

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

حسین تک‌روستا^۱

دانشجوی دکتری مدیریت گرایش رفتار
سازمانی دانشگاه فردوسی مشهد

یعقوب مهارتی^۲

استادیار دانشکده علوم اداری و اقتصادی
دانشگاه فردوسی مشهد

مصطفی کاظمی^۳

دانشیار دانشکده علوم اداری و اقتصادی
دانشگاه فردوسی مشهد

محمدحسین مهدوی عادل^۴

استاد دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه
فردوسی مشهد

تاریخ دریافت ۱۳۹۸/۴/۱۶ تاریخ پذیرش ۱۳۹۸/۹/۲۷

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

* - مقاله پژوهشی

1- htakrOOosta@yahoo.com

2- نویسنده مسئول maharati@um.ac.ir

3- kazemi@um.ac.ir

4- mh-mahdavi@um.ac.ir

DOI: 10.22067/pm.v26i18.81758

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، کارآفرینی، ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری

طبقه بندی JEL: L29، L25، L26، L20

مقدمه:

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 ۸۰ 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 از دست دادن بازارها و مشتریان سستی 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 رقابت تهاجمی 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.

زهره (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 علی آبادی 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، مرتبط‌ترین و مناسب‌ترین نسبت به منظور ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد.

پیشینه

بایارسلیک و اوزساین (Bayarçelika & Özaiin, 2014) به بررسی تاثیر جو کارآفرینی شرکتی بر عملکرد بنگاه‌های تولیدی پرداختند. محققان در بررسی روی ۵۰۰ 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 ۶۲ کشور گوناگون در بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ 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 نموده اند. برای آزمون فرضیه ها از روش رگرسیون لجستیک استفاده شده و نتایج به دست آمده، تاثیر عوامل محیطی غیر رسمی (فرهنگ کارآفرینانه و و تاثیر رسانه ها) و عوامل محیطی رسمی (تعداد فرایندهای لازم برای ایجاد کسب و کار و دسترسی به منابع مالی) بر کارآفرینی شرکتی را مورد تایید قرار می دهد. همچنین عوامل محیطی غیر رسمی نقش واسط را میان عوامل محیطی رسمی و کارآفرینی شرکتی ایفا می نماید.

لوامبا و همکاران (Lwamba et al, 2014) به بررسی تاثیر کارآفرینی شرکتی بر عملکرد مالی بنگاه های تولیدی پرداختند. این مطالعه که بر روی ۲۰۰ بنگاه تولیدی کنیا انجام شد، مولفه های کارآفرینی شرکتی شامل نوآوری، ریسک پذیری، پیشگامی، رقابت تهاجمی و استقلال در نظر گرفته شده، و از روش های تحلیل عاملی و تحلیل همبستگی برای تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها استفاده شد. بر اساس نتایج، نوآوری، ریسک پذیری 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. داده های مورد نیاز از اطلاعات پیمایشی که در سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶ در مورد کارآفرینی در امریکا انجام شده بود، به دست آمد و از روش تحلیل رگرسیون برای آزمون فرضیه ها استفاده شد. بر اساس نتایج، افرادی که در فعالیتهای کارآفرینی شرکتی مشارکت می کنند، تمایلی به کارآفرینی مستقل ندارند. از نظر سنی، جوان ترین افراد و مسن ترین افراد تمایل بیشتری به کارآفرینی شرکتی در مقایسه با کارآفرینی مستقل دارند. کارآفرینان شرکتی بیشتر به محرک های محیط کاری خود عکس العمل نشان می دهند، در حالی که کارآفرینان مستقل بیشتر به محرک های سایر افراد در شبکه های اجتماعی عکس العمل نشان می دهند.

