

پدیدارشناسی تجربیات دانشجویان در تاسیس کسب و کار

(مطالعه موردی: دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی)

دانشگاه رازی کرمانشاه)

فرحناز رستمی^{۱*} - شهپر گراوندی^۲ - کیومرث زرافشانی^۳

۱. عضو هیات علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه رازی کرمانشاه

۲. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه

۳. عضو هیات علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه رازی کرمانشاه

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۳/۳۱، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۰/۱۱)

چکیده

هدف از این پژوهش، درک تجربیات دانشجویانی است که برای اولین بار در شرایط واقعی اقدام به راه‌اندازی یک کسب و کار کرده‌اند. به این منظور، سوال پژوهش با عنوان "دانشجویان در طی فرایند صاحب کسب و کار شدن چه تجاربی را کسب کرده‌اند؟" شکل گرفت. جامعه‌ی مورد مطالعه دانشجویانی هستند که در نیم‌سال اول ۸۹-۸۸ اقدام به راه‌اندازی یک کسب و کار کرده و در ضمن تجربیات خود را بیان و توصیف می‌کنند. برای انتخاب این افراد از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده شد (۴ دانشجوی دختر و ۳ دانشجوی پسر). سپس، داده‌های مورد نیاز با مصاحبه‌ی انفرادی نیمه‌ساختارمند (از ۳۰ تا ۴۵ دقیقه) و در محدوده‌ی زمانی ۱۳۸۹/۱۱/۵ تا ۱۳۹۰/۲/۱۸ جمع‌آوری شدند. یافته‌های تجزیه و تحلیل شده با استفاده از روش کلایزی، در پنج مفهوم اساسی طبقه‌بندی شدند. این مفاهیم عبارتند از: سخت و طاقت‌فرسا بودن راه‌اندازی کسب و کار، فشارزا (استرس) و چالش‌انگیز بودن، توأم با فشارهای روانی-اجتماعی بودن، منجر به تغییر در دانش، نگرش و مهارت دانشجویان شدن و نیز افزایش اعتماد به نفس آن‌ها است.

واژه‌های کلیدی: پدیدارشناسی، تجربه‌ی کارآفرینی، کارآفرین شدن، صاحب کسب و کار،

دانشجویان کشاورزی

مقدمه

روند رو به رشد افزایش جمعیت و بالطبع افزایش نیازها و خواسته‌های جوامع انسانی، موجب فراوانی سلايق و نیازهای مختلف از يك سو و از سوی ديگر باعث نیاز به منابع اقتصادی برای تامین نیازها شده است. نیاز به شغل و حرفه نه فقط از نظر اقتصادی و حتی سلامت جسمی بلکه از نقطه نظر روانی و اجتماعی به عنوان يك نیاز بشر برای به روز و به نمایش گذاردن توانایی و استعدادهای خود و کسب تجارب مختلف امری اثبات شده و ضروری است. اما شیوه‌ی انتخاب و کسب درآمد و شغل در افراد مختلف بر حسب نیازها و استعدادهای درونی آنها متفاوت می‌باشد که از جمله‌ی این افراد کارآفرینان و صاحبان کسب و کار هستند. کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار تجربه‌ی منحصر به فردی است که بسیاری از صاحبان کسب و کارهای اجتماعی و اقتصادی در بدو راه‌اندازی يك کسب و کار آن را درک می‌کنند. در این راستا، تعدادی از موسسات آموزش عالی در کشور تلاش کرده‌اند که با برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی، مهارت‌های راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را برای شرکت کنندگان به منظور ورود به محیط کسب و کار واقعی ایجاد کنند. پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی، یکی از دانشکده‌هایی است که در این زمینه اقدامات اثرگذاری را انجام داده و با در اختیار قرار دادن فرصت‌های کارآفرینانه برای دانشجویان، موجب شده که این افراد بتوانند درگیر فرایند کارآفرینی، کارآفرین شدن و صاحب کسب و کار شدن شوند. در طی این فرصت، دانشجویان از محیط دانشگاهی و نظری فاصله گرفته و به دنیای جدید اشتغال وارد می‌شوند و در آن به کسب مهارت‌ها و تجربیاتی می‌پردازند که تا به حال آن‌ها را تجربه نکرده‌اند. به نقل از یارحمیدی و همکاران، ماهیت مثبت یا منفی بودن این تجربه‌ها می‌تواند تاثیر معناداری بر ادامه‌ی فعالیت‌های کسب و کار کارآفرینانه‌ی دانشجویان در آینده بگذارد، به طوری که آن‌ها را به کارآفرینان ملی تبدیل کند (Yar Hamidi & et al, 2008, P.306). حال سوال این است، که این دانشجویان در طی فرایند کسب و کار کارآفرینانه چه تجربیاتی را متحمل می‌شوند؟ و یا اینکه چه تغییراتی را در خود احساس

می‌کنند؟ مروری بر ادبیات مرتبط با موضوع پژوهش نشان می‌دهد که تا به حال پژوهش‌های کمی و کیفی داخلی محدودی در راستای پاسخ‌گویی به این سوال انجام شده است. در حالی که توجه به نوع و ماهیت تجربه‌ی کسب شده توسط دانشجویان می‌تواند تاثیر معناداری بر توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه بگذارد. به عبارت دیگر، شناخت موانعی که باعث ایجاد تجربیات و احساس منفی در دانشجویان کارآفرین می‌شود، می‌تواند ما را در تدوین یک برنامه‌ی منسجم برای رفع این نارسایی‌ها یاری کند. بنابراین، با توجه به ماهیت موضوع، پژوهشگران بر آن شدند تا به بررسی تجربه‌ی پدیده‌ی راه‌اندازی کسب و کار از دیدگاه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه بپردازند. به منظور پاسخ‌گویی به سوال‌های مطرح شده از روش کیفی پدیدارشناسی توصیفی استفاده شد. به نقل از استربرگ این روش ریشه در تجارب زندگی افراد و فهم و آگاهی از تجارب کامل آنها دارد و روشی بسیار کارآمد از نظر قرار دادن افراد در فضای واقعی تجربیات واقعی دیگران است (استربرگ^۱، ۱۳۸۴). یکی از چالش‌های پیش روی دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی، نبود خودباوری (Moriano, 2007) آنها به توانمندی در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه می‌باشد. از سوی دیگر بروز رفتار کارآفرینانه، تحت تاثیر سه عامل نگرش، باورهای عینی و تجربیات عملی برگرفته از محیط و نیز تقویت خودکارآمدی در افراد است (Linan, F & et al, 2009). از این رو، هدف از انجام این مطالعه این است که با ارایه‌ی نتایج و تجربیات عینی می‌توان به تقویت و توسعه‌ی باورهای ذهنی و ایجاد انگیزه در تحریک و شکوفایی رفتار کارآفرینانه دانشجویان نسبت به راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه کمک کرد. به بیان دیگر، نتایج این پژوهش می‌تواند به برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی کشور کمک کند تا با ایجاد زمینه‌های تقویت باورهای ذهنی مثبت و خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی دانشجویان برای خروج از بحران بیکاری راهکاری منطقی به کار گیرند و به رسالت واقعی خود که همانا آماده کردن دانش‌آموختگان برای خوداشتغالی است، جامه عمل بپوشانند. بر این

