

بررسی نقش کارآفرینی استراتژیک بر فرآیند شناسایی، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی (با نقش تعدیل گری شرایط عدم اطمینان) مورد مطالعه: کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی اصفهان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۹

کد مقاله: ۳۴۷۰۴

امیرحسین اعرفی^{۱*}، مرتضی نصوحی^۲

پریساتاج‌بخش سلطانی^۳

چکیده

در این پژوهش سعی بر این است که تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک (رهبری، نگرش، فرصت‌شناسی، یادگیری نوآورانه و مدیریت منابع، انعطاف پذیری و ریسک پذیری) بر فرآیند کارآفرینی (شناسایی، ارزشیابی و بهره‌برداری) در شرایط عدم اطمینان محیطی بررسی گردد. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه پژوهشگر ساخته و روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. برای سنجش اعتبار پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ و پایایی ترتیبی استفاده شده، همچنین روایی واگرا و روایی همگرا نیز مورد بررسی قرار گرفته است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS 4 و SPSS 26 انجام پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش، ۳۲۷ نفر از کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان می‌باشند. نوع پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که باتوجه به مطالعات گذشته، عدم اطمینان محیطی آخرین اولویت در کارآفرینی استراتژیک قرار گرفته و عواملی مانند تفکر کارآفرینانه، ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، به کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری و در نهایت مدیریت استراتژیک در مبحث کارآفرینی استراتژیک تأثیر گذارتر و حائز اهمیت بالاتری است. نتایج پژوهش نشان داد که از تعداد ۶ فرضیه موردنظر، سه مورد از فرضیه‌ها (کارآفرینی استراتژیک بر شناسایی، ارزشیابی، بهره‌برداری فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان، تأثیر دارد) مورد تایید قرار گرفته و سه فرضیه دیگر که تأثیر تعدیل‌گری عدم اطمینان محیطی را می‌سنجد، رد شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی استراتژیک، شناسایی فرصت کارآفرینی، ارزشیابی فرصت کارآفرینی، بهره‌برداری فرصت کارآفرینی، عدم اطمینان

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (نویسنده مسئول)

amir.h.a.star.shbu@gmail.com

۲- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شیخ بهایی، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

۱- مقدمه

با کارآفرینی در زمینه‌های نوپا و از همه مهم‌تر شناخت، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور اهمیت به سزایی پیدا کرده است و باتوجه به اینکه کارآفرینی استراتژیک حاصل تلفیق دو رویکرد اساسی کارآفرینی و مدیریت استراتژیک است، کارآفرینی استراتژیک بدون شک سهم چشم‌گیری در تعالی عملکرد سازمان‌ها در فرآیند کارآفرینی دارد. از سوی دیگر، شرایط عدم اطمینان محیطی نیز تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر این رابطه خواهد گذاشت؛ اما پژوهش‌های منظم و تجربی تأثیر این مؤلفه را نادیده گرفته‌اند. بر همین اساس و جهت ارائه راهکار مناسبی در حل این مسئله هدف پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل‌گر شرایط عدم اطمینان در رابطه بین کارآفرینی استراتژیک و فرآیند کارآفرینی شامل شناسایی، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه جمع‌آوری اطلاعات توصیفی-همبستگی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. ابزار جمع‌آوری و اندازه‌گیری داده‌ها پرسشنامه است که به صورت نمونه‌گیری در دسترس جمع‌آوری شده است و برای بررسی روایی آن از روایی همگرا و واگرا و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و PLS4 انجام گرفت. نتایج نشان داد که از تعداد ۶ فرضیه موردنظر، سه تا از فرضیه‌ها (کارآفرینی استراتژیک بر شناسایی، ارزیابی، بهره‌بری فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان، تأثیر دارد) مورد تأیید قرار گرفته و سه فرضیه دیگر که تأثیر تعدیل‌گری عدم اطمینان محیطی را در رابطه کارآفرینی استراتژیک و شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری فرصت‌های کارآفرینی را می‌سنجد، رد شده است.

۲- چارچوب نظری و پیشینه پژوهش

ازدید جمعیت و کمبود شغل پایدار همواره یکی از معضلات اساسی جوامع به ویژه کشورهای در حال توسعه بوده است. کشور ایران نیز از این مشکل مستثنی نبوده و داشتن جمعیتی با ترکیب سنی جوان، ضرورت ایجاد و توسعه فرصت‌های شغلی جدید را از طرق مختلف و به کارگیری ابتکار، خلاقیت و نوآوری فراهم می‌سازد. در عصر حاضر، مسائل و مشکلات کارآفرینان با راه حل‌های دیروزی حل شدنی نیست. کارآفرینان در مسیر راه اندازی و اداره امور مربوط به کسب‌وکار با شرایطی روبرو هستند که ناگزیر باید تصمیماتی را اتخاذ کنند. بنابراین کارآفرینان در تصمیم‌گیری با یک چالش اساسی به نام عدم اطمینان روبرو هستند. آنان اغلب موارد در شرایط عدم اطمینان و براساس اطلاعات دست‌کم و نادقیق در قالب متغیرهای کلامی نظیر خوب، بد، نسبتاً خوب و غیره بیان می‌شود که بر این اساس به ارزشیابی فرصت‌ها می‌پردازند. از نظر کیچن و همکاران^۱، افرادی که علاقه‌مند هستند تا به ثروت آفرینی پایدار برسند، نمی‌توانند تنها بر مبنای اصول و فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی یا استراتژی عمل کنند؛ زیرا اعمال فعالیت‌های محدود به یک حوزه به تنهایی، باعث می‌شود فرد کارآفرین فقط بتواند از ارزش‌ها و مزیت‌های مرتبط با همان حوزه، به تنهایی بهره‌برداری کند. نتیجه این نوع عملکردها صرفاً ثروت آفرینی کوتاه مدت در پی خواهند داشت (صفار و چرخکار، ۱۳۹۸: ۹۶). یکی از اقدامات مدیریتی که به تسهیل در رفتار کارآفرینان منجر می‌گردد، اقدامات مربوط به مدیریت استراتژیک است. فرآیند کارآفرینانه شامل سه مرحله خلق یا کشف فرصت، ارزیابی فرصت و در نهایت بهره‌برداری از فرصت‌هاست. شناسایی فرصت‌ها، جوهره و نقطه شروع کارآفرینی به حساب می‌آید و ارزیابی آن رابطه میان کشف و بهره‌برداری از آن را تسهیل می‌کند. در مجموع کارآفرینی، ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآوری است که در محیط‌های خارجی و بعضاً در محیط داخلی کسب وکار وجود دارد. هنر یک کارآفرین دیدن بسیاری از نادیدنی‌ها است. فرصت‌هایی که هر شخص توانایی شناسایی و کشف آنها را ندارد؛ اما سؤال اصلی و کلیدی که مطرح است این است که آیا تنها شناسایی و آغاز یک کسب وکار برای رساندن آن به درجه ای از موفقیت کافی است؟

