

ارائه چارچوب مفهومی از فرآیند یادگیری کارآفرینانه

کریم کیاکجوری^{۱*}، فروغ رودگر نژاد^۲

^۱دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر انزلی (عهده دار مکاتبات)

^۲دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر انزلی

تاریخ دریافت: خرداد ۱۳۸۸. تاریخ داوری: خرداد ۱۳۸۸. تاریخ پذیرش: تیر ۱۳۸۸

چکیده

کارآفرینی یک فرایند یادگیری است و از سوی دیگر، یادگیری نیز بخش اصلی فرایند کارآفرینی را تشکیل می‌دهد. یک تئوری کارآفرینی نیازمند تئوری یادگیری است. کارآفرینان برای رسیدن به آگاهی، کسب منابع و مدیریت باید در امر یادگیری شرکت کنند. یادگیری کارآفرینانه به عنوان یک فرایند مستمر که توسعه و گسترش دانش و علم مورد نیاز برای شروع موفق یک فعالیت و اداره رویدادهای غیر مترقبه را میسر می‌سازد، تعریف می‌گردد. در این مقاله با ارائه یک چارچوب مفهومی، پیامدهای فرآیند تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش کارآفرینانه را مورد بررسی قرار می‌دهیم. این چارچوب مفهومی نشان می‌دهد که جهت بررسی رابطه میان تجربه حرفه‌ای کارآفرینان و ایجاد دانش کارآفرینانه باید درک بهتری از نحوه تاثیرگذاری فرآیند تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش و عوامل موثر بر این فرآیند تبدیل داشته باشیم. در مقاله حاضر، با هدف شناخت مقدماتی یادگیری، کارآفرینی و یادگیری کارآفرینانه و نیز برخی موضوعات مهم مرتبط با آنها، چارچوب مفهومی از یادگیری کارآفرینانه مطرح می‌گردد. در پایان مقاله نیز، موارد مذکور جمع‌بندی شده و در قالب بحث و نتیجه‌گیری و کاربردهای مدیریتی، ارائه شده است.

کلمات کلیدی: یادگیری، کارآفرینی، مدل مفهومی، یادگیری کارآفرینانه، دانش کارآفرینانه.

۱- مقدمه

سازمان و فرهنگ شرکت‌های کارآفرین می‌توانند یادگیری سازمانی را ترویج کنند. موسسات کارآفرین غالباً فاقد آن نوع ساختارهای اقتدارگرا و سلسله مراتبی سنتی و رسوم باز دارنده یادگیری همگانی هستند [۳۸]. در دنیای امروز، کشورهای پیشرفته، آموزش یادگیری کارآفرینی را محور اساسی در برنامه‌های خود قرار داده‌اند. با این کار آنها به افراد می‌آموزند که چگونه یک فکر یا یک ایده نو را به محصولی جدید تبدیل کنند. امروزه دیگر مهم این نیست که منابع در کجا و در اختیار کدام سازمان یا چه افرادی است، بلکه مهم آن است که کدام سازمان است که با تکیه بر منابع انسانی ماهر و متخصص و خلاق می‌تواند ایده‌ها را به فعل تبدیل کند [۴۸].

در مقاله حاضر، ضمن مروری مختصر و مستند بر ادبیات موضوعی مربوط به یادگیری و کارآفرینی، به ارائه چارچوب مفهومی از یادگیری کارآفرینانه خواهیم پرداخت و در پایان پس از ارائه بحث، نتیجه‌گیری و کاربردهای مدیریتی، پیشنهادهایی به منظور ادامه تحقیقات و پیگیری موضوع توسط محققان دیگر بیان خواهد شد.

۲- تعاریف

۲-۱- تعریف یادگیری و کارآفرینی

واژه کارآفرین Entrepreneur از دو کلمه لاتین که به لحاظ ریشه‌شناسی به هم مرتبط هستند مشتق شده است: کلمه intrare به معنای وارد شدن

در آستانه قرن بیستم تغییرات عمده در محیط اقتصادی که به وسیله جهانی شدن و فناوری رخ داده، سازمان‌ها را وادار ساخته است که در خود تحولات مهمی را به منظور انطباق و حفظ بقا در این دنیای نوین ایجاد کنند. به عبارت دیگر، سازمان‌ها باید سریع‌تر یاد گرفته و به سرعت خود را با تغییرات محیطی انطباق دهند که در غیر این صورت، دوام و بقا نخواهند یافت [۱]. در این راستا کارآفرینان منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی سازمان‌ها شده‌اند و در رأس کسب و کارها قرار گرفته‌اند [۱۲]. آنان (کارآفرینان) پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند [۲۳]. اگرچه نظریات یادگیری سازمانی در رشته مدیریت رواج یافته اما کاربرد آنها در کارآفرینی محدود بوده است؛ به‌ویژه آن که کارآفرینی یک فرایند یادگیری است و یک تئوری کارآفرینی نیازمند تئوری یادگیری است [۲۹]. در یکی از جدیدترین تحقیقات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی که در سال ۲۰۰۷ از کارآفرینان برتر در هلند انجام شد، از نمونه مورد بررسی، ویژگی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی استخراج شد که در این میان، ویژگی یادگیری از مهم‌ترین ویژگی‌ها بوده است [۳۲]. کارآفرینان کارآمد و شایسته، یادگیرندگان و آموزندگان استثنایی هستند. آنها از هر چیزی درس می‌گیرند. آنها از مشتریان، عرضه‌کنندگان کالا و به‌ویژه از رقیبان خود چیز یاد می‌گیرند. آنها از کارکنان و همکاران خود درس می‌گیرند. آنها از سایر کارآفرینان، از تجربه دیگران و از آنچه که عملی و غیرعملی است، درس می‌گیرند [۳۱]. پیتز سنگه می‌گوید؛

*Corresponding author email: karim_kiakojory@yahoo.com

فرایندهایی است که یادگیری را تشویق می‌کند [۱۳]. در یادگیری کارآفرینانه، لازم است که واقعیت‌های تئوری و عمل و واقعیات محتوا و فرایند را دوباره به هم متصل کنیم. موضوع یادگیری به یک بخش مهم و حیاتی در فرایند کارآفرینی تبدیل شده است و فعالیت‌های یادگیری باید قبل از شروع فعالیت‌های کارآفرینی صورت گیرد [۲۰]. در یادگیری کارآفرینانه، کارآفرینان افرادی عمل‌گرا تلقی می‌شوند، فرصت‌ها را جستجو می‌کنند و دائماً از تجربه درس می‌گیرند و خلاق و نوآور می‌شوند [۱۷].

۳- ارائه چارچوبی مفهومی از فرآیند یادگیری کارآفرینانه

پژوهش‌های اخیر حاکی از آن است که کارآفرینانی که بیش از یک تجربه (دومین و سومین) در راه‌اندازی و اداره کردن کسب و کار و سازمان خود داشتند، موفق‌تر و کارآمدتر از کارآفرینانی هستند که برای اولین بار درگیر شروع و راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی می‌شوند [۳۵]. ما به دنبال این سوال هستیم که بینیم کارآفرینان چگونه تجربیات شخصی خودشان را به دانش تبدیل می‌کنند؟ مطالب و پژوهش‌های موجود حاکی از آن است که بخش اعظم یادگیری کارآفرینان از ماهیتی تجربی (عمل-گرا) و آزمایشی برخوردار است [۳۶]، [۴۶]، [۲۹]. در این چارچوب مفهومی ما به دنبال جستجو و کشف پیامدهای فرآیند تبدیل تجربه کارآفرینان هستیم. این چارچوب مفهومی نشان می‌دهد که علاوه بر تحقیق و بررسی در خصوص ارتباط مستقیم میان تجربه حرفه‌ای کارآفرینان و ایجاد دانش کارآفرینانه (A)، ضروری است که درک بهتری از نحوه تأثیرگذاری فرآیند تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش (B) و عوامل موثر بر این فرآیند تبدیل (C) داشته باشیم.

بدون توجه به بحث‌های گوناگونی که معمولاً در مورد تئوری و تئوری پرداز می‌شود در مجموع می‌توان هرگونه نوآوری تئوریک را در چهار گروه بدین شرح در نظر گرفت [۱۵]: بسط یا بهبود تئوری‌های موجود، مقایسه دیدگاه‌های تئوریک مختلف، بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف و بالاخره اینکه بررسی پدیده‌ای مستند و تکراری (تحقیقی که قبلاً انجام شده است) در محیط و شرایطی جدید. مبتنی بر این دیدگاه، مقاله حاضر در گروه سوم یعنی بررسی پدیده‌ای خاص با استفاده از دیدگاه‌های تئوریک مختلف قرار می‌گیرد. بر این اساس، هدف عملیاتی مقاله حاضر، ارائه چارچوب مفهومی از فرآیند یادگیری کارآفرینانه می‌باشد.

