

تعاون و کشاورزی، سال پنجم، شماره ۱۸، تابستان ۱۳۹۵

شناسایی و سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی با استفاده از تکنیک دیمتل در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر

غلامرضا جمالی^{۱*}، معصومه محمدی^۲، بهادر انصاری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۸/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱/۳۰

چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر و سنجش روابط بین این عوامل با استفاده از تکنیک دیمتل بود. این مطالعه از نوع توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارشناسان و متخصصان شرکت‌های تعاونی استان بوشهر به تعداد ۶۰ نفر بود که با مفهوم کارآفرینی شرکتی آگاهی داشتند. از میان جامعه آماری تعداد ۴۵ نفر به عنوان نمونه آماری و به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسش‌نامه مقایسات زوجی بود که توسط نمونه منتخب و با استفاده از قضاوت فرد تکمیل شد. در این پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار اکسل، تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده صورت گرفت. با مرور ادبیات نظری، ۱۰ معیار مؤثر بر کارآفرینی شرکتی با بیشترین درجه اهمیت شناسایی شدند. سپس این معیارها از طریق پرسش‌نامه ساختاریافته بر مبنای طیف لیکرت در اختیار متخصصان و کارشناسان قرار گرفت تا با نظر آنها تعدیل و اصلاح شود. در مرحله بعد، با به‌کارگیری تکنیک دیمتل، روابط بین عوامل شناسایی و سنجش شد و میزان اثرگذاری و اثرپذیری هر عامل نسبت به سایر عوامل محاسبه گردید. نتایج پژوهش نشان داد که مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر عبارت‌اند از: فرهنگ سازمانی، روحیه کارآفرینی، راهبرد سازمان، حمایت مدیریت، مهارت بازاریابی، فرصت‌گرا بودن، نظام ارتباطات، سودآوری، ریسک‌پذیری و اختیار و استقلال کاری.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی شرکتی، تکنیک دیمتل، شرکت‌های تعاونی

۱. استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

E-mail: gjamali@pgu.ac.ir

* نویسنده مسئول

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

۳. کارشناس مطالعات حوزه امور تعاون، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بوشهر

مقدمه

امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی و از مشخصه‌های یک اقتصاد سالم است (Druker, 1995). کارآفرینی در حال حاضر مؤثرترین روش برقراری ارتباط بین علم و بازار است. این مفهوم هم می‌تواند زمانی اتفاق افتد که یک فرد یا گروهی از افراد فعالیت اقتصادی را آغاز می‌کنند و هم در داخل یک سازمان در حال فعالیت رخ دهد. کارآفرینی سازمانی به سرعت در حال تبدیل شدن به یک سلاح انتخابی برای بسیاری از سازمان‌ها به ویژه سازمان‌های بزرگ است (حسین پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹). در این راستا، سازمان‌ها باید عوامل داخلی راهبردی افزایش‌دهنده عملکرد کارآفرینی شرکتی^۱ را شناسایی نمایند و با آن همسو گردند (Barrett et al., 2012). از آنجا که نیروهای اقتصاد جهانی تجاری باید هوشیار باشند و به طور عملیاتی در برابر تهدیدها به سرعت عمل نمایند (Kuratko, 2011)، بنابراین، کسب‌وکارها باید پیوسته گرایش‌های راهبردهای بازار را بررسی نمایند و سیاست‌های انعطاف‌پذیری را در برابر سهامداران به کار گیرند. رشد تجاری به شدت به کارآفرینی شرکتی وابسته است. کارآفرینی نیروی محرک در سازمان‌های تأسیس شده می‌باشد و نقش مهمی در پیشرفت و عملکرد سازمانی و در حفظ مزیت رقابتی دارد. فرایندهای کارآفرینی شرکتی برای بازسازی مداوم ضروری می‌باشند و فرایندهای نوآورانه، سطوح بالاتری از کارایی و عملکرد را به همراه دارند. کارآفرینی شرکتی یک عامل مجزاست که منجر به نوآوری تجاری می‌گردد، ولی در عین حال، نتیجه تلاش‌های جمعی اعضای یک سازمان می‌باشد. سه عامل اصلی رهبری نقش مهمی در حفظ کارآفرینی شرکتی بازی می‌کنند: اول سبک مدیریت، دوم اقدام پیشگیرانه و سوم تعهد در رفتار نوآورانه. این عوامل کمک بسزایی به عملکرد مالی یک شرکت می‌نمایند. رهبری کارآفرینانه، ساختارهای در دسترس مناسبی برای تسهیل و اجرای ایده‌های جدید ایجاد می‌کند (Van Wyk & Adonisi, 2012). در کل، در یک محیط پیچیده اقتصادی، که تقاضا در آن در حال تغییر است، تصمیم‌گیری مدیریت باید رویکرد کارآفرینانه بیشتری داشته باشد. کارآفرینی شرکتی فرایندی است که موجب افزایش فعالیت و عملکرد خواهد شد (Burgess, 2013). کارآفرینی شرکتی و نوآوری مفاهیمی هستند که مدیران اجرایی را در بسیاری از شرکت‌ها مجذوب خود ساخته‌اند و با کمک آن منفعت

1. Corporate Entrepreneurship

یا سود کسب می‌کنند (Morris et al., 2011). شرکت‌های مجهز به کارآفرینی شرکتی معمولاً پویا، دارای موجودیت مستقل انعطاف‌پذیر و آماده بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری جدید برای کسب مزیت رقابتی می‌باشند (Kuratko et al., 2012; Kuratko et al., 2014).

در دهه‌های اخیر، محققان (Audretsch, 2012; Wennekers et al., 2005) به نقش کارآفرینی در بهره‌وری، نوآوری، استخدام و توسعه اقتصادی و اجتماعی پرداخته‌اند. اغلب مطالعات بر ایجاد و تشویق شرکت‌های جدید برای رشد اقتصادی توافق دارند، بنابراین، پژوهشگران و سیاست‌گذاران رونق بخشیدن به کارآفرینی را به معنای رونق بخشیدن به توسعه اقتصادی در نظر می‌گیرند (Anderson et al., 2012; Fritsch, 2008; Grilo, & Thurik, 2005; Urbano & Turro, 2013).

توجه جدی به کارآفرینان و تجزیه و تحلیل مسائل آنها در دیدگاه کارآفرینی از میان عوامل اقتصادی موجب موفقیت شرکت‌ها در دنیای کنونی شده است لذا می‌توان گفت، کارآفرینی شرکتی راهی برای بازسازی اقتصادی و توانمندی‌های سازمانی می‌باشد. امروزه بسیاری از سازمان‌ها نیاز به کارآفرینی شرکتی را درک کرده‌اند. براساس بیانیه جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی مثبت بین رشد اقتصاد ملی و فعالیت کارآفرینی سازمانی وجود دارد (Soleymani & Shahnazari, 2013). بنابراین، کارآفرینی در تمامی بخش‌ها و حوزه‌ها، از جمله تعاون، می‌تواند زمینه‌ساز رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی باشد. کارآفرینی و تعاون از لحاظ نظری و مفهومی وجوه مشترک زیادی دارند که بر اساس آنها می‌توان گفت اصول تعاون در دل فرایند کارآفرینی جای گرفته است. به طور مشخص، مرزهای مشترک بین کارآفرینی و تعاونی عبارت‌اند از: تشکیل یک بنگاه اقتصادی (کسب و کار جدید): تدارک منابع و سرمایه مورد نیاز؛ پذیرش ریسک و مخاطرات پیش‌رو؛ کسب سود و منفعت؛ ارزش‌آفرینی؛ ایجاد رضایت‌مندی و یا بازار جدید. بنابراین، ادغام این دو مفهوم امکان تحقق جریان کارآفرینی در تعاونی را ممکن می‌سازد. تغییر در تعاونی‌ها و حرکت آنها به سوی کارآفرینی نیازمند نگرشی دقیق و به دور از شتاب‌زدگی در فرایند اعمال کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی است (هماپور و همکاران، ۱۳۹۲). اما فصل مشترک کارآفرینی با شرکت‌های تعاونی در این است که شرکت‌های تعاونی نیز تأثیر مستقیم و غیر مستقیمی در توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع تحت پوشش خود دارند و تعاونی‌های مختلف از طریق فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های

خود، علاوه بر آنکه از جمله بزرگ‌ترین بنگاه‌های اقتصادی در امر تولید به حساب می‌آیند، کارآفرین و درآمدزا هستند و از این رو، توجه به توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها یک امر ضروری به حساب می‌آید (نظریان و حسینی، ۱۳۹۴).

