

احصاء مولفه‌های کارآفرینی شرکتی و بررسی رابطه آن با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب

حسین تک روستا

دانشجوی دکتری مدیریت گرایش رفتار سازمانی دانشگاه فردوسی مشهد

یعقوب مهارتی¹

استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

مصطفی کاظمی

دانشیار دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

محمدحسین مهدوی عادل

استاد دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

در دهه‌های اخیر و در گستره رقابت جهانی، فشار بازارها و همچنین سازگاری با تغییرهای محیطی، سازمان‌ها به منظور بقا نمی‌توانند فعالیت‌های خود را فقط در بخش‌های خاصی محدود کنند و لازم است تا در فرآیندهای کاری خود تحولاتی را ایجاد نمایند که به طور معمول این تحولات؛ با بهبود فرایندها، ایجاد کسب و کارهای جدید، خرید سایر شرکت‌ها و متنوع سازی در فعالیت‌هایشان ایجاد خواهد شد. یکی از روش‌های موثر که شرکت‌ها در راستای بقا و تثبیت در بازارها و خلق مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می‌دهند، بهره‌گیری از ابزار کارآفرینی شرکتی می‌باشد. با بهره‌گیری از این روش، شرکت‌ها به منظور ایجاد تحول، نسبت به ایجاد و بهره‌مندی از ویژگی‌های کارآفرینانه اقدام می‌نمایند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بهره‌گیری از این روش‌ها باعث بهبود عملکرد شرکت‌ها و خلق ارزش برای سهامداران و سایر ذینفعان می‌شود. تحقیق حاضر در صدد شناسایی مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکتی و بررسی میزان کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی برآمده است. که جهت دستیابی به هدف مذکور در گام نخست با بررسی گسترده ادبیات موجود در زمینه کارآفرینی شرکتی، نسبت به احصاء مولفه‌های کارآفرینی شرکتی اقدام شده است و در گام دوم با بهره‌گیری از نظرات نخبگان، نسبت به انتخاب مولفه‌های بومی اقدام گردیده است. در گام سوم با بررسی عملکرد شرکت‌های منتخب نسبت به مقایسه رتبه کارآفرینی و عملکرد مالی شرکت‌ها اقدام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که همانند تحقیقات بین‌المللی انجام شده، بین رتبه کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد مالی آنها رابطه معناداری مشاهده می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی شرکتی، عملکرد مالی

طبقه بندی JEL: L29، L25، L26، L20

تحول و تغییرات فزاینده در حوزه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی از عمده‌ترین ویژگی‌های عصر حاضر است. امروزه برای بسیاری از شرکت‌هایی که در محیط‌های رقابتی در پی بقا و اثربخشی هستند، کارآفرینی و نوآوری یک الزام و نیازی اساسی است. از این رو بسیاری از شرکت‌ها به منظور بهبود نتایج و عملکرد خود در حوزه محصولات، خدمات و فرآیندها، به شدت در پی روش و رویکردهایی نوآورانه و کارآفرینانه هستند. کارآفرینی شرکتی به سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از شرکت‌ها به‌ویژه شرکت‌های بزرگ به منظور بهبود نتایج و ایجاد مزیت رقابتی می‌باشد. رویکرد کارآفرینی شرکتی؛ توسعه ایده‌ها، روش‌ها، فرایندها و فرصت‌های جدید در درون سازمان‌های از قبل تاسیس شده می‌باشد (Hodge, 2008). تغییر، نوآوری و کارآفرینی، اقداماتی هستند که شرکت‌های موفق برای حفظ بقا خود مجبور به انجام آن می‌باشند (Zahra et al, 1999).

به کارگیری موفقیت‌آمیز روش‌ها و بهره‌گیری از مفاهیم کارآفرینی، نیازمند در اختیار داشتن دانش لازم جهت منطبق نمودن مفاهیم نظری با شرایط بومی و فضای کسب و کار کشور است و اهتمام اندیشمندان، اساتید و مدارس کسب و کار را در این زمینه می‌طلبد. تاکنون مولفه‌ها و ویژگی‌های زیادی برای کارآفرینی شرکتی ارائه شده، ولی مولفه‌های بومی و تاثیر آن بر عملکرد واقعی شرکت‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است و خلاء نظری در ادبیات بومی، به خوبی نمایان است. از سوی دیگر بررسی‌ها و مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینی شرکتی باعث ایجاد و ارتقاء مزیت رقابتی در شرکت‌ها و سازمان‌ها شده و موفقیت و بقای آن‌ها را در فضای رقابتی تضمین می‌نماید.

توجه به مولفه‌های کارآفرینی شرکتی در اداره کسب و کارها موجب افزایش توان رقابتی شرکت‌ها و کسب موفقیت در بازار شده و در نهایت ارتقا عملکرد مالی شرکت‌ها را به دنبال دارد.

این پژوهش بر آن است تا نسبت به شناسایی مولفه‌های موثر بر کارآفرینی شرکتی در ادبیات موضوع در سطح بین‌المللی اقدام نموده و در نهایت با بهره‌گیری از دانش خبرگان نسبت به احصاء مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکتی اقدام نماید و پس از استخراج مولفه‌ها، به بررسی تاثیر مولفه‌های بومی بر عملکرد مالی شرکت‌های منتخب بپردازد.

مبانی نظری

از دهه 80 میلادی همزمان با پیشرفت‌های قابل توجه اقتصادهای نوظهور در عرصه تولیدات و صادرات صنعتی، تولیدکنندگان و صنعت‌گران با رقبای نوظهور و قدرتمندی در بازار رقابت مواجه شدند. این مواجهه موجب شد تا بسیاری از شرکت‌های بزرگ و با سابقه با خطر ازدست دادن بازارها و مشتریان سنتی خود روبرو شوند. محصولات دانش‌بنیان و قیمت‌های رقابتی از یک سو و افزایش سرعت در تغییر تکنولوژی از سوی دیگر فشار این رقابت را برای کسب و کارها افزایش داد. در این زمان صاحب نظران علم اقتصاد و مدیریت، این نگرانی را مورد توجه و بررسی بیشتر قرار دادند و اقبال به تحقیق در خصوص روش‌های کارآفرینانه و نوآورانه در اداره کسب و کارها افزایش یافت.

کارآفرینی شرکتی

کارآفرینی از نظر اقتصاددانان سازوکاری است که تخصیص بهینه منابع را با استفاده از فرصت‌های آتی همراه با مخاطره فراهم می‌کند (Caliendo & Kritikos, 2012).

کالیستو و سارکار (Calisto & Sarkar, 2017) مولفه‌های کارآفرینی شرکتی شامل نوآوری و ریسک‌پذیری را موجب دستیابی به درجات متفاوتی از رفتارهای کارآفرینانه و در نتیجه سطوح مختلفی از نوآوری و عملکرد سازمانی دانسته‌اند.

هینونن و کورولا (Korvela & Heinonen, 2017) مولفه‌های کارآفرینی شرکتی شامل؛ نوآوری، اقدامات ریسک‌آمیز، و نوسازی استراتژیک و پیش‌زمینه‌های کارآفرینی شرکتی شامل تشویق مدیریت و سازمان، انگیزش فردی، شفافیت، بازبودن، اجتماعی‌بودن، شایستگی فردی، تشویق به نوآوری و توسعه را بر عملکرد شرکت‌ها موثر دانسته‌اند.

اکتان و بولوت (Aktan & Bulut, 2008) در بررسی تاثیر کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی بنگاه‌های تولیدی، تاثیر مولفه‌های کارآفرینی شرکتی شامل؛ نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت‌تهاجمی را بر عملکرد مالی شرکت‌های مورد مطالعه مثبت و معنادار دانسته‌اند.

بر اساس مطالعات بارت و وینستین (Barrett & Weinstein, 1999) تمایل به بازار، انعطاف‌پذیری سازمان، و کارآفرینی شرکتی همبستگی مثبتی با عملکرد مالی دارند. همچنین تمایل به بازار، و انعطاف‌پذیری سازمان تاثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی شرکتی دارند.

