

تأثیر گرایش کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی واحد تجاری با نقش میانجی واحد تجاری نوآوری بنیادی و تعدیل گری شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب واحد تجاری

بهنام هادی^۱، مراد گردی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور استان البرز مرکز کرج (نویسنده مسئول)

^۲ استادیار مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور استان البرز مرکز کرج

چکیده

هدف: بررسی تأثیر گرایش کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی واحد تجاری با نقش میانجی واحد تجاری نوآوری بنیادی و تعدیل گری شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب واحد تجاری بوده است. **روش:** پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری سطوح مدیریت و کارشناسان شرکتهای دانش بنیان پارک فناوری دانشگاه تربیت مدرس که حجم نمونه ۱۹۹ نفری از بین آنها انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده موردسنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها جمعیت شناختی و استخراج شاخصهای مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS2 Smart استفاده شده است. **یافته ها:** یافته های تحقیق حاکی از رابطه مثبت و معنی دار واحد تجاری نوآوری بنیادی و شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب واحد تجاری در گرایش کارآفرینی شرکتی و عملکرد مالی واحد تجاری بوده است. ظرفیت جذب واحد تجاری و شدت تحقیق و توسعه در گرایش کارآفرینی شرکتی و واحد تجاری نوآوری بنیادی تأثیر مثبت و معنی داری دارند. **نتیجه گیری:** تهیه منابع برای تبدیل تأکید شرکت بر گرایش کارآفرینی به رفتار نوآوری توسط واحدهای تجاری آنها امری حیاتی است. گرایش کارآفرینی در سطح شرکت، تمایل و انگیزه را برای واحدهای تجاری برای نوآوری اساسی فراهم می کند، توانایی محلی واحد تجاری برای نوآوری اساسی منوط به سرمایه گذاری مالی در تحقیق و توسعه واحد تجاری (تحقیق و توسعه) است.

واژه های کلیدی: گرایش کارآفرینی، عملکرد مالی واحد تجاری، واحد تجاری نوآوری بنیادی، شدت تحقیق و توسعه، ظرفیت جذب واحد تجاری

مقدمه

بطور کلی سوال اصلی تحقیق این است که آیا گرایش کارآفرینی شرکتی می تواند به نفع عملکرد مالی واحد تجاری باشد؟ امروز مدیران ارشد شرکتها برای تعیین وضعیت استقرار استراتژیک با تأکید بر ریسک پذیری، نوآوری و فعال بودن تمرکز می کنند. (Eshima and Anderson, 2017) در گذشته محققان گرایش کارآفرینی را فقط به سطح شرکت (یا واحد تجاری دیگر) متصل می کردند. با این حال، در حال حاضر دانشمندان تشخیص می دهند که گرایش کارآفرینی در سایر سطوح سازمانی عواقب مربوط به شیوه های تجاری را مورد توجه قرار می دهد و به مسائل فردی و فراگیر سازمانی آن توجه می کند. (Hughes et al. 2020) اگرچه گرایش کارآفرینی بر تحقیق در مورد کارآفرینی شرکت ها تسلط دارد، اما اخیراً چشم انداز گرایش کارآفرینی در سطح شرکت ها ظاهر شده است که ناخواسته در تلاش برای ایجاد عملکرد مالی بهتر از طریق تجزیه و تحلیل متن از مواد سرمایه گذار شرکت ها استفاده شده است. (Hughes et al. 2020) این مطالعات گرایش کارآفرینی را به سطح تجزیه و تحلیل شرکت مرتبط می داند، محققان فعالیت های کارآفرینی در چندین سطح در یک شرکت اتفاق می افتد. این تحقیق سه جنبه مهم را برای این شکاف تحقیقاتی بررسی می کند. اول، فراگیر سازمانی شرکت گرایش کارآفرینی متکی به سازمان است که خصوصیات وضعیت استراتژیک گرایش کارآفرینی را با انتشار روشهای تصمیم گیری، فلسفه های مدیریتی و رفتارهای استراتژیک تکرار می کند که ماهیتشان کارآفرینی است با دشواری نسبتاً کمی، نوآوری در واحدهای تجاری یک نمونه حیاتی از کارآفرینی شرکتی است. (Mustafa et al, 2018)

با این حال، در حالی که شرکت گرایش کارآفرینی تمایل جهانی شرکت را به سمت کارآفرینی در شرکت تعریف می کند، به دلیل منابع و تقاضای سازمانی لزوماً به نوآوری های محلی در بین واحدهای تجاری خود تبدیل نمی شود. دوم، این فرض وجود دارد که فعالیت نوآوری واحد تجاری سازگار و پایدار است تا زمانی که گرایش کارآفرینی شرکت سازگار و پایدار باشد. با این حال، یک گرایش کارآفرینی شرکتی به طور خودکار به نتایج واقعی نوآوری تبدیل نمی شود، تحقیقات پیشین پیشنهاد می کند که موارد احتمالی در سطح واحد تجاری باعث ایجاد انگیزه و فعال کردن فعالیت نوآوری واحد می شود و توانایی واحد تجاری را برای سود مالی افزایش می دهد. (Grühn, 2017)

