



Investigating the role of ambition in stimulating creativity among entrepreneurs in Fars province

Morasa Khodabandeh¹, Marzieh Heydari^{2*}

1. Master in Educational Administration, Department of Educational Sciences, Abadeh Branch, Islamic Azad University, Abadeh, Iran

2. Department of Educational Sciences, Abadeh Branch, Islamic Azad niversity, Abadeh, Iran

*Corresponding author: mhidary@iauabadeh.ac.ir

Received: 12 October, 2023

Accepted: 27 December, 2023

Abstract: Creativity has always been mentioned as one of the ways to continue entrepreneurship. Because creativity facilitates the level of ambition of entrepreneurs to grow and develop their business. In this regard, this research has been carried out with the aim of "investigating the role of ambition in stimulating creativity among entrepreneurs". The participants included 129 entrepreneurial managers and entrepreneurs who were selected using the introduced list of Shiraz University Entrepreneurship and Employment Center in a simple random method. The research method was a mixed method (qualitative and quantitative), which in the qualitative part of the metacomposite approach and in the quantitative part of the descriptive method of causal correlation; based on structural equation modeling was used in a new way. Based on this, 4 individual and entrepreneurial factors, economic and financial, technology and innovation and organizational knowledge were identified as effective factors on stimulating the creativity of entrepreneurs. In addition, the validity in both methods was confirmed in an acceptable manner, and the reliability in the metacomposite approach was confirmed based on Lincoln and Guba (1985) indices and in the preliminary study of the quantitative part, using Cronbach's alpha coefficients. In order to analyze the findings of this study in the qualitative part of document analysis (with emphasis on domestic and foreign studies) and in the quantitative part of descriptive statistics (demographic indicators using SPSS software and inferential statistics (resulting from structural equation modeling criteria with software) Smart PLS) was used. Finally, the results showed that all 4 individual and entrepreneurial indicators, economic and financial, technology and innovation, and organizational knowledge had a significant effect on stimulating the creativity of entrepreneurs. Therefore, it seems that the direction of continuity in the work of entrepreneurs and also strengthening Their creativity, along with individual factors, should be paid special attention to the use of new technologies, organizational knowledge management, and financial and economic infrastructure.

Keywords: ambition, stimulation of creativity, entrepreneurs, fars province.



مطالعات راهبردی در کسب و کار

دوره ۱، شماره ۲: ۷۴-۵۹

<https://jssb.khalkhal.iau.ir>



بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان استان فارس

مرصع خدابنده^۱ و مرضیه حیدری^{۲*}

کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد آباءه، دانشگاه آزاد اسلامی، آباءه، ایران

استادیار گروه علوم تربیتی، واحد آباءه، دانشگاه آزاد اسلامی، آباءه، ایران

* نویسنده مسؤل: mhidary@iauabadeh.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۶ دی ۱۴۰۲

تاریخ دریافت: ۲۰ مهر ۱۴۰۲

چکیده: همواره از خلاقیت به عنوان یکی از راه کارهای مداومت کارآفرینی یاد شده است. زیرا خلاقیت، میزان جاه طلبی کارآفرینان برای رشد و توسعه کسب و کارشان تسهیل می کند. در همین راستا این تحقیق، هدف از انجام این پژوهش، "بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان" بوده است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۲۵ مقاله و نمونه آماری شامل ۱۲ مقاله منتخب با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند بوده است. شرکت کنندگان (جامعه آماری)، در بخش کمی، شامل ۱۲۹ نفر از مدیران کارآفرین و کارآفرینان بودند که با بهره گیری از فهرست معرفی شده مرکز کارآفرینی و اشتغال زایی دانشگاه شیراز در قالب یک روش نمونه گیری تصادفی از نوع ساده انتخاب شدند. روش تحقیق، شیوه آمیخته (کیفی و کمی) بود که در بخش کیفی از رویکرد فراترکیب و در بخش کمی از شیوه توصیفی همبستگی از نوع علی؛ مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری به شیوه جدید استفاده شد. بر همین اساس، ۴ عامل فردی و کارآفرینانه، اقتصادی و مالی، فناوری و نوآوری و دانش سازمانی به عنوان عوامل مؤثر بر تحریک خلاقیت کارآفرینان مشخص شدند. ضمن آن که روایی در بخش کمی از طریق محتوا مورد نظر استاد راهنما و چند تن از اساتید دیگر بوده و روایی در بخش کیفی نیز از طریق روش مثلث سازی و تأیید حداقل سه مطالعه همسو با هر مفهوم در مدل، تأیید شده است. همچنین پایایی در رویکرد فراترکیب بر مبنای شاخص های لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) و در مطالعه مقدماتی بخش کمی نیز، با استفاده از ضرایب آلفای کرونباخ تأیید شدند. جهت تحلیل یافته های این مطالعه در بخش کیفی از اسناد کاوی (با تأکید بر مطالعات داخلی و خارجی) و در بخش کمی نیز از آمار توصیفی (شاخص های جمعیت شناختی با استفاده از نرم افزار SPSS و آمار استنباطی (حاصل از معیارهای مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار Smart PLS) استفاده شد. نتایج در نهایت نشان داد، هر ۴ شاخص فردی و کارآفرینانه، اقتصادی و مالی، فناوری و نوآوری و دانش سازمانی بر تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار داشتند. بنابراین به نظر می رسد، جهت مداومت در کار کارآفرینان و همچنین تقویت خلاقانه آن ها در کنار عوامل فردی، می بایست به استفاده از فناوری های جدید، مدیریت دانش سازمانی و زیرساخت های مالی و اقتصادی توجه ویژه شود.

واژگان کلیدی: جاه طلبی، تحریک خلاقیت، کارآفرینان، استان فارس.

مقدمه

مشکلات موجود در مسیر اشتغال‌زایی و همچنین درآمدزایی برای شرکت‌ها که در نهایت به افزایش درآمد دولت و کاهش میزان بیکاری در کشورها می‌انجامد، بخش مهمی از معضلات دولتی جوامع را تشکیل می‌دهد که با استفاده از شرکت‌های دانش‌بنیان و استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینان در مسیر توسعه می‌توان تا حدودی این معضلات موجود را رفع کرد. اما در نقطه مقابل کارآفرینان عمومی؛ کارآفرینانی قرار دارند که جاه‌طلبی بیشتر داشته و به شرایط موجود خود قانع نبوده و سعی خواهند کرد، با استفاده از شرایط آینده به برنامه‌ریزی در مسیر گسترش فعالیت‌های خود بپردازند. از این‌رو می‌توان این‌طور گفت که کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند و مسئولیت اولیه وی جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب‌وکار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب‌وکاری را بسیج می‌نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند، محصول یا خدمات جدید است. به عبارت دیگر، کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد است. مشخصه اصلی یک کارآفرین، خلاقیت بوده و نقش کارآفرین، خلاقیت است. ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت‌های کارآفرینان که باعث ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها است (حقیقی و همکاران، ۱۴۰۰). می‌توان عنوان کرد کارآفرین کسی است که درصد حل مشکلی به روشی سودمند است، به گونه‌ای که در قبال دریافت مقدار منصفانه‌ای پول، افرادی را به آرزوهایشان برساند. کارآفرینی به این معنا نیست که دیگر قرار نیست چیز جدیدی یاد بگیرید یا رئیس داشته باشید. موفق‌ترین کارآفرینان آن‌هایی هستند که بخشی از وقت خود را صرف مطالعه درباره‌ی موفقیت دیگران می‌کنند، تا بفهمند روندها و روش‌های روزانه‌ی افراد موفق چیست و چه طور می‌توانند آن اصول را در زندگی و کار خودشان به کار ببرند (گارسیا و همکاران^۱، ۲۰۲۲).

