

تأثیر ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران: نقش تعدیل گر رهبری مشارکتی

کامبیز طالبی*^۱ - جهانگیر یدالهی فارسی^۲ - الهام هادی زاده^۳

1. استاد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

2. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

3. دانشجوی دکترای کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: 1400/09/22

تاریخ دریافت: 1400/04/14

چکیده

تیم‌های کارآفرینانه از جمله عوامل پیشران در کسب و کارهای صنعت فناوری اطلاعات می‌باشند و ناهمگونی تیم‌ها، بزرگ‌ترین چالش و درعین حال بزرگ‌ترین فرصت برای صاحبان کسب و کار می‌باشد و آثار مثبتی در نتایج عملکرد کسب و کارها دارد، با این حال در زمینه فناوری اطلاعات تحقیق‌چندانی در ارتباط با نحوه تأثیر انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارها انجام نشده است، بنابراین، با توجه به اهمیت موضوع، در این پژوهش ابتدا به نوع شناسی ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه پرداختیم و سپس به بررسی تأثیرات انواع این ناهمگونی‌ها (اطلاعاتی، اجتماعی و ارزشی) بر عملکرد کسب و کارهای صنعت فناوری اطلاعات و نقش تعدیل‌گری رهبری مشارکتی در این ارتباط پرداخته شد. روش پژوهش بر حسب هدف کاربردی و برحسب روش گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی-همبستگی است. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که بین 100 نفر از رهبران کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران در سال 1399 که به‌طور تیمی راه‌اندازی و اداره می‌شدند، با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده آزمون شده است. داده‌های حاصل از این پژوهش با استفاده از تحلیل مسیر و نرم‌افزار Smart PLS 3 تجزیه و تحلیل گردید. آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از 0/7 و مقدار میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از 0/5 بوده و روایی و پایایی سازه‌ها تأیید شد. بر اساس نتایج پژوهش در بین تمامی این سازه‌ها، از بین مؤلفه‌های ناهمگونی اطلاعاتی (ناهمگونی تحصیلی) از بین مؤلفه‌های ناهمگونی اجتماعی (ناهمگونی سنی) از بین مؤلفه‌های ناهمگونی ارزشی (ناهمگونی اعتقادی) بالاترین ضریب مسیر تأثیرگذاری را بر روی عملکرد کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات دارند، همچنین یافته‌های حاصل از بررسی نقش تعدیل‌گری رهبری مشارکتی نیز مؤید اثرات تعدیلی مثبت این متغیر است.

واژه‌های کلیدی: رهبری مشارکتی، عملکرد کسب و کارها، ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه

The Impact of Entrepreneurial Teams Heterogeneity on the Performance of Businesses Active in Tehran Information Technology Industry: The Modifying Role of Shared leadership

Kambiz Talebi^{*1}, Jahangir Yadollahi Farsi², Elham Hadizadeh³

1. professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran
2. Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran
3. PhD Student in Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran

Received: 5 Jul. 2021

Accepted: 13 Dec. 2021

Abstract

The purpose of this article is to provide a model for the formation of an academic accelerator with a psychological readiness approach. In this study, by using a mixed method, first the data were analyzed by in-depth content analysis by in-depth interviews with university administrators and selected accelerators, 12 of whom were purposefully selected. Then the results of the qualitative section in the form of a questionnaire were given to 28 university accelerator employees who were selected based on Krejcie and Morgan table and the data of the quantitative section were analyzed by structural equation method and partial least squares algorithm. The findings of the qualitative section included 5 dimensions (changing the university culture towards acceleration, feeling the need to form an accelerator, individual capabilities, accelerator services, and the role of government in launching accelerators), 11 components and 67 indicators. The quantitative findings indicated a strong fit of the measurement model, structural and general. The results of the present study showed that the feeling of the need to form accelerators has an effect on the change of university culture towards acceleration and the role of government in the formation of accelerators and the change of university culture towards acceleration has a direct effect on individual capabilities. But the role of government in the formation of accelerators does not have a direct impact on individual capabilities, and individual capabilities also have a direct impact on accelerator services.

Keywords: University Accelerator, Psychological Preparation, Entrepreneurship, University Acceleration Culture, Accelerator Services..

مقدمه

کشف فرصت‌های کارآفرینی و استفاده از آن‌ها، اغلب تصور یک شخص کارآفرین را به ذهن القا می‌کند (Cooney, 2005) علارغم این باور عمومی، محققان حیطه‌ی کارآفرینی در این مورد به اتفاق نظر رسیده‌اند که شکل‌گیری کسب و کارهای جدید معمولاً به وسیله‌ی تیم‌ها انجام می‌شود (Klotz et al., 2013) نه توسط اشخاص کارآفرین (Kleemann., 2011) و کسب و کارهای ایجادشده توسط تیم‌ها موفق‌تر از اشخاص کارآفرین هستند (Kamm et al., 1990) از طرفی با افزایش رقابت در بازارها، کسب و کارها نیز به دنبال کسب مزیت رقابتی از طریق بهبود قابلیت‌های درونی¹ خود با سازماندهی تیم‌های کارآفرینانه دارای دانش و تخصص‌های متنوع² می‌باشند (Boeneker & Delmar, 2018). در حوزه فناوری اطلاعات نیز، بنا بر لزوم انجام فعالیت‌هایی که مستلزم مهارت‌های متنوع بوده و همچنین به دلیل این که برخورداری کارآفرین منفرد از تمامی آن مهارت‌ها در آن واحد میسر نمی‌باشد، شکل‌گیری کسب و کار به شکل تیم کارآفرینانه بسیار متداول می‌باشد که در این حالت امکان ایجاد یک کسب و کار نوآورانه و دارای رشد، بیش از یک فرد کارآفرین برای آن‌ها فراهم می‌شود (Kamm et al., 1990) که عملکرد این تیم‌ها نیز از ساختار و خصوصیات آن‌ها از جمله (تجربه، دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها، هوش، مقاصد و انگیزه‌ها) و ناهمگونی‌های³ موجود در این ساختار و ویژگی‌ها ناشی می‌شود (Boeneker, 2017) اگرچه ساختار تیم‌های کارآفرینانه پیش‌تر مورد مطالعه قرار گرفته است، اما اکثر آثار موجود در این زمینه بر ورودی و خروجی اعضای آن متمرکز شده‌اند (Forbes, Borchert, Zellmer-Bruhn, & Sapienza, 2006; Chandler, Honig, & Wiklund, 2005; Ucbasaran, Lockett, Wright, & Westhead, 2003) و در راستای پرداختن به انواع تنوع و ناهمگونی در این تیم‌ها با مشکلاتی مواجه شده‌اند (Forbes et al., 2006) در صورتی که یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی سازمان‌ها و تیم‌ها،

