

تأثیر کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار: نقش قابلیت‌های پویای سازمان و آشفتگی محیط کسب و کار در شرکت‌های دانش بنیان استان اصفهان

مهدی اقبال مجد¹ - علی صفری^{2*} - علی شائمی برزکی³

1. کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی از دانشگاه اصفهان

2. استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان

3. دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان

تاریخ دریافت: 1396/12/17

تاریخ پذیرش: 1397/3/23

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار با توجه به قابلیت‌های پویای سازمان و آشفتگی محیط کسب و کار در شرکت‌های دانش بنیان استان اصفهان می‌پردازد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و براساس ماهیت و روش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های دانش بنیان استان اصفهان 230 شرکت بوده‌اند. نمونه مورد بررسی با استفاده از جدول مورگان 143 شرکت دانش بنیان می‌باشد که به روش تصادفی در دسترس انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش نامه محقق ساخته بوده که پایایی و روایی آن بررسی و تأیید شده و به هر شرکت یک پرسشنامه داده شده و توسط مدیر عامل آن تکمیل گردیده است. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی ال اس 3 (Smart PLS 3) استفاده شد. نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه‌ها نشان می‌دهد که آشفتگی محیطی و قابلیت‌های پویای کسب و کار بر کارآفرینی راهبردی و هر سه متغیر بر عملکرد کسب و کار تأثیر گذار است. همچنین، نقش میانجی گری کارآفرینی راهبردی در تأثیر گذاری آشفتگی محیطی و قابلیت پویا بر عملکرد کسب و کار مورد تأیید قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: آشفتگی محیطی، عملکرد کسب و کار، قابلیت‌های پویا، کسب و کارهای اصفهان

مقدمه

آشفتگی‌های موجود در محیط کسب و کارها منجر به تغییرات غیر قابل پیش‌بینی شده است که از یک طرف باعث ایجاد فرصت‌های جدید برای کسب ارزش و از طرفی دیگر مزیت‌های رقابتی شرکت‌ها را دچار مشکل کرده و در برخی مواقع منجر به از بین رفتن آن‌ها شده است. در چنین فضایی سازمان‌های موفق و به‌ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان به دنبال آن هستند که از کارآفرینی راهبردی یعنی بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی فعلی و کشف نوآوری‌هایی که مزیت رقابتی آینده را رقم می‌زنند، به‌عنوان عامل کلیدی اصلی در دستیابی به موفقیت استفاده کنند (Kantur, 2016). ضرورت وجود فعالیت‌های مدیریت راهبردی و کارآفرینی به شکل هم‌زمان در قالب کارآفرینی راهبردی منجر به تأثیرگذاری معنادار در موفقیت شرکت، توسعه مزیت‌های رقابتی، تخصیص اثربخش منابع به تناسب فعالیت‌های حال و آینده می‌شود (Kantur, 2016 ; Ireland & Webb, 2007).

با توجه به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در رشد و استقلال اقتصاد ایران و سایر اقتصادهای در حال توسعه و وجود تلاطم‌ها و آشفتگی‌های محیطی در فضای کسب و کار بسیاری از این کشورها، محدود بودن منابع این شرکت‌ها برای دستیابی به موفقیت پایدار و کمتر پرداختن پژوهش‌ها به موضوع کارآفرینی راهبردی به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های معقول و مناسب در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان، شکاف پژوهشی هم از نظر بررسی علمی و هم از نظر ارائه راه‌حل‌های مبتنی بر تحقیق در این حوزه نمایان می‌شود که این پژوهش به دنبال پر کردن آن است. از طریق دیگر ساختاردهی و ترکیب الگوی کارآفرینی راهبردی با متغیرهای جدید آشفتگی محیطی و قابلیت‌های پویای کسب و کار (که به شکل محدود در پژوهش‌های دیگر به آن اشاره شده)، آزمون آن در قالب یک الگوی کلی و مرتبط و انجام آن بر روی شرکت‌های دانش‌بنیان در کشوری در حال توسعه نشان‌دهنده وجود نوآوری مناسب در آن است. از طرفی دیگر، این پژوهش به دنبال تبیین مفهوم کارآفرینی راهبردی، آشفتگی محیطی و قابلیت‌های پویا و جواب‌دهی به این سؤال‌هاست که آیا کارآفرینی راهبردی تأثیر معناداری بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان دارد؟ و آیا کارآفرینی راهبردی در شرکت‌های دانش‌بنیان از

آشفته‌گی‌های محیطی و قابلیت‌های پویای این شرکت‌ها تأثیر می‌می‌پذیرد؟. تا با پاسخ به این سؤال‌ها هم مبانی تجربی و نظری مربوط به کارآفرینی راهبردی را توسعه دهد و هم اینکه به مدیران این شرکت‌ها و سیاست‌گذاران مربوطه ایجاد قابلیت‌های پویا و توجه به کارآفرینی راهبردی به‌عنوان یک راهکار مقابله با آشفته‌گی محیطی را توصیه کند.