زهرا (Zahra, 1993) رابطه میان محیط بنگاه و کارآفرینی شرکتی شامل: نوآوری، بازسازی سازمانی و ایجاد کسب و کار جدید را با عملکرد مالی مورد مطالعه قرار داد. بر اساس نتایج، ویژگی‌های محیط بنگاه نظیر پویایی بر رابطه میان کارآفرینی شرکتی و عملکرد مالی موثر است. همچنین این مطالعه نشان داد، کارآفرینی شرکتی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مالی دارد.

میلر (Miller, 2011, 1983) به بررسی عوامل مهم تعیین‌کننده کارآفرینی شرکتی پرداخت، بر اساس نتایج، تاثیر عوامل مختلف بر کارآفرینی شرکتی به نوع بنگاه بستگی دارد. کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های ساده به ویژگی‌های رهبر، در بنگاه‌های برنامه‌ریزی به استراتژی‌های محصول-بازار، و در بنگاه‌های ارگانیک به شرایط محیط و ساختار بنگاه بستگی دارد.

عملکرد مالی

طیف گسترده‌ای از شاخص‌ها برای ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در مجموع هدف کسب و کارها در خلق ارزش برای ذینفعان خلاصه می‌شود. در کسب و کارهای انتفاعی، حداکثرسازی سود صاحبان سهام هدف اصلی شرکت‌ها می‌باشد. برای ارزیابی میزان موفقیت در این هدف، شاخص بازده دارایی‌ها به عنوان اصلی‌ترین شاخص مورد استفاده قرار می‌گیرد. جان هگل و همکاران (Hagel et al., 2013) بیان می‌کنند که شاخص بازده دارایی‌ها، موثرترین شاخص در دسترس برای ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد. مطالعه علی‌آبادی و همکاران (Aliabadi et al., 2013)، به منظور کشف مرتبط‌ترین و موثرترین شاخص حسابداری برای ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها، نسبت به بررسی کلیه نسبت‌های

مربوط به محرک ارزش، شاخص‌های مالی، ارزش ذاتی و قیمت سهام، نشان می‌دهد که نسبت بازده دارایی‌ها، مرتبط ترین و مناسب ترین نسبت به منظور ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد.

پیشینه

بایارسلیک و اوزسahین (Bayarçelika & Özşahin, 2014) به بررسی تاثیر جو کارآفرینی شرکتی بر عملکرد بنگاه‌های تولیدی پرداختند. محققان در بررسی روی 500 شرکت ترکیه، از پرسشنامه‌های استاندارد برای جمع‌آوری داده‌ها، و از روش‌های تحلیل عاملی و تحلیل همبستگی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج تحلیل عاملی، مولفه‌های جو کارآفرینی شامل دسترسی به زمان، استقلال، حمایت مدیریت از توسعه ایده، حمایت مدیریت از پروژه‌های ریسک‌آمیز و سیستم پاداش است. همچنین مولفه‌های تمایل به کارآفرینی شرکتی شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی، و رقابت تهاجمی بوده، و شاخص‌های عملکرد سازمان شامل عملکرد مالی و عملکرد نوآوری می‌باشد. بر اساس نتایج، جو کارآفرینی در شرکت‌های ترکیه تاثیر مثبت و معناداری بر تمایل آنها به کارآفرینی داشته، و تمایل به کارآفرینی هم تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد آنها دارد.

تورو و همکاران (Turró et al, 2014) در مطالعه‌ای بر روی داده‌های مربوط به 62 کشور گوناگون در بازه زمانی سال‌های 2004 تا 2008 تاثیر عوامل محیطی را بر کارآفرینی شرکتی مورد بررسی قرار دادند. محققان از شاخص اقدام به ایجاد کسب و کار جدید برای بررسی کارآفرینی شرکتی استفاده نموده‌اند. برای آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیون لجستیک استفاده شده و نتایج به‌دست آمده، تاثیر عوامل محیطی غیر رسمی (فرهنگ کارآفرینانه و و تاثیر رسانه‌ها) و عوامل محیطی رسمی (تعداد فرایندهای لازم برای ایجاد کسب و کار و دسترسی به منابع مالی) بر کارآفرینی شرکتی را مورد تایید قرار می‌دهد. همچنین عوامل محیطی غیر رسمی نقش واسطه را میان عوامل محیطی رسمی و کارآفرینی شرکتی ایفا می‌نماید.

لوامبا و همکاران (Lwamba et al, 2014) به بررسی تاثیر کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی بنگاه‌های تولیدی پرداختند. این مطالعه که بر روی 200 بنگاه تولیدی کنیا انجام شد، مولفه‌های کارآفرینی شرکتی شامل نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال در نظر گرفته شده، و از روش‌های تحلیل عاملی و تحلیل همبستگی برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج، نوآوری، ریسک‌پذیری و رقابت تهاجمی تاثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی شرکتی دارند، در حالی که پیشگامی و استقلال تاثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی شرکتی ندارند.

پارکر (Parker, 2007) به مقایسه کارآفرینی شرکتی و کارآفرینی مستقل پرداخت. داده‌های مورد نیاز از اطلاعات پیمایشی که در سال‌های 2005 تا 2006 در مورد کارآفرینی در امریکا انجام شده بود، به‌دست آمد و از روش تحلیل رگرسیون برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج، افرادی که در فعالیت‌های کارآفرینی شرکتی مشارکت می‌کنند، تمایلی به کارآفرینی مستقل ندارند. از نظر سنی، جوان‌ترین افراد و مسن‌ترین افراد تمایل بیشتری به کارآفرینی شرکتی در مقایسه با

کارآفرینی مستقل دارند. کارآفرینان شرکتی بیشتر به محرک‌های محیط کاری خود عکس العمل نشان می‌دهند، در حالی که کارآفرینان مستقل بیشتر به محرک‌های سایر افراد در شبکه‌های اجتماعی عکس العمل نشان می‌دهند.

رومرو- مارتینز و همکاران (Romero-Martinez et al, 2010) تاثیر خصوصی سازی بنگاه‌های دولتی را بر کارآفرینی شرکتی بررسی کردند. داده‌های 31 بنگاه دولتی اسپانیا از 3 سال قبل تا 3 سال بعد از خصوصی سازی مورد تحلیل قرار گرفت. مولفه‌های کارآفرینی شرکتی شامل نوآوری محصول، نوآوری فرایند، نوآوری سازمانی، اقدام مخاطره آمیز ملی، اقدام مخاطره آمیز بین المللی، و نوسازی استراتژیک در نظر گرفته شده، و از روش‌های آماری نظیر تحلیل همبستگی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. بر اساس نتایج، خصوصی سازی بنگاه‌های موجود در صنایع رقابتی منجر به افزایش کارآفرینی شرکتی در آنها می‌شود و کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های خصوصی سازی شده بستگی به دو عامل مالکیت و رقابت دارد.

ایرلند و همکاران (Ireland et al, 2011) به ارائه مفهومی با عنوان استراتژی کارآفرینی شرکتی پرداختند. آنها این مفهوم را به این صورت تعریف می‌کنند: «یک رویکرد منظم در سطح سازمان با اتکا بر رفتارهای کارآفرینی که به طور هدفمند و مداوم به بازسازی سازمان پرداخته و قلمرو فعالیت‌های سازمان را از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی شکل می‌دهد». در این مطالعه با استفاده از یک روش مفهومی مبتنی بر اطلاعات کتابخانه‌ای، پیش‌زمینه‌های فردی و محیطی استراتژی کارآفرینی شرکتی، و ابعاد آن مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس نتایج، عوامل فردی و شرایط محیطی بر شکل‌گیری استراتژی کارآفرینی شرکتی موثر بوده، و ابعاد استراتژی کارآفرینی شرکتی شامل دیدگاه استراتژیک کارآفرینی، معماری سازمانی حمایت‌کننده از کارآفرینی، و فرایندها و رفتارهای کارآفرینی می‌باشد.

