

The Impact of Bricolage on Corporate Entrepreneurship: The mediation role of opportunity identification

MORTEZA AKBARI*¹, MOZHGAN DANESH²

1, Associate Professor, Department of Technological Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

2, PhD Student, Department of Technological Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Iran

(Received: Sep. 2, 2018- Accepted: Apr. 27, 2019)

ABSTRACT

In entrepreneurship literature, the importance of Bricolage is conceptualized in the ability to overcome resource constraints and thereby creating the market and the growth of emerging companies. In this way, the present study aimed to investigate the effect of Bricolage on Corporate Entrepreneurship with the role of mediating opportunity identification in companies active in the field of agricultural engineering consulting services. The statistical population consisted of all of the managers of the firms of the Agricultural Engineering Services of the Markazi province in 130 People. The sample size was determined based on Cochran's formula of 97 people who were selected by simple random sampling. Data collection was done by using a standard questionnaire which has had the necessary validity and reliability. In this research, apparent validity (referring to six professors and experts in the field of entrepreneurship) was used and reliability was confirmed through the combination of reliability and Cronbach's alpha. In order to analyze the data, Structural Equation Modeling and Smart PLS2 software have been used. The results of the research indicated that bricolage directly affects corporate entrepreneurship. In addition, bricolage has a positive impact on corporate entrepreneurship indirectly through the mediating role of opportunity identification.

Keywords: Bricolage, Corporate Entrepreneurship, Opportunity Identification

EXTENDED ABSTRACT

Objectives

Bricolage, in the entrepreneurial literature, has been used to explain the concept of market creation and the growth of emerging companies. Because new venture and start-ups usually do not have the available resources, bricolage enables them to survive and even rehabilitate and renovate existing resources to fill existing resource. In fact, bricolage is an important way to encounter the organizational tendency to accept limitations without testing them. Evidence suggests that new venture capital investments involved in bricolage are better able to manage resource constraints and achieve superior performance. Accordingly, most entrepreneurship studies refer to bricolage as an approach to overcome the problem of the resources limitations of new venture capital. However, the effects of bricolage are more than just resource constraints. To some extent, some researchers have pointed to the effect of bricolage on knowledge production and opportunity identification. Bricolage through the creation of new knowledge may enable organizations to identify more opportunities, so the process of identifying opportunities is another important process of entrepreneurship. Therefore, the current study was conducted to investigate the effect of bricolage on corporate entrepreneurship with the role of mediating opportunity identification in companies

active in the field of agricultural engineering consulting services. Hypotheses are thus developed to examine the relationship between bricolage and corporate entrepreneurship as well as the mediating role of opportunity identification.

Methodology

The statistical population consisted of 130 managers of the firms of the Agricultural Engineering Services of the Markazi Province in Iran. The sample size was determined on the basis of Cochran's formula of 97 people who were selected by simple random sampling. Data collection was done by using a standard questionnaire which has had the necessary validity and reliability. In this research, face and content validity (referring to 6 professors and experts in the field of entrepreneurship) was used and reliability was confirmed through the combination of reliability and Cronbach's alpha. In order to analyze the data, Structural Equation Modeling and Smart PLS2 software have been used.

Results and Discussion

The empirical results generally support our hypotheses by showing that (1) bricolage positively influences opportunity identification, (2) opportunity identification positively influences corporate entrepreneurship, and (3) opportunity identification mediates the relationship between bricolage and corporate entrepreneurship. We conclude that the subjective knowledge derived from bricolage will shape a firm's subjective opportunity set and facilitate opportunities identification, which will ultimately increase the likelihood of the incumbent firm's corporate entrepreneurship (including product innovation, venturing, and strategic renewal).

Conclusion

By joining insights from recent research that bricolage gains new knowledge of resources at hand, this study argues that the idiosyncratic knowledge derived from bricolage is a valuable source of identifying new opportunities. Furthermore this research (i.e., opportunity identification is positively related to corporate entrepreneurship) provides new evidences that the more opportunities that firms can identify and embrace, the more subsequent entrepreneurial activities. New opportunities are argued to be vital in influencing the focal firm to take part in corporate entrepreneurship. Consistent with these arguments, our result supports the positive relationship between opportunity identification and corporate entrepreneurship because the more entrepreneurial opportunities the firm identify, the more possibilities they have for entrepreneurial choices and subsequently pursue innovation, venturing, or strategic renewal projects.

تأثیر بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی: با تبیین نقش میانجی شناسایی فرصت

مرتضی اکبری^{۱*}، مژگان دانش^۲

۱، دانشیار گروه کارآفرینی فناوریانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
 ۲، دانشجوی دکتری گروه کارآفرینی فناوریانه دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
 (تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۱۱ - تاریخ تصویب: ۹۸/۲/۷)

چکیده

در ادبیات کارآفرینی، اهمیت بریکولاژ در توانایی غلبه بر محدودیت منابع و به‌موجب آن، خلق بازار و رشد شرکت‌های نوپا مفهوم‌سازی شده است. به این ترتیب، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی شناسایی فرصت در شرکت‌های فعال در عرصه خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی صورت گرفت. جامعه آماری شامل کلیه مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان مرکزی به تعداد ۱۳۰ نفر بود و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران تعداد ۹۷ تن تعیین شد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد صورت گرفت که از روایی و پایایی لازم برخوردار بود. در این پژوهش از روایی ظاهری (مراجعه به ۶ تن از اساتید و خبرگان در حوزه کارآفرینی) استفاده شد و پایایی از طریق روش پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS2 استفاده شد. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی به‌طور مستقیم تأثیر مثبت دارد. همچنین بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی به‌طور غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی شناسایی فرصت تأثیر مثبت دارد.

