

مدیریت کسب و کار



انجمن علمی بازاریابی ایران

تهران - بهمن ۱۳۹۷

ارائه الگویی جهت مدل سازی نقش کارآفرینی در ایجاد مدل کسب و کار نوآورانه جهت رونق بازار مسکن در حوزه املاک و مستغلات مشهد در شرکت این سو آن سو

هانیه ابریشم چی*^۱، علی اصغر تباوار^۲.

۱- دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی سازمانی - دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲- دکترای مدیریت بازاریابی - استادیار گروه مدیریت مالی و بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان

خلاصه

در این پژوهش، ارائه الگویی جهت مدل سازی نقش کارآفرینی در ایجاد مدل کسب و کار نوآورانه جهت رونق بازار مسکن در حوزه املاک و مستغلات مشهد، جهت بهره برداری توسط شرکت این سو آن سو؛ شرکت های ارائه دهنده خدمات نوآورانه املاک و مستغلات و اساتید و دانشجویان رشته های کارآفرینی و مدیریت فناوری نوآورانه و نوآوری، ارایه شد. داده های مربوط به ابزار بومی سازی مؤلفه های پژوهش، در فاصله زمانی اواسط اردیبهشت ماه ۱۳۹۷ جمع آوری شدند. اطلاعات جمع آوری شده جهت طراحی ارائه الگویی جهت مدل سازی نقش کارآفرینی در ایجاد مدل کسب و کار نوآورانه جهت رونق بازار مسکن در حوزه املاک و مستغلات مشهد در شرکت این سو آن سو به کمک محیط مدل سازی AMOS؛ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. مدل پیشنهادی پژوهش با توجه به خوشه (Cluster) کارآفرینی (E) در برگزیده گره هایی (Node) از قبیل: فعالیت های کارآفرینانه در موتور نوآوری با کد رتبه بندی (E^۱)، روش های انتقال فناوری در کارآفرینی با کد رتبه بندی (E^۲)، چرخه حیات راهبرد فناوری در کارآفرینی با کد رتبه بندی (E^۳)، معیارهای مؤثر بر انتقال فناوری در کارآفرینی با کد رتبه بندی (E^۴)، و خوشه (Cluster) مدل کسب و کار نوآورانه (IBM) در برگزیده گره هایی (Node) از قبیل: ابعاد یک پروژه آینده نگاری مدل کسب و کار نوآورانه با کد رتبه بندی (IBM^۱)؛ محیط نهادی TIS از منظر کارکردهای نظام نوآوری فناوری با کد رتبه بندی (IBM^۲)؛ نتایج نوآوری راهبردی با کد رتبه بندی (IBM^۳)؛ و خوشه (Cluster) رونق بازار مسکن در خدمات نوآورانه نوین املاک و مستغلات (NSD) در برگزیده گره هایی (Node) از قبیل: نوآوری در توسعه محصول جدید جهت ارائه خدمات نوآورانه نوین با کد رتبه بندی (NSD^۱)؛ فرآیند تدوین نقشه راه فناوری جهت ارائه خدمات نوآورانه نوین با کد رتبه بندی (NSD^۲)؛ کانال های خارجی منبع نوآوری جهت ارائه خدمات نوآورانه نوین با کد رتبه بندی (NSD^۳)؛ تدوین شد. در نهایت حجم نمونه این پژوهش برابر است با ۳۰۰ نفر از خبرگان در دسترس و متمایل به همکاری (۱۰۰ نفر از خبرگان دانشگاهی و ۲۰۰ نفر از خبرگان حوزه املاک و مستغلات مشهد و شرکت این سو آن سو) که با ترکیبی از دو روش نمونه گیری غیراحتمالی هدفمند (قضاوتی) و نمونه گیری گلوله برفی شدند. به عبارت دیگر، با توزیع ۳۱۲ پرسشنامه، در میان خبرگان جامعه آماری؛ در پایان امکان گردآوری نظرات ۳۰۰ نفر از خبرگان مذکور، میسر گردید. داده های مربوط به ابزار گردآوری اطلاعات (ابزار اندازه گیری تأثیر متغیرهای مؤثر بر تحلیل نقش کارآفرینی در ایجاد مدل کسب و کار نوآورانه جهت رونق بازار مسکن در حوزه املاک و مستغلات مشهد در شرکت