۴- تشریح هر یک از اجزا الگو

۴-۱- دانش کارآفرینانه^۲

هرگونه بحث مربوط به یادگیری باید با توصیف و تبیین آنچه که یادگیری مستلزم آن است، همراه باشد [۴۱]. دانش کارآفرینانه، اغلب به یادگیری در خصوص شناسایی و استفاده از فرصت‌ها [۴۱]، [۳۵]، [۹] و یادگیری

یا نفوذ کردن در میان چیزی و کلمه *prendere* یا *prehendere* به معنای گرفتن، قاپیدن یا درک کردن است. بنابراین کارآفرین کسی است که به حد و مرزهای نهادینه شده نفوذ می‌کند و پا را از آن فراتر می‌گذارد و فرصت‌هایی که به هر حال توسط سایرین نادیده گرفته شده‌اند را به خوبی درک می‌کند. این جوهر و اساس کارآفرینی است؛ یعنی وارد شدن و بهره‌برداری از هرآنچه که به نحوی از دید دیگران پنهان مانده بود و برای دیگران غیرقابل دسترسی یا توسط دیگران مورد بهره‌برداری قرار نگرفته بود [۳۱]. فرای کارآفرین را فردی می‌داند که یک کسب و کار را راه‌اندازی می‌کند و یا از طریق روش‌های نوآورانه، آنرا بهبود می‌بخشد [۱۶]. کارآفرینی یعنی شناسایی و بهره‌برداری از افکار فرصت‌طلبانه برای ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک [۷]. کارآفرینی فرآیندی است که در آن ایده و فکر جدید با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمات جدیدی به بازار عرضه می‌شود [۲].

یادگیری فرآیندی است که در آن رفتارها و پندارهای افراد تغییر می‌یابد تا به گونه‌ای دیگر بیندیشند و عمل کنند [۱۱]. فرایند یادگیری هنگامی تحقق می‌یابد که تغییری در رفتارها و عملکرد افراد دیده شود. این رفتارها گاهی مستقیماً دیده و گاهی به طور غیر مستقیم احساس می‌شوند. از این رو تغییر در ادراکات، نحوه تفکر، به خاطر سپردن و تشخیص افراد هم در دایره یادگیری قرار می‌گیرد [۳]. یادگیری سازمانی فرآیند یافتن خطاها و اشتباهات و سپس رفع و اصلاح آنها است [۵] یا به بیان دیگر یادگیری سازمانی به عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که در طی آن دانش سازمانی تولید می‌گردد [۱۴].

۲-۲- یادگیری کارآفرینانه^۱

کارآفرینی یک فرایند یادگیری است و از سوی دیگر، یادگیری نیز بخش اصلی فرایند کارآفرینی را تشکیل می‌دهد. یک تئوری کارآفرینی نیازمند تئوری یادگیری است. کارآفرینان برای رسیدن به آگاهی، کسب منابع و مدیریت باید در امر یادگیری شرکت کنند. یادگیری کارآفرینانه به عنوان یک فرایند مستمر که توسعه و گسترش دانش و علم مورد نیاز را برای شروع موفق یک فعالیت و اداره رویدادهای غیر مترقبه را میسر می‌سازد، تعریف می‌گردد [۲۴]. می‌توان یادگیری کارآفرینانه را پژوهش خلاقانه، آزمایشات مداوم، فراتر رفتن از هنجارهای اجتماعی و مرزهای محدود و طراحی مجدد و خلاقانه منابع و امکانات بالقوه و تبدیل آنها به منابع بالفعل توصیف نمود [۶]. در تعریفی دیگر، یادگیری کارآفرینانه را فرایند مستمر و منظمی می‌دانند که از یکسو به شناسایی و بهره‌برداری موثر از کلیه منابع درونی و بیرونی سازمان منجر می‌شود و از سوی دیگر موجب استفاده از فرصت‌های جدید یادگیری می‌گردد [۳۲]. اساساً هر جنبه یادگیری سازمانی خواه مستقیم و خواه غیرمستقیم با کارآفرینی ارتباط دارد و مسایل یادگیری مرتبط با کارآفرینی شامل ساختارها و

2-Entrepreneurial knowledge

1. Entrepreneurial learning

موجود و اطلاعات موجود و تبدیل آنها به نظرات و ایده‌های جدید) در فرایند یادگیری کارآفرینانه غافل ماند. اگرچه این دو عامل چیزهای کاملاً متفاوتی را توصیف می‌کنند ولی به هر حال برای آنکه بتوانیم فرصت‌های کارآفرینانه را تشخیص دهیم و از آن استفاده نمائیم، شناسایی این عوامل ضرورت دارند. افزایش کارآمد در زمینه شناخت و تشخیص فرصت‌ها به معنای آن است که فرد کارآفرین با جمع‌آوری اطلاعات پیشین و همچنین توانمندی‌ها، شناختی لازم برای بها دادن به آن فرصت‌ها را در خود ایجاد کرده باشد [۴۱]. با این توضیحات به نظر می‌رسد که مقدار تجربه پیشین با موفقیت فرد کارآفرین در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و استفاده از این فرصت‌ها، ارتباط زیادی داشته باشد.

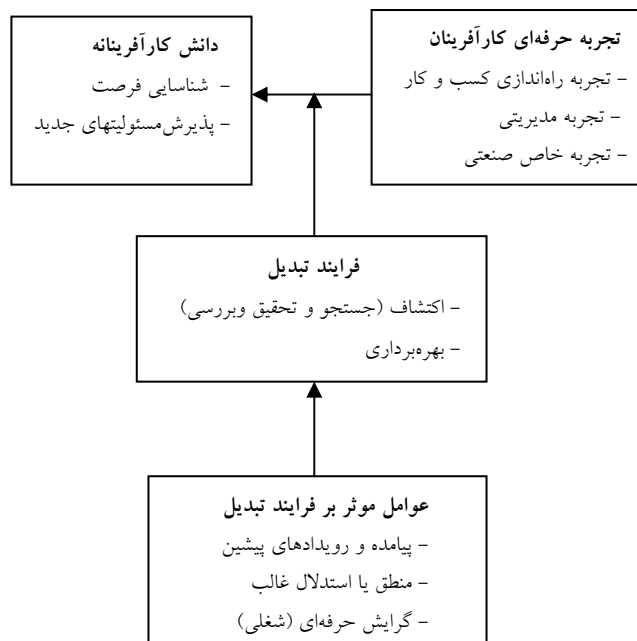
۴-۱-۲- پذیرش و گسترش مسئولیت‌های تازه در حوزه کسب و کار^۵

یکی دیگر از نتایج یادگیری کارآفرینانه تقبل و پذیرش مسئولیت‌ها و تعهدات جدید است. این یک حقیقت مشهود است که میزان تلفات در میان شرکت‌های جدیدالتأسیس بسیار بالا می‌باشد [۴۲]، [۴۴]. دلایل عمده آن عدم تأمین وجوه مالی مناسب و بازاریابی ضعیف و فاقد کارایی است؛ زیرا مشتریان به شرکت‌های تازه تأسیس یافته به دلایل سوابق عملیاتی کوتاه مدت کمتر اطمینان می‌کنند و خریداران در مورد سفارش دادن به این شرکت‌های تازه‌کار، مردد هستند. در نتیجه مسایل مالی و بازاریابی، دلایل رایج و شایع برای شکست و عدم موفقیت این شرکت‌ها محسوب می‌شود [۴۶]. بدین ترتیب می‌توان چنین استدلال کرد که تجربه پیشین، این فرصت را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد که توانایی خود را برای پذیرش و تقبل مسئولیت‌های جدید افزایش دهند و دانش جدیدی بیاموزند که به آسانی در سایر بنگاه‌های اقتصادی قابل استفاده مجدد باشد و همچنین این امکان برای آنان فراهم می‌شود که با موفقیت بیشتری به بازارهای جدید، محصولات جدید و یا فناوری‌های جدید وارد شوند [۲۸]، [۴۴]، [۲۲]، [۲۵].

۴-۲- تجربه حرفه‌ای (شغلی) کارآفرینان و دانش کارآفرینانه^۶

۴-۲-۱- تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار^۷

می‌توان مطرح کرد که تجربه پیشین، علت موفق بودن کارآفرینان را نسبت به سایر کارآفرینان توجیه می‌کند [۲۲] [۲۵]. حال این سؤال پیش می‌آید که چه نوع تجربه‌ای در راستای یادگیری کارآفرینانه، در شناخت فرصت‌ها و تقبل و پذیرش تعهدات و مسئولیت‌های تازه مورد نیاز است؟ پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهند که داشتن تجربه قبلی در مورد تأسیس یک بنگاه اقتصادی، دانش ضمنی را فراهم می‌کند، که تصمیم‌گیری درباره فرصت‌های کارآفرینانه در شرایط ناپایدار و نامطمئن و تحت فشار زمانی را برای فرد آسان‌تر می‌سازد [۳۶]، [۱۸]. در نتیجه، افرادی که تجربه بیشتری در احداث و تأسیس بنگاه‌های اقتصادی دارند از شرایط بهتر و مطلوب‌تری برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها



شکل (۱): چارچوب مفهومی از فرایند یادگیری کارآفرینانه.