سوم، تحقیقات در سطح شرکت نشان می دهد که گرایش کارآفرینی به طور کلی یک رابطه مثبت اما ناسازگار با عملکرد شرکت دارد و هنگام بررسی در بین سطوح سازمانی پیچیده تر است. شرایط تبدیل گرایش کارآفرینی شرکت به عملکرد مالی واحد تجاری در تئوری و عمل چندان قابل درک نیست. بطور کلی با استفاده از تئوری مبتنی بر منابع و گسترش قابلیت های آن، ما یک مدل نظری (شکل ۱) را ارائه می دهیم که جزئیات تأثیرات دو دسته احتمالی را بر تمایل جهانی و توانایی محلی واحدهای تجاری برای اقدام بر روی گرایش کارآفرینی شرکت و دستیابی به پیشرفت در عملکرد واحد تجاری ارائه می دهد. (Gupta, and Wales 2017) چیزی که لازم است مطرح شود این است که تهیه منابع برای تبدیل تأکید شرکت بر گرایش کارآفرینی به رفتار نوآوری توسط واحدهای تجاری آنها امری حیاتی است. در حالی که گرایش کارآفرینی شرکت در سطح شرکت، تمایل و انگیزه جهانی را برای واحدهای تجاری برای نوآوری اساسی فراهم می کند، توانایی محلی واحد تجاری برای نوآوری اساسی منوط به سرمایه گذاری مالی در تحقیق و توسعه واحد تجاری (تحقیق و توسعه) است. (Wales, 2016) بنابراین ما برآنیم به این سوال اساسی پاسخ دهیم که نقش واحد تجاری نوآوری بنیادی، شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب واحد تجاری در تاثیر گذاری گرایش کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی واحد تجاری چگونه است؟

ادبیات و پیشینه پژوهش

امروزه تمایل و توانایی شرکت ها برای استفاده از پتانسیل های نوآورانه و کارآفرینانه واحدهای تجاری خود نشان دهنده یک ضرورت استراتژیک طولانی مدت است. (Rubera, and Kirca 2012) گرایش کارآفرینی شرکتی تمایلی جهانی (به عنوان مثال، درون سازمان) نسبت به کارآفرینی ایجاد می کند، اما این فقط نشان دهنده نحوه عملکرد یک شرکت (یا تمایل به

فعالیت) است نه آنچه واحدهای تجاری آن در سطح محلی انجام می دهند یا به دست می آورند (یعنی در خود واحد). شرکت با گرایش کارآفرینی شرکتی به نوبه خود، تلاش خواهند کرد تا رفتارهای متناسبی را در واحدهای تجاری خود تحریک کنند که در اقدامات مربوط به جستجو و پاسخ به سیگنالها، روندها و تغییرات بازار با نوآوریهای جدید ظاهر می شود. واحدهای تجاری، به نوبه خود، برای تامین منابع برای افزایش وظایف خود در بازار رقابت می کنند. (Rubera, and Kirca 2012)

اهمیت منابع، اعم از محسوس (مثلاً منابع مالی) و نامشهود (مثلاً دانش)، برای پیوند بین گرایش کارآفرینی شرکت و عملکرد واحد تجاری بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع (دیدگاه مبتنی بر منابع) و چارچوب قابلیتها است. گسترش دیدگاه مبتنی بر منابع. بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع، شرکت ها از بسته های توزیع منحصر به فرد منابعی تشکیل شده اند که در آنها ناهمگونی منابع در طول زمان ادامه دارد. در حالی که منابع ملموس را می توان تا حدی در بازارهای عامل خریداری کرد، منابع نامشهود به سختی به دست می آیند و کمتر مستعد تقلید و جایگزینی هستند. سازمان های کارآفرین بیشتر از سایر انواع شرکت ها به توانایی خود در استفاده کامل از منابع متکی هستند، اما برای دستیابی به نتایج کارآفرینی به انواع خاصی از منابع نیز متکی هستند. گرایش کارآفرینی توصیف می کند که یک سازمان از نظر استراتژیک چه آرزویی دارد و منابع و قابلیت ها چگونه دستیابی به این استراتژی را در نهایت نشان می دهد. بدون منابع و قابلیت ها، گرایش کارآفرینی فاقد ابزار لازم برای تحقق است. گسترش قابلیت ها ناتوانی دیدگاه مبتنی بر منابع را در پیش بینی عملکرد از مزایای منابع جبران می کند. واحدهای تجاری برای استفاده بهتر از منابع خود به قابلیت های متمایزی نیاز دارند. (Wales, 2016) ما از چارچوب قابلیت استفاده می کنیم تا توضیح دهیم که چه چیزی منابع را به نتایج مولد تغییر می دهد و در هنگام مواجهه با شرایط جدید. قابلیت ها روال های سازمانی و استراتژیک هستند که از طریق آنها منابع برای فعالیت های جدید پیکربندی مجدد می شوند و مطالعات گرایش کارآفرینی اهمیت آنها را به عنوان مکانیزم های توانمند برای استفاده از پتانسیل کارآفرینی واحدهای تجاری نشان می دهد. از نظر مفهومی، ما منابع ملموس سرمایه گذاری مالی در تحقیق و توسعه و قابلیت ها را در قالب نوآوری ریشه ای و ظرفیت جذب به عنوان حیاتی برای رابطه عملکرد گرایش کارآفرینی - واحد تجاری شرکت می بینیم. (Gupta, and Wales ۲۰۱۷، اول، Rubera, and Kirca (2012) نوآوری رادیکال را به عنوان "قابلیت ایجاد نوآوری هایی که به طور قابل توجهی محصولات و خدمات موجود را تغییر می دهد" تعریف می کنند. از طریق نوآوری رادیکال، محصولات جدید با فن آوری های اساسی متفاوت یا جدید معرفی می شوند که معمولاً مزایای بیشتری را نسبت به محصولات قبلی در صنعت به مشتری ارائه می دهند. چنین نوآوری هایی با بازار و عدم اطمینان تکنولوژیکی بالا مشخص می شوند، اما پتانسیل بازدهی بیشتری نسبت به نوآوری افزایشی دارند. نوآوری رادیکال در بین واحدهای تجاری تجلی توانایی محلی آنها برای کارآفرینی است که با انگیزه جهانی تمایل یا تمایل محلی شرکت به سمت کارآفرینی است. (Wales, 2016)