شرکت‌های تعاونی یکی از ارکان اصلی در اقتصاد امروز می‌باشند و نقش آنها در پیشرفت و توسعه جوامع مختلف از نظر اقتصادی انکارناپذیر است (رستم پور و همکاران، ۱۳۸۹). تعاونی‌ها در کشورهای جهان سوم به دلایل مختلفی برای اجرای برنامه‌های توسعه مناسب هستند، از جمله اینکه با گردآوری پس‌اندازهای اندک مردم، حمایت‌های مالی دولت، سرمایه‌گذاری، تولید و آموزش اعضا به ارتقا و بهره‌وری نیروی انسانی کمک می‌نمایند و موجبات افزایش تولید، اشتغال و رشد اقتصادی جوامع را فراهم می‌کنند (کرمی و علی بیگی، ۱۳۹۳). در واقع، تعاونی‌ها، به عنوان یکی از اشکال سازمان‌های مردمی، دارای قابلیت‌های فراوان جهت ایفای نقش در حمایت اقتصادی جوامع می‌باشند و افزون بر ویژگی ایجاد تعاملات مثبت اجتماعی، اهمیت ویژه آنها در استفاده از امکانات بالقوه کسب و کار، حمایت از کارآفرینی، تولید ثروت و تأمین خدمات اجتماعی - رفاهی و طبقه‌بندی واحدهای تولیدی و خدماتی به عنوان مکمل روش‌های دیگر می‌باشد (میرفخرالدینی و گلکاریه، ۱۳۹۱). شرکت تعاونی به موجب ماده ۱۷ قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران، چنین تعریف می‌شود: "شرکت تعاونی، شرکتی است که تمام یا حداقل ۵۱ درصد سرمایه آن به وسیله اعضا در اختیار شرکت تعاونی قرار گیرد و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت و تحت پوشش دولت، بانک‌ها، شهرداری‌ها، شورای اسلامی کشور، بنیاد مستضعفان و سایر نهادهای عمومی می‌توانند جهت اجرای بند ۲ اصل ۴۳ از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر از قبیل مشارکت، مضاربه و ... اقدام به کمک در تأمین یا افزایش سرمایه شرکت‌های تعاونی نمایند بدون آنکه عضو باشند" (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱).

یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های مهم جامعه حوزه تعاونی بوده و بدون شک تعاونی‌ها با مشارکت در توزیع عادلانه تولید و ثروت، نقشی اساسی در اقتصاد دارند. تعاون‌گرایی در تقابل با انحصارگرایی بوده و حوزه تعاونی فعالیت بخش خصوصی را نفی نمی‌کند بلکه از آن حمایت می‌کند. اما تلاش و تولید در قالب

تعاونی‌ها مزیت‌های بیشتری نسبت به فعالیت بخش‌های غیرتعاونی دارد. بنابراین، با استفاده از خلاقیت و ابتکار در حوزه تعاون می‌توان با کارآفرینی، مشکل اشتغال جامعه را حل کرد.

استان بوشهر در بخش‌های مختلف اقتصادی دارای توانمندی‌های فراوانی است که این ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها برای بهره‌مندی بیشتر جامعه از آنها در قالب شرکت‌های تعاونی فعال می‌شود. این استان در تعداد شرکت‌های تعاونی تقریباً پیشتاز بوده و در بخش‌های تولیدی به ویژه کشاورزی موفق عمل کرده است. تاکنون ۴۵۴۰ تعاونی در استان بوشهر ایجاد شده که از این تعداد تعاونی هم اکنون ۲۵۵۰ تعاونی با عضویت ۹۰۵ هزار نفر به صورت رسمی فعالیت می‌کنند. به عبارت دیگر، در حدود ۴۴ درصد از شرکت‌های تعاونی در استان بوشهر غیر فعال می‌باشند. در حدود ۶۰ درصد از تعاونی‌های فعال در استان بوشهر در ۱۴ گرایش خدمات، کشاورزی و صنعت فعالیت می‌کنند. در سال ۱۳۹۲ در حدود ۳۱۷ تعاونی با ۲۸۶۶ عضو و ۶۵۵۰ فرصت شغلی در استان بوشهر راه اندازی شدند و پیش‌بینی می‌گردد ۶۵۵۰ فرصت شغلی در تعاونی‌ها ایجاد گردد (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۵).

با توجه به پیچیدگی و چندبعدی بودن مفهوم کارآفرینی شرکتی ضروری است تا پژوهش‌های بسیاری به ابعاد و عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی بپردازند. از این رو، پژوهش حاضر سعی می‌کند ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در ادبیات نظری، روابط میان این عوامل را بررسی کند و راهنمایی‌های مؤثری برای ارتقای کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی ارائه دهد. با توجه به این موضوع، سؤال‌های اصلی پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر کدام است؟

۲. روابط بین عوامل شناسایی شده را چگونه می‌توان مورد سنجش و تحلیل قرار داد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

کارآفرینی عنصری پویا و محرک موفقیت کسب و کار در محیط رقابتی و پرمخاطره جهانی و ضرورتی برای رشد اقتصادی می‌باشد که به نوبه خود منجر به توسعه پایدار می‌گردد. کارآفرینی را می‌توان منبع ارزشمند ایجاد شغل و استقلال توسعه اقتصادی به‌شمار آورد

(Awogbenle & Iwuamadi, 2010). گرایش به کارآفرینی شاخص مهمی است که به وسیله آن یک سازمان سازماندهی می‌گردد و توانایی بالقوه لازم برای رقابت بهتر را به دست می‌آورد (میری و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی همچنین عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی است (طالبی و همکاران، ۱۳۹۲). در این راستا، کارآفرینی شرکتی یک فعالیت ضروری است که توسط سازمان در جهت بقا در بلندمدت به کار گرفته می‌شود. تاکنون، به طور کلی هیچ تعریف پذیرفته‌شده‌ای از کارآفرینی شرکتی ارائه نشده است و اغلب، کارآفرینی به جای کارآفرینی شرکتی استفاده می‌شود. این تفاوت واژه‌ای برای کارآفرینی شرکتی معمولاً به گوناگونی کسب و کارها برمی‌گردد.

تاریخچه واژه کارآفرینی به سال ۱۷۳۲ برمی‌گردد؛ زمانی که ریچارد کانتیلون^۱، اقتصاددان ایرلندی، از این کلمه در اشاره به افرادی که "تمایل به انجام معامله سودآور به اشکال مختلف که در آن، ریسک مالی یک کار مخاطره‌آمیز جدید را دارند" استفاده کرد. آردت و همکاران (Aardt et al., 2011,4) کارآفرینی را عمل راه‌اندازی، ایجاد، ساخت و ساز، توسعه و حمایت از یک کار مخاطره‌آمیز و نیز ایجاد یک تیم کارآفرین و جمع‌آوری منابع لازم برای بهره‌برداری از فرصت در بازار برای دستیابی به ثروت و سرمایه در مدت طولانی تعریف نمودند. کارآفرینی شامل ایجاد، نوسازی سازمان یا نوآوری - که درون یا بیرون سازمان موجود رخ می‌دهد- می‌باشد (Sharma & Chrisman, 1999). علاوه بر این، هیسریچ (Hisrich, 2005,2) کارآفرینی را فرایند ایجاد یک چیز جدید ارزشمند با اختصاص زمان و تلاش لازم، با فرض همگام‌بودن ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی و دریافت نتایج پاداش‌های پولی، رضایت فردی و استقلال تعریف نمود.

براساس مطالعات زهرا و همکاران (Zahra et al., 2009) کارآفرینی شرکتی اشاره به اقداماتی برای ایجاد نوآوری و تشویق به ریسک‌پذیری در سراسر عملیات در یک شرکت دارد. این فعالیت‌ها موجب تقویت موقعیت شرکت در بازارهای موجود می‌گردد. استریدم

(Strydom, 2008) نیز کارآفرینی شرکتی را کارآفرینی‌ای تعریف می‌کند که در کسب و کار موجود رخ می‌دهد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی شرکتی فرایندی است که فرصت‌ها و یا ایده‌های جدید توسط یک شخص یا یک گروه پیشرفته در یک واحد کسب و کار شناسایی می‌گردند (Chinomona et al., 2014).

نتایج پژوهش کردنائیچ و همکاران (۱۳۸۶) تحت عنوان "بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال" نشان داد که عوامل اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی عبارت‌اند از: فرهنگ سازمان، نحوه کنترل در سازمان، عدم توجه به سودهای کوتاه‌مدت و بلندمدت، سیستم مناسب تشویق و ارائه پاداش به کارکنان، برنامه‌ریزی دقیق در به کارگیری خلاقیت کارکنان، پرورش رفتارهای کارآفرینانه، آشنایی با بازار، نیروی کار مستعد و فنی، وجود سرمایه‌گذار، عدم محدودیت‌های قانونی، رهبران پویا و خلاق، افراد کارآفرین، ساختار افقی، ارتباطات غیر رسمی، راهبرد و برنامه‌ریزی بلندمدت، ارزیابی براساس عملکرد، فرصت‌گرا بودن، داشتن روحیه کارآفرینی در کل سازمان و کارکنان، حمایت مدیریت، و داشتن آزادی عمل در کار. با توجه به این عوامل می‌توان به بررسی موانع کارآفرینی سازمانی پرداخت.