رومرو-مارتینز و همکاران (Romero-Martinez et al, 2010) تاثیر خصوصی سازی بنگاه های دولتی را بر کارآفرینی شرکتی بررسی کردند. داده های ۳۱ بنگاه دولتی اسپانیا از ۳ سال قبل تا ۳ سال بعد از خصوصی سازی مورد تحلیل قرار گرفت. مولفه های 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 روش های آماری نظیر تحلیل همبستگی برای آزمون فرضیه ها استفاده شد. بر اساس نتایج، خصوصی سازی بنگاه های 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 عکس‌العمل 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. دوره های آموزشی کارآفرینی برگزار شده برای مدیران شرکت ها و نتایج عملی این دوره ها مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که آموزش مدیران این شرکت ها می تواند منجر به کارآفرینی شرکتی شده و تاثیر قابل توجهی بر عملکرد شرکت های مذکور داشته باشد. البته برای ایجاد و تقویت کارآفرینی شرکتی لازم است که علاوه بر آموزش، سایر زمینه های ایجاد کارآفرینی شرکتی نظیر حمایت مدیریت ارشد، سیستم پاداش، و اختصاص زمان برای فعالیت های کارآفرینانه هم در شرکت ها ایجاد شود.

هورنسبای و همکاران (Hornsby et al, 2002) به بررسی عوامل درون شرکت موثر بر فعالیت های کارآفرینانه مدیران میانی بنگاه ها پرداختند و ابزاری برای اندازه گیری جو کارآفرینی شرکتی معرفی شد که شامل ۸۴ پرسش می باشد. این پرسشنامه توسط تعدادی از مدیران میانی بنگاه های گوناگون تکمیل شد و روایی پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج، مولفه های جو کارآفرینی شرکتی شامل حمایت مدیریت، آزادی عمل، مرزهای سازمانی، سیستم پاداش، و دسترسی به زمان می باشد.

بیرکینشو (Birkinshaw, 1997) به بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت های زیرمجموعه شرکت های چندملیتی پرداخت. داده های مورد نیاز از طریق انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه از مدیران ۳۹ شرکت زیرمجموعه شرکت های چندملیتی جمع آوری شده است. تحلیل داده ها ابتدا با تحلیل کیفی آنها از طریق جداول و نمودارها آغاز شد. سپس تحلیل های کمی (روش های آماری) انجام شده و با یافته های کیفی مقایسه شد. بر اساس نتایج، کارآفرینی در شرکت های زیرمجموعه شرکت های چندملیتی موجب افزایش پاسخ گویی محلی، یکپارچگی جهانی و ظرفیت یادگیری در گستره جهانی می شود.

میلر و فریزن (Miller & Friesen, 1982) به بررسی تاثیر عوامل گوناگون بر کارآفرینی شرکتی پرداختند. نمونه آماری شامل ۵۲ بنگاه از صنایع گوناگون کانادا می باشد. در این مطالعه، دو الگوی مختلف برای تبیین نوآوری محصولات ارائه شد که شامل الگوی کارآفرینی و الگوی محافظه کاری می باشد. این دو الگو به ترتیب در شرکت های کارآفرین و محافظه کار مورد آزمون قرار گرفت. برای تفکیک شرکت ها به دو دسته کارآفرین و محافظه کار از دو شاخص نوآوری و ریسک پذیری 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

محافظه کاری، 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 محافظه کاری 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 (۱) ارائه گردیده است.

جدول ۱. مولفه‌های کارآفرینی شرکتی

مولفه‌ها										محقق / محققین		
۱۳. مشخصات رهبری (ویژگی -)	۱۲. جستجوی فرصت‌های جدید	۱۱. بازاریابی راهبردی	۱۰. متغیرهای استراتژیک	۹. سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر	۸. نیروهای پیش‌برنده	۷. پیشگامی	۶. ساختار سازمانی شرکت	۵. فرهنگ شرکتی	۴. خودنوسازی		۳. رقابت‌جویی (رقابت‌تهاجمی)	۲. ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی)
												۱. کووین و اسلوین (۱۹۸۹)
												۲. گوث و گینسبرگ (۱۹۹۰)
												۳. کورنوال و پرلمن (۱۹۹۰)
												۴. زهرا (۱۹۹۱)
												۵. زهرا (۱۹۹۱)
												۶. کاوین و اسلوین (۱۹۹۱)
												۷. زهرا (۱۹۹۳)
												۸. زهرا (۱۹۹۳)
												۹. کوراتکو و همکاران (۱۹۹۳)
												۱۰. هارنسبی و همکاران (۱۹۹۳)
												۱۱. کواتکو و همکاران (۱۹۹۳)
												۱۲. لامپکین و دس (۱۹۹۶)
												۱۳. ایکلز و نیک (۱۹۹۸)