در خصوص نحوه غلبه بر موانع هنگام سازماندهی و اداره کردن بنگاه‌های اقتصادی جدید، یعنی برعهده گرفتن مسئولیت‌ها و تعهدات جدید، مرتبط است [۴۲]، [۴۴]. در دنیای واقعی اکثر کارآفرینان به‌طور همزمان بر هر دو فعالیت مبادرت می‌ورزند چون آنها اغلب درگیر چندین پروژه همزمان هستند که در مراحل مختلفی از تکامل و احداث قرار می‌گیرند.

۴-۱-۱- تشخیص و شناسایی فرصت^۳

توانایی کشف و ایجاد فرصت‌های تجاری، از جمله مهم‌ترین توانایی‌های یک کارآفرین موفق تلقی می‌گردد [۳۵]، [۴]، [۴۱]. محققان و دانشمندان متعددی به این موضوع اشاره کرده‌اند که کارآفرینان با تجربه، دانش ارزشمندی راجع به عرضه‌کنندگان مطمئن، بازارهای رشد و پایدار، قابلیت دسترسی به منابع و غیره را دارند و این تجربه، درک و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه آنها را افزایش می‌دهد [۴۲]، [۳۵]، [۴۴]. تحقیقات مک گراث و مک میلان (۲۰۰۰) و نیز کارول و موساکوفسکی^۴ (۱۹۸۷) نشان می‌دهد که درس‌های آموخته شده از تجربه قبلی، توانایی کارآفرینان را در تشخیص و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و اقدامات موثر در مورد آنها را افزایش می‌دهد [۴۷]، [۲۸]، [۳۵].

با در نظر گرفتن فرایند تشخیص فرصت‌ها به عنوان یکی از نتایج یادگیری کارآفرینانه، این پرسش مطرح می‌شود که چرا بعضی از افراد از توانایی کشف فرصت‌های کارآفرینانه برخوردارند و سایرین این توانایی را ندارند. پژوهش‌ها حداقل دو عامل را شناسایی کرده‌اند که عبارت‌اند از: برخورداری از اطلاعات قبلی لازم برای شناسایی یک فرصت و ویژگی‌های شناختی لازم برای ارزش قائل شدن برای آن اطلاعات. هرچند اطلاعات قبلی تأثیر به‌سزایی در شناسایی فرصت‌ها دارد اما نمی‌توان از اهمیت ویژگی‌ها و توانایی‌های شناختی یک فرد (یعنی توانایی و تلفیق مفاهیم

5-Coping with the liabilities of newness.

6-Entrepreneurs' career experience and entrepreneurial knowledge

7-Prior start-up experience

3- Opportunity recognition

4 - McGrath and MacMillan(2000) & Carroll and Mosakowski(1987)

جمع‌آوری اطلاعات و اتخاذ تصمیمات موثر و کارآمد راجع به فرصت‌ها ممکن است فقط از طریق تقبل و پذیرش و انجام آن فعالیت‌ها، درک شود [۳۵].

۲-۲-۴- تجربه اداره و مدیریتی کسب و کار^{۱۰}

مقدار تجربه اداره و مدیریت یک کسب و کار نوع دیگری از تجربه است که در مطالب و نوشتار مربوط به یادگیری کارآفرینانه مشخص گردیده است. برای مثال برودرل و پرایزن^{۱۱} دوزفر^{۱۲} ۱۹۹۸ نشان دادند که سال‌های تجربه مدیریتی کارآفرینان، زمان ادامه حیات بنگاه‌های اقتصادی را افزایش و احتمال عدم موفقیت یا شکست آن‌ها را کاهش می‌دهد. به همین ترتیب تیلور (۱۹۹۹) مدت زمان خود کارفرمایی^{۱۳} افراد پاسخ دهنده به پرسشنامه کمیسون خانوارهای^{۱۴} انگلستان را بررسی کرد و پی‌برد که سابقه استخدام پیشین افراد، نرخ خروج آن افراد از خود کارفرمایی را کاهش داد. دوشن نو و گارتنر^{۱۵} (۱۹۹۰) رابطه میان تجربه مدیریت و اداره بنیانگذاران بنگاه‌های اقتصادی جدید و ادامه حیات این بنگاه‌های اقتصادی را مورد بررسی قرار دادند و خاطرنشان کردند که بنیانگذاران و مؤسسان بنگاه‌های اقتصادی شکست خورده و ناموفق در مقایسه با بنیانگذاران و مؤسسان بنگاه‌های اقتصادی موفق تجربه مدیریتی محدودتری برخوردار بودند. همچنین تحقیقات دیگری نشان می‌دهد که تجربه مدیریت پیشین قصد و تصمیم فرد را برای راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی جدید افزایش می‌دهد و فرایند تشخیص فرصت‌ها را تسهیل می‌کند [۱۰]. بدین ترتیب به نظر می‌رسد که تجربه اداره کسب و کار یا مدیریت عمومی اطلاعات بسیاری از ابعاد و وجوه اصلی و زیربنایی تجارت مانند تأمین وجوه مالی، فروش، فناوری، لجستیک، بازاریابی را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد و این امکان را فراهم می‌آورد تا آنان بهتر فرصت‌ها را شناسایی و از آن استفاده نمایند [۳۴]، [۴۲]. علاوه بر اینها، برخورداری از تجربیات مدیریتی پیشین، آموزش کارآفرینان را در بسیاری از مهارت‌های مورد نیاز برای پذیرش و تقبل تعهدات و مسئولیت‌های نو از قبیل فروش، مذاکرات، رهبری، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، حل مسایل، سازماندهی و ارتباطات را فراهم می‌کند [۳۹].

۲-۳- تجربه خاص صنعتی^{۱۵}

کارآفرینان اغلب در مورد کالاها و خدماتی که قصد تولید آن را دارند تجربه و اطلاعات خاصی دارند. این فرض منصفانه به نظر می‌رسد که تجربه خاص در زمینه صنعت تأثیر به‌سزایی در توسعه دانش کارآفرینی دارد [۳۹]، [۴۲]. این بدان معناست که افراد با تجربه پیشین به عنوان مشتری یا عرضه‌کننده در یک بخش صنعت، اغلب در خصوص نحوه تأمین شرایط تقاضا در آن بازار از درک و فهم بهتری برخوردارند چون