یافته‌های تحقیق زارع احمد آبادی و شاکری (۱۳۹۰) تحت عنوان "بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط (قلمرو مطالعه، بنگاه‌های کوچک و متوسط استان یزد)" نشان داد که مؤلفه‌های محیط فرهنگی سازمان، مشخصه‌ها و ارزش‌های سازمانی، ساختار سازمانی، پاداش‌های درونی، رهبران مؤثر، رویه‌های تشویق و پشتیبانی‌های مدیریتی لازم، آزادی عمل بدون ایجاد محدودیت‌های سخت و پایش مستمر برای افراد سازمان از مؤثرترین راهکارهای تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی می‌باشند.

احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان" به بررسی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی پرداختند و نشان دادند که موارد زیر مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در

شرکت‌های پیش‌گفته می‌باشند: حمایت دولت، برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی، حمایت بانک‌ها و مؤسسات مالی - اعتباری از شرکت‌ها، تشکیل مراکز کارآفرینی در سطح شهرستان و یا استان به منظور تقویت مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی اعضای شرکت‌ها، سازماندهی فعالیت‌ها، اختیار و مسئولیت، تقسیم‌کار، قوانین و مقررات، حمایت‌های مدیریتی، ساختار و سلسله مراتب، فرهنگ سازمانی، دسترسی به منابع، حمایت‌ها و تشویق‌های مدیریت، انگیزش افراد و وجود شفافیت راهبردها در راستای گسترش اطلاعات، محیط اقتصادی، ویژگی‌های روان‌شناختی، پویایی محیط، دسترسی به منابع، مهارت بازاریابی، محیط اکولوژیکی، سبک رهبری، راهبرد سازمانی، نظام کنترل سازمانی، و فرهنگ سازمانی. آنها این عوامل را در ۶ دسته عامل مجزای کلی آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری طبقه‌بندی کردند.

طلایی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "الگوی سنجش کارآفرینی شرکتی با توجه به شاخص‌های درون‌سازمانی و اثرگذاری آن بر کارآفرینی (مطالعه موردی: بنگاه‌های صنعت نساجی استان یزد)" عامل‌های مکنون درون سازمانی مؤثر بر کارآفرینی را پشتیبانی مدیریت، صلاح‌دید کاری، پاداش‌ها و برنامه‌های تقویتی، دسترسی به زمان و سایر منابع سازمانی، و ساختار سازمانی در نظر گرفتند.

پژوهش علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸) با عنوان "بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی" نشان داد که عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی عبارت‌اند از: سبک رهبری، راهبرد سازمانی، نظام کنترل سازمانی، فرهنگ سازمانی، حمایت‌های مدیریت از کارکنان، راهبرد سازمانی انعطاف‌پذیری، مشارکت فعال کارکنان در تصمیم‌گیری سازمانی، وجود روحیه نوآوری در سازمان، منابع سازمانی، ساختار سازمانی، نظام پاداش و تشویق سازمان، استقلال کارکنان، سرمایه اجتماعی موجود در سازمان، سرمایه انسانی، مفاهیم سازمانی، زمان در دسترس، نظام تحقیق و توسعه، نظام مالی، و نظام ارتباطات.

صفری و گلشاهی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "تأثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی: نقش سبک رهبری و فرهنگ سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان اصفهان)" تأثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی با اثر میانجی‌گری سبک رهبری و فرهنگ در شرکت

گاز اصفهان را بررسی کردند. در این پژوهش، عوامل مؤثر بر کارآفرینی هوش هیجانی، سبک رهبری، فرهنگ سازمانی، محیط مناسب، حمایت مدیریت، ساختار سازمان و وجود منابع معرفی شدند.

مبارکی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان "شناسایی موانع کارآفرینی سازمانی در سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای روش شناسی کیو" موانع رفتاری سازمان را، که در توسعه کارآفرینی سازمانی تأثیر می‌گذارند، شامل برنامه‌ریزی کافی، گرایش به آزمون و خطا (تجربه)، تمایل به سود، شراکت کارکنان در سود حاصل از خلاقیتشان، ارتقای افراد سازگار و تأکید بر نتایج می‌دانند.

گدالی و همکاران (Goodale et al., 2011) در پژوهشی تحت عنوان "مدیریت عملیات و کارآفرینی شرکتی: اثر میانجی‌گری کنترل عملیات بر فعالیت کارآفرینانه شرکت‌های پیشرو در رابطه با عملکرد نوآوری" عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی را حمایت مدیریت، اختیار و استقلال در کار، سیستم تشویق‌ها و پاداش، زمان در دسترس و مرزهای سازمان، و ساختار سازمانی در نظر گرفتند.

آنتونیک و هیسریچ (Antoncic & Hisrich, 2004) در پژوهشی تحت عنوان "احتمال وقوع کارآفرینی شرکتی و ایجاد ثروت سازمانی" نشان دادند مؤلفه‌های حمایت مدیریت، تشویق مدیریت عالی، پاداش دادن به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز، آموزش دادن و اعتماد فردی در شرکت برای کشف فرصت‌ها، در دسترس بودن منابع، آموزش و پاداش دادن به کارکنان، زمان در دسترس، برداشتن مرزهای درون سازمانی، و نحوه کنترل، عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی می‌باشند.

نتایج پژوهش گارسیا مورالس و همکاران (Garcia-Morales et al., 2013) تحت عنوان "متغیرهای فناوری و تأثیر ظرفیت جذب کننده بر عملکرد، از طریق کارآفرینی شرکتی" نشان داد مهارت‌های فنی، متخصصان فنی و حمایت مدیریت عالی عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی می‌باشند.

یافته‌های پژوهش بریزیک (Brizek, 2003) تحت عنوان "بررسی تجربی از شدت کارآفرینی سازمانی در بخش رستوران‌ها" نشان داد عوامل محیط فنی و اجتماعی و سیاسی، راهبرد رهبران، راهبرد سازمان، ساختار سازمان، اعتقادات و ارزش‌های محوری سازمان، عملکرد سازمان، و فرهنگ سازمانی مؤلفه‌های اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی هستند.

سرانجام در این پژوهش از طریق مطالعه و مرور تحقیقات پیشین معیارهای مؤثر بر کارآفرینی شرکتی جمع‌آوری شدند و سپس با استفاده از نظر متخصصان، ده معیار انتخاب گردیدند که در جدول ۱ ملاحظه می‌شوند.

جدول ۱. معیارهای مؤثر بر کارآفرینی حاصل از مروری بر ادبیات موضوعی پژوهش

نماد	معیار	منبع
C ₁	فرهنگ سازمانی	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، زارع‌احمدآبادیوشاکری (۱۳۹۰)، احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۹۰)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، صفری و گلشاهی (۱۳۹۲)، حسین پور و آهوپای (۱۳۹۲)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، صفری، و همکاران (۱۳۸۸)، Soleymani & Shahnazari (2013), Brizek (2003)
C ₂	روحیه کارآفرینی	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)
C ₃	راهبرد سازمان	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، حسین پور و آهوپای (۱۳۹۲)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، Brizek, (2003)
C ₄	حمایت مدیریت	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۹۰)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، طلایی (۱۳۹۰)، صفری و گلشاهی (۱۳۹۲)، زارع‌احمدآبادیوشاکری (۱۳۸۸)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، شائمی‌برزکی و محمدی (۱۳۹۳)، Goodale et al. (2011), Antoncic & Hisrich (2004), Garcia-Morales et al., (2013), Van Wyk & Adonisi (2012), Brizeka & Khan Kuratkoet et al. (2014), (2007), Soleymani & Shahnazari (2013),
C ₅	مهارت بازاریابی	احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۹۰) و آمدی و همکاران (۱۳۸۸)
C ₆	فرصت‌گرا بودن	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، Antoncic & Hisrich (2004), Soleymani & Shahnazari (2013)
C ₇	نظام ارتباطات	کردناتیج و همکاران (۱۳۸۶)، علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)

ادامه جدول ۱

مبارکی و همکاران (۱۳۹۲)، کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، Brizeka & Khan (2007)	سودآوری	C ₈
Brizeka & Khan (2007), Soleymani & Shahnazari (2013) حسینی و مهدی‌زاده (۱۳۹۴).	ریسک‌پذیری	C ₉
احمدپورداریانی و همکاران (۱۳۹۰)، شائمی برزکی و محمدی (۱۳۹۳) Goodale et al. (2011), Van Wyk & Adonisi, (2012), Kuratkoet al., (2014)	اختیار و استقلال کاری	C ₁₀

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر روش به کار رفته، یک تحقیق توصیفی پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارشناسان و متخصصان شرکت‌های تعاونی استان بوشهر به تعداد ۶۰ نفر بود که نسبت به مفهوم کارآفرینی شرکتی آگاهی داشتند. از بین جامعه آماری تعداد ۴۵ نفر به عنوان نمونه آماری و به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. گردآوری داده‌های پژوهش حاضر در دو مرحله انجام گرفت؛ در مرحله اول، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و مقالات، به تعیین معیارهای مؤثر بر کارآفرینی شرکتی پرداخته و در مرحله دوم، با استفاده از پرسش‌نامه مقایسات زوجی - که با نظر کارشناسان و متخصصان کارآفرینی شرکتی تکمیل شد - داده‌های پژوهش جمع‌آوری شدند. به منظور اطمینان از روایی پرسش‌نامه، از نظر اصلاحی تعدادی از صاحب‌نظران و متخصصان استفاده شد. کلیه محاسبات و تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار اکسل انجام گرفت.

