

بناام خدا

مدیر عامل محترم شرکت/سندیکا/انجمن فعال در زمینه تولید لوازم و تجهیزات برقی کشور

با سلام و احترام؛

۱- به استحضار می‌رساند؛ اینجانب علی نیلی آرام دانشجوی دکتری رشته کارآفرینی دانشگاه تهران برای انجام بخشی از رساله دکتری خود با عنوان طراحی و تبیین الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در صنعت برق و الکترونیک کشور، نیازمند اخذ نظرات کارشناسی و گرانبهای جنابعالی می‌باشم. بدینوسیله از جنابعالی یا نماینده مطلع و تام‌الاختیار دعوت بعمل می‌آید تا در جلسه‌ای که به همین منظور و با حضور جناب آقای دکتر محمدرضا زالی استاد راهنمای رساله اینجانب و عضو هیأت علمی دانشگاه تهران و جناب آقای مهندس میرنژاد مشاور محترم وزارت صنعت، معدن و تجارت در روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۸/۰۵/۱۶ از ساعت ۱۴ الی ۲۰ در محل دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به نشانی: خیابان کارگر شمالی - نیش خیابان فرشی مقدم (خیابان شانزدهم) برگزار می‌گردد. حضور بهم رسانید.

در صورت هرگونه ابهام یا ارائه پیشنهادات اصلاحی می‌توانید با شماره همراه ۰۹۱۲۳۸۴۶۵۹۶ و یا با صندوق پستی به نشانی niliaram2000@yahoo.com تماس حاصل فرمایید.

در پایان یادآور می‌شود که نتایج این پژوهش متعاقباً به اطلاع سروران عزیز خواهد رسید.

با تشکر

علی نیلی آرام

اندیشمند گرامی:

با اهداء سلام و تحیت

پرسشنامه پیش رو در راستای انجام بخشی از رساله دکتری کارآفرینی سازمانی با عنوان "طراحی و تبیین الگوی رفتار کارآفرینانه کارکنان در شرکت های الکترونیکی کشور"، با هدف کسب دانش در خصوص نحوه تأثیرگذاری سه دسته عوامل فردی (شناختی، فراشناختی و احساسی-عاطفی)، عوامل سازمانی و عوامل محیطی بر رفتار کارآفرینانه کارکنان، تعیین رفتار کارآفرینانه کارکنان و نتایج حاصل از رفتار کارآفرینانه کارکنان با بهره گیری از نظرات خبرگان و بکارگیری مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM) طراحی شده است.

در تحقیق حاضر در صدد هستیم که به ارائه الگویی جهت شکل گیری و تقویت رفتار کارآفرینانه کارکنان بپردازیم. بر طبق دیدگاه شین و نکاتارامن (۲۰۰۰) رفتار کارآفرینانه، فعالیتی است که برای تمامی سازمان ها با توجه به رقابت پذیری محیط کسب و کار در جهت ایجاد دانش و انتقال آن به محصولات جدید، ضروری است. لذا یافتن روش هایی جهت تقویت این رفتار کارکنان می تواند گام مهمی در راستای توسعه نظری و عملیاتی کارآفرینی داشته باشد.

برای بررسی وضعیت مطالعات انجام شده در خصوص رفتار کارآفرینانه کارکنان، ابتدا به بررسی ریشه ای مفهوم "رفتار" در ادبیات رفتاری پرداختیم. آنچه که در ادبیات رفتاری بیان شده است بیانگر این موضوع است که "رفتار" به صورت کلی از پیوند فرد و محیط بیرونی و پاسخ به جریان های موجود، ایجاد می شود.

اما پس از مطالعه رفتار در ادبیات کارآفرینانه، ملاحظه گردید که شکاف نظری و تجربی عمیقی در خصوص نادیده گرفتن ابعاد رفتار کارآفرینانه کارکنان وجود دارد و هنوز نتوانسته ایم با تکیه بر مطالعات صورت گرفته شاهد الگویی برای شکل گیری رفتار کارآفرینانه کارکنان باشیم.

تحقیق حاضر در صدد است تا تأثیر ابعاد مؤثر بر شکل گیری رفتار کارآفرینانه کارکنان را بسنجد. پس از مطالعه عمیقی که در رویکرد های رفتاری کارآفرینانه بعمل آمد مشخص شد که رفتار کارآفرینانه کارکنان تحت تأثیر ابعاد فردی شامل (متغیرهای شناختی، فراشناختی و احساسی - عاطفی)، ابعاد سازمانی شامل (متغیرهای رهبری، فرهنگ سازمانی، جو سازمانی، ساختار سازمانی، سیستم پاداش و...) و ابعاد محیطی شامل (متغیرهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و اقتصادی) است. که از ترکیب آنها رفتار کارآفرینانه کارکنان شکل می گیرد و در نهایت نتایج حاصل از این فرآیند مشخص می شود.

در ادامه به معرفی جزئیات مولفه های مورد نظر برای هر یک از ابعاد در فرآیند رفتار کارآفرینانه کارکنان و مختصر آن ها در جدول در پی آمده پرداخته می شود.

ابعاد فردی شامل: مؤلفه های شناختی، فراشناختی و احساسی - عاطفی، به شرح ذیل است.

مؤلفه شناختی: میچل و همکاران (۲۰۰۲) شناخت کارآفرینانه را به عنوان «ساختارهای دانشی که افراد از آن برای ارزیابی، قضاوت یا تصمیمات مربوط به ارزیابی فرصت، ایجاد مخاطره پذیری و رشد استفاده می کنند» تعریف می کنند. پس از مرور جامعی که بر ادبیات شناختی و ابزارهای سنجش آن انجام شد، مولفه های زیر به عنوان مؤلفه های فرعی شناختی مؤثر در رفتار کارآفرینانه کارکنان، انتخاب شدند:

(۱) انگیزه: چراهای رفتار هستند. در واقع حالت یا نیروی درونی است که انسان را به انجام فعالیت خاصی ترغیب می کند.

(۲) هدف: نتایج مورد انتظار از یک رفتار (کارآفرینانه) را هدف گویند.

(۳) قصد: انتظار راه اندازی کسب و کار جدیدی در سه سال آینده.

(۴) هویت: الگوهای شناختی از تفاسیر و نسخه های رفتاری هستند که به فرد اجازه می دهد که بفهمد کارآفرین بودن یعنی چه.

(۵) شخصیت: مجموعه ای از صفات و رفتارهایی است که فرد را توصیف می کند.

(۶) نگرش: تمایلی اکتسابی برای پاسخ به حالت مطلوب و نا مطلوب در مورد هدف به عنوان مثال رفتار کارآفرینانه.

۷) خود کارآمدی: به اعتقاد درونی در برخی افراد اشاره دارد که می توانند با موفقیت، وظیفه ای را که بر عهده گرفته اند به پایان رسانند.

۸) خوش بینی: نگرشی مثبت است به جهان پیرامون و فرد خوش بین با چنین نگرشی در تلاش است که دنیا را به صورت بهتری ببیند.

۹) اعتماد به نفس بیش از حد: اغلب به عنوان برآورد بیش از حد فرد از توانایی خود برای بیش بینی دقیق تعریف می شود.

۱۰) ادراک: فرآیندی شناختی است که بوسیله آن رویدادهای محیط پیرامون خود را تفسیر و درک می کنیم.

۱۱) باور: تصویر ذهنی محیط مرتبط با آدمی است.

۱۲) دانش: اطلاعاتی هستند که فرد در حیطه های خاصی دارد (مثلاً دانش بازار) که از طریق آموزش و تجربه کسب می شود.

۱۳) تجربه: عبارتست از فرآیند مواجهه و شناخت مساله، اتخاذ تصمیم و اقدام در جهت اجرای آن در جریان حل یک مساله یا مشکل جدید.

۱۴) یادگیری: تغییر نسبتاً پایدار در رفتار یا رفتار بالقوه که از تجربه مستقیم یا غیر مستقیم ناشی می شود.

۱۵) مهارت: توانایی انجام وظایف خاص هستند و می تواند بطور گسترده یا محدود تقسیم شوند. مانند مهارت عمومی در مذاکره با مشتری.

۱۶) هوش: ظرفیت فرد برای تفکر، استدلال و حل مسئله به طور مولد و سازنده است.

۱۷) توانایی: یک مشخصه نسبتاً وسیع پایدار افراد است که حداکثر عملکرد آنها را در بر می گیرد.

۱۸) پشتکار: استقامت و پایداری در پیش بردن امر ایجاد یک کسب و کار جدید.

۱۹) خواسته: مجموع وقایع یا فعالیت های ذهنی افراد است که از طریق آن فرد به صورت آگاهانه و فعالانه فعالیت های خود را برای هدایت داوطلبانه افکار خود انجام می دهند.

۲۰) ارزش: عقایدی است که افراد یا گروه های انسانی درباره آنچه مطلوب، مناسب، خوب یا بد است، دارند.

۲۱) درک ریسک: به عنوان خسارت های بالقوه موجود در دستیابی به نتیجه مورد نظر از استفاده خدمات به عنوان مثال رفتار کارآفرینانه، تعریف می گردد.

۲۲) سن:

۲۳) خود تعیین گری: میزانی که فرد می تواند تصمیمات خود را بصورت مستقل عملیاتی نماید و سرنوشت خویش را خود تعیین نماید.

۲۴) شهود: اعتقاد یا احساسی است مبنی بر اینکه بعضی چیزها بدون جمع آوری شواهدی که در عمل آن را نشان می دهد، درست است.

۲۵) ذهنیت: ویژگی ذهنی است که در طی آن فرد تمایل به انجام فعالیت های کارآفرینانه پیدا می کند.

۲۶) توهم کنترل: ویژگی افرادی است که معتقدند همه چیز تحت کنترل آنهاست؛ آنها سطوح پایین تری از ریسک مربوط به فرصت ها را درک می کنند.

۲۷) خود پنداره: مفهومی روان شناختی است که به معنای درک فرد از خود است.

۲۸) خلاقیت: فرآیندی عمدتاً شناختی است که مولد چیزی جدید است.

۲۹) تاب آور: توانایی زندگی کردن و با ادامه دادن یک زندگی هدفمند، پس از یک سختی یا بدبختی.

مؤلفه فرآیندشناختی: به شناخت فرد از توانایی های شناختی خود او مربوط می شود. پس از مرور جامعی که بر ادبیات فرآیندشناختی و ابزارهای سنجش آن انجام شد، مؤلفه های زیر به عنوان مؤلفه های فرعی فرآیندشناختی در رفتار کارآفرینانه کارکنان، انتخاب شدند:

۳۰) آگاهی از فرایند شناختی خود: اینکه فرد چقدر از توانمندی های شناختی خود و فرایند توسعه آن توانمندی ها آگاهی دارد.

۳۱) توانایی ارزیابی فرایند شناختی خود: اینکه فرد تا چه میزان می تواند فرایند شناختی خود را نقد و ارزیابی کند و کمتر به دیگران وابسته باشد.

۳۲) توانایی بازآفرینی و اصلاح فرایند شناختی: اینکه فرد تا چه میزان می تواند فرایند شناختی خود را بازآفرینی و بهسازی یا اصلاح کند.

مؤلفه احساسی - عاطفی: به شناخت احساسات، شور و هیجان و عواطف فرد مربوط می شود. پس از مرور جامعی که بر ادبیات مربوط و ابزارهای سنجش آن انجام شد، مؤلفه های فرعی زیر به عنوان عوامل موثر بر مؤلفه احساسی - عاطفی در رفتار کارآفرینانه کارکنان، انتخاب شدند:

۳۳) احساس: حالتی روانشناختی و فیزیولوژیک که در نتیجه تعامل فرد با یک شیء، شخص یا رویداد در او ایجاد می شود.

۳۴) اشتیاق: احساسات مثبت و با تجربه زیاد از تعامل در فعالیت هایی که مرتبط با نقش های خود هویتی (خود تعیین گری) کارآفرینان است.

ابعاد سازمانی شامل: مؤلفه های زیر می باشد:

۳۵) حمایت مدیریت: تمایل مدیران عالی برای تسهیل و ارتقای رفتار کارآفرینانه، منجمله دفاع از ایده های نوآورانه و تدارک منابع مورد نیاز افراد برای اقدامات کارآفرینانه.

۳۶) رهبری سازمانی: اقدام برای ترغیب کارکنان به تلاش مشتاقانه برای نیل به اهداف کارآفرینانه.

۳۷) جو سازمانی: به عنوان ادراک افراد در مورد اقدامات و رویه های کارآفرینانه در سازمان توصیف شده است.

۳۸) فرهنگ سازمانی: شامل گروهی از هنجارهای رفتاری و ارزش های مشترک اساسی کارآفرینانه کارکنان است که به حفظ این هنجارها در محیط کاری کمک می کند.

۳۹) ساختار سازمانی: ساختار سازمانی برای هماهنگی در فعالیت های (کارآفرینانه ای) که به وظایف کوچکتر تقسیم شده است، ایجاد می شوند.

۴۰) سیستم پاداش: ایجاد و استفاده از سیستم های پاداشی که مبتنی بر عملکرد، مهم جلوه دادن موفقیت ها و تشویق به پیروی از کار چالشی است.

۴۱) ارتباطات باز: به معنای ارتباط باز میان کارکنان و مشتریان

ابعاد محیطی شامل: مؤلفه های زیر می باشد:

۴۱) قوانین و مقررات موجود در حوزه کسب و کار: میزان قوانین و مقرراتی که در راستای حمایت یا عدم حمایت از کسب و کار در جامعه وجود دارد.

۴۲) فرهنگ جامعه: مجموعه ارزش ها، هنجارها و باورهای موجود در جامعه که عامل اتحاد و همبستگی اتحاد جامعه در رسیدن به هدف است.

۴۳) جامعه پذیری آموزشی: میزان برنامه های آموزشی صورت گرفته از سوی مراکز علمی و دانشگاهی برای آشناسازی کارکنان با مفاهیم کارآفرینی

۴۴) قابلیت دسترسی به منابع، سرمایه، عرضه کنندگان و مشتریان جدید: توانایی دستیابی به منابع، سرمایه، عرضه کنندگان و مشتریان جدید در جامعه

۴۵) زیرساخت بازار محصول: به مجموعه الزامات سخت افزاری و نرم افزاری گفته می شود که بدون وجود آنها نمی توان خدمات، کالا و یا به طور کلی محصول با کیفیتی را عرضه و یا ارائه نمود.

۴۶) حقوق مالکیت معنوی: یک توصیف طبقه‌بندی شده گسترده برای تعدادی از دارایی‌های نامشهود است که به صورت قانونی از استفاده یا پیاده‌سازی آن دارایی توسط سایرین و بدون رضایت مالک آن محافظت می‌نماید. مالکیت معنوی می‌تواند شامل گواهی ثبت اختراع، کپی رایت و نام تجاری و یا ایده‌ها باشد.

۴۷) انسجام میان کارآفرینان جامعه: به میزان همبستگی و همدلی میان کارآفرینان جامعه گفته می‌شود.

ابعاد رفتاری شامل: مؤلفه‌های رفتار مستقیم کارآفرینانه و رفتار غیر مستقیم کارآفرینانه، به شرح ذیل می‌باشد:

الف- رفتار مستقیم کارآفرینانه کارکنان، شامل: رفتار ابداعی، رفتار تأسیسی و رفتار توسعه‌ای، است.

۴۸) رفتار ابداعی کارآفرینانه: شامل فعالیت‌هایی که در جهت ابداع و نوآوری کسب و کارها صورت می‌گیرد.

۴۹) رفتار تأسیسی: شامل فعالیت‌هایی است که برای راه‌اندازی کسب و کار صورت می‌گیرد.

۵۰) رفتار توسعه‌ای: شامل فعالیت‌هایی است که در جهت توسعه و بهبود کسب و کارهای موجود صورت می‌گیرد.

ب- رفتار غیر مستقیم کارآفرینانه کارکنان: فعالیت‌هایی است که مستقیم در جهت ابداع، ایجاد و توسعه کسب و کار صورت نمی‌گیرد بلکه به عنوان تسهیلگری رفتار کارآفرینانه کارکنان بکار می‌رود. مانند: شبکه‌سازی، نوشتن طرح کسب و کار و...

ابعاد نتایج شامل: خروجی‌هایی است که از این فرایند در سه سطح فرد، سازمان و جامعه به شرح ذیل حاصل می‌شود:

برای فرد:

۵۱) رضایت شغلی: نگرش کلی فرد در مورد کارش است

۵۲) ایجاد و افزایش اعتماد عمومی: انتظار عموم از دریافت مثبت پاسخ به خواسته‌هایشان از طرف متولیان امور عمومی

۵۳) اعتماد به نفس: باور و اعتماد به توان و توانمندی‌های خویش

۵۴) انعطاف‌پذیری: توانایی انطباق‌پذیری فرد با تغییرات محیطی

۵۵) استقلال کاری: میزان آزادی عملی که فرد در نحوه انجام فعالیت‌های کاری خود دارد.

برای سازمان:

۵۶) ایجاد نوآوری سازمانی: پیاده‌سازی ایده‌های ناشی از خلاقیت که به صورت یک محصول یا خدمت تازه ارائه شود.

۵۷) توسعه مهارت‌های بالقوه: توسعه توانایی انجام وظایف خاصی که بطور نهفته در فرد وجود دارد.

۵۸) خود-انگاره توسعه یافته: توسعه درک فرد از خود است.

۵۹) ایجاد یک شبکه اجتماعی جدید: ساخت روابط موثر و سازنده جدید با افرادی که می‌توانند برای کسب و کار ما تاثیر گذار باشند.

۶۰) پویایی سازمانی: توانایی برای حرکت سریع و آسان، فعال و قدرت تفکر سریع و هوشمندانه و همسویی سازمان با نیازهای متغیر کاری و حرکت در جهت کسب عزیت رقابتی.

۶۱) رشد سازمانی: معمولاً در قالب جنبه‌هایی از عملکرد سازمانی تعریف می‌شود که با سودآوری و توسعه افقی و عمودی سازمان همراه است.

۶۲) سودآوری سازمانی: سود ثروت انباشته شده در لحظه ای از زمان

۶۳) انعطاف پذیری سازمانی: توانایی انطباق پذیری سازمان با تغییرات محیطی

۶۴) درآمد جدید سازمانی: مقدار پولی است که تولیدکنندگان با فروش محصولات یا خدمات جدید خود به دست می آورند.

۶۵) افزایش عملکرد سازمانی: افزایش میزان سود، درآمد حاصل از سرمایه گذاری، سود خالص یا درآمد حاصل از فروش.

۶۶) افزایش یادگیری سازمانی: افزایش تغییرات در رفتار یا رفتار بالقوه که از تجربه مستقیم یا غیر مستقیم ناشی می شود.

۶۷) ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه: شامل مجموعه اقداماتی که در جهت شناخت کسب و کار، حمایت از مشارکت کارکنان، سفارش ایده های جدید و ارائه فرصت هایی برای یادگیری است.

۶۸) زیان اقتصادی: به معنای نتیجه منفی عملیات تجاری و یا معاملات است.

۶۹) تنوع گرایی در حوزه بازار و محصول: به مجموعه کار و فعالیت هایی که یک کسب و کار انجام می دهد تا با ارائه یک محصول در بازار جدید، به رشد و سود بیشتری دست پیدا کند.

۷۰) افزایش شهرت در میان سهامداران: افزایش شهرت و اعتبار در میان سهامداران شرکت.

برای جامعه:

۷۱) ایجاد و حفظ مزیت رقابتی: مجموعه عوامل و توانمندی هایی که سبب برتری یک کسب و کار از سایرین می شود. و این یعنی برتری از رقبا، بقای کسب و کار و امنیت شغلی.

۷۲) حذف موانع رقابتی: به مجموعه کارها و عملیاتی گفته می شود که می تواند بر تسهیل نمودن عملیات تجاری کشورها تأثیر داشته باشد.

۷۳) ایجاد ائتلاف و شبکه سازی: هنر ساخت روابط موثر و سازنده، با افرادی که می توانند برای کسب و کار ما تأثیر گذار باشند.

۷۴) استفاده از منابع هدر رفته: فرایند بهره برداری از منابع بلا استفاده

۷۵) تغییر قوانین و مقررات دولتی: ایجاد و توسعه قوانین و مقررات دولتی در راستای حمایت از کسب و کار

جدول پیوست (۱) و (۲) در بردارنده خلاصه ای از ۶۷ عامل (مؤلفه) استخراج شده از مطالعات و ادبیات حوزه فوق الذکر است. تقاضا دارد در این جدول، نوع رابطه موجود بین عوامل سطری (A) با عوامل ستونی (J) را از نظر خودتان مشخص فرمائید. هریک از سلول های جدول، مشخص کننده نوع ارتباط عوامل (مؤلفه ها) است. نحوه امتیاز دهی در هر سلول به صورت زیر است:

• در صورتی که از نظر شما، عامل سطر A روی عامل ستون J تأثیر دارد، امتیاز ۱ درج شود.


• در صورتی که از نظر شما، عامل سطر A روی عامل ستون J بی تأثیر است، امتیاز ۰ درج شود.

مراحل فوق برای تمام سطرها و ستون ها به طور مشابه انجام می شود تا تمامی سلولهای جدول تکمیل شود.