واژه‌های کلیدی: بریکولاژ، کارآفرینی سازمانی، شناسایی فرصت

مقدمه

مفهوم بریکولاژ توسط Levi-Straus (1996) به‌عنوان ساخت هر چیزی با آنچه در دست است از طریق استفاده مجدد و بازسازی آنها در زمینه کارآفرینی معرفی شده است (Garud & Karnøe, 2003). در ادبیات کارآفرینی، بریکولاژ برای توضیح مفهومی خلق بازار (Baker & Nelson, 2005) و رشد شرکت‌های

نوظهور مورد استفاده قرار گرفته است. از آنجا که سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید و سازمان‌های تازه تأسیس، معمولاً منابع مورد نیاز خود را ندارند، بریکولاژ آنها را قادر می‌سازد تا زنده بمانند و حتی آنها را از طریق دوباره‌سازی و استفاده مجدد از منابع در دست برای پر کردن شکاف منابع موجود و مواجهه با مشکلات، شکوفا سازد (Baker & Nelson, 2005; Moghimi et al., 2019). درحقیقت بریکولاژ راه مهمی برای مقابله با گرایش سازمانی به قبول محدودیت‌ها بدون آزمایش

سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید مورد توجه قرار داده‌اند، تعداد اندکی از آنها به طور مستقیم به بررسی اثرات بریکولاژ روی کارآفرینی سازمانی با متغیر میانجی شناسایی فرصت‌های جدید کارآفرینانه پرداخته‌اند. لذا جهت پوشش شکاف تحقیقاتی که در این زمینه وجود دارد بخش کشاورزی یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی کشور به شمار می‌رود که درصد قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است (Moradnezehadi, 2007). از این رو جهت ارتقا و افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و در راستای واگذاری امور به بخش خصوصی و کوچک‌سازی دولت از سال ۱۳۸۶، ایجاد و استقرار شبکه غیردولتی خدمات و مشاوره فنی و مهندسی کشاورزی در سطح کشور در عرصه‌های تولید به منظور ارائه خدمات ترویجی، آموزشی، فنی و اجرایی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت، ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات کشاورزی، ایجاد زمینه اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی، بهره‌مندی هرچه بیشتر کشاورزان از علوم و فنون کشاورزی و افزایش پوشش خدمات ترویج کشاورزی برای تولیدکنندگان بنا نهاده شد. شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی به عنوان یک نظام مستقل عمل نموده و شامل مجموعه ارگانیک از عوامل انسانی و فیزیکی و امکانات ارتباطی است که ساختاری را برای انتقال دانش فنی و تبادل اطلاعات دوسویه بین کشاورزان و ارائه خدمات نهاده‌ای، مشاوره‌ای و فنی مهندسی مورد نیاز کشاورزان فراهم می‌کند (Ministry of Jihad-E-Agriculture, 2007). از این رو، شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، به دلیل اهمیت در رشد اقتصاد و داشتن مصادیق کارآفرینی، شرکت‌های نمونه این تحقیق را تشکیل داده‌اند. مسأله اصلی تحقیق این‌گونه مطرح می‌شود که، استفاده از بریکولاژ تا چه میزان بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان مرکزی تأثیر گذاشته است؟ و اینکه تأثیر میانجی شناسایی فرصت در این رابطه چگونه است؟

ادبیات پیشین بیان کرده‌اند که شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه می‌تواند به عواملی مانند هوشیاری کارآفرینانه (Kirzner, 1973)، شبکه‌های اجتماعی

آن‌ها است. شواهد نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید که درگیر در بریکولاژ هستند، بهتر قادر هستند محدودیت منابع را مدیریت کنند و عملکرد برتر را به دست آورند (Cunha et al., 2014; Senyard et al., 2014). برای این اساس، اغلب مطالعات موجود در زمینه کارآفرینی به بریکولاژ به عنوان رویکردی برای غلبه بر مشکلات محدودیت منابع سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید می‌نگرد (Desa, 2012). با این حال، اثرات بریکولاژ بیش از رفع محدودیت منابع است. تا آنجا که برخی از محققان به تأثیر بریکولاژ روی تولید دانش و شناسایی فرصت اشاره کرده‌اند. بریکولاژ از طریق ایجاد دانش جدید، ممکن است سازمان‌ها را قادر به شناسایی فرصت‌های بیشتر کند، بنابراین فرآیند شناسایی فرصت‌ها، یک فرآیند مهم دیگر از کارآفرینی محسوب می‌شود (Burg et al., 2012). با این وجود تأثیر بریکولاژ در شناسایی فرصت‌ها به ندرت در ادبیات موجود مورد بررسی قرار گرفته است (An et al., 2018). شناخت فرصت، مفهومی چند وجهی است که اخیراً در تحقیقات دانشگاهی به آن توجه شده است (Akbari et al., 2019). کارآفرینان افرادی هستند که به دلیل دارا بودن ویژگی‌های خاص، توان شناخت فرصت برایشان امکان‌پذیر شده و شاید بتوان گفت که مهمترین فعالیت کارآفرینی، شناسایی فرصت است. در واقع، کارآفرینی شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که تاکنون از آنها بهره‌برداری نشده است (Stevenson & Jarillo, 1990). از سوی دیگر از آنجا که تحقیقات بسیاری روی تأثیر بریکولاژ روی کارآفرینی فردی و سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید انجام شده است، ولیکن تعداد تحقیقات اندکی به بررسی تأثیر بریکولاژ روی کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند (An et al., 2018). برخی از محققان استدلال کرده‌اند که بریکولاژ با توجه به اثرات آن در تولید دانش جدید می‌تواند در انواع مختلف سازمان‌ها به کار آید. دانش جدید تولید شده از منابع در دست از طریق بریکولاژ ممکن است شرکت‌ها را قادر به شناسایی فرصت‌های بیشتری کند که این به نوبه خود باعث تأثیر روی کارآفرینی سازمانی می‌شود (Guo et al., 2015). در حالی که اکثر مطالعات، بریکولاژ را به عنوان ابزاری برای غلبه بر محدودیت منابع در زمینه