تکنیک دیمتل اولین بار توسط دانشمندان امریکایی در بین سال‌های ۱۹۲۶ تا ۱۹۷۲ ارائه شد. این تکنیک روشی برای حل مسائل پیچیده است (جمالی و هاشمی، ۱۳۹۰). تکنیک دیمتل به‌طور گسترده در حوزه‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. به همین دلیل، می‌توان آن را برای کمک به مدیران در تصمیم‌گیری چندمعیاره مورد استفاده قرار داد (Yeh & Huang, 2014; Wu & Chang, 2015). وجه برتری این روش نسبت به سایر روش‌ها، تصمیم‌گیری بر پایه مقایسات زوجی و پذیرش بازخورد روابط است؛ یعنی در ساختار سلسله‌مراتبی حاصل از آن، هر عنصر می‌تواند بر تمامی عناصر هم‌سطح خود

تأثیر بگذارد و از تک تک آنها تأثیر بپذیرد. پذیرش روابط انتقال‌پذیر و توانایی نمایش تمامی بازخوردهای ممکن نیز دلایل دیگری بر ارجحیت آن نسبت به سایر روش‌های مشابه می‌باشد (علی‌نژاد و سیمیری، ۱۳۹۲). در تکنیک‌های سنتی، مانند فرایند سلسله مراتبی، لازم است عناصر مستقل باشند، درحالی که روش دیمتل به این فرض اساسی نیاز ندارد. در مقابل، این تکنیک مدل‌سازی ساختاری برای شناسایی ارتباط متقابل ممکن بین عناصر در یک سیستم با ساخت نمودارهای جهت‌دار برای نشان دادن روابط علی و نقاط قوت تأثیرپذیری میان عناصر می‌باشد. روش دیمتل شامل چهار گام اصلی می‌باشد که در زیر به‌طور خلاصه بیان شده‌اند:

گام ۱: محاسبه ماتریس متوسط (A). تأثیر مستقیم میان هر دو عامل توسط هر پاسخ‌دهنده با یک امتیاز عدد صحیح ۰، ۱، ۲، ۳ و ۴ ارزیابی می‌شود که نشان‌دهنده: بدون تأثیر (۰)، تأثیر خیلی کم (۱)، تأثیر کم (۲)، تأثیر زیاد (۳) و تأثیر خیلی زیاد (۴) است. شاخص x_{ij} نماد درجه‌ای است که پاسخگو معتقد است عامل i بر عامل j تأثیر می‌گذارد. برای $i = j$ ، عناصر قطری صفر و نشان‌دهنده این است که شاخص‌ها بدون تأثیرند. ماتریس نامنفی $n \times n$ برای هر پاسخگو با فرمول $x^k = [x_{ij}^k]$ ایجاد می‌گردد. k تعداد پاسخ‌دهندگان و $1 \leq k \leq H$ و n تعداد معیارها در یک سیستم است. اگر H تعداد پاسخ‌دهندگان باشد، x^1, x^2, x^3, \dots و x^H مقادیر ماتریس پاسخ‌ها برای خبرگان می‌باشند. برای مجموع تمام نظرات H پاسخ‌دهنده، ماتریس متوسطها $A = [a_{ij}]$ را به شرح زیر می‌توان ساخت:

$$a_{ij} = \frac{1}{H} \sum_{k=1}^H x_{ij}^k \quad (1)$$

گام ۲: محاسبه ماتریس روابط مستقیم اولیه نرمال شده (D) است که از $D = A \times S$ حاصل می‌گردد و $S = \frac{1}{\max_{1 \leq i \leq n} \sum_{j=1}^n a_{ij}}$ می‌باشد. هر عنصر در ماتریس D بین صفر و یک است.

گام ۳: محاسبه ماتریس ارتباط کل T با این رابطه $T = D(I - D)^{-1}$ می‌باشد که I ماتریس یکسان‌سازی یا همانی است و به ترتیب، R و D ، که به صورت بردارهای $n \times 1$ و

$1 \times n$ هستند، نشان‌دهنده مجموع ردیف‌ها و مجموع ستون‌های ماتریس ارتباط کل T می‌باشند. $D_i + R_j$ اثری است که عامل i بر j می‌گذارد و $D_i - R_j$ اثری را نشان می‌دهد که عامل i از عامل j می‌پذیرد. به طور خاص، اگر $D_i + R_j$ مثبت باشد، عامل i یک علت کلیدی است و اگر $D_i - R_j$ منفی باشد، عامل i به‌عنوان یک معلول کلیدی مطرح می‌شود و دریافت‌کننده است.

گام ۴: تعیین ارزش آستانه و به‌دست آوردن نمودار جهت‌دار. ماتریس T ممکن است اطلاعات زیادی در مورد چگونگی تأثیر یک عامل بر دیگر عوامل فراهم کند اگرچه برای تصمیم‌گیرنده لازم است که ارزش آستانه تعیین گردد و اثرات برخی معیارها قابل چشم‌پوشی قرار گیرد که نشان‌دهنده تأثیر بیشتر ارزش آستانه در نمودار جهت‌دار است. ارزش آستانه را می‌توان با محاسبه میانگین عناصر در ماتریس T به دست آورد. نمودار جهت‌دار می‌تواند با نقشه مجموع داده از $(D_i + R_j)$ و $(D_i - R_j)$ حاصل گردد (Wu, & Chang, 2015).

محاسبه $D_i - R_j$ و $D_i + R_j$ که D_i و R_j به ترتیب از جمع هر سطر و ستون ماتریس T به دست می‌آید. بعد از اینکه $D_i - R_j$ و $D_i + R_j$ محاسبه شدند، نمودار شدت اثرگذاری و اثرپذیری رسم شده که در واقع مبنای تصمیم‌گیری است. روی محور x ، $D_i + R_j$ و روی محور y ، $D_i - R_j$ قرار می‌گیرند. ارزش‌های $D_i + R_j$ ، اهمیت هر عامل را نشان می‌دهد و هر چه عاملی مقادیر بالاتری از این ارزش را به خود اختصاص دهد، از اهمیت بالاتری نیز برخوردار خواهد بود. برای مشخص کردن ارتباط بین عوامل، با توجه به فرض‌های این تکنیک، به روش‌های زیر عمل می‌گردد:

۱. اگر $(D_i - R_j) < \delta$ و $(D_i + R_j) = \delta$ (δ عددی بزرگ است) باشد گفته می‌شود که عامل

i مشکل اصلی مسئله موردنظر است و باید حل شود.

۲. اگر $(D_i + R_j) = \delta$ و $(D_i - R_j) > \delta$ (δ عددی بزرگ است) باشد گفته می‌شود که

عامل i مشکل کلیدی مسئله موردنظر را حل می‌کند و باید در اولویت قرار گیرد.

۳. اگر $(D_i + R_j) = \epsilon$ و $(D_i - R_j) < \epsilon$ (ϵ عددی کوچک است) باشد گفته می‌شود که i

عاملی است مستقل که عامل‌های کمی روی آن تأثیر می‌گذارند.

۴. اگر $(D_i + R_j) = \varepsilon$ و $(D_i - R_j) > 0$ (ε عددی کوچک است) باشد گفته می‌شود که عامل i عاملی است مستقل که روی تعداد کمی از عامل‌های دیگر اثر می‌گذارد (جمالی و هاشمی، ۱۳۹۰).