جدول ۱. مولفه‌های کارآفرینی شرکتی

مولفه‌ها													محقق / محققین
۱۳. مشخصات رهبری (ویژگی -)	۱۲. جستجوی فرصت‌های جدید	۱۱. بازاریابی راهبردی	۱۰. متغیرهای استراتژیک	۹. سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر	۸. نیروهای پیش‌برنده	۷. پیشگامی	۶. ساختار سازمانی شرکت	۵. فرهنگ شرکتی	۴. خودنوسازی	۳. رقابت‌جویی (رقابت‌تجاری)	۲. ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی)	۱. خلاقیت و نوآوری	
													۱۴. فالب و همکاران (۱۹۹۸)
													۱۵. تامپسون (۱۹۹۹)
													۱۶. گات و گیسبرگ (۱۹۹۹)
													۱۷. آنتونیک (۲۰۰۰)
													۱۸. آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۱)
													۱۹. کارین و پوتلزبرگ (۲۰۰۱)
													۲۰. هارنسی، کوراتکو و هرا (۲۰۰۲)
													۲۱. دی کونینگ و اسمیت (۲۰۰۲)
													۲۲. کریزر و همکاران (۲۰۰۲)
													۲۳. آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۳)
													۲۴. هینیونگ و همکاران (۲۰۰۴)
													۲۵. هیلتون (۲۰۰۵)
													۲۶. آنتونیک و زورن (۲۰۰۵)
													۲۷. فورد و بیدن (۲۰۰۵)
													۲۸. لئو و همکاران (۲۰۰۵)
													۲۹. ایرلند و همکاران (۲۰۰۶)
													۳۰. بیلوت و آلپکن (۲۰۰۶)
													۳۱. هیسریچ و همکاران (۲۰۰۶)
													۳۲. وانگ و لیهاو (۲۰۰۶)
													۳۳. یانگ و همکاران (۲۰۰۷)
													۳۴. کوراتکو (۲۰۰۷)
													۳۵. هولت، رادر فورد و کلاسی (۲۰۰۷)
													۳۶. لی سانگ (۲۰۰۷)
													۳۷. کارنی، هیسریچ و راش (۲۰۰۸)

جدول ۱. مولفه‌های کارآفرینی شرکتی

مولفه‌ها											محقق/محققین		
۱۳. مشخصات رهبری (ویژگی -)	۱۲. جستجوی فرصت‌های جدید	۱۱. بازسازی راهبردی	۱۰. متغیرهای استراتژیک	۹. سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر	۸. نیروهای پیش‌برنده	۷. پیشگامی	۶. ساختار سازمانی شرکت	۵. فرهنگ شرکتی	۴. خودنوسازی	۳. رقابت‌جویی (رقابت‌تجاری)		۲. ریسک‌پذیری (مخاطره‌جویی)	۱. خلاقیت و نوآوری
													۳۸. بلیز و چمبرز (۲۰۰۸)
													۳۹. اجلا و همکاران (۲۰۰۹)
													۴۰. مایلز و همکاران (۲۰۰۹)
													۴۱. مارتیز و همکاران (۲۰۱۰)

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.