1. Sterberg

اساس تحلیل تجربیات دانشجویان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه بسیار تاثیرگذار تلقی شده و امید می‌رود نتایج به‌دست آمده بتواند گامی در شکل‌گیری نگرش مثبت و کارآفرینانه برای توسعه‌ی روحیه کارآفرینانه دانشجویان کشور باشد. در این راستا، این پژوهش در صدد است با پدیدارشناسی تجربیات دانشجویانی که اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه کرده‌اند، به این سوال پاسخ دهد که این دانشجویان اولین تجربیات خود را در شروع کار چگونه تشریح می‌کنند؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

امروزه چالش اشتغال نه تنها یکی از مهم‌ترین مسایل اجتماعی روز کشور به‌شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه‌ی گذشته، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه‌ی آینده نیز به‌حساب آورد. آمار موجود نشان می‌دهد که سالانه ۲۷۰ هزار دانش‌آموخته‌ی دانشگاهی وارد بازار کار می‌شوند. بر مبنای آمار سال ۱۳۸۵، نرخ بیکاری در بین ۱۴۷ هزار دانش‌آموخته‌ی کشاورزی، ۲۸ درصد گزارش شده که این رقم دو برابر نرخ بیکاری سایر توده‌های بیکار و هم‌چنین بالاترین نرخ بیکاری در بین کل دانش‌آموختگان دانشگاهی است. تجارب کشورهای مختلف دنیا نشان می‌دهد که بهترین گزینه برای آماده کردن دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی برای اشتغال در بازار کار، خوداشتغالی و کارآفرینی می‌باشد. در مالزی از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ کارآفرینی به‌عنوان یکی از موضوع‌های مهم درسی در نظر گرفته شده است. پژوهش‌های انجام شده در این دانشگاه‌ها نشان می‌دهد که ۳۶/۷ درصد از دانشجویان به فراگیری چگونگی آغاز کسب‌وکار یا مدیریت موسسه‌های کوچک علاقه‌مند هستند. کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه مقوله‌ی بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته‌اند. کارآفرینی فرایندی پویاست که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرایند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد برای خلق و اجرای ایده‌های نو و هم‌چنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرایند شامل: میل به خطرپذیری حساب شده براساس زمان، ارزش خالص

یا فرصت شغلی، توانایی تشکیل یک گروه در ارتباط با انجام یک کار پرخطر، داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز، داشتن مهارت اساسی در پی‌ریزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی، داشتن چشم‌اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب دریابند، می‌باشد (Hodgetts & Kuratko, 2004, P.13). جامعه‌شناسان و دیگر نظریه‌پردازان علوم مدیریت در مطالعات کارآفرینی با استفاده از رویکرد رفتاری مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی را مطرح کردند. براساس نظریه‌ی ویلیام بایگرو عوامل شخصی، روانی و محیطی در کارآفرینی مهم هستند. تصمیم گرفتن یا ننگرفتن برای ورود به کسب و کار و تعقیب ایده‌ی کارآفرینی به عواملی هم‌چون زمینه‌های شغلی، شرایط کودکی، خانواده، دوستان، داشتن الگوهای واقعی و استفاده از تجارب قبلی مشابه دیگران، بستگی دارد (Bagroew, 1994). گذشته، شایع بود که کارآفرینان و راه‌اندازان کسب و کارهای کارآفرینانه ویژگی‌های ذاتی دارند و این ویژگی‌ها که همراه با آنان متولد می‌شود شامل: ابتکار، روحیه‌ی تهاجمی، تحرک، تمایل در به‌کارگیری خطر، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی است. بنابراین، فرض اساسی این بود که کارآفرینان با آموزش، پرورش نمی‌یابند. اما امروزه، کارآفرینی به‌عنوان یک رشته‌ی علمی شناخته شده و فروپاشی این افسانه‌ی قدیمی را به دنبال داشته است. رشته‌ی علمی کارآفرینی همانند تمامی رشته‌های دیگر، دارای الگوها، فرایندها و شرایطی می‌باشد که باید دانش مربوط به آن‌ها کسب شود (Hodgetts & Kuratko, 2004, P.13). کاملاً واضح است که کارآفرینی و حتی جزئیات مربوط به آن را می‌توان آموزش داد. متخصصان و فعالان آموزش کسب و کار، این افسانه را که فرد، دانش مربوط به کارآفرینی را کسب نمی‌کند بلکه مادرزاد کارآفرین متولد می‌شود را رد کرده‌اند. به‌گفته‌ی پیتراکرا "به‌رغم آنچه راجع به کارآفرینی می‌شنوید، کارآفرینی سحر و جادو نیست، عجیب و غریب نیست، استعداد ژنتیکی نیست بلکه یک رشته است مانند دیگر رشته‌های علمی که قابل آموزش و یادگیری می‌باشد" (حسینی‌خواه و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۶۰). کارآفرینان نیازمند مهارت‌های متفاوتی هستند تا بتوانند در ارتقای ابتکارات ایجاد کسب و کار سازمانی به موفقیت برسند. آن‌ها باید آینده‌ی سازمان و