۲-۱- کارآفرینی استراتژیک

یکپارچگی بین استراتژی و کارآفرینی را کارآفرینی استراتژیک می‌نامند که کنکاش برای فرصت و رفتارهای جست‌وجوی مزیت را برجسته می‌کند. این امر نیاز به گشتن دنبال فرصت‌های آینده دارد که می‌توانند برای انتقال ارزش بیشتر مورد بهره‌برداری قرار گیرند (هیت و همکاران^۲، ۲۰۱۱: ۱۴).

1-Ketchen et al.

2- Hit et al.

۲-۲- شناسایی فرصت کارآفرینی

از ایده‌ها، فعالیت‌ها و عقایدی تشکیل می‌شود که کالا و خدمتی که در بازار موجود نیست در آینده برای آن امکان تولید ایجاد شود. تشخیص یا شناسایی فرصت کارآفرینی توانایی شناسایی یک ایده ناب و انتقال آن به کسب و کار است به گونه‌ای که از آن ارزش افزوده و درآمد تولید شود (حمزه‌ئی طهرانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۴).

۲-۳- ارزشیابی فرصت کارآفرینی

فرآیندی است که طی آن میزان پتانسیل فرصت جهت ایجاد مزیت رقابتی و سود کارآفرینانه برآورد می‌شود (یداللهی فارسی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۳).

۲-۴- بهره‌برداری فرصت کارآفرینی

شامل شروع عملیاتی مؤثر و تمام عیار جهت تولید کالا یا خدماتی است که نتیجه فرصت کسب و کار باشند (موسوی و شبگو منصف، ۱۳۹۷: ۱۲۷).

۲-۵- عدم اطمینان

به عنوان درجه‌ای از جهل، حالتی از دانش ناقص یا اطلاعات ناکافی تعریف می‌شود و به میزان دانش یا اطلاعات کنش‌گر برای تخمین احتمال حصول یک نتیجه خوب یا بد بستگی دارد (عزیزی و سلمانی بیدگلی، ۱۳۸۰: ۵). در زمینه کارآفرینی استراتژیک و فرصت‌های کارآفرینی مطالعات و پژوهش‌هایی در داخل و خارج کشور صورت پذیرفته شده است که به اجماع در این بخش به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

۲-۶- پیشینه پژوهش

به جهت اختصار منتخبی از پیشینه داخلی و خارجی پژوهش در قالب جدول (۱) و (۲) بیان می‌گردد:

جدول ۱. خلاصه پیشینه‌های داخلی

ردیف	موضوع	نویسنده (سال)	نتایج
۱	تأثیر مؤلفه‌های برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت بر قابلیت‌های بازاریابی با میانجی کارآفرینی	مالامیری و همکاران (۱۴۰۱)	نتایج نشان می‌دهد که شاخص‌های برنامه‌ریزی استراتژیک همچون تفکر استراتژیک، بازاندیشی، بازسازی، بازآفرینی و قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها بر قابلیت‌های بازاریابی با نقش میانجی کارآفرینی تأثیرگذار است. پس شرکتها باید برنامه‌ریزی استراتژیک خود را به گونه‌ای ارائه کنند که قابلیت‌های بازاریابی و کارآفرینی موردتوجه قرار گیرد.
۲	نوسازی استراتژیک در کارآفرینی با روش ترکیب پژوهی	کلایی (۱۴۰۱)	یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی خلاق و نوآور (رهبری کارآفرینانه، یادگیری سازمانی، فرهنگ سازمانی انعطاف‌پذیر خلق ارزش مشترک)، ورود به بازارهای جدید (میزان رقابت‌پذیری کسب‌وکارها و شناسایی فرصت‌های محیطی)، کنش‌پذیری و ریسک‌پذیری (مخاطره‌پذیری و تحمل ابهام) و قابلیت انعطاف‌پذیری مستمر (نوآوری سازمانی، گرایش کارآفرینانه، ساختار سازمانی منعطف و چابکی سازمانی) ماهیت اجرایی نوسازی استراتژیک در حوزه کارآفرینی را تشکیل می‌دهند.
۳	بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک تأثیر بر عملکرد شرکت‌های دانش بنیان بکارگیری ابعاد جدید کارت امتیازی متوازن	علیوند زمهریری و همکاران (۱۴۰۱)	نتایج آزمون فرضیه نشان داد که مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک بر ابعاد شش‌گانه کارت امتیازی متوازن شرکت‌های دانش بنیان شامل مالی، مشتریان، یادگیری و رشد، فرآیندهای داخلی، رضایت کارکنان و ابعاد محیطی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد.
۴	شناسایی تأثیر معیارهای عدم-اطمینان در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در کسب‌وکار (مورد مطالعه: صنعت نرم‌افزار)	مهدی‌زاده اقدم و همکاران (۱۴۰۰)	نتایج این پژوهش که در آن داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته و مصاحبه با خبرگان حوزه صنعت نرم‌افزاری، گردآوری شده‌است، رتبه‌بندی معیارهای عدم اطمینان بود.