مناسبت‌ترین 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 ۴۱ 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 ۰/۴، کوچک محسوب شده و باید از مدل حذف گردد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی در جدول شماره (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی

متغیرها و ابعاد	گویه‌ها	بار عاملی	آماره تی
خلاقیت و کارآفرینی (C&I)	C&I1	۰/۸۷	۹/۵۷
	C&I2	۰/۷۳	۸/۶۶
	C&I3	۰/۸۵	۹/۸۷
	C&I4	۰/۸۰	۹/۴۳
ریسک‌پذیری (RT)	RT1	۰/۸۹	۱۰/۶۹
	RT2	۰/۷۹	۸/۸۵
	RT3	۰/۸۵	۸/۹۵
	RT4	۰/۷۴	۸/۹۵
رقابت‌جویی (CA)	CA1	۰/۷۰	۸/۱۰
	CA2	۰/۶۶	۷/۴۳
	CA3	۰/۶۷	۷/۶۸
	CA4	۰/۶۶	۸/۱۷
	CA5	۰/۷۵	۸/۳۸
خودنوسازی (SR)	SR1	۰/۸۰	۹/۲۶
	SR2	۰/۶۳	۷/۱۰
	SR3	۰/۵۹	۶/۴۹
	SR4	۰/۵۱	۵/۴۴
فرهنگ شرکتی (OC)	OC1	۰/۵۷	۶/۵۵
	OC2	۰/۵۵	۵/۹۲
	OC3	۰/۵۱	۶/۰۴
	OC4	۰/۶۱	۶/۶۱
	OC5	۰/۶۷	۷/۸۴
پیشگامی (PRO)	PRO1	۰/۶۶	۷/۱۴
	PRO2	۰/۷۶	۸/۳۷
	PRO3	۰/۶۴	۷/۳۰
	PRO4	۰/۶۲	۶/۷۵
بازسازی راهبردی (STR)	STR1	۰/۷۸	۹/۰۶
	STR2	۰/۷۷	۸/۶۷
	STR3	۰/۹۴	۹/۸۰
جستجوی فرصت‌های جدید (NOS)	NOS1	۰/۴۶	۵/۱۲
	NOS2	۰/۵۱	۵/۹۵
	NOS3	۰/۶۹	۷/۲۲
	NOS4	۰/۴۴	۵/۸۴
	NOS5	۰/۴۹	۵/۳۹
ویژگی‌های رهبری (LP)	LP1	۰/۶۲	۷/۴۲

۷/۸۰	۰/۷۲	LP2	نیروهای پیش‌برنده (TF)
۵/۷۵	۰/۵۵	LP3	
۸/۰۴	۰/۶۶	LP4	
۶/۶۸	۰/۶۶	TF1	
۸/۶۹	۰/۸۳	TF2	
۷/۰۴	۰/۶۶	TF3	

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود مقدار آماره تی در تمام سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده، همچنین مقادیر بارهای عاملی تمام گویه‌های پرسشنامه، بیشتر از ۰/۴ 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 (۳) نشان داده شده است. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۳ می‌باشد و با توجه به اینکه کمتر از ۰/۰۸ است نشان می‌دهد میانگین مجذور خطاهای مدل مناسب بوده و مدل قابل قبول است. همچنین مقدار کای دو به درجه آزادی برابر با ۱/۰۷ (۷۳۴/۷۸۹/۰۱) است که بین ۱ و ۳ می‌باشد و میزان شاخص‌های NFI، GFI، AGFI، IFI و CFI نیز از ۰/۹ بیشتر می‌باشند. لذا در مجموع می‌توان گفت که مقدار شاخص‌ها، با ملاک تفسیری آنها مطابقت داشته و تحلیل عاملی تأییدی، ساختار متغیرها و ابعاد مورد بررسی در پرسشنامه را تأیید می‌نماید.