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

عملکرد کسب و کار

الگوی تعالی سازمانی بنیاد اروپایی کیفیت عملکرد کسب و کار را به‌عنوان اندازه‌گیری یک فرد، یک گروه، یک سازمان یا یک سطح فرآیند در دستیابی به هدف معین ارائه می‌کند. به عبارت دیگر، عملکرد اندازه‌گیری میزان کارایی و اثربخشی سازوکار یا فرایند، توسط یک سازمان در دستیابی به نتایج مورد نظر خود می‌باشد (Wu, 2009). در مدل‌های سنتی اندازه‌گیری عملکرد تأکید بر روش‌های مالی بوده است در حالی که این ابزارها نمی‌توانستند نتایج ناملموس را اندازه‌گیری کنند. محققانی همچون وال و کورتیت (2013) و المتاری¹ و دیگران (2014) برای اندازه‌گیری عملکرد از شیوه‌های ذهنی و عینی استفاده می‌کنند. معیارهای ذهنی به‌طور کلی نسبی است، در حالی که اندازه‌گیری‌های عینی مطلق می‌باشد. در مورد صنایعی که در آن داده‌های منتشر شده در دسترس نیست و پاسخ‌دهندگان عموماً تمایلی به انتشار واقعیت عینی و ارقام به‌دیگران ندارند، اندازه‌گیری ذهنی از طریق منابع اولیه تنها گزینه اندازه‌گیری عملکرد کسب و کار است (Wall et al., 2004). در پژوهشی که توسط سندپ و هارپریت² (2016) به انجام رسید اثبات شد که اندازه‌گیری عملکرد کسب و کار توسط شاخص‌های ذهنی مالی و غیرمالی کفایت داشته و این سنجش می‌تواند جواب‌گوی سنجش عملکرد کسب و کار باشد. در نتیجه، در این پژوهش برای سنجش عملکرد کسب و کار از طریق شاخص‌های ذهنی مالی و غیرمالی، مطابق جدول (1) اقدام شده است.

1 Al-Matari et al

2 Sandeep & Harpreet

جدول 1. ابعاد عملکرد کسب و کار (سندیپ و هارپریت، 2016)

بعد مالی						
رشد فروش		بازده سرمایه		حجم گردش مالی کارکنان		
بعد غیر مالی						
سهم بازار	کیفیت خدمات	رضایت مشتریان	کیفیت محصولات	رضایت کارکنان	نوآوری در محصولات	نوآوری در فرآیندها

کارآفرینی راهبردی

کارآفرینی راهبردی موضوعی است که از ادغام دو حوزه مدیریت راهبردی و کارآفرینی شکل گرفته و شامل اقدام‌های کارآفرینانه‌ای است که با نگاهی راهبردی اتخاذ می‌شوند (Ireland et al. 2003). هیت¹ و همکاران (2001) هدف کارآفرینی راهبردی را خلق ثروت دانسته‌اند که کارآفرینی با جست‌وجوی فرصت‌های جدید و مدیریت راهبردی با جست‌وجوی مزیت رقابتی پایدار به دنبال آن است.

در ارتباط با الگوهای کارآفرینی راهبردی ایرلند (2001) شش حوزه را به عنوان اجزای مرتبط با کارآفرینی راهبردی ارائه کرد که شامل؛ نوآوری، دسترسی به منابع، بین‌المللی شدن، یادگیری سازمانی، رشد و راهبرد تیم مدیریت ارشد می‌باشد. هیت و همکاران (2001) الگوی ایرلند را مورد بازنگری قرار داده و مباحث شبکه‌های خارجی، یادگیری سازمانی، منابع، نوآوری و بین‌المللی شدن را مطرح کردند. ایرلند و همکاران (2003) در الگوی جدید خود کارآفرینی راهبردی را در چهار بُعد ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینی و رهبری کارآفرینانه، مدیریت راهبردی منابع، استفاده از خلاقیت و توسعه نوآوری ارائه کرد. الگوی ایرلند و همکاران (2003) با وجود توسعه‌های موجود در حوزه کارآفرینی راهبردی در پژوهش‌های متعددی به کار رفته است. در این الگو بیان می‌شود که در سازمان‌های دارای کارآفرینی راهبردی، ذهنیت کارآفرینانه در یک فرهنگ کارآفرینانه و با رهبری کارآفرینانه به دنبال کشف فرصت‌ها بوده و منابع به صورت راهبردی برای بهره‌برداری از فرصت‌ها ساماندهی و مدیریت می‌شود و با وجود خلاقیت و بهره‌برداری از ایده‌های جدید و نوآورانه،

1 Hitt

مزیت‌های رقابتی به صورت راهبردی برای کارآفرینی توسعه می‌یابند. در این الگو شرایط و وضعیت داخلی بنگاه مدنظر قرار نگرفته است در حالی که امروزه قابلیت‌های پویا برای حفظ و تداوم فعالیت‌های راهبردی و کارآفرینی حیاتی هستند. همچنین در محیط‌های متلاطم منابع راهبردی سازمان که مبنای پایه‌ریزی فعالیت‌های کارآفرینانه هستند تحت تأثیر قرار گرفته و دچار تغییر می‌شوند که باید مدنظر قرار گیرند. هیت و همکاران (2007) الگوی مفهومی خود در مورد کارآفرینی راهبردی را با توازن بین رفتارهای جست‌وجوی فرصت و جست‌وجوی مزیت با تأکید بر نوآوری مستمر ارائه دادند. پس از آن کچن¹ و همکاران (2007) توازن کشف فرصت و مزیت رقابتی را با ترویج همکاری و نوآوری مستمر مورد پژوهش قرار دادند. کایرگیدو² و هاگس³ (2010) در الگوی خود عوامل تشخیص فرصت، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، چشم‌انداز، رشد، مدیریت منابع و قابلیت‌های پویا را به عنوان اجزای کارآفرینی راهبردی ارائه کرد. وب و همکاران (2010) به بررسی نقش کارآفرینی راهبردی بر روی عملکرد بنگاه‌های خانوادگی پرداخته و بیان می‌دارند که عملکرد برتر اغلب از کارآفرینی راهبردی موفق نشأت می‌گیرد. همچنین ذهنیت کارآفرینی راهبردی بر روی موازنه جست‌وجوی مزیت و جست‌وجوی فرصت تأثیر گذاشته و در نتیجه نوآوری مستمر را نتیجه خواهد داد. لوک⁴ و همکاران (2011) چارچوب مفهومی جدیدی از کارآفرینی راهبردی را با توجه به فعالیت‌های راهبردی و کارآفرینانه بالقوه ارائه کردند. همچنین، هیت و همکاران (2011) به ارائه یک الگوی ورودی، فرآیند، خروجی محور پرداخته و در ورودی‌های الگوی کارآفرینی راهبردی به شاخص‌های محیطی از قبیل پویایی و عدم قطعیت و در خروجی الگو به منافع سازمانی از قبیل ایجاد دانش‌های جدید و توسعه فرصت‌های جدید اشاره می‌کند.