کارآفرینان قادرند اولین قدم را برای ساختن جهان به مکانی بهتر برای همه افراد در آن، از جمله خودشان بردارند. آن‌ها یکی از قدرتمندترین ترانسفورماتورهای جهان هستند. از این‌رو خلاقیت کارآفرینان بسیار مهم است. و با وجود انگیزه و تلاش کارآفرینان، توسعه کارآفرینی در مسیر جاه طلبی نیازمند خلاقیت است. در واقع ویژگی کارآفرینان برتر، نگاه متفاوت به مسائل و راه‌حل‌های خلاقانه است. خلاقیت در کارآفرینی خصوصیتی فکری است که با تمرین و ممارست قابل تربیت است. بنا به نظر کارشناسان برتر، نوآوری و خلاقیت به محل زندگی و موقعیت فرد بستگی دارد. خلاقیت در واقع ترکیبی از نگاه متفاوت، ابتکار و انعطاف در موقعیت‌های مختلف است که می‌تواند از تغییر ایده‌های قدیمی یا ایده‌هایی کاملاً نوین سرچشمه بگیرد؛ بنابراین خلاقیت و نوآوری فرآیندی روانی است که به‌موجب نگرش و تفکر متفاوت افراد روی می‌دهد و از این‌رو کارآفرینی با خلاقیت گره خورده است. بدان معنا که کارآفرینی بدون خلاقیت عملاً راه به‌جایی نخواهد برد و این خلاقیت است که جاه طلبی یک کارآفرین را به سمت تعالی و آینده‌ای روشن، هدایت می‌کند. در اصل، خلاقیت در کارآفرینی به‌مثابه موتور هوپیمایی است که استقامت و پشتکار بال‌های آن هستند. کارآفرینی فرآیندی چندبعدی است که بدون خلاقیت و نوآوری معنی اصلی خود را از دست می‌دهد (تانتاوی و همکاران^۲، ۲۰۲۱). اهمیت خلاقیت در کارآفرینی از موضوعات مهمی است که البته همواره به‌عنوان یک مفهوم مستتر در مفهوم‌سازی کلمه کارآفرین و یا کارآفرینی گم‌شده است و تاکنون به‌صورت جزئی بدان پرداخته نشده است. حتی در کنار این موارد جاه طلبی به‌عنوان یکی از خصوصیات ویژه کارآفرینان واکاوی نشده و مشخص نشده جاه طلبی تا چه حدی می‌تواند کارایی لازم جهت موفقیت یک کارآفرین را داشته باشد. یکی از مهم‌ترین موارد دارای اهمیت در این مطالعه درک مفهوم کارآفرین است. کارآفرین کسی است که یک مدل تجارت را توسعه می‌دهد، سرمایه‌فیزیکی و انسانی لازم برای شروع یک سرمایه‌گذاری جدید را فراهم می‌کند، آن را عملیاتی می‌کند و مسئول موفقیت یا شکست آن است. زیرا کارآفرین از مدیر حرفه‌ای متمایز است (وانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۲)؛ به این معنی که کارآفرین یا سرمایه‌گذار خود سرمایه‌گذاری می‌کند یا سرمایه را از منابع خارجی افزایش می‌دهد و در نتیجه مسئول شکست و همچنین پاداش در صورت موفقیت است، درحالی‌که مدیر حرفه‌ای کار اختصاص داده‌شده به وی را با در نظر گرفتن پرداخت پول به انجام می‌رساند. به عبارت دیگر، کارآفرین علاوه بر خلق یک شرکت جدید، ریسک‌پذیر و نوآور است درحالی‌که مدیر حرفه‌ای تنها اجراکننده است. از این‌رو افزایش خلاقیت و همچنین افزایش آمادگی برای مقابله با انواع مشکلات احتمالی مالی و حتی بحران‌های مالی از خصوصیات کارآفرینان و مسیر کارآفرینی است که منجر به یک ثبات اقتصادی در جامعه می‌شود (نازه و مورچد^۴، ۲۰۲۲).

¹ García et al

² Tantawy et al

³ Weng et al

⁴ Najeh & Morched

بسیاری از کارآفرینان به دنبال عاملی برای دستیابی به موفقیت هستند. یکی از عواملی که معمولاً در رسیدن به موفقیت به کارآفرینان کمک می‌کند. با این‌که اثرگذاری حس جاه طلبی در کمک به موفقیت آدم‌ها در برخی شرایط خاص امری بدیهی به نظر می‌آید، ولی در این خصوص یک پرسش وجود دارد؛ آیا همیشه داشتن حس جاه طلبی برای رسیدن به موفقیت کافی است؟ بسیاری از کارآفرینان جاه طلب هستند، ولی همیشه موفق نیستند. همچنین، برخی از پژوهش‌ها نشان داده‌اند، حس جاه طلبی می‌تواند به کیفیت زندگی آسیب بزند و ممکن است به بروز اختلالات شخصیتی نظیر خودشیفتگی منجر شود (ارشادی و همکاران، ۱۳۹۹)؛ اثرگذاری یا عدم اثرگذاری حس جاه طلبی در رسیدن به موفقیت به تعریف کارآفرینان از موفقیت نیز بستگی دارد. اگر کارآفرینان برای رسیدن به موفقیت در زمینه کاری پر از انگیزه باشند، جاه‌طلبی‌شان می‌تواند از این نظر کمک زیادی به موفقیت‌شان بکند. ولی اگر خودشان را قربانی کرده‌اند و برای دست‌یابی به اهداف بزرگ دچار ناراحتی و تنهایی شده‌اند، به موفقیت نرسیده‌اند. هر آدمی باید این سؤال‌ها را از خود بپرسد؛ روانشناسان نیز برای تفکیک جاه طلبی سالم از جاه طلبی ناسالم پاسخ این سؤال‌ها را پیدا کرده‌اند. در نهایت این‌طور می‌توان گفت که جاه طلبی اگرچه یکی از خصوصیات کارآفرینان می‌تواند باشد اما تا حدی که به زندگی شخصی و کاری آن‌ها لطمه نزند، این بدان معنا است که جاه طلبی باید حد و حدودی داشته باشد و کارآفرینان برای رسیدن به موفقیت نیاز به یک جاه طلبی تعدیل‌شده دارند (ناژه و مورچد، ۲۰۲۲). بسیاری از مطالعات اخیر و به‌ویژه یک دهه اخیر در مورد کارآفرینی و توسعه کارآفرینی بوده است اما خلاقیت در کارآفرینی به دلیل آنچه کلمه خلاقیت بخش مهمی از کلمه کارآفرینی بوده مهجور مانده و در بسیاری از مطالعات وجود ندارد (فقیه آرام، ۱۳۹۷).