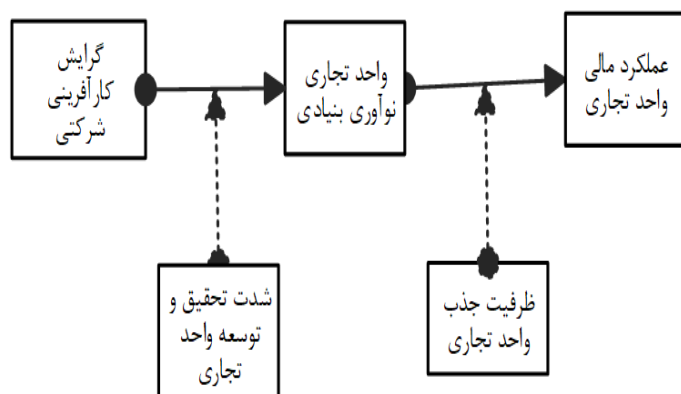
با این حال، در دیدگاه مبتنی بر منابع، وقف منابع مبنای عمل است. هر فعالیت واحد تجاری که از گرایش کارآفرینی شرکتی منشا می گیرد، واحدهای تجاری با منابع فشرده خواهند بود که بر روی گرایش کارآفرینی شرکتی عمل می کنند. نوآوری رادیکال در نهایت منابع آنها را تمام می کند مگر اینکه منابع مستقیم یا مجاور به طور مناسب تامین و دوباره پر شوند. پس از آن، منابع بیشتر ممکن است رابطه نوآوری گرایش کارآفرینی - برای اینکه نوآوری رادیکال واحد تجاری از موقعیت استراتژیک شرکت به سمت کارآفرینی آشکار شود، منابع تحقیق و توسعه کافی در سطح واحد تجاری مورد نیاز است تا توانایی آن برای عمل تقویت شود. ما انتظار داریم که عرضه کافی منابع مالی به واحد تجاری تحقیق و توسعه (منبعی که در آن قابلیت نوآوری رادیکال واحد اعمال می شود) بر پیوند بین گرایش کارآفرینی شرکت و نوآوری رادیکال واحد تجاری تأثیر بگذارد. واحد شرکت را تقویت کند. (Rubera, and Kirca 2012). امروز مدیران ارشد شرکتها برای تعیین وضعیت استقرار استراتژیک با تأکید بر ریسک پذیری، نوآوری و فعال بودن تمرکز می کنند. درواقع کارآفرینی فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه ی منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها و خلق ابتکارها و نوآوری ها و ایجاد کسب و کارهای جدید می باشد. (Hughes et al. 2020) ایفای نقش در عصر فناوری و ارتباطات گسترده ی میان فرهنگی، نیازمند قابلیت های لازم در زمینه حل مسأله، تصمیم گیری، مفهوم آفرینی و تفکر انتقادی است. محیط کسب و کار امروز که سازمانها در آن فعال هستند هر روز

بیش از پیش متغیرتر و پیشرفته تر شده و سازمانها صرف نظر از دولتی و یا خصوصی بودن، فشار روزافزونی را متحمل می شوند که آنها را مجبور می سازد تا به شرایط در حال تغییر پاسخ داده و به شیوه های خلاقانه تر عمل نمایند. مدیریت و تصمیم گیری دو واژه نزدیک به هم در انجام امور سازمانی بوده و بدون تردید، مهم ترین کار مدیران ارشد تصمیم گیری است که به آسانی نیز می توانند در اتخاذ تصمیمات دچار اشتباه شوند. (Grühn, 2017) تصمیم گیری رکن اساسی کلیه وظایف و فعالیتهای مدیریتی به شمار می آید، زیرا هر مدیری برای اجرای وظایف خود که برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت است همواره با مواردی مواجه می شود که نیاز به اخذ تصمیم دارد و همه تصمیم های مدیران برای سازمان دارای اهمیت یکسان نمی باشد. تصمیم گیری مغز و هسته مرکزی برنامه ریزی را تشکیل می دهد و یک برنامه موجودیت نمی یابد مگر اینکه تصمیمات لازم در خصوص تأمین منابع، جهت حرکت و نظایر آن اتخاذ شود. (Wales, 2016) بنابراین از آنجایی که رفتار تصمیم گیری کارآفرینانه مدیران نقش مهمی در نوآوری و خلاقیت سازمانی دارد این تحقیق در صدد مطالعه رفتار تصمیم گیری مدیران شرکتهای دانش بنیان پارک فناوری دانشگاه تربیت مدرس در حوزه به کارآفرینی شرکتی عملکرد مالی واحد تجاری بوده است. در ارتباط با مطالعات نزدیک به موضوع تحقیق می تواند مطالعات:

آقابابایی، جعفری و پیک فلک (۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان " بررسی تاثیر رویکرد کارآفرینی بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری بنیادی." نتایج نشان می دهد که رهبری و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت از طریق نوآوری بنیادی تاثیر دارد. رویکرد کارآفرینی بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد - پیری سرآسیابی، (۱۳۹۸)، " نقش تحقیق و توسعه در تاثیر رویکرد کارآفرینی پایدار بر عملکرد مالی شرکتهای کوچک و متوسط." یافته های تحقیق نشان می دهد که نقش تحقیق و توسعه بر ابعاد گرایش کارآفرینی یعنی ریسک پذیری، رفتار پیشگامانه و نوآوری بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک مثبت و معنی دار است و با شدت تحقیق و توسعه این اثرگذاری بیشتر می شود - ثریایی و محمدی (۱۳۹۷) در مقاله ای با عنوان " بررسی تاثیر جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد مالی." این پژوهش این حقیقت را روشن می سازد که توجه به گرایش کارآفرینی از سوی مدیریت ارشد شرکت می تواند تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی شرکت داشته باشد.