نتایج و بحث

برای انجام این پژوهش ابتدا یک ماتریس 10×10 محاسبه شد. این ماتریس از ادغام نظرات افراد با توجه به عامل کلیدی یا همان متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی شرکتی به روش میانگین ساده و با استفاده از فرمول ۱ به دست آمد. نتایج در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲. ماتریس تصمیم‌گیری اولیه

معیار	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀
C ₁	۰	۴	۳	۳/۵	۲/۵	۲/۵	۳/۵	۲/۵	۲/۵	۳/۷۵
C ₂	۱/۵	۰	۲/۲۵	۲/۵	۳/۲۵	۴	۳	۳/۲۵	۳/۵	۳/۵
C ₃	۳/۲۵	۲	۰	۲/۵	۱/۵	۱/۷۵	۲	۴	۳/۲۵	۲/۵
C ₄	۱	۲	۱/۷۵	۰	۰/۷۵	۲/۷۵	۲/۷۵	۳/۵	۳/۲۵	۳/۲۵
C ₅	۰/۷۵	۲/۵	۱/۵	۳	۰	۳/۲۵	۱/۵	۳/۲۵	۲/۵	۱/۵
C ₆	۱/۷۵	۴	۱/۲۵	۲/۵	۳/۵	۰	۲/۵	۳/۲۵	۳/۵	۳/۲۵
C ₇	۲/۵	۳/۲۵	۱	۲/۲۵	۱/۷۵	۳	۰	۳/۲۵	۳/۲۵	۲/۵
C ₈	۱/۵	۱/۷۵	۰/۷۵	۱/۷۵	۰/۷۵	۲/۵	۱/۷۵	۰	۲/۵	۲/۲۵
C ₉	۰/۷۵	۱/۲۵	۱/۲۵	۱/۲۵	۲/۵	۲/۵	۱	۲/۵	۰	۱
C ₁₀	۳	۳/۲۵	۱/۷۵	۲	۱/۵	۲/۵	۱/۷۵	۲/۵	۲/۵	۰

منبع: یافته‌های پژوهش

بعد از اینکه ماتریس تصمیم‌گیری اولیه به دست آمد، اقدام به بهنجار کردن ماتریس به دست آمده (A) با استفاده از رابطه $D = A \times S$ شد که نتایج آن در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. ماتریس بهنجار شده تصمیم گیری

معیار	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀
C ₁	۰	۰/۱۴۶۸	۰/۱۱۰۱	۰/۱۲۸۴	۰/۰۹۱۷	۰/۰۹۱۷	۰/۱۲۸۴	۰/۰۶۴۲	۰/۰۹۱۷	۰/۱۳۷۶
C ₂	۰/۰۵۵۰	۰	۰/۰۸۲۶	۰/۰۹۱۷	۰/۱۱۹۳	۰/۱۴۶۸	۰/۱۱۰۱	۰/۱۱۹۳	۰/۱۲۸۴	۰/۱۲۸۴
C ₃	۰/۱۱۹۳	۰/۰۷۳۴	۰	۰/۰۹۱۷	۰/۰۵۵۰	۰/۰۶۴۲	۰/۰۷۳۴	۰/۱۴۶۸	۰/۱۱۹۳	۰/۰۹۱۷
C ₄	۰/۰۳۶۷	۰/۰۷۳۴	۰/۰۶۴۲	۰	۰/۰۲۷۵	۰/۱۰۰۹	۰/۱۰۰۹	۰/۱۲۸۴	۰/۱۲۸۴	۰/۱۱۹۳
C ₅	۰/۰۲۷۵	۰/۰۹۱۷	۰/۰۵۵۰	۰/۱۱۰۱	۰	۰/۱۱۹۳	۰/۰۵۵۰	۰/۱۱۹۳	۰/۰۹۱۷	۰/۰۵۵۰
C ₆	۰/۰۶۴۲	۰/۱۴۶۸	۰/۰۴۵۹	۰/۰۹۱۷	۰/۱۲۸۴	۰	۰/۰۹۱۷	۰/۱۱۹۳	۰/۱۲۸۴	۰/۱۱۹۳
C ₇	۰/۰۹۱۷	۰/۱۱۹۳	۰/۰۳۶۷	۰/۰۸۲۶	۰/۰۶۴۲	۰/۱۱۰۱	۰	۰/۱۱۹۳	۰/۱۱۹۳	۰/۰۹۱۷
C ₈	۰/۰۵۵۰	۰/۰۶۴۲	۰/۰۲۷۵	۰/۰۶۴۲	۰/۰۲۷۵	۰/۰۹۱۷	۰/۰۶۴۲	۰	۰/۰۹۱۷	۰/۰۸۲۶
C ₉	۰/۰۲۷۵	۰/۰۴۵۹	۰/۰۴۵۹	۰/۰۴۵۹	۰/۰۹۱۷	۰/۰۹۱۷	۰/۰۳۶۷	۰/۰۹۱۷	۰	۰/۰۳۶۷
C ₁₀	۰/۱۱۰۱	۰/۱۱۹۳	۰/۰۶۴۲	۰/۰۷۳۴	۰/۰۵۵۰	۰/۰۹۱۷	۰/۰۶۴۲	۰/۰۹۱۷	۰/۰۹۱۷	۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۴. ماتریس ارتباط کل T به دست آمده با استفاده از رابطه

$$T = D(I - D)^{-1}$$

را نشان می‌دهد.

جدول ۴. ماتریس اثر کامل (کل)

معیار	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀
C ₁	۰/۲۷۱۴	۰/۳۰۹۸	۰/۳۴۶۵	۰/۴۶۵۶	۰/۳۹۶۴	۰/۵۰۳۳	۰/۴۴۷۵	۰/۵۱۲۳	۰/۵۳۴۳	۰/۵۱۵۰
C ₂	۰/۳۰۹۸	۰/۳۸۱۳	۰/۳۰۸۲	۰/۴۱۸۱	۰/۴۰۸۲	۰/۵۳۱۶	۰/۴۱۳۸	۰/۵۳۹۷	۰/۵۴۵۵	۰/۴۸۶۶
C ₃	۰/۳۲۹۵	۰/۳۹۴۰	۰/۲۰۲۱	۰/۳۷۱۳	۰/۳۰۷۰	۰/۴۰۳۴	۰/۳۴۰۸	۰/۴۹۸۵	۰/۴۷۵۴	۰/۴۰۵۴
C ₄	۰/۲۴۳۱	۰/۳۷۰۲	۰/۲۴۴۰	۰/۲۶۲۸	۰/۲۶۶۱	۰/۴۱۰۲	۰/۳۴۱۸	۰/۴۵۸۳	۰/۴۵۸۱	۰/۴۰۳۶
C ₅	۰/۲۱۸۵	۰/۳۶۷۹	۰/۲۲۵۹	۰/۳۵۰۰	۰/۲۲۵۱	۰/۴۰۹۸	۰/۲۸۹۸	۰/۴۳۳۷	۰/۴۰۹۲	۰/۳۳۳۵
C ₆	۰/۳۰۳۸	۰/۴۹۳۵	۰/۲۶۸۴	۰/۴۰۴۱	۰/۴۰۳۸	۰/۳۸۷۵	۰/۳۸۵۸	۰/۵۲۰۲	۰/۵۲۶۷	۰/۴۶۳۴
C ₇	۰/۳۰۶۳	۰/۴۳۹۶	۰/۲۴۰۶	۰/۳۶۷۲	۰/۳۲۳۷	۰/۴۵۰۳	۰/۲۷۶۵	۰/۴۸۱۰	۰/۴۸۲۰	۰/۴۱۰۵
C ₈	۰/۲۰۸۸	۰/۲۹۳۶	۰/۱۷۰۴	۰/۲۶۳۱	۰/۲۱۲۵	۰/۳۲۸۵	۰/۲۵۳۳	۰/۲۶۱۷	۰/۳۴۶۶	۰/۳۰۴۵
C ₉	۰/۱۶۵۱	۰/۲۵۰۴	۰/۱۶۹۱	۰/۲۲۶۳	۰/۲۴۷۷	۰/۳۰۲۲	۰/۲۰۶۵	۰/۳۱۹۶	۰/۲۳۳۹	۰/۲۳۷۷
C ₁₀	۰/۳۰۹۸	۰/۴۱۹۱	۰/۲۵۳۷	۰/۳۴۲۵	۰/۲۹۹۱	۰/۴۱۱۵	۰/۳۲۱۱	۰/۴۳۴۰	۰/۴۳۴۸	۰/۳۰۷۴

منبع: یافته‌های پژوهش

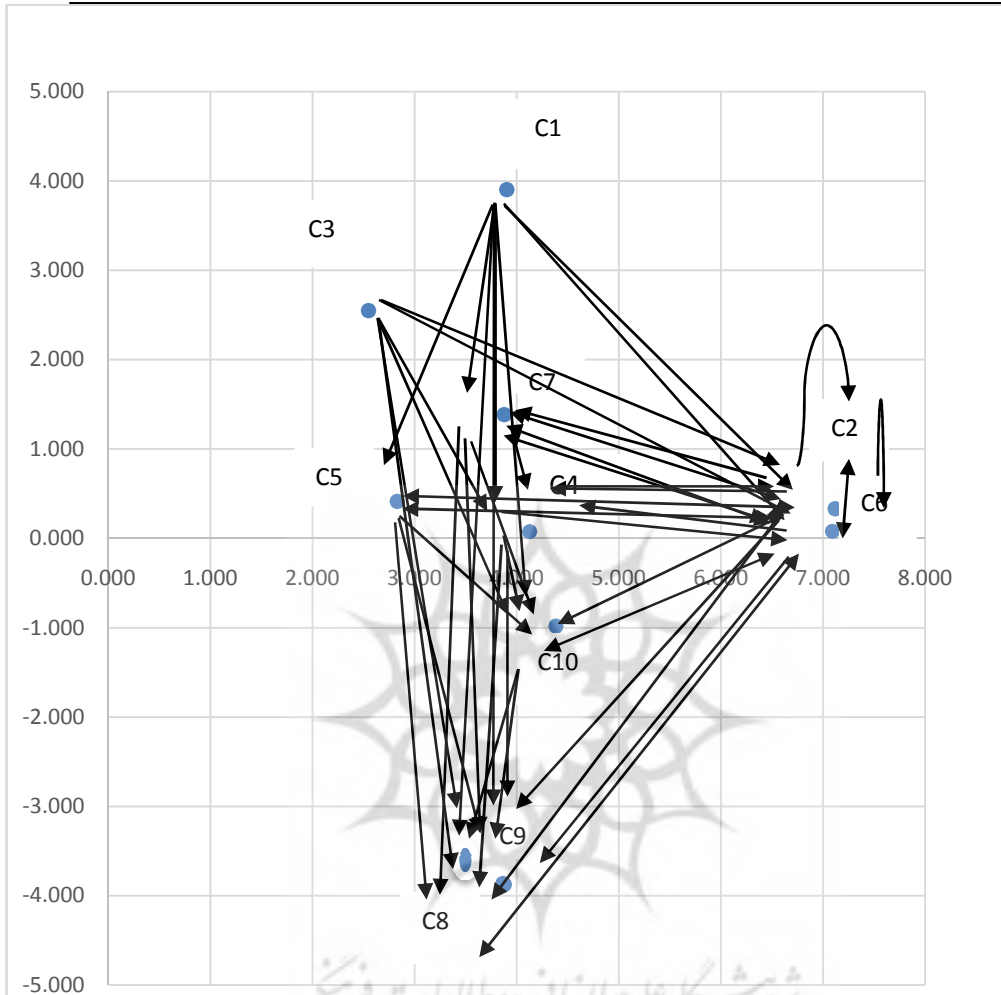
بعد از این مرحله، ابتدا جمع ردیف (حرف D) و جمع ستون (R) و سپس مقادیر $D+R$ و $D-R$ محاسبه شد. نتایج این محاسبات در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۲. نتایج محاسبات R و D