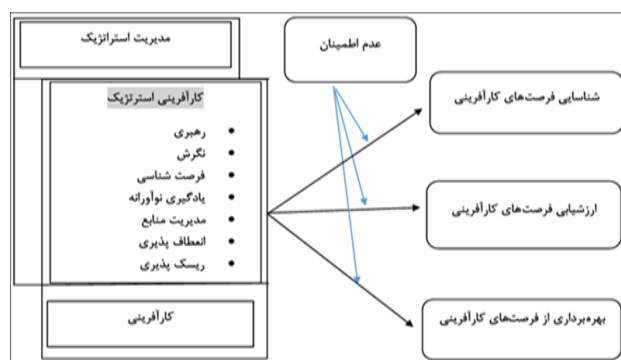
جدول ۲. خلاصه پیشینه‌های خارجی

ردیف	موضوع	نویسنده (سال)	نتایج
۱	نقش کارآفرینی استراتژیک و سرمایه اجتماعی بر مدیریت پایدار زنجیره تامین و عملکرد سازمانی	Wijaya O. & et al (2023)	نقش کارآفرینی استراتژیک و سرمایه اجتماعی بر مدیریت پایدار زنجیره تامین و عملکرد سازمانی
۲	تقویت کارآفرینی استراتژیک شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش نیروهای تغییر سازمانی	Luu TD (2023)	تقویت کارآفرینی استراتژیک شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش نیروهای تغییر سازمانی
۳	تحقیق در تقاطع کارآفرینی، مدیریت زنجیره تامین و مدیریت استراتژیک: فرصت‌های برجسته شده توسط کووید-۱۹	Ketchen & et al (2020)	به این نتیجه رسیدند که شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا از طریق اقداماتی که شامل کارآفرینی، مدیریت زنجیره تامین و مدیریت استراتژیک می‌شود، همه‌گیر کووید-۱۹ را هدایت کنند.
۴	بررسی روابط کارآفرینی استراتژیک و سرمایه اجتماعی با مدیریت پایدار زنجیره تامین	Tipu et al (2018)	بررسی روابط کارآفرینی استراتژیک و سرمایه اجتماعی با مدیریت پایدار زنجیره تامین و عملکرد سازمانی
۵	تجدید استراتژیک در زمان کمبود محیط زیست: نقش واسطه ای فناوری در تکامل مدل کسب و کار	Al Humaidan et al (2017)	تجدید استراتژیک در زمان کمبود محیط زیست: نقش واسطه ای فناوری در تکامل مدل کسب و کار

۳- روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی می‌باشد. به دلیل استفاده از پرسشنامه حاوی ۶۶ سوال تنظیم شده با درجات لیکرت پنج گزینه‌ای، برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید و این پژوهش از نوع پیمایشی و میدانی است و به دلیل اینکه نتایج حاصل از این پژوهش، راهکاری برای کارآفرینان و همچنین جهت آگاه‌سازی افراد مشتاق به گرایش کارآفرینی استفاده می‌شود، از نوع پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود. همچنین از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. نمونه آماری پژوهش حاضر، کلیه کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان هستند و دلیل محدود بودن جامعه آماری از جدول مورگان بهره برده شد و در نهایت بین ۳۵۱ نفر از کارآفرینان هم پرسشنامه آنلاین و هم بصورت حضوری توزیع گردید و در انتها ۳۲۷ پاسخنامه در نرم افزار و تحلیل آماری استفاده شد.

۴- مدل مفهومی



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته شد، مدل مفهومی پژوهش از مدل‌های پژوهش‌های کایرگیدو و هاگز (۲۰۱۰) و کروس و همکاران (۲۰۱۱) و علی‌وند زمهریری و همکاران (۱۴۰۰) و پرهنر و احمدیان (۱۳۹۶) اقتباس شده است که در شکل شماره (۱) آمده است.

1- Kyrgidou & Hughes.

2- Kraus et al.

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

۵-۱- تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

در این پژوهش جامعه آماری مورد مطالعه کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان بود که در بازه زمانی شش ماهه نخست سال ۱۴۰۲ جمع‌آوری شد. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه شامل ۷ سوال عمومی و ۶۱ سوال تخصصی استفاده شد. نتایج حاصل از آمار توصیفی نشان داد که ۷۲ درصد افراد شرکت‌کننده در مطالعه مرد و ۲۸ درصد زن بودند. ۷۲٫۸ درصد افراد شرکت‌کننده در مطالعه متأهل و ۲۷٫۲ درصد مجرد بودند. کارآفرینان دارای سن ۳۱ تا ۴۵ سال، با درصد فراوانی ۵۳٫۵ درصد (بیش از نیمی از حجم نمونه آماری معادل ۱۷۵ نفر) و کارآفرینان با گروه سنی بالاتر از ۷۶ سال با درصد فراوانی ۰٫۹ درصد (۳ نفر از ۳۲۷ نفر)، به ترتیب، بیشترین و کمترین حجم را در نمونه‌ی آماری به خود اختصاص داده‌اند. کارآفرینان با مدرک تحصیلی کارشناسی و کارآفرینان با مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با مقدار برابر (۳۵٫۲ درصد معادل ۱۱۵ نفر)، بیشترین حجم را در نمونه‌ی آماری (در مجموع بیش از ۷۰ درصد حجم نمونه آماری) به خود اختصاص داده‌اند. از طرف دیگر کارآفرینان با مدرک تحصیلی دیپلم و کاردانی با درصد فراوانی ۹٫۸ درصد (۳۲ نفر)، کمترین فراوانی را در نمونه‌ی آماری دارند. عمر شرکت ۷۷٫۴ درصد افراد شرکت‌کننده در مطالعه بین ۵ تا ۲۰ سال بود. تعداد کارمندان ۲۴٫۱ درصد افراد شرکت‌کننده در مطالعه کمتر از ۲۰ نفر بودند و سایر شرکت‌ها بیش از ۲۰ نفر کارمند داشتند. درآمد ماهانه ۲۹ نفر از افراد شرکت‌کننده در مطالعه بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون و سایرین بیش از ۲۰ میلیون در ماه درآمد داشتند. به منظور سنجش روایی محتوای پرسشنامه از نظر خبرگان استفاده شد.