دانش گسترده‌ای نیاز دارد که اغلب در اختیار یک فرد قرار ندارد (Hsieh et al., 2007). به‌همین ترتیب، بریکولاژ به ساختار شرکت‌ها در ایجاد مجموعه‌ای از ویژگی‌های منحصر به فرد و بزرگ کمک می‌کند تا شناسایی فرصت‌های جدید و سودآور آسان شود. به‌طور خاص، بریکولاژ می‌تواند به دو شیوه به شناسایی فرصت شرکت‌ها کمک کند. اول، بریکولاژ شرکت‌ها را قادر می‌سازد مجموعه‌ای از فرصت‌های بزرگتر را تشکیل دهند. از طریق یادگیری با آزمون و خطا، بریکولاژ به شرکت‌ها کمک می‌کند دانش غیر نظری و مبتنی بر تجربه، به ویژه دانشی که نقاط به ظاهر غیرمرتبط را برای ایجاد ایده برای محصولات و خدمات جدید مرتبط می‌کند، ایجاد کند (Duymedjian & Ruling, 2010). دانش تجربی ممکن است دامنه دانش شرکت را گسترش داده و شرکت را قادر به شناسایی فرصت‌های خاصی کند که موجود هستند، اما برای سایر شرکت‌ها غیر قابل مشاهده هستند. بدین ترتیب، با کمک بریکولاژ، شرکت‌ها می‌توانند فرصت‌های بیشتری را شناسایی کنند (Desa & Basu, 2013). دوم، بریکولاژ شرکت‌ها را قادر می‌سازد مجموعه فرصت‌های ناهمگونی را شکل دهند. به‌علت ویژگی عدم اطمینان آن و آزمایش و خطای بریکولاژ، بریکولاژ اغلب دانش ذهنی، غیرمنتظره، ضمنی و سخت قابل تقلید را ایجاد می‌کند (Duymedjian & Ruling, 2010). افزایش راه‌های بازسازی عناصر دانش ذهنی، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا فرصت‌های ناهمگونی را شناسایی کنند. با توجه به تغییرات سریع در خواسته‌های بازار و ترجیحات مشتری و رقابت شدید در بازارهای امروز، شرکت‌ها به‌طور فزاینده‌ای بر فرصت‌های جدید برای بقاء و موفقیت تکیه می‌کنند. از این‌رو، با مجموعه فرصت‌های نوآورانه ایجاد شده توسط بریکولاژ، مدیران گزینه‌های بیشتری برای پیاده‌سازی فعالیت‌های نوآورانه در سازمان خواهند داشت (Gruber et al., 2012). در نهایت، شرکت‌هایی که از بریکولاژ استفاده می‌کنند، اغلب بیشتر احتمال دارد که نه تنها یک مجموعه بزرگتر از فرصت‌ها، بلکه مجموعه‌ای از فرصت‌های ناهمگن را شناسایی کنند. در نتیجه، فرضیه زیر مطرح می‌شود:

(Singh et al., 1999)، شناخت کارآفرینانه (Baron, Lumpkin & Lichtenstein, 2006)، یادگیری سازمانی (Foss et al., 2008) مرتبط باشد. یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر شناسایی فرصت‌ها بریکولاژ است. Baker and Nelson (۲۰۰۵) بریکولاژ را به‌عنوان رفتار "انجام با منابع در دست" تعریف کرده‌اند. مفهوم بریکولاژ در چارچوب دیدگاه مبتنی بر منابع بسط یافته است (Wernerfelt, 1984). بریکولاژ شامل تفسیر محیط سازمان‌ها، توجه به منابعی که دیگران آنها را رد کرده‌اند و ایجاد چیزی از هیچ چیز است (Fisher, 2013; Linna, 2012). در بریکولاژ، انواع مختلف منابع- مواد، انسان و فرهنگ - به کار می‌آیند (Mair and Marti, 2009). تفسیر و ترکیب منابع نه تنها به شرکت‌ها کمک می‌کند تا ابزار جدیدی برای پاسخ به چالش‌ها ایجاد کند. بلکه، می‌تواند به شناسایی فرصت‌های جدید برای ایجاد ارزش کمک کند (Di Domenico & Tracey, 2010; Linna, 2013). بریکولارها به‌طور خلاقانه از طریق استفاده مجدد یا ترکیبی از منابع موجود به اهدافشان دست پیدا می‌کنند (Servantie & Rispal, 2018). بریکولاژ برای بیان تمایز بین اقدامات یک مهندس و اقدامات یک بریکولر است. یک مهندس بر روی مجموعه‌ای از ابزار و مواد برای طراحی مورد نظر تمرکز می‌کند. درحالی که یک بریکولر انتخاب می‌کند با هرآنچه در دست است، کار را انجام دهد (Abdollahi et al., 2018). از سوی دیگر، شناسایی فرصت یکی از شاخص‌های کلیدی فرآیند کارآفرینی و یکی از اصلی‌ترین عوامل بقاء و موفقیت کارآفرینان به- شمار می‌رود (Dianti et al., 2018). شناسایی فرصت عبارت است از فرآیندی که به وسیله آن امکان ایجاد یک کسب وکار، محصول یا خدمت جدید و سودآور برای فرد فراهم می‌شود (Abdi Jamyran et al., 2017). Corbett (2007) شناسایی فرصت را به‌عنوان توانایی شناخت یک ایده خوب و انتقال آن به کسب وکار به گونه‌ای که ارزش افزوده و درآمد تولید کند، تعریف کرده است. کشف و شناسایی فرصت تنها به یافتن محصولات ارزشمند محدود نشده است؛ بلکه شناسایی بازار، مواد تولیدی، روش‌های تولید و روش‌های سازماندهی جدید را نیز دربرمی‌گیرد که این حوزه‌ها به

فرضیه اول: بریکولاژ تأثیر مثبت و معناداری روی شناسایی فرصت دارد.

کارآفرینی سازمانی، توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان، از طریق ترکیب منابع جدید است که می‌تواند رشد و نوآوری را در یک سازمان سنتی بهبود بخشد (Khosravi et al., 2016). کارآفرینی سازمانی اغلب حاکی از یک رفتار منظم است که به‌طور هدفمند و به‌طور مداوم یک شرکت را نوسازی می‌کند و دامنه عملیات آن را از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه وسعت می‌دهد (Ireland et al., 2009). طبق نظر Ardichvili et al. (2003) کارآفرینی سازمانی تابعی مثبت از فرصت‌هایی است که کارآفرینان سازمان‌ها می‌توانند شناسایی کنند. مجموعه فرصت‌های بیشتر، کارآفرینان سازمانی را قادر می‌سازد تا اقدامات کارآفرینانه بیشتری انجام دهند. ادبیات موجود نشان می‌دهد که بین شناسایی فرصت و کارآفرینی سازمانی ارتباطی مثبت وجود دارد. Gruber et al. (2012) استدلال کرده‌اند که شناسایی فرصت‌های فراوان بازار قبل از ورود به بازار، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا کیفیت خدمات بیشتری را برای بهبود عملکرد شرکت انتخاب و اجرا کنند. به‌طور مشابه، Ajzen (1991) استدلال کرده است که تعداد بیشتری از فرصت‌هایی که افراد درک می‌کنند و معتقدند که می‌توانند بهره‌برداری کنند باعث می‌شود این افراد کنترل رفتار کارآفرینانه بهتری داشته باشند (Fini et al., 2012). در نتیجه، با توجه به مطالب ذکر شده فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه دوم: شناسایی فرصت تأثیر مثبت و معناداری روی کارآفرینی سازمانی دارد.