حقیقی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان مبتنی بر ظرفیت موقوفات» نشان دادند سه متغیر عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی زنان تأثیرگذار بودند. ارشادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی» نشان دادند تأثیر عوامل اقتصادی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان به‌ویژه سهم و میزان آورده غیر نقدی موردنیاز کسب و کار، سهم و میزان آورده نقدی موردنیاز کسب و کار، توجه‌پذیری اقتصادی طرح، میزان ریسک موفقیت طرح بر عوامل سازمانی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان بیشترین تأثیر را داشت. فقیه آرام (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه هوش‌های چندگانه با ویژگی شخصیتی کارآفرینی و خلاقیت» نشان دادند رابطه ویژگی شخصیتی کارآفرینی با خلاقیت معنادار بود. پیرایش و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تبیین مدلی در راستای توسعه خلاقیت و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی» نشان دادند کارآفرینان اعم از فردی، سازمانی و دانشگاهی در استفاده از تلفیق ایده‌ها در جهت نوآوری، گردآوری دانش ارزیابی، ایده‌ها، بهره‌گیری از استراتژی انتقال فناوری و استفاده از سرمایه فکری نهایت استفاده را کردند. ناژه و مورچد (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش کارآفرین جاه‌طلب در تحریک خلاقیت و نوآوری کارآفرینی» نشان دادند تأثیر کارآفرینی بلندپروازانه بر تحریک خلاقیت تجسم‌یافته در نوآوری‌های فناوری تأیید شد. گارسیا و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «کارآفرینی و کارآفرینی» نشان دادند جاه طلبی کارآفرینان باعث موفقیت آن‌ها در مسیر توسعه کارآفرینی می‌شود. وانگ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «آموزش کارآفرینی خلاقیت کارآفرینی را افزایش می‌دهد: نقش واسطه‌ای الهام کارآفرینی» نشان دادند اثربخشی آموزش کارآفرینی یک همبستگی مثبت قوی با خلاقیت کارآفرینی داشت. تانتاوی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «بازگرداندن خلاقیت به آموزش کارآفرینی: خودکارآمدی خلاق، مشارکت فرآیند خلاق، و نیت کارآفرینی» نشان دادند خلاقیت به‌عنوان مقدمه کارآفرینی می‌باشد. جولیانو و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیر خلاقیت و نوآوری بر توسعه کارآفرینی نشان دادند یک رابطه قوی بین تفکر خلاق و توانایی نوآورانه، و همچنین پیشرفت فناورانه ایجاد شد. دلکامپو^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «خلاقیت و کارآفرینی» نشان دادند مقاصد کارآفرینی دانشجویان بازرگانی اسپانیایی مشروط به دوره‌های کارآفرینی، خوداشتغالی والدین یا سطح خلاقیت آن‌ها نبود. باین‌حال، تفاوت‌هایی در سطح خلاقیت بر اساس جنسیت برای توانایی آینده آن‌ها برای راه‌اندازی یک شرکت وجود داشت.

در این پژوهش بخش خلاقانه کارآفرینی به‌عنوان یک متغیر وابسته بیشتر مدنظر قرار گرفته است و نشان داده‌شده که این مطالعه در سمت مخالف برخی از تحقیقات است که صرفاً مسیر کارآفرین را مسیر اشتغال‌زایی در بخش خصوصی می‌داند. همچنین بسیاری از پژوهش‌هایی که نقش خودشیفتگی، ویژگی‌های شخصی، هویتی و فردی را بین برخی از افراد حقیقی و حقوقی جامعه بررسی کردند اما تاکنون در اکثر مطالعات داخلی و خارجی اشاره‌ای به جاه طلبی به‌عنوان یک مفهوم خاص و شمشیر دو لبه کارآفرینی در مسیر خلاقیت در بین کارآفرینان استان فارس اشاره نشده است که این موضوع می‌تواند کل اهمیت بررسی اثرات جاه طلبی بر خلاقیت کارآفرینی را تحت تأثیر قرار دهد. از این‌رو می‌تواند کاربردی

¹ Juliana

² Del Campo

بوده و برای به‌ویژه کارآفرینان، مدیران صنعتی و مدیران شهرک‌های دانش‌بنیان و همچنین خبرگان فعال در حوزه‌های اقتصادی در زمینه اشتغال‌زایی و کارآفرینی، در استان فارس ارزش‌آفرین باشد. پیرو همین مطالب البته مشخص نیست جاه طلبی تا چه حدی خلاقیت کارآفرینان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یا این که جاه طلبی مسیر توسعه برنامه‌های مختلفی که در ذهن یک کارآفرین هست را تا چه حد دچار تغییر خواهد کرد. پیرو مطالب ارائه شده پژوهشگر درصدد پاسخ به این پرسش است که آیا جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان استان فارس تأثیر معنادار دارد؟

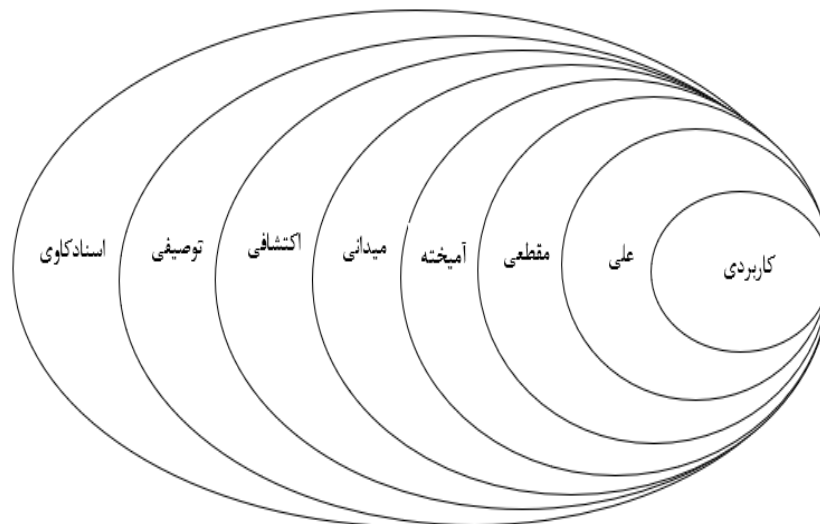
روش پژوهش

در این مطالعه از یک شیوه آمیخته (کیفی-کمی) جهت گردآوری داده‌های موردنظر استفاده شد. برای این منظور ابتدا در شیوه کیفی از فراترکیب استفاده شد و سپس پرسشنامه‌ای در این خصوص بر اساس ابعاد مدل؛ طراحی و مورد برازش قرار گرفت. در بخش کیفی استفاده از رویکرد فرا ترکیب و در بخش کمی استفاده از رویکرد پیمایشی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مدنظر است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۲۵ مقاله و نمونه آماری شامل ۱۲ مقاله منتخب با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است و در بخش کمی مدیران کارآفرین و کارآفرینان نمونه معرفی شده از مرکز کارآفرینی و اشتغال‌زایی دانشگاه شیراز (جدول ۱) بودند که تعداد ۱۲۹ نفر به عنوان نمونه با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