جدول ۳. بارهای عاملی سولات

متغیر	شماره سوال	بار عاملی	متغیر	شماره سوال	بار عاملی	متغیر	شماره سوال	بار عاملی
رهبری	۸	۰/۸۵۲	مدیریت منابع	۲۹	۰/۷۷۰	ارزشیابی فرصت‌های	۵۰	۰/۸۷۵
	۹	۰/۵۶۹		۳۰	۰/۵۳۵		۵۱	۰/۰۶۷
	۱۰	۰/۶۴۰		۳۱	۰/۶۵۲	بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی	۵۲	۰/۴۳۵
	۱۱	۰/۶۱۹	ریسک‌پذیری	۳۲	۰/۱۶۲		۵۳	۰/۷۵۱
نگرش	۱۲	۰/۲۲۲		۳۳	۰/۷۰۳		۵۴	۰/۷۵۱
	۱۳	۰/۷۴۴		۳۴	۰/۷۹۸	تغییرات فناورانه در صنعت	۵۵	۰/۸۴۹
	۱۴	۰/۷۸۷		۳۵	۰/۶۵۲		۵۶	۰/۸۳۹
	۱۵	۰/۶۳۹		۳۶	۰/۷۶۶		۵۷	۰/۸۴۲
	۱۶	۰/۷۰۵	انعطاف‌پذیری	۳۷	۰/۸۰۱	شدت رقابت در صنعت	۵۸	۰/۸۴۷
فرصت‌شناسی	۱۷	۰/۵۹۹		۳۸	۰/۷۶۶		۵۹	۰/۸۸۶
	۱۸	۰/۷۴۷		۳۹	۰/۸۵۰		۶۰	۰/۸۰۷
	۱۹	۰/۷۷۱		۴۰	۰/۷۸۶		۶۱	۰/۳۰۷
یادگیری نوآورانه	۲۰	۰/۸۸۰	شناسایی فرصت‌های کارآفرینی	۴۱	۰/۶۶۳	تغییرات سلیقه مشتریان	۶۲	۰/۶۹۸
	۲۱	۰/۷۳۷		۴۲	۰/۶۹۱		۶۳	۰/۸۹۳
	۲۲	۰/۸۸۱		۴۳	۰/۷۸۶		۶۴	۰/۸۹۶
	۲۳	۰/۸۵۶		۴۴	۰/۷۸۱		۶۵	۰/۸۵۰
	۲۴	۰/۷۲۰	ارزشیابی فرصت‌های کارآفرینی	۴۵	۰/۸۰۳		۶۶	۰/۸۱۴
مدیریت منابع	۲۵	۰/۸۱۲		۴۶	۰/۷۱۳		۶۷	۰/۶۵۲
	۲۶	۰/۶۷۴		۴۷	۰/۸۲۷		۶۸	۰/۵۵۵
	۲۷	۰/۷۴۶	ارزشیابی فرصت‌های کارآفرینی	۴۸	۰/۸۵۷			
	۲۸	۰/۷۹۰		۴۹	۰/۶۹۸			

۵-۲- بررسی برازش مدل مفهومی

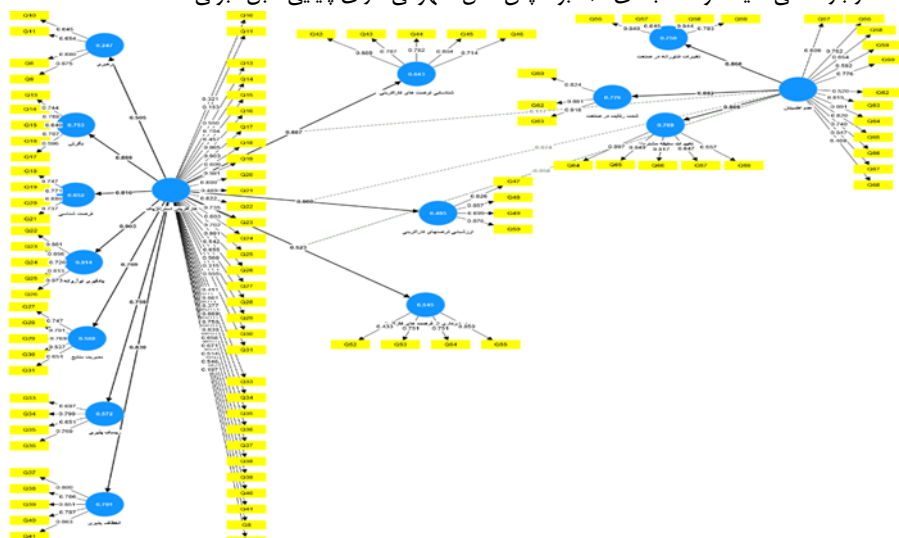
برای بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۴ شود مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایداری مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. بارهای عاملی در جدول (۳) گزارش شده است.