تغییراتی را که احتمالاً در توانایی‌های بنگاه برای توجیه و تایید ایجاد کسب و کار سازمانی رخ می‌دهند را پیش‌بینی کنند. این توانایی نیازمند درک راهبردها، بازارها و دیگر توانمندی‌های بنگاه است. کارآفرینان باید درک کنند که چگونه ابتکارات مرتبط با کسب و کار می‌توانند بر واحدهای مختلف سازمانی به شکلی کاملاً متفاوت تأثیر بگذارند و چگونه حول این موضوعات کار می‌کنند (Zahra, 2006, pp. 28-30). بکار و تولوز بر این باورند که دانش کارآفرینی را می‌توان در قالب سه دسته‌ی کلی گروه‌بندی کرد: گرایش و آگاهی؛ ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌پذیر جدید؛ مدیریت کسب و کارهای مخاطره‌آمیز (Ibrahim & Soufani, 2002, P.425). نکته‌ی قابل توجه در این راستا آن است که به‌رغم توجه به آموزش‌های کارآفرینی چه به‌صورت رسمی در قالب گنجاندن واحد درسی در آموزش‌های رسمی و چه به‌صورت غیررسمی در قالب برگزاری دوره‌های آموزشی، این آموزش‌ها نتوانسته‌اند انگیزه‌ی لازم نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه را در دانش‌آموختگان خود ایجاد کند. به‌طوری که مطالعه‌ی اکدان و رزاسا نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی برگزار شده از سوی دانشکده نتوانسته قدرت خطرپذیری کارآفرینانه را در کارآفرین که در شرایط واقعی با آن روبه‌رو است را به‌وجود آورد. به‌معنای دیگر، این آموزش‌ها از ایجاد انگیزه و مهارت‌های کارآفرینانه در دانشجویان، نسبت به راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه غافل مانده‌اند (Okudan, G. E. & Rzasas, 2006, p. 195). این در حالی است که به نقل از (Upton, N. 1997)، آموزش کارآفرینی می‌تواند فرصت تجربه‌ی کارآفرین شدن برای دانشجویان را فراهم کرده و آن‌ها را برای پذیرش نقش کارآفرینی در جامعه آماده کند که این کار منجر به نوآوری، استقلال، حس موفقیت شخصی (Drine, and Grach, 2010) و تغییر و تحول در شیوه‌ی زندگی اقتصادی و اجتماعی دانشجویان می‌شود (Ahmed & et al, 2010, p.14). نتایج پژوهش پدیدارشناسی راسین نشان می‌دهد افرادی که به کارآفرینی زیست محیطی پرداخته‌اند، تجربیات بسیار متفاوتی را کسب کرده‌اند. آن‌ها در طی این فرایند، صاحب عقاید کارآفرینانه شده، انتخاب‌های خود را خردمندانه‌تر کرده و مشقت‌ها و سختی‌های زیادی را متحمل شده‌اند (Racine, 2010, pp. 100-112). در این راستا، نتایج پژوهش

پدیدارشناسانه‌ی شاو و کارتر نیز نشان می‌دهد، کارآفرینان اجتماعی در راه‌اندازی فعالیت‌های خود به کسب تجربیاتی هم‌چون؛ خطر مالی، خلاقیت و نوآوری، تشخیص فرصت‌ها و درک نقش فردی در مقابل فعالیت‌های جمعی پرداخته‌اند (Shaw & Carter, 2007, P. 422). افزون بر این، رابینسون، در پژوهش خود با استفاده از روش پدیدارشناسی و روش تحلیل جیورجی به شناسایی مشکلات و سختی‌های کارآفرینان پرداخت. وی با استفاده از این روش، ۲۶ مشکل تجربه شده به وسیله‌ی کارآفرینان را در ایجاد کسب و کار کارآفرینانه شناسایی کرد (Robinson, 2002). محققان در مطالعات کارآفرینی با استفاده از رویکرد رفتاری مهم‌ترین عوامل اثرگذار در کارآفرینی را مطرح کرده‌اند. این عوامل عبارتند از؛ عوامل شخصی، روانی، تجربیات عینی و محیطی که در بروز رفتار کارآفرینی و کسب و کار کارآفرینانه مهم هستند (Ibrahim & Soufani, 2002, P.425). تصمیم گرفتن یا ننگرفتن برای ورود به کسب و کار و تعقیب ایده‌ی کارآفرینی به عواملی هم‌چون زمینه‌های شغلی، شرایط محیطی، خانواده، دوستان، الگوهای عینی و تجارب قبلی بستگی دارد (Begner, 2006, P.12).

روش‌شناسی

روش تحقیق حاضر، پدیدارشناسی توصیفی است. این روش بر عمق تجربیات تاکید دارد و درک ما را از تجربیات زندگی افزایش می‌دهد (ادیب حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۶). جامعه‌ی پژوهش، شامل کلیه‌ی افرادی هستند که در درس کارآفرینی به تجربه‌ی پدیده‌ی کارآفرین شدن و راه‌اندازی کسب و کار پرداخته‌اند. برای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه، از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و گلوله‌ی برفی استفاده شد. در انتخاب نمونه‌ها، دو معیار در نظر گرفته شد؛ اول آنکه افراد در نیم‌سال اول ۸۹-۸۸ اقدام به راه‌اندازی یک کسب و کار پایدار کرده و دوم آنکه بتوانند تجربیات خود را توصیف و بیان کنند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌ی انفرادی نیمه‌ساختارمند (دانشجوی دختر=۴ و دانشجوی پسر=۳) و در محدوده‌ی زمانی ۱۳۸۹/۱۱/۵ تا ۱۳۹۰/۲/۱۸ جمع‌آوری شدند. لازم به یادآوری است به دلیل تکراری بودن و هم‌پوشانی جملات بیان شده از سوی برخی از نمونه‌ها به ارایه‌ی