برخوردارند [۳۹]. مطالعات و تحقیقات تجربی متعددی این موضوع (یادگیری از طریق انجام کار) را تأیید می‌کند. برای مثال جیمنو^۸ و دستیارانش (۱۹۹۷) نشان دادند که تجربه قبلی ایجاد یا راه‌اندازی بنگاه‌های تجاری موجب افزایش سود دهی بنگاه‌های تازه‌تأسیس می‌شود و چنین مطرح می‌کنند که بنگاه‌های اقتصادی تازه‌تأسیس یافته‌ای که بنیانگذاران آنها تجربه قبلی در مورد تأسیس بنگاه‌های تجاری داشتند، از داد و ستدها و تجارت‌شان درآمد بیشتری را کسب می‌کردند. علاوه بر اینها، تجربه قبلی احداث بنگاه‌های اقتصادی، اطلاعات و دانش لازم برای کارآفرینان را در رویارویی با مسئولیت‌های تازه فراهم می‌سازد [۴۰]، [۴۴]. علاوه بر اینها کوپر^۹ و دستیارانش (۱۹۸۹) نشان دادند که تجربه قبلی کارآفرینان در زمینه راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی رابطه مثبت و معناداری با عملکرد شرکت دارد. پژوهشگران متعددی نیز به این نکته اشاره می‌کنند که اگر چه بعضی از اطلاعات و معلومات و دانش را می‌توان از طریق آموزش فراگرفت، اما بخش اعظم اطلاعات راجع به بهره‌برداری از فرصت می‌توان مطرح کرد که تجربه پیشین، علت موفق بودن کارآفرینان را نسبت به سایر کارآفرینان توجیه می‌کند [۲۲] [۲۵]. حال این سؤال پیش می‌آید که چه نوع تجربه‌ای در راستای یادگیری کارآفرینانه، در شناخت فرصت‌ها و تقبل و پذیرش تعهدات و مسئولیت‌های تازه مورد نیاز است؟ پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهند که داشتن تجربه قبلی در مورد تأسیس یک بنگاه اقتصادی، دانش ضمنی را فراهم می‌کند، که تصمیم‌گیری راجع به فرصت‌های کارآفرینانه در شرایط ناپایدار و نامطمئن و تحت فشار زمانی را برای فرد آسان‌تر می‌سازد [۳۶]، [۱۸]. در نتیجه، افرادی که تجربه بیشتری در خصوص احداث و تأسیس بنگاه‌های اقتصادی دارند از شرایط بهتر و مطلوب‌تری برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برخوردارند [۳۹]. مطالعات و تحقیقات تجربی متعددی این موضوع (یادگیری از طریق انجام کار) را تأیید می‌کند. برای مثال جیمنو^۸ و دستیارانش (۱۹۹۷) نشان دادند که تجربه قبلی ایجاد یا راه‌اندازی بنگاه‌های تجاری موجب افزایش سود دهی بنگاه‌های تازه‌تأسیس می‌شود و چنین مطرح می‌کنند که بنگاه‌های اقتصادی تازه‌تأسیس یافته‌ای که بنیانگذاران آنها تجربه قبلی در مورد تأسیس بنگاه‌های تجاری داشتند، از داد و ستدها و تجارت‌شان درآمد بیشتری را کسب می‌کردند. علاوه بر اینها، تجربه قبلی احداث بنگاه‌های اقتصادی، اطلاعات و دانش لازم برای کارآفرینان را در مواجهه با مسئولیت‌های تازه فراهم می‌سازد [۴۰]، [۴۴]. علاوه بر اینها کوپر^۹ و دستیارانش (۱۹۸۹) نشان دادند که تجربه قبلی کارآفرینان در زمینه راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی رابطه مثبت و معناداری با عملکرد شرکت دارد. پژوهشگران متعددی نیز به این نکته اشاره می‌کنند که اگر چه بعضی از اطلاعات و معلومات و دانش را می‌توان از طریق آموزش فراگرفت، اما بخش اعظم اطلاعات راجع به بهره‌برداری از فرصت‌ها و پذیرش و تقبل تعهدات و مسئولیت‌های جدید را فقط می‌توان از طریق انجام کار و تجربه آموخت [۳۹]، [۳۲]. برای مثال فعالیت‌های معمول برای تشکیل سازمان‌ها را فقط می‌توان با ایجاد سازمان‌ها آموخت [۴۲] و

10- Management experience
11- Bruderl and Preisendorfer
12-Self-employment.
13- Household Panel Survey
14-Duchnesneau and Gartner
15- industry-specific experience

تجربه شخصی فرد کارآفرین به دانش تبدیل می‌شود و این دانش می‌تواند برای هدایت و راهنمایی تجربیات جدید مورد استفاده قرار گیرد. هرچند باید متذکر شد که در فرایند یادگیری کارآفرینانه، تجربه حرفه‌ای کارآفرینان مستقیماً به دانش منتهی نمی‌گردد. بلکه مستلزم آن است که کاری در مورد آن صورت گیرد. به عبارت دیگر برای تبدیل یادگیری حرفه‌ای به دانش کارآفرینانه باید عاملی وجود داشته باشد که کار تبدیل تجربه حرفه‌ای کارآفرینان به دانش کارآفرینانه را انجام دهد. حال این پرسش مطرح می‌شود که چگونه کارآفرینان تجربیات حرفه‌ای‌شان را به دانش کارآفرینانه تبدیل می‌کنند. [۲۱]

برای بسط دانش نظری در خصوص تبدیل تجربه کاری و حرفه‌ای کارآفرینان به دانش کارآفرینانه، نظرات، مفاهیم و ایده‌های مشتق از تئوری یادگیری تجربی در حوزه کارآفرینی، ثمربخش و مفید به نظر می‌رسد. بدین ترتیب می‌توان یادگیری تجربی را همچون فرایندی توصیف کرد که توسط آن، دانش و معلومات از طریق تبدیل تجربه، ایجاد می‌شود. این به مفهوم آن است که کارآفرینان تجربیات متنوعی دارند که فرصتهایی برای توسعه دانش کارآفرینانه را در اختیارشان قرار می‌دهد. بنابراین می‌توان دانش کارآفرینانه را به صورت نتایج حاصل از تلفیق و ترکیب کسب تجربه و نیز تبدیل این تجربه در نظر گرفت [۱۷]. مدل کلب^{۱۸} (۱۹۸۴) در مورد یادگیری تجربی چهار مرحله یادگیری را فرض می‌کند که افراد به منظور یادگیری موثر و کارآمد باید انجام دهند. براساس عقاید و نظرات کلب می‌توان یادگیری کارآفرینانه را همچون فرایندی تجربی در نظر گرفت که در این فرایند کارآفرینان از چهار شیوه یادگیری، دانش کسب می‌کنند. این چهار توانایی یادگیری عبارتند از: تجربه کردن، منعکس کردن، فکر کردن و اقدام کردن [۲۱]. اگرچه تئوری یادگیری تجربی کلب یکی از مهم‌ترین تئوری‌های یادگیری فردی محسوب می‌گردد اما عموماً، به واسطه اینکه فرایند یادگیری را از محیط پیرامونش مجزا می‌کند و فقط به بخش محدودی از عوامل موثر بر یادگیری تاکید می‌کند، مورد انتقاد قرار گرفته است [۴۸]. می‌توان استدلال کرد که فرایند یادگیری کارآفرینانه لزوماً از توالی مراحل از پیش تعیین شده بر طبق چرخه یا سیکل یادگیری چهار مرحله‌ای کلب (۱۹۸۴) پیروی نمی‌کند، بلکه نسبتاً می‌توان آن را به صورت فرایندی پیچیده در نظر گرفت که کارآفرینان از آن طریق تجربه‌شان را به شیوه‌های کاملاً متفاوت به دانش تبدیل می‌کنند. بنابر نظریات، فرایند تبدیل تجربه بسته به اینکه کارآفرینان چگونه تجربیاتشان را به دانش تبدیل کنند، دو مسیر متمایز دارد [۲۹] و این بدان معناست که کارآفرینان در هنگام تصمیم‌گیری می‌توانند به یکی از دو روش (مسیر) احتمالی متکی باشند. این استراتژی‌ها عبارتند از: بهره‌برداری و اکتشاف^{۱۹}. مارچ^{۲۰} (۱۹۹۱)، ضمن مهم شمردن هر دو استراتژی، چنین بحث می‌شود که سازمان‌ها یا افراد با مجموعه‌ای از تجربیات مواجه می‌شوند که آنها را به انتخاب کردن مجبور می‌کند.

تجربه خاص صنعتی، اطلاعاتی را فراهم می‌کند که افراد خارج از آن صنعت نمی‌توانند آنها را کسب کنند [۳۱]. برای مثال آلدریچ^{۱۶} (۱۹۹۹) نشان داد که مؤسسين و بنيانگذاران تمایل به شروع و راه‌اندازی مؤسسات در بخش‌هایی از صنایع را دارند که خود قبلاً تجربه یا در آن اشتغال داشته‌اند. به همین ترتیب کوپر و دستیارانش (۱۹۸۸) نشان می‌دهند که محصولات، خدمات، مشتریان بنگاه‌های اقتصادی موجود و موفق در مقایسه با بنگاه‌های اقتصادی ناموفق و شکست خورده، ارتباط نزدیکی با محصولات، خدمات، مشتریان قبلی و پیشین افراد کارآفرین داشته است [۳۱].

روی هم رفته، رویدادهایی که مقدم بر دانش کارآفرینانه هستند، در مورد یک بنگاه اقتصادی جدیدالتأسیس، به دلیل وجود ابهام و تغییرات مداوم که معمولاً در بافت و شرایط کارآفرینانه مشهود است، همواره به آسانی آشکار نمی‌شود [۳۳]، [۳۶]. این بدان معناست که تجربه پیشین حاصل از موقعیت‌های مشابه اغلب به‌عنوان پایه و زیربنایی برای تخصص و دانش کارآفرینانه به کار می‌رود [۱۸]. در اینجا حداقل سه نوع تجربه کاری و حرفه‌ای (تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار، تجربه اداره و مدیریت یک کسب و کار، تجربه در یک صنعت خاص) مرتبط با یادگیری کارآفرینانه مطرح شده است. البته به نظر می‌رسد هر یک از این نوع تجربیات افراد را در معرض مسایل و مشکلاتی قرار می‌دهد که در حین اداره یک کسب و کار جدید با آن مسایل مواجه می‌شوند و افراد با کسب دانش مربوطه بهتر به حل مسایل و مشکلات فائق خواهند آمد [۳۱]. با توجه به ادبیات و مباحث نظری که به آن اشاره شد قضیه‌های زیر خلاصه‌ای از پیش-بینی‌های ما در خصوص توسعه دانش کارآفرینانه، مشتق از تجربه کاری و حرفه‌ای کارآفرینان (تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار، تجربه اداره و مدیریت یک کسب و کار، تجربه در یک صنعت خاص) می‌باشد که می‌توان به‌عنوان مبنایی برای تحقیقات میدانی در نظر گرفت.