بریکولاژ، شناسایی فرصت را افزایش می‌دهد که این امر به نوبه خود، روی کارآفرینی سازمانی تأثیری مثبت دارد. کارآفرینی سازمانی عموماً به فعالیت‌های کارآفرینی یک شرکت، مانند نوآوری محصول، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و نوسازی استراتژیک آن اشاره دارد (Phan et al., 2009). در کارآفرینی سازمانی با به‌کارگیری ظرفیت‌های نوآوری در سازمان، نیل به عملکرد بالاتر امکان‌پذیر می‌گردد. این امر با عرضه محصول جدید، معرفی روش جدید تولید، تشخیص بازارهای جدید، پیدا کردن منابع جدید، بهبود و توسعه کارکردهای محصول

موجود و بهبود سازمان و مدیریت امکان‌پذیر می‌شود. کارآفرینی سازمانی زمانی رخ می‌دهد که سازمان از طریق رفتارهای نوآورانه برای بهره‌برداری از فرصت‌های مرتبط با محصول و بازار تلاش کند (Akbari et al., 2017; 2020). از این‌رو، ویژگی‌های اصلی سازمان‌های کارآفرین، این سازمان‌ها را مجهز به قابلیت‌هایی می‌کنند که ضمن ارتقاء کارآمدی و عملکرد خود، قادر به بهره‌گیری از فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌شوند (Rezaei et al., 2017). در میان سازمان‌هایی که در محیط‌های خصمانه قرار دارند، بریکولاژ ممکن است تنها وسیله برای کاهش کمبودهای آن شرکت‌ها و دستیابی به منابع کلیدی باشد. Senyard et al. (2009) نشان می‌دهند بریکولاژ با عملکرد مثبت شرکت‌های تازه تأسیس ارتباط دارد (Bojica et al., 2018). Halme et al. (2012) واژه "بریکولاژ کارآفرینانه" را به‌عنوان فعالیت کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ تعریف می‌کنند که مجموعه‌ی خلاقانه‌ای از روش‌ها را جهت غلبه بر منابع کمیاب انجام می‌دهد. آنها سه عنصر بریکولاژ را شناسایی می‌کنند: ۱- امتناع از پذیرش محدودیت‌ها؛ ۲- استفاده از ابزار در دست؛ ۳- ابتکار عمل به‌عنوان یک ذهنیت. درحقیقت، شرکتی که از بریکولاژ استفاده می‌کند، بیشتر احتمال دارد تا دانش انبوه را در مورد منابع موجود و کاربردهای آنها جمع کند. این امر به شرکت اجازه می‌دهد تا مجموعه فرصت‌های خود را گسترش دهد (An et al., 2018). شرکت‌ها، تصمیم‌گیری‌های خود را بر اساس این دانش ذهنی انجام می‌دهند و اقداماتی را انجام می‌دهند که بهتر از نیازهای بازار و عرضه منابع برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی سودآور است (Renko, Shrader, and Simon, 2012). Senyard et al. (2009). Garud and Karnøe (2012) و (2003) در پژوهش‌های خود به این موضوع اشاره کرده‌اند که بریکولاژ می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینانه را با توجه به محدودیت منابع بهبود بخشد و تسهیل‌گر اقدامات کارآفرینی سازمانی باشد. نتایج مطالعه Hooi et al. (2016) نشان می‌دهد که بریکولاژ کارآفرینانه نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کند. تشخیص فرصت و بریکولاژ کارآفرینانه هر دو از عوامل موثر در ایجاد کارآفرینی

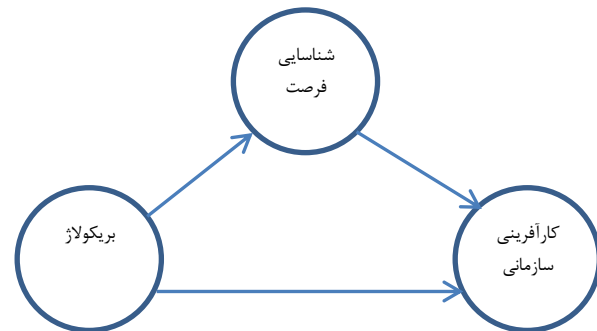
شد. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده است که با استفاده از طیف لیکرت ۵ گویه از خیلی کم تا خیلی زیاد تنظیم شد. بریکولاژ متغیر مستقل، شناسایی فرصت متغیر میانجی و کارآفرینی سازمانی متغیر مستقل این پژوهش می‌باشد. پرسشنامه‌های مورد استفاده شامل: بریکولاژ از پرسشنامه (Senyard et al., 2009, 2014) شامل ۸ گویه، شناسایی فرصت از پرسشنامه (Ma et al., 2011) شامل ۳ گویه و کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه (Zahra, 1996; Yiu et al., 2007) شامل ۳ بعد و ۱۴ گویه استفاده گردید. پرسشنامه‌های مورد استفاده در این پژوهش به لحاظ تکرار در تحقیقات متعدد داخلی و خارجی از روایی و پایایی لازم برخوردار بوده و جزء پرسشنامه‌های استاندارد محسوب می‌شوند. در این پژوهش از روایی ظاهری (مراجعه به ۶ تن از اساتید و خبرگان کارآفرینی دانشکده کارآفرینی) استفاده شد. برای پایایی از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که در جدول ۱ آورده شده است. داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزارهای SPSSwin19 و Smart PLS 2 تجزیه و تحلیل شدند و از مدل‌سازی معادله‌های ساختاری استفاده شد.