تجربیات پنج نمونه اکتفا شد. مدت زمان انجام مصاحبه‌ها از ۳۰ تا ۴۵ دقیقه متغیر بود. کلیه‌ی مطالب با رضایت نمونه‌ها روی نوار کاست ضبط، سپس به‌طور کامل بر روی کاغذ پیاده‌سازی و نسخه‌برداری گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز، از روش هفت مرحله‌ای کلایزی استفاده شد. براساس این روش، ابتدا با خواندن دقیق و مکرر مصاحبه‌ها و توصیف شرکت‌کنندگان سعی شد که با آنها هم‌احساس شده و در مرحله‌ی دوم جملات و واژه‌های مهم از متن مصاحبه‌ها استخراج شدند. سپس این معانی استخراج شده، مفهوم‌سازی و کدبندی شدند. در مرحله‌ی بعدی، پس از بازخوانی مکرر کدها، مفاهیم فرموله‌شده و در درون دسته‌ها و خوشه‌های موضوعی قرار گرفته و تم‌های اصلی به‌دست آمد و در آخر با ترکیب کردن کلیه‌ی عقاید استخراج شده به درون یک توصیف جامع و کامل از همه‌ی جزئیات پدیده‌ی مورد نظر، تم‌های به‌دست آمده در پنج مفهوم کلی و محوری قرار داده شدند. در پایان، روایی نتایج پژوهش توسط مشارکت‌کنندگان تایید شد. در جدول شماره (۱) ویژگی‌های کسب و کارهای مورد پژوهش ارایه شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های کسب و کارهای مورد پژوهش

مدت زمان فعالیت	نوع کسب و کار کارآفرینانه	ویژگی‌های کسب و کار نمونه‌ها
دو دوره برداشت: دوره اول ۷۵ روز، دوره دوم ۶۳ روز	پرورش قارچ	الف
دو دوره برداشت: دوره اول ۷۵ روز، دوره دوم ۶۳ روز	پرورش قارچ	ب
۱ ترم تحصیلی	تولید و فروش ذرت بو داده	ج
دو دوره برداشت: دوره اول ۷۵ روز، دوره دوم ۶۳ روز	پرورش قارچ	د
۱ ترم تحصیلی	ساندویچ فروشی	هـ

یافته‌ها

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش کلایزی، ابتدا تمامی مکالمه‌های ضبط شده به متون نوشتاری تبدیل شدند. سپس کلیه‌ی یادداشت‌های میدانی و نوارهای پیاده شده مورد بازبینی مجدد قرار گرفتند. محققان در این مرحله سعی کردند که با مرور مکرر داده‌ها دید کلی نسبت به اطلاعات جمع‌آوری شده کسب کنند. در مرحله‌ی بعدی، با استفاده از راهبرد جمله به جمله، عبارت‌های مهم و مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شدند. نتیجه‌ی

این مرحله، شناسایی ۴۱ کد کلیدی بود. سپس محققان سعی کردند که با ادغام موارد مشابه و حذف موارد تکراری، عبارت‌های استخراج شده را در قالب عبارت‌های معنادار فرموله کنند. در این مرحله، ۲۰ معنی فرموله شده به دست آمد که در جدول شماره (۲) نمایش داده شده است.

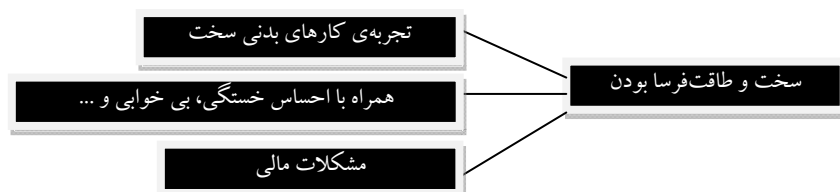
جدول ۲. تجربه‌های شرکت‌کنندگان از راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه

جمله‌ها	تجربیات به دست آمده از راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه
۱	همراه با فشارهای روحی و روانی از طرف خانواده
۲	باعث ایجاد فشار
۳	ترس از عدم موفقیت کار
۴	همراه با احساس سردرگمی
۵	باعث تغییر و تحول در شخصیت، نگرش و علایق فرد
۶	بالا رفتن توان علمی و فنی
۷	تجربه‌ی کارهای بدنی سخت
۸	زیر ذره‌بین قرار گرفتن از طرف همکلاسی‌ها، دوستان و خانواده
۹	همراه با احساس خستگی، بی‌خوابی، ناراحتی و ...
۱۰	گرفتن انرژی منفی با جملاتی از قبیل؛ "کار شما به نتیجه نمی‌رسد".
۱۱	منجر به تحول در مهارت‌های ارتباطی و کلامی
۱۲	بالا رفتن قوه‌ی ابتکار و خلاقیت برای حل مشکلات
۱۳	همراه با فشارهای روانی و عصبی از بیرون (سایر نهادها و دانشکده)
۱۴	آگاه شدن به ضعف‌ها و ناتوانی‌های خود
۱۵	مسخره شدن از طرف دوستان (دادن القاب به ما و...)
۱۶	بالا رفتن قدرت دقت و تشخیص
۱۷	افزایش حس استقلال و مسئولیت‌پذیری
۱۸	بالا رفتن روحیه‌ی مشارکت
۱۹	روبه‌رو شدن با کارشکنی‌های افراد مختلف و دانشکده
۲۰	مشکلات مالی

در بخش بعدی، عبارت‌های استخراج شده به پنج خوشه تقسیم شدند. به این ترتیب که محققان سعی کردند عبارت‌های استخراج شده با ماهیت موضوعی مشابه را شناسایی کرده و آن‌ها را در درون یک خوشه قرار دهند. این خوشه‌ها عبارتند از: سخت و طاقت فرسا بودن راه‌اندازی کسب و کار، فشارزا و چالش‌انگیز بودن آن، همراه با فشارهای روانی-اجتماعی بودن، زمینه‌ساز تغییر در دانش، نگرش و ماهر شدن و منجر به بالا رفتن اعتماد به نفس. هر کدام از این مفاهیم در ادامه توضیح داده خواهند شد:

سخت و طاقت فرسا بودن

یکی از موارد مشترک که شرکت کنندگان در تحقیق بر آن به عنوان اولین تجربه از راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه توافق نظر داشتند، "سخت و طاقت فرسا" بودن شروع کار بوده است (نمودار شماره ۱). این مفهوم تمامی فعالیت های کارآفرینانه ی دانشجویان را تحت تاثیر خود قرار داده و در رفتار آنها تغییرات مثبتی به وجود آورده است.