P_۲: تجربه حرفه‌ای کارآفرینان، بر حسب تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار، تجربه مدیریتی و تجربه در یک صنعت خاص، با توسعه دانش کارآفرینانه رابطه مثبت دارد.

a_۱: هر قدر تجربه حرفه‌ای (تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار، تجربه اداره و مدیریت یک کسب و کار، تجربه در یک صنعت خاص) بیشتر باشد، فرد کارآفرین در شناخت و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و اقدام کردن بر اساس آن فرصت‌ها، کارآمدتر خواهد بود.

b_۱: هر قدر تجربه حرفه‌ای (تجربه راه‌اندازی یک کسب و کار، تجربه اداره و مدیریت یک کسب و کار، تجربه در یک صنعت خاص) بیشتر باشد، فرد کارآفرین در تقبل و پذیرش تعهدات و مسئولیت‌های جدید، کارآمدتر خواهد بود.

۳-۴- فرایند تبدیل یادگیری کارآفرینانه (تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش کارآفرینانه)^{۱۷}

یادگیری کارآفرینانه به صورت فرایند تجربی ارائه شده است که در طی آن

18- Kolb
19- exploitation & Exploration
20- March's

16- Aldrich
17- The transformation process of entrepreneurial learning

۴-۳-۱- شیوه تبدیل تجربه به دانش از طریق استراتژی بهره‌برداری

کارآفرینان ممکن است اعمال و اقداماتی را انتخاب کنند که اقدامات قبلاً انجام شده توسط آنها را تکرار کند یا نزدیک به آنها باشد. بدین ترتیب از دانش و معلومات قبلی خود بهره‌برداری می‌کنند [۳۱]. بهره‌برداری به استفاده کردن از آنچه که قبلاً دانسته شده بود مرتبط می‌شود و این به آن معناست که افراد از طریق بهره‌برداری از تجربه، درس می‌آموزند. استراتژی بهره‌برداری نوعی ایجاد قابلیت اطمینان به تجربه است؛ یعنی رفتار پایدار و با ثبات به حالت مسلط و غالب فرد یادگیرنده تبدیل می‌شود [۱۷].

۴-۳-۲- شیوه تبدیل تجربه به دانش از طریق استراتژی اکتشاف

کارآفرینان می‌توانند اقدامات جدیدی را انتخاب کنند که متمایز با اقدامات قبلی آنها باشد. برخلاف شیوه بهره‌برداری که در آن حرف از اعتماد و اطمینان به تجربه است، در این شیوه بحث بر سر ایجاد تنوع در تجربه است که منجر می‌شود به تغییر در رفتار کارآفرینان در تبدیل تجربه به دانش، حالت مسلط و غالب باشد. کاوش و اکتشاف به معنای آن است که افراد از طریق کشف و نوآوری، از تجربیات خود درس می‌آموزند [۳۱].

باید صراحتاً یادآوری کرد که هیچ یک از این دو مسیر متفاوت تبدیل تجربه به دانش، به خودی خود، بهتر و برتر از دیگری نیست. مارچ (۱۹۹۱)، چنین بحث می‌کند که این دو روش تبدیل تجربه به دانش برای حفظ و تداوم یادگیری ضروری است. اما بستگی به شرایط دارد که از کدام روش استفاده گردد [۲۶].

برای مثال، افرادی که برای طرد و کنار گذاشتن بهره‌برداری به کاوش و اکتشاف مبادرت می‌ورزند احتمالاً به این نکته دست می‌یابند که متحمل هزینه به کارگیری تجربه و آزمایش‌های قبلی شده‌اند بدون آنکه از مزایای آن بهره‌مند شوند. این توجه به کاوش ممکن است موجب ارائه نظریات جدید و تکامل نیافته متعددی شود. بر عکس آن افرادی که به بهره‌برداری مبادرت می‌ورزند و کاوش (اکتشاف) را کنار می‌گذارند، احتمالاً خود را درگیر و گرفتار تعادل پایدار نیمه مطلوب می‌یابند. بدین ترتیب بازده بهره‌برداری، عموماً قطعی‌تر و به لحاظ زمان و مکان نزدیک‌تر و سریع‌الوصول‌تر از بازده کاوش و اکتشاف است [۲۶]. می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که برقرار کردن موازنه مقتضی و مناسب میان کاوش و بهره‌برداری، اولین مساله برای موفقیت کارآفرینان است [۲۶] همان‌طوری که بهره‌برداری از نظریات و عقاید نو و تازه‌ای که از نظر تجاری موفق باشند می‌تواند منبعی برای تقویت و پشتیبانی کاوش‌های تازه فراهم کند. اما تلفیق بهینه و مطلوب کاوش و بهره‌برداری کاری پیچیده و دشوار است، چون ممکن است به آسانی گرفتار کاوش و بهره‌برداری پرشتاب شویم [۳۰].

پژوهش‌های انجام شده مطرح می‌کنند که کارآفرینانی که در پی شناسایی فرصت‌ها هستند، پیوسته دست اندرکار ایجاد بنگاه‌های

اقتصادی جدیدند، این دسته کارآفرینان را اصطلاحاً کارآفرینان عادی^{۲۱} می‌نامند، آنها اغلب در جستجوی تغییرات و چالش‌هایی جدید و نو هستند [۳۱]. علاوه بر اینها، چنین کارآفرینانی اغلب بنگاه‌های اقتصادی جدیدی را با هدف یادگیری چیزهای نو تأسیس می‌کنند و بدین ترتیب کارآفرینان عادی تجربه حرفه‌ای خود را جالب و هیجان‌انگیز و توأم با فرصت شناسایی در نظر می‌گیرند [۱۹]، [۲۵]. بنابراین کارآفرینانی که بسیار کاوشگر و هوشیار هستند، میل به کارآمدتر شدن در تشخیص فرصت‌های تجاری و شغلی و اقدام کردن در آن خصوص را دارند [۹]. از طرف دیگر کارآفرینانی که بهره‌برداری از دانش پیشین را مورد توجه قرار می‌دهند، ظاهراً در کنار آمدن با تعهدات و مسئولیت‌های تازه و غلبه بر موانع و مشکلات مرسوم قرار گرفته بر سر راه بنگاه‌های اقتصادی جدید، کارایی بیشتری دارند [۳۱]. بنابراین شیوه غالب تبدیل، می‌تواند عواقب و پیامدهایی داشته باشد که نوع خاصی از دانش کارآفرینانه برای آن ایجاد می‌شود. بر اساس بحث فوق، می‌توان پیشنهاد کرد که شیوه غالب تبدیل تجربه کارآفرینان می‌تواند رابطه میان تجربه حرفه‌ای کارآفرینان و ایجاد و توسعه دانش کارآفرینانه را تعدیل کند. اساساً کارآفرینانی که به کاوش به‌عنوان شیوه غالب تبدیل تجربه‌شان متکی هستند ظاهراً طرفدار ایجاد توسعه کارایی‌شان در تشخیص فرصت‌ها هستند، در حالی که کارآفرینانی که اساساً به بهره‌برداری به‌عنوان شیوه غالب تبدیل تجربیاتشان متکی هستند، ظاهراً از ایجاد و توسعه کارایی‌شان در پذیرفتن مسئولیت‌های تازه، طرفداری و پشتیبانی می‌کنند، این امر قضایای زیر را به وجود می‌آورد:

P₂ : شیوه غالب تبدیل تجربیات کارآفرینان، رابطه میان تجربه‌کاری کارآفرین و دانش کارآفرینانه را تعدیل می‌کند.

a₂ : هر قدر اطمینان و توجه به کاوش به‌عنوان شیوه غالب تبدیل تجربه به دانش بیشتر باشد، کارآفرین در شناسایی و استفاده از فرصت‌های کارآفرینانه کارآمدتر خواهد بود.

b₂ : هر قدر اطمینان و توجه به بهره‌برداری به‌عنوان شیوه غالب تبدیل تجربه به دانش بیشتر باشد، کارآفرین در پذیرش و کنار آمدن با مسئولیت‌های تازه کارآمدتر خواهد بود.