جدول ۱- روایی همگرا، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ

متغیرهای مکنون	>AVE/۵	>CR/۷	>Alpha/۷
بریکولاژ	۰/۷۵	۰/۸۸	۰/۷۵
شناسایی فرصت	۰/۶۹	۰/۸۳	۰/۷۰
کارآفرینی سازمانی	۰/۶۳	۰/۸۰	۰/۸۸

روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که مقدار قابل قبول برای آن بزرگتر یا مساوی ۰/۵ است. نتایج این معیارها برای متغیرها و ابعاد آنها مطابق جدول ۱ است. پایایی ترکیبی سازه‌های پژوهش از ۰/۷ بیشتر است. علاوه بر این مقدار AVE نیز برای سازه‌ها، بیشتر از ۰/۵ به دست آمده است و این مطلب مؤید این است که پایایی و روایی همگرایی مدل

سازمانی هستند (Guo et al., 2015). در نتیجه، با افزایش فرصت‌های ایجاد شده به وسیله بریکولاژ، مدیران، انتخاب‌های بیشتری برای پیاده‌سازی فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی دارند (Gruber et al., 2012). فرضیه سوم: شناسایی فرصت، متغیر میانجی رابطه بین بریکولاژ و کارآفرینی سازمانی است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

با توجه به تحقیقات صورت گرفته قبلی و ادبیات پژوهش حاضر و فرضیات مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ نشان داده شده است.

در واقع، در مدل تحقیق دو بعد بریکولاژ و کارآفرینی سازمانی و رابط بین آنها از مطالعه محققانی (Desa 2012) و (Senyard et al. 2009) و (Garud and Karnøe 2003) و (Salunke et al. 2013) اتخاذ شده است. همچنین، رابطه دو بعد بریکولاژ و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه برگرفته از مقاله (An et al. 2018) و مقاله (Guo et al. 2015) می‌باشد. در نهایت، رابطه دو بعد شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی از مقاله (Fini et al. 2012) اتخاذ شده است.

مواد و روش‌ها

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی و بر حسب روش، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی در استان مرکزی به تعداد ۱۳۰ تن بود. روش نمونه‌گیری پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده بود و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و به تعداد ۹۷ تن برآورد

اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌روند. به بررسی این معیار پرداخته شده است. سه مقدار ۰/۳۳، ۰/۱۹ و ۰/۶۷ برای ضریب تعیین و سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای مقدار معیار سنجش، به مثابه مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده‌اند که مقادیر به‌دست آمده از جدول ۳ نشان از قابل قبول بودن برازش مدل ساختاری است.

جدول ۳. اثرات بر متغیر درون‌زا و مقادیر کیفیت مدل ساختاری

ضریب تعیین (R ²)	مقدار معیار سنجش (Q ²)
۰/۵۳۸	۰/۲۷۳
۰/۶۳۳	۰/۳۷۶

علاوه بر معیارهای مذکور جهت سنجش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری که در بالا به آنها اشاره شد از شاخصی به اسم نیکویی برازش معرفی شده توسط Tenhaves wr al. (2004) برای سنجش کلی مدل استفاده شد. این معیار هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) سه مقدار، ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌منزله مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معرفی نموده‌اند.

رابطه ۱:

$$GOF = \sqrt{Com} \times R^2$$

$$= \sqrt{0.527 \times 0.548} = 0.397$$

بنابراین، با توجه به مقادیر معیار برای سنجش مدل کلی، عدد به‌دست آمده (۰/۳۹۷) در محدوده مقدار قوی برازش کلی بوده و نشان از برازش کلی قوی برای مدل پژوهش دارد.

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی (شکل ۲) محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمودن فرضیه‌های پژوهش خود بپردازد. بنابراین، اثرات متغیرهای بریکولاژ، شناسایی فرصت و کارآفرینی سازمانی با استفاده از روش معادلات

پژوهش در حد قابل قبول است. برای تحلیل روایی واگرا نیز از مقادیر مشترک سازه‌ها جذر گرفته و اعداد به‌دست آمده با مقدار همبستگی سازه‌ها مقایسه می‌شود که این مقدار باید از مقدار همبستگی سازه‌ها بیشتر باشد (Barclay, 1995). نتایج روایی واگرا در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲- جدول روایی واگرای پژوهش

متغیرهای مکنون	بریکولاژ	شناسایی فرصت	کارآفرینی سازمانی
بریکولاژ	۰/۸۵۳		
شناسایی فرصت	۰/۷۳۶	۰/۸۲۹	
کارآفرینی سازمانی	۰/۵۳۸	۰/۷۱۴	۰/۸۴۳

نتایج و یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج به‌دست آمده از ۹۷ مدیر مورد مطالعه ۲۷ نفر (۲۸/۳ درصد) از پاسخگویان شامل زنان و ۷۰ نفر (۷۱/۷ درصد) مردان بودند. با توجه به توزیع فراوانی سن پاسخگویان، حداکثر سن گزارش شده در نمونه آماری برابر ۷۸ سال و کمترین آن ۲۶ سال می‌باشد. همچنین از نظر سابقه خدمت مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، بر اساس نتایج بیشترین سابقه کار ۲۸ سال و کمترین آن یک سال می‌باشد. بیشترین فراوانی تحصیلات مربوط به کارشناسی با ۴۵ نفر (۴۶/۴ درصد) و پس از آن کارشناسی ارشد با ۴۱ نفر (۴۱/۳ درصد) می‌باشد و در انتهای این توزیع تحصیلات کاردانی و دکترا به ترتیب با پنج نفر (۵/۶ درصد) و شش نفر (۶/۱ درصد) قرار دارد. اساسی‌ترین شاخص برازش مدل ساختاری، ضرایب مسیر و معناداری آن می‌باشد. لازم به ذکر است، برای بررسی معنادار بودن روابط باید به مقادیر (T-Value) توجه کرده و مقدار استاندارد بالای قدر مطلق ۱,۹۶ معنادار بودن رابطه را می‌رساند. ضریب تعیین (R²) و مقدار معیار سنجش (Q²) معیارهای دیگری هستند که مقدار معیار سنجش (Q²) معیارهای دیگری هستند که برای متصل کردن بخش

