

ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید شرکت‌های کوچک و متوسط صادر کننده استان تهران از طریق متغیر تشخیص فرصت

زهرا هوشمند نقابی<sup>۱</sup> محمد سجاد تقی زاده دنلواز حقیقی<sup>۲</sup>

## چکیده

هدف مطالعه تعیین ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت بود. جامعه آماری تحقیق، شرکت‌های کوچک و متوسط نوپا و فعال نوآور در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بودند. داده‌های مطالعه توسط پرسش‌نامه و به روش تمام شماری جمع آوری شد. جهت تعیین پایایی از «آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بار عاملی» استفاده شد. همچنین، برای تعیین روایی از روایی منطقی و روایی سازه استفاده گردید. جهت بررسی مناسب بودن ساختار مدل مفهومی از معیارهای ضریب تعیین، شاخص ارتباط پیش بین و شاخص اندازه اثر استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که ابزار اندازه‌گیری از پایایی و روایی لازم برخوردار بودند و مناسب بودن ساختار مدل مفهومی تأیید شد. در این مطالعه از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شد. نتایج حاصله آشکار ساخت که رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار دارد. بعلاوه، تشخیص فرصت با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار دارد. همچنین، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در روابط رویکرد راهبردی کارآفرینی، نوآوری، پیش‌گامی و ریسک‌پذیری با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. این مطالعه با سنجش ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت تلاش کرد تا پنجره جدیدی به سوی محققان و دست اندرکاران برای بهبود عملکرد سرمایه‌گذاری جدید در بازارهای نوظهور بگشاید. بنابراین، نتایج این مطالعه می‌تواند برای مجامع علمی و دست اندرکاران مفید باشد.

واژگان کلیدی: ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی، عملکرد سرمایه‌گذاری جدید، تشخیص فرصت.

## مقدمه

در حال حاضر مفاهیم عملکرد رویکرد کارآفرینی موضوع بحث‌های گسترده علمی بوده است. با این حال، کاربرد آن در شرکت‌های سرمایه‌گذاری جدید هنوز نامشخص می‌باشد. این مطالعه با استفاده از پیش مدل قصد - رفتار، رابطه رویکرد و عملکرد را بررسی می‌کند تا استدلال کند که تأثیر رویکرد کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید منوط به اقدامات کارآفرینان (کشف فرصت‌ها، شبکه‌های تجاری و حمایت‌های نهادی) است. عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید همچنان در ادبیات کارآفرینی توجه فراوانی را به خود جلب می‌کند. درحالی‌که تحقیقات چندین عامل تعیین کننده برای عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید را نشان داده است. شواهد نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری‌های جدید با محدودیت‌های عمده‌ای روبرو هستند (به عنوان مثال؛ مسائل جدید، کوچک بودن، محدودیت‌های مالی و شناخت محدود) که می‌تواند بقای آن‌ها را تضعیف کند. درحالی‌که گرایش کارآفرینی عامل اصلی تعیین کننده عملکرد جدید است. سوالات مهم تحقیقاتی که باقی می‌ماند این است که چگونه و در چه شرایطی عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید مزایای عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید را از رویکرد کارآفرینی به حداکثر می‌رسانند. درحالی‌که برخی از مطالعات نشان می‌دهد که رویکرد کارآفرینی پیش‌بینی کننده قوی عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید با گذشت زمان است. برخی دیگر شواهدی ارائه می‌دهند که رویکرد کارآفرینی به‌طور کلی بر عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید تأثیر نمی‌گذارد. این فقدان شواهد تجربی قانع کننده در مورد پیوند عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید - رویکرد کارآفرینی، محققان را بر آن داشته است تا تحقیقات بالقوه عدم تجربی آشکار را آغاز کنند. از این نظر محققان، مطالعات مفهوم‌سازی و عملیاتی‌سازی رویکرد کارآفرینی، نوع شرکت و پویایی پیکربندی را به عنوان منابع احتمالی ناسازگاری‌های تجربی شناسایی کرده‌اند. تحقیقات بیش‌تر استدلال می‌کنند که فقدان مشخصات نظری سازوکارهای علی بینابینی ممکن است زمینه‌ی شواهد تجربی متناقض موجود را به‌وجود آورد. درحالی‌که اقدامات کارآفرینی مانند رفتار

۱ گروه حسابداری و مدیریت و حسابداری، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (مسئول و نویسنده)

[ZAHRA.HOOSHMANDE@GMAIL.COM](mailto:ZAHRA.HOOSHMANDE@GMAIL.COM)

۲. گروه مدیریت کسب و کار گرایش استراتژی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

[SAJADTAGHIZADEH.903@GMAIL.COM](mailto:SAJADTAGHIZADEH.903@GMAIL.COM)