1 Internal Capabilities

2 Diverse Specialties

3 Heterogeneity

مواجهه با افرادی است که از جنبه‌های گوناگون باهم متفاوت بوده که این امر به نوبه خود منجر به تنوع نیروی کار می‌شود، مطالعه پژوهش‌ها در این زمینه نشان داده است که تیم‌های ناهمگن توانایی‌ها و اطلاعات متنوع و اثربخش بیشتری نسبت به تیم‌های متجانس¹ دارند و اگرچه ممکن است تیم‌های متنوع و ناهمگن از تعارضات بیشتری برخوردار باشند اما بازهم نسبت به تیم‌های همگن² عملکرد بهتری دارند (Ucbasaran, Lockett, Wright, & Westhead, 2003; Zhou, Vredenburg, & Rogoff, 2015; Muñoz-Bullon, Sanchez-Bueno, & Vos-Saz, 2015). با این وجود تفاوت و تنوع در تیم‌های کارآفرینانه لزوماً نمی‌تواند منجر به بهبود کیفیت کار تیمی و دستیابی به اهداف تیم و بهبود عملکرد کسب و کار گردد، چراکه وجود تنوع تیم بدون مدیریت صحیح می‌تواند منجر به معایبی همچون افزایش تضاد، افزایش هزینه‌های آموزشی و کاهش ارتباطات شود (Zhou et al., 2015). تنوع تیم‌های کارآفرینانه هم می‌تواند مفید باشد و هم مضر که اگر تنوع به خوبی مدیریت شود فرصت را برای خلاقیت و نوآوری اعضای تیم ایجاد می‌کند، از طرف دیگر اگر مدیریت مناسبی نداشته باشد احتمال کلی می‌رود که اعضای تیم ناراضی شوند و هویت اهداف سازمانی و تیمی از بین برود (Klotz et al., 2013)، یکی از شیوه‌های نوین مدیریت تنوع و ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه سبک رهبری مشارکتی³ است (Zhou et al., 2015) که به عنوان عامل ارتباط‌دهنده بین تنوع و ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه و عملکرد تیم فرض می‌شود و می‌تواند بر فرآیندها و عملکرد تیمی و همچنین نگرش‌ها، باورها و رفتار اعضای تیم تأثیرگذار باشد (Ensley et al., 2003) وقتی رهبری مشارکتی بر اعضای تیم کارآفرینانه حاکم باشد، توانایی آن‌ها در حل تنش‌های به وجود آمده در فرآیند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها بیشتر می‌شود که این موضوع توانایی سازمان را در ارائه یک استراتژی جامع، افزایش می‌دهد (Boeneker & Delmar, 2018). میالاچه و همکاران⁴ (2014) بیان می‌کنند، اگرچه وجود رابطه بین ناهمگونی تیم‌های

1 Homological

2 Homogenous

3 Shared Leadership

4 Mihalache et al

کارآفرینانه و رهبری مشارکتی توسط برخی محققان مطرح شده است (Mihalache et al., 2014)، اما تأثیر و زمینه این ارتباط به صورت تجربی مورد ارزیابی قرار نگرفته است از طرفی هرچند، چندین نوع تنوع و ناهمگونی در تیم‌های کارآفرینانه مشاهده شده است اما تحقیقات و آزمایش‌های انجام شده توسط نویسندگان مختلف، نتایج گمراه کننده‌ای را دربر داشته است (Ruef et al., 2003)؛ از سوی دیگر نتایج مختلفی در این تحقیقات دخیل بوده است که ارائه‌ی یک نظریه‌ی واحد در مورد تنوع و ناهمگونی تیم‌های کارآفرین و تأثیر آن بر عملکرد و رشد شرکت‌ها را دشوارتر می‌سازد و باید سازوکارهای دقیق تأثیرگذاری انواع ناهمگونی بر عملکردهای نهایی مورد بررسی قرار گیرد (Klotz et al., 2013) به همین دلیل در این تحقیق با توجه به اهمیت موضوع به بررسی ارتباط بین انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای صنعت فناوری اطلاعات پرداخته می‌شود و همچنین بررسی می‌شود که متغیر رهبری مشارکتی چگونه در درک این رابطه به ما کمک می‌کند؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

محققان، تیم‌هایی که یک کسب و کار جدید ایجاد می‌کنند را به صورت گروهی متشکل از دو نفر یا بیشتر تعریف می‌کنند (Cooney, 2005; Chowdury, 2005; Zhou, Vredenburg, & Rogoff, 2015; Blatt, 2009; Fern, Cardinal, & O'Neill, 2012; Kamm, Shuman, Seeger, & Nurick, 1990) که همین مفهوم میان تیم‌ها و اشخاص کارآفرین تفاوت ایجاد می‌کند، در تیم‌ها دو یا چند شخص شرکت دارند که در همه‌ی تصمیم‌گیری‌ها، مسئولیت‌ها، منافع و سودها سهیم هستند (Zhou, Vredenburg, & Rogoff, 2015; Davidsson & Honig, 2003) بنابراین، تیم کارآفرینانه، گروهی "بیش از یک نفر" است (Cooney, 2005; Gao & Zhang, 2012) که مهارت‌های مکمل¹ داشته (Lechler, 2001)، با همکاری یکدیگر کسب و کاری را که در آن منافع مالی دارند، راه‌اندازی (Smith, 2007) و اداره کرده و سایر تصمیم‌های استراتژیک مربوط به کسب و کار را اتخاذ می‌کنند (Collewaert, 2012; Ensley, 2007).