کوراتکو و همکاران (Kuratko et al, 2005) با ارائه یک مدل مفهومی به تحلیل عوامل موثر بر رفتارهای کارآفرینانه مدیران سطح میانی سازمان‌ها، عوامل موثر بر تداوم این رفتارها و نتایج این رفتارها پرداخته‌اند. بر اساس نتایج، حمایت مدیران ارشد، استقلال، پاداش‌ها، دسترسی به زمان و محدودیت‌های سازمانی از عوامل بروز رفتارهای کارآفرینانه مدیران سطح میانی می‌باشد. همچنین شناسایی و پرورش فرصت‌های کارآفرینانه و اختصاص منابع برای پی‌گیری آنها از اقدامات کارآفرینانه محسوب شده، و نتایج این اقدامات موارد مختلفی نظیر ارتقای سازمان، نوسازی سازمانی، ایجاد یک شبکه اجتماعی جدید و پاداش‌های مالی می‌باشد.

کالینز و رام (Collins & Ram, 2003) با یک روش مفهومی مبتنی بر اطلاعات کتابخانه‌ای، فرآیندهای عکس العمل بنگاه نسبت به بازار، ویژگی‌های پاسخ مدیریت به تغییرات بازار و نقش کارکنان در شکل‌گیری روابط اجتماعی در بنگاه‌های تولیدی کوچک به بررسی ویژگی‌های مدیریت بنگاه‌های کارآفرین پرداختند. ایشان بر روی یک شرکت نمونه موفق تمرکز نموده و ویژگی‌های آن مورد تحلیل قرار دادند. وجود روابط کاری غیر رسمی، نقش فعالانه کارکنان در شکل‌گیری روابط اجتماعی، و تکیه بر اهداف (به جای کنترل مدیریت) از ویژگی‌های این بنگاه کارآفرین می‌باشد.

تورنبری (Thornberry, 2002) در مطالعه‌ای بر روی چهار شرکت بزرگ، تاثیر آموزش مدیران را بر کارآفرینی شرکتی بررسی کرد. دوره‌های آموزشی کارآفرینی برگزار شده برای مدیران شرکت‌ها و نتایج عملی این دوره‌ها مورد تحلیل قرار

گرفت. نتایج نشان داد که آموزش مدیران این شرکت‌ها می‌تواند منجر به کارآفرینی شرکتی شده و تاثیر قابل توجهی بر عملکرد شرکت‌های مذکور داشته باشد. البته برای ایجاد و تقویت کارآفرینی شرکتی لازم است که علاوه بر آموزش، سایر زمینه‌های ایجاد کارآفرینی شرکتی نظیر حمایت مدیریت ارشد، سیستم پاداش، و اختصاص زمان برای فعالیت‌های کارآفرینانه هم در شرکت‌ها ایجاد شود.

هورنسبای و همکاران (Hornsby et al, 2002) به بررسی عوامل درون شرکت موثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه مدیران میانی بنگاه‌ها پرداختند و ابزاری برای اندازه‌گیری جو کارآفرینی شرکتی معرفی شد که شامل 84 پرسش می‌باشد. این پرسشنامه توسط تعدادی از مدیران میانی بنگاه‌های گوناگون تکمیل شد و روایی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج، مولفه‌های جو کارآفرینی شرکتی شامل حمایت مدیریت، آزادی عمل، مرزهای سازمانی، سیستم پاداش، و دسترسی به زمان می‌باشد.

بیرکینشو (Birkinshaw, 1997) به بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های زیرمجموعه شرکت‌های چندملیتی پرداخت. داده‌های مورد نیاز از طریق انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه از مدیران 39 شرکت زیرمجموعه شرکت‌های چندملیتی جمع‌آوری شده است. تحلیل داده‌ها ابتدا با تحلیل کیفی آنها از طریق جداول و نمودارها آغاز شد. سپس تحلیل‌های کمی (روش‌های آماری) انجام شده و با یافته‌های کیفی مقایسه شد. بر اساس نتایج، کارآفرینی در شرکت‌های زیرمجموعه شرکت‌های چندملیتی موجب افزایش پاسخ‌گویی محلی، یکپارچگی جهانی و ظرفیت یادگیری در گستره جهانی می‌شود.

میلر و فریزن (Miller & Friesen, 1982) به بررسی تاثیر عوامل گوناگون بر کارآفرینی شرکتی پرداختند. نمونه آماری شامل 52 بنگاه از صنایع گوناگون کانادا می‌باشد. در این مطالعه، دو الگوی مختلف برای تبیین نوآوری محصولات ارائه شد که شامل الگوی کارآفرینی و الگوی محافظه‌کاری می‌باشد. این دو الگو به ترتیب در شرکت‌های کارآفرین و محافظه‌کار مورد آزمون قرار گرفت. برای تفکیک شرکت‌ها به دو دسته کارآفرین و محافظه‌کار از دو شاخص نوآوری و ریسک‌پذیری استفاده شد. برای تحلیل تاثیر عوامل گوناگون بر کارآفرینی شرکتی در هر یک از دو دسته مذکور از تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده شد. بر اساس نتایج، در الگوی محافظه‌کاری، نوآوری رابطه مثبتی با متغیرهای محیطی، تصمیم‌گیری، ساختاری، و فراوری اطلاعات (کنترل) دارد، در حالی که در الگوی کارآفرینی، نوآوری رابطه منفی با فراوری اطلاعات (کنترل) داشته و تا حدودی با عوامل محیطی و عوامل ساختاری بنگاه رابطه مثبت دارد. بنابراین عامل اساسی تعیین‌کننده میزان نوآوری بنگاه‌ها، انتخاب استراتژی کارآفرینی و یا محافظه‌کاری از سوی آنها است و تاثیر سایر عوامل به این انتخاب بستگی دارد.

با توجه به مطالعه گسترده کتابخانه‌ای این پژوهش، نتایج حاصل از بررسی مطالعات پیشین در احصاء مولفه‌های کارآفرینی شرکتی به صورت خلاصه در جدول (1) ارائه گردیده است.

جدول (1): مولفه‌های کارآفرینی شرکتی

| مولفه‌ها | | | | | | | | | | | | | محقق/محققین |
|-----------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|------------|------------------------|----------------|--------------|------------------------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| 13. مشخصات رهبری (ویژگی‌های | 12. جستجوی فرصت‌های جدید | 11. بازسازی راهبردی | 10. متغیرهای استراتژیک | 9. سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر | 8. نیروهای پیش‌برنده | 7. پیشگامی | 6. ساختار سازمانی شرکت | 5. فرهنگ شرکتی | 4. خودنوسازی | 3. رقابت جویی (رقابت تهاجمی) | 2. ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی) | 1. خلاقیت و نوآوری | |
| | | | | | | | | | | | | | 1. کووین و اسلویین (1989) |
| | | | | | | | | | | | | | 2. گوث و گینسبرگ (1990) |
| | | | | | | | | | | | | | 3. کورنوال و پرلمن (1990) |
| | | | | | | | | | | | | | 4. زهرا (1991) |
| | | | | | | | | | | | | | 5. زهرا (1991) |
| | | | | | | | | | | | | | 6. کاوین و اسلویین (1991) |
| | | | | | | | | | | | | | 7. زهرا (1993) |
| | | | | | | | | | | | | | 8. زهرا (1993) |
| | | | | | | | | | | | | | 9. کوراتکو و همکاران (1993) |
| | | | | | | | | | | | | | 10. هارنسی و همکاران (1993) |
| | | | | | | | | | | | | | 11. کواتکو و همکاران (1993) |
| | | | | | | | | | | | | | 12. لامپکین و دس (1996) |
| | | | | | | | | | | | | | 13. ایکلز و نیک (1998) |
| | | | | | | | | | | | | | 14. فالب و همکاران (1998) |
| | | | | | | | | | | | | | 15. تامپسون (1999) |
| | | | | | | | | | | | | | 16. گات و گیسبرگ (1999) |
| | | | | | | | | | | | | | 17. آنتونیک (2000) |
| | | | | | | | | | | | | | 18. آنتونیک و هیسریچ (2001) |
| | | | | | | | | | | | | | 19. کارین و پوتلزبرگ (2001) |
| | | | | | | | | | | | | | 20. هارنسی، کوراتکو و زهرا (2002) |
| | | | | | | | | | | | | | 21. دی کونینگ و اسمیت (2002) |
| | | | | | | | | | | | | | 22. کریزر و همکاران (2002) |
| | | | | | | | | | | | | | 23. آنتونیک و هیسریچ (2003) |
| | | | | | | | | | | | | | 24. هینینگ و همکاران (2004) |
| | | | | | | | | | | | | | 25. هیلتون (2005) |
| | | | | | | | | | | | | | 26. آنتونیک و زورن (2005) |
| | | | | | | | | | | | | | 27. فورد و بیدن (2005) |
| | | | | | | | | | | | | | 28. لئو و همکاران (2005) |