کشف فرصت ممکن است مکانیسم‌های احتمالی باشد. بیان نظری در مورد فرآیندهای اقدامات کارآفرینی که رویکرد کارآفرینی را با عملکرد متصل می‌کند، هنوز توسعه نیافته است. بر این اساس، این مطالعه از مدل قصد - رفتار برای توضیح سازوکار اقدام کارآفرینی استفاده می‌کند که رویکرد کارآفرینی را به عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید متصل می‌کند. درحالی‌که رویکرد کارآفرینی تمایل کارآفرینان به ابتکار عمل در زمینه ریسک‌پذیری برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار - محصول را به دست می‌آورد، فعالیت‌های کارآفرینی اقدامات کارآفرینان برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های ورود جدید را به تصویر می‌کشد. بنابراین درحالی‌که رویکرد کارآفرینی وضعیت کلی استراتژیک کارآفرینان را نسبت به یک فعالیت کارآفرینی منعکس می‌کند، اقدامات کارآفرینی مظاهر واقعی فعالیت کارآفرینی را دربرمی‌گیرد. این تمایز منعکس کننده مدل قصد - رفتار است، که ادعا می‌کند یک قصد مقدمه‌ای برای تجلی یک عمل است. از این منظر، در این مطالعه استدلال می‌شود که تمایل به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه تعیین کننده واقعی تجلی عمل کارآفرینی است. با استفاده از مدل قصد - رفتار، تحقیقات قبلی در مورد جهت‌گیری‌های استراتژیک، برای تحقیقاتی که روابط علی بین رویکرد کارآفرینی و رفتار ورود جدید را بررسی می‌کند، مطالعه حاضر مرزهای تحقیق رویکرد کارآفرینی را با محاسبه فرآیندهای کارآفرینی از طریق رویکرد کارآفرینی عملکرد جدید سرمایه‌گذاری، تحت تأثیر قرار می‌دهد. از استدلال‌های فوق، و با اشاره به مفهوم‌سازی در حال ظهور رویکرد کارآفرینی به عنوان "یک فرآیند استراتژی‌سازی که پایه و اساس تصمیمات و اقدامات کارآفرینی را با هدف ایجاد یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها فراهم می‌کند"، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به این سوال است که: ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت چه می‌باشد؟

## بیان مساله

بسیاری از اقتصادهای نوظهور با چالش‌های بزرگی مقابله می‌کنند، نظیر بازارهای میهم(کزاگون و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰، ۱۰۰) جهانی‌سازی، سیستم‌های بازار جدید(آلوارز و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵، ۱۵۶) و رقابت شدید(چارلیه و لژاندر<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱، ۳۳۱) در مقایسه با بازارهای پیشرفته، سرمایه‌گذاری‌های جدید به دلیل چالش‌های نهادی، متحمل نسبت شکست بالاتری هستند. برای مثال، مطابق گزارش آکادمی چرخ در ایران بیش از ۵۰ درصد از کسب‌وکارهای کوچک در چهار سال اول تأسیس و بیش از ۹۰٪ استارت‌آپ‌ها در بلندمدت شکست می‌خورند. مطابق گزارش انوار و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۰، ۷۷۲) بیش از ۵۰٪ سرمایه‌گذاری جدید در پاکستان در بلندمدت دوام نمی‌آورند. این چالش‌های نهادی تأثیر قابل توجهی بر رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط دارند که دلیل اصلی آن مشکل تازگی و کوچکی است که توانایی آن‌ها برای سازگاری سریع با شرایط تجاری متغیر را محدود می‌سازد(دونیسور و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۳، ۱۵۶). در نتیجه از توانایی این شرکت‌ها برای بهره‌برداری از فرصت‌های جدید به منظور بقاء رقابت، جلوگیری می‌شود(چن و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰، ۲۳۱). بنابراین، در این مطالعه مسئله‌ی عملکرد و بقاء بنگاه‌های کوچک و متوسط تازه تأسیس در اقتصادهای نوظهور مورد توجه قرار می‌گیرد. مسئله‌ی عملکرد، سوددهی و مزیت رقابتی سرمایه‌گذاری به طور گسترده توسط تحقیقات گذشته مورد ملاحظه قرار گرفته‌اند، برای مثال از طریق دیدگاه مبتنی بر منابع و تئوری سازمان(انوار و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲، ۱۲). هر چند که مطالعات انجام شده درباره عوامل تأثیرگذار بر سرمایه‌گذاری‌های جدید در اقتصادهای نوظهور کافی نمی‌باشد، اما برخی از دلایل آن شامل ضعف قابلیت‌های کارآفرینانه، کمبود منابع و ضعف شایستگی‌ها هستند که مانع از رشد و بقاء سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌شوند(دونیسور و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۳، ۱۵۲). به طور دقیق‌تر، در اقتصادهای پیشرفته کسب‌وکارهای نوپا با محدودیت منابع کم‌تری نسبت به همتهای خود در اقتصادهای نوظهور مواجه هستند. توجه به این نکته مهم است که سرمایه‌گذاری‌های کوچک در مقایسه با شرکت‌های بزرگ، منابع کم‌تری برای شناسایی فرصت‌ها دارند، بنابراین هنگام انجام تجارت در محیط پویا با تأثیرگذاری کم‌تر و ریسک‌های بالاتر رو به رو هستند(دالوایی و صالح<sup>۹</sup>، ۲۰۲۱، ۱۶۸). علاوه بر آن، عرصه‌ی نهادی، رقابت و روندهای دیجیتال در بازارهای پیشرفته و ارتقاء یافته، متفاوت از بازارهای نوظهور می‌باشند(دویس و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۹، ۲۱۶). بنابراین، شرکت‌های تجاری در بازارهای نوظهور اغلب به دنبال جایگزین‌های کم‌هزینه‌تر و کم‌ریسک‌تر اما پربارتر هستند. در مورد عواملی که شناسایی فرصت‌های جدید و موفقیت در سرمایه‌گذاری‌های تازه تأسیس را تسهیل می‌کند، اطلاعات بسیار کمی وجود دارد، اما با این حال نشان داده شده است که همه شرکت‌ها نمی‌توانند یک فرصت را تشخیص دهند و آن را به یک تعهد موفق تبدیل کنند(انوار و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۲، ۲۰). در این میان، با گذر زمان برخی از سرمایه‌گذاری‌ها قابلیت‌های بهتری برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید را توسعه می‌دهند و در بازارهای متلاطم موفق می‌شوند(تانگ و