جدول ۳. شاخص‌های برازش

χ^2/df	RMSEA	NFI	GFI	AGFI	IFI	CFI
۱/۰۷	۰/۰۳	۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۸

پس از مشخص شدن نکوئی برازش، اینکک 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 ۹۵ 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 ۰,۷ بدست آمده که مؤید پایایی پرسشنامه است.^۱

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 ایده آل و بدست آوردن فاصله متغیرها از ایده آل‌ها 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:

۱. مولفه‌های بومی کارآفرینی شرکت کدامند؟
۲. شرکت‌های منتخب در چه رتبه‌ای به لحاظ کارآفرینی شرکتی قرار دارند؟
۳. 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)، خودنوسازی، فرهنگ شرکتی، ساختار سازمانی شرکت، پیشگامی، نیروهای پیش‌برنده،

۱- 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.

سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر، متغیرهای استراتژیک، بازسازی 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 ۱۳ گویه تنظیم گردید. این پرسشنامه در اختیار خبرگان علمی و اجرایی شامل؛ اعضای هیات مدیره 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 ۴۰ نفر از خبرگان تکمیل گردید. سپس داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های مذکور در قالب بررسی میانگین جدول شماره (۴) و آزمون تی-تک نمونه‌ای^۱ در قالب جدول شماره (۵) مورد تحلیل قرار گرفت.

جدول ۴. میانگین مولفه‌های کارآفرینی

مولفه‌های کارآفرینی شرکتی	میانگین ^۴	انحراف معیار ^۳	خطای استاندارد از میانگین ^۲
خلاقیات و نوآوری	۴,۹۵۰۰	۰,۲۲۰۷۲	۰,۰۳۴۹۰
ریسک‌پذیری	۴,۸۷۵۰	۰,۳۳۴۹۳	۰,۰۵۲۹۶
رقابت‌جویی	۴,۹۰۰۰	۰,۳۰۳۸۲	۰,۰۴۸۰۴
خودنوسازی	۴,۸۵۰۰	۰,۴۲۶۶۷	۰,۰۶۷۴۶
فرهنگ شرکتی	۴,۷۷۵۰	۰,۴۷۹۷۲	۰,۰۷۵۸۵
ساختار سازمانی شرکت	۴,۲۵۰۰	۰,۶۳۰۴۳	۰,۰۹۹۶۸
پیشگامی	۴,۶۲۵۰	۰,۷۰۴۸۴	۰,۱۱۱۴۴
سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر	۴,۵۰۰۰	۰,۵۰۶۳۷	۰,۰۸۰۰۶
متغیرهای استراتژیک	۴,۵۵۰۰	۰,۵۵۲۳۸	۰,۰۸۷۳۴
بازسازی راهبردی	۴,۷۵۰۰	۰,۵۴۳۰۲	۰,۰۸۵۸۶
جستجوی فرصت‌های جدید	۴,۹۰۰۰	۰,۳۰۳۸۲	۰,۰۴۸۰۴
مشخصات رهبری	۴,۸۵۰۰	۰,۳۶۱۶۲	۰,۰۵۷۱۸

1- One-Sample Statistics

2- Std. Error Mean

3- Std. Deviation

4- Mean

جدول ۴. میانگین مولفه‌های کارآفرینی

خطای استاندارد از میانگین ^۲	انحراف معیار ^۳	میانگین ^۴	مولفه‌های کارآفرینی شرکتی
۰,۰۹۷۳۲	۰,۶۱۵۵۰	۴,۶۷۵۰	نیروهای پیش‌برنده

همانطور که در جدول شماره (۴) 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 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 (۵) 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 ۱۰ مولفه انتخاب گردیدند.

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 ۱۳ مولفه و سپس ۱۰ مولفه انتخاب شد، در این مرحله پرسشنامه‌ای با محور ۱۰ مولفه تعیین شده با مقیاس لیکرت پنج تایی تهیه و بعد از اعتبارسنجی آن، در میان مدیران شرکت‌های منتخب توزیع شد. سپس برای تعیین رتبه کارآفرینی شرکت‌های مذکور از تاپسیس^۱ استفاده شده است.
- نتایج حاصل از رتبه‌های کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های منتخب در جدول شماره (۶) نشان داده شده است.