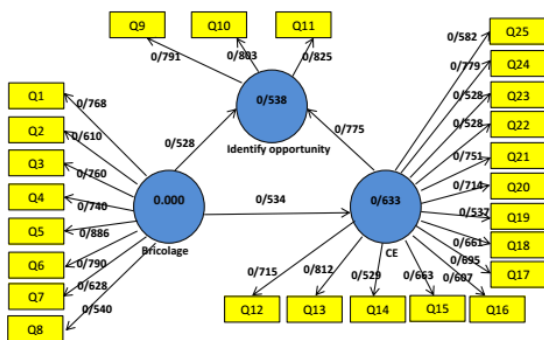
ساختاری در دو حالت اعداد معناداری برای بررسی فرضیه‌ها و تخمین استاندارد برای بررسی شدت تأثیر متغیرها بر هم بررسی و نتایج در جدول ۴ درج شده است:

جدول ۴. نتایج فرضیه‌های پژوهش

مسیر ساختاری	اعداد معناداری	ضریب مسیر	نتیجه
اثرات مستقیم			
بریکولاژ ← شناسایی فرصت	۱۸/۳۵۲	۰/۵۲۸	تأیید
شناسایی فرصت ← کارآفرینی سازمانی	۲۷/۱۲۴	۰/۷۷۵	تأیید
بریکولاژ ← کارآفرینی سازمانی	۱۴/۲۵۷	۰/۵۳۴	تأیید
اثرات غیر مستقیم			
بریکولاژ ← شناسایی فرصت ← کارآفرینی سازمانی	۸/۷۲	۰/۳۸۲	تأیید میانجی
اثر کل			
بریکولاژ ← کارآفرینی سازمانی		$0.382 + 0.528 = 0.91$	تأیید

این بدان معنی است که ۴۳/۲ درصد از اثر کل بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی از طریق غیر مستقیم، توسط متغیر شناسایی فرصت تبیین می‌شود. که مؤید نقش میانجی شناسایی فرصت در رابطه بین متغیرهای مستقل اصلی و متغیر وابسته اصلی است.

در خصوص فرضیه اول، نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنادار بریکولاژ بر شناسایی فرصت در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی دارد؛ که این تأثیر به میزان ۵۲/۸ درصد است. فرضیه دوم، نشان می‌دهد که شناسایی فرصت تأثیر مثبت و معنادار به میزان ۷۷/۵ درصد بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های نمونه داشته است. فرضیه سوم نقش میانجی شناسایی فرصت مورد بررسی قرار گرفت. از آنجا که ضریب مسیر برای این فرضیه ۳۸/۲ درصد به‌دست آمده است. لذا، شناسایی فرصت نقش میانجی‌گری در رابطه بین بریکولاژ و کارآفرینی سازمانی دارد. در نهایت، نتایج فرضیه سوم نشان می‌دهد که بریکولاژ به‌صورت مستقیم به میزان ۵۳/۴ درصد و به‌صورت غیرمستقیم (با میانجی‌گری شناسایی فرصت) به میزان ۳۸/۲ درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی را تبیین می‌کند.



شکل ۲. نتیجه آزمون روابط مفروض در مدل ساختاری پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر بریکولاژ بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی در استان مرکزی بود و نقش میانجی شناسایی فرصت نیز بررسی شد. با توجه به نتایج پژوهش، بریکولاژ به ساختار شرکت‌ها در ایجاد مجموعه‌ای از ویژگی‌های منحصر به فرد و بزرگ کمک می‌کند تا شناسایی فرصت‌های جدید و سودآور برای آنها آسان شود. در واقع، بریکولاژ به این منظور در

علاوه بر مطالب ارایه شده، برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF استفاده می‌شود (Iacobucci & Duhachek, 2003) که مقداری بین صفر و یک را اختیار می‌کند. هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل را می‌سنجد.

رابطه ۲:

$$VAF = \frac{0.528 \times 0.775}{(0.528 \times 0.775) + 0.534} = 0.432$$

مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی با استفاده از بریکولاژ کارآفرینانه، علاوه بر رفع چالش کمبود منابع و شناسایی فرصت‌های متعدد، قادر خواهند بود آمادگی مواجهه با هرگونه محدودیت محیطی را داشته باشند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود از طریق بریکولاژ کارآفرینانه، با ورود دانش تجربی از این راه، راه‌حل‌های نوآورانه و فرصت‌های تازه‌ای جهت رشد و بهبود عملکرد خود فراهم آورند.

با توجه به تأثیری که شناسایی فرصت، روی کارآفرینی سازمانی و اقدامات و رفتار کارآفرینانه در سازمان دارد، به مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی توصیه می‌شود تا انگیزه کارکنان را برای شناسایی فرصت‌های بالقوه در استفاده از منابع سازمان، چگونگی تغییر استفاده فعلی از منابع برای تولید محصولات یا خدمات سودآور و نحوه ترکیب منابع فعلی برای رفع نیازها افزایش دهند. از آنجا که بریکولاژ نه تنها محدودیت منابع را برطرف می‌کند؛ بلکه به‌طور فعال باعث تحریک نوآوری، نوسازی استراتژیک و جلب رضایت در شرکت‌های درگیر از این نوع اقدامات می‌شود، به مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی پیشنهاد می‌شود، با برگزاری کنفرانس‌ها و جلساتی همانند طوفان مغزی، کارکنان را برای شرکت در بحث‌هایی مرتبط با فرصت‌های بالقوه‌ای که در روند استفاده از منابع در دست دارند، تشویق و ترغیب کنند.

حمایت و تشویق شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی از افراد خلاق و دارای ایده‌های نوآورانه و فراهم آوردن تسهیلات ویژه برای آنها در جهت ایجاد کسب‌و کارهای مرتبط با صنعت کشاورزی، از آنجا که بریکولاژ بر اساس زمینه‌یادگیری شرکت، تأثیرات متفاوتی بر شناسایی فرصت‌ها دارد، به مدیران شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی پیشنهاد می‌شود که گرایش به یادگیری را در این گونه شرکت‌ها تقویت کنند تا اثرات بریکولاژ بر شناسایی فرصت‌ها بهبود یابد. پیشنهاد می‌شود مدیران کارمندان را برای جمع‌آوری و به اشتراک گذاری اطلاعات جهت ارتقاء فرهنگ یادگیری و یادگیری جمعی در این شرکت‌ها تشویق و حمایت کنند.