<sup>1</sup> Czakon et al

<sup>2</sup> Charlier & Legendre

<sup>3</sup> Donbesuur et al

<sup>4</sup> Chen et al

<sup>5</sup> Dalwai & Saleh

<sup>6</sup> Devece et al

همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱، ۲۵). گرایش روزافزونی به تحقیق بر قابلیت‌های شناسایی فرصت مشاهده می‌شود (فیلسر و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰، ۴۲). با این حال، این که چگونه رویکرد راهبردی کارآفرینی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌گامی، شناسایی فرصت‌های جدید را تسهیل می‌کند، که به نوبه خود عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید را به‌ویژه در بازارهای نوظهور افزایش می‌دهد، هنوز به طور کامل ایجاد نشده است. برای رفع این شکاف مهم در ادبیات، از یک مسیر آزمایش نشده استفاده شده است تا دریافت گردد که آیا رویکرد راهبردی کارآفرینی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق شناسایی فرصت کمک می‌کند؟ دو دلیل مهم برای تست مدل فرض شده در زمینه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط تازه تأسیس در اقتصادهای نوظهور وجود دارند:

نخست، همان‌طور که قبلاً بیان شد دانش کمی در مورد نقش رویکرد راهبردی کارآفرینی در شناسایی فرصت که منجر به موفقیت سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌شود وجود دارد. شواهد فراوانی از مزایای رویکرد راهبردی کارآفرینی در سرمایه‌گذاری‌های جدید یا پیشرفته در اقتصادهای نوظهور و پیشرفته وجود دارند (یانگ و میر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹، ۳۳۱). تحقیقات همچنین مزایای شناسایی فرصت برای شرکت‌ها را مورد تأکید قرار داده‌اند (جیو و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹، ۷۶۲). هر چند که شواهد تجربی اندکی وجود دارد که اثبات کند سرمایه‌گذاری تازه تأسیس چطور فرصت را خلق و از آن بهره‌برداری کند (انوار و همکاران، ۲۰۲۲، ۷۷۲). به علاوه، پرسش‌های ذیل ناشناخته مانده‌اند: (الف) تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر شناسایی فرصت در سرمایه‌گذاری‌های جدید در اقتصادهای نوظهور چیست؟ (ب) شناسایی فرصت چگونه نقش واسطه‌ای در رابطه‌ی بین رویکرد راهبردی کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید در اقتصادهای نوظهور ایفا می‌نماید؟

دوم، سرمایه‌گذاری‌ها در اقتصادهای نوظهور همچنان سریع‌تر از سرمایه‌گذاری‌ها در اقتصادهای پیشرفته رشد می‌کنند (پراشانتهام و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹، ۶۳۷). برای مثال، رشد توسعه‌ی محصول جدید چین و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹، ۳۷۰)، پروسه‌ی بین‌المللی‌سازی (انور و همکاران، ۲۰۲۲، ۷۸۳) و سرمایه‌گذاری‌ها توسط سرمایه‌گذاران خطرپذیر (فو و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲، ۱۱۰) در اقتصادهای نوظهور بیش از بازارهای پیشرفته گزارش می‌شوند. به‌طور شگفت‌برانگیز، نرخ شکست سرمایه‌گذاری‌های تازه تأسیس در اقتصادهای نوظهور در مقایسه با اقتصادهای پیشرفته، بالاتر است (انور و همکاران، ۲۰۲۲، ۷۸۰). شکست می‌تواند به کمبود قابلیت‌ها، منابع ناکافی، ضعف مهارت‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه نسبت داده شود. بنابراین، تصمیم‌گیری برای تست این مدل در بازارهای نوظهور به ما مجال می‌دهد تا ارزیابی کنیم که آیا رویکرد راهبردی کارآفرینی قادر به کشف فرصت‌ها و بقاء طولانی‌مدت سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌باشد یا خیر. این مطالعه به این سوال منجر می‌شود که ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت چه می‌باشد؟

رویکرد راهبردی کارآفرینی یکی از رویکردهای مهم در کسب‌وکارهای امروزی جهت بهبود عملکرد کسب‌وکارهای جدید و بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌شمار می‌رود. این موضوع که چگونه جهت‌گیری کارآفرینانه شناسایی فرصت‌های جدید را برای کسب‌وکارهای نوپا در اقتصادهای نوظهور تسهیل می‌کند، عمدتاً ناشناخته باقی مانده است. در این مطالعه با در نظر گرفتن رویکرد راهبردی کارآفرینی به عنوان متغیر مرتبه دوم، تأثیر متغیر مذکور را بر عملکرد کسب‌وکارهای نوپا از طریق متغیر واسطه‌ای شناسایی فرصت، بررسی می‌نماید. اهمیت نظری و مدیریتی این مطالعه به شرح زیر می‌باشد:

اهمیت نظری: نتایج این مطالعه می‌تواند به دلایل زیر حائز اهمیت باشد:

نخست، این مطالعه آثار تحقیقاتی مرتبط با جهت‌گیری کارآفرینانه و رشد کسب‌وکارهای نوپا را به زمینه‌ی خاص بازارهای نوظهور بسط می‌دهد. این زمینه به‌ویژه حائز اهمیت است، زیرا بعد مهم و کاوش نشده‌ای در تحقیقات رویکرد راهبردی کارآفرینی را آشکار می‌کند. بنابراین، در این مطالعه نشان داده می‌شود که چگونه رشد متفاوت سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌تواند در اقتصادهای نوظهور ثابت شود.

<sup>1</sup> Tang et al

<sup>2</sup> Filser

<sup>3</sup> Yang and Meyer

<sup>4</sup> Guo

<sup>5</sup> Prashantham et al

<sup>6</sup> Jin et al

<sup>7</sup> Fu et al

دوم، با توجه به درصد بالای شکست سرمایه‌گذاری‌های جدید در بازارهای نوظهور، این مطالعه بینش‌های باارزشی برای تقلیل شکست سرمایه‌گذاری‌های جدید ارائه می‌دهد، زیرا در این مطالعه نشان داده می‌شود که چگونه رویکرد راهبردی کارآفرینی (به‌عنوان منبع نامحسوس و مناسب) شرکت‌های جدید را قادر به شناسایی فرصت‌های مفید به منظور اجتناب از شکست می‌سازد.