* Corresponding author: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی

Email: abrishamchi62@gmail.com

مدیریت کسب و کار



انجمن علمی بازاریابی ایران

تهران - بهمن ۱۳۹۷

این سو آن سو (در فاصله زمانی اوایل اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۷ جمع آوری شدند. در نهایت مشخص گردید، مهمترین نتایج پژوهش حاضر عبارت است از اینکه، همبستگی عاملی بین متغیرهای "خوشه رونق بازار مسکن در خدمات نوآورانه نوین املاک و مستغلات (NSD) در شرکت این سو آن سو" و "خوشه مدل کسب و کار نوآورانه (IBM)" بر اساس بارهای ساختاری تحلیل عاملی تأییدی برابر با ۰,۹۳۶ و همبستگی عاملی بین "خوشه رونق بازار مسکن در خدمات نوآورانه نوین املاک و مستغلات (NSD) در شرکت این سو آن سو" و "خوشه کارآفرینی (E)" بر اساس بارهای ساختاری تحلیل عاملی تأییدی برابر با ۰,۵۶۶ و همبستگی عاملی بین "خوشه مدل کسب و کار نوآورانه (IBM)" و "خوشه کارآفرینی (E)" بر اساس بارهای ساختاری تحلیل عاملی تأییدی برابر با ۰,۵۲۱ محاسبه شده است. واژگان کلیدی: "کارآفرینی"، "املاک و مستغلات مشهد"، "مدل کسب و کار نوآورانه"، "رونق بازار مسکن"، "شرکت این سو آن سو"، "مدل سازی معادلات ساختاری AMOS".

۱. مقدمه

امروزه در جوامع دانش بنیان دامنه تأثیر کارآفرینی بسیار وسیع بوده، به نحوی که از تغییر در ارزش های اجتماعی، تا رشد شتابان اقتصادی را شامل می شود و مواردی همچون اشتغالزایی، توسعه فناوری نوآورانه، شناخت و گسترش بازارهای جدید، ساماندهی و بهره گیری اثر بخش از منابع، ترغیب و تشویق سرمایه گذاری و افزایش ثروت در جامعه را در بر می گیرد. در حقیقت، کارآفرینی را می توان فعالیتی به شمار آورد که به آفرینش کار و ایجاد ارزش افزوده در سرمایه یا تولید و عرضه هرگونه کالا یا خدمت نوآورانه جدید منتج می شود. از دیگر سو، بیش از یک دهه است که مقوله کارآفرینی و پدیده های نوظهور مرتبط با آن نظیر پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری نوآورانه و شهرک های علمی، فناوری نوآورانه و تحقیقاتی، مورد توجه و تأکید مدیران و مسئولین کشور قرار گرفته و اقدامات و برنامه های متعددی در این زمینه صورت پذیرفته است، اما توسعه کارآفرینی و فرهنگ منتج از آن، فرآیندی است که ما هنوز به طور کامل آن را در کشور طی نکرده و به ویژه در حوزه توسعه فرهنگ نوآوری و کارآفرینی با موانع و محدودیت های فراوانی مواجه ایم که در صورت بی اعتنایی به آسیب ها، موانع و کاستی های موجود در این زمینه و عدم بازنگری، بازانندیشی و بازمهندسی فرآیند توسعه فرهنگ کارآفرینی، این فرآیند پویا و استراتژی کارآمد و این عامل تأثیرگذار در تسهیل و تسریع فرآیند توسعه کشور، می تواند به یک تجربه شکست خورده ملی بدل شود. به طور کلی، علیرغم جایگاه ویژه و ارتباط متقابل که دو مقوله نوآوری و کارآفرینی در تحقق نظام ملی نوآوری و در نتیجه دستیابی به توسعه و اقتصاد مبتنی بر دانش دارند، تاکنون در ادبیات این حوزه، ارتباط نظام ملی نوآوری و کارآفرینی به ویژه فرهنگ کارآفرینی به صورت علمی، سیستماتیک و هدفمند در تحقیقات اندکی مد نظر قرار گرفته است. باسکا و سوگلو در سال ۲۰۰۸، بیان میدارد، علیرغم این که به نظر میرسد، نظام ملی نوآوری و کارآفرینی دارای رابطه وابستگی و مکملی با یکدیگرند، اما مطالعاتی که این دو رویکرد را با یکدیگر تلفیق کرده باشد، بسیار اندک است و تاکنون تلاش های ناچیزی برای ارتباط نظام ملی نوآوری و فرهنگ کارآفرینی انجام گرفته است. رادو سوویک در سال ۲۰۰۵، بیان میدارد، ادبیات علمی درباره نظام ملی نوآوری به میزان زیادی موضوع فرهنگ کارآفرینی را نادیده انگاشته است (شفیعی و نعمتی، ۱۳۸۹). در واقع مسائل این پژوهش را می توان ابهام و خستگی تصمیم گیران کارآفرینی بر اثر ترکیب روش های مختلف ارائه الگویی جهت مدل سازی نقش کارآفرینی در ایجاد مدل کسب و کار نوآورانه جهت رونق بازار مسکن در حوزه املاک و مستغلات مشهد در شرکت این سو آن سو، در محیط مدل سازی معادلات ساختاری AMOS، بیان نمود.