۴-۴- عوامل موثر بر فرآیند تبدیل^{۲۲}

براساس مباحث فوق، چنین به نظر می‌رسد که شیوه و نحوه تبدیل تجربه به دانش کارآفرینانه یا از طریق بهره‌برداری از دانش پیشین صورت می‌گیرد که در آن صورت کارآفرینان فعالیت و توجه خویش را بر عملکرد خوب گذشته، متمرکز می‌کنند، یا اینکه این تبدیل از طریق کاوش و اکتشاف احتمالی جدید صورت می‌گیرد که در این حالت آزمایش به‌عنوان روش یا تکنیک یادگیری به کار می‌رود [۲۹]، [۴۳]. در هر حال ما در پی آنیم که شیوه غالب تبدیل تجربیات کارآفرینان به دانش و معلومات کارآفرینانه را پیش‌بینی کنیم. مطالب پیشین و پژوهش‌های قبلی در

21-habitual

22- Factors influencing the transformation process

و تردید و توسعه فرصت‌های جدید را برای کارآفرینان تسهیل می‌کند. از طرف دیگر موفقیت گذشته ممکن است اعتماد به نفس و استمرار و تداوم را تحریک کند، زیرا افراد به خاطر موفقیت‌شان پاداش می‌گیرند [۴۳]. در هر حال می‌توان اینگونه عنوان کرد که، روش تبدیل تجربیات کارآفرینان به دانش و معلومات می‌تواند تحت تاثیر تجربه قبلی موفقیت یا شکست فرد کارآفرین قرار گیرد. بحث فوق به قضیه‌های زیر منتهی می‌گردد:

P۲: پیامد و نتیجه رویدادهای کارآفرینانه پیشین فرد کارآفرین با نحوه تبدیل تجربه او به دانش و معلومات ارتباط دارد.

a۲: هر قدر میزان شکست‌های کارآفرینانه گذشته بالاتر و بیشتر باشد، به همان اندازه میزان شیوه کاوشگریانه تبدیل تجربه به دانش نیز، بالاتر خواهد بود.

b۲: هر قدر میزان موفقیت کارآفرینانه گذشته بیشتر باشد، به همان اندازه نیز میزان شیوه بهره بردارانه تبدیل تجربه به معلومات و دانش بیشتر خواهد بود.

۴-۴-۲- تبدیل یا استدلال غالب کارآفرین^{۲۶}

بعد دیگری بر نحوه تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش تاثیر دارد که آن، منطق یا استدلال غالب و مسلط در موقعیت کنونی آنهاست. ساراسواتی^{۲۷} (۲۰۰۱)، دو نوع منطق یا استدلال غالب را در تئوری‌های اقتصادی توصیف می‌کند که عبارت اند از: استدلال علتی و معلولی^{۲۸} استدلال علتی از تکنیک‌های تحلیلی یا آنالیز و تخمین برای بهره‌برداری از بازارهای موجود و نهان استفاده می‌کند. از طرف دیگر استدلال معلولی مستلزم سنتز یا ترکیب و تخیل است تا بازارهای جدیدی را ایجاد کند که قبلاً وجود نداشته‌اند. کارآفرینان زمانی که بر ابعاد قابل پیش‌بینی یک آینده نامعین و متزلزل تمرکز کنند به علت‌گرایی به عنوان منطق غالب و مسلط متکی هستند. این بدان معناست که هر که را که کارآفرینان به‌عنوان منطق غالب به آن متکی باشند، اساساً به بهره‌برداری از دانش و معلومات پیشین مبادرت می‌ورزند. دلیل اتکای کارآفرینان بر معلول بودن به‌عنوان منطق برتر و غالب در بعضی مواقع آن است که آنها بخواهند به جای تمرکز بر ابعاد قابل پیش‌بینی مربوط به آینده‌ای مبهم و نامعین، بر ابعاد قابل کنترل مربوط به یک آینده غیرقابل پیش‌بینی تمرکز کنند [۳۶]. بدین ترتیب می‌توان چنین بحث کرد که کارآفرینان فعال در شرایط بسیار مبهم باید تا حدود بیشتری بر اکتشافات حوزه‌های نوین و جدید تجاری متکی باشند [۳۶]، [۳۳]. این بدان معناست که کارآفرینانی که به تأثیرگذاری و معلول بودن به‌عنوان منطق برتر و غالب متکی هستند اساساً به بهره‌برداری از احتمالات پیرامون خود می‌پردازند تا محیط‌هایی جدید و نو را کشف کنند و بازارهایی را ایجاد کنند که هنوز وجود ندارند. مباحث فوق به قضیه زیر منتهی می‌گردد:

P۴: استدلال برتر یا غالب فرد کارآفرین با نحوه تبدیل تجربیات او به

مورد کارآفرینی حداقل سه بعد را مشخص می‌سازد که بررسی آنها برای درک هر چه بهتر شیوه غالب تبدیل تجربه کارآفرینان به دانش کارآفرینانه، می‌تواند اهمیت داشته‌باشد، این سه بعد عبارتند از: نتیجه و پیامد رویدادهای کارآفرینانه قبلی و گذشته [۳۳]، [۱۸]، [۴۳]. تبدیل یا استدلال غالب کارآفرین و گرایش حرفه‌ای کارآفرین [۱۹]. این ابعاد در بخش‌های زیر مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۴-۴-۱- پیامد رویدادهای کارآفرینانه پیشین^{۲۳}

پیامد رویدادها و فعالیت‌های کارآفرینانه پیشین در ایام گذشته فرد کارآفرین (یعنی اینکه اگر رویدادها به موفقیت یا شکست انجامیده باشند) در نحوه و شیوه غالب تبدیل تجربه کارآفرین به دانش کارآفرینانه تأثیری خاص دارد. مینی تی و بیگریو^{۲۴} چنین استدلال می‌کنند که بسیاری از کارآفرینان موفق میل به انتخاب کارها و تکرار اعمالی دارند که توسط آنها قبلاً انجام گرفته یا ارتباطی تنگاتنگ با اقدامات قبلی آنها داشته باشد و بدین ترتیب از دانش موجود پیشین خویش بهره‌برداری می‌کنند [۲۸]، [۴۴]، [۴۳]. برای مثال تجربیات موفقیت‌آمیز حاصل از راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی و تجارتي پیشین می‌تواند مسیری هموار شده برای تأسیس بنگاه‌های اقتصادی و تجارتي موفق را ایجاد کند. اساساً موفقیت گذشته، افراد کارآفرین را تحریک می‌کند که توجه و فعالیت‌های خود را بر کارهایی که در گذشته موفق بوده‌اند متمرکز سازد که این شامل به کارگیری شیوه بهره‌برداری برای تبدیل تجربه به دانش است [۴۳]. اما تجربیات کارآفرینان نه تنها می‌تواند از موفقیت قبلی ناشی شود، بلکه ممکن است شکست‌ها و عدم موفقیت قبلی نیز منشاء تجربیات کارآفرینان باشد [۴۵]، [۲۹]، [۲۸]، [۱۸]. پژوهش‌های اخیر حاکی از آن است که بسیاری از کارآفرینان موفق، یادگیری و درس گرفتن از شکست‌ها و ناکامی‌های گذشته را به‌عنوان یک بعد مهم و حیاتی از مبانی تجربیات خویش در نظر می‌گیرند. برای مثال سیتکین^{۲۵} (۱۹۹۲) چنین بحث می‌کند که شکست پیش‌نیاز اساسی برای یادگیری است چون فرصتی را فراهم می‌کند که دقیقاً مشخص کنیم چرا شکست رخ داده است. شکست‌ها این فرصت را برای کارآفرینان فراهم می‌کنند که تردید-هایی را که قبلاً غیرقابل پیش‌بینی بودند کشف کنند [۳۶]، [۴۳]، [۲۸]. این به معنای آن است که تحلیل شکست یا عدم موفقیت می‌تواند به-عنوان مکانیزمی قدرتمند برای حل تردیدها و ناپایداری‌ها به کار رود. علاوه بر این می‌توان چنین بحث کرد که شکست یا عدم موفقیت، کارآفرینان را تحریک می‌کند تا جستجوی کاوش‌گرایانه‌ای برای فرصت-های تازه و نو را داشته باشند که در اینجا یادگیری از طریق تجربه کردن انجام می‌شود [۳۶]، [۴۳]. در نتیجه شکست، می‌تواند کارآفرینان را به انتخاب و برگزیدن اقداماتی جدید و تازه که متمایز با اقدامات قبلی آنها باشد تحریک کند [۲۹]. شکست مایه یادگیری از طریق تجربه و آزمایش است. این نوعی تکنیک یادگیری است که افزایش تنوع، کاهش ناپایداری

26- The predominant logic, or reasoning, of the entrepreneur

27- sarasvathy

28- Causation and effectuation.