سوم، در این مطالعه از داده‌های تجربی شرکت‌های کوچک و متوسط در ایران به عنوان یک اقتصاد نوظهور استفاده می‌شود و رویکرد راهبردی کارآفرینی، به‌عنوان متغیر مرتبه اول و مرتبه دوم برای شناسایی فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید به کار گرفته می‌شود. این موضوع می‌تواند بینش‌های مهمی را در مورد نقش جهت‌گیری کارآفرینانه در مورد تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید فراهم نماید.

چهارم، محققان پیشین گزارش‌های متناقضی را درباره ارتباط و جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد شرکت گزارش نموده‌اند، در این مطالعه با سنجش تأثیر رویکرد راهبردی کارآفرینی به عنوان متغیر مرتبه اول و دوم (پیش‌گامی، نوآوری و ریسک‌پذیری) بر عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید از طریق متغیر واسطه‌ای تشخیص فرصت، این فرصت را برای محققان آتی فراهم می‌نماید تا مکانیزم‌های بالقوه بین جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد را بررسی کنند.

پنجم، این مطالعه با نشان دادن منافع عملکرد حاصل از استفاده از جهت‌گیری کارآفرینانه به عنوان منبع با ارزش، بینش‌های مهمی را درباره تئوری مبتنی بر منابع فراهم می‌نماید، زیرا در این مطالعه رویکرد راهبردی کارآفرینی به عنوان یک منبع با ارزش نامحسوس فرض می‌شود، که می‌تواند دستیابی به موقعیت‌های پایدار برای کسب‌وکارهای نو پا فراهم نماید (انور و شاه، ۲۰۲۰).

اهمیت مدیریتی: نتایج این مطالعه می‌تواند از نظر مدیریتی و کاربردی بسیار با اهمیت باشد و بینش‌های مهمی را در این خصوص فراهم نماید. این مطالعه رویکرد راهبردی کارآفرینی را به عنوان راهی جدید جهت تشخیص فرصت و بهبود عملکرد کسب‌وکارهای کوچک معرفی می‌نماید.

در این مطالعه هم راستا با تئوری مبتنی بر منابع، رویکرد راهبردی کارآفرینی به عنوان یک منبع استراتژیک مهم برای بهبود عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید و فعال در اقتصادهای نوظهور معرفی می‌شود، که می‌تواند برای شرکت‌هایی که با کمبود چشم‌گیر منابع مواجه هستند، حائز اهمیت باشد. بنابراین، نتایج این مطالعه می‌تواند به مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط کمک نماید تا آن‌ها دریابند که چگونه می‌توانند از طریق اتخاذ رویکرد راهبردی کارآفرینی ضمن دستیابی به منبع نامحسوس با ارزش، عملکرد شرکت‌های خود را از طریق تشخیص فرصت ارتقاء دهند. پیشینه پژوهشی شامل موارد زیر است:

دمیرچی و همکاران (۱۴۰۱) مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر رویکرد کارآفرینانه بر نوآوری محصول از طریق جهت‌گیری‌های استراتژیک یادگیری و انعطاف‌پذیری هماهنگی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری انعطاف‌پذیری. منابع مورد مطالعه شرکت‌های تولید کننده لوازم خانگی» انجام دادند. هدف مطالعه بررسی چگونگی تأثیر جهت‌گیری‌های استراتژیک متعدد و انعطاف‌پذیری استراتژیک به‌طور جمعی بر نوآوری محصول شرکت بود. جامعه آماری مطالعه، تولید کنندگان لوازم خانگی در استان تهران بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری یادگیری و انعطاف‌پذیری هماهنگی نقش واسطه‌ای جزئی در رابطه بین رویکرد کارآفرینانه و نوآوری محصول ایفا می‌نماید. بعلاوه، جهت‌گیری یادگیری و انعطاف‌پذیری هماهنگی به‌طور سریالی نقش واسطه‌ای در ارتباط بین رویکرد کارآفرینانه و نوآوری محصول ایفا می‌نماید. در نهایت، انعطاف‌پذیری منابع تأثیر انعطاف‌پذیری هماهنگی بر نوآوری محصول را به‌طور مثبت تعدیل می‌نماید.

سوری و کردی (۱۴۰۱، ۱۰۸-۹۶) مطالعه‌ای با عنوان «نقش فعالیت‌های کارآفرینی در اثرگذاری گرایش کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید بین المللی» انجام دادند. هدف مطالعه بررسی تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی بر گرایش کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید بین‌المللی بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های سرمایه‌گذاری بین‌المللی پارس آریان بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که حمایت نهادی و روابط تجاری بر گرایش کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. بعلاوه، کشف فرصت نقش واسطه‌ای مثبت در رابطه بین گرایش کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.

سرائیان و پور شوشتری (۱۴۰۰، ۵۵-۴۲) مطالعه‌ای با عنوان «رویکرد کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به واسطه نقش اقدامات کارآفرینی. مورد مطالعه، ده شرکت بزرگ بورس ایران از لحاظ سرمایه‌اسمی» انجام دادند. هدف مطالعه بررسی نقش اقدامات کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری از طریق متغیر تشخیص فرصت با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری سازه‌های روابط تجاری و حمایت نهادی بود. جامعه آماری مطالعه ده شرکت بزرگ بورس ایران از لحاظ سرمایه‌اسمی بودند. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که کشف فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین رویکرد کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. بعلاوه، حمایت نهادی و روابط تجاری تأثیر تشخیص فرصت بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید را به‌طور مثبت تعدیل می‌نماید.

طالاری و همکاران (۱۴۰۰، ۱۷۸-۱۵۷) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی نقش جهت‌گیری کارآفرینی در موفقیت محصولات جدید شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر بازاریابی دوسوتوان» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین نقش واسطه‌ای بازاریابی دوسوتوان در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد محصول جدید در شرکت‌های دانش‌بنیان بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان بودند. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد بازاریابی دوسوتوان نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد محصول جدید در شرکت‌های دانش‌بنیان ایفا می‌نماید.