با توجه به پژوهش‌های انجام شده کارآفرینی راهبردی باعث افزایش تنوع تولید، ایجاد فرصت‌های جدید در بازار، ایجاد شیوه‌های نوین رقابت و موفقیت بهتر شرکت می‌شود

1 Ketchen

2 Kyrgidou

3 Hughes

4 Luke

(رضوی و همکاران، 1393) و در برخی مواقع نقش میانجی گری در تأثیر عوامل محیطی بر عملکرد شرکت را دارد (Kantur, 2016). کارآفرینی راهبردی در مجموع یک عنصر لازم در دستیابی به عملکرد بهتر و بهره‌وری بالا در فضای کسب و کار با تغییرات سریع است (Engelen et al, 2015؛ صحت و یاراحمدی، 1393). با توجه به مباحث مطرح شده و با توجه به اینکه کارآفرینی راهبردی می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شرکت شود فرضیه اول پژوهش به شکل زیر تدوین می‌شود:

فرضیه اول: کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد.

آشفته‌گی محیطی

آشفته‌گی محیط، به حوادث غیر قابل پیش‌بینی و بسیار متنوعی که در محیط یک کسب و کار رخ می‌دهد، گفته می‌شود (Ko & Tan, 2012). به‌خاطر این آشفته‌گی، شرکت‌ها در تلاش برای توسعه ابزارها و قابلیت‌هایی برای غلبه بر آن هستند. پژوهش‌ها در زمینه آشفته‌گی محیطی آن را به سه دسته آشفته‌گی فناوری، آشفته‌گی رقابت و آشفته‌گی بازار تقسیم‌بندی می‌کند (Ottesen & Grønhaug, 2004). آشفته‌گی‌های فناوری به نرخ پیشرفت‌های فناوری در یک صنعت اشاره دارد. نوع دیگر آشفته‌گی، شدت رقابت در بازار می‌باشد که به معنای شدت رقابت یک شرکت در درون یک صنعت و در مواجهه با رقبا و رفتارهای متنوع آنان است (Paladino, 2007). آشفته‌گی بازار یکی دیگر از اجزاء آشفته‌گی محیطی می‌باشد و از عناصر حیاتی محیط سازمان‌هاست که نتایج عملیاتی و عملکردی کسب و کار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. آشفته‌گی بازار اشاره به میزان تغییر در ترکیب مشتریان و ترجیحات آنها و شرایط بازار رقابتی دارد (Lee, 2010). آشفته‌گی محیطی بر متغیرها و اجزاء مختلف سازمان هم‌چون توسعه محصول جدید و عملکرد شرکت (Wang, 2014; Pratono, 2016)، ساختار سازمانی منعطف (Zhou & Yim, 2005) زنجیره تأمین (Trkman & McCormack, 2009)، عملکرد بازار (Kandemir & Yaprak, 2006) و طراحی محصول (Thomas, 2014) تأثیر گذار است. آشفته‌گی محیطی هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم (از طریق کارآفرینی راهبردی) می

تواند بر عملکرد شرکت تأثیر داشته باشد (Margarietha & Scheepers, 2012; Prato, 2016). همچنین آشفته‌گی محیطی می‌تواند بر کارآفرینی راهبردی تأثیرگذار باشد (Kandemir, & Acur, 2012). با توجه به مطالب بیان شده فرضیه‌های دوم، سوم و ششم پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شوند:

فرضیه دوم: آشفته‌گی محیطی بر کارآفرینی راهبردی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه سوم: آشفته‌گی محیطی بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد.

فرضیه ششم: آشفته‌گی محیطی از طریق کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد.

قابلیت‌های پویای کسب و کار

قابلیت‌های راهبردی برای عملکرد موفقیت‌آمیز شرکت‌ها مهم هستند (Simon et al., 2015)، اما آن‌ها سازمان‌ها را به اینکه چگونه می‌توانند منابع خود را در زمان مناسب و به سرعت تغییر و ساختاردهی مجدد کنند آگاه نمی‌کنند و این کار در قالب قابلیت‌های پویای کسب و کار انجام می‌شود. قابلیت‌های پویای کسب و کار به‌طور کلی شامل قابلیت‌های نوآوری، قابلیت اطلاعاتی و قابلیت ارتباطی است. قابلیت‌های نوآوری در برگیرنده طراحی محصول، توسعه محصول جدید و نوآوری فرآیند کسب و کار می‌باشد (Terziowski, 2007; Camison & Villar, 2014). قابلیت‌های اطلاعاتی یکی از فرآیندهای شرکت برای به کارگیری فناوری اطلاعات برای به دست آوردن، پردازش و انتقال اطلاعات برای پشتیبانی از تصمیم‌گیری، بهبود عملیات کسب و کار و تسهیل ارتباطات و هماهنگی با شرکای خارجی است (Mithas et al., 2011). قابلیت‌های ارتباطی توسعه، پرورش و مدیریت روابط خارجی را شامل می‌شود. قابلیت‌های ارتباطی توانایی ایجاد اتحاد و یکپارچگی (Leischnig et al., 2014)، قابلیت‌های بازاریابی، رابطه‌ای و ارتباطی (Day, 2011) و قابلیت همکاری بین ذی‌نفعان است (Allred et al., 2011). قابلیت‌های پویای کسب و کار در افزایش ظرفیت شرکت در بهره‌برداری از منابع خارجی برای عملکرد بهتر در بازار، ایجاد توانمندی‌های عملیاتی و بهبود عملکرد سازمان و همکاری‌های خارجی و همچنین بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد می‌تواند تأثیرگذار باشد (Lisboa et al., 2011; Wang, 2014). با توجه به مطالب بیان شده در مورد قابلیت‌های پویا و تأثیرگذاری آن