نمودار ۱. سخت و طاقت فرسا بودن راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه

در این زمینه آقای مرادی، ۲۰ ساله و دانشجوی ترم چهارم کشاورزی در توصیف اولین تجربه ی راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه ی خود، چنین می گوید:

"شروع کار خیلی خسته کننده و کشنده بود، از یک طرف فشارهای جانبی و روحی، تمسخر دوستان و منفی بافی دانشجویان ترم بالایی که مثلا خودشون رو با تجربه تر و علاقه مندتر از ما می دونستند، از طرفی فشارهای مالی و کمبود امکانات که ما رو مجبور می کرد ساعت های طولانی حتی شبانه روز کار کنیم، از طرف دیگر درگیر کارهای درسی و امتحانات شدن و دیگه اینکه طولانی شدن مدت اقامتمون در خوابگاه که چندین ماه بود که به شهرستانمون نرفته بودیم و از خانواده هامون دور بودیم. همه ی اینها باعث شده بود که شروع کار سخت و ناخاطره انگیزی داشته باشیم" (مصاحبه ی انفرادی، ۱۹/۱۲/۱۷، پرورش قارچ).

توام با فشار و چالش

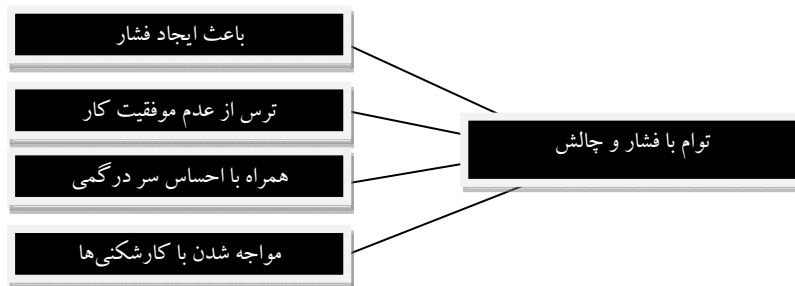
هم چنین بررسی ها نشان داد که، دانشجویان مورد مطالعه، در راه اندازی کسب و کارهای خود با فشارها و چالش های زیادی همراه بوده اند (Bolandie, A, 1997). براساس یافته ها، شدت فشارهای وارد شده به پاسخ گویان گاهی به اندازه ای بود که این افراد کارآفرین، در ادامه ی روند کار دچار شک و تردید و سردرگمی شده بودند (نمودار شماره ۲).

در این راستا خانم ریحانی فر، ۲۲ ساله و دانشجوی ترم چهارم کشاورزی می گوید:

"شروع کار برای ما با چالش های زیادی همراه بود. از یک طرف حراست دانشگاه بود که عکس العمل ها و واکنش های بدی به کار ما نشان دادند، اینکه ما به جمعی بودیم که دختر و پسر با هم در سالن پرورش قارچ کار می کردیم برایشون قابل هضم نبود، مدام سعی می کردند برای ما چالش و مانع درست کنند، به بار می گفتند باید از رئیس حراست نامه بیارید، به بار می گفتند دخترا و پسرا باید در تایم های مختلف و گروه های جداگانه کار کنید، به بار می گفتند دخترا نباید بعد از ساعت اداری بیان اینجا کار کنن، خلاصه هر بار به سنگی جلوی پای ما می انداختند" (مصاحبه ای انفرادی، ۱۹/۱۲/۵، پرورش قارچ).

در این زمینه آقای مرادی نیز عنوان می دارد که:

"جالبه که بدونین یکی از چالش های بزرگی که اوایل کار باهاش مواجه بودیم پاپوش هایی بود که افرادی که به نحوی می خواستند ما رو از انجام کار منصرف کنند برامون درست می کردند، بعد که کارمون رو با هر مشکلی که بود شروع کردیم و به قول معروف از آب و گل درآوردیم این بار در دسر درست کردنای دوستای خودمون بود که توی به مرحله ای از کار انصراف داده بودند و از گروه خارج شده بودند مواجه شدیم، نمی دونم اسمش رو چی میشه گذاشت، شاید بشه گفت حس حسادت یا هر چیز دیگه، در هر صورت نمی خواستند موفقیت ما رو ببینند، شاید فکر می کردند ما اونا رو مسخره می کنیم یا می خوایم خودمون رو به رخ اونا بکشیم، دلیلش هر چی بود مهم نیست ولی جالب بود که فهمیدیم به سری مسائل و چالش ها هست که شاید از قبل آدم اصلا فکرش رو نمی کنه و وقتی وارد جریان کار میشه با اونا مواجه میشه".

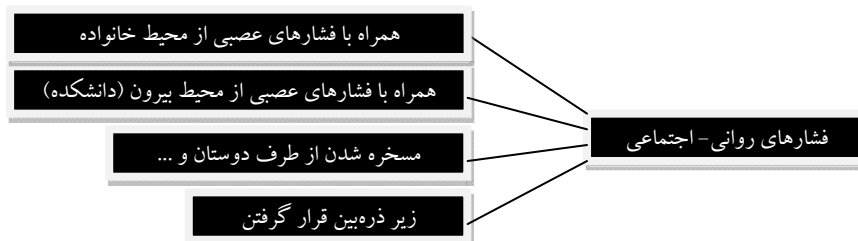


نمودار ۲. پدیده‌ی راه اندازی کسب و کار کارآفرینانه همراه با فشار و چالش

فشارهای روانی - اجتماعی

از دیگر مفاهیم استخراج شده به عنوان اولین تجربه‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه می‌توان به "فشارهای روانی - اجتماعی" پیش‌روی دانشجویان کارآفرین اشاره کرد. تقریباً تمامی پاسخ‌گویان گفتند که اقدامات آن‌ها به نوعی از سوی دوستان و خانواده "زیر ذره‌بین" قرار گرفته است (نمودار شماره ۳). خانم بدر رفته، ۲۰ ساله و دانشجوی ترم چهارم کشاورزی در این باره می‌گوید:

"شروع کار برای من با فشارهای روحی - روانی زیادی از طرف خانواده همراه بود، اونا بیش‌تر منو می‌ترسوندند، ولی من به آخر کار فکر نمی‌کردم، دوست داشتم توی راهی که انتخاب کردم جلو برم، دوست داشتم دستم توی جیب خودم باشه، این برام مهم بود. همین باعث می‌شد که به مقدار استرس کم بشه".