Hughes et al. (2020) در مقاله ای با عنوان " اثرات چند سطحی جهت گیری شرکتی بر نوآوری رادیکال واحد اقتصادی و عملکرد مالی." این تحقیق با توسعه یک چارچوب توانایی جهانی - تمایل محلی، با ایده پردازی تأثیرات آن بر نوآوری بنیادی واحد تجاری و عملکرد مالی واحد تجاری، یک مدل چند سطحی را آزمون کرده است، که توسط منابع تحقیق و توسعه واحد تجاری و ظرفیت جذب واحد تجاری تعدیل می شود. با استفاده از ۲۸۲۰ واحد تجاری از ۱۲۹۰ شرکت تایوانی از دو نظرسنجی جداگانه، این تحقیق پشتیبانی از انتظارات نظری خود را پیدا می کند و دانش بسیار مورد نیاز از اثرات چند سطح جهت گیری کارآفرینی و شرایط تبدیل جهت گیری کارآفرینی را به فعالیت نوآوری واقعی و سود حاصل از آن کمک می کند. Snihur and Wiklund, (2019)، " تاثیر گرایش کارآفرینی بر شرکت عملکرد واحد تجاری تاثیر مثبت و معنی داری دارد و همچنین تاثیر گرایش کارآفرینی بر شرکت عملکرد واحد تجاری به یک شرط متکی است: (۱) میزان نفوذ سازمانی گرایش کارآفرینی شرکت در عملکرد واحد تجاری به تکثیر و انتشار روشهای کارآفرینی مرتبط با گرایش کارآفرینی - فعالیت نوآوری بنیادی واحد تجاری بستگی دارد رابطه میان گرایش کارآفرینی شرکت و عملکرد واحد تجاری را واسطه می کند، بعد "توانایی" از دست رفته (محلی) را برای تکمیل بعد "جهانی" که "گرایش کارآفرینی" تنظیم کرده است، ارائه می دهد. Yang et al. (2019)، " تبیین رابطه بین گرایش کارآفرینی شرکت، نوآوری رادیکال واحد تجاری و عملکرد واحد تجاری." نتایج تحقیق نشان می دهد که بین گرایش کارآفرینی شرکت، نوآوری رادیکال واحد تجاری و عملکرد واحد تجاری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و همچنین میزان پاداش گرایش کارآفرینی شرکت برای عملکرد واحد تجاری بستگی به احتمالات داخلی دارد که رابطه بین گرایش کارآفرینی شرکت، نوآوری رادیکال واحد تجاری و عملکرد واحد تجاری را تعدیل می کند.

شکل ۱: مدل پیشنهادی تحقیق



فرضیه های تحقیق: فرضیه ۱: گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی تاثیر معناداری دارد. فرضیه ۲- واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری تاثیر معناداری دارد. فرضیه ۳: ظرفیت جذب واحد تجاری در تاثیر واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری نقش تعدیلگری دارد.

فرضیه ۴: شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری در تاثیر گذاری گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی نقش تعدیلگری دارد.

روش تحقیق

با توجه به ویژگی موضوع روش تحقیق از حیث هدف کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده های توصیفی از نوع همبستگی و به دنبال یافتن روابط علی میان متغیرها از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) بوده است. جامعه آماری شامل سطوح مدیریت و کارشناسان شرکت های دانش بنیان پارک فناوری دانشگاه تربیت مدرس به تعداد ۴۱۱ که با توجه به معلوم بودن حجم جامعه، محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه محدود کوکران تقریباً برابر است ۱۹۹ نفر است.

با توجه به اینکه ممکن است برخی پرسشنامه ها پاسخ داده نشود یا برگشت داده نشود ما در این تحقیق ۵ درصد بیشتر از حجم نمونه محاسبه شده، پرسشنامه توزیع خواهیم کرد تا این مساله منجر به کمتر شدن حجم نمونه نهایی محاسبه شده نگردد. باین وجود ۲۱۱ پرسشنامه توزیع ولی فقط ۱۹۹ پرسشنامه سالم برای آنالیز آماری بدست آمد. برای جمع آوری اطلاعات موردنظر، از دو روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. روش کتابخانه ای: از کتاب ها، مقالات، پایان نامه ها و اینترنت جهت جمع آوری اطلاعات مورد نیاز در بخش ادبیات نظری پژوهش استفاده شد. روش میدانی: برای گردآوری اطلاعات میدانی از ابزار پرسشنامه که اقتباس شده از مطالعات Hughes et al.(2020) استفاده شده است. پرسشنامه ای که در این تحقیق به کار گرفته شده است شامل دو بخش است: بخش سؤالات جمعیت شناختی و بخش سؤالات مربوط به متغیرهای بوده که شامل ۲۷ سوال هست. برای تعیین اعتبار اندازه گیری به چند طریق روایی اندازه گیری شده است:

۱- بررسی روایی محتوایی: پرسشنامه تهیه شده به نظر اساتید راهنما، مشاور و ۶ نفر از خبرگان حوزه مطالعه رسیده و روایی پرسشنامه پس از انجام اصلاحات لازم به روش محتوایی تأیید گردید.