پور نصیر (۱۴۰۰، ۲۶-۴۷) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی از طریق متغیر واسطه‌ای صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های فعال نوآور در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی و صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی تأثیر مثبت و معنادار دارد. بعلاوه، صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی نقش واسطه‌ای در رابطه بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌نماید.

سلیم مقدم و ربیعی دولابی (۱۴۰۰، ۱۰۲-۱۵۶) مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر پیوندهای سیاسی بر عملکرد نوآوری از طریق متغیرهای واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینی و پیوندهای تجاری با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری پویایی محیطی انجام دادند.» مورد مطالعه شرکت‌های ساخت و تولید فعال در صنعت بود. هدف مطالعه تعیین تأثیر پیوندهای سیاسی بر عملکرد نوآوری از طریق متغیرهای واسطه‌ای پیوندهای تجاری و جهت‌گیری کارآفرینی با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری پویایی محیطی بود. جامعه آماری مطالعه تولیدکنندگان لوازم خانگی در استان تهران بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که پیوندهای تجاری بر جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت دارد، پیوندهای سیاسی بر جهت‌گیری کارآفرینی از طریق متغیر واسطه‌ای پیوندهای تجاری تأثیر مثبت دارد، پیوندهای تجاری بر عملکرد نوآوری از طریق متغیر واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. پیوندهای سیاسی بر عملکرد نوآوری از طریق متغیرهای واسطه‌ای پیوندهای تجاری و جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر مثبت دارد، پویایی محیطی، تأثیر پیوندهای سیاسی بر جهت‌گیری کارآفرینی را از طریق پیوندهای تجاری تعدیل می‌نماید. پویایی محیطی تأثیر پیوندهای تجاری بر عملکرد نوآوری را از طریق جهت‌گیری کارآفرینی تعدیل می‌نماید. و در نهایت، پویایی محیطی تأثیر پیوندهای سیاسی بر عملکرد نوآوری را از طریق پیوندهای تجاری و جهت‌گیری کارآفرینی تعدیل می‌نماید.

فیض و شعبانی (۱۳۹۹، ۱۰۸-۹۳) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر توان صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط با میانجی‌گری قابلیت یادگیری سازمانی و عملکرد نوآوری» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر رویکر کارآفرینانه (پیش‌گامی، نوآوری و ریسک‌پذیری) بر توان صادراتی از طریق متغیر واسطه‌ای یادگیری سازمانی و عملکرد نوآوری بود. جامعه آماری مطالعه شرکت کوچک و متوسط فعال در بخش صادرات بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینانه بر توان صادراتی تأثیر مثبت و معنادار دارد. عملکرد نوآوری و قابلیت یادگیری سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه و توان صادراتی ایفا می‌نماید.

پیرایش و همکاران (۱۳۹۹، ۴۵-۲۳) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های صنعتی استان زنجان» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین رابطه بین کارآفرینی سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سازمانی بود. جامعه آماری پژوهش، کارکنان شرکت‌های صنعتی استان زنجان بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که متغیرهای کارآفرینی سازمانی

و جهت‌گیری کارآفرینی بر کارآفرینی استراتژیک تأثیر مثبت و معنادار دارند. متغیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. کارآفرینی سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سازمانی ایفا می‌نماید.

الهامی و صادقی (۱۳۹۵، ۱۹۴-۱۷۷) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط - مطالعه موردی: شرکت‌های بازرگانی در استان خراسان شمالی» انجام دادند. هدف مطالعه بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط بود. جامعه آماری مطالعه، شرکت‌های صادرکننده کوچک و متوسط استان خراسان شمالی بودند. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج حاصله نشان داد که کارآفرینی و ابعاد آن شامل نوآوری، پیش‌گامی و ریسک‌پذیری تأثیر معناداری بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط دارند. بعلاوه، عوامل محیطی نیز نقش تعدیل‌گر را در تأثیرگذاری کارآفرین بر عملکرد صادراتی ایفا می‌کنند.

یانگ و اومبونسوکه<sup>۱</sup> (۲۰۲۳، ۵۴-۲۸) مطالعه‌ای با عنوان «رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد شرکتی شرکت‌های کوچک و متوسط چینی در تایلند» انجام دادند. هدف این مطالعه بررسی نقش واسطه‌ای سازه‌های استراتژی رقابتی و فرآیند ایجاد دانش در رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد شرکت بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط چینی در کشور تایلند بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که بین گرایش کارآفرینی و عملکرد شرکت ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. استراتژی رقابتی و فرآیند ایجاد دانش نقش واسطه‌ای در رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد شرکت ایفا می‌نماید. همچنین استراتژی رقابتی و فرآیند ایجاد دانش نقش میانجی زنجیره‌ای در رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد شرکت ایفا می‌نماید.

انوار و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲، ۷۹۶-۷۶۹) مطالعه‌ای با عنوان «گرایش کارآفرینانه و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید در بازارهای نوظهور: نقش واسطه‌گر شناسایی فرصت» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت بود. جامعه آماری مطالعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشور پاکستان بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که گرایش کارآفرینانه به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر واسطه‌ای تشخیص فرصت بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید تأثیر مثبت و معنادار دارد.

