Tse, A. C., Chow, R. P., & Lee, J. S. (2008). The effects of social capital and organizational innovativeness in different institutional contexts. *Journal of International Business Studies*, 39(4): 589-612.
- March, J.G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2:71-87.
- Miller KD. 2007. Risk and rationality in entrepreneurial processes. *Strategic Entrepreneurship Journal* 1(1-2): 57-74.

- Nuscheler, D., Engelen, A., Zahra, S.A. (2017). The role of top management teams in transforming technology-based new ventures' product introductions into growth. *Journal of Business Venturing*(32):122-140
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: Campus Verlag.
- O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2011). Organizational ambidexterity in action: How managers explore and exploit. *California Management Review*, 53: 1–18.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioural research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903.
- Reynolds, P. D., & Miller, B. (1992). New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 7(5), 405-417.
- Ruef, M. (2002). Strong ties, weak ties and islands: Structural and cultural predictors of organizational innovation. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 427.
- Samuelsson, M., & Davidsson, P. (2009). Does venture opportunity variation matter? Investigating systematic process differences between innovative and imitative new ventures. *Small Business Economics*, 33(2): 229-255.
- Santos, S. C., & Cardon, M. S. (2018). What's Love Got to Do With it? Team Entrepreneurial Passion and Performance in New Venture Teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, available at: [https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225871881218500\(0\):1-30](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225871881218500(0):1-30).
- Sakhdari, K., & Burgers, J. H. (2017). The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14: 1-24.
- Senyard, J., Baker, T., Steffens, P., & Davidsson, P. (2014). Bricolage as a path to innovativeness for resource-constrained new firms. *Journal of Product Innovation Management*, 31(2): 211-230.
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus: *Edward Elgar Publishing*.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and non-experimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7(4): 422–445.
- Stam, W., & Elfring, T., (2008). Entrepreneurial orientation and new venture performance: the moderating role of intra- and extraindustry social capital. *Academy of Management Journal* 51: 97–111.
- Sarasvathy SD, Dew N, Velamuri SR, Venkataraman S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In : Acs, Z., Audretsch, D.B. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers, Great Britain, 1:141–160.
- Visintin, F. and Pittino, D. (2014). Founding team composition and early performance of University-Based spin-off companies. *Technovation*, 24(1): 31-43
- Wang, C. L., & Chugh, H. (2014). Entrepreneurial learning: Past research and future challenges. *International Journal of Management Reviews*, 16(1):24-61

- Williams Middleton, K., & Nowell, P. (2018). Team trust and control in new venture emergence. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(4): 882-910.
- Zhou, K. Z., & Li, C. B. (2012). How knowledge affects radical innovation: Knowledge base, market knowledge acquisition, and internal knowledge sharing. *Strategic Management Journal*, 33(9): 1090-1102.