معیار	D	R	D+R	D- R
C ₁	۴/۵۲۱۱	۲/۶۶۶۱	۳/۹۰۳	۳/۹۰۳
C ₂	۴/۳۴۲۸	۳/۹۳۸۴	۷/۱۱۹	۰/۳۳۱
C ₃	۳/۷۲۷۴	۲/۴۲۸۹	۲/۵۴۸	۲/۵۴۸
C ₄	۳/۴۵۸۲	۳/۴۷۱۰	۴/۱۲۷	۰/۰۷۴
C ₅	۳/۲۶۳۴	۳/۰۸۹۶	۲/۸۲۹	۰/۴۱۲
C ₆	۴/۱۵۷۱	۴/۱۳۸۳	۷/۰۹۳	۰/۰۷۷
C ₇	۳/۷۷۷۸	۳/۲۷۷۰	۳/۸۷۸	۱/۳۸۳
C ₈	۲/۶۴۳۱	۴/۴۵۸۹	۳/۸۷۸	-۳/۸۷۸
C ₉	۲/۳۵۸۶	۴/۴۴۶۵	۳/۸۶۶	-۳/۸۶۶
C ₁₀	۳/۵۳۲۸	۳/۸۶۷۶	۴/۳۸۴	-۰/۹۸۵

منبع: یافته‌های پژوهش

آخرین مرحله، رسم نمودار تأثیر مستقیم و غیرمستقیم با توجه به $D+R$ و $D-R$ است. درجه و شدت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر یک از متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی نیز مشخص شد.



نمودار ۱. نمودار اثر: ارتباط کارآفرینی شرکتی

با توجه به نمودار ۱ و همچنین مقادیر D_i+R_j ، D_i-R_j و نیز تعداد پیکان‌های خروجی و ورودی هر معیار و با در نظر گرفتن فرض‌های دیمتل، در نهایت نتایج و درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری و همچنین شدت اثرگذاری و اثرپذیری معیارها به شکل زیر بیان شد:

۱. معیار فرهنگ سازمانی (C_1) معیاری است که بر معیارهای C_2 ، C_3 ، C_4 ، C_5 ، C_6 ، C_7 ، C_8 ، C_9 ، C_{10} اثر می‌گذارد و از هیچ معیاری اثر نمی‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $(D_i+R_j)=3/9.3$ و

کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد. بنابراین $(D_i - R_j) = 3/903$ ، معیار C_1 معیاری است مستقل که روی تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد.

۲. معیار روحیه کارآفرینی (C_2) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $(D_i + R_j) = 7/119$ و $(D_i - R_j) = 0/331$ ، بنابراین گفته می‌شود معیار C_2 معیاری است که مشکل کلیدی مسئله کارآفرینی شرکتی را در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر حل می‌کند و باید در اولویت قرار گیرد.

۳. معیار راهبرد سازمان (C_3) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از هیچ معیاری اثر نمی‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 2/548$ و $D_i - R_j = 2/548$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_3 معیاری است مستقل که روی تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد.

۴. معیار حمایت مدیریت (C_4) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $(D_i + R_j) = 4/127$ و $(D_i - R_j) = 0/074$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_4 معیاری است مستقل که روی تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد.

۵. معیار مهارت بازاریابی (C_5) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل چون $D_i + R_j = 2/829$ و $D_i - R_j = 0/412$ ، بنابراین می‌توان گفت، معیار (C_5) معیاری است مستقل که روی تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد.

۶. معیار فرصت‌گرا بودن (C_6) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 7/093$ و $D_i - R_j = 0/077$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_6 معیاری است که مشکل کلیدی مسئله کارآفرینی شرکتی را در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر حل می‌کند و باید در اولویت قرار گیرد.

۷. معیار نظام ارتباطات (C_7) معیاری است که بر معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_8, C_9, C_{10}$ اثر می‌گذارد و از معیارهای C_1, C_2, C_6 اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 3/878$ و $D_i - R_j = 1/383$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_7 معیاری است مستقل که روی تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر اثر می‌گذارد.

۸. معیار سودآوری (C_8) معیاری است که بر هیچ معیاری اثر ندارد و از معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_9, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 3/878$ و $D_i - R_j = -3/878$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_8 معیاری است مستقل که تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر روی آن تأثیر می‌گذارند.

۹. معیار ریسک‌پذیری (C_9) معیاری است که بر هیچ معیاری اثر ندارد و از معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_{10}$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 3/866$ و $D_i - R_j = -3/866$ ، بنابراین گفته می‌شود معیار C_9 معیاری است مستقل که تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر روی آن تأثیر می‌گذارند.

۱۰. معیار اختیار و استقلال کاری (C_{10}) معیاری است که بر معیارهای $C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_9$ اثر می‌گذارد و از معیارهای $C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7$ اثر می‌پذیرد. طبق فرض تکنیک دیمتل، چون $D_i + R_j = 4/384$ و $D_i - R_j = -0/985$ ، بنابراین می‌توان گفت معیار C_{10} معیاری است مستقل که تعدادی از عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر روی آن تأثیر می‌گذارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

براساس نتایج پژوهش مشخص گردید هیچ‌کدام از عوامل مؤثر بر کارآفرینی مسئله اصلی نمی‌باشند به جز دو معیار روحیه کارآفرینی و فرصت‌گرا بودن. از این رو، مدیران شرکت باید به بازسازی فضای شرکت‌ها اقدام نمایند. به این منظور تشکیل جلسات مستمر با کارکنان و اخذ ایده‌های خلاقانه می‌تواند به ارتقای روحیه کارآفرینی کمک کند. همچنین تحلیل مستمر محیط

کسب و کار و رصد پیشرفت‌های فناوری در این حوزه می‌تواند فرصت‌گرایی شرکت‌های تعاونی را موجب گردد. سایر نتایج پژوهش نیز نشان داد که ۸ عامل باقیمانده می‌تواند در دو دسته عوامل تأثیرگذار (شامل: فرهنگ سازمانی، راهبرد سازمان، حمایت مدیریت، مهارت بازاریابی و نظام ارتباطات) و عوامل تأثیرپذیر (شامل: سودآوری، ریسک‌پذیری و اختیار و استقلال کاری) قرار گیرد. براساس این نتایج، شرکت‌های تعاونی می‌توانند اقدامات زیر را جهت تقویت کارآفرینی شرکتی انجام دهند:

۱. با توجه به اثرگذاری بالای معیار روحیه کارآفرینی بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، افراد کارآفرین و دارای ایده‌های نوآورانه و محوری مورد تشویق قرار گیرند و از تسهیلات ویژه‌ای برخوردار گردند که این امر هم می‌تواند سبب حمایت از این افراد و هم تشویق سایر افراد و ایجاد رغبت در آنها برای خلق نوآوری‌ها گردد. همچنین گسترش فرهنگ خلاقیت و نوآوری در شرکت و ارج نهادن به فعالیت‌های خلاقانه و فرهنگ مشارکت کارکنان در تمامی سازمان‌های امروزی ضروری به نظر می‌رسد این نتیجه همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶) و علم بیگی و همکاران (۱۳۸۸) می‌باشد.
۲. با توجه به اثرگذاری بالای معیار فرصت‌گرا بودن بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرایند کارآفرینی شرکتی و عامل بقا و موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌رود. شناسایی فرصت، درک امکان ایجاد یک کسب و کار جدید یا امکان ایجاد بهبود قابل توجه در موقعیت یک کسب و کار موجود است که در هر دو حالت به یک پتانسیل سودآوری جدید منجر می‌شود. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۴) و سلیمانی و شاه نظری (۲۰۱۳) می‌باشد.
۳. با توجه به نقش پراهمیت راهبرد سازمانی در پیش‌بینی متغیر کارآفرینی شرکتی پیشنهاد می‌شود شفاف‌سازی سیاست‌های سازمانی برای کارکنان در دستور کار قرار گیرد. همچنین تفویض اختیار به کارکنان، به عنوان یکی از عوامل توسعه انسانی، در راهبردهای شرکت‌های تعاونی لحاظ

شود. علاوه بر این، بر اساس یک نظام منظم دریافت نظرات ارباب رجوع، نظرات این افراد در تدوین راهبردهای سازمانی مورد استفاده قرار گیرد. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، علم بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، حسین پور و آهویای (۱۳۹۲)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، و بریزک (۲۰۰۳) می‌باشد.