(Pearson, & Pearce, 2003) رینولدز¹ (1993) نشان داده است که 80 درصد از کسب و کارهای دارای رشد سریع، توسط تیم کارآفرینانه راه‌اندازی شده‌اند و راه‌اندازی کسب و کار در قالب تیم کارآفرینانه، همراه با نتایج مثبت عملکردی است (طالبی و همکاران، 1398). در نظریه تیم‌های کارآفرینانه، تنوع و ناهمگونی ویژگی اصلی تیم‌ها در کسب و کارها شناسایی شده است و به درجه‌ای از شباهت‌ها و تفاوت‌ها میان اعضای تیم اشاره دارد که اعضای تیم بر اساس آن طبقه‌بندی می‌شوند (Martin et al., 2013) تنوع و ناهمگونی، هم شامل تفاوت‌های آشکار و مشاهده کردنی مانند سن، جنسیت و قومیت و هم تفاوت‌های پنهان و ضمنی مانند تحصیلات، پیشینه عملکردی، سابقه سازمانی، شخصیت، ارزش‌ها و شیوه زندگی می‌شود (Zhou et al., 2015) در واقع ناهمگونی شامل ترکیبی از ویژگی‌های مختلف است که خصوصیات فردی یا اجتماعی اعضای تیم و تجربه و دانش قبلی اعضا را نیز شامل می‌شود (Klotz et al., 2013).

ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه و عملکرد کسب و کار

از مهم‌ترین نوع شناسی‌های انجام‌شده در زمینه انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه می‌توان به دسته‌بندی جین و همکاران² (1999) اشاره کرد که انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه را در سه بخش مجزای، ناهمگونی اطلاعاتی³، ناهمگونی اجتماعی⁴ و ناهمگونی ارزشی⁵ شناسایی کرده‌اند. در زیر به تشریح این ناهمگونی‌ها و تحقیقاتی که در زمینه ارتباط آن‌ها با عملکرد کسب و کار انجام‌شده است اشاره می‌شود.

ناهمگونی اطلاعاتی: این دسته از ناهمگونی تیم‌ها، بیانگر تفاوت در پیش‌زمینه⁶، نوع و منبع تجارت و اطلاعات اعضای تیم است (Jehn et al., 1999) مک‌گراث و همکاران⁷ (1999) از

1 Reynolds

2 Jehn et al

3 Information heterogeneity

4 Social heterogeneity

5 Value heterogeneity

6 Background

7 McGrath et al

این نوع ناهمگونی تحت عنوان تنوع دانش، مهارت و توانایی یادکرده‌اند و معتقدند که تیم‌ها در سازمان‌ها می‌توانند با کسب اطلاعات بیشتر و غنی‌تر در حل مسئله و تصمیم‌گیری، گزینه‌های بهتری را انتخاب کنند که منجر به افزایش عملکرد تیم‌ها می‌شود (Zhou et al., 2015) ناهمگونی اطلاعاتی شامل سه دسته (ناهمگونی تجربه کاری¹، ناهمگونی سوابق تحصیلی² و ناهمگونی تجربه‌های کارآفرینی³) می‌باشد و به تنوع در دانش و آگاهی کسب‌شده توسط کارآفرینان چه از طریق سال‌ها مطالعه و چه از طریق تجربه (Davidsson & Honig, 2003)، مانند سابقه‌ی تحصیلی (رشته تحصیلی یا تعداد سنوات تحصیل)، تجربه کاری، تجربه کارآفرینی قبلی و یا تحصیلات و آموزش‌ها در زمینه‌ی کارآفرینی اشاره دارد (Martin et al., 2013). ناهمگونی تیم‌های کارآفرین، به‌ویژه ناهمگونی اطلاعاتی (Jehn et al., 1999) به‌عنوان یکی از عوامل مهمی شناخته‌شده است که بر عملکرد تیم‌های کارآفرین (Ucbasaran, Lockett, Wright, & Westhead, 2003; Zhou, Vredenburg, & Rogoff, 2015; Muñoz-Vos-Saz, Bullon, Sanchez-Bueno, & Vos-Saz, 2015) و عملکرد شرکتی که تأسیس می‌کنند مؤثر است (Visintin & Pittino, 2014) که این ذهنیت را ایجاد می‌کند که ناهمگونی اطلاعاتی برای تیم‌های کارآفرینانه مهم‌تر از، دیگر انواع تنوع و ناهمگونی میان اعضای تیم است (Jin et al., 2017). در همین راستا با توجه به مطالب مطرح‌شده و دیدگاه‌های موجود در ارتباط با مؤلفه‌های ناهمگونی اطلاعاتی و عملکرد کسب و کار، فرض‌های زیر مطرح می‌شود:

فرضیه 1: ناهمگونی تحصیلی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

فرضیه 2: ناهمگونی تجربه کاری تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

فرضیه 3: ناهمگونی تجربه کارآفرینی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر

1 Heterogeneity of work experience

2 Heterogeneity of educational background

3 Heterogeneity of entrepreneurial experience

عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

ناهمگونی اجتماعی: این دسته از ناهمگونی تیم‌ها، به تفاوت‌های آشکار بین اعضای تیم مانند (سن، جنسیت و قومیت¹) اشاره دارد، در گذشته پژوهش‌ها بر جنبه‌های منفی ناهمگونی سنی تأکید داشتند و معتقد بودند که همسانی سن اعضای تیم، سبب فهم مشترک و سهولت روابط بین آن‌ها می‌شود، در نتیجه ارتباط مثبتی با پیامدهای تیم به وجود می‌آورد (Boeneker & Delmar, 2018) در مقابل به تازگی پژوهش‌ها بر تأثیرات مثبت تنوع سن متمرکز شدند و شواهدی به دست آمد که نشان می‌دهد بهره‌مندی از اعضای با، سن‌های متفاوت، سبب جمع‌آوری دیدگاه‌ها و تجارب مختلف می‌شود که این ویژگی کیفیت تصمیمات را افزایش خواهد داد و باعث افزایش انسجام تیم کارآفرینانه می‌شود (Carson et al., 2007) همانند پژوهش‌های اجرا شده قبلی درباره ناهمگونی سنی، در گذشته به تنوع و ناهمگونی جنسیتی دید منفی داشتند و بیشتر به بی‌نظمی‌ها و تبعیض‌های ناشی از آن اشاره می‌شد، پژوهش‌های بسیاری نشان می‌داد مدیران گرایش به کار با زیردستان هم‌جنس دارند (Ruef, Aldrich, & Carter, 2003; Chowdury, 2005). در مقابل برخی از تحقیقات جدید بیان می‌کنند تیم‌هایی که از نظر جنسیتی متعادل هستند، مزیت بیشتری از تیم‌هایی دارند که همگی مرد یا همگی زن هستند و عملکرد در تیم‌های متنوع جنسیتی نسبت به تیم‌های مشابه جنسیتی قوی‌تر است (Boeneker & Delmar, 2018). در ارتباط با، تنوع قومیتی نیز برخی بر این باورند که تفاوت‌های نژادی و قومیتی با باورها و ارزش‌های دیگران برخورد می‌کند و به تضاد و نارضایتی می‌انجامد و در نهایت بر اثربخشی تیم تأثیر منفی می‌گذارد در مقابل برخی از تحقیقات جدید معتقدند که سازمان‌هایی که خدماتشان را به کشورهای دیگر ارائه می‌کنند، برای کسب مزیت رقابتی باید از نیروهایی بومی با همان نژاد و قومیت کشور هدف استفاده کنند، با این وجود، تأثیر این نوع تنوع و ناهمگونی همیشه مورد اهمیت نبوده است و زیاد مورد توجه قرار نگرفته است (Chowdury, 2005; Chandler, Honig, & Wiklund, 2005) و

بحث در مورد نحوه تأثیر آن‌ها خواستار تحقیقات بیشتر است (Boeneker, 2017)، در همین راستا با توجه به مطالب مطرح شده و دیدگاه‌های موجود در ارتباط با مؤلفه‌های ناهمگونی اجتماعی و عملکرد کسب و کار فرض‌های زیر مطرح می‌شود:

فرضیه 4: ناهمگونی سنی تیم‌های کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

فرضیه 5: ناهمگونی جنسیتی تیم‌های کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

فرضیه 6: ناهمگونی قومیتی تیم‌های کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

ناهمگونی ارزشی: بیانگر ذهنیت و نگرش متفاوت اعضای تیم در مورد وظایف اصلی، اهداف، مقاصد یا رسالت‌های تیم و تفاوت در اعتقادات اعضای تیم می‌باشد (Boeneker et al., 2018). ناهمگونی ارزشی از سوی تحقیقاتی که بر روی تیم‌های کارآفرین تحقیق می‌کنند تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است. به گفته‌ی جین و همکاران (1999) برای اینکه یک تیم، عملکردی مؤثر داشته باشد باید دارای ناهمگونی اطلاعاتی بالا و ناهمگونی ارزشی پایین باشد، با این حال، بسیاری از پژوهش‌ها نتوانسته‌اند تأثیر مثبت انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه از جمله ناهمگونی ارزشی را بر رشد و عملکرد کسب و کارها را به صورت تجربی موردسنجش و پشتیبانی قرار دهند، در همین راستا با توجه به مطالب مطرح شده و دیدگاه‌های موجود در ارتباط با مؤلفه‌های ناهمگونی ارزشی و عملکرد کسب و کار فرض‌های زیر مطرح می‌شود:

فرضیه 7: ناهمگونی نگرشی تیم‌های کارآفرینانه تأثیر منفی و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

فرضیه 8: ناهمگونی اعتقادی تیم‌های کارآفرینانه تأثیر منفی و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران دارد.

رهبری مشارکتی

رهبری مهم‌ترین عامل در عملکرد سازمان است، یکی از سبک‌های رهبری که موجب

افزایش مشارکت بیشتر کارکنان در جهت اثربخشی سازمان می‌شود سبک رهبری مشارکتی می‌باشد (Bird & Schjoedt, 2009). رهبری مشارکتی فرآیند تعاملی و پویایی است که میان اعضای یک تیم یا سازمان رخ می‌دهد و هر یک از اعضا بر دیگری در مسیر رسیدن به اهداف تیم و سازمان تأثیر می‌گذارند (Boeneker & Delmar, 2018) و زمانی به وجود می‌آید که به جای اینکه کارها توسط یک رهبر واحد تعیین شده باشند، نقش‌های رهبری، مسئولیت‌ها و یا عملکردها در میان اعضای تیم به اشتراک گذاشته شده یا توزیع شده باشد، این موضوع نشان‌دهنده تأثیر متقابل تعاملات در بین اعضای تیم است که به طور قابل توجهی عملکرد تیم و سازمان را بهبود می‌بخشد و باعث انسجام تیم می‌شود (Carson et al., 2007). ژو و همکاران¹ (2015) دریافته‌اند که ناهمگونی عملکردی (ناهمگونی در تجربه کاری) تأثیر مثبتی بر عملکرد تیم می‌گذارد و رهبری مشارکتی نیز تأثیر مثبتی بر عملکرد تیم می‌گذارد و همچنین تأثیر مثبت ناهمگونی عملکردی را تقویت می‌کند (Zhou et al., 2015) با این وجود نحوه تأثیر رهبری مشارکتی بر ناهمگونی تیمی توسط محققان مورد بررسی قرار نگرفته است و نیز در نتایج تحقیقات آن‌ها هیچ سرنخی در این مورد وجود ندارد. محققان معتقدند که اداره و بهره‌برداری از ناهمگونی‌های تیم‌ها نیازمند توجه به دو نکته مهم است، ابتدا سازه تنوع (ناهمگونی) نیازمند شناخت دقیق ابعاد مختلف آن و نحوه تأثیرشان بر ستاده و خروجی تیم می‌باشد، دوم شناخت متغیرهای که در رابطه میان تنوع (ناهمگونی) تیم و ستاده تیم، نقش تعدیل‌گر و میانجی ایفا می‌کنند (Bloom & Michel, 2002) لذا در رابطه با نکته دوم، در تحقیق حاضر و با توجه به مطالب مطرح شده فرض زیر مطرح شده است:

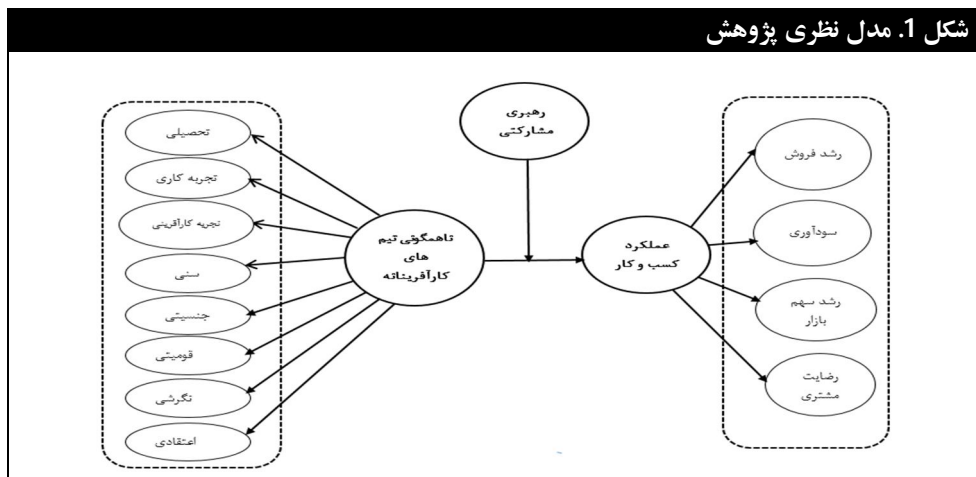
فرضیه 9: رهبری مشارکتی، رابطه میان ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه و عملکرد کسب‌وکار را تعدیل می‌کند.

چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش برای مشخص کردن انواع ناهمگونی‌های تیم‌های کارآفرینانه، از طبقه‌بندی

چین و همکاران (1999) استفاده شده است. از ناهمگونی اطلاعاتی، متغیرهای (ناهمگونی تحصیلاتی، تجربه کاری و تجربه کارآفرینی) و از ناهمگونی اجتماعی، متغیرهای (ناهمگونی سنی، جنسیتی و قومیتی) و از طبق ناهمگونی ارزشی، متغیرهای (ناهمگونی نگرشی و اعتقادی) انتخاب شده‌اند. بدین ترتیب پژوهش حاضر هشت متغیر مستقل دارد. همچنین با توجه به بررسی ادبیات موضوع، سؤال‌ها و فرضیه‌های این پژوهش، مؤلفه‌های عملکرد کسب‌وکار به‌عنوان متغیر وابسته انتخاب شده‌اند و متغیر رهبری مشارکتی که نقش بسزایی در انسجام تیمی دارد (Boeneker & Delmar, 2018) به‌عنوان تعدیل‌گر رابطه بین انواع ناهمگونی‌های تیم کارآفرینانه و عملکرد کسب‌وکار در نظر گرفته شده است.

شکل 1. مدل نظری پژوهش



روش‌شناسی

این پژوهش برحسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی می‌باشد و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بوده است. به‌منظور دستیابی به اهداف پژوهش، ابتدا مبانی نظری مطالعه شد و مدل مفهومی و پرسشنامه اولیه تدوین شد. در ادامه پرسشنامه‌ای با مقیاس 5 گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم تا خیلی زیاد) تهیه شد. جامعه آماری این پژوهش رهبران کسب‌وکارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات شهر تهران در سال 1399 که به‌طور تیمی راه‌اندازی و اداره می‌شدند در نظر گرفته شده، رهبر کسب و کار

کارآفرین رهبر) یک فرد محوری در تیم کارآفرینانه است که جرقه راه اندازی تیم را زده، جستجو برای اعضای آتی تیم را آغاز کرده و بالاترین آمادگی را برای پاسخ گویی به پرسش های مرتبط با کارکردهای کسب و کار را دارد (طالبی و همکاران، 1398)، روش نمونه گیری این پژوهش تصادفی ساده است، در مجموع تعداد 100 پرسشنامه توزیع شد؛ به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Smart PLS 3 و روش تحلیل مسیر استفاده شد. در مرحله اول، ابتدا پایایی و روایی مدل های اندازه گیری ارزیابی شد، برای تعیین روایی پرسشنامه از روش روایی تشخیصی¹ به روش تعیین شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و روایی واگرا² استفاده شده است. جدول (1) و (2) نشان می دهد که متغیرهای پژوهش از روایی مناسبی برخوردار می باشد. به منظور سنجش روایی واگرا از شاخص AVE استفاده شده است.

شاخص	AVE	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ
معیار پذیرش	(AVE>0.5)	(CR>0.7)	(Alpha>0.7)
ناهمگونی تحصیلی	0/58	0/87	0/90
ناهمگونی تجربه کاری	0/61	0/84	0/86
ناهمگونی تجربه کارآفرینی	0/63	0/89	0/82
ناهمگونی سنی	0/72	0/79	0/82
ناهمگونی جنسیتی	0/58	0/80	0/72
ناهمگونی قومیتی	0/71	0/92	0/89
ناهمگونی نگرشی	0/59	0/76	0/77
ناهمگونی اعتقادی	0/87	0/95	0/90
رشد فروش	0/62	0/82	0/79
سودآوری	0/70	0/79	0/76
رشد سهم بازار	0/61	0/81	0/79
رضایت مشتری	0/63	0/74	0/78
رهبری مشارکتی	0/74	0/89	0/86

نتایج روایی همگرا نشان داده جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هریک از سازه ها در مقایسه با همبستگی آن سازه با سازه های دیگر بیشتر می باشد، بنابراین پرسشنامه دارای اعتبار کافی می باشد، همچنین برای سنجش پایایی از ضرایب پایایی مرکب (CR)³ و آلفای کرونباخ

1 Discriminant Validity

2 Convergent Validity

3 Composite Reliability/

استفاده شده است که ضرایب مشخص شده در جدول (1) بیانگر پایایی پرسش نامه پژوهش می باشد.