جدول ۵. تحلیل آماری تک نمونه‌ای

Test Value = ۴,۷۳						مولفه‌های کارآفرینی شرکتی
95% Confidence Interval of the Difference		اختلاف میانگین Mean Difference	سطح معنی داری (Sig.2-tailed)	درجه آزادی (df)	مقدار آزمون t	
Upper	Lower					
۰,۲۹۰۶	۰,۱۴۹۴	۰,۲۲۰۰۰	۰,۰۰۰	۳۹	۶,۳۰۴	خلاقیت و نوآوری
۰,۲۵۲۱	۰,۰۳۷۹	۰,۱۴۵۰۰	۰,۰۰۹	۳۹	۲,۷۳۸	ریسک‌پذیری
۰,۲۶۷۲	۰,۰۷۲۸	۰,۱۷۰۰۰	۰,۰۰۱	۳۹	۳,۵۳۹	رقابت‌جویی
۰,۲۵۶۵	-۰,۰۱۶۵	۰,۱۲۰۰۰	۰,۰۸۳	۳۹	۱,۷۷۹	خودنوسازی
۰,۱۹۸۴	-۰,۱۰۸۴	۰,۰۴۵۰۰	۰,۵۵۶	۳۹	۰,۵۹۳	فرهنگ شرکتی
-۰,۲۷۸۴	-۰,۶۸۱۶	-۰,۴۸۰۰۰	۰,۰۰۰	۳۹	-۴,۸۱۵	ساختار سازمانی شرکت
۰,۱۲۰۴	-۰,۳۳۰۴	-۰,۱۰۵۰۰۰	۰,۳۵۲	۳۹	-۰,۹۴۲	پیشگامی
-۰,۰۶۸۱	-۰,۳۹۱۹	-۰,۲۳۰۰۰	۰,۰۰۷	۳۹	-۲,۸۷۳	سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر
-۰,۰۰۳۳	-۰,۳۵۶۷	-۰,۱۸۰۰۰	۰,۰۴۶	۳۹	-۲,۰۶۱	متغیرهای استراتژیک
۰,۱۹۷۳	-۰,۱۵۳۷	۰,۰۲۰۰۰	۰,۱۱۷	۳۹	۰,۲۳۳	بازسازی راهبردی
۰,۲۶۷۲	۰,۰۷۲۸	۰,۱۷۰۰۰	۰,۰۰۱	۳۹	۳,۵۳۹	جستجوی فرصت‌های جدید
۰,۲۳۵۷	۰,۰۰۴۳	۰,۱۲۰۰۰	۰,۰۴۲	۳۹	۲,۰۹۹	مشخصات رهبری
۰,۱۴۱۸	-۰,۲۵۱۳	-۰,۰۵۵۰۰	۰,۵۷۵	۳۹	-۰,۵۶۵	نیروهای پیش‌برنده