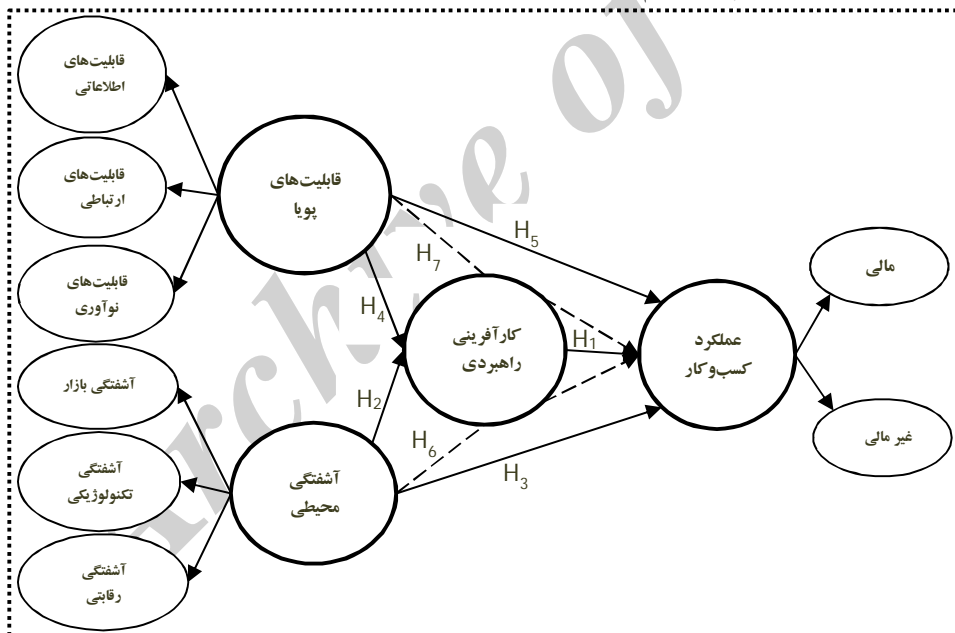
بر جنبه‌های مختلف سازمان، می‌توان نتیجه گرفت که قابلیت‌های پویای کسب و کار می‌تواند بر کارآفرینی راهبردی از جهت ایجاد مزیت رقابتی و نوآوری در بازار با استفاده از تجزیه و تحلیل اطلاعات و تصمیم‌گیری درست، اثرگذار باشد و از طرفی دیگر منجر به بهبود عملکرد شرکت هم از جهت مالی و غیرمالی شود. بنابراین با توجه به پژوهش‌های انجام شده فرضیه‌های چهارم، پنجم و ششم پژوهش به شرح زیر هستند:

فرضیه 4: قابلیت‌های پویای کسب و کار بر کارآفرینی راهبردی تأثیر مثبت دارد.

فرضیه 5: قابلیت‌های پویای کسب و کار بر عملکرد کسب و کار تأثیر دارد.

فرضیه 7: قابلیت‌های پویای کسب و کار از طریق کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت دارد.

با توجه به مرور ادبیات انجام شده، الگوی مفهومی پژوهش در شکل (1) ارائه شده است.



شکل 1. چارچوب نظری پژوهش

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و براساس ماهیت و روش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های دانش‌بنیان در سطح استان اصفهان می‌باشند. براساس آمار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در استان اصفهان تعداد 230 شرکت فعال بوده که به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند. حداقل حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به تعداد 140 شرکت محاسبه شد که بر این مبنا تعداد 160 پرسش‌نامه توزیع و از بین آن‌ها 143 پرسش‌نامه به صورت کامل تکمیل و برگشت شد و داده‌های آن مبنای محاسبات قرار گرفت. پرسشنامه‌ها به روش تصادفی در دسترس توزیع شد و برای هر شرکت یک پرسشنامه ارسال و توسط مدیر عامل آن شرکت تکمیل شد. پرسشنامه به صورت محقق ساخته و با استفاده از پرسشنامه‌های استفاده شده در پژوهش‌های سایر محققان که اسامی آن‌ها در جدول (2) آورده شده است، طراحی شد.

جدول 2. منابع تشکیل‌دهنده اجزای پرسشنامه پژوهش

ابعاد	منابع مرتبط
آشناختگی محیطی	ترکمن و مک کورمن (2009)؛ پالادینو (2007)؛ لی (2010)؛ اوتسن و گرونهاک (2004)
قابلیت‌های پویا	وانگ و همکاران (2015)؛ چمیسین و ویلار (2014)؛ میتاس و همکاران (2011)
کارآفرینی راهبردی	ایرلند و همکاران (2003)؛ وب و همکاران (2010)
عملکرد کسب و کار	سندیپ و هارپریت (2016)؛ کراوس و همکاران (2011)

ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم افزارهای SPSS 22 و Smart PLS 3 و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها الگوسازی معادلات ساختاری بوده است. روایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها به صورت محتوایی با استفاده از نظر اساتید گروه مدیریت دانشگاه اصفهان و چند نفر از کارشناسان خبره شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفته و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز به روش آلفای کرونباخ ارزیابی و تأیید شد. میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای روایی هم‌گرا (که در حد قابل قبول بیشتر از 0/5 می‌باشد) نیز در جدول (3) گزارش شده است.