همان‌طور که از جدول فوق برمی آید، روایی تمامی سازه‌ها از میزان 0.5 بالاتر است لذا تمامی آن‌ها از روایی برخوردار هستند به عبارتی مجموع معرف‌های هر سازه، سازه اصلی را تبیین می کند، مقدار پایایی سازه‌ها از میزان 0.7 بالاتر بوده لذا پایایی آن‌ها مورد تأکید قرار می گیرد. هم چنین در مطالعه حاضر جهت تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل مسیر و نرم افزار Smart PLS3 بهره گرفته شده است.

جدول 2. مقایسه ضرایب همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج شده													
رهنبری	رضایت	رشد سهم	سود آوری	رشد فروش	ناهمگونی اعتقادی	ناهمگونی نگرشی	ناهمگونی قومیتی	ناهمگونی جنسیتی	ناهمگونی سنی	ناهمگونی تجربه کار آفرینی	تجربه کاری	ناهمگونی تحصیلی	متغیرهای پژوهش اصلی
												0/88	ناهمگونی تحصیلی
											0/92	0/77	ناهمگونی تجربه کاری
									0/91	0/78	0/75	0/75	ناهمگونی کار آفرینی
									0/75	0/64	0/59	0/57	ناهمگونی سنی
								0/89	0/74	0/65	0/73	0/76	ناهمگونی جنسیتی
							0/69	0/45	0/44	0/49	0/51	0/52	ناهمگونی قومیتی
						0/78	0/66	0/68	0/61	0/67	0/59	0/55	ناهمگونی نگرشی
					0/80	0/75	0/59	0/63	0/59	0/68	0/63	0/86	ناهمگونی اعتقادی
				0/82	0/79	0/77	0/61	0/66	0/58	0/69	0/57	0/85	رشد فروش
			0/79	0/69	0/67	0/69	0/68	0/65	0/61	0/66	0/61	0/54	سود آوری
		0/68	0/49	0/44	0/42	0/48	0/45	0/42	0/46	0/49	0/48	0/54	رشد سهم بازار
	0/82	0/59	0/72	0/74	0/63	0/57	0/59	0/61	0/57	0/67	0/69	0/81	رضایت مشتری
0/81	0/59	0/56	0/71	0/75	0/59	0/58	0/63	0/62	0/59	0/69	0/67	0/82	رهبری مشارکی

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

به منظور شناخت بهتر، متغیرهای جمعیت شناختی فردی (جنسیت، تحصیلات) و متغیرهای جمعیت شناختی سازمانی (سابقه کار، سابقه رهبری کسب و کار) جدول (3) ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد شرکت کننده در این مطالعه را نشان می دهد.

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	70	70
	زن	30	30
تحصیلات	کارشناسی	36	36
	کارشناسی ارشد	37	37
	دکتری	27	27
سابقه کار	کمتر از 5	25	25
	6 تا 10	26	26
	11 تا 20	21	21
	بالای 20	28	28
سابقه رهبری کسب و کار	2 سال و کمتر	32	32
	2 تا 6 سال	49	49
	6 تا 12 سال	12	12
	بالتر از 12 سال	7	7

ب) توصیف شاخص ها

در جدول زیر میانگین مقادیر شاخص های پژوهش آمده است. همان طور که نتایج این جدول نشان می دهد، میانگین متغیرهای اصلی نزدیک به عدد 4 است. به بیان دیگر از جنبه توصیفی، متغیرهای شناسایی شده از اهمیت بالایی برخوردار هستند؛ زیرا همه آنها حداقل دارای میانگین $3/8$ از 5 بوده و به گزینه های موافق و کاملاً موافق در مقیاس لیکرت نزدیک تر هستند.

شاخص ها	میانگین	انحراف معیار
ناهمگونی تحصیلی	3/941	0/311
ناهمگونی تجربه کاری	3/990	0/412
ناهمگونی تجربه کارآفرینی	4/201	0/342
ناهمگونی سنی	3/991	0/421
ناهمگونی جنسیتی	3/622	0/323
ناهمگونی قومیتی	4/121	0/411
ناهمگونی نگرشی	3/601	0/592
ناهمگونی اعتقادی	3/732	0/581
رشد فروش	3/631	0/621
سودآوری	3/911	0/421
رشد سهم بازار	3/712	0/349
رضایت مشتری	3/991	0/623

ج) آزمون فرضیه‌ها

پس از ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری به کمک معیارهای روایی و پایایی (در جدول 1 و 2)، در این قسمت آزمون فرضیه‌های تحقیق توسط تحلیل مسیر انجام شد و با توجه به نتایج ارائه‌شده در جدول (5)، همه فرضیات پژوهش در سطح اطمینان 95% پذیرفته شده‌اند.

نتیجه آزمون	آماره آزمون		ضریب	فرضیه	
	پذیرش	رد		ناهمگونی تحصیلی	ناهمگونی اجتماعی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کار دارد.
پذیرش فرض	پذیرش	2/020	0/937	ناهمگونی تحصیلی	ناهمگونی اجتماعی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کار دارد.
	پذیرش	2/095	0/892	ناهمگونی تجربه کاری	
	پذیرش	2/880	7/932	ناهمگونی تجربه کارآفرینی	
	پذیرش	2/296	7/954	ناهمگونی سنی	ناهمگونی اجتماعی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کار دارد.
	پذیرش	2/930	7/899	ناهمگونی جنسیتی	
	پذیرش	2/230	7/841	ناهمگونی قومیتی	
	پذیرش	-2/148	-7/810	ناهمگونی نگرشی	ناهمگونی ارزشی تیم‌های کارآفرینانه تاثیر منفی و معناداری بر عملکرد کسب و کار دارد.
	پذیرش	-2/941	-7/954	ناهمگونی اعتقادی	