یین و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۱، ۱۳۹۸-۱۳۶۹) مطالعه‌ای با عنوان «جهت‌گیری کارآفرینی و کسب منابع مخاطره‌آمیز جدید: چرا زمینه اهمیت دارد» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین جهت‌گیری کارآفرینی بر اکتساب منابع در میان سرمایه‌گذاری‌های جدید مخاطره‌آمیز با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری جهت‌گیری فرصت‌طلبانه بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های سرمایه‌گذاری جدید در کشور چین بودند. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی بر اکتساب منابع در میان سرمایه‌گذاری‌های جدید مخاطره‌آمیز تأثیر مثبت و معنادار دارد. با این حال، این رابطه به زمینه حساس است. در یک محیط با پویایی کم، جهت‌گیری فرصت‌طلبانه این رابطه را به‌طور مثبت تعدیل می‌کند. با این حال، در یک محیط بسیار پویا، جهت‌گیری فرصت‌طلبانه هیچ تأثیری بر رابطه بین گرایش کارآفرینانه و کسب منابع جدید مخاطره‌آمیز نشان نمی‌دهد.

دونبوسور و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۰، ۱۵۰-۱۶۱) مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید: نقش‌های اقتصادی اقدامات کارآفرینانه» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق متغیر واسطه‌ای کشف فرصت کارآفرینی بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های سرمایه‌گذاری جدید در آفریقای جنوبی بود. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که کشف فرصت کارآفرینی نقش واسطه‌ای کامل در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.

گالبرات و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۲۰، ۷۴۲-۷۸۲) مطالعه‌ای با عنوان «جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد شرکت در شرکت‌های ایتالیایی: نقش تعدیل‌کننده استراتژی رقابتی» انجام دادند. مطالعه تعیین ارتباط بین رویکرد کارآفرینانه و عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری استراتژی رقابتی «رهبری هزینه و تمایز» و سائز شرکت بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور ایتالیا بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از تحلیل رگرسیون انجام شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینانه با عملکرد شرکت ارتباط مثبت و معنادار

<sup>1</sup> YANG & Aumeboonsuke

<sup>2</sup> Anwar et al

<sup>3</sup> Yin et al

<sup>4</sup> Donbesuur et al

<sup>5</sup> Galbreath et al

دارد. علاوه بر این، استراتژی رقابتی ارتباط جهت‌گیری کارآفرینانه با عملکرد شرکت را تعدیل می‌نماید، بطوری که استراتژی رهبری هزینه ارتباط بین جهت‌گیری کارآفرینانه با عملکرد شرکت را تضعیف می‌نماید. همچنین استراتژی تمایز ارتباط جهت‌گیری کارآفرینانه با عملکرد شرکت را تقویت می‌نماید. در نهایت اندازه شرکت تأثیری بر ارتباط مذکور ندارد.

تاج‌الدینی و همکاران<sup>(۱)</sup> (۲۰۲۰، ۹۰-۱۰۲) مطالعه‌ای با عنوان «ارتقاء عملکرد مهمان‌داری: نقش جهت‌گیری کارآفرینانه و روابط شبکه‌سازی در محیط پویا» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر رویکرد کارآفرینانه بر عملکرد تجاری با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری سازه‌های محیط پویا، پیوند شبکه‌های تجاری، پیوند شبکه‌های اجتماعی و منابع فن‌آوری بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های مهمان‌پذیر در کشور ژاپن بودند. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که گرایش کارآفرینانه بر عملکرد تجاری تأثیر مثبت و معنادار دارد و تأثیر رویکرد کارآفرینانه بر عملکرد تجاری بوسیله سازه‌های محیط پویا، پیوند شبکه‌های تجاری، پیوند شبکه‌های اجتماعی و منابع فن‌آوری به‌طور مثبت تعدیل می‌شوند.

باسکو و همکاران<sup>(۲)</sup> (۲۰۲۰، ۴۲۱-۴۰۹) مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت: تجزیه و تحلیل چند گروهی با مقایسه چین، مکزیک و اسپانیا» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری زمینه شرکت بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط از سه کشور چین، مکزیک و اسپانیا بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. بعلاوه جهت تعیین نقش تعدیل‌گری متغیر تعدیل‌گر زمینه شرکت از آنالیز چند گروهی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد شرکت بدون توجه به زمینه شرکت تأثیر مثبت و معنادار دارد. بعلاوه، زمینه شرکت تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر عملکرد شرکت را تعدیل می‌نماید.

گالی و دیگران<sup>(۳)</sup> (۲۰۲۰، ۲۳۰-۱۲۰) مطالعه‌ای با عنوان «جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی و موفقیت شرکت: نقش واسطه‌ای عملکرد اجتماعی» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی و موفقیت شرکت با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای عملکرد اجتماعی بود. جامعه آماری مطالعه شرکت‌های نوآور در کشور استرالیا بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی با موفقیت شرکت رابطه مثبت و معنادار دارد. بعلاوه، عملکرد اجتماعی به‌طور جزئی نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی و موفقیت شرکت ایفا می‌نماید.

صاحی و همکاران<sup>(۴)</sup> (۲۰۱۹، ۱۶۴-۱۲۰) مطالعه‌ای با عنوان «اثرات جهت‌گیری استراتژیک بر دوستوانی عملیاتی: تحقیقی از بنگاه‌های کوچک و متوسط هند در عصر صنعت ۴/۰ (زیر مجموعه‌ی انقلاب صنعتی چهارم)» انجام دادند. هدف مطالعه تعیین تأثیرات جهت‌گیری استراتژیک (گرایش به کارآفرینی و بازارمحوری) بر عملکرد تجاری از طریق متغیر واسطه‌ای دوستوانی عملیاتی (اکتشاف و بهره‌برداری) بود. جامعه آماری مطالعه بنگاه‌های کوچک و متوسط واقع در شمال هند بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که فعالیت‌های عملیاتی اکتشافی و بهره‌برداری تأثیر مثبت و معنادار بر عملکرد تجاری شرکت‌ها دارند؛ گرایش به کارآفرینی و بازارمحوری تأثیر بیشتری بر فعالیت‌های عملیاتی اکتشافی دارد؛ بازارمحوری بر فعالیت‌های عملیاتی بهره‌برداری تأثیر مثبت ولی غیر معنادار دارد. در نهایت گرایش به کارآفرینی بر فعالیت‌های عملیاتی بهره‌برداری تأثیر مثبت و معنادار دارد.