جدول 3. نتایج بررسی روایی هم‌گرا و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها

متغیرها	AVE	آلفای کرونباخ	متغیرها	AVE	آلفای کرونباخ	
عملکرد	0/52	0/74	کارآفرینی	0/70	0/79	
کسب و کار	0/58	0/81		ذهنیت کارآفرینانه	0/59	0/82
قابلیت‌های	نوآوری	0/63	راهبردی	0/73	0/82	
				منابع راهبردی	0/83	0/80
پویای سازمان	اطلاعاتی	0/68	آشفتگی محیطی	0/57	0/75	
				فناوری	0/50	0/70
				بازار	0/57	0/74
ارتباطی	0/63	0/80	رقابتی			

نتایج به‌دست آمده از بررسی روایی و اگرایی متغیرها نیز در جدول (4) آورده شده است.

جدول 4. نتایج بررسی روایی و اگرایی متغیرها

سازه‌ها	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1- آشفتگی محیطی	0/74															
2- آشفتگی بازار	0/72	0/71														
3- آشفتگی فناوری	0/58	0/66	0/76													
4- آشفتگی رقابتی	0/62	0/64	0/58	0/75												
5- قابلیت‌ها	0/41	0/49	0/47	0/43	0/71											
6- قابلیت‌های ارتباطی	0/48	0/51	0/52	0/45	0/56	0/79										
7- قابلیت‌های اطلاعاتی	0/47	0/54	0/51	0/40	0/61	0/70	0/82									
8- قابلیت‌های نوآوری	0/51	0/52	0/47	0/41	0/47	0/68	0/73	0/79								
9- کارآفرینی راهبردی	0/50	0/52	0/50	0/40	0/52	0/63	0/70	0/59	0/85							
10- ذهنیت کارآفرینانه	0/47	0/52	0/48	0/40	0/63	0/65	0/73	0/70	0/76	0/84						

سازدها	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
11- خلاقیت و نوآوری	0/49	0/48	0/48	0/41	0/70	0/54	0/63	0/68	0/64	0/65	0/91					
12- فرهنگ و رهبری	0/56	0/54	0/52	0/53	0/66	0/65	0/65	0/62	0/70	0/55	0/69	0/77				
13- مدیریت منابع	0/54	0/59	0/58	0/43	0/64	0/70	0/71	0/61	0/64	0/59	0/51	0/72	0/77			
14- عملکرد کسب و کار	0/51	0/65	0/47	0/45	0/58	0/68	0/70	0/54	0/62	0/64	0/41	0/62	0/64	0/72		
15- عملکرد غیر مالی	0/50	0/61	0/59	0/43	0/55	0/65	0/69	0/55	0/56	0/60	0/63	0/63	0/63	0/62	0/76	
16- عملکرد مالی	0/58	0/68	0/60	0/51	0/61	0/68	0/71	0/74	0/80	0/75	0/64	0/45	0/70	0/67	0/73	0/72

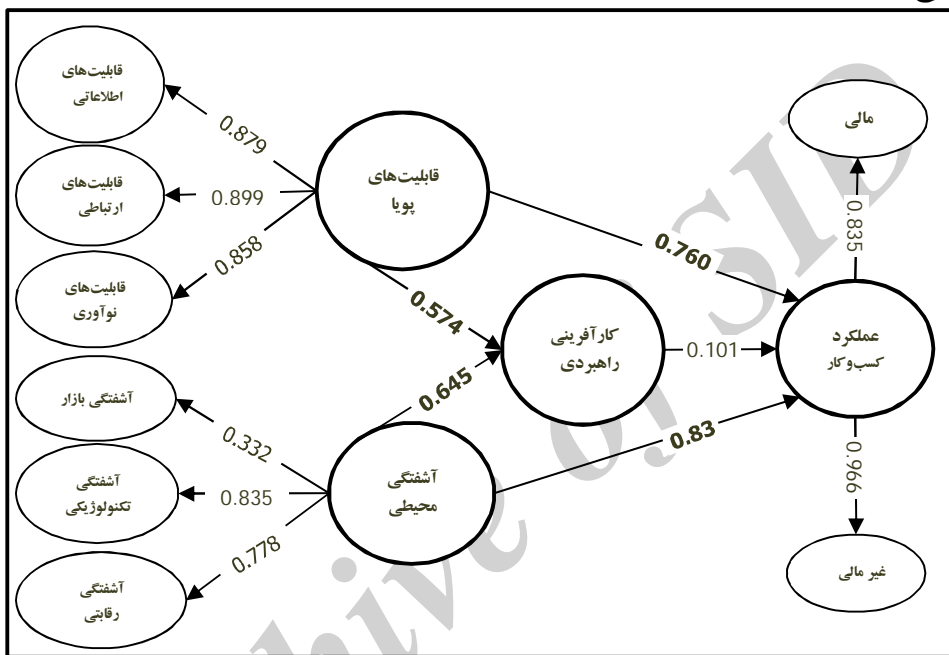
یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه بررسی شده نشان‌دهنده این است که 35 شرکت در زمینه ساخت و تولید، 20 شرکت در زمینه نانو فناوری، 17 شرکت در زمینه شیمی و صنایع شیمیایی، 15 شرکت در زمینه فولاد، مواد و متالوژی، 12 شرکت در زمینه عمران، 11 شرکت در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات و 32 شرکت در سایر زمینه‌ها فعالیت می‌کنند. برای تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد و نتایج آن در جدول (7) آمده است.

جدول 7. نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف

متغیر	مقدار آماره آزمون	سطح معناداری (sig)
عملکرد کسب و کار	0/083	0/089
قابلیت‌های پویای سازمان	0/069	0/200
آشفته‌گی محیطی	0/088	0/06
کارآفرینی راهبردی	0/081	0/091

با توجه به توزیع نرمال داده ها و امکان استفاده از آزمون های پارامتریک، برای آزمون فرضیه های پژوهش از الگو سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS استفاده شد. نتایج بررسی الگوی پژوهش در قالب معادلات ساختاری در شکل (2) نشان داده شده است.