بر طبق نتایج ارائه‌شده در جدول (5)، در ضریب اطمینان 95% کلیه ابعاد ناهمگونی اطلاعاتی تیم‌های کارآفرینانه، یعنی ناهمگونی تحصیلی ($t > 1.96$, $B = 0/937$)، ناهمگونی تجربه کاری ($t > 1/96$, $B = 0/892$) و ناهمگونی تجربه کارآفرینی ($t > 1/96$, $B = 0/932$) معنادار بوده و با عملکرد کسب و کار دارای رابطه مثبت و معناداری می‌باشند. همچنین بر اساس تحلیل مسیر انجام‌شده از بین ابعاد ناهمگونی اطلاعاتی، ناهمگونی تحصیلی بیشترین همبستگی ($0/937$) را با متغیر مکنون یعنی ناهمگونی اطلاعاتی دارد، پس از آن ناهمگونی تجربه کارآفرینی ($0/932$) دوم را به خود اختصاص داده است، ناهمگونی تجربه کاری ($0/892$) در اولویت سوم قرار دارد. به عبارتی در عملکرد کسب و کار از بین مؤلفه‌های ناهمگونی اطلاعاتی، ناهمگونی تحصیلی مهم‌ترین عامل است، علاوه بر این کلیه ابعاد ناهمگونی اجتماعی تیم‌های کارآفرینانه یعنی ناهمگونی سنی ($t > 1.96$, $B = 0/954$) ناهمگونی جنسیتی ($t > 1.96$, $B = 0/899$) و ناهمگونی قومیتی ($t > 1/96$, $B = 0/841$) در ضریب اطمینان 95% معنادار بوده و دارای رابطه مثبت و معناداری با عملکرد کسب و کار می‌باشند. بر طبق نتایج، مؤلفه‌های ناهمگونی اجتماعی تأثیرگذار بر عملکرد کسب و کار به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: ناهمگونی سنی ($7/954$)، ناهمگونی جنسیتی ($7/899$)، و ناهمگونی قومیتی ($0/841$). همچنین

$$GOF = \sqrt{R^2 * communality} = \sqrt{.698 * .721} = .709$$

طبق نظر ولتز و همکاران (2009) مقادیر 0/1، 0/25 و 0/36 به ترتیب معیار کوچک، متوسط و بزرگی را از نیکویی برازش نشان می‌دهند در این پژوهش با توجه به اینکه مقدار GOF برابر با 0/70 محاسبه شده است که بزرگ‌تر از 0/36 می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که مدل در مجموع دارای برازش مناسب است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، تأثیر انواع ناهمگونی‌های تیم کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات با نقش تعدیل‌گری رهبری مشارکتی است. یافته‌های پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های ناهمگونی اطلاعاتی و ناهمگونی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات دارد و ناهمگونی ارزشی تأثیر منفی و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای این حوزه دارد، معیار نیکویی برازش مدل کلی (GOF) که برابر با 0/70 محاسبه شده است و بزرگ‌تر از 0/36 می‌باشد نیز تأییدکننده این مطلب است. این یافته‌ها با پژوهش‌های محققانی همچون مک‌گراث و همکاران (1999)، ژو و همکاران (2015) همسو می‌باشد که از ناهمگونی اطلاعاتی تحت عنوان تنوع دانش، مهارت و توانایی یادکرده‌اند و معتقدند که تیم‌ها در سازمان‌ها می‌توانند با کسب اطلاعات بیشتر و غنی‌تر در حل مسئله و تصمیم‌گیری گزینه‌های بهتری را انتخاب کنند که منجر به افزایش عملکرد تیم‌ها می‌شود (McGrath et al, 1999, Zhou et al, 2015). علاوه بر این، یافته‌های مرتبط با ناهمگونی اجتماعی و ارزشی نیز با پژوهش‌های محققانی مانند بونکر و دلمار (2018) همسو می‌باشد که بیان می‌کنند، تیم‌هایی که از نظر جنسیتی متعادل هستند، مزیت بیشتری از تیم‌هایی دارند که همگی مرد یا همگی زن هستند و عملکرد در تیم‌های متنوع جنسیتی نسبت به تیم‌های مشابه جنسیتی قوی‌تر است (Boeneker et al., 2018). نکته دیگری که در این یافته‌ها وجود دارد این است که در بین تمامی این سازه‌ها، ناهمگونی تحصیلی با میزان (0/937) از بین مؤلفه‌های ناهمگونی اجتماعی و ناهمگونی سنی با میزان (0/954) از بین مؤلفه‌های ناهمگونی اجتماعی و ناهمگونی اعتقادی با میزان (0/953) از بین مؤلفه‌های ناهمگونی ارزشی بالاترین

ضریب مسیر تأثیر گذاری را بر روی عملکرد کسب و کارهای صنعت فناوری اطلاعات دارند. علاوه بر این ضریب مسیر رابطه ناهمگونی تیم‌های کارآفرینانه * رهبری مشارکتی با عملکرد کسب و کار در سطح 95٪ مثبت ($B=0/492$) و معنادار ($t = 4/855$) بود که این یافته‌ها مؤید اثرات تعدیلی مثبت این متغیر است و این بدان معناست که هرچقدر نقش‌های رهبری، مسئولیت‌ها و یا عملکردها در میان اعضای تیم به اشتراک گذاشته شود می‌تواند عملکرد تیم و سازمان را بهبود بخشد.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهش

از محدودیت‌های تحقیق حاضر، مقطعی¹ بودن آن است. به دلیل این که تحقیق در زمانی خاص انجام شده است، نمی‌توان نتایج آن را به همه زمان‌ها تعمیم داد و به صورت قطعی برای همه شرایط دانست، لذا پیشنهاد می‌شود در آینده برای شناسایی روابط بین متغیرها، تحقیقات طولی نیز انجام گردد. همچنین نتایج خروجی نرم‌افزار (مقادیر R^2) نشان‌دهنده این موضوع هست که متغیرهای مستقل نتوانسته‌اند به طور کامل تغییرات مربوط به متغیرهای نهایی را تبیین کنند، به همین منظور، برای پژوهش‌های آتی، موضوعاتی همچون شخصیت، ویژگی دموگرافیکی رهبر و اعضای تیم، فرهنگ تیمی و اثر آن‌ها در افزایش سطح عملکرد کسب و کارها را به صورت کمی یا کیفی پیشنهاد می‌شود. در بخش پیشنهادهای کاربردی نیز، با توجه به تأثیر مثبت ناهمگونی‌های تیم کارآفرینانه (سن، جنسیت، تجارب، تحصیلات و...) بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط صنعت فناوری اطلاعات، پیشنهاد می‌شود، هنگام راه‌اندازی این کسب و کارها، تنوع و ناهمگونی‌ها در تیم‌های کارآفرینانه مدنظر قرار گیرد.