۲- روایی سازه: در نرم افزار PLS به دو شکل محاسبه می گردد: روایی همگرا و روایی واگرا یا افتراقی که از دو شاخص معیار فورنل و لارکر و آزمون بارهای عرضی استفاده شده است. به منظور بررسی پایایی ضریب آلفای کرونباخ، با استفاده از نرم افزار SPSS24 محاسبه شد. بنابراین، پس از توزیع ۳۰ پرسشنامه به عنوان آزمون اولیه، مقدار آلفا با استفاده از نرم افزار SPSS به دست آمد. مقادیر آلفای محاسبه شده برای هر متغیر و آلفای کل در جدول ۳-۴ آورده شده است. اگر آلفای کرونباخ از ۰,۷ بالاتر باشد، پرسشنامه از قابلیت اطمینان برخوردار است که طبق نتایج در جدول زیر، پرسشنامه پایایی قابل قبولی دارد.

یافته‌های تحقیق

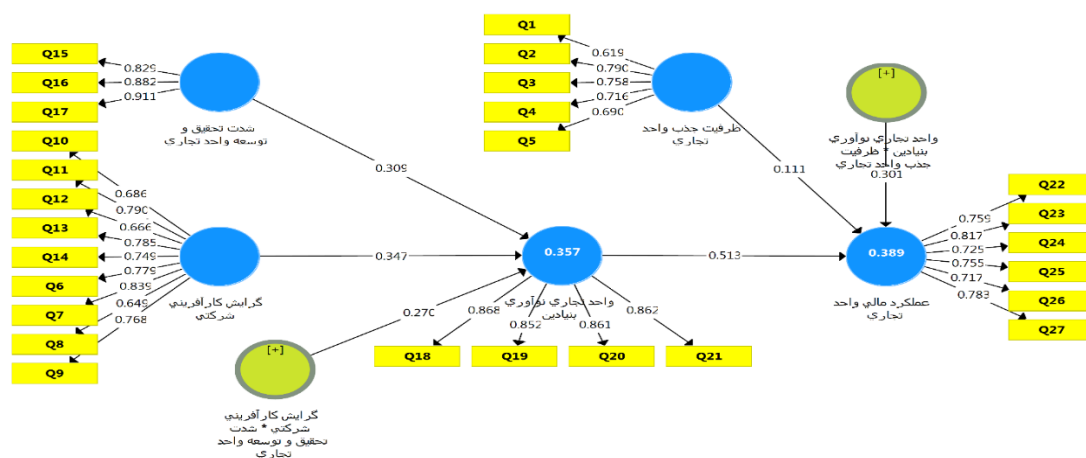
جدول ۱: اطلاعات جمعیت شناختی			
جنسیت	مرد	زنان	درصد فراوانی
سن	۱۸ تا ۳۰ سال	۵۳	۲۶.۶
	۳۱ تا ۴۰ سال	۷۱	۳۵.۷
	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۹	۱۹.۶
	بیشتر از ۵۱ سال	۳۶	۱۸.۱
تحصیلان	دیپلم و کمتر	۲۳	۱۱.۶
	کاردانی	۴۴	۲۲.۱
	کارشناسی	۸۲	۴۱.۲
	کارشناسی ارشد	۳۴	۱۷.۱
سابقه کار	دکتری	۱۶	۸
	صفریار	۶۲	۳۱.۱
	۱ تا ۵ سال	۴۱	۲۰.۶
	۶ تا ۱۰ سال	۵۳	۲۶.۶
	۱۱ تا ۱۵ سال	۴۳	۲۱.۶
	۱۶ تا ۲۰ سال	۴۳	۲۲.۱
	بیشتر از ۲۰ سال	۱۹	۹.۵

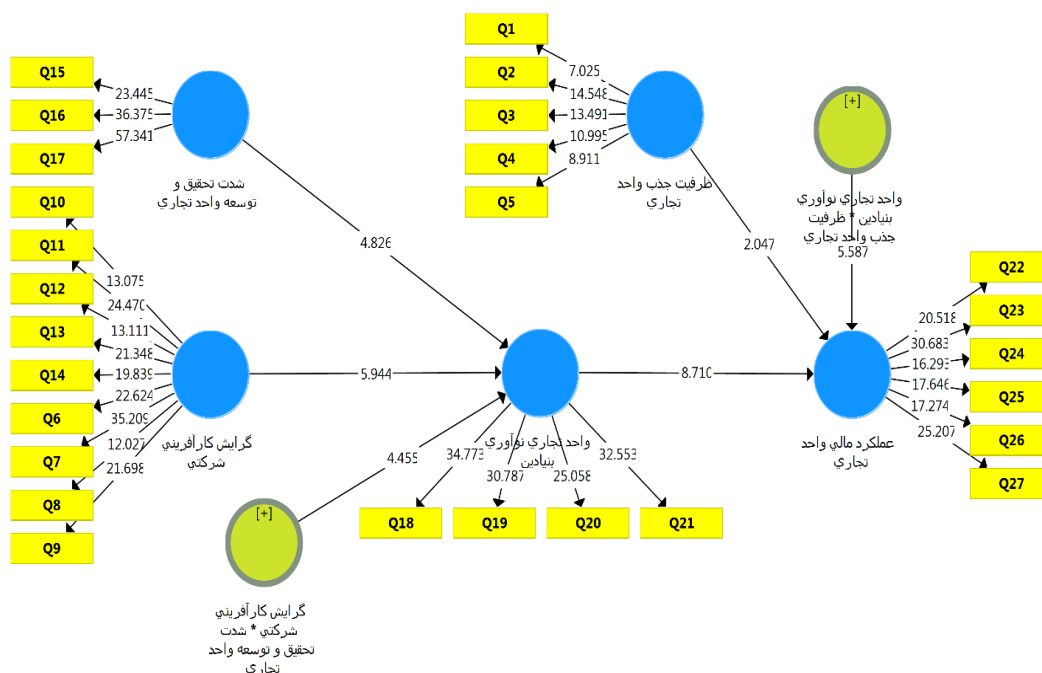
جدول ۱: آمار جمعیت شناختی
بررسی نرمالیتی داده‌های متغیرها: پیش از آنکه آزمونی انجام شود یا اقدام تعمیمی روی داده‌ها اعمال شود، باید نوع توزیع داده‌های متغیرهای مورد مطالعه مشخص گردد تا بر اساس نوع توزیع داده‌های آن روش آماری مناسب و علمی بکار گرفته شود. جهت بررسی نوع توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. همانطور که در جدول (پیوست) آمده است، سطح معنی داری آزمون کلموگروف

اسمیرنوف برای همه متغیرها کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده است.