شکل 2. مدل آزمون شده پژوهش

بر اساس آزمون الگوی پژوهش به روش معادلات ساختاری و نتایج به دست آمده از آن، نتایج هر یک از فرضیه های پژوهش به صورت نشان داده شده در جدول (5) است.

جدول 5. نتایج آزمون فرضیه های اول تا پنجم

نتیجه فرضیه	سطح معناداری	آماره T	ضریب مسیر (Beta)	متغیر وابسته	متغیر مستقل	فرضیه
تایید	0/000	14/78	0/10	عملکرد کسب و کار	کار آفرینی راهبردی	1
تایید	0/000	12/71	0/64	کار آفرینی راهبردی	آشنایی محیطی	2
تایید	0/000	17/25	0/83	عملکرد کسب و کار	آشنایی محیطی	3

تایید	0/010	7/02	0/57	کارآفرینی راهبردی	قابلیت‌های پویا	4
تایید	0/005	10/51	0/76	عملکرد کسب و کار	قابلیت‌های پویا	5

براساس نتایج نشان داده شده در جدول (5)، فرضیه‌های اول تا پنجم پژوهش در سطح معناداری 95 درصد تأیید می‌شوند. برای آزمون فرضیه‌های ششم و هفتم پژوهش از روش بوت استرپ استفاده شده که نتایج آن در جدول (6) نشان داده شده است.

جدول 6. نتایج آزمون فرضیه‌های ششم و هفتم

ردیف	مسیر	ضریب مسیر	مقدار کمینه	مقدار بیشینه	نتیجه فرضیه
6	آشفستگی محیطی ← کارآفرینی راهبردی ← عملکرد کسب و کار	0/833	2/154	6/689	تایید
7	قابلیت‌های پویا ← کارآفرینی راهبردی ← عملکرد کسب و کار	0/76	2/652	7/798	تایید

بر اساس بررسی انجام شده با آزمون ANOVA و آزمون F مشخص شد که نوع صنعت و قدمت شرکت تأثیری بر روی متغیرها نداشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس تحلیل داده‌ها معیار R^2 برای متغیرهای درون‌زا برابر و بزرگ‌تر از مقدار 0/33 (ملاک متوسط بودن معیار) می‌باشد که نشان از برازش قوی الگوی ساختاری دارد. همچنین از آنجایی که Q^2 متغیرهای درون‌زا بالاتر از 0/33 است الگو قدرت پیش‌بینی بالایی دارد. برای محاسبه شاخص برازش بخش کلی الگو، معیار GOF برابر با 0/768 است که نشان از برازش قوی و مناسب مدل کلی دارد.

فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار است. بر اساس بررسی فرضیه اول پژوهش کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار و بر ایجاد نتایج مثبت مالی و غیرمالی تأثیر معناداری دارد. بنابراین؛ اهمیت کسب و کارها و پرداختن آن‌ها به کارآفرینی راهبردی و مفاهیم ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ و رهبری کارآفرینانه، توسعه خلاقیت و نوآوری و مدیریت راهبردی منابع نتایج و تأثیرات مثبتی بر نتایج عملکردی کسب و کار از جنبه‌های مالی و غیرمالی خواهد داشت و موفقیت کلی سازمان و تحقق اهداف

شرکت‌های دانش‌بنیان را رقم خواهد زد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های گذشته از قبیل کانتور (2016) که به اثرگذاری گرایش کارآفرینانه بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد بنگاه پرداخته، و پژوهش ایرلند و همکاران (2003) که به اثرگذاری رهبری و کارآفرینی راهبردی در عملکرد بهتر شرکت‌ها اشاره دارد، هم‌راستا می‌باشد.

فرضیه دوم و سوم مبنی بر تأثیر آشفتگی محیطی بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب و کار می‌باشد. نتایج به دست آمده از فرضیه دوم و سوم نشان می‌دهد که آشفتگی محیطی و تلاطم در محیط کسب و کار بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب و کار در شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر داشته و کارآفرینی راهبردی در این نوع از شرکت‌ها به صورت معناداری متأثر از محیط‌های کسب و کار و آشفتگی‌های فناورانه، بازار و رقابتی است و با افزایش تلاطم در محیط‌های کسب و کار، میزان فعالیت‌های کارآفرینانه راهبردی تغییر خواهد کرد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های ژو و ییم (2005) که آشفتگی و تلاطم بازار نتایج عملیاتی و عملکردی کسب و کار را تحت تأثیر قرار می‌دهد، کراوس و همکاران (2011) با نتیجه وجود رابطه بین نوع و ماهیت محیط کسب و کار (پویا یا ثابت) و کارآفرینی راهبردی، مارگاریتا و ویلیزرز اسچیپر¹ (2012) که رابطه بین عوامل و ماهیت محیط کسب و کار و کارآفرینی راهبردی را مورد بررسی قرار داده و مشخص کرده است که در محیط‌های پویا رابطه معناداری بین فرصت‌ها و رقابت با فعالیت‌ها و کارآفرینی راهبردی وجود دارد، یا پراتونو (2016) که تأثیرگذاری آشفتگی محیطی بر عملکرد بنگاه و وجود رابطه منفی بین آن‌ها را بیان می‌دارد، مرتبط است.