۵-۲-۱- سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری

جهت سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری، سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود (داوری و رضا زاده، ۱۳۹۶).

الف) پایایی: ضرایب بارهای عاملی

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود و معیار قابل قبول آن ۰,۴ است. مقدار بار عاملی کلیه سوالات بالای ۰,۴ بود، پس مدل مفهومی دارای پایایی قابل قبولی است.



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش بر حسب بارهای عاملی

ب) ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

در روش لازم به ذکر است که حداقل مقدار برای آلفای کرونباخ برای سازه‌هایی با تعداد سوالات اندک ۰/۶ و برای سایر سازه‌ها ۰/۷ مورد تأیید است، همچنین حداقل مقدار برای پایایی ترکیبی ۰/۷ است، و سرانجام حداقل مقدار مطلوب برای روایی همگرا (AVE) را مکنر و همکاران (۱۹۹۶) ۰/۴ و فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ۰/۵ دانسته‌اند. شاخص‌های پایایی و روایی همگرایی سازه‌های پژوهش در جدول (۷) گزارش شده است. مطابق جدول (۴) معیارهای بررسی شده در قابل قبول هستند و پایایی و روایی همگرایی سازه‌های پژوهش تأیید شد.

جدول ۴. آلفای کرونباخ، پایایی، روایی همگرا

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا
ارزشیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۸۳۳	۰/۸۵۳	۰/۶۸۸
انعطاف پذیری	۰/۸۳۳	۰/۸۴۳	۰/۶۰۲
بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی	۰/۶۷۳	۰/۷۴۴	۰/۵۱۰
تغییرات سلیقه مشتریان	۰/۸۱۵	۰/۸۴۶	۰/۵۸۵
تغییرات فناوریانه در صنعت	۰/۸۴۹	۰/۸۶۰	۰/۶۸۶
رهبری	۰/۷۱۰	۰/۸۶۱	۰/۵۱۸
ریسک پذیری	۰/۷۲۰	۰/۷۴۹	۰/۵۳۵
شدت رقابت در صنعت	۰/۷۴۱	۰/۷۸۵	۰/۶۶۲
شناسایی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۸۱۲	۰/۸۱۱	۰/۵۷۲
عدم اطمینان	۰/۹۰۰	۰/۹۱۳	۰/۴۸۹
فرصت شناسی	۰/۷۹۴	۰/۸۲۴	۰/۶۱۸
مدیریت منابع	۰/۷۴۵	۰/۷۶۸	۰/۴۹۷
نگرش	۰/۷۳۵	۰/۷۴۴	۰/۴۸۸
کارآفرینی استراتژیک	۰/۹۳۴	۰/۹۴۶	۰/۴۵۰
یادگیری نوآورانه	۰/۸۴۹	۰/۸۵۹	۰/۶۲۸

ب-۱) پایایی ترکیبی

در روش لازم به ذکر است که حداقل مقدار برای آلفای کرونباخ برای سازه‌هایی با تعداد سوالات اندک $0/6$ و برای سایر سازه‌ها $0/7$ مورد تأیید است، همچنین حداقل مقدار برای پایایی ترکیبی $0/7$ است، و سرانجام حداقل مقدار مطلوب برای روایی همگرا (AVE) را مگنر و همکاران (۱۹۹۶) $0/4$ و فورنل و لارکر (۱۹۸۱) $0/5$ دانسته‌اند. شاخص‌های پایایی و روایی همگرای سازه‌های پژوهش در جدول (۷) گزارش شده است. مطابق جدول (۴) معیارهای بررسی شده در قابل قبول هستند و پایایی و روایی همگرای سازه‌های پژوهش تأیید شد.

ج) محاسبه روایی واگرا

ج-۱) روش فورنل - لارکر

در صورتی که یک مدل روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶). قسمتی از ماتریس روایی واگرا بدیل زیاد بودن متغیرها، در جدول (۵) ارائه شده است. همانطور که مشخص است روایی واگرای مدل مناسب می‌باشد.

ضریب برای محاسبه روایی واگرا از روش فورنل و لارکر^۱ استفاده شده است. در این روش میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها سنجیده می‌شود. روایی واگرا وقتی قابل قبول است که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد. نکته حائز اهمیت این است که در محاسبه روایی واگرا تنها متغیرهای مرتبه اول در ماتریس فورنل و لارکر وارد می‌شوند. جدول (۵) ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر را برای مدل تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۵. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر (با نقش تعدیل‌گری متغیر عدم اطمینان محیطی)

	۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
ارزشیابی																۱/۰
انعطاف‌پذیری (۲)														۱/۰		۰/۹
بهره‌بردار												۱/۰	۰/۵۵			۰/۷۸
تغییرات سلیقه											۱/۰	۰/۵۵	۰/۶۰	۰/۶۰		۰/۶۰
تغییرات											۰/۷۰	۰/۶۰	۰/۵۵	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۷۸
رهبری										۱/۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
ریسک‌پذیری (۷)									۱/۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
شدت رقابت در صنعت (۸)								۰/۷۰	۰/۵۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۵۵	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
شناسایی							۰/۷۰	۰/۵۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
عدم اطمینان (۱۰)						۰/۷۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
فرصت‌شناسی (۱۱)					۰/۷۰	۰/۵۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰
مدیریت منابع (۱۲)				۰/۷۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰	۰/۶۰

1- Fornell & Larcker

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
		۰/۸۷	۰/۵۱	۰/۶۷	۰/۵۱	۰/۶۷	۰/۵۱	۰/۷۱	۰/۵۷	۰/۷۱	۰/۵۷	۰/۶۷	۰/۶۷	۰/۵۱	نگرش
	۰/۶۰	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۷۰	۰/۷۱	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۵۱	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۶۷	کارآفرینی استراتژیک
۰/۸۰	۰/۵۱	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۶۷	۰/۵۸	۰/۷۱	۰/۶۷	۰/۶۰	۰/۶۷	۰/۶۷	۰/۵۷	۰/۷۱	۰/۸۰	۰/۶۷	یادگیری

همانگونه که در جدول (۵) مشخص است شرط روایی و اگر برای مدل پژوهش برقرار است. با توجه به نتایجی که در این بخش گزارش شد، روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری متغیر عدم اطمینان تایید شد.