چوداری<sup>(۵)</sup> (۲۰۱۹، ۶۸-۴۵) مطالعه‌ای با عنوان «پیامدهای انعطاف‌پذیری استراتژیک در شرکت‌های کوچک: نقش تعدیل‌کننده ظرفیت جذب» انجام دادند. هدف مطالعه، بررسی نقش جهت‌گیری کارآفرینی و ظرفیت جذب در رابطه بین انعطاف‌پذیری استراتژیک و عملکرد شرکت بود. جامعه آماری مطالعه بنگاه‌های کوچک در کشور هند بودند. جهت آزمون فرضیه‌ها از رگرسیون خطی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینی تأثیر انعطاف‌پذیری استراتژیک بر عملکرد شرکت را تقویت می‌نماید. همچنین ظرفیت جذب، تأثیر انعطاف‌پذیری استراتژیک بر گرایش کارآفرینی را تقویت می‌نماید.

<sup>1</sup> Tajeddini et al

<sup>2</sup> Basco et al

<sup>3</sup> Gali

<sup>4</sup> Sahi et al

<sup>5</sup> Chaudhary

## فرضیه های پژوهش

- فرضیه ۱: رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد.
- فرضیه ۲: رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت ارتباط دارد.
- فرضیه ۳: تشخیص فرصت با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد.
- فرضیه ۴: تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین رویکرد راهبردی کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.
- فرضیه ۵: تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.
- فرضیه ۶: تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.
- فرضیه ۷: تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.

## روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از منظر نوع، توصیفی و از منظر گردآوری داده‌ها، پیمایشی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات نیز میدانی است. جامعه آماری تحقیق شرکت‌های کوچک و متوسط نوپا و فعال نوآور در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران به تعداد ۱۶۸ شرکت بودند. در این مطالعه به دلیل کوچک بودن حجم جامعه از روش نمونه‌گیری تمام شماری استفاده شد. پاسخ دهندگان به پرسش‌نامه‌های این مطالعه مدیران عامل شرکت‌های مذکور بودند. جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه از معیارهای «آلفای کرونباخ»، پایایی ترکیبی، ضرایب بار عاملی» استفاده می‌شود. بعلاوه جهت تعیین روایی از روایی منطقی «صوری و محتوایی» و سازه «هم‌گرا و واگرا» استفاده شد. جهت بررسی مناسب بودن ساختار مدل مفهومی تحقیق از معیارهای «ضریب تعیین، شاخص ارتباط پیش‌بین و شاخص اندازه اثر» استفاده گردید. در نهایت، جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. بعلاوه، جهت آزمون فرضیه با متغیر واسطه‌گر از معیارهای بارون و کنی استفاده گردید.

## جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بودند.

جامعه آماری این مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بودند. طبق آمارهای موجود ۱۶۸ شرکت در این پارک مشغول فعالیت می‌باشند. در این مطالعه به دلیل کوچک بودن حجم جامعه از روش تمام شماری استفاده شد. پاسخ دهندگان به پرسش‌نامه‌های این تحقیق مدیران صادرات شرکت‌های تحت مطالعه بودند.

## متغیرهای پژوهش

ریسک‌پذیری: در این مطالعه سازه ریسک‌پذیری بوسیله پرسش‌های ۱ تا ۳ و برگرفته از انوار و همکاران (۲۰۲۲) عملیاتی می‌شود.

نوآوری: در این مطالعه سازه نوآوری بوسیله پرسش‌های ۴ تا ۶ و برگرفته از انوار و همکاران (۲۰۲۲) عملیاتی می‌شود.

پیش‌گامی: در این مطالعه سازه پیش‌گامی بوسیله پرسش‌های ۷ تا ۹ و برگرفته از انوار و همکاران (۲۰۲۲) عملیاتی می‌شود.

تشخیص فرصت: در این مطالعه سازه تشخیص فرصت بوسیله پرسش‌های ۱۰ تا ۱۴ و برگرفته از انوار و همکاران (۲۰۲۲) عملیاتی می‌شود.

عملکرد سرمایه‌گذاری جدید: در این مطالعه جهت عملیاتی کردن سازه عملکرد سرمایه‌گذاری جدید بوسیله پرسش‌های ۱۵ تا ۲۰ و برگرفته از انوار و همکاران (۲۰۲۲) عملیاتی می‌شود.

## یافته های پژوهش



## یافته‌های توصیفی

داده مورد نیاز برای این مطالعه در بازه زمانی بهار ۱۴۰۲ جمع‌آوری گردید. در ابتدا پرسش‌نامه‌ها بین ۲۵۶ نفر از مدیران بازاریابی شرکت‌های مورد مطالعه توزیع شد. از بین پرسش‌نامه‌های توزیع شده ۱۵۴ پرسش‌نامه قابل استفاده جمع‌آوری شد.

اطلاعات قابل استفاده جمع‌آوری شده.