23- The outcome of previous entrepreneurial events

24- Minniti and Bygrave

25- Sitkin

دانش و معلومات ربط پیدا می‌کند.

a۴: هر قدر اتکا به اثربخشی و معلول بودن، به عنوان استدلال برتر و غالب بیشتر شود، به همان ترتیب میزان نحوه اکتشافی تبدیل تجربه به دانش نیز بیشتر خواهد بود.

b۴: هر قدر اتکا به علت به عنوان استدلال برتر و غالب بیشتر شود، میزان حالت و روش بهره جویانه تبدیل تجربه به دانش و معلومات نیز بیشتر خواهد شد.

۴-۳- گرایش حرفه‌ای کارآفرینان^{۲۹}

بعد سومی که می‌توان انتظار داشت بر نحوه غالب تبدیل تجربیات کارآفرینان به دانش کارآفرینانه تأثیر داشته باشد، گرایش حرفه‌ای است که اقدامات آینده کارآفرینان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرض اساسی و بنیادین این بحث این است که اکثر افراد مفاهیم متنوعی از معنای حرفه و شغل را در ذهن خود می‌پروراند که تا حدود زیادی انتخاب مسیر شغلی و تجربیات آنها در ضمن کارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد [۲۴]. پژوهش‌های موجود نشان داده‌اند که کارآفرینان، گروهی ناهمگن از افرادی هستند که به لحاظ ویژگی‌ها و انگیزه‌های شغلی و حرفه‌ای فرق دارند. می‌توان انتظار داشت که کارآفرینان با نوع متفاوتی از انگیزه‌های حرفه‌ای و شغلی انواع متفاوتی از رویدادهای کارآفرینانه و موقعیت‌های یادگیری را جستجو کنند که به نوبه خود بر شیوه غالب تبدیل تجربیات آنها به دانش و معلومات‌شان تأثیر می‌گذارد [۳۵]، [۲۹]، [۴۴].

مدل بروسو^{۳۰} و دستیارانش (۱۹۹۶)، چهار مفهوم شغلی متمایز، با گرایش‌های شغلی خطی، تخصصی، ماریپیچ و موقتی را شناسایی کرده است، این چهار الگوی ترجیحات شغلی مبتنی بر مجموعه‌ای متمایز و متفاوت با انگیزه‌هایی هستند که اساس هر یک از این گرایش‌های شغلی را تشکیل می‌دهند. این بدان معناست که افرادی که از نظر گرایش‌های شغلی تفاوت داشته باشند، به‌طور قابل پیش‌بینی در کارهای اساسی و انگیزه‌های مرتبط با شغلشان تفاوت دارند [۸] شغل و حرفه خطی متشکل از مجموعه گام‌های تدریجی به طرف بالا در یک سلسله مراتب شغلی است (از قبیل سلسله مراتب مدیریتی) که با تغییرات غیر مکرر در حوزه شغلی همراه است [۲۴]. بنابراین کارآفرینان با گرایش شغلی خطی توسط فرصت‌هایی برای انجام کارهای مهم تحریک می‌شوند، این به معنای آن است که قدرت و موفقیت‌ها و دستاوردهای مهم، انگیزه‌های مهم انتخاب شغل آنها را تشکیل می‌دهند. در نتیجه تصور ارضای موفقیت و پیشرفت است که محرک فرد کارآفرین است و نه ثروت شخصی، اگر چه ثروت و جایگاه و موقعیت اجتماعی، معیار مهم سنجش نحوه عملکرد فرد می‌باشد [۱۹]، [۲۷]. از طرف دیگر حرفه تخصصی توسط تعهد مادام‌العمر یک شغل خاص مشخص می‌گردد که در آن شغل، فرد برای توسعه و اصلاح هر چه بیشتر دانش خود در محدوده آن تخصص، تلاش می‌کند. لذا می‌توان این گرایش شغلی را با صنعتگر حرفه‌ای در موسسه-

ای کوچک مقایسه کرد که اعمال و کارهایش را بر حسب دانش در آن حرفه خاص توسعه می‌دهد [۳۷]. می‌توان توقع داشت که هر دو کارآفرین طرفدار و علاقه‌مند به گرایش‌های شغلی خطی و تخصصی، به کاوش و کشف احتمالات و حیطة‌های جدید کمتر تمایل داشته باشند چون این ممکن است آنها را از موفقیت و پیشرفت و دانش تخصصی که بسیار برای دستیابی به آن تلاش می‌کنند، منحرف کند. در عوض، مطالب تخصصی حاکی از آنست که این نوع کارآفرینان احتمالاً از درجه بالاتر بهره‌برداری از دانش موجود و پیشین خویش برخوردارند، چون آنها فقط تلاش می‌کنند که دانش و معلومات پیشین خود را اصلاح کنند و در حرفه خاص خویش متخصص شوند [۱۸]، [۳۷].

افراد دارای گرایش شغلی ماریپیچ ترجیح می‌دهند که فعالیت‌های جدید مرتبط با فعالیت‌های قبلی را کشف کنند که در آنها خلاقیت و پیشرفت فردی، انگیزه‌های اصلی و مهم را تشکیل می‌دهند [۲۴]. این به معنای آن است که این حوزه جدید دانش و معلومات ایجاد شده و تحول یافته، دانش حوزه قبلی را استخراج می‌کند و در عین حال فرصت‌هایی را برای ایجاد مجموعه‌ای از دانش کاملاً تازه فراهم می‌کند، بالاخره اینکه افراد با گرایش‌های شغلی موقتی، مشاغل را انجام می‌دهند که در آن تنوع، استقلال و تغییرات مکرر وجود داشته باشد. افرادی که عمده حرفه‌ها و مشاغل موقتی را دنبال می‌کنند به ندرت خودشان را واقعاً دارای شغل و کار در نظر می‌گیرند. در عوض چنین افرادی به دنبال تنوع و استقلال هستند [۸]. می‌توان انتظار داشت که کارآفرینان دارای گرایش شغلی ماریپیچ یا موقتی طرفدار پروژه‌های کارآفرینانه جدید می‌باشند به این منظور که چالش‌هایی تازه و نو را جستجو کنند و چیز تازه‌ای می‌آموزند [۲۸]، [۲۵]. می‌توان الگوهای شغلی این کارآفرینان را به صورت پروژه‌مدار یا اتفاقی توصیف کرد [۸]. بحث فوق به قضیه زیر منتهی می‌گردد:

P۵: گرایش شغلی فرد کارآفرین با نحوه تبدیل تجربیات او به دانش کارآفرینانه مرتبط است.

a۵: کارآفرینانی که گرایش شغلی ماریپیچ یا موقتی دارند ممکن است تا حدود زیادی بر نحوه کاوش گرایانه تبدیل تجربه به دانش کارآفرینانه، تمرکز کنند.

b۵: کارآفرینانی که گرایش شغلی خطی یا تخصصی داشته باشند ممکن است تا حدود زیادی بر نحوه بهره‌جویانه تبدیل تجربه به دانش کارآفرینانه تمرکز کنند.

۵- نتیجه‌گیری

هدف از انجام تحقیق حاضر ارائه یک مدل مفهومی از فرآیند یادگیری کارآفرینانه بوده است. در راستای دسترسی به هدف بیان شده در تحقیق حاضر، مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، مدل مفهومی ارائه گردیده است. در این مدل نقش تجربه به‌عنوان کانون اصلی بحث، مطرح شده است. چون تجربه این امکان را برای کارآفرینان فراهم می‌کند که توانایی کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه را بهبود بخشند و یاد

29- The career orientation of the entrepreneur
30- Brousseau

[۳] الوانی، مهدی، مدیریت عمومی، نشر نی، تهران، ۱۳۸۵.