جدول ۱. مشخصات شرکت کنندگان در بخش کمی

ردیف	مشخصات	کمیت (مرد)	کمیت (زن)
۱	مدیران کارآفرین در دانشگاه شیراز	۱۱	۶
۲	کارآفرینان نمونه در استان فارس	۷۸	۳۴

ابزار گردآوری داده در بخش کیفی اسنادکاوی با رویکرد فراترکیب و در بخش کمی استفاده از پرسشنامه بر اساس مطالعات نظری بود. بدین منظور مدلی بر اساس اطلاعات کدگذاری شده با رویکرد فراترکیب حاصل شد و سپس ابعاد این مدل، سازنده ابعاد پرسشنامه موردنظر را تدوین کرد. شکل (۱) پیاز پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. پیاز پژوهش (ماردیانا، ۲۰۲۰)

¹ Mardiana

در این مطالعه جهت پایایی یا همان صحت داده‌ها در بخش کیفی، از چهار معیار شامل مقبولیت^۱، قابلیت اطمینان^۲، قابلیت انتقال^۳ و قابلیت تأیید^۴ استفاده شد. در این بخش، برای تأیید اعتبار و مقبولیت داده‌ها، از روش درگیرشان با داده‌ها در طول مدت حداقل سه ماه مداوم استفاده شد. همچنین بررسی مستندات موجود اعم از اسنادبالادستی، مطالعات داخلی و خارجی برای قابلیت اطمینان استفاده شد (لینکلن، ۲۰۰۲). معیار سوم قابلیت انتقال یعنی کاربردی بودن داده‌ها در محیط‌ها و گروه‌های مشابه بود که پژوهشگر از نظر استاد محترم راهنما و تعدادی از صاحب نظران در حوزه کارآفرینی استفاده کرد و به قابلیت انتقال داده، کمک کرد. در نهایت نیز، جهت تعیین وضعیت معیار چهارم یعنی قابلیت تأیید، تمامی مراحل از زمان شروع کدگذاری تا تبدیل به مقوله، ثبت شد تا پژوهشگران آتی، بتوانند از مستندات مکتوب این مطالعه بهره ببرند و این خود مصداق قابلیت تأیید بود. برای بررسی پایایی در بخش کمی نیز از ضرایب آلفای کرونباخ استفاده شد که این مقدار برای عوامل فردی و کارآفرینانه ۰/۷۴، شاخص‌های اقتصادی و مالی ۰/۸۱، فناوری و نوآوری ۰/۹۱، دانش سازمانی ۰/۷۳ و تحریک خلاقیت کارآفرینان ۰/۸۸ برآورد گردید. روایی محتوایی پرسش نامه نیز توسط استاد راهنما و تعدادی از صاحب نظران حوزه کارآفرینی (جدول ۲) بررسی و تأیید شد و روایی در بخش کیفی نیز از طریق روش مثلث سازی و تأیید حداقل سه مطالعه همسو با هر مفهوم در مدل (جدول ۳)، تأیید شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش توصیفیاز نرم افزار SPSS و در بخش استنباطی از نرم افزار Smart PLS استفاده شد.

جدول ۲. برآورد روایی در رویکرد فراتحلیل از طریق روش مثلث سازی

ملاحظات	معیارهای پایایی در شیوه کمی
برای صحت کدهای خروجی از شیوه مقایسه بین مطالعاتی یا همان مثلث سازی استفاده شد. بدین ترتیب که کدهای خروجی حداقل ۱۲ مقاله معتبر (نزدیک به موضوع این پژوهش) بررسی و مقایسه ای پیرامون کدهای استخراج شده در هر مرحله با مطالعات غالباً خارجی انجام و در صورت لزوم؛ و عنوان گذاری کدها دستخوش تغییر شد. و هر خروجی با حداقل سه مطالعه پیشین مقایسه و مورد تأیید قرار گرفت.	روایی کدهای خروجی فراتحلیل

جدول ۳. برآورد روایی در بخش کمی از طریق محتوا

ملاحظات	معیارهای پایایی در شیوه کمی
در این بخش، پرسش‌های تبدیل شده به پرسشنامه مورد نظر، از منظر محتوایی و به صورت صوری توسط منتخبی از جامعه آماری و یا نظارت و هماهنگی استاد راهنما؛ مورد بررسی قرار گرفت و پس از حذف و یا اصلاح برخی سوال‌ها، پرسشنامه جهت تعیین پایایی بین نمونه مورد نظر توزیع شد.	روایی کدهای خروجی فراتحلیل

1 credibility
2 dependability
3 transferability
4 conformability

یافته های پژوهش

برای عملیاتی کردن متغیرها در این تحقیق، در ابتدا در شیوه کیفی با استفاده از رویکرد فراترکیب و در قالب اسنادکاوی مدارک؛ مستندات و مهم‌تر از همه مطالعات پیشین، مفاهیم نظری استخراج و پس از تبدیل به کدهای نهایی یا انتخابی؛ مدل اکتشافی تدوین شد. کدهای استخراجی برای هر جواب مقایسه شد و در صورت مشابهت، حذف گشت. بدین ترتیب که زمان اتمام اسنادکاوی در رویکرد فراترکیب؛ پس از اتمام کدگذاری، مضامین کدگذاری شده باز تکراری، حذف شد تا کدهای باز غیرتکراری مشخص شود. سپس کل کدهای باز در مرحله دوم، به کدهای محوری تبدیل شد. در این مرحله، کدها به مضامین واقعی‌تر و البته نزدیک‌تر به قلمرو موضوعی موردبررسی تبدیل شد. به طوری که هر کد دارای اهمیت؛ خود دارای یک جدول شد و کدهای مرتبط با آن در مرحله کدگذاری باز به عنوان زیرمجموعه این کد محوری، قرار گرفت. در این مرحله نیز پس از حذف کدهای محوری تکراری و یا عدم توافق بر ارتباط بین کدهای باز با کدهای محوری در هر بخش، کدهای محوری موردتوافق، ثبت و وارد مرحله بعد یعنی کدگذاری انتخابی شد. در مرحله کدگذاری انتخابی نیز، پس از حذف کدهای کم‌اهمیت و تکراری، هر کد انتخابی، شامل چندین کد محوری، نزدیک به هم شد و در نهایت مدل اکتشافی تدوین شد. در ادامه یافته های حاصل از کدگذاری آورده شده است.