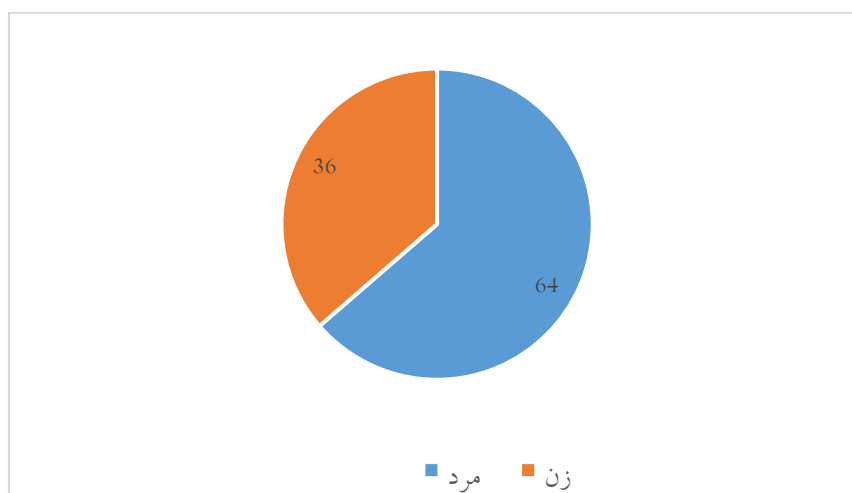
اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت پاسخ‌دهندگان

اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت پاسخ‌دهندگان نشان داد که ۶۴ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۶ درصد آن‌ها زن بودند.

جدول ۱: اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت پاسخ‌دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۹۸	۶۴
زن	۵۶	۳۶
جمع	۱۵۴	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر



شکل ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت پاسخ‌دهندگان (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

## ۴-۲-۲- اطلاعات جمعیت‌شناختی سن پاسخ‌دهندگان

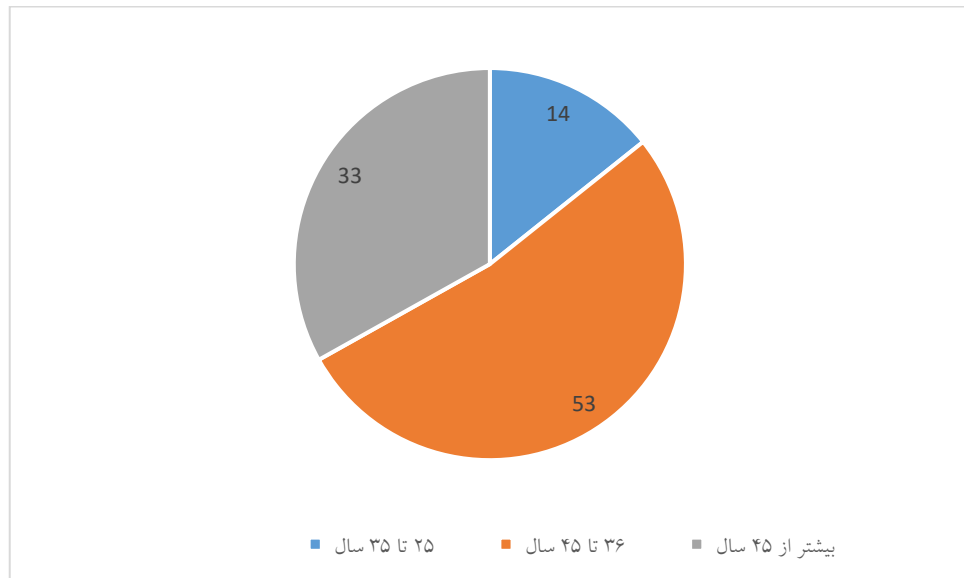
اطلاعات جمعیت‌شناختی سن پاسخ‌دهندگان آشکار ساخت که به ترتیب ۱۴، ۵۳ و ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۳۶ تا ۴۵ سال و بیش‌تر از ۴۵ سال سن داشتند.

جدول ۲ اطلاعات جمعیت‌شناختی سن پاسخ‌دهندگان

سن پاسخ‌گویان	فراوانی	درصد فراوانی
سال ۲۵ تا ۳۵	۲۲	۱۴
سال ۳۶ تا ۴۵	۸۱	۵۳

۳۳	۵۱	بیشتر از ۴۵ سال
۱۰۰	۱۵۴	جمع

منبع: یافته های پژوهشگر



شکل ۲ اطلاعات جمعیت‌شناختی سن پاسخ‌دهندگان (منبع: یافته های پژوهشگر)

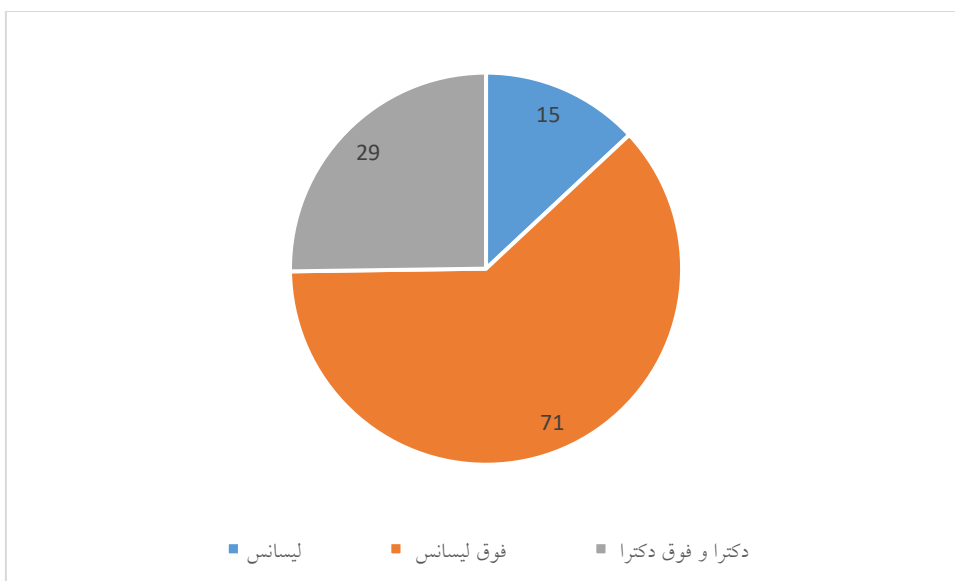
اطلاعات جمعیت‌شناختی تحصیلات پاسخ‌دهندگان

اطلاعات جمعیت‌