جدول (1): مولفه‌های کارآفرینی شرکتی

| مولفه‌ها | | | | | | | | | | محقق/محققین | | | |
|------------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|------------|------------------------|----------------|--------------|-------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| 13. مشخصات رهبری (ویژگی‌های) | 12. جستجوی فرصت‌های جدید | 11. بازسازی راهبردی | 10. متغیرهای استراتژیک | 9. سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر | 8. نیروهای پیش‌برنده | 7. پیشگامی | 6. ساختار سازمانی شرکت | 5. فرهنگ شرکتی | 4. خودنوسازی | | 3. رقابت جویی (رقابت تهاجمی) | 2. ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی) | 1. خلاقیت و نوآوری |
| | | | | | | | | | | | | | 29. ایرلند و همکاران (2006) |
| | | | | | | | | | | | | | 30. بیلوت و آلپکن (2006) |
| | | | | | | | | | | | | | 31. هیسریچ و همکاران (2006) |
| | | | | | | | | | | | | | 32. وانگ و لیهاو (2006) |
| | | | | | | | | | | | | | 33. یانگ و همکاران (2007) |
| | | | | | | | | | | | | | 34. کوراتکو (2007) |
| | | | | | | | | | | | | | 35. هولت، رادرفورد و کلاهیسی (2007) |
| | | | | | | | | | | | | | 36. لی سانگ (2007) |
| | | | | | | | | | | | | | 37. کارنی، هیسریچ و راش (2008) |
| | | | | | | | | | | | | | 38. بلیز و چیپرز (2008) |
| | | | | | | | | | | | | | 39. اجلا و همکاران (2009) |
| | | | | | | | | | | | | | 40. مایلز و همکاران (2009) |
| | | | | | | | | | | | | | 41. مارتیز و همکاران (2010) |

روش تحقیق

در این پژوهش ابتدا داده‌ها بصورت پرسشنامه‌ای جمع‌آوری گردیده و سپس با استفاده از روش‌های آماری به آزمون فرضیات پژوهش پرداخته شده است؛ لذا در مبحث روش تحقیق، ابتدا شیوه سنجش اعتبار داده‌های گردآوری شده مورد بررسی قرار می‌گیرد و در ادامه با استفاده از آمار استنباطی، روایی و پایایی ابزار تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

مناسبترین شیوه برای سنجش روایی سازه در داده‌های پرسشنامه‌ای استفاده از تحلیل عاملی تأییدی است. همچنین در تحلیل عاملی تأییدی هر چه میزان بار عاملی به عدد یک نزدیک‌تر باشد در واقع گویای این مسئله است که سوالات پرسشنامه ارتباط قوی‌تری با متغیرهای مکنون دارند و اگر میزان بار عاملی استاندارد صفر باشد این به معنای عدم ارتباط بین سوال پرسشنامه با متغیر مکنون است. بار عاملی منفی به معنای معکوس بودن جهت اثرگذاری سوال پرسشنامه بر متغیر مکنون است. این پژوهش بر اساس پرسشنامه‌ای با 41 گویه طراحی شده که همه این متغیرها مکنون (نهفته) هستند و با استفاده از تحلیل عاملی، معادلات

اندازه‌گیری مربوط به آنها مشخص می‌شود. مقدار بار عاملی کمتر از 0/4، کوچک محسوب شده و باید از مدل حذف گردد. نتایج تحلیل عاملی تائیدی در جدول شماره (2) ارائه شده است.

جدول (2): نتایج تحلیل عاملی تائیدی

| متغیرها و ابعاد | گویه‌ها | بار عاملی | آماره تی |
|----------------------------|---------|-----------|----------|
| خلاقیت و کارآفرینی (C&I) | C&I1 | 0/87 | 9/57 |
| | C&I2 | 0/73 | 8/66 |
| | C&I3 | 0/85 | 9/87 |
| | C&I4 | 0/80 | 9/43 |
| ریسک‌پذیری (RT) | RT1 | 0/89 | 10/69 |
| | RT2 | 0/79 | 8/85 |
| | RT3 | 0/85 | 8/95 |
| | RT4 | 0/74 | 8/95 |
| رقابت‌جویی (CA) | CA1 | 0/70 | 8/10 |
| | CA2 | 0/66 | 7/43 |
| | CA3 | 0/67 | 7/68 |
| | CA4 | 0/66 | 8/17 |
| | CA5 | 0/75 | 8/38 |
| خودنوسازی (SR) | SR1 | 0/80 | 9/26 |
| | SR2 | 0/63 | 7/10 |
| | SR3 | 0/59 | 6/49 |
| | SR4 | 0/51 | 5/44 |
| فرهنگ شرکتی (OC) | OC1 | 0/57 | 6/55 |
| | OC2 | 0/55 | 5/92 |
| | OC3 | 0/51 | 6/04 |
| | OC4 | 0/61 | 6/61 |
| | OC5 | 0/67 | 7/84 |
| پیشگامی (PRO) | PRO1 | 0/66 | 7/14 |
| | PRO2 | 0/76 | 8/37 |
| | PRO3 | 0/64 | 7/30 |
| | PRO4 | 0/62 | 6/75 |
| بازسازی راهبردی (STR) | STR1 | 0/78 | 9/06 |
| | STR2 | 0/77 | 8/67 |
| | STR3 | 0/94 | 9/80 |
| جستجوی فرصت‌های جدید (NOS) | NOS1 | 0/46 | 5/12 |
| | NOS2 | 0/51 | 5/95 |
| | NOS3 | 0/69 | 7/22 |

جدول (2): نتایج تحلیل عاملی تائیدی

| متغیرها و ابعاد | گویه‌ها | بار عاملی | آماره تی |
|------------------------|---------|-----------|----------|
| ویژگی‌های رهبری (LP) | NOS4 | 0/44 | 5/84 |
| | NOS5 | 0/49 | 5/39 |
| | LP1 | 0/62 | 7/42 |
| | LP2 | 0/72 | 7/80 |
| | LP3 | 0/55 | 5/75 |
| نیروهای پیش‌برنده (TF) | LP4 | 0/66 | 8/04 |
| | TF1 | 0/66 | 6/68 |
| | TF2 | 0/83 | 8/69 |
| | TF3 | 0/66 | 7/04 |

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود مقدار آماره تی در تمام سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق از 1/96 بزرگ‌تر بوده، همچنین مقادیر بارهای عاملی تمام گویه‌های پرسشنامه، بیشتر از 0/4 می‌باشند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که گویه‌های انتخاب شده ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری متغیرها و ابعاد کارآفرینی شرکتی در مدل تحقیق فراهم می‌کنند.

همچنین شاخص‌های برازش مدل نیز در جدول شماره (3) نشان داده شده است. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود مقدار RMSEA برابر با 0/03 می‌باشد و با توجه به اینکه کمتر از 0/08 است نشان می‌دهد میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب بوده و مدل قابل قبول است. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی برابر با 1/07 (734/789/01) است که بین 1 و 3 می‌باشد و میزان شاخص‌های NFI، GFI، AGFI، IFI و CFI نیز از 0/9 بیشتر می‌باشند. لذا در مجموع می‌توان گفت که مقدار شاخص‌ها، با ملاک تفسیری آنها مطابقت داشته و تحلیل عاملی تائیدی، ساختار متغیرها و ابعاد مورد بررسی در پرسشنامه را تائید می‌نماید.