جدول ۴. کدگذاری باز / اولیه

بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان	
ردیف	کدهای مفهومی باز
۱	ویژگی‌های شخصیتی
۲	ویژگی‌های خانوادگی افراد
۳	هوش فردی کارآفرینان
۴	الگوهای نقش فردی
۵	تفاوت‌های جنسیتی کارآفرینان
۶	نقش مؤثر ورزش فردی
۷	خوداشتغالی والدین
۸	انجمن‌های کارآفرینی
۹	جاه طلبی در کارآفرینی
۱۰	خلاقیت کارآفرینی
۱۱	نیات کارآفرینی
۱۲	دوره‌های کارآفرینی
۱۳	سهم و میزان آورده غیر نقدی
۱۴	سهم و میزان آورده نقدی
۱۵	توجیه‌پذیری اقتصادی طرح
۱۶	میزان ریسک موفقیت طرح
۱۷	نوآوری‌ها
۱۸	سرمایه فکری
۱۹	ایده
۲۰	انتقال فناوری
۲۱	نوآوری‌های فناوری
۲۲	خودکارآمدی خلاق
۲۳	مشارکت فرآیند خلاق

توانایی نوآورانه	۲۴
پیشرفت فناوریانه	۲۵
گردآوری دانش ارزیابی	۲۶
تسهیم دانش	۲۷

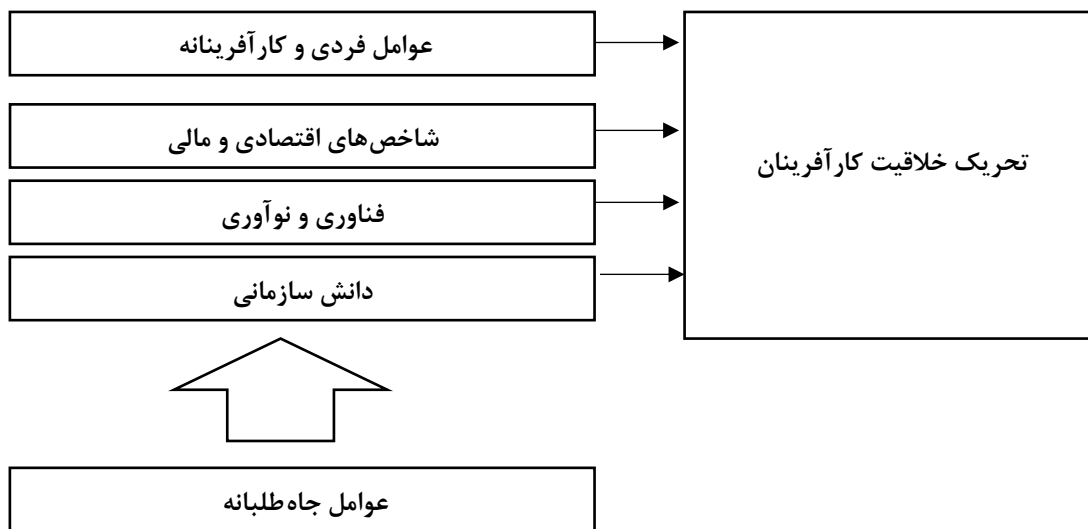
جدول ۵. کدگذاری محوری در بخش فراترکیب

بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان		
ردیف	کدهای مفهومی باز	کد مرتبط محوری
۱	ویژگی‌های شخصیتی	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان
۲	هوش فردی کارآفرینان	
۳	الگوهای نقش فردی	
۴	تفاوت‌های جنسیتی کارآفرینان	
۵	نقش مؤثر ورزش فردی	
۶	ویژگی‌های خانوادگی افراد	ویژگی‌های خانوادگی کارآفرینان
۷	خوداشتغالی والدین	
۸	انجمن‌های کارآفرینی	
۹	جاه طلبی در کارآفرینی	آموزش کارآفرینی
۱۰	دوره‌های کارآفرینی	
۱۱	خلاقیت کارآفرینی	
۱۲	نیات کارآفرینی	خلاقیت کارآفرینانه
۱۳	سهم و میزان آورده غیر نقدی	
۱۴	سهم و میزان آورده نقدی	شاخص‌های مالی فردی
۱۵	توجیه‌پذیری اقتصادی طرح	
۱۶	میزان ریسک موفقیت طرح	موقعیت‌های اقتصادی
۱۷	نوآوری‌ها	
۱۸	سرمایه فکری	نوآوری و توانایی نوآوری
۱۹	ایده	
۲۰	خودکارآمدی خلاق	
۲۱	مشارکت فرآیند خلاق	
۲۲	توانایی نوآورانه	
۲۳	انتقال فناوری	زیرساخت‌های فناوریانه
۲۴	نوآوری‌های فناوری	
۲۵	پیشرفت فناوریانه	
۲۶	گردآوری دانش ارزیابی	دانش سازمانی
۲۷	تسهیم دانش	

جدول ۶. کدگذاری انتخابی در بخش فراترکیب

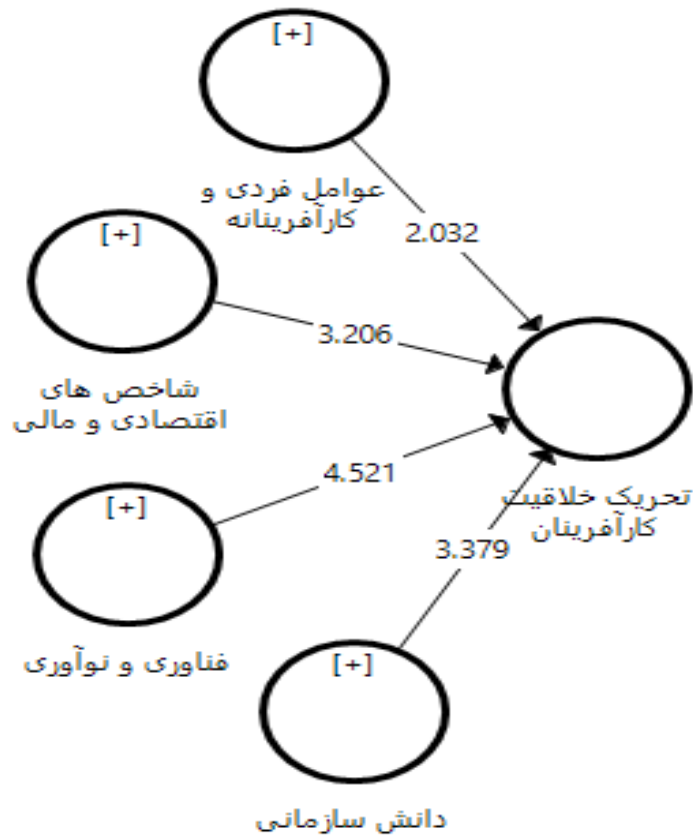
بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان		
ردیف	کدهای مفهومی محوری	کد مرتبط انتخابی
۱	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان	عوامل فردی و خانوادگی کارآفرینان
۲	ویژگی‌های خانوادگی کارآفرینان	
۳	آموزش کارآفرینی	عوامل کارآفرینانه
۴	خلاقیت کارآفرینانه	
۵	شاخص‌های مالی فردی	شاخص‌های اقتصادی و مالی
۶	موقعیت‌های اقتصادی	
۷	نوآوری و توانایی نوآوری	فناورانه و نوآورانه
۸	زیرساخت‌های فناورانه	
۹	دانش سازمانی	دانش سازمانی

با توجه به مشخص شدن کدهای انتخابی و مقوله‌های اصلی به‌عنوان نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت کارآفرینان به‌صورت زیر در قالب شکل ۲ نمایش داده شده است:



شکل ۲. مدل پژوهشی اکتشافی در بخش کیفی

پس از استخراج مدل پژوهش حاصل از اسنادکاوی و فراترکیب، در بخش کمی برای بررسی هم‌زمان روابط بین متغیرها و برازش مدل استخراجی پژوهش کیفی از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است که در ادامه یافته‌های بخش کمی آورده شده است. قبل از بررسی انواع سازگاری درونی می‌بایست مشخص شود، ارتباط معناداری بین متغیرها وجود دارد یا خیر؟. به این دلیل که هر متغیری که ارتباط معناداری با سایر متغیرها نداشته باشد در سازگاری نباید به‌عنوان متغیر مانده در مدل معرفی شود



شکل ۳. ضرایب معناداری در مدل

سازگاری درونی (پایایی به روش کرونباخ و پایایی به صورت مرکب/ ترکیبی)

جدول ۶. مقادیر سازگاری درونی در مطالعه نهایی

متغیرها	گویه های مرتبط	تعداد گویه	پایایی کرونباخ	پایایی مرکب
عوامل فردی و کارآفرینانه	گویه های ۱-۵	۵	۰/۸۱۵	۰/۸۲۵
شاخص های اقتصادی و مالی	گویه های ۶-۱۰	۵	۰/۸۰۹	۰/۸۷۴
فناوری و نوآوری	گویه های ۱۱-۱۵	۵	۰/۷۷۳	۰/۷۷۳
دانش سازمانی	گویه های ۱۶-۲۰	۵	۰/۷۲۵	۰/۷۴۱
تحریک خلاقیت کارآفرینان	گویه های ۲۱-۲۵	۵	۰/۷۷۳	۰/۷۹۲

روایی سازه: همگرا و یا میانگین واریانس استخراج شده

جدول ۷. مقادیر روایی همگرا

متغیرها	گویه های مرتبط	تعداد گویه	مقادیر روایی همگرا
عوامل فردی و کارآفرینانه	گویه های ۱-۵	۵	۰/۶۴۴
شاخص های اقتصادی و مالی	گویه های ۶-۱۰	۵	۰/۶۷۸
فناوری و نوآوری	گویه های ۱۱-۱۵	۵	۰/۶۳
دانش سازمانی	گویه های ۱۶-۲۰	۵	۰/۶۶۴
تحریک خلاقیت کارآفرینان	گویه های ۲۱-۲۵	۵	۰/۶۱

پس از مشخص شدن خروجی نرم افزار در شاخص روایی همگرایی جدول ۷، به دلیل بالاتر بودن روایی همگرا برای اکثریت متغیرهای مرتبه اول از ۰/۵؛ ضرایب نیز قابل قبول است.

روایی افتراقی (واگرا)

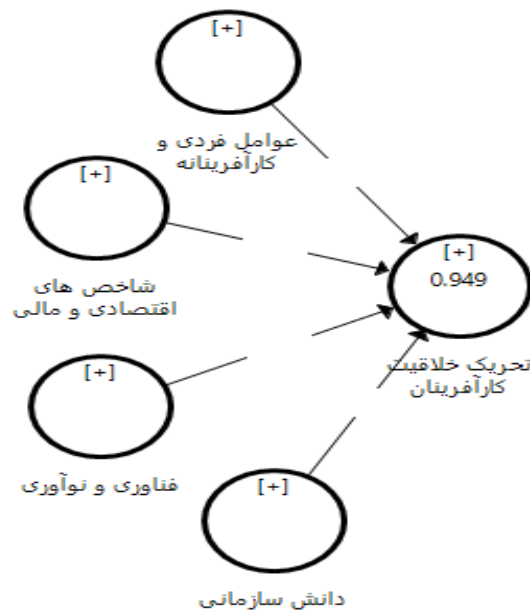
در صورتی که جذر روایی واگرا در ستون دوم جدول ۸ بزرگتر از روایی همگرا باشد، لذا همبستگی بین روایی همگرای ابعاد جدول بالاتر از روایی واگرای آن‌ها است و روایی افتراقی و یا همان واگرا؛ مورد تأیید است.

جدول ۸. مقادیر روایی افتراقی از طریق ماتریس فورنل و لارکر

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
۱ عوامل فردی و کارآفرینانه	۰/۸۰۲				
۲ شاخص‌های اقتصادی و مالی	۰/۳۶۵	۰/۸۲۳			
۳ فناوری و نوآوری	۰/۴۷۸	۰/۰۵۸	۰/۷۹۳		
۴ دانش سازمانی	۰/۱۳۲	۰/۱۷۴	۰/۶۷۷	۰/۸۱۴	
تحریک خلاقیت کارآفرینان	۰/۰۴۸	۰/۶۷۸	۰/۷۸۳	۰/۷۸۱	۰/۷۸۱

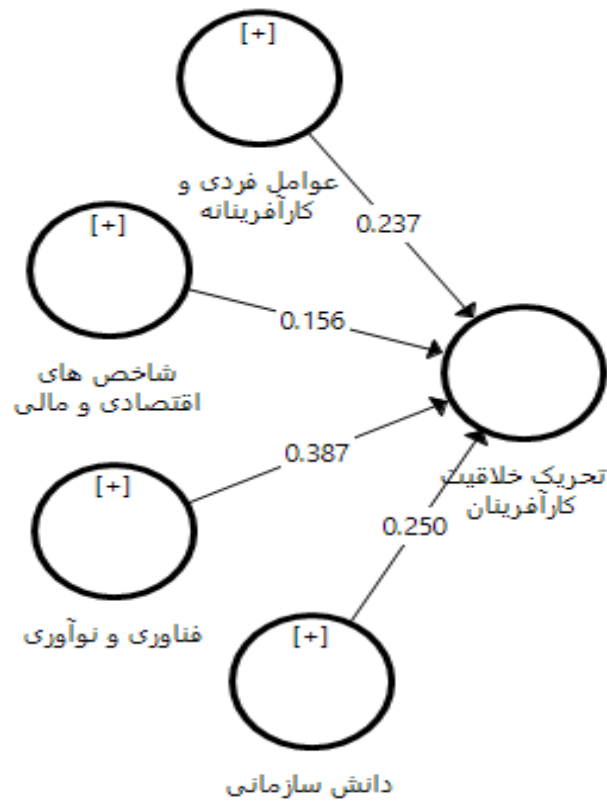
بررسی ضریب R^2

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل ساختاری گفته شده و روابط بین سازه با شاخص‌ها، مدل اندازه‌گیری اطلاق شده است. در صورتی که عدد درون دایره متغیرهای درون‌زای مدل در شکل نمایش داده شده ۴، بالاتر از رقم ۰/۳۳ (۰/۹۴۹)، باشد، این معیار نیز قابل قبول خواهد بود.