نمودار ۳. تجربه‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه همراه با فشارهای روانی - اجتماعی

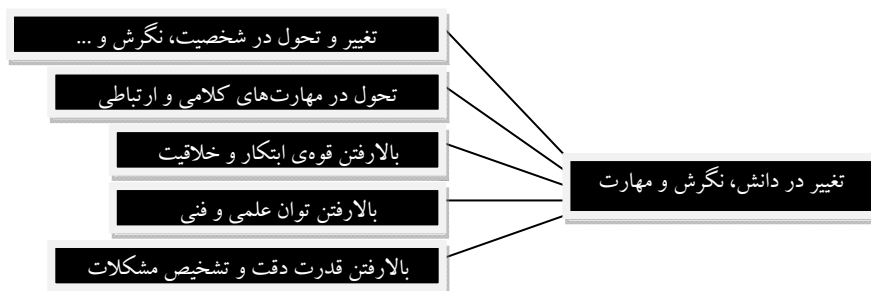
تغییر در دانش، نگرش و مهارت

از جمله موارد مشترک دیگر که شرکت‌کنندگان در تحقیق بر آن به عنوان اولین تجربه‌ی کارآفرینی اجماع نظر داشتند، "تغییر در دانش، نگرش و مهارت" افراد کارآفرین در شروع کار بوده است (نمودار شماره ۴).

آقای غلامزاده، ۲۰ ساله و دانشجوی ترم چهارم کشاورزی در مصاحبه‌ی انفرادی از اولین تجربه‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه‌ی خود در این ارتباط چنین می‌گوید:

"در مورد من اولین تجربه‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه خیلی شیرین و لذت‌بخش بود، من خودم چون از بچگی عادت به کار کردن داشتم، بنیه‌ی کار کردن رو داشتم. وقتی تو جمع دانشجویها و بچه‌های گروه کارهای سخت انجام می‌دادم از دو جهت برام لذت‌بخش بود. یکی اینکه کارهای فنی زیادی یاد گرفتم و دوم اینکه وقتی این کارها رو انجام می‌دادم از طرف بچه‌ها مورد توجه قرار می‌گرفتم، این برام

خیلی لذت بخش بود و کلا دید و نظرم رو عوض کرد. الان فکر می‌کنم به راحتی می‌تونم با خانم‌ها کار کنم، طرز نگرش‌های اونا برای من که بچه روستا بودم و این چنین ارتباطاتی رو نداشتم جالب بود. هم اطلاعات و دانستی‌های زیادی از شون یاد گرفتم و هم دید و نگرش‌م در مورد خانم‌ها و توانمندی‌هاشون کلا عوض شد."



نمودار ۴. پدیده‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه توام با تغییر در دانش، نگرش و مهارت

افزایش اعتماد به نفس

یکی دیگر از موارد مشترک که شرکت کنندگان در تحقیق، بر آن به عنوان اولین تجربه‌ی کارآفرینی توافق نظر داشتند، "افزایش اعتماد به نفس" افراد در شروع کار آنان بوده است (نمودار شماره ۵).

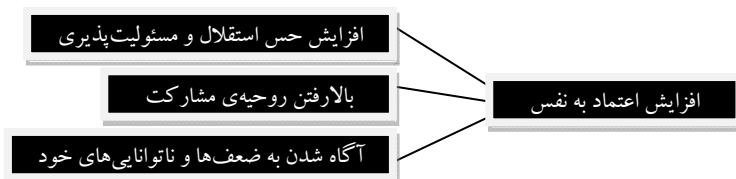
خانم پیرکرمی، ۲۰ ساله و دانشجوی کشاورزی در مصاحبه‌ی انفرادی از اولین تجربه‌ی راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه‌ی خود در این ارتباط چنین می‌گوید:

"قبل از این کار کسی رو نمی‌شناختم، روابطم خیلی محدود بود، حتی با همکلاسی‌ها و اساتیدم. الان احساس می‌کنم روابط اجتماعی‌ام خیلی بهتر شده، این حرف خودم نیست، نظر خیلی از دوستانم، فقط به این خاطر که خودم رو بیش تر باور کردم، اعتماد به نفسم بالا رفته، ترسی از برقراری ارتباط با کسی ندارم و به راحتی می‌تونم در کارهای گروهی شرکت کنم، قبلا جرات این کار رو نداشتم، الان ولی خیلی بهتر شدم" (مصاحبه‌ی انفرادی، ۸۹/۱۲/۷، ساندویچ فروشی).

در همین خصوص خانم ریحانی‌فر، ۲۲ ساله، دانشجوی کشاورزی در مصاحبه‌ی انفرادی در این ارتباط چنین می‌گوید:

"از این که به عنوان رهبر گروه انتخاب شده بودم و در بین بچه‌های گروه پایگاه اجتماعی خاصی داشتم و همه‌ی افراد گروه برای حرفام احترام قائل بودند اعتماد

به نفس پیدا می‌کردم. کارا رو با برنامه‌ریزی پیش می‌بردم، کم‌کم حتی برای سایر دانشجویهای دانشکده شناخته شدم، این احساس خوبی بهم می‌داد، به خاطر همین بود که به راحتی وارد مراحل سخت کار می‌شدم و خودم رو درگیر کارا می‌کردم، یه حسی داشتم که همیشه فکر می‌کردم همیشه کارای سختتر هم هست که کارای ما در برابر با آن چیزی نیست، پس ما می‌تونیم این کار رو انجام بدیم. در واقع طوری شده بود که من خودم به بچه‌های دیگه روحیه و اعتماد به نفس می‌دادم."



نمودار ۵. افزایش اعتماد به نفس در اثر تجربه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه

به‌طور کلی نتایج پژوهش نشان داد که مشارکت‌کنندگان، راه‌اندازی یک کسب‌وکار کارآفرینانه را سخت و طاقت‌فرسا و همراه با فشار و چالش‌انگیز می‌دانند. آن‌ها هم‌چنین معتقدند که پدیده‌ی کارآفرین شدن با فشارهای منفی روانی-اجتماعی توأم می‌باشد و منجر به تغییر در دانش، نگرش و مهارت و افزایش اعتماد به نفس در افراد می‌شود. به‌منظور تایید این یافته هر یک از شرکت‌کنندگان در تحقیق مجدد مراجعه کردند و طی انجام یک مصاحبه‌ی انفرادی، نظر آن‌ها در مورد یافته‌ی استخراج شده بررسی شد و تایید آن‌ها منجر به افزایش اعتبار یافته‌ی استخراج شده گردید.