ج-۲) معیار R^2

یکی دیگر از معیارهای برازش مدل ساختاری، معیار R^2 است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی می‌کند.

جدول ۶- مقدار R^2 برای متغیرهای درون‌زای مدل مطابق با جدول ۴-۱۳ است.

شماره	فرضیه	R^2	R^2 تعدیل یافته	نتیجه
۱	شناسایی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۶۵۴	۰/۶۴۳	متوسط
۲	ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۴۸۱	۰/۴۶۵	متوسط
۳	بهره‌برداری فرصت‌های کارآفرینی	۰/۵۵۹	۰/۵۴۵	متوسط

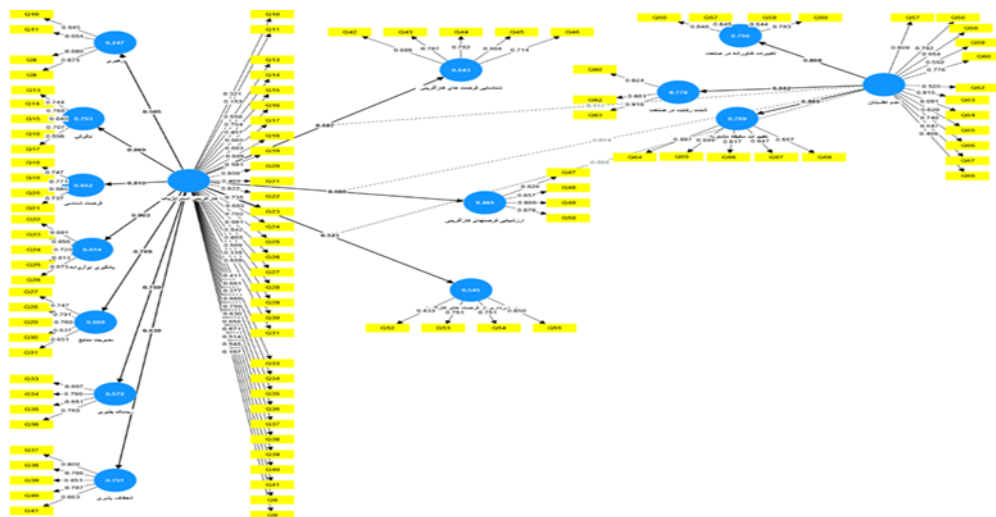
۵-۳- تحلیل داده‌ها

فرضیه‌های پژوهش و نتایج بررسی آن‌ها در جدول (۷) گزارش شده است.

جدول ۷. نتیجه بررسی فرضیه‌های پژوهش

شماره	فرضیه	میزان اثر	آماره t	وجود اثر
۱	کارآفرینی استراتژیک بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان تأثیر دارد.	۰/۶۹۶	۶/۶۵۴	تایید
۲	کارآفرینی استراتژیک بر ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان تأثیر دارد.	۰/۶۶۰	۵/۷۵۴	تایید
۳	کارآفرینی استراتژیک بر بهره‌برداری فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان تأثیر دارد.	۰/۵۲۳	۵/۰۷۶	تایید
۴	عدم اطمینان محیطی رابطه کارآفرینی استراتژیک و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی را تعدیل می‌کند.	۰/۱۱۷	۱/۸۶۷	رد
۵	عدم اطمینان محیطی رابطه کارآفرینی استراتژیک و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی را تعدیل می‌کند.	۰/۰۷۴	۰/۸۴۶	رد
۶	عدم اطمینان محیطی رابطه کارآفرینی استراتژیک و بهره‌برداری فرصت‌های کارآفرینی را تعدیل می‌کند.	-۰/۰۵۸	۰/۸۵۷	رد

شکل (۲) مدل پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۲- مدل پژوهش به همراه بارهای عاملی