شکل ۴. ضرایب R^2 ویژه متغیرهای درون‌زای مدل

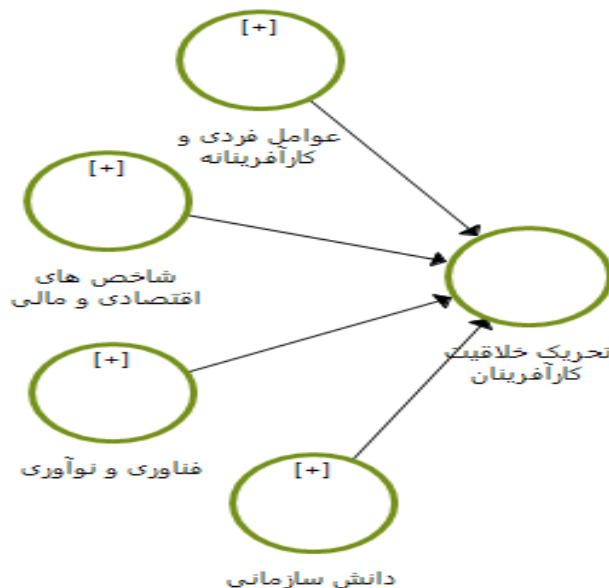
ضرایب استاندارد مسیر



شکل ۵. خروجی ضرایب استاندارد مسیر

مطابق با شکل ۵ مشخص می شود که تأثیرپذیری و یا همان تغییرات واریانسی و قدرت پیش بینی متغیرهای برونزا بر درونزا به چه میزانی بوده است.

برازش مدل



شکل ۶. مدل برازش شده

جدول ۹. شاخص برازش مدل

شاخص های برازش مدل	مدل اشیاع شده	مدل تخمین زده شده
SRMR	۰/۱۸۷	۰/۱۸۷
d_ULS	۲/۳۰۴	۲/۳۰۴

با توجه به خروجی شکل ۶ و جدول ۹ اعداد برازش در حالت اشیاع شده و تخمین زده شده یکسان است و نشانه تائید برازش مدل پژوهشی است.

بررسی فرضیه های پژوهش

جدول ۱۰. نتایج فرضیه های پژوهش

فرضیه	تأثیر	میزان	خطای	سطح	روابط	وضعیت
عوامل فردی و کارآفرینانه در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد.	۲/۰۳ > ۱/۹۶	۰/۰۵	۹۵ درصد	تائید	۱	
شاخص های اقتصادی و مالی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد.	۳/۲ > ۲/۵۷	۰/۰۱	۹۹ درصد	تائید	۲	
فناوری و نوآوری در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد.	۴/۵ > ۳/۲۷	۰/۰۰۱	۹۹/۹۹ درصد	تائید	۳	
دانش سازمانی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد.	۳/۴ > ۳/۲۷	۰/۰۰۱	۹۹/۹۹ درصد	تائید	۴	

با توجه به نتایج شکل (۵) فرضیه اول "عوامل فردی و کارآفرینانه در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد."، در سطح اطمینان ۹۵ درصد با خطای مجاز ۰/۰۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت و میزان اثرات متغیر مستقل بر وابسته در این فرضیه برابر با ۲۴ درصد بوده است. این نشان می‌دهد، به ازای ۱ درصد تغییرات در متغیر مستقل، متغیر وابسته به میزان ۲۴ درصد تغییر می‌کند.

همچنین فرضیه دوم با عنوان "شاخص‌های اقتصادی و مالی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد."، در سطح اطمینان ۹۹ درصد با خطای مجاز ۰/۰۱ درصد مورد تأیید قرار گرفت و میزان اثرات متغیر مستقل بر وابسته در این فرضیه برابر با ۱۶ درصد بوده است. این نشان می‌دهد، به ازای ۱ درصد تغییرات در متغیر مستقل، متغیر وابسته به میزان ۱۶ درصد تغییر می‌کند که رقم و ضریب نسبتاً مناسبی است.

نتایج فرضیه سوم با عنوان "فناوری و نوآوری در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد."، در سطح اطمینان ۹۹/۹۹ درصد با خطای مجاز ۰/۰۰۱ درصد مورد تأیید قرار گرفت و میزان اثرات متغیر مستقل بر وابسته در این فرضیه برابر با ۳۹ درصد بوده است. این نشان می‌دهد، به ازای ۱ درصد تغییرات در متغیر مستقل، متغیر وابسته به میزان ۳۹ درصد تغییر می‌کند که رقم و ضریب قابل ملاحظه ای است.

نتایج فرضیه چهارم با عنوان "دانش سازمانی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد."، در سطح اطمینان ۹۹/۹۹ درصد با خطای مجاز ۰/۰۰۱ درصد مورد تأیید قرار گرفت و میزان اثرات متغیر مستقل بر وابسته در این فرضیه برابر با ۲۵ درصد بوده است. این نشان می‌دهد، به ازای ۱ درصد تغییرات در متغیر مستقل، متغیر وابسته به میزان ۲۵ درصد تغییر می‌کند که رقم و ضریب قابل ملاحظه ای است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی نقش جاه طلبی در تحریک خلاقیت بین کارآفرینان استان فارس انجام شد. مطابق با نتایج به دلیل معناداری ضرایب مرتبط و معیارهای مربوطه در بخش مدل‌سازی معادلات ساختاری؛ فرضیه اول "عوامل فردی و کارآفرینانه در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد"، مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از تأیید این فرضیه همسو با نتایج مطالعات حقیقی و همکاران (۱۴۰۰)، فقیه آرام (۱۳۹۷)، ناژه و مورچد (۲۰۲۲) و گارسیا و همکاران (۲۰۲۲) است که به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر اثرات عوامل فردی و کارآفرینانه در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأکید داشته‌اند. در همین باره به‌طور مثال، حقیقی و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی زنان تأثیرگذار بودند. فقیه آرام (۱۳۹۷) نشان دادند رابطه ویژگی شخصیتی کارآفرینی با خلاقیت معنادار بود. ناژه و مورچد (۲۰۲۲) نشان دادند تأثیر کارآفرینی بلندپروازانه بر تحریک خلاقیت تجسم‌یافته در نوآوری‌های فناوری تأیید شد. گارسیا و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند جاه طلبی کارآفرینان باعث موفقیت آن‌ها در مسیر توسعه کارآفرینی شد. در تبیین این فرضیه می‌توان عنوان داشت یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر مسیر کارآفرینان، عواملی است که باعث توسعه ابتکار و خلاقیت فردی می‌شود. همچنین پشتکار و مداومت در کار، داشتن انگیزه، ویژگی‌های شخصیتی، خانواده و اراده فردی با داشتن یک ایده اصولی می‌تواند در موفقیت یک کارآفرین موثر باشد.

همچنین مطابق با نتایج به دلیل معناداری ضرایب مرتبط و معیارهای مربوطه در بخش مدل‌سازی معادلات ساختاری؛ فرضیه دوم "شاخص‌های اقتصادی و مالی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد"، مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از تأیید این فرضیه همسو با نتایج مطالعات ارشادی و همکاران (۱۳۹۹) است که به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر اثرات شاخص‌های اقتصادی و مالی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأکید داشته‌اند. در همین باره به‌طور مثال، ارشادی و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند تأثیر عوامل اقتصادی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان به‌ویژه سهم و میزان آورده غیر نقدی موردنیاز کسب و کار، سهم و میزان آورده نقدی موردنیاز کسب و کار، توجیه‌پذیری اقتصادی طرح، میزان ریسک موفقیت طرح بر عوامل سازمانی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان بیشترین تأثیر را داشت. در تبیین این فرضیه می‌توان عنوان داشت، داشتن ردیف بودجه و همچنین حل مشکلات احتمالی مالی در فرایند توسعه کارآفرینی از مواردی است که کارآفرین باید بدان توجه ویژه ای داشته باشد و میزان آورده نقدی و غیرنقدی و میزان ریسک‌پذیری و اقتصاد می‌تواند انگیزه مناسبی برای تقویت مسیر جاه طلبی کارآفرینان باشد.