شرکت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد که بهره‌برداری فیزیکی، نهادی، اجتماعی و دیگر ورودی‌هایی که تا به حال از آنها استفاده‌ای نشده و یا نادیده گرفته شده‌اند. به‌طور خلاصه‌ای مورد بهره‌برداری قرار گیرند. هنگامی که مدیران با مشکلات جدیدی مواجه‌اند و خواهان آن هستند که با امکانات جدیدی که دارا می‌باشند راه‌حلی بیابند، بریکولاژ می‌تواند موضوع مهمی باشد. از این‌رو، شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی علاوه بر غلبه بر محدودیت منابع، توانایی اقدامات ماهرانه از اقدامات فی‌البداهه را پیدا خواهند کرد. از سوی دیگر، دانش منحصر به فرد حاصل از بریکولاژ، منبع بسیار ارزشمندی برای شناسایی فرصت‌های جدید در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی است. از این راه، امکان شناسایی فرصت‌های جدید کارآفرینانه از طریق فرآیند تولید دانش و یادگیری تجربی به واسطه بریکولاژ تصدیق می‌شود. کارآفرینی سازمانی تابعی مثبت از فرصت‌هایی است که کارآفرینان سازمان‌ها می‌توانند آنها را شناسایی کنند. در حقیقت تحقیقات نشان‌دهنده این است که بین شناسایی فرصت و کارآفرینی سازمانی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. اگر شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی قادر به استفاده از اقدامات بریکولاژ باشند، دانش انبوه و جدیدی در مورد منابع موجود و کاربردهای آنها در اختیار آنها قرار خواهد گرفت که این امر این باعث افزایش قدرت و ریسک سازمان در بکارگیری اقدامات کارآفرینانه می‌شود. در واقع، استفاده از بریکولاژ تأثیر درازمدتی روی عملکرد، پیشگامی و بهره‌وری شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی خواهد داشت.

با توجه به یافته‌های پژوهش و به‌منظور کاربرد نتایج آن در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

به مدیران و مجریان شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی پیشنهاد می‌شود با کنار هم قرار دادن و استفاده مجدد از منابعی که تا بحال کاربردی نداشته‌اند، علاوه بر غلبه بر محدودیت منابع، فرصت‌های بدیلی پیش‌روی خود فراهم کند. شرکت‌های خدمات

REFERENCES

1. Akbari, M., Danesh, M., Sakhdari, K., & Dolatshah, P. (2017). Effect of Organizational Preparation for Corporate Entrepreneurship on Financial Performance and Innovation Performance of Organizations: Mediating role of entrepreneurial orientation, *Journal of Technology Development Management*, 5 (1), 123-146. (In Farsi).
2. Akbari, M., Sakhdari, K., & Danesh, M. (2020). Organizational Preparedness for Corporate Entrepreneurship and Performance in the Iranian food industry. *Journal of Agricultural Science and Technology*. 22 (2). xxx-xxx. Accepted for publication.
3. Akbari, M., Reshadi, M.S., Padash, H., Karimian Ravandi, M. (2019). Identification and Prioritization of Business Opportunities in the Aras Free Trade Zone. *Human Geography Research Quarterly*. 51 (2). 291-306. (In Farsi).
4. Abdi Jamyran, A., Hosseini, E., & Revai, S. (2017). Examining Opportunity Identification Models in the Entrepreneurship Process, *Research in the Arts and Humanities*, 3 (5), 79-88. (In Farsi).
5. Abdollahi, H., Ahmadi, A., & Munshahi, M. M. (2018). Factors Affecting the Innovation of the Business Model in Agricultural Knowledge Companies in Mazandaran Province, *Entrepreneurship in agriculture*, 5 (1), 77-91. (In Farsi).
6. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
7. An, W., Zhao, X., Cao, Z., Zhang, J., & Liu, H. (2018). How bricolage drives corporate entrepreneurship: the roles of opportunity identification and learning orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 35(1), 49-65.
8. Andersen, O. J. (2008). A bottom-up perspective on innovations mobilizing knowledge and social capital through innovative processes of bricolage. *Administration & Society*, 40 (1), 54-78.
9. Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18, 105-23.
10. Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs connect the dots" to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20 (1), 104-19.
11. Baker, T., and Nelson, R.E. (2005). Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50, 329-366.
12. Thompson, R., Barclay, D. W., & Higgins, C. A. (1995). The partial least squares approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies: special issue on research methodology*, 2(2), 284-324.
13. Burg, E., Podoyntsyna, K., Beck, L. & Lommelen, T. (2012). Directive deficiencies: How resource constraints direct opportunity identification in SMEs. *Journal of Product Innovation Management*, 29 (6), 1000-11.
14. Bojica, A. M., Ruiz Jiménez, J. M., Ruiz Nava, J. A., & Fuentes-Fuentes, M. M. (2018). Bricolage and growth in social entrepreneurship organizations. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(3-4), 362-389.
15. Corbett, A. C. (2007). Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Journal of business venturing*, 22(1), 97-118.
16. Cunha, M. P. E., Rego, A., Oliveira, P., Rosado, P., & Habib, N. (2014). Product innovation in resource-poor environments: Three research streams. *Journal of Product Innovation Management*, 31 (2): 202-10.
17. Desa, G. (2012). Resource mobilization in international social entrepreneurship: Bricolage as a mechanism of institutional transformation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (4): 727-51.
18. Desa, G., & S. Basu. (2013). Optimization or bricolage? Overcoming resource constraints in global social entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7 (1): 26-49.
19. Di Domenico, M. D., Haugh, H. & Tracey, P. (2010). Social Bricolage: Theorizing Social Value Creation in Social Enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 1042-2587.
20. Dianti, M., Karimi, A., & Akbari, M. (2018). The impact of entrepreneurial self-efficacy on the recognition of opportunities with respect to the passion of entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurship Development*, 11 (1), 61-80. (In Farsi).
21. Duymedjian, R., & Rüling, C. C. (2010). Towards a foundation of bricolage in organization and management theory. *Organization Studies*, 31(2), 133-151.
22. Fisher, G. (2012). Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36: 1019-1051.

23. Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L. & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36 (2): 387-414
24. Foss, N. J., Klein, P. G., Kor, Y. Y. & Mahoney, J. T. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: Toward a new synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2 (1): 73- 94
25. Garud, R., & P. Karnøe. (2003). Bricolage versus breakthrough: Distributed and embedded agency in technology entrepreneurship. *Research Policy*, 32 (2): 277-300.
26. Guo, H., Su, Z., & Ahlstrom, D. (2015). Business model innovation: The effects of exploratory orientation, opportunity recognition, and entrepreneurial bricolage in an emerging economy. *Asia Pac J Manag*, 33(2): 533-549.
27. Gruber, M., I. C. MacMillan, & J. D. Thompson. (2012). From minds to markets: How human capital endowments shape market opportunity identification of technology start-ups. *Journal of Management*, 38 (5), 1421-49.
28. Hsieh, C., Nickerson, J. A., & Zenger, T. R. (2007). Opportunity discovery, problem solving and a theory of the entrepreneurial firm. *Journal of Management Studies*, 44(7), 1255-1277.
29. Halme, M., Lindeman, S., & Linna, P. (2012). Innovation for inclusive business: Intrapreneurial bricolage in multinational corporations. *Journal of Management Studies*, 49(4), 743-784.
30. Hooi, H. C., Ahmad, N. H., Amran, A., & Rahman, S. A. (2016). The functional role of entrepreneurial orientation and entrepreneurial bricolage in ensuring sustainable entrepreneurship. *Management research review*, 39(12), 1616-1638.
31. Ireland, R. D., Covin, J. G. & Kuratko, D. F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (1), 19-46.
32. Karimi, A., Malek Mohammadi, I., Rezvanfar, A., & Ahmadpour Dariani, M. (2013). Corporate entrepreneurship model designed to promote agriculture in the context of sustainable agricultural development, *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 44 (1), 77-93. (In Farsi).
33. Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
34. Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. London: Routledge.
35. Iacobucci, D., & Duhachek, A. (2003). *Mediation analysis – round table acr. Presentation at the round table of the ACR Conference*, Toronto.
36. Khosravi, E., Gholamrezaee, S., Rahimian, M., & Akbari, M. (2016). Analysis of the effective factors in development of organizational entrepreneurship in cooperatives, *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3 (4), 89-101. (In Farsi).
37. Lévi-Strauss, C. (1966). *The Savage Mind*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
38. Linna, P. (2013). Bricolage as a Means of Innovating in a Resource-Scarce Environment: A Study of Innovator-Entrepreneurs at the BOP. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18 (3): 1-23.
39. Lumpkin, G. T., & Lichtenstein, B. B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity-recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (4): 451-72.
40. Ma, R., Huang, Y. C. & Shenkar, O. (2011). Social networks and opportunity recognition: A cultural comparison between Taiwan and the United States. *Strategic Management Journal*, 32 (11): 1183- 205.
41. Mair, J., & Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around Institutional Voids: A Case Study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 24 (5): 419-435.
42. Marzban, Sh., Mohaghegh, M., & Akbari, M. (2016). The impact of Spirituality Leadership in Organizational Entrepreneurship in University of Tehran, *Journal of Entrepreneurship Development*, 8 (4), 709-727. (In Farsi).
43. Moghimi, S. M; Vakili, U., Akbari, M., (2019). Theories of Entrepreneurship (6 Ed). University of Tehran Press. (In Farsi).
44. Moradnezehadi, H., Iravani, H., SHabanali fami, H., Hosseini, S.M., & Kafi, M. (2007). Analysis of factors influencing entrepreneurship development in green houses in Iranian, *Iranian Journal of Agricultural Science*, 219- 226 (In Farsi).
45. Ministry of Jihad-E- Agriculture. (2007). Program of Agricultural consulting, technical and engendering network, office of extension and farming system. Ministry of Jihad-E- Agriculture (In Farsi)
46. Phan, P. H., Wright, M., Ucbasaran, D. & Tan, W. L. (2009). corporate entrepreneurship: Current research and future directions. *Journal of Business Venturing*, 24 (3): 197-205.
47. Renko, M., Shrader, R. C. & Simon, M. (2012). Perception of entrepreneurial opportunity: A general framework. *Management Decision*, 50 (7): 1233-51.

48. Rezaei, R., Badsar, M., & Amin Fenck, D. (2017). Effect of entrepreneurial orientation on organizational performance in Jihad-e-Agriculture Organization of West Azarbaijan Province, *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 47 (4), 865-877. (In Farsi).
49. Senyard, J., Baker, T. Steffens, P. & Davidsson, P. (2014). Bricolage as a path to innovativeness for resource-constrained new firms. *Journal of Product Innovation Management*, 31 (2): 211–30.
50. Senyard, J., Baker, T. & Davidsson, P. (2009). Entrepreneurial Bricolage: Towards Systematic Empirical Testing. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29 (5): 1–15
51. Servantie, V., & Rispal, M. H. (2018). Bricolage, effectuation, and causation shifts over time in the context of social entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(3-4), 310-335.
52. Singh, R., Hills, G. E., Hybels, R. C., & Lumpkin, G. T. (1999). Opportunity recognition through social network characteristics of entrepreneurs. *Frontiers of entrepreneurship research*, 228241.
53. Safari, S., Abbasi, R., & Soltani Ali Abad, M. (2016). Identification of Organizational Entrepreneurship Performance Evaluation Indices, *Quarterly Journal of Technology Growth*, 12 (46). 61-67. (In Farsi).
54. Stevenson, H. H. & Jarillo. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11,17-27
55. Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2013). Competing through service innovation: The role of bricolage and entrepreneurship in project-oriented firms. *Journal of Business Research*, 66(8), 1085-1097
56. Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*. 5 (2): 171–180.
57. Yiu, D. W., Lau, C. & Bruton, G. D. (2007). International venturing by emerging economy firms: The effects of firm capabilities, home country networks, and corporate entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 38 (4): 519–40.
58. Zahra, S. A. (1996). Governance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities. *Academy of Management Journal*, 39 (6): 1713–35.