- [4] Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S., (2003), A theory of entrepreneurial opportunity identification and development, *Journal of Business Venturing*, 18(1): 105-23.
- [5] Argyris, C. & Schon, D., (1978), *Organizational Learning: A theory of action perspective*, Reading, Mass: Addison Wesley.
- [6] Bateson, M. C., (1994), *Peripheral Visions: Learning Along the Way*, New York: Harper.
- [7] Brockhaus, R. & Horwitz, P., (1986), The psychology of the entrepreneur, in D. Sexton & R. Smilor (eds), *The art and science of entrepreneurship*, Cambridge, Mass: Ballinger.
- [8] Brousseau, K. R., Driver, M. J., Eneroth, K. and Larsson, R., (1996), Career pandemonium: realigning organizations and individuals, *Academy of Management Executive*, 10(4):52-66.
- [9] Corbett, A. C., (2002), Recognizing high-tech opportunities: a learning and cognitive approach, In W. D. Bygrave et al. (eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, pp. 49-60.
- [10] Davidsson, P. and Honing, B., (2003), The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18(3): 301-33.
- [11] Detterman, D. K., (1993), The case for the prosecution: transfer as an epiphenomenon, In D. K. DETTERMAN & R. J. STERNBERG Eds. *Transfer on rial: Intelligence, Cognition, and Instruction*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- [12] Dunphy, S. et al., (1994), The relationship of entrepreneurial and innovative success, *Marketing Intelligence and Planning*, (12), (9).
- [13] Easterby, M. & Lyles, M., (2003), *The blackwell handbook of organizational learning and knowledge management*, Oxford: Blackwell.
- [14] Farr, K., (2000), *Organizational learning and knowledge managers*, Work Study, Vol. 49 No. 1, pp. 14-17.
- [15] Feldman, D. C., (2004), The devil is in the detail: converting good research into publishable articles, *Journal of management*, (30)(1), pp. 1-6.
- [16] Fry, F., (1993), *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- [17] Holmqvist, M., (2000), *The dynamics of experiential learning: balancing exploitation and exploration within and between organizations*, Doctoral dissertation, Stockholm: School of Business.
- [18] Johannisson, B., (1992), *Entrepreneurs as learners - beyond education and training*, Paper presented at the Conference on Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Dortmund, Germany.
- [19] Katz, J. A., (1994), Modeling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2): 23-39.
- [20] Kiechel, W., (1990), *The organization that learn*, *Academy of Management review*, P.P. 133-136.
- [21] Kolb, D. A., (1984), *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- [22] Kolvereid, L. and Bullvåg, E., (1993), Novices versus experienced business founders: an exploratory investigation, In S. Birley and I. C. MacMillan (eds), *Entrepreneurship Research: Global Perspectives*. Amsterdam: Elsevier Science, pp. 275-85.
- [23] Kuratko, D. & Hodgetts, R., (1989), *Entrepreneurship: A contemporary approach*, 3rd ed, NY: The Dryden Press.
- [24] Larsson, R. & Et al., (2003), International growth through cooperation: Brand driven strategies, leadership and career development in Sweden, *Academy of management executive*, P.P. 7-24.

بگیرند که در موقع سازماندهی و مدیریت کردن در بنگاه‌های اقتصادی نو و تازه تأسیس (یعنی تعهدات و مسئولیت‌های تازه) چگونه موانع مرسوم و عادی را از سر راه بردارند. بنابراین اگر تجربه به‌عنوان منبع مهم یادگیری کارآفرینانه تصور شود، فرآیند تبدیل تجربه به دانش کارآفرینانه ضروری می‌باشد. این مدل برای فرض رابطه بین تجربه کارآفرینان و دانش کارآفرینان به چهار جزء اصلی تأثیرگذار اشاره می‌کند که عبارتند از: تجربه حرفه‌ای کارآفرینان (تجربه راه‌اندازی کسب و کار، تجربه اداره کردن، تجربه خاص صنعتی)، دانش و معلومات کارآفرینانه (که نتیجه تجربه حرفه‌ای کارآفرینان می‌باشد که می‌تواند به آنها در تشخیص فرصت‌ها و پذیرش تعهدات جدید یاری دهد)، فرآیند تبدیل (تبدیل تجربه حرفه‌ای کارآفرینان به دانش کارآفرینانه با دو شیوه اکتشاف و بهره‌برداری انجام می‌گیرد) و نهایتاً عوامل موثر بر فرآیند تبدیل (که شامل پیامد رویدادهای پیشین، منطق یا استدلال غالب، گرایش حرفه‌ای و شغلی می‌باشد).

۶- پیشنهادها

چهار چوب مفهومی ارائه شده در این مقاله می‌تواند به‌عنوان نقطه شروعی برای پژوهش‌های تجربی آینده در مورد یادگیری کارآفرینانه باشد. همچنین این مقاله چندین قضیه از نحوه تبدیل تجربیات حرفه‌ای کارآفرینانه به دانش کارآفرینانه که به ایجاد توانایی در کارآفرینان برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و همچنین مقابله با موانع مرسوم و موجود بر سر راه بنگاه‌های اقتصادی جدید را مطرح می‌کند که می‌تواند مسیری برای پژوهش‌های آینده به‌صورت میدانی و عملیاتی و تأیید و رد فرضیات تئوریک مطرح شده در متن مقاله را فراهم آورد با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما (چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی و بسط‌سازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. بااستناد به نتایج ارائه شده در تحقیق حاضر، مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری و استفاده از الگو و عوامل مؤثر ارائه شده، توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال مولد در سطح یک جامعه آماری خاص را مورد مطالعه قرار دهند. مدل مفهومی ارائه شده در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که چهار متغیر: تجربه حرفه‌ای کارآفرینان، دانش کارآفرینانه، فرآیند تبدیل و عوامل موثر بر فرآیند تبدیل می‌توانند بر فرآیند یادگیری کارآفرینانه تأثیرگذار باشند. لذا مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق در جهت توسعه و ترویج فرهنگ و عمل کارآفرینی (به صورت تجربی) اقدامات بایسته و شایسته را انجام دهند.

۷- منابع و ماخذ

- [۱] مارکوت، مایکل، ایجاد سازمان‌های یادگیرنده، زالی، محمد رضا (مترجم)، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۵.
- [۲] احمد پور، محمود و مقیمی، سید محمد، مبانی کارآفرینی، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران: مؤسسه انتشارات فراندیش، تهران، ۱۳۸۵.

- [47] Ucbasaran, D., Westhead, P. and Wright, M., (2003), Business ownership experience, information search and opportunity identification: a research note, Paper presented at the Academy of Management Meeting in Seattle, USA.
- [48] Vince, R., (1998), Behind and beyond Kolb's learning cycle, *Journal of Management Education*, 22(3): 304-19.
- [25] MacMillan, I. C., (1986), To really learn about entrepreneurship, let's study habitual entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 1(3): 241-3
- [26] March, J. G., (1991), Exploration and exploitation in organizational learning, *Organization Science*, 2(1): 71-87.
- [27] McClelland, D. C., (1961), *The Achieving Society*, Princeton, NJ: Van Norstrand.
- [28] McGrath, R. G. and MacMillan, I. C., (2000), *The entrepreneurial mindset*, Boston: Harvard Business School Press
- [29] Minniti, M. and Bygrave, W., (2001), A dynamic model of entrepreneurial learning, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3): 5-16.
- [30] Mintzberg, H. and Waters, J. A., (1982), Tracking strategy in an entrepreneurial firm, *Academy of Management Journal*, 25(3): 465-99.
- [31] Politis, D., (2008), *The process of entrepreneurial learning, A Conceptual Framework*, Routledge, Taylor & Francis Group, London & New Yourk.
- [32] Rae, D. and Carswell, M., (2001), Towards a conceptual understandin of entrepreneurial learning, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(2): 150-8.
- [33] Ravasi, D., Turati, C., Marchisio, G. and Ruta, C. D. (2004), Learning in entrepreneurial firms: an exploratory study, In G. Corbetta, M. Huse and D. Ravasi (eds), *Crossroads of Entrepreneurship*. Boston: Kluwer Academic, pp. 165-84.
- [34] Romanelli, E. and Schoonhoven, K., (2001), The local origins of new firms, In K. Schoonhoven and E. Romanelli (eds), *The Entrepreneurial Dynamic*. Stanford, CA: Stanford University Press, pp. 40-67.
- [35] Ronstadt, R., (1988), The corridor principle, *Journal of Business Venturing*, 3(1): 31-40.
- [36] Sarasvathy, S. D., (2001), Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency, *Academy of Management Review*, 26(2): 243-63.
- [37] Schon, D., (1983), *The Reflective Practitioner*, New York: Basic Books.
- [38] Senge, P. (1995), What does 'learning organization' mean for entrepreneurial firms? http://web.mit.edu/entforum/www/focus_online/Fall95/ask_mit/AskMITa95.
- [39] Shane, S., (2003), *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- [40] Shane, S. and Khurana, R., (2003), Bringing individuals back in: the effects of career experience on new firm founding, *Industrial and Corporate Change*, 12(3): 519-43.
- [41] Shane, S. and Venkataraman, S., (2000), The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25(1): 217-26.
- [42] Shepherd, D. A., Douglas, E. J. and Shanley, M., (2000), New venture survival: ignorance, external shocks, and risk reduction strategies, *Journal of Business Venturing*, 15(5-6) 393-410.
- [43] Sitkin, S. B., (1992), Learning trough failure: the strategy of small losses, *Research in Organizational Behavior*, 14: 231-66.
- [44] Starr, J. A., Bygrave, W. D. and Tercanli, D., (1993), Does experience pay? Methodological issues in the study of entrepreneurial experience, In S. Birley and I. C. MacMillan (eds), *Entrepreneurship Research Global Perspectives*. Amsterdam: Elsevier Science, pp. 125-55.
- [45] Stokes, D. and Blackburn, R., (2002), Learning the hard way: the lessons of ownermanagers who have closed their businesses, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(1): 17-27.
- [46] Sullivan, R., (2000), Entrepreneurial learning and mentoring, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3): 160-75.