مطابق با نتایج به دلیل معناداری ضرایب مرتبط و معیارهای مربوطه در بخش مدل‌سازی معادلات ساختاری؛ فرضیه سوم پژوهش با فناوری و نوآوری در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد"، مورد تأیید قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از تأیید این فرضیه همسو با نتایج مطالعات پیرایش و همکاران (۱۳۹۴)، فرید (۱۳۸۸)، وانگ و همکاران (۲۰۲۲)، جولیانو و همکاران (۲۰۲۱) و دلکامپو (۲۰۱۷) است که به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر اثرات فناوری و نوآوری در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأکید داشته‌اند. در همین باره به‌طور مثال، پیرایش و همکاران (۱۳۹۴) نشان دادند کارآفرینان اعم از فردی، سازمانی و دانشگاهی در استفاده از تلفیق ایده‌ها در جهت نوآوری، گردآوری دانش ارزیابی، ایده‌ها، بهره‌گیری از استراتژی انتقال فناوری و استفاده از سرمایه فکری نهایت استفاده را کردند. وانگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند اثربخشی آموزش کارآفرینی

یک همبستگی مثبت قوی با خلاقیت کارآفرینی داشت. جولیانو و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند یک رابطه قوی بین تفکر خلاق و توانایی نوآورانه، و همچنین پیشرفت فناورانه ایجاد شد. در تبیین این فرضیه می توان عنوان داشت، در هر کاری قبل از شروع، ایجاد زیرساخت های مختلف دارای اهمیت است به ویژه آن که این زیرساختها در صورت نبود باعث رکود در کار و همچنین بی انگیزگی کارآفرینان خواهد شد. کارآفرینان بر این اساس نیز نیازمند زیرساخت های مختلف به ویژه در بخش فناوری هستند.

مطابق با نتایج فرضیه چهارم "دانش سازمانی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأثیر معنادار دارد"، مورد تأیید قرار می گیرد. نتایج حاصل از این فرضیه همسو با نتایج مطالعات تانتاوی و همکاران (۲۰۲۱) است که به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر اثرات دانش سازمانی در تحریک خلاقیت کارآفرینان تأکید داشته اند. در همین باره به طور مثال، تانتاوی و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند خلاقیت به عنوان مقدمه کارآفرینی می باشد. در تبیین این فرضیه می توان عنوان کرد که داشتن دانایی در محیط کار باعث توسعه متعادل و پایدار شده و تسهیم و انتقال دانش به عنوان دو بخش ضروری در مدیریت دانش می تواند در تحریک یک کارآفرین موثر باشد.

بر اساس نتایج پژوهش پیشنهاد می شود کارآفرینان قبل از انجام کارآفرینی یک ایده کارآمد که بتواند به واقعیت تبدیل شود در ذهن بپروراند و با اما و اگر و خیالات جلو نروند زیرا اراده فردی بدون داشتن یک ایده اصولی نمی تواند فرد را کارآفرینی موفق نماید. همچنین توجیه پذیری اقتصادی طرح در مسیر کارآفرینی همواره ارزیابی شود. با توجه به این که رشد و توسعه و ماندگاری کارآفرینان نیازمند دست یابی به فناوری های جدید است بنابراین توصیه بر انتقال دانش و یا استفاده از مهندسی معکوس است و کارآفرینان با اهداف مشخص و شفاف که هر ساله می تواند مورد ارزیابی دقیق و بازبینی قرار گیرد پا به عرصه رقابت بگذارند. همچنین بررسی اثرات عوامل تحریمی بر رشد کارآفرینی در بخش های مختلف کشور از دو جنبه مثبت و منفی در پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد.

منابع

- ارشادی، محمد جواد، رضایی، نسا و باقری حسین آبادی، رضا. (۱۳۹۹). ارزیابی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه های کارآفرینی شهرداری تهران. مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان. ۱۸ (۴)، ۳۳-۶۸.
- پیرایش، رضا؛ کمالی، نقی؛ مطلبی، محمد قادر؛ (۱۳۹۴). تبیین مدلی در راستای توسعه خلاقیت و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی. مطالعات کمی در مدیریت. ۲۰ (۱۵)، ۱۴۳-۱۲۹.
- حقیقی، مرتضی، تقوایی، مریم و صفاریان همدانی، سعید. (۱۴۰۰). کارآفرینی و اشتغال زایی در حوزه کسب و کارهای دانش بنیان مبتنی بر ظرفیت موقوفات؛ ارائه مدل با استفاده از تکنیک دیمتل و مدل یابی معادلات ساختاری. پژوهشنامه خراسان بزرگ. ۱۱ (۴۲)، ۱۰۶-۸۵.
- فقیه آرام، بتول. (۱۳۹۷). رابطه هوش های چندگانه با ویژگی شخصیتی کارآفرینی و خلاقیت دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. ۷ (۴)، ۱۷۹-۱۹۶.
- کریمی طرارانی، محبوبه، شریف زاده، فتاح، سیدنقوی، میرعلی و حسین پور، داوود. (۱۳۹۹). تأثیر عوامل مؤثر بر خطمشی گذاری پارک های علم و فناوری و شرکت های دانش بنیان بر بروندهای آن ها با نقش میانجی کارآفرینی فناورانه. مطالعات مدیریت دولتی ایران. ۳ (۴)، ۹۹-۱۲۶.
- Del Campo, C. J. (2017). The role of creativity in entrepreneurship: an empirical study on business undergraduates.
- García, H. M., Méndez, O. J. M., & Alvarado, A. A. (2022). Creativity and Entrepreneurship in Latin America: The Time has Come. In *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Latin America* (pp. 3-15): Emerald Publishing Limited.
- Juliana, N. O., Hui, H. J., Clement, M., Solomon, E. N., Elvis, O. K. & Management. (2021). The impact of creativity and innovation on entrepreneurship development: evidence from Nigeria. 9(4), 1743-1770.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry (vol. 75). In: Sage Thousand Oaks, CA.
- Mardiana, S. J. (2020). Modifying Research Onion for Information Systems Research. 63(4), 5304-5313.
- Najeh, H., Morched, S. J. J. O. B. (2022). The Ambitious Entrepreneur and His Role in Stimulating Creativity: The Case of Tunisian Entrepreneurs. 10(1), 61-73.

- Tantawy, M., Herbert, K., McNally, J. J., Mengel, T., Piperopoulos, P., & Foord, D. J. (2021). Bringing creativity back to entrepreneurship education: Creative self-efficacy, creative process engagement, and entrepreneurial intentions. 15, e00239.
- Weng, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. J. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. 20(2), 100570.