فرضیه چهارم و پنجم مبنی بر تأثیر قابلیت‌های پویا بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد کسب و کار می‌باشد. طبق نتایج فرضیه چهارم و پنجم قابلیت‌های پویای کسب و کار بر کارآفرینی راهبردی و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر معنادار مثبتی داشته و وجود قابلیت‌های پویا در سازمان‌ها باعث عملکرد بهتر در کسب و کار از طریق ایجاد تغییرات مناسب و افزایش انعطاف‌پذیری شرکت می‌شود. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های وینتر (2003) با تأثیر

1 Margarietha & Villiers-Scheepers

قابلیت‌های پویا در ظرفیت و قابلیت بازسازی منابع و توانمندی‌ها به‌عنوان بخشی از کارآفرینی راهبردی، کیرگیدو و هاگس (2010) با رابطه مثبت بین قابلیت‌های پویای کسب و کار و کارآفرینی راهبردی، سایمون و همکاران (2015) و وانگ (2014) با وجود رابطه مثبت بین قابلیت‌ها و عملکرد بنگاه، هم‌سو می‌باشد.

در مورد فرضیه‌های ششم و هفتم که مبنی بر تأثیر آشفتگی محیطی و قابلیت‌های پویای کسب و کار از طریق کارآفرینی راهبردی بر عملکرد کسب و کار می‌باشد، می‌توان به پژوهش کراوس و همکاران (2011) با وجود رابطه محیط با کارآفرینی راهبردی و کیرگیدو و هاگس (2010) که به رابطه قابلیت‌های پویا با کارآفرینی راهبردی توجه داشته، اشاره کرد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج فرضیه اول به مدیران شرکت‌های دانش بنیان پیشنهاد می‌شود برای بهبود عملکرد و موفقیت شرکت‌ها، پیاده‌سازی مفهوم کارآفرینی به‌ترتیبی که رهبری کارآفرینانه در سطح مدیران و سرپرستان، فرهنگ کارآفرینانه در کل اجزاء شرکت، مدیریت راهبردی منابع به‌صورت طراحی و تدوین برنامه‌های راهبردی بلندمدت برای هر یک از منابع سازمانی و به‌کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری از طریق ایجاد فرآیندهای مشخص همراه با پاداش‌های انگیزاننده را در سازمان‌ها گسترش دهند و با اجرای کامل اجزای کارآفرینی راهبردی هم‌افزایی بین اجزاء را ایجاد و توسعه دهند.

براساس نتایج فرضیه دوم و سوم پیشنهاد می‌شود مدیران و کارآفرینان در کنار توسعه فعالیت‌های کارآفرینی، بر پایش و درک محیط و آگاهی از روندها و اتفاقات قابل پیش‌بینی در محیط کسب و کار تمرکز کرده و با توجه به تلاطم‌ها و آشفتگی‌های موجود در محیط، اقدامات مناسبی را از قبیل بررسی و تحلیل محیط کسب و کار با مدل‌های موجود، بررسی و پایش دقیق رقبا و بازار و توجه به دوره عمر فناوری‌ها و مدیریت آن را انجام دهند.

براساس نتایج فرضیه‌های چهارم و پنجم به مدیران شرکت‌های دانش بنیان پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد قابلیت‌های نوآوری و توسعه خلاقیت و نوآوری در شرکت، ایجاد قابلیت‌های ارتباطی و توسعه روابط پایدار با ذی‌نفعان، توسعه قابلیت‌های اطلاعاتی و استفاده مناسب از

داده‌های سازمانی و استقرار نظام‌های اطلاعاتی در جهت بهبود فرآیند کارآفرینی راهبردی و عملکرد سازمان اقدام کنند تا این روند منجر به ایجاد ارزش و مزیت رقابتی در کسب‌وکار شود.

با توجه به نتایج فرضیه‌های ششم و هفتم بر این اساس پیشنهاد می‌شود در محیط‌های آشفته به‌منظور عملکرد بهتر کسب‌وکار به عوامل کارآفرینی راهبردی از قبیل نوآوری، مدیریت راهبردی منابع و فرهنگ رهبری توجه لازم را داشته باشند.

Archive of SID

منابع

- صحت، سعید و محسن یاراحمدی. (1393). تبیین رابطه کارآفرینی شرکتی و عملکرد با میانجی سرمایه دانش بنیان، توسعه کارآفرینی، (7): 153-172.
- Allred, C. R., Fawcett, S. E., Wallin, C. and Magnan, G. M. (2011). A dynamic collaboration capability as a source of competitive advantage. *Decision Sciences*, 42(1), 129–161.
- Al-Matari, E.M., Al-Swidi, A.K. and Fadzil, F.H.B. (2014). The measurements of firm performance's dimensions", *Asian Journal of Finance and Accounting*, 6(1), 24-49.
- Cai, L., Liu, Q., Deng, S. and Cao, D. (2014). Entrepreneurial orientation and external technology acquisition: an empirical test on performance of technology-based new ventures. *Journal of Business Economics and Management*, 15(3), 544-561.
- Camison, C., and Villar-Lopez, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67(1), 2891–2902.
- Chan, R.Y.K., He, H. W., Chan, H.K. and Wang, W.Y.C. (2012). Environmental orientation and corporate performance: the mediation mechanism of green supply chain management and moderating effect of competitive intensity, *Industrial Marketing Management*, 41(4), 621-630.
- Chaston, I. and Scott, G.J. (2012). Entrepreneurship and open innovation in an emerging economy. *Management Decision*, 50(7), 1161-1177.
- Day, G. S. (2011). Closing the marketing capabilities gap. *Journal of Marketing*, 75, 183–195.
- Engelen, A., Gupta, V., Strenger, L. and Brettel, M. (2015). Entrepreneurial orientation, firm performance and the moderating role of transformational leadership behaviors, *Journal of Management*, 41(4), 1069-1097.
- Gimenez, C., van der Vaart, T. and van Donk, D.P. (2012). Supply chain integration and performance: the moderating effect of supply complexity, *International Journal of Operations and Production Management*, 32(5), 583-610.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M. and Sexton, D.L. (2007). Guest editor's introduction to the special issue—strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation, *Strategic Management Journal*, 229(6/7), 479-491.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Sirmon, D.G. and Trahms, C.A. (2011), Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations and society, *Academy of Management Perspectives*, 25(2), 57-75.
- Ireland, R.D. and Webb, J.W. (2007). Strategic entrepreneurship: creating competitive advantage through streams of innovation, *Business Horizons*, 50(1), 49- 59.
- Ireland, R.D., Hitt, M.A. and Simon, D.G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: the construct and its dimensions, *Journal of Management*, 29(6), 963-989.
- Ireland, R.D., Hitt, M.A., Camp, S.M. and Sexton, D.L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth, *Academy of Management Executive*, 15(1), 49-63.
- Kandemir, D. and Acur, N. (2012). Examining proactive strategic decision-making flexibility in new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 29(4), 608-622.