لذا میتوان اینگونه استنباط نمود که توزیع داده‌های همه متغیرها غیر نرمال بوده و باید از روشهای متناسب با نوع توزیع داده‌ها استفاده کرد. بررسی مدل‌های اندازه‌گیری: مدل اندازه‌گیری مدلی است که رابطه بین متغیرهای مکنون و سوالات (گویه‌ها) را مورد بررسی قرار می‌دهد، به همین دلیل نام دیگر آن مدل بیرونی است. اینک به بررسی آزمون‌های مربوط برای مدل اندازه‌گیری می‌پردازیم. نمودار (۱) مدل در حالت استاندارد شده بارهای عاملی و ضرایب مسیر را نشان می‌دهد. و نمودار (۲) مدل نهایی تحقیق در حالت ضرایب معناداری تی را نشان می‌دهد.

شکل ۱: مدل نهایی با ضرایب استاندارد شده بار عاملی و ضرایب مسیر (ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری)





شکل ۲ مدل نهایی با ضرایب t-Values (ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری)

آزمون فرضیه‌های پژوهش: پس از بررسی مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری و کلی باید به تفسیر فرضیات پرداخته شود.

جدول ۲: جدول نهایی نتایج آزمون فرضیات تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	T_value	ضریب مسیر	مسیر: متغیر مستقل ← متغیر وابسته
تائید	۰,۰۰	۴,۸۲۶	۰,۳۰۹	شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری ← واحد تجاری نوآوری بنیادین
تائید	۰,۰۴۱	۲,۰۴۷	۰,۱۱۱	ظرفیت جذب واحد تجاری ← عملکرد مالی واحد تجاری
تائید	۰,۰۰	۸,۷۱۰	۰,۵۱۳	واحد تجاری نوآوری بنیادین ← عملکرد مالی واحد تجاری
تائید	۰,۰۰	۵,۵۸۷	۰,۳۰۱	واحد تجاری نوآوری بنیادین × ظرفیت جذب واحد تجاری ← عملکرد مالی واحد تجاری
تائید	۰,۰۰	۵,۹۴۴	۰,۳۴۷	گرایش کارآفرینی شرکتی ← واحد تجاری نوآوری بنیادین
تائید	۰,۰۰	۴,۴۵۵	۰,۲۷۰	گرایش کارآفرینی شرکتی × شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری ← واحد تجاری نوآوری بنیادین

همانطور که در جدول (۲) نتایج حاصل از فرضیه اول مبنی بر گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی تاثیر معناداری دارد. بر اساس جدول (۲) فوق نمایان است. مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین گرایش کارآفرینی شرکتی و واحد تجاری نوآوری بنیادی بترتیب برابر ۵,۹۴۴ و ۰,۳۴۷ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی تاثیر مثبت و معناداری دارد. در حقیقت با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات گرایش کارآفرینی شرکتی، شاهد افزایش در نمرات واحد تجاری نوآوری بنیادی به اندازه ۰,۳۴۷ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه اول تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه دوم مبنی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری تاثیر معناداری دارد.

بر اساس جدول (۲) فوق نمایان است مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین واحد تجاری نوآوری بنیادی و عملکرد مالی واحد تجاری بترتیب برابر ۸,۷۱۰ و ۰,۵۱۳ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری تاثیر مثبت و معناداری دارد. در حقیقت با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات واحد تجاری نوآوری بنیادی، شاهد افزایش در نمرات عملکرد مالی واحد تجاری به اندازه ۰,۵۱۳ انحراف استاندارد خواهیم بود. بنابراین با توجه به داده های گرد آوری شده میتوان فرضیه دوم تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه سوم مبنی بر ظرفیت جذب واحد تجاری در تاثیر واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری نقش تعدیلگری دارد.

بر اساس جدول (۲) با توجه به اینکه مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (واحد تجاری نوآوری بنیادین × ظرفیت جذب واحد تجاری) و متغیر وابسته عملکرد مالی واحد تجاری بترتیب برابر با ۵,۵۸۷ و ۰,۳۰۱ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه سوم تحقیق تایید می شود.

نتایج حاصل از فرضیه چهارم مبنی شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری در تاثیر گذاری گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی نقش تعدیلگری دارد.