بحث و نتیجه

- براساس تحلیل یافته‌ها، سخت و طاقت‌فرسا بودن راه‌اندازی کسب‌وکار از جمله مفاهیمی است که تمامی پاسخ‌گویان به آن اشاره داشته‌اند. براساس اظهارات مشارکت‌کنندگان، این تجربه به اصطلاح آن‌ها را در برابر موقعیت‌های سخت "آبدیده" کرده و توان آن‌ها را در برابر مشکلات و سختی‌ها بالا برده است. این یافته توسط مطالعات (Racine, 2010) تایید شد.

- افزون بر این، یافته‌ها نشان داد که در جامعه‌ی مورد مطالعه، هنجارهای ذهنی منفی و

فشارهای روانی- اجتماعی نسبت به راه‌اندازی کسب و کار وجود دارد (Begner, W, 2006). به طوری که خانواده‌ها، فرزندان خود را از راه‌اندازی کسب و کار منع کرده و یا ادامه‌ی این فعالیت‌ها را کاری بیهوده می‌دانند. حال سوال این است که چرا در جامعه‌ی مورد مطالعه هنجارهای ذهنی منفی نسبت به راه‌اندازی کسب و کار وجود دارد؟ بحث‌های انجام شده با مشارکت کنندگان نشان داد که بیش تر خانواده‌های دانشجویان مورد مطالعه، خواهان ادامه‌ی کار فرزندان تحصیلکرده‌ی خود در اداره‌های دولتی بودند و تمایلی نداشتند که فرزندان آن‌ها وارد کسب و کارهای پرخطر و خصوصی شوند. هم‌چنین آن‌ها راه‌اندازی کسب و کارهایی هم‌چون "تولید و فروش قارچ" را دور از شأن اجتماعی فرزندان تحصیلکرده‌ی خود می‌دانستند. این عوامل باعث شده بود که آن‌ها با شروع فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی فرزندان خود موافق نباشند و با ادامه‌ی این کسب و کارها مخالفت کنند.

- دیگر نتایج نشان داد که مشارکت کنندگان در راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه‌ی خود با فشارها و چالش‌های بسیاری مواجه شده‌اند که بیش تر این فشارها و چالش‌ها منشأ بیرونی داشته‌اند. نتایج پژوهش‌های (Shapero, 1982)، (Skalane, 1979) و کالینز (1974) (Kalniz, نشان می‌دهد که موقعیت‌های مبهم، نتایج نامعلوم، قطعی نبودن شرایط و عدم قابلیت پیش‌بینی در رسیدن به هدف از جمله چالش‌های پیش‌رو در شروع راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد که کارآفرینان را دچار فشار می‌کند. فشار و چالش‌ها بودن فعالیت‌های کارآفرینانه به‌عنوان یک شاخص حساس کارآفرینی است. شاپرو سطح فشار و چالش‌های پیش روی کارآفرین را به سطح انگیزه‌های موفقیت شخصی نسبت می‌دهد. از نظر او افراد با نیاز به موفقیت بالاتر در شروع کار با فشار بیش تری مواجهند. این افراد به دلیل اهمیت کسب موفقیت و میل به دستیابی به موفقیت‌های بالاتر با چالش‌های بیش تری مواجهند. بنابراین از آنجایی که مشارکت کنندگان در این پژوهش سطح بالایی از فشار و چالش‌ها را تجربه کرده‌اند. از این رو می‌توان این چنین استنباط کرد که این دانشجویان انگیزه‌ی بالایی برای موفقیت شخصی داشته‌اند و همین مساله ریشه در هنجارهای منفی دارد که دانشجویان را برای کسب موفقیت دو چندان ترغیب کرده است. به عبارت دیگر، این دانشجویان

خواهان ایستادگی و مطرح کردن ظرفیت‌های خود در برابر این هنجارهای منفی بودند. از این رو وجود این مساله موجب شده بود که آن‌ها چالش‌ها و فشارهای بیش تری را متحمل شوند.

- افزایش اعتماد به نفس یکی دیگر از مفاهیم به دست آمده از تجربیات دانشجویان کارآفرین می‌باشد. به نظر می‌رسد مواجه شدن با چالش‌ها و ناکامی‌ها و غلبه بر آنها از جمله عوامل اثرگذار بر بالا بردن اعتماد به نفس کارآفرینان در شروع یک کسب و کار تازه بوده است. موفقیت‌های کارآفرین در کسب و کار ولو به مقدار کم باعث می‌شود که فرد عملکرد بهتر و مثبتی داشته باشد و بتواند چالش‌های پیش‌رو را به بهترین نحو پشت سر بگذارد. نتایج پژوهش‌های (Shapiro, 1982)، بر روی کارآفرینان مورد مطالعه‌ی او نشان داد؛ شناسایی توانمندی‌ها و قابلیت‌ها در جریان کار منجر به تبدیل شدن قابلیت‌ها و توانایی‌ها از حالت بالقوه به حالت بالفعل می‌شود. از طرف دیگر بروز موفقیت منجر به تغییر نگرش جامعه و اطرافیان به فرد شده و همین خود عامل ارتقای اعتماد به نفس در کارآفرین می‌شود.

- براساس یافته‌های استخراج شده، تمامی مشارکت‌کنندگان معتقد بودند که در نتیجه‌ی این تجربه، تغییرات مثبتی در جنبه‌های علمی، رفتاری و مهارتی آنها به وجود آمده است. به طوری که آن‌ها این تغییرات را در خود احساس کرده بودند.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های تحقیق در مجموع می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه داد:

- معرفی الگوهای موفق دانشجویان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه به دیگر دانشجویان، به عنوان نمونه تجربیات عینی و ملموس به منظور ایجاد حس خودباوری و خودکارآمدی در دانشجویان.