۶- نتیجه گیری

فرضیه اول و دوم و سوم تأیید گردید. کارآفرینی استراتژیک به معنای استفاده از رویکردها و راهبردهای استراتژیک در فعالیتهای کارآفرینی است. این نوع کارآفرینی ممکن است شامل تحلیل محیط کسب و کار، شناسایی و ارزیابی فرصتهای بازار، ایجاد راهبردهای رقابتی و تعیین اهداف و استراتژیهای بلندمدت باشد. شناسایی فرصتهای کارآفرینی به معنای شناسایی فرصتهای جدید در بازار که می‌توانند به ایجاد کسب و کارهای موفق منجر شوند است. این شناسایی ممکن است شامل تحلیل بازار، تجزیه و تحلیل رقبای، مشاهده تغییرات اجتماعی و فناوری و تحلیل روندهای صنعتی باشد. با اعمال رویکردهای استراتژیک در فرایند تجزیه و تحلیل بازار و شناسایی فرصتها، کارآفرینان قادر به شناسایی فرصتهای جدید در بازار و ایجاد ایده‌های نوآورانه خواهند بود. علاوه بر این، استفاده از راهبردهای رقابتی و تعیین اهداف و استراتژیهای بلندمدت، کارآفرینان را قادر به بهره‌برداری بهینه از فرصتهای شناسایی شده می‌سازد. ارزیابی فرصتهای کارآفرینی به معنای ارزیابی و انتخاب فرصتهای کسب و کار جدید است که می‌توانند به ایجاد و رشد کسب و کارهای موفق منجر شوند. این ارزیابی ممکن است شامل تحلیل بازار، تحلیل رقبای، تجزیه و تحلیل توان رشد و سودآوری و ارزیابی مخاطرات باشد. با استفاده از رویکردها و راهبردهای استراتژیک، کارآفرینان قادر به انتخاب و ارزیابی بهتر فرصتهای کارآفرینی خواهند بود. به طور مثال، با تحلیل محیط کسب و کار و شناسایی فرصتهای بازار در زمینه‌های مختلف، کارآفرینان می‌توانند فرصتهای پتانسیل‌مند را شناسایی کرده و بر اساس راهبردهای استراتژیک مشخص، فرصتهایی را انتخاب و به آنها سرمایه‌گذاری کنند. بنابراین، این فرضیه می‌تواند نشان دهد که کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان با استفاده از کارآفرینی استراتژیک، قادر به تحلیل دقیق تر محیط کسب و کار، شناسایی و انتخاب فرصتهای مناسب و ارزیابی بهینه آنها خواهند بود. این در نهایت می‌تواند منجر به ایجاد و رشد کسب و کارهای موفق تر توسط کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی شهر اصفهان شود. با نتایج پژوهش علیپوند زمهریری و همکاران (۱۴۰۱)، که نشان دادند که مؤلفه های کارآفرینی استراتژیک بر ابعاد شش گانه کارت امتیازی متوازن شرکت های دانش بنیان شامل مالی، مشتریان، یادگیری و رشد، فرآیندهای داخلی، رضایت کارکنان و ابعاد محیطی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد، همراستا است. بهره‌برداری از فرصتهای کارآفرینی به معنای بهره‌برداری از فرصتهای کسب و کار جدید و مناسب است که می‌توانند به رشد و توسعه کسب و کارها منجر شوند. این بهره‌برداری ممکن است شامل استفاده از منابع مالی و انسانی، ایجاد روابط کسب و کار موثر، توسعه محصولات و خدمات نوآورانه و بهره‌برداری از فرصتهای بازار باشد.

فرضیه چهارم و پنجم و ششم پژوهش رد گردیدند. در نتایج پژوهش امینی و همکاران (۱۳۹۹) که به ارائه مدل استراتژیک کارآفرینی مبتنی بر توسعه مالی پرداخته بود، عوامل سازمانی در اولویت اول و عوامل محیطی آخرین اولویت در کارآفرینی استراتژیک قرار گرفتند. همچنین صفار و چرخکار (۱۳۹۸) بیان کردند که تفکر کارآفرینانه، ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، به کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری و در نهایت مدیریت استراتژیک در مبحث کارآفرینی استراتژیک تأثیر مثبت و معناداری در شناسایی و کشف فرصتهای کارآفرینی دارند. همچنین امینی و همکاران (۱۴۰۰)، نشان دادند که کارآفرینی استراتژیک در تأثیرگذاری کارآفرینی شرکتی بر عملکرد

تجاری با نقش میانجی گری، تاثیر مثبت و معناداری دارد. در شرایطی که عدم اطمینان محیطی بالا باشد، محیط کسب و کار با تغییرات ناقطعی و غیرقابل پیش‌بینی روبرو است که می‌تواند تأثیر زیادی بر روی رویکردها و راهبردهای کارآفرینی داشته باشد. در شرایطی که عدم اطمینان محیطی بالا باشد و عوامل ناقطعی و غیرقابل پیش‌بینی در محیط کسب و کار وجود داشته باشند، کارآفرینان نیازمند تعدیل و تنظیم استراتژی‌ها و رویکردهای خود برای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی هستند. عدم اطمینان محیطی می‌تواند به عنوان یک متغیر تعدیل کننده، تأثیری مستقیم یا غیرمستقیم بر فرایند ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی داشته باشد. این عدم اطمینان می‌تواند تأثیر مستقیمی بر روی اطلاعات موجود در محیط داشته باشد و باعث افزایش قدرت پیش‌بینی ناقص و کاهش دقت در ارزیابی فرصت‌ها شود. علاوه بر این، عدم اطمینان محیطی می‌تواند تأثیر غیرمستقیمی بر روی شیوه‌ها و روش‌های ارزیابی فرصت‌ها داشته باشد، مانند تأثیر بر روش‌های استفاده شده برای جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل داده‌ها، و استفاده از فرضیات و قوانین در ارزیابی فرصت‌ها.

۷- پیشنهادهای کاربردی و نظری

- با توجه به نتایج به دست آمده موارد زیر پیشنهاد می‌شود:
- پیشنهاد می‌شود اتاق بازرگانی برنامه‌ها و فعالیت‌هایی را برای تقویت و ترویج کارآفرینی استراتژیک در بین کارآفرینان عضو خود طراحی کند که می‌تواند شامل برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها و همایش‌ها در زمینه استراتژی‌گذاری و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی باشد.
 - پیشنهاد می‌شود اتاق بازرگانی برنامه‌ها و راهبردهایی را تدوین کند تا کارآفرینان عضو با توجه به عدم اطمینان محیطی، بهترین راهکارها و استراتژی‌ها را در ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی اتخاذ کنند.
 - پیشنهاد می‌شود اتاق بازرگانی تلاش کند تا آموزش‌ها و برنامه‌های آگاهی‌بخشی را در زمینه کارآفرینی استراتژیک و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی برای کارآفرینان عضو ارتقا دهد.
 - پیشنهاد می‌شود منابع و اطلاعات مرتبط با شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی را برای کارآفرینان عضو اتاق بازرگانی در دسترس قرار دهد. این می‌تواند شامل ایجاد یک پایگاه داده مرجع، ارائه گزارش‌ها و مطالب آموزشی، و ارائه مشاوره و راهنمایی فنی در زمینه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی باشد.
 - پیشنهاد می‌شود اتاق بازرگانی گروه‌های کاری را براساس حوزه‌های مختلف فعالیت تشکیل دهد. هدف از تشکیل این گروه‌ها، به اشتراک گذاری دانش، تجربیات و منابع در رابطه با فرصت‌های کارآفرینی استراتژیک باشد.