جدول (3): شاخص‌های برازش

| χ^2/df | RMSEA | NFI | GFI | AGFI | IFI | CFI |
|-------------|-------|------|------|------|------|------|
| 1/07 | 0/03 | 0/95 | 0/92 | 0/97 | 0/98 | 0/98 |

پس از مشخص شدن نکوئی برازش، اینک نرمال بودن داده‌های گردآوری شده می‌بایست مورد آزمون قرار گیرد. در شیوه پرسشنامه‌ای گردآوری داده‌ها، نرمال بودن متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج آزمون فوق برای تمامی متغیرهای پژوهش حاکی از رد فرض مقابل با عنوان عدم نرمال بودن داده‌ها دارد. بنابراین نرمال بودن همه متغیرهای پژوهش در سطح 95 درصد دارد. همچنین به منظور بررسی سازگاری درونی متغیرهای

پرسشنامه - پایایی پرسشنامه - می توان از ضریب آلفای کرونباخ استفاده نمود. ضرایب بدست آمده برای آلفای کرونباخ در تمامی گویه ها و ابعاد مورد مطالعه بیش از 0,7 بدست آمده که مؤید پایایی پرسشنامه است.²

پس از بررسی اعتبار داده‌های گردآوری شده توسط پرسشنامه‌ها به آزمون فرضیات پرداخته شده است. برای پاسخ سوال نخست که تعیین مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکتی است، آزمون تی-تک نمونه‌ای برای استنباط آماری مورد استفاده قرار می‌گیرد تا روشن گردد کدامین متغیرهای مورد پژوهش از نظر خبرگان جزو مؤلفه‌های کارآفرینی محسوب می‌گردند. در پاسخ به سوال دوم که به رتبه بندی شرکت های مورد مطالعه اختصاص دارد، از روش تاپسیس استفاده شده و طی شش مرحله به وزن دهی ماتریس نرمال و تعیین ایده‌آل و بدست آوردن فاصله متغیرها از ایده‌آل‌ها پرداخته شده. در پاسخ به سوال سوم از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده تا ارتباط میان میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب مشخص گردد.

یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر در پی پاسخ به سه سوال بر آمده است:

1. مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکت کدامند؟
2. شرکت‌های منتخب در چه رتبه‌ای به لحاظ کارآفرینی شرکتی قرار دارند؟
3. رتبه کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب چه نوع رابطه‌ای دارند؟

پاسخ سوال اول

- در پاسخ به سوال اول تحقیق که تعیین مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکتی است، گام‌های زیر طی شده است:
- بررسی ادبیات موضوع مربوط به مولفه‌های کارآفرینی شرکتی و استخراج آنها، شامل: خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی)، رقابت‌جویی (رقابت‌تهاجمی)، خودنو سازی، فرهنگ شرکتی، ساختار سازمانی شرکت، پیشگامی، نیروهای پیش‌برنده، سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر، متغیرهای استراتژیک، باز سازی راهبردی، جستجوی فرصت‌های جدید و مشخصات رهبری (ویژگی‌های فردی) می‌شود.
 - جهت تعیین مولفه‌های بومی شرکتی، پرسشنامه‌ای بر مبنای مولفه‌های کارآفرینی شرکتی حاصل از مرحله قبلی با 13 گویه تنظیم گردید. این پرسشنامه در اختیار خبرگان علمی و اجرایی شامل؛ اعضای هیات مدیره

² نتایج آزمون‌های مورد بحث در این قسمت در صورت بنا به درخواست قابل ارائه هستند و عدم ذکر آنها در اینجا صرفاً جهت صرفه جویی در تعداد صفحات این مقاله بوده است.

شرکت‌های منتخب و برخی از اساتید صاحب‌نظر در حوزه کارآفرینی قرار گرفت تا میزان اهمیت مولفه‌های کارآفرینی ارایه شده را تعیین کنند. به این ترتیب پرسشنامه توسط 40 نفر از خبرگان تکمیل گردید. سپس داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های مذکور در قالب بررسی میانگین جدول شماره (4) و آزمون تی. تک نمونه‌ای³ در قالب جدول شماره (5) مورد تحلیل قرار گرفت.

جدول (4): میانگین مولفه‌های کارآفرینی

| مولفه‌های کارآفرینی شرکتی | میانگین ⁶ | انحراف معیار ⁵ | خطای استاندارد از میانگین ⁴ |
|---------------------------|----------------------|---------------------------|--|
| خلاقیت و نوآوری | 4,9500 | 0,22072 | 0,03490 |
| ریسک‌پذیری | 4,8750 | 0,33493 | 0,05296 |
| رقابت‌جویی | 4,9000 | 0,30382 | 0,04804 |
| خودنوسازی | 4,8500 | 0,42667 | 0,06746 |
| فرهنگ شرکتی | 4,7750 | 0,47972 | 0,07585 |
| ساختار سازمانی شرکت | 4,2500 | 0,63043 | 0,09968 |
| پیشگامی | 4,6250 | 0,70484 | 0,11144 |
| سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر | 4,5000 | 0,50637 | 0,08006 |
| متغیرهای استراتژیک | 4,5500 | 0,55238 | 0,08734 |
| بازسازی راهبردی | 4,7500 | 0,54302 | 0,08586 |
| جستجوی فرصت‌های جدید | 4,9000 | 0,30382 | 0,04804 |
| مشخصات رهبری | 4,8500 | 0,36162 | 0,05718 |
| نیروهای پیش‌برنده | 4,6750 | 0,61550 | 0,09732 |

همانطور که در جدول شماره (4) مشاهده می‌شود مولفه‌هایی که میانگین کمتری نسبت به سایر مولفه‌ها کسب کرده‌اند، نقش کمتری در بروز کارآفرینی شرکتی ایفا می‌کنند. به این ترتیب سه مولفه ساختار سازمانی، سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و متغیرهای استراتژیک که کمترین میانگین را دارند، حذف خواهند شد. برای تایید مولفه‌هایی که در میانگین‌گیری حذف شده‌اند از آزمون تی. تک نمونه‌ای هم استفاده می‌شود. در همین راستا اگر از میانگین مولفه‌های کارآفرینی میانگین گرفته شود (میانگین میانگین‌ها) عدد 4/73 بدست می‌آید. بنابراین برای آزمون تی. تک نمونه‌ای عدد 4/73 به عنوان آماره T-Value در نظر گرفته می‌شود. در آزمون تی. تک نمونه‌ای برای بررسی از آماره تی (t) و همچنین سطح معناداری (sig) استفاده می‌شود. در این آزمون در صورتی که همزمان مقدار آماره t بزرگتر از 1/96 ($t > 1.96$) و همچنین سطح معناداری کمتر از 0/05 باشد ($sig < 0.05$)، می‌توان گفت میانگین مولفه بطور معنی‌داری از عدد 4/73 بیشتر است. از سوی دیگر اختلاف میانگین محاسبه شده بین میانگین واقعی مولفه‌ها و میانگین تراز که منفی شده نشان دهنده این است که مولفه‌های

³ One-Sample Statistics

⁴ Std. Error Mean

⁵ Std. Deviation

⁶ Mean

مذکور برای بروز کارآفرینی شرکتی چندان موثر نبوده‌اند. به عبارت دیگر پاسخگویان رتبه این مولفه‌ها را برای ایجاد کارآفرینی شرکتی بسیار پایین ارزیابی کرده‌اند. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول شماره (5) مولفه‌هایی که همزمان دارای مقدار آزمون تی، اختلاف میانگین و حد بالا و پایین منفی باشند، می‌توان گفت میانگین آنها به طور معنی‌داری از عدد 4,73 کمتر بوده و این مولفه‌ها در فرآیند تحقیق حذف خواهند شد. به این ترتیب نتایج حاصل از جدول میانگین مولفه‌های کارآفرینی تایید شده و سه مولفه؛ ساختار سازمانی، سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر و متغیرهای استراتژیک کنار گذاشته شد و 10 مولفه انتخاب گردیدند.