1- Topsis

جدول ۶. رتبه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های مورد مطالعه

رتبه	CL _i	شرکت	رتبه	CL _i	شرکت
۳۶	-۰,۴۶۲۰۴۴	da	۷۲	-۰,۲۹۴۲۲۳	rab
۳۸	-۰,۴۵۶۴۵۶	spk	۷۳	-۰,۲۹۲۵۵۵	Is
۳۹	-۰,۴۵۶۳۰۲	oz	۶۹	-۰,۳۳۰۴۹۳	pst
۲۷	-۰,۴۹۴۵۲۶	kd	۶۸	-۰,۳۳۲۱۸۳	abad
۳۷	-۰,۴۵۶۶۴۲	da	۷۰	-۰,۳۲۰۸۶۹	behesh
۱۷	-۰,۵۱۳۱۲۴	ki	۷۱	-۰,۳۱۶۰۷۶	raha
۲۲	-۰,۵۰۱۰۴۸	bbt	۶۵	-۰,۳۵۸۱۲۸	tddd
۳۵	-۰,۴۶۳۵۲۳	eef	۶۴	-۰,۳۵۹۱۲۴	bd
۲۳	-۰,۵۰۰۸۵	kt	۵۹	-۰,۳۸۳۵۴۹	pe
۳۴	-۰,۴۶۴۱۶۴	tza	۵۸	-۰,۳۹۳۹۹۸	ttrp
۱۸	-۰,۵۱۰۵۲۹	kdg	۶۰	-۰,۳۷۹۶۳۳	sik
۲۹	-۰,۴۷۵۶۴۲	ngp	۶۷	-۰,۳۳۹۳۱۲	ph
۳۰	-۰,۴۷۵۴۶	pa	۶۶	-۰,۳۵۱۶۴۵	kji
۲۶	-۰,۴۹۵۲۷	fm	۵۷	-۰,۳۹۴۱۳۴	kdm
۳	-۰,۶۷۲۷۰۹	dpi	۵۶	-۰,۳۹۷۰۴۸	hntk
۲۵	-۰,۴۹۸۶۶۴	psk	۶۳	-۰,۳۶۴۹۴۵	tfrp
۱۵	-۰,۵۲۳۲۵۵	msb	۵۱	-۰,۴۰۵۳۸۱	td
۲۸	-۰,۴۹۱۸۴۹	msm	۶۱	-۰,۳۷۸۲۰۷	ba
۱۶	-۰,۵۱۶۸۱۷	tjk	۵۳	-۰,۴۰۴۲۱۵	sls
۲۴	-۰,۴۹۹۴۷	kdf	۴۴	-۰,۴۲۴۳۶۲	sdt
۱۲	-۰,۵۲۹۸۹۵	tmr	۴۵	-۰,۴۲۲۲۲۲	pf
۱۹	-۰,۵۰۷۵۳۲	fk	۶۲	-۰,۳۷۲۱۶۹	np
۱۴	-۰,۵۲۴۴۲۶	ps	۵۲	-۰,۴۰۴۵۱۹	da
۷	-۰,۵۴۳۹۶۲	sadr	۴۸	-۰,۴۱۹۲۱	mn
۹	-۰,۵۳۸۴۹۴	pa	۴۳	-۰,۴۲۵۲۳۵	rt
۲۰	-۰,۵۰۵۱۰۵	abs	۴۶	-۰,۴۱۹۸۴۳	shs
۱۱	-۰,۵۳۴۸۱۸	ni	۴۲	-۰,۴۳۶۷۰۹	sb
۱۰	-۰,۵۳۵۶۰۵	sd	۴۱	-۰,۴۳۷۹۰۴	de
۲	-۰,۷۲۱۲۰۱	tmttd	۵۰	-۰,۴۱۳۳۲۵	tsrp
۱۳	-۰,۵۲۶۸۳۹	pj	۳۱	-۰,۴۷۰۳۳۸	sss
۸	-۰,۵۳۹۶۱۱	sbr	۴۷	-۰,۴۱۹۵	dd
۵	-۰,۵۶۳۷۲۶	bbkj	۴۰	-۰,۴۴۷۹۹۹	sdd
۵۵	-۰,۳۹۸۰۱۳	pm	۵۴	-۰,۴۰۱۹۹۹	tmad
۴	-۰,۵۶۳۸۲۸	kc	۲۱	-۰,۵۰۲۳۷	da
۶	-۰,۵۶۳۰۴۹	dsg	۳۲	-۰,۴۶۸۷۶۳	dsp
۱	-۰,۷۲۱۸۸۹	ly	۴۹	-۰,۴۱۷۷۱۷	lr
			۳۳	-۰,۴۶۶۹۴۸	gpa

در جدول فوق CL_i^* ایده آل هر شرکت را معرفی می‌کند. به این مفهوم که هر چقدر مقدار CL_i^* به عدد ۱ نزدیک‌تر باشد راهکار به جواب ایده آل نزدیک‌تر است و به عبارت دیگر، رتبه کارآفرینی شرکتی در آن شرکت بالاتر است. با توجه به اینکه شرکت Is کمترین ایده آل (۰,۲۹۲۵۵۵) را به خود اختصاص داده است، پایین‌ترین رتبه کارآفرینی شرکتی (آخرین رتبه یعنی ۷۳) و شرکت Iy با بیشترین ایده آل (۰,۷۲۱۸۸۹) بالاترین رتبه کارآفرینی شرکتی را در میان ۷۳ 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 معنی داری 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 معنی داری ندارد.