- حمایت از دانشجویان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه از طریق تعیین اولویت‌های پژوهشی در راستای فعالیت‌های کارآفرینانه و برگزاری آموزش‌های فوق برنامه در ارتباط با تدوین طرح‌های کارآفرینانه به منظور ایجاد زمینه‌های ترغیب و

جذب سایر دانشجویان مستعد در حیطه‌های کارآفرینانه.

- به منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی دانشگاهی، با معرفی و تشویق دانشجویان کارآفرین موفق و برتر دانشگاهی، شناخت جامعه‌ی دانشگاهی نسبت به کارآفرینی گسترش می‌یابد.

- سیاست‌گذاری‌های لازم به منظور ارتقا و توسعه‌ی مهارت‌های شناختی، مهارتی و نگرشی دانشجویان، با برگزاری دوره‌های مرتبط با کارآفرینی، دعوت از کارآفرینان موفق، تشویق دانشجویان به شرکت در دوره‌های آموزشی و ارایه‌ی الگوهای موفق کارآفرینانه‌ی دانشگاهی، در اولویت برنامه‌ریزی‌های دانشگاه و آموزش عالی قرار گیرد.

- پیشنهاد می‌شود که در محتوای برنامه‌های آموزشی دانشگاه تجدیدنظر شده و تغییرات اساسی در روش‌های تدریس و محتوای آموزشی به منظور افزایش توان خطرپذیری، مقابله با شرایط سخت و طاقت‌فرسا، توسعه و توانمندسازی در مواجهه با شرایط استرس‌زا و چالش‌های پیش روی شروع کسب و کار برای آماده‌سازی و توانمندسازی دانشجویان به عمل آید.

- یکی از مهم‌ترین مسائل مطرح شده از سوی دانشجویان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه‌ی مورد تحقیق "ابراز آنها از خودباوری و خودکارآمد بودن آنها به عنوان کلید ورود و موفقیت آنها در فعالیت‌های کارآفرینانه" بوده است. با توجه به اینکه حس خودباوری و خودکارآمدی از مسائل روان‌شناختی مهم در بروز رفتارهای کارآفرینانه است از این رو پیشنهاد می‌شود مطالعات لازم درباره‌ی روشن شدن این موضوع انجام شود.

- پیشنهاد می‌شود با عنایت به یافته‌های تحقیق دو واحد درسی روان‌شناسی کارآفرینی ایجاد شود.

منابع

- ادیب حاج باقری، م.، پرویزی، س. و صلصالی، م. (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق کیفی، چاپ اول، تهران، نشر و تبلیغ شریف.
- استربرگ، کریستن جی. روشهای تحقیق کیفی در علوم اجتماعی، ترجمه پوراحمد، ع شماعی، (۱۳۸۴)، یزد، انتشارات دانشگاه یزد.
- شریف، م. جمشیدیان، ع. رحیمی، ح. نادری، ن. (۱۳۹۰). تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران. فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال سوم، شماره یازدهم، صص ۸۷ تا ۱۰۶.
- حسینی خواه، ع.، سلیمی، ج. و رستگار، الف. (۱۳۸۵)، آیا می‌توان کارآفرینی را آموزش داد؟ مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی، تهران، ص ۶۰.
- Ahmed, I., Musarrat Nawaz, M., Ahmad, Z., Zeeshan Shaukat, M., Usman, A., Ul-rehman, W. & Ahmed, N. (2010). *Determinants of students' entrepreneurial career intentions: evidence from business graduates*. European Journal of Social Science. 15(2): 14.
- Bagrow, W. R., & Gall, M. D. (1994). *Educational research*. Longman New York & London.
- Begner, William (2006). Corporate ventures in Whole brain Curriculumdevelopment; School of Management, University of Surrey, P.12.
- Begner, William (2006). *Corporate ventures in Whole brain Curriculum development; School of Management, University of Surrey, P. 12 and knowledge*. In Michael Hitt & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp. 45-48.
- Bolandie, A. (1997) *self-efficacy: The exercise of control*, Freeman, New York. European Commission (2003): Green Paper Entrepreneurship in Europe, Enterprise Directorate- General. Brussels.
- Drine, I and Grach, M. (2010). *Supporting woman entrepreneurs in Tunisia*. United Nation University. World institute for development economic research.
- Hodgetts, Richard and Kuratko Donald (2004), *Effective Small Business Management*, Philadelphia: Arcourt College Publishers. , P.13.
- Ibrahim, A.B. Soufani K. (2002). Entrepreneurship Education and Training inCanada: A critical assessment? Part I, Journalof Education Training

Vol. 44, No.8/9, p. ۴۲۵.

- Kalniz, J., & Gartner, W. B. (1974). *Properties of emerging organizations*. Academy of Management Review, 13, 429-441.
- Linan, F. & Chen, Yi-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33(3).
- Moriano, J. A. L., & Gorgievski, M. (2007). *Psychology of entrepreneurship: research and education*. UNED.
- Okudan, G. E. & Rzasa, S. E., 2006. *A project-based approach to entrepreneurial leadership education*. *Technovation* .26: P.195.
- Racine, W. P. (2010). *Motivation, conceptualization, and the establishment of a new scientific ventures entrepreneurship & the environmental professional*. *International Journal of Business, Management, and Social Sciences*. 1(1):100-112.
- Robinson, D. A. (2002). *A phenomenological study of how South African entrepreneurs experience & deal with ethical dilemmas*. Ph.D thesis. Rhodes University, Grahamstown.
- Shapiro, A. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. Vesper (Eds.), *the encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90), Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shaw, E. & Carter, S. (2007). *Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes*. *Journal of Small Business and Enterprise development*. 14(3): 422.
- Skalane, S. Locke., E. A., & Collins, C. J. (1979). *Entrepreneurial motivation*. *Human Resource Management Review*, Vol. 13: 257-279.
- Upton, N. (1997). *Successful Experiences of Entrepreneurship Center Directors*, Project funding provided by the Center for Entrepreneurial Leadership Inc. Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Yar Hamidi, D., Weinberg, K. & Berglund, H. (2008). *Creativity in entrepreneurship education*. *Journal of small business and enterprise development*. 15(2): 306.
- Zahra, Shaker (2006). *Championing Corporate Venturing*, In Michael Hitt & Duane reland *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp. 28-30.