۴. با توجه به تأثیر معیار حمایت مدیریت بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، سیستم‌های حمایتی مدیریت شامل سیستم مشارکت، اتاق فکر و بحث کارشناسی راه‌اندازی شود تا این سیستم‌ها بتوانند کارشناسان کارآفرینی را در اولویت اقدامات خویش قرار دهند و در نتیجه کارشناسان از روزمرگی بپرهیزند. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰)، علم بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، طلایی (۱۳۹۰)، صفری و گلشاهی (۱۳۹۲)، زارع احمدآبادی و شاکری (۱۳۹۰)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، شائمی برزکی و محمدی (۱۳۹۳)، گودال و همکاران (۲۰۱۱)، آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۴)، گارسیا مورالز و همکاران (۲۰۱۳)، و نویک و آدونسیسی (۲۰۱۲)، بریزکا و خان (۲۰۰۷)، سلیمانی و شاه نظری (۲۰۱۳)، کوراتکو و همکاران (۲۰۱۴) می‌باشد.

۵. نظر به اثرگذاری معیار مهارت بازاریابی بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، راهکارها و الگوهای بهینه بازاریابی در شرکت‌های تعاونی استان ارائه گردد. همچنین توجه شرکت‌های تعاونی استان به مهارت‌های چندگانه کارکنان و برگزاری دوره‌های آموزشی مؤثر و مستمر جهت ایجاد مهارت‌های بازاریابی لازم در آنان جلب گردد. این یافته همسو با یافته احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰) و آمدی و همکاران (۱۳۸۸) می‌باشد.

۶. با توجه به اثرگذاری معیار سودآوری بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، راه‌های تأسیس واحدهای تحقیق و توسعه برای تعاونی‌های بزرگ و تأثیر آن در سودآوری شرکت‌های تعاونی بررسی شود. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه مبارکی و همکاران (۱۳۹۲)، کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، بریزکا و خان (۲۰۰۷) می‌باشد.

۷. نظر به اثرگذاری معیار اختیار و استقلال کاری بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، برای داشتن فرهنگی متناسب با کارآفرینی شرکتی، به کارکنان در انجام وظایف شغلی، آزادی عمل بیشتری اعطا گردد. همچنین از راهکارهای ارائه شده توسط کارکنان شرکت استقبال شود تا کارکنان برای برقراری رابطه با مسئولان به منظور بهتر انجام دادن وظایف شغلی خود ترغیب شوند. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰)، شائمی برزکی و محمدی (۱۳۹۳)، کورانتکو و همکاران (۲۰۱۴)، وانویک و آدوئیس (۲۰۱۲)، و گودال و همکاران (۲۰۱۱) می‌باشد.

۸. با توجه به اثرگذاری معیار ریسک‌پذیری بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، در سرمایه‌گذاری بر اقدامات ریسک‌آمیز جدید مانند ورود به بازارهای جدید و یا شراکت با سایر بنگاه‌ها برای توسعه فرایند تحقیق، تولید و بازاریابی، به مقوله توسعه فرهنگ توافق در درون سازمان توجه شود. این یافته همسو با یافته‌های حسینی و مهدی‌زاده (۱۳۹۴)، سلیمانی و شاه نظری (۲۰۱۳) و بریزکا و خان (۲۰۰۷) می‌باشد.

۹. نظر به تأثیر معیار نظام ارتباطات بر کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، نسبت به فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم و امکان دسترسی این شرکت‌ها به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و نیز برگزاری دوره‌های آموزش از راه دور در زمینه کسب و ارتقای مهارت‌های مرتبط با فناوری‌های کسب و کار و کارآفرینی اقدام گردد. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، و علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸) می‌باشد.

۱۰. با توجه به نقش فرهنگ سازمانی کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی استان بوشهر، به شرکت‌های تعاونی پیشنهاد می‌گردد روحیه کارآفرینی را در کارکنان ترغیب نمایند. همچنین ریسک‌پذیری، آزادی عمل و اعتماد را به عنوان عوامل مهم مؤثر بر کارآفرینی شرکتی در نظر بگیرند تا انجام کارآفرینی شرکتی در شرکت‌ها تسهیل گردد. این یافته همسو با یافته‌های مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، زارع احمدآبادی و شاکری (۱۳۹۰)، احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰)، علم بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، صفری و گلشاهی (۱۳۹۲)، حسین پور و آهوپی

(۱۳۹۲)، الوانی و همکاران (۱۳۹۲)، صفری و همکاران (۱۳۸۸)، بریزک (۲۰۰۳) و سلیمانی و شاه نظری (۲۰۱۳) می‌باشد.

در آخر نیز با توجه به پیچیدگی به کارگیری هم‌زمان چند تکنیک پیشنهاد می‌شود با استفاده از تکنیک‌های جدید تصمیم‌گیری، معیارهای حاصل از این پژوهش در پژوهش‌های آتی مورد ارزیابی و رتبه‌بندی قرار گیرند و از آنها به‌عنوان ورودی تکنیک‌های دیگر تصمیم‌گیری برای رتبه‌بندی استفاده شود.

منابع

- آمدی، ا. و ملک محمدی، ا. و حسینی‌نیا، غ. (۱۳۸۸). تحلیل رگرسیونی عوامل مؤثر بر ترویج کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تهران. *فصلنامه تعاون*، ۲۰ (۲۱۰ و ۲۱۱)، ۱۷-۳۴.
- احمدپور داریانی، م. و نیک‌بین، ح. و کریمی، آ. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۴۲-۲ (۴)، ۵۳۵-۵۴۶.
- الوانی، س. م.، کهن هوش نژاد، ر.، صفری، س. و خدامرادی، س. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی مؤثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی. *فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۳ (۷۰)، ۱-۲۴.
- جمالی، غ. و هاشمی، م. (۱۳۹۰). سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر ریسک پروژه‌های فناوری اطلاعات در بانک ملت استان بوشهر با استفاده از تکنیک دیمتل فازی. *مدیریت فناوری اطلاعات*، ۳ (۹)، ۲۱-۴۰.
- حسین پور، د. و آهوپای، م. (۱۳۹۲). تأثیر سبک رهبری خدمت‌گزار و سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی. *فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۳ (۷۰)، ۱۳۵-۱۴۹.
- حسین پور، د. و زارعی وش، ف. (۱۳۸۹). الگوی کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی اداره کل تعاون استان تهران. *فصلنامه تعاون*، ۲۱ (۴)، ۱۷۱-۱۹۴.

حسینی، س. ق. ا. و مهدی‌زاده، ح. (۱۳۹۴). بررسی رابطه میان موفقیت تعاونی‌های تولید کشاورزی شهرستان دهلران با روحیه کارآفرینی و پایداری مدیران به اصول تعاون. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۴(۱۳)، ۱۳۹-۱۵۴.

رستم پور، م.، موسوی، م. و مرادی، م. (۱۳۸۹). بررسی نقش تکنیک امتیازی متوازن در بهبود عملکرد شرکت‌های تعاونی توزیعی و تولیدی مطالعه موردی استان خراسان رضوی. فصلنامه تعاون، ۲۱(۴)، ۹۷-۱۱۷.

زارع احمد آبادی، ح. و شاکری، ف. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی شرکتی در بنگاه‌های کوچک و متوسط (قلمرو مطالعه، بنگاه‌های کوچک و متوسط استان یزد). فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲۳)، ۵۱-۷۰.

شائمی برزکی، ع. و محمدی، م. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر بهره‌وری نیروی انسانی با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی. پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۶(۱۲)، ۱-۲۸.

صفری، ح.، آریان‌فر، خ. و ابراهیمی، ع. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های تعاونی مصرف برتر. فصلنامه تعاون، ۲۰(۲۱۲)، ۳۳-۵۱۰.

صفری، ع. و گلشاهی، ب. (۱۳۹۲). تأثیر هوش هیجانی مدیران بر کارآفرینی سازمانی: نقش سبک رهبری و فرهنگ سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان اصفهان). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۶(۳)، ۱۸۳-۲۰۲.