منابع

۱. امینی سیده شیوا نساجی کامرانی مهدی منصوری نسرين عبدالمنافی سعید و صادقی عمروآبادی بهروز، (۱۴۰۰)، «تحلیل اثر میانجی کارآفرینی استراتژیک در تاثیرگذاری کارآفرینی شرکتی بر عملکرد تجاری (مورد مطالعه: شرکت صنایع غذایی روژین تاک کرمانشاه)»، مجله علمی تخصصی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم، دوره ۵، شماره ۱، صص ۳۸۳-۳۹۸
۲. امینی طیبیه نصیری مجید سعیدی پرویز و عباسی ابراهیم، (۱۳۹۹)، «الگوی کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر توسعه مالی با رویکرد AHP فازی»، فصلنامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۱۲۷-۱۴۱
۳. پرنهر فرید و احمدیان سحر، (۱۳۹۶)، «بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی با توجه به نقش تعدیل گر عدم اطمینان محیطی». دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری.
۴. حمزه‌ئی طهرانی مهشید حقیقت‌منفرد جلال و باسحا مهدی، (۱۴۰۱)، «طراحی شبکه مضامین تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری درمانی»، مدیریت کسب و کار بین‌المللی، دوره ۵، شماره ۱، صص ۱۸۲-۱۶۷
۵. داوری علی و رضازاده آرشد، (۱۳۹۶)، «مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS»، تهران: انتشارات جهاددانشگاهی
۶. صفار محمد و چرخکار محمدصادق، (۱۳۹۸)، «نقش کارآفرینی استراتژیک در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی»، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال چهارم، شماره ۳۰، جلد چهارم، صص ۱۰۰-۱۱۲
۷. علیوند زمهریری علی حیرانی فر معین الدین محمد، (۱۴۰۱)، «بررسی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با به کارگیری ابعاد جدید کارت امتیازی متوازن»، مجله بین‌المللی تحلیل و برنامه‌های غیرخطی. ۱۴ (۱) صص ۵۷-۸۰

۸. کلایی امیرمحمد (۱۴۰۱)، «نوسازی استراتژیک در کارآفرینی با روش ترکیب پژوهشی» فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۵، شماره ۱، ص ۱۶۱-۱۸۰
۹. مالا میری محمد نجفی محسن و مالکی مجتبی، (۱۴۰۱)، «تأثیر مؤلفه های برنامه ریزی استراتژیک شرکت بر قابلیت های بازاریابی با میانجی کارآفرینی»، نشریه علمی رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری (۲۰) ۶ ص ۱۸۱۲-۱۸۳۰
۱۰. موسوی سیدمحمد و شبگو منصف سید محمود، (۱۳۹۷)، «بررسی نقش دانش فنی در تشخیص و بهره برداری از فرصت های کار آفرینانه»، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۲، شماره ۵
۱۱. مهدیزاده اقدم شیوا یداللهی فارسی جهانگیر وایمانی پور نرگس، (۱۴۰۰)، «فصلنامه آینده پژوهی مدیریت». سال سی و یکم. شماره ۱۲۷. ص ۱۵۴-۱۶۲
۱۲. یداللهی فارسی جهانگیر دقیقی اصلی علیرضا و نظمی شرامین ولی اله، (۱۳۹۲)، «طراحی الگوی ارزیابی فرصت های کارآفرینی در بیمه های عمر»، پژوهشنامه بیمه ۲۸ (۴) ص ۱۷۹-۲۰۰
13. Al Humaidan S, Sabatier V.(2017) Strategic renewal in times of environmental scarcity: The mediating role of technology in business model evolution. Journal of Organizational Change Management..
14. Azizi ,M and Salmani Bidgoli, M.(2018). Investigating factors forming trust in family and non-family entrepreneurship, The Modares Journal of Management Researches in Iran, 22 (1), 165-186.
15. Hitt, M.A., Ireland, R.D., Sirmon, D.G., & Trahms, C.A (2011). Strategic Entrepreneurship: Creating Value for Individuals, organizations, and Society, Academy of Management Perspectives.
16. Ketchen Jr DJ, Craighead CW.(2020). Research at the intersection of entrepreneurship, supply chain management , and strategic management: Opportunities highlighted by COVID-19. Journal of Management. Nov;46(8), 1330-1341.
17. Kraus, S., Kauranen, I., Reschke, C.(2011). Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configurati configuration approach, Man Research Review, Vol. 34 No. 1, pp. 58-74.
18. Kyrgidou Lida P., Hughes, Mathew, (2010). Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions. European Business Review, Vol. 22 Iss: 1 pp. 43 – 63.
19. Luu TD. Fostering strategic entrepreneurship of SMEs(2023). the role of organisational change forces. Management Decision. Jan 12(ahead-of-print).
20. Tipu SA, Fantazy K.(2018) Exploring the relationships of strategic entrepreneurship and social capital to sustainable supply chain management and organizational performance. International Journal of Productivity and Performance Management. Nov 19.
21. Wijaya O.(2023). The role of strategic entrepreneurship and social capital on sustainable supply chain management and organizational performance. Uncertain Supply Chain Management., 11(1):53-60.