جدول (5): تحلیل آماری تک نمونه‌ای

| Test Value = 4,73 | | | | | | مولفه‌های کارآفرینی شرکتی |
|---|---------|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------|------------------|---------------------------|
| 95% Confidence Interval of the Difference | | اختلاف میانگین Mean Difference | سطح معنی‌داری (Sig. 2-tailed) | درجه آزادی (df) | مقدار آزمون t | |
| Upper | Lower | | | | | |
| 0,2906 | 0,1494 | 0,22000 | 0,000 | 39 | 6,304 | خلاقیت و نوآوری |
| 0,2521 | 0,0379 | 0,14500 | 0,009 | 39 | 2,738 | ریسک‌پذیری |
| 0,2672 | 0,0728 | 0,17000 | 0,001 | 39 | 3,539 | رقابت‌جویی |
| 0,2565 | -0,0165 | 0,12000 | 0,083 | 39 | 1,779 | خودنوسازی |
| 0,1984 | -0,1084 | 0,04500 | 0,556 | 39 | 0,593 | فرهنگ شرکتی |
| -0,2784 | -0,6816 | -0,48000 | 0,000 | 39 | -4,815 | ساختار سازمانی شرکت |
| 0,1204 | -0,3304 | -0,105000 | 0,352 | 39 | -0,942 | پیشگامی |
| -0,0681 | -0,3919 | -0,23000 | 0,007 | 39 | -2,873 | سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر |
| -0,0033 | -0,3567 | -0,18000 | 0,046 | 39 | -2,061 | متغیرهای استراتژیک |
| 0,1973 | -0,1537 | 0,02000 | 0,817 | 39 | 0,233 | بازسازی راهبردی |
| 0,2672 | 0,0728 | 0,17000 | 0,001 | 39 | 3,539 | جستجوی فرصت‌های جدید |
| 0,2357 | 0,0043 | 0,12000 | 0,042 | 39 | 2,099 | مشخصات رهبری |
| 0,1418 | -0,2513 | -0,05500 | 0,575 | 39 | -0,565 | نیروهای پیش‌برنده |

پاسخ سوال دوم

شرکت‌های منتخب در چه رتبه‌ای به لحاظ کارآفرینی شرکتی قرار دارند؟

برای پاسخ به این سوال تحقیق نیز اقدامات به ترتیب زیر صورت گرفت.

- با توجه به اینکه در یافته‌های مربوط به سوال اول، از میان مولفه‌های کارآفرینی شرکتی، در ابتدا 13 مولفه و سپس 10 مولفه انتخاب شد، در این مرحله پرسشنامه‌ای با محور 10 مولفه تعیین شده با مقیاس لیکرت پنج تایی تهیه و بعد

از اعتبار سنجی آن، در میان مدیران شرکت‌های منتخب توزیع شد. سپس برای تعیین رتبه کارآفرینی شرکت‌های مذکور از تاپسیس⁷ استفاده شده است.

- نتایج حاصل از رتبه‌های کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های منتخب در جدول شماره (6) نشان داده شده است.

جدول (6): رتبه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های مورد مطالعه

| رتبه | CL _j * | شرکت | رتبه | CL _j * | شرکت |
|------|-------------------|------|------|-------------------|--------|
| 36 | 0,462044 | da | 72 | 0,294223 | rab |
| 38 | 0,456456 | spk | 73 | 0,292555 | Is |
| 39 | 0,456302 | oz | 69 | 0,330493 | pst |
| 27 | 0,494526 | kd | 68 | 0,332183 | abad |
| 37 | 0,456642 | da | 70 | 0,320869 | behesh |
| 17 | 0,513124 | ki | 71 | 0,316076 | raha |
| 22 | 0,501048 | bbt | 65 | 0,358838 | tddd |
| 35 | 0,463523 | eef | 64 | 0,359824 | bd |
| 23 | 050085 | kt | 59 | 0,383549 | pe |
| 34 | 0,464164 | tsa | 58 | 0,393998 | ttrp |
| 18 | 0,510529 | kdg | 60 | 0,379633 | sik |
| 29 | 0,475642 | ngp | 67 | 0,339312 | ph |
| 30 | 0,47546 | pa | 66 | 0,351645 | kji |
| 26 | 0,49527 | fm | 57 | 0,394134 | kdm |
| 3 | 0,672709 | dpi | 56 | 0,397048 | hntk |
| 25 | 0,498664 | psk | 63 | 0,364945 | tfrp |
| 15 | 0,523255 | msb | 51 | 0,405381 | td |
| 28 | 0,491849 | msm | 61 | 0,378207 | ba |
| 16 | 0,516877 | tjk | 53 | 0,404215 | sls |
| 24 | 0,49947 | kdf | 44 | 0,424362 | sdt |
| 12 | 0,529895 | tmr | 45 | 0,422222 | pf |
| 19 | 0,507532 | fk | 62 | 0,372169 | np |
| 14 | 0,524426 | ps | 52 | 0,404519 | da |
| 7 | 0,543962 | sadr | 48 | 0,41921 | mn |
| 9 | 0,538494 | pa | 43 | 0,435235 | rt |
| 20 | 0,505105 | abs | 46 | 0,419843 | shs |

⁷ Topsis

جدول (6): رتبه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های مورد مطالعه

| رتبه | CL_i^* | شرکت | رتبه | CL_i^* | شرکت |
|------|----------|------|------|----------|------|
| 11 | 0,534818 | ni | 42 | 0,436709 | sb |
| 10 | 0,535605 | sd | 41 | 0,437904 | de |
| 2 | 0,721201 | tmtd | 50 | 0,412325 | tsrp |
| 13 | 0,526839 | pj | 31 | 0,470338 | sss |
| 8 | 0,539611 | sbr | 47 | 0,4195 | dd |
| 5 | 0,563726 | bbkj | 40 | 0,447999 | sdd |
| 55 | 0,398013 | pm | 54 | 0,401999 | tmad |
| 4 | 0,563828 | kc | 21 | 0,50237 | da |
| 6 | 0,563049 | dsg | 32 | 0,468763 | dsp |
| 1 | 0,721889 | ly | 49 | 0,417717 | lr |
| | | | 33 | 0,466948 | gpa |

- در جدول فوق CL_i^* ایده‌آل هر شرکت را معرفی می‌کند. به این مفهوم که هر چقدر مقدار CL_i^* به عدد 1 نزدیک‌تر باشد راهکار به جواب ایده‌آل نزدیک‌تر است و به عبارت دیگر، رتبه کارآفرینی شرکتی در آن شرکت بالاتر است. با توجه به اینکه شرکت S کمترین ایده‌آل (0,292555) را به خود اختصاص داده است، پایین‌ترین رتبه کارآفرینی شرکتی (آخرین رتبه یعنی 73) و شرکت ly با بیشترین ایده‌آل (0,721889) بالاترین رتبه کارآفرینی شرکتی را در میان 73 شرکت کوچک و متوسط زیرمجموعه سازمان تامین اجتماعی کسب کرده است.

پاسخ سوال سوم

برای پاسخ به سوال سوم «میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب چه نوع رابطه‌ای دارد؟» در قالب فرضیه تحقیق به شرح زیر تبیین شده که از طریق ضریب همبستگی اسپیرمن تایید یا عدم تایید فرضیه بررسی می‌شود.

میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی‌داری دارد.

به منظور بررسی رابطه از آزمون اسپیرمن استفاده می‌شود. فرضیه مورد آزمون به صورت زیر می‌باشد:

- H_0 : میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی‌داری ندارد.
- H_1 : میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی‌داری دارد.

بنابراین رد فرضیه صفر آماری (H_0) به این مفهوم است که میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. لازم به ذکر است در آزمون اسپیرمن هنگامی فرضیه صفر رد می‌شود که سطح معنی‌داری آزمون از 0/05 کمتر باشد ($sig < 0.01$). نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن در جدول شماره (7) نشان داده شده است.