- Kandemir, D. and Yaprak, A. (2006). Alliance orientation: conceptualization, measurement and impact on market performance. *Academy of Marketing Science Journal*, 34(3), 324–340.
- Kantur, D. (2016). Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation performance link, *Management Decision*, 54(1), 24– 43.
- Ketchen, D.J., Ireland, R.D. and Snow, C.C. (2007). Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3/4), 371-85.
- Ko, S. and Tan, B.S. (2012). Knowledge transfer, perceived environmental turbulence and innovation in China, *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 104-116.
- Kraus, S., Kauranen, I. and Carl, H. R. (2011). Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management Research Review*, 34(1), 58 – 74.
- Kyrgidou , L. and Hughes, P.M. (2010). Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions, *European Business Review*, 22(1), 43-63.
- Lee, R.P. (2010). Extending the environment-strategy-performance framework: the roles of multinational corporation network strength, market responsiveness, and product innovation, *Journal of International Marketing*, 18(4), 58-73.
- Leischnig, A., Geigenmueller, A. and Lohmann, S. (2014). On the role of alliance management capability, organizational compatibility and interaction quality in inter organizational technology transfer. *Journal of Business Research*, 67(6), 1049–1057.
- Lisboa, A., Skameas, D. and Lages, C. (2011). Innovative capabilities: Their drivers and effects on current and future performance. *Journal of Business Research*, 64(11), 1157–1161.
- Luke, B., Kearins, K. and Verreyne, M.L. (2011). Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 17(3), 314-337.
- Luqman, O., Oyewobi, A., Olukemi, W.J. and Olabode, B.R. (2015). Measuring strategic performance in construction companies: a proposed integrated model, *Journal of Facilities Management*, 13(2), 109– 132.
- Margarietha, J, and Villiers-Scheepers, D. (2012). Antecedents of strategic corporate entrepreneurship. *European Business Review*, 24(5), 400 – 424.
- Mithas, S., Ramasubbu, N. and Sambamurthy, V. (2011). How information management capability influences firm performance. *MIS Quarterly*, 35(1), 237–256.
- Ottesen, G.G. and Grønhaug, K. (2004). Exploring the dynamics of market orientation in turbulent environments: a case study, *European Journal of Marketing*, 38(8), 956-973.
- Paladino, A. (2007). Investigating the drivers of innovation and new product success: a comparison of strategic orientations, *Journal of Product and Innovation Management*, 24, 534–553.
- Pratono, A.H. (2016). Strategic orientation and information technological turbulence, *Business Process Management Journal*, 22(2), 368-382.
- Sandeep, V. and Harpreet, S.B. (2016). Are subjective business performance measures justified? *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(5), 603-621.
- Simon, A; Bartle, C; Stockport, G; Smith, B; Jane E. Klobas, E, J and Sohal, A.(2015).Business leaders' views on the importance of strategic and dynamic

- capabilities for successful financial and non-financial business performance, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 64(7), 908-931.
- Terziovski, M. (2007). *Building Innovation Capability in Organizations: An International Cross-Case Perspective*, London, Imperial College Press.
- Thomas, E.F. (2014). Platform-based product design and environmental turbulence: the mediating role of strategic flexibility, *European Journal of Innovation Management*, 17(1), 107-124.
- Trkman, P. and McCormack, K. (2009). Supply chain risk in turbulent environments: a conceptual model for managing supply chain network risk, *International Journal of Production Economics*, 119, 247-258.
- Urban, B. (2012). The effect of pro-entrepreneurship architecture on organizational outcomes. *Journal of Business Economics and Management*, 13(3), 518-545.
- Waal, A.D. and Kourtit, K. (2013). Performance measurement and management in practice: advantages, disadvantages and reasons for use. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 62 (5), 446-473.
- Wall, T.D., Michie, J., Patterson, M., Wood, S.J., Sheehan, M., Clegg, C.W. and West, M. (2004). On the validity of subjective measures of company performance, *Personnel Psychology*, 57(1), 95-118.
- Wang, S. K. (2014). Impacts of environmental turbulence on entrepreneurial orientation and new product success, *European Journal of Innovation Management*, 17(2), 229-249.
- Webb, J. W., Ketchen J. D. and Ireland R. D. (2010). Strategic entrepreneurship within family-controlled firms: Opportunities and challenges. *Journal of Family Business Strategy*, 56(1), 67-75.
- Wei, L. and Ling, Y. (2015). CEO characteristics and corporate entrepreneurship in transition economies: evidence from China. *Journal of Business Research*, 68(6), 1157-1165.
- Winter, S.G. (2003). Understanding dynamic capabilities, *Strategic Management Journal*, 24(10), 991-995.
- Wu, D. (2009). *Measuring performance in small and medium enterprises in the information and communication technology industries*, Unpublished PhD thesis submitted to School of Management College of Business, RMIT University.
- Zhou, K., Yim, C. (2005). The effects of strategic orientations on technology-and market-based break through innovations. *Journal of Marketing*, 69(2), 42-60.