به عنوان مثال:

• در صورتی که "انگیزه" (عامل سطر A) روی "هدف" (عامل ستون J) تأثیر دارد، امتیاز ۱ درج شود.

• در صورتی که "هدف" (عامل سطر A) روی "ادراک" (عامل ستون J) بی تأثیر است، امتیاز ۰ درج شود.

ادراک	هدف	انگیزه		
۰	۱			انگیزه
۰		۱		هدف

پیشاپیش از حسن توجه جنابعالی و اختصاص وقت با ارزش خود جهت حضور در جلسه گروه کانونی و استفاده از نظرات ارزشمند شما برای انجام این پژوهش کمال تشکر و سپاسگزاری را دارم.

زمان پیشنهادی برای شرکت در جلسه گروه کانونی: پنجشنبه تاریخ ۱۳۹۸/۰۵/۱۳ یا ۱۳۹۸/۰۵/۱۷ ساعت ۱۴

محل جلسه: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به نشانی: خیابان کارگر شمالی - نیش خیابان فرشی مقدم (شانزدهم سابق)

علی نیلی آرام

دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی دانشگاه تهران

شماره تماس: ۰۹۱۲۳۸۴۶۵۹۶

رایانامه: niliaram2000@yahoo.com

جدول ۱ - خلاصه ابعاد و مؤلفه های مؤثر در فرایند رفتار کارآفرینانه کارکنان استخراج شده از مطالعات و ادبیات حوزه کارآفرینانی

رفتارهای کارآفرینانه کارکنان			بعد شخصی		بعد فردی	
رفتار غیر مستقیم کارآفرینانه	رفتار مستقیم کارآفرینانه		مؤلفه محیطی	مؤلفه سازمانی	مؤلفه احساس-عاطفی	مؤلفه هویت-شناختی
	رفتارهای نوآمده ای	رفتارهای کلیسی				
مبتکرانه اولیه یا مشتق از احساسی						
تهدیه طرح کسب و کار						
ششگانه سازی						
ورود به بازارهای جدید						
توسعه محصولات و						
توسعه مدل کسب و کار						
سرآمیزه گذاری در کسب و کار						
تأمین مالی کسب و کار						
ایجاد کسب و کار						
طراحی خدمات جدید						
طراحی روش جدید لیجان						
طراحی محصول جدید						
حقوق مالکیت معنوی						
زیرساخت بازار محصول						
قابلیت دسترسی به منابع						
چشمه پایداری آموزشی						
قویان و مشورت						
سیستم پاداش						
ساختار سازمانی						
فرهنگ سازمانی						
حمایت مدیریت						
رهبری						
اشتیاق						
احساس						
پرزوریش فرایند شناختی						
ارزیابی فرایند شناختی						
آگاهی از فرایند شناختی						
هوش						
مهارت						
تجربه						
دانش						
باور						
ادراک						
خودکارآمدی						
هدف						
شخصیت						
هویت						
نگرش						
قصد						
خودکارآمدی						
ادراک						
باور						
دانش						
تجربه						
مهارت						
هوش						
آگاهی از فرایند شناختی خود						
ارزیابی فرایند شناختی خود						
پرزوریش فرایند شناختی خود						
احساس						
اشتیاق						
رهبری						
حمایت مدیریت						
جو سازمانی						
فرهنگ						

جدول ۲- نتایج رفتار کارآفرینانه کارکنان

برای فرد (کارمند)	برای سازمان	برای جامعه
رضایت شغلی		
اعتماد به نفس		
انعطاف پذیری		
استقلال کاری		
ارتقاء		
پاداش مالی		
توسعه مهارت‌های بالقوه		
خود ادراکی توسعه یافته		
ایجاد یک شبکه اجتماعی جدید		
ایجاد قابلیت نوآوری		
بویایی سازمانی		
رشد سازمانی		
سودآوری سازمانی		
درآمد جدید		
افزایش عملکرد		
یادگیری سازمانی		
ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه		
زمان اقتصادی		
تنوع گرایی در حوزه بازار و محصول		
افزایش شهرت در میان سهامداران		
ایجاد و حفظ مزیت رقابتی		
حذف موانع رقابتی		
ایجاد و اتلاف و شبکه سازی		
بکارگیری از منابع بلا استفاده		
تعمیر قوانین و مقررات دولتی		