بر مبنای جدول (۲)، با توجه به اینکه مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (گرایش کارآفرینی شرکتی × شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری) و متغیر وابسته واحد تجاری نوآوری بنیادین بترتیب برابر با ۴,۴۵۵ و ۰,۲۷۰ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۰) کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق هدف این تحقیق بررسی تاثیر گذاری گرایش کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی واحد تجاری با نقش میانجی واحد تجاری نوآوری بنیادی و تعدیل گری شدت تحقیق و توسعه و ظرفیت جذب واحد تجاری بوده است. جامعه آماری پژوهشی شامل سطوح مدیریت و کارشناسان شرکتهای دانش بنیان پارک فناوری دانشگاه تربیت مدرس به تعداد ۴۱۱ که با توجه به معلوم بودن حجم جامعه، محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه محدود کوکران تقریباً برابر است ۱۹۹ نفر بوده است. نتایج آمار توصیفی بدین صورت بوده که: ۱- توزیع فراوانی جنسیت: از بین ۱۹۹ نفر موجود، ۱۱۹ نفر (۵۹,۸ درصد) مرد و ۸۰ نفر (۴۰,۲ درصد) نیز زن می باشد ۲- توزیع فراوانی تحصیلات: از بین ۱۹۹ نفر موجود در تحقیق، تحصیلات ۱۱,۶ درصد از افراد در سطح دیپلم و کمتر، تحصیلات ۲۲,۱ درصد از افراد در سطح کاردانی، تحصیلات ۴۱,۲ درصد از افراد در سطح کارشناسی و تحصیلات ۱۷,۱ درصد از افراد نیز در سطح کارشناسی ارشد می باشد. همچنین ۸ درصد از افراد نیز دارای تحصیلات دکتری می باشند ۳- توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان: بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال می باشد که ۳۵,۷ درصد از وزن کل را به خود اختصاص داده است. پس از آن رده سنی ۱۸ تا ۳۰ با درصد فراوانی ۲۶,۶ در رتبه دوم قرار دارد ۳- توزیع فراوانی سابقه کاری پاسخ دهندگان: بیشترین درصد فراوانی مربوط به رده ۶ تا ۱۰ سال (۲۶,۶ درصد) می باشد. کمترین درصد فراوانی نیز مربوط به رده بیشتر از ۲۰ سال گزارش شده که ۹,۵ درصد از حجم کل را تشکیل می دهد:

با بر اساس یافته های تحقیق مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین گرایش کارآفرینی شرکتی و واحد تجاری نوآوری بنیادی بترتیب برابر ۵,۹۴۴ و ۰,۳۴۷ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۵) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی گرایش کارآفرینی شرکتی بر واحد تجاری نوآوری بنیادی تأثیر مثبت و معناداری دارد. در حقیقت با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات گرایش کارآفرینی شرکتی، شاهد افزایش در نمرات واحد تجاری نوآوری بنیادی به اندازه ۳۴۷,۰ انحراف استاندارد خواهیم بود.

بر اساس جدول (۲) مقدار آماره تی و ضریب مسیر بین واحد تجاری نوآوری بنیادی و عملکرد مالی واحد تجاری بترتیب برابر ۸,۷۱۰ و ۰,۵۱۳ بدست آمده است. در واقع با توجه به اینکه مقدار عدد معناداری بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۵) کمتر از ۰,۰۵ بدست آمده؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی واحد تجاری نوآوری بنیادی بر عملکرد مالی واحد تجاری تأثیر مثبت و معناداری دارد. در حقیقت با افزایش یک انحراف استاندارد در نمرات واحد تجاری نوآوری بنیادی، شاهد افزایش در نمرات عملکرد مالی واحد تجاری به اندازه ۵,۱۳ انحراف استاندارد خواهیم بود. بر اساس جدول (۲) با توجه به اینکه مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (واحد تجاری نوآوری بنیادین × ظرفیت جذب واحد تجاری) و متغیر وابسته عملکرد مالی واحد تجاری بترتیب برابر با ۵,۵۸۷ و ۰,۳۰۱ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۵) کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه سوم تحقیق تایید می شود.

بر مبنای جدول (۲)، با توجه به اینکه مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (گرایش کارآفرینی شرکتی × شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری) و متغیر وابسته واحد تجاری نوآوری بنیادین بترتیب برابر با ۴,۴۵۵ و ۰,۲۷۰ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱,۹۶ و سطح معناداری (۰,۰۵) کمتر از سطح خطای ۰,۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه چهارم تحقیق تایید می شود.

در راستای یافته‌ای تحقیق توصیه‌ای زیر می‌توان به شرکتهای دانش بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس ارائه کرد: - شرکتهای دانش بنیان باید جهت نوآوری محصول سرمایه‌گذاری مالی در جهت تحقیق و توسعه هدایت کنند. - شرکتهای دانش بنیان نوآوری محصول روانه بازار کنند که عملکرد مالی و برگشت سرمایه حاصل شود چرا که نوآوری در قفس بی معنی است. - شرکتهای دانش بنیان باید استراتژی سارمانی بر مبنای ریسک پذیری، نوآوری و پیشگامی تدوین کنند. - شرکتهای دانش بنیان بر تحقیق و توسعه و نوآوری محصول و تجاری سازی آنها تمرکز کنند. - شرکتهای دانش بنیان در بهبود قابلیت های محصول خود تمرکز کنند. - شرکتهای دانش بنیان بر موفقیت در معرفی محصول جدید به بازار توجه خاص مبذول دارند.

البته این تحقیق پیشنهادهایی برای مطالعات آتی همچون: - پیشنهاد می شود مطالعات آتی داده‌ها را در دو مقطع زمانی مختلف، از چندین پاسخ‌دهنده در سطوح مختلف سازمانی، از جمله مدیران ارشد ستادی شرکت‌ها و مدیران واحدهای تجاری، جمع‌آوری شود و مورد بررسی قرار گیرد. - اول، نمونه ما شامل شرکت های شرکتهای دانش بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس است. به دلیل تفاوت‌های احتمالی نهادی، فرهنگی و اقتصادی، برخی از یافته‌ها و نتایج ما ممکن است مستقیماً به دیگر شرکتها منتقل نشود. لذا توصیه می شود در تحقیقات این موارد مد نظر قرار گیرد. - در تحقیقات آتی می توان تاثیرات ناشی از هر یک از متغیرها را به صورت گسترش یافته مورد بررسی قرار داد مثلاً عملکرد شرکتهای دانش بنیان در حوزه تجاری سازی به صورت توسعه یافته تاثیرش بر عملکرد مالی بررسی شود.