منابع

- کامبیز، طالبی، محمد کاظمی، رضا، علیزاده، مهدی (1398) "تأثیر ویژگی‌های ساختاری تیم کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت فناوری اطلاعات: تبیین جایگاه محیط و شبکه کارآفرینانه"، توسعه کارآفرینی، 12(3):361-380
- Boeneker, G.A., & Delmar, M.F., (2018). Heterogeneity and the Origin of the Founding Team: How the Concepts Relate and Affect Entrepreneurial Behavior . (International Studies in Entrepreneurship) (pp. 33-58). New York: Springer.
- Boeneker, A (2017). The use of effectuation logic in entrepreneurial teams behavior and its effect in new ventures performance. (PhD thesis, University of Cantabria, Faculty of Economics and Business)
- Bloom, M., & Michel, J. G. (2002). The relationships among organizational context, pay dispersion, and managerial turnover. *Academy of Management Journal*, 45 (1): 33-42
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior its Nature, Scope, Recent Research and Agenda for Future Research. In A. Carsrud, & M. Brännback, *Understanding the Entrepreneurial Mind (International Studies in Entrepreneurship)* (pp. 327-358). New York: Springer.
- Blatt, R. (2009). Tough love: How communal schemas and contracting practices build relational capital in entrepreneurial teams. *Academy of Management Review*, 34, 533-551.
- Collewaert, V. (2012). Angel investors' and entrepreneurs' intentions to exit their ventures: A conflict perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 753-779.
- Carson, J. B., Tesluk, P. E., & Marrone, J. A. (2007). Shared Leadership in Teams: An Investigation of Antecedent Conditions and Performance. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1217-1234
- Chandler, G. N., Honig, B., & Wiklund, J. (2005). Antecedents, moderators, and performance consequences of membership change in new venture teams. *Journal of Business Venturing*, 20, 705-725.
- Cooney, T. M. (2005). Editorial: What is an entrepreneurial team? *International Small Business Journal*, 23, 226-235
- Chowdury, S. (2005). Demographic diversity for building an effective entrepreneurial team: is it important? *Journal of Business Venturing*, 20, 727-746.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Ensley, M. D., Pearson, A., & Pearce, C. L. (2003). Top management team process, shared leadership and new venture performance: a theoretical model and research agenda. *Human Resource Management Review*, 13, 329-346.
- Forbes, D. P., Borchert, P. S., Zellmer-Bruhn, M. E., & Sapienza, H. J. (2006). Entrepreneurial team formation: An exploration of new member addition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(2), 225-248
- Fern, M. J., Cardinal, L. B., & O'Neill, H. M. (2012). The genesis of strategy in new

- ventures: Escaping the constraints of founder and team knowledge. *Strategic Management Journal*, 33, 427–447
- Gao, J., & Zhang, P. (2012). Understanding Entrepreneurial Teams and Governance Effects on Growth Strategy Adopted by Privately-Owned Chinese Startups. *Business Management and Strategy*, 3(2), 54-75.
- Jin, L., Madison, K., Kraiczy, N. D., Kellermanns, F. W., Crook, T. R., Xi, J. J. E. T., & Practice. (2017). Entrepreneurial Team Composition Characteristics and New Venture Performance: A Meta-Analysis. 41(5), 743-771.
- Jehn, K. A., Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1999). Why Differences Make a Difference: A Field Study of Diversity, Conflict, and Performance in Workgroups. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 741-763.
- Lechler, T. (2001). Social interaction: A determinant of entrepreneurial team venture success. *Small Business Economics*, 16(4), 263-278.
- Klotz, A. C., Hmieleski, K. M., Bradley, B. H., & Busenitz, L. W. (2013). New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. *Journal of Management*, 40, 1–30.
- Kleemann, M. (2011). Insights in Entrepreneurship Education Integrating Innovative Teaching Practices. (Master), Jönköping University, Jönköping, Sweden.
- Kamm, J. B., Shuman, J. C., Seeger, J. A., & Nurick, A. J. (1990). Entrepreneurial teams in new venture creation: A research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14, 7–17.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, 211–224.
- Mihalache, O. R., Jansen, J. J., Van Den Bosch, F. A., & Volberda, H. W. (2014). Top Management Team Shared Leadership and Organizational Ambidexterity: A Moderated Mediation Framework. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8, 128- 148
- Muñoz-Bullon, F., Sanchez-Bueno, M. J., & Vos-Saz, A. (2015). Startup team contributions and new firm creation: The role of founding team experience. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27, 80–105
- McGrath, J. E. 1964. *Social psychology: A brief introduction*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Ruef, M., Aldrich, H. E., & Carter, N. M. (2003). The structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties, and Isolation among U.S. Entrepreneurs. *American Sociological Review*, 68(2), 195-222.
- Smith, B. R. (2007). Entrepreneurial team formation: The effects of technological intensity and decision making on organizational emergence. University of Cincinnati.
- Ucbasaran, D., Lockett, A., Wright, M., & Westhead, P. (2003). Entrepreneurial founder teams: Factors associated with member entry and exit. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 107–128
- Visintin, F., & Pittino, D. (2014). Founding team composition and early performance of University-Based spin-off companies. *Technovation*, 34, 31-43.
- Zhou, W., Vredenburg, D., & Rogoff, E. G. (2015). Informational diversity and entrepreneurial team performance: moderating effect of shared leadership. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11, 39-55.