H_1 : میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی داری دارد.

بنابراین رد فرضیه صفر آماری (H_0) به این مفهوم است که میزان کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، رابطه مثبت و معنی داری دارد. لازم به ذکر است در آزمون اسپیرمن هنگامی فرضیه صفر رد می‌شود که سطح معنی داری آزمون از ۰/۰۵ کمتر باشد ($sig < 0.01$). نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن در جدول شماره (۷) نشان داده شده است.

بر اساس جدول فوق، ضریب همبستگی اسپیرمن بین رتبه کارآفرینی شرکتی با عملکرد مالی شرکت‌های منتخب، برابر با ۰/۷۳۷ می‌باشد و مقداری مثبت است. همچنین سطح معنی داری آزمون برابر با ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۱ کمتر می‌باشد ($Sig=0/000 < 0/01$) بنابراین با اطمینان ۹۹ 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 فرضیه‌ی 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.

جدول ۷. نتایج آزمون اسپیرمن

	رتبه کارآفرینی	
عملکرد مالی	۰/۸۸۳	ضریب همبستگی
	۰/۰۰۰	سطح معناداری (Sig)
	۷۳	تعداد

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، پیشنهادهای اجرایی 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؛

خلاقیات 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 ویژگی‌های خلاقیات 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 مرهون تدوین برنامه استراتژیک رقابت‌جویانه و هدف‌گذاری تمامی اقدامات شرکت‌ها در نیل به این هدف می‌باشد.

لزوم خودنوسازی و انطباق‌می‌طلبی که توانمندی‌ها و منابع شرکت از زمانی به زمان دیگر تغییر کنند، از این رو باید برنامه استراتژیک شرکت‌ها در برگزیده 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؛ قطعا 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 خصوصیتی 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

شرکت‌ها محسوب می‌شود. فرهنگ شرکتی رایج دارای جو و سیستم پاداش برای تصمیم‌گیری محافظ کارانه است و به منظور حمایت از تصمیمات مخاطره‌آمیز باید مورد بازنگری و اصلاح قرار گیرد.

با توجه به اهمیت بسیار بالای فرهنگ شرکتی در پیاده‌سازی کارآفرینی شرکتی، هیات‌مدیره و مدیران عامل شرکت‌ها باید با صرف وقت و هزینه نسبت به اصلاح الگوهای فرهنگ شرکت‌ها اهتمام نمایند و نسبت به اصلاح و پیاده‌سازی تدریجی فرهنگ کارآفرینانه در شرکت‌ها 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). Clarifyijng the intrapreneurship concept, *Journal of Small Buseaness and Interprise Development*, 10(1),7-24.
- [4] Antoncic, 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) Tee fffcct ff mrrktt rr ittt tt inn ddd rr giii ztt illll fliii ii lity nn rrr rrr tte ttt rrrr eeerr iii ””, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(1): 57-67.
- [6] Byyreelik,, .. B&& Zzaaii ,, .. ()))))Hwwttt rrrr eeerr ill ll imtt e fffcct 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, & Alpken, L.,(2006). Behavioral Consequences of an Intrapreneural Climate within Large Organization: An Integrative Proposed Model, *The South East European Journal of Economics and Buseaness*, 1(2), 64- 70.
- [10] Carine & Pottelsberg, B., (2001). Intrapreneurship & Reiventon 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 Manegerial 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. III y Brww, J. mmmlylvv,, T. ,,,, ,, ()))) s rr ttgggl:: ROA ss a tree maarr e ff iiiii sss s rrr fir mccc"". Rrrrr t 3 ff tee 3333 3333 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. *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.