منابع

- [۸] آقابابایی، اکرم، حمید رضا جعفری، و جمشید پیک فلک. (۱۳۹۹) شناسایی تأثیر رهبری و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد بانک با توجه به نقش واسطه‌گری استراتژی تمایز. "مطالعات مدیریت و حسابداری ۳ (۱): ۱۹-۲۵.
- [۹] پیری ساراسیایی، احمد. ۱۳۹۸. "تأثیر اندازه گیری و ارزیابی عوامل مؤثر بر جهت گیری پایدار کارآفرینی در بازاریابی شرکت های کوچک و متوسط" فصلنامه مدیریت بازاریابی ۲۳ (۸): ۴۵-۵۱
- [۱۰] ثریایی، رعنا، و جواد محمدی. ۱۳۹۷. "در یک مطالعه، تأثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی در جهت گیری کارآفرینی" نشریه مدیریت بازرگانی ۶۳ (۸): ۴۵-۵۲-۷۲

[1] Eshima, Y., and Anderson, B. 2017. "Firm growth, adaptive capability, and entrepreneurial orientation." *Strategic Management Journal*, 38 (3): 770-7۷۹

[2] Hughes, M., Y. Chang., I. Hodgkinson., P. Hughes., C.Y. Chang. 2020. "Corporate entrepreneurial orientation benefit business unit financial performance." *Journal Pre-proof* ۱۰۱ (۱۹): ۲۳۱-۲۴۲.

[3] Mustafa, M., Gavin, F., and Hughes, M., 2018. "Contextual determinants of employee entrepreneurial behavior in support of corporate entrepreneurship: A systematic review and research agenda." *Journal of Enterprising Culture*, 26 (3), 285-3۲۶.

[4] Grün, B., Strese, S., Flatten, T.C., Jaeger, N.A., and Brettel, M., 2017. Temporal change patterns of entrepreneurial orientation: A longitudinal investigation of CEO successions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (4): 591-6۱۹

- [5] Gupta, V.K., and Wales, W.J. 2017. "Assessing organisational performance within entrepreneurial orientation research: Where have we been and where can we go from here?" The Journal of Entrepreneurship, 26 (1): 1–26
- [6] Wales, and W.J., 2016. "Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions." International Small Business Journal, 34 (1): 3–1۵.
- [7] Rubera, G., and Kirca, A.H. 2012. "Firm innovativeness and its performance outcomes: A metaanalytic review and theoretical integration." Journal of Marketing, 76 (2): 130–1۴۷.
- [11] Snihur, Y., Wiklund, J., 2019. "Searching for innovation: Product, process, and business model innovations and search behavior in established firms." Long Range Planning, 52 (3): ۳۰۵–۳۲۵ .
- [12] Yang, H., Dess, G.G., Robins, J.A. 2019. "Does entrepreneurial orientation always pay off? The role of resource mobilization within and across organizations." Asia Pacific Journal of Management, 36 (3): 565–591

پیوست ۱: نرمالیتی داده‌ها

نتیجه آزمون	آزمون کلموگروف اسمیرنوف		متغیرها
	سطح معنی داری	مقدار آماره	
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۱۴	گرایش کارآفرینی شرکتی
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۷۲	واحد تجاری نوآوری بنیادین
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۳۶	عملکرد مالی واحد تجاری
غیر نرمال	۰,۰۰	۰,۱۸۶	شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری
غیر نرمال	۰,۰۰۷	۰,۰۷۶	ظرفیت جذب واحد تجاری

پیوست ۲: ضرایب همبستگی بین متغیرهای مورد مطالعه تحقیق

ظرفیت جذب واحد تجاری	شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری	عملکرد مالی واحد تجاری	واحد تجاری نوآوری بنیادین	گرایش کارآفرینی شرکتی	متغیرها
				۱	مقدار همبستگی گرایش کارآفرینی شرکتی
				.	سطح معناداری
			۱	۰,۵۰۱	مقدار همبستگی واحد تجاری نوآوری بنیادین
			.	۰,۰۰	سطح معناداری
		۱	۰,۵۹۴	۰,۴۹۶	مقدار همبستگی عملکرد مالی واحد تجاری
		.	۰,۰۰	۰,۰۰	سطح معناداری
	۱	۰,۳۴۳	۰,۴۰۹	۰,۳۱۴	مقدار همبستگی شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری
	.	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	سطح معناداری
۱	۰,۴۷۰	۰,۲۷۲	۰,۳۶۹	۰,۲۲۳	مقدار همبستگی ظرفیت جذب واحد تجاری
.	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰	۰,۰۰۲	سطح معناداری

پیوست ۳: شاخصه‌ای ضریب آلفای کرنباخ و ضریب پایایی ترکیبی

متغیرها	ضریب آلفای کرنباخ	Rho_A	ضریب پایایی ترکیبی	AVE	مقادیر اشتراکی	نتیجه
شدت تحقیق و توسعه واحد تجاری	۰,۸۴۷	۰,۸۵۹	۰,۹۰۷	۰,۷۶۶	۰,۵۰۹	مطلوب
ظرفیت جذب واحد تجاری	۰,۷۶۵	۰,۷۷۳	۰,۸۴۰	۰,۵۱۴	۰,۲۷۹	مطلوب
عملکرد مالی واحد تجاری	۰,۸۵۳	۰,۸۵۴	۰,۸۹۱	۰,۵۷۸	۰,۴۰۳	مطلوب
واحد تجاری نوآوری بنیادین	۰,۸۸۳	۰,۸۸۵	۰,۹۱۹	۰,۷۴۱	۰,۵۵۴	مطلوب
گرایش کارآفرینی شرکتی	۰,۹۰۱	۰,۹۰۹	۰,۹۱۹	۰,۵۶۰	۰,۴۴۶	مطلوب