جدول (7): نتایج آزمون اسپیرمن

| | رتبه کارآفرینی | |
|-------------|----------------|--------------------|
| عملکرد مالی | 0/883 | ضریب همبستگی |
| | 0/000 | سطح معناداری (Sig) |
| | 73 | تعداد |

بر اساس جدول فوق، ضریب همبستگی اسپیرمن بین رتبه کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، برابر با 0/737 می‌باشد و مقداری مثبت است. همچنین سطح معنی‌داری آزمون برابر با 0/000 است که از 0/01 کمتر می‌باشد ($sig = 0/000 < 0/01$) بنابراین با اطمینان 99 درصد فرضیه صفر (H_0) رد می‌شود و می‌توان گفت رتبه کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی‌داری داشته است بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. نتایج بررسی رتبه ابعاد کارآفرینی شرکتی و رتبه عملکرد مالی در شرکت‌های مورد مطالعه حاکی از آن است که در بین سیزده شرکت اول هر گروه، یعنی از شرکت دارای رتبه یک تا سیزده کارآفرینی و از شرکت با اولین (مناسب‌ترین) عملکرد مالی تا شرکت در جایگاه سیزدهم کارآفرینی، یازده شرکت مشترک وجود دارد. این مهم بدان معناست که شرکت‌های دارای مولفه‌های کارآفرینی بیشتر و قوی‌تر، دارای عملکرد مالی بهتر و موفق‌تری می‌باشند، از سوی دیگر با بررسی سیزده شرکت دارای پایین‌ترین رتبه کارآفرینی با سیزده شرکت دارای ضعیف‌ترین عملکرد مالی، مشاهده می‌شود که ده شرکت مشترک وجود دارد و این بدان معناست که شرکت‌های دارای رتبه کارآفرینی پایین‌تر و مولفه‌های ضعیف‌تر دارای عملکرد مالی نامناسب‌تری نسبت به شرکت‌های دارای مولفه‌های کارآفرینی قوی و دارای رتبه کارآفرینی بیشتر می‌باشند.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

نتیجه تحقیق حاضر هم راستا با سایر تحقیقات صورت گرفته در عرصه بین‌المللی حاکی از آن است که شرکت‌های دارای ویژگی‌های کارآفرینانه بیشتر، از عملکرد مالی مناسب‌تری نسبت به سایر شرکت‌ها برخوردار می‌باشند. با مرور ادبیات کارآفرینی شرکتی، سیزده مولفه در تحقیقات بین‌المللی از بیشترین فراوانی برخوردار بود که این موارد شامل؛ خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، رقابت‌جویی، خودنوسازی، پیشگامی، بازسازی راهبردی، سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر،

متغیرهای استراتژیک، جستجوی فرصت‌های جدید، نیروهای پیش‌برنده، مشخصات رهبری (ویژگی‌های فردی)، ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی می‌باشد.

در این بخش و با بهره‌گیری از نتایج تحقیق، پیشنهادها را در به کارگیری هر یک از مولفه‌های احصاء شده به منظور حداکثر نمودن ویژگی‌های کارآفرینی شرکتی و به تبع آن ارتقا و بهبود عملکرد مالی در شرکت‌ها ارائه می‌گردد؛ خلاقیت و نوآوری، به منظور شکوفایی هرچه بیشتر این ویژگی‌ها، مدیران باید نسبت به اختصاص منابع خاص و قابل ملاحظه‌ای به این بخش اقدام نمایند. از دیگر موارد قابل توجه در این بخش اهمیت انتخاب مدیران بر اساس ویژگی خلاقیت و نوآوری است.

ریسک‌پذیری، شرکت‌ها و مدیران می‌بایست در استخدام افراد، ویژگی‌های ریسک‌پذیری ایشان را به دقت مورد مطالعه و بررسی قرار دهند و با نگاهی به سابقه خانوادگی، محیطی، اجتماعی و حرفه‌ای ایشان نسبت به بکارگیری نیروی انسانی اقدام نمایند.

رقابت‌جویی، شرکت‌ها باید رفتارهای پیشگامانه را به منظور بهبود وضعیت رقابتی خود در مقایسه با سایر شرکت‌ها به کارگیرند و این رویکرد مرسوم تدوین برنامه استراتژیک رقابت‌جویانه و هدف‌گذاری تمامی اقدامات شرکت‌ها در نیل به این هدف می‌باشد.

لزوم خودنوسازی و انطباق می‌طلبد که توانمندی‌ها و منابع شرکت از زمانی به زمان دیگر تغییر کنند، از این رو باید برنامه استراتژیک شرکت‌ها در برگیرنده اهداف مشخص در ایجاد انطباق با محیط باشد.

در بحث بازسازی راهبردی، مدیران اجرایی شرکت‌ها باید نسبت به فراهم نمودن شرایط مساعد به منظور ایجاد بازسازی راهبردی متعهد بوده و با بهره‌گیری از شیوه‌های تشویقی کارکنان را به این مسیر سوق دهند.

با توجه به شرایط رقابتی اقتصادی، برنامه ریزی مناسب به منظور دستیابی به مزیت رقابتی و جستجوی فرصت‌های جدید از اهم وظایف مدیران اجرایی شرکت‌ها به شمار می‌آید.

سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر فرآیندی است که به وسیله آن شرکت جدیدی به وجود می‌آید و یا در راستای فعالیت‌هایی که انجام می‌شود، زمینه افزایش تولید و بهره‌وری را فراهم می‌آورد. از این رو هیات‌مدیره شرکت‌ها باید با سیاست‌گذاری مناسب نسبت به مکلف نمودن مدیران اجرایی، به اجرای صحیح سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر اقدام نمایند.

متغیرهای استراتژیک؛ قطعاً در اختیار داشتن یک نقشه راه مناسب، یکی از عوامل تعیین‌کننده در کسب موفقیت شرکت‌ها می‌باشد. در شرایط رقابت روزافزون اقتصادی، وجود یک برنامه استراتژیک جامع و پویا، با در نظر گرفتن جوانب بازار و رقبا و نوع محصول و خدمات ارائه شده توسط شرکت‌ها، حائز اهمیت بسیار است. از این رو هیات‌مدیره شرکت‌ها

باید نسبت به تدوین، بازنگری و تصویب برنامه های استراتژیک متناسب با اهداف شرکت ها اقدام نمایند و نسبت به کنترل مدیران اجرایی در بکار بستن کامل این برنامه ها اهتمام نمایند.

پیشگامی یکی از مهمترین مولفه های کارآفرینی شرکتی است و دارای ویژگی ها و خصوصیات است که از آن جمله می توان به مقررات و راهکارهای شرکت در برخورد با رقبای، پیگیری شرکت برای فرصت های کسب و کار مطلوب، پیش قدم شدن و پیشگام بودن در مقایسه با سایرین و در نهایت، توجه جدی به ابتکارات کارکنان اشاره نمود. با توجه به اهمیت این مولفه، هیات مدیره شرکت ها باید مدیران اجرایی را ملزم به رعایت اصل پیشگامی و فراهم آوردن زیرساخت های لازم در این حوزه نماید تا نتیجه مناسب تری در حوزه کارآفرینی شرکتی حاصل شود.

رهبری اثربخش در شرکت ها، عامل اصلی و اساسی در ایجاد همفکری و همدلی است. رهبران موثر کسانی هستند که بتوانند افراد متفاوت را زیر چتر فکری و نظری واحد گردآورند. از جمله رفتارهای رهبری که می تواند به نوعی معرف رهبری کارآفرینانه باشد عبارتست از؛ توان رهبری تحول گرا، رهبری تیمی و رهبری تحول آفرین. رهبری یکی از مهمترین عوامل در موفقیت شرکت است و برای شرکت یک مزیت رقابتی محسوب می شود. از این رو هیات مدیره شرکت ها و کمیته های انتصابات شرکت ها باید در انتخاب مدیران عامل و سایر مدیران ارشد اجرایی را به طور کامل از تمامی ابعاد رفتاری، جامعه شناختی، روانشناختی، تحصیلی و خانوادگی مورد بررسی قرار دهند.

بررسی ها نشان می دهد که ساختار سازمانی، مناسب ترین ابزار برای ایجاد کارآفرینی در سازمان ها است. مروری بر سیر تکاملی ساختار سازمانی نشان می دهد که ساختارهای سازمانی سنتی، توانایی پرورش افراد خلاق و نوآور را ندارد. یکی از ویژگی های ساختار سازمانی کارآفرینانه، مشارکت افراد در تمام امور سازمان است که سبب بهبود، تقویت و پرورش روحیه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی کارکنان می شود که خود عاملی مهم در بهبود و بازسازی سازمان است. با عنایت به اهمیت طراحی صحیح ساختار سازمانی، هیات مدیره شرکت ها می بایست نسبت به توجه کافی در رعایت جوانب چابکی ساختار و اهمیت مولفه های حمایت از ابعاد کارآفرینانه به کار بندند.