طالبی، ک.، داوری، ع. و دهقان نجم آبادی، ع. (۱۳۹۲). شناسایی تاثیر سرمایه فکری بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳(۷۱)، ۱۹-۴۸.

طلایی، ق. ا. (۱۳۹۰). الگوی سنجش کارآفرینی شرکتی با توجه به شاخص‌های درون سازمانی و اثرگذاری آن بر کارآفرینی (مطالعه موردی: بنگاه‌های صنعت نساجی استان یزد). فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۳(۱۲)، ۱۸۵-۲۰۳.

علم‌بیگی، ا.، ملک‌محمدی، ا. و مقیمی، س.م. (۱۳۸۸). بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی. *نشریه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)*، ۴۰(۱)، ۲۹-۲۱.

علی‌نژاد، ع. و سیمپاری، ک. (۱۳۹۲). انتخاب سبد بهینه پروژه با استفاده از رویکرد تلفیقی DEA/DEMATEL. *فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی*، ۱۱(۲۸)، ۴۱-۶۰.

کردنائیج، ا.، اکبری، ح. و رضائیان، ع. (۱۳۸۶). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال. *فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه مدیریت*، ۱۴۱-۱۵۹.

کریمی، ش. و علی بیگی، ا. ح. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر توسعه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۳(۱۰)، ۱۱۱-۱۴۱.

مبارکی، م. ح.، زالی، م. ر. و دهناد، ر. (۱۳۹۲). شناسایی موانع کارآفرینی سازمانی در سازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای روش‌شناسی کیو، *فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۱(۱)، ۵-۳۲.

مرادی، ج.، ولی پور، ه. و نعمت الهی، م. (۱۳۹۱). عملکرد مالی و اشتغال‌زایی شرکت‌های تعاونی فعال در استان فارس. *فصلنامه تعاون*، ۲۳(۹)، ۱۹-۳۶.

میرفخرالدینی، ح. و گلکاریه، س. (۱۳۹۱). بررسی اثربخشی شش سیگما با رویکرد کارت امتیازی متوازن (BSC) مطالعه موردی شرکت‌های تعاونی منتخب استان یزد. *فصلنامه تعاون*، ۲۳(۹)، ۱-۱۸.

میری، ع.، داورزنی، م. و سبزیکاران، ا. (۱۳۹۳). بررسی نقش زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی مدیران SMEها بر کارآفرینی شرکتی، *فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۳(۷۶)، ۲۹-۲۹.

۵۷

نظریان، م. و حسینی، م. (۱۳۹۴). عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۴(۱۵)، ۱۱۹-۱۳۴.

هماپور، ف.، شریف زاده، ا. و عبدالله زاده، غ. (۱۳۹۲). بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۳(۹)، ۱۱۳-۱۵۰.

Aardt, V., Hewitt, M., Bendeman, H., Bezuidenhout, S., Rensburg, J.V., Aardt, C., Van der bank, J., & Visser, T. (2011). *Entrepreneurship & New Venture Management*. 4th Edition. Cape Town: Oxford University Press Southern Africa.

Anderson, A.R., Dodd, S.D., & Jack, S.L. (2012). Entrepreneurship as connecting: some implications for theorising and practice. *Management Decision*, 50(5), 958-971.

Antonicic, B., & Hisrich, R.D. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of Management Development*, 23(6), 518-550.

Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship research. *Management Decision*, 50(5), 755-764.

Awogbenle, A.C., & Iwuamadi, K.C. (2010). Youth unemployment: Entrepreneurship development programme as an intervention mechanism, *Afr. J. Bus. Manage*, 4(6), 831-835.

Barrett, H., Balloun, J.L., & Weinstein, A. (2012). Creative climate: A critical success factor for 21st century organizations. *International Journal of Business Innovation and Research*, 6(2), 202-219.

Brizek, M.G. (2003). An empirical investigation of corporate entrepreneurship intensity within the casual dining restaurant segment. *Hospitality and Tourism Management*, 1-160.

- Brizeka, M.G.,& Khan, M.A.(2007).An empirical investigation of corporate entrepreneurship intensity in the casual dining sector. *Hospitality Management*,26, 871-885.
- Burgess, C. (2013). Factors influencing middle managers' ability to contribute to corporate entrepreneurship, *International Journal of Hospitality Management*, 32, 193–201.
- Chinomona, E., Maziriri, E.,& Moloi, K.C. (2014). Corporate Entrepreneurship with Innovation in Mind in one University of Technology in South Africa. *Editerranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 20-29.
- Drucker, P.F. (1995). Entrepreneurial Strategies, *Calif. Manage. Rev.*, 27, 9-25.
- Fritsch, M. (2008). How does new business formation affect regional development? Introduction to the special issue. *Small Business Economics*, 30(1), 1-14.
- Garcia-Morales, V.J., Bolivar-Ramos, M.T.,& Martin-Rojas, R.(2013). Technological variables and absorptive capacity's influence on performance through corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 1-10.
- Goodale, J.C., Kuratko, D.F., Hornsby, J.S.,& Covin, J.G. (2011). Operations management and corporate entrepreneurship: The moderating effect of operations control on the antecedents of corporate entrepreneurial activity in relation to innovation performance. *Journal of Operations Management*, 29, 116-127.

- Grilo, I., & Thurik, R. (2005). Latent and actual entrepreneurship in Europe and the US: Some recent developments. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(4), 441-459.
- Hisrih, R.D. (2005). *Entrepreneurship: New Venture creation*. 5th Edition. New Delhi: Mc Graw Hill.
- Kuratko, D.F. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 8-17.
- Kuratko, D.F., Goldsby, M.G., & Hornsby, J.S. (2012). *Innovation acceleration: Transforming organizational thinking*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Kuratko, D.F., Hornsby, J.S., & Covin, J.G. (2014). Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Business Horizons*, 57, 37-47.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F., & Covin, J.G. (2011). *Corporate entrepreneurship & innovation* (3rd ed.), Mason, OH: South-Western Cengage.
- Sharma, P., & Chrisman, J.J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11-27.
- Soleimani, M., & Shahnazari, A. (2013). Studying effective factors on corporate entrepreneurship: Representing a model. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology* 5(4), 1309-1316.

- Strydom, J. (2008). *Principles of Business Management*. 1st Edition. Cape Town: Oxford University Press Southern Africa.
- Urbano, D., & Turro, A. (2013). Conditioning factors for corporate entrepreneurship: an in(ex)ternal approach. *Int. Entrep. Manag J.* 1-18.
- Van Wyk, R., & Adonisi, M. (2011). An eight-factor solution for the Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument. *African Journal of Business Management*, 5 (8), 3047-3055.
- Van Wyk, R., & Adonisi, M. (2012). Antecedents of corporate entrepreneurship. *S. Afr. J. Bus. Manage*, 43(3), 65-78.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- Wu, H.H., & Chang, Sh.Y. (2015). A case study of using DEMATEL method to identify critical factors in green supply chain management. *Applied Mathematics and Computation*, 256, 394-403.
- Yeh, T.M., & Huang, Y.L. (2014). Factors in determining wind farm location: Integrating GQM, fuzzy DEMATEL, and ANP. *Renewable Energy*, 66, 159-169.
- Zahra, S.A., Filatotchev, I., & Wright, M. (2009). How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, 24(3), 248-260.

Identification and Measurement of Relationships between Factors Affecting Corporate Entrepreneurship using DEMATEL Technique in Bushehr Cooperative Companies

GH. Jamali^{1}, M. Mohammadi², B. Ansari³*

Received: 18/11/2015 Accepted: 19/04/2016

Abstract

The main purpose of this paper was to measure relationships between factors affecting corporate entrepreneurship in Bushehr cooperative companies using DEMATEL technique. A descriptive survey research was applied. Population included all 60 experts familiar with the corporate entrepreneurship in Bushehr cooperative companies and a 45 experts sample were selected by the use of simple random sampling. Data gathering tool was a paired questionnaire which has been completed based on expert's judgments. Excel software was used to analyze the research data. Ten affective criteria on corporate entrepreneurship in Bushehr cooperative companies were identified through reviewed literature. These criteria modified using a structured Likert questionnaire due to the expert opinions. In the next step relationships between factors were measured and their impacts were identified and calculated applying DEMATEL technique. Results showed that the most important factors affecting corporate entrepreneurship in Bushehr cooperative companies included: organizational culture, entrepreneurship moral, organization strategy, management support, marketing skill, opportunity orientation, communications system, profitability, risk acceptance and authority.

Keywords: Corporate Entrepreneurship, DEMATEL Technique, Corporate Cooperatives

1. Assistant Professor, Department of Industrial Management, Khalij-e Fars University, Bushehr, Iran

* Corresponding Author

E-mail: gjamali@pgu.ac.ir

2. Former Master Student, Department of Industrial Management, Khalij-e Fars University, Bushehr, Iran

3. Specialist in the area of Cooperative Studies, Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare, Bushehr, Iran