پایه ریزی فرهنگ شرکتی متناسب با شرکت های کارآفرین، گامی ارزنده در رشد و تعالی شرکت ها محسوب می شود. فرهنگ شرکتی رایج دارای جو و سیستم پاداش برای تصمیم گیری محافظ کارانه است و به منظور حمایت از تصمیمات مخاطره آمیز باید مورد بازنگری و اصلاح قرار گیرد.

با توجه به اهمیت بسیار بالای فرهنگ شرکتی در پیاده سازی کارآفرینی شرکتی، هیات مدیره و مدیران عامل شرکت ها باید با صرف وقت و هزینه نسبت به اصلاح الگوهای فرهنگ شرکت ها اهتمام نمایند و نسبت به اصلاح و پیاده سازی تدریجی فرهنگ کارآفرینانه در شرکت ها اقدام نمایند.

References

1. Aktan, B. & Bulut, C. (2008). Financial Performance Impacts of Corporate Entrepreneurship in Emerging Markets: A Case of Turkey. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 12, 69-79.
2. Aliabadi, S. Dorestani, A. Balsara, N. (2013). The Most Value Relevant Accounting Performance Measure by Industry. *Journal of Accounting and Finance* vol. 13(1) 2013
3. Antonic, B., & Hisrich, R.D., (2003). Clarifying the intrapreneurship concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1),7-24.
4. Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2003). Privatization, corporate entrepreneurship, and performance: Testing a normative model. *Journal of developmental entrepreneurship*, 8(3), 197.
5. BARRETT, H. & WEINSTEIN, A. (1998) "The effect of market orientation and organizational flexibility on corporate entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(1): 57-67.
6. Bayarçelika, E. B., & Özşahin, M. (2014). How entrepreneurial climate effects firm performance *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150(September), 823–833.
7. BIRKINSHAW, J. (1997). ENTREPRENEURSHIP IN MULTINATIONAL CORPORATIONS: THE CHARACTERISTICS OF SUBSIDIARY INITIATIVES. *Strategic Management Journal*. Vol 18:3, 207-229
8. Blais, C., Jack, R. E., Scheepers, C., Fiset, D., & Caldara, R. (2008). Culture shapes how we look at faces. *PLoS one*, 3(8), e3022.
9. Bulute, I., & Alphen, L., (2006). Behavioral Consequences of an Intrapreneurial Climate within Large Organization: An Integrative Proposed Model, *The South East European Journal of Economics and Business*, 1(2), 64- 70.
10. Carine & Pottelsberg, B., (2001). Intrapreneurship & Revention of the Corporation, *Business Horizons*.
11. Caliendo, M., & Kritikos, A.S. (2012). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos*, 61(2), 189-214.
12. Calisto, M.L., Sarkar, S. (2017). Organizations as biomes of entrepreneurial life: Towards a clarification of the corporate entrepreneurship process. *Journal of Business Research* . Volume 70, January 2017, Pages 44-54.
13. Cornwall, J. R., & Perlman, B. (1990). *Organizational entrepreneurship*. Richard d Irwin.
14. Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship theory and practice*, 23(3), 47-63.
15. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
16. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
17. Echols, A.E., & Neck, C.P., (1998). The Impact of behaviors and structure on corporate Intrapreneurial Success, *Journal of Managerial Psychology*, 13(1.2), 38-46.
18. Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic management journal*, 5-15.
19. Hagel, J. Seely Brown, J. Samoylova, T. Lui, M. (2013) "Success or struggle: ROA as a true measure of business performance". Report 3 of the 2013 Shift Index series, Deloitte Insights.

20. Heinonen, J., & Korvela, K. (2003). How about measuring intrapreneurship. *Small Business Institute, Turku School of Economics and Business Administration*.
21. 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*, 25(2), 57-75.
22. Hisrich, R. D., & Drnovsek, M. (2002). Entrepreneurship and small business research—a European perspective. *Journal of small business and enterprise development*, 9(2), 172-222.
23. Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1986). Establishing a new business venture unit within a firm. *Journal of Business Venturing*, 1(3), 307-322
24. Hodge, S. A. (2008). US States Lead the World in High Corporate Taxes. *Tax Foundation, Website: <http://www.taxfoundation.org/publications/show/22917.html>*.(March 18).
25. Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of business Venturing*, 17(3), 253-273.
26. Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-37.
27. Hylton, P., & Otoupal, W. (2005). Combining Engineering and Mathematics in and Urban Middle School Classroom. In *Proceedings of the 2005 ASEE GSW Conference* (pp. 23-24).
28. Ireland, R., Kuratko, D., & Morris, M.H., (2006). A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all Levels, *Journal of Business Strategy*, 27(2), 21-30.
29. Ireland, R.D., & Hitt, M.A., (1999). Achievement and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *Academy of Management Executive*, 13(1), 43-57.
30. Kreiser, P. M., Marino, L. D., & Weaver, K. M. (2002). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 71-93.
31. Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
32. Kuratko, D. F., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2014). Why implementing corporate innovation is so difficult. *Business Horizons*, 57(5), 647-655.
33. Kuratko, D. F. (2007). Corporate entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 3(2), 151-203.
34. Kuratko, D. F., Montagno, R. V., & Hornsby, J. S. (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic management journal*, 49-58.
35. Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2001). Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Perspectives*, 15(4), 60-71.
36. Kuratko, D. F. (1989). New venture creation: a laboratory course for entrepreneurship education. *Journal of Education for Business*, 64(6), 248-250.
37. Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2004). Corporate entrepreneurship behavior among managers: A review of theory, research, and practice. In *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* (pp. 7-45). Emerald Group Publishing Limited.
38. Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Goldsby, M. G. (2004). Sustaining corporate entrepreneurship: modelling perceived implementation and outcome comparisons at organizational and individual levels. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 77-89.

39. Leising, K. J., Sawa, K., & Blaisdell, A. P. (2007). Temporal integration in Pavlovian appetitive conditioning in rats. *Animal Learning & Behavior*, 35(1), 11-18.
40. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
41. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Enriching the entrepreneurial orientation construct-a reply to" entrepreneurial orientation or pioneer advantage".
42. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
43. Lwamba, N.M., Bwisa, H. and Sakwa, M. (2014). Exploring the Effect of Corporate Entrepreneurship on Financial Performance of Firms: Evidence from Kenya's Manufacturing Firms. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(1), 352-370.
44. Miles, M. P., Munilla, L. S., & Darroch, J. (2009). Sustainable corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1), 65-76.
45. Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873-894.
46. Morris, N. M., Kuratko, D. F., & Pryor, C. G. (2014). Building blocks for the development of university-wide entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(1), 45-68.
47. Morris, M. H., & Kuratko, D. F. (2002). *Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations*. South-Western Pub.
48. Parker, S. C. (2004). *The economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge University Press.
49. Parker, S. C. (2007). Policymakers beware. *Handbook of research on entrepreneurship policy*, 4, 54-63.
50. Romero-Martínez, A. M. & Fernández-Rodríguez, Z. & Vázquez-Inchausti, E. (2010). Exploring corporate entrepreneurship in privatized firms. *Journal of World Business*. Volume 45, Issue 1, January 2010, Pages 2-8
51. Thompson, W. G., Longstreth, G. F., Drossman, D. A., Heaton, K. W., Irvine, E. J., & Müller-Lissner, S. A. (1999). Functional bowel disorders and functional abdominal pain. *Gut*, 45(suppl 2), II43-II47.
52. Turró, A., Urbano, D., & Peris-Ortiz, M. (2014). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 360-369.
53. Wang, Y., & Zhang, X. (2009). Operationalization of corporate entrepreneurship and its performance implications in China: An empirical study. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 1(1), 8-20.
54. Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 6(4), 259-285.
55. Zahra, S. A. (1993). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: A critique and extension. *Entrepreneurship theory and practice*, 17(4), 5-21.
56. Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, 8(4), 319-340.
57. Zahra, S. A. (1995). Corporate entrepreneurship and financial performance: The case of management leveraged buyouts. *Journal of business venturing*, 10(3), 225-247.
58. Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of business venturing*, 10(1), 43-58.

59. Zahra, S. A., Jennings, D. F., & Kuratko, D. F. (1999). The antecedents and consequences of firm-level entrepreneurship: The state of the field. *Entrepreneurship Theory and practice*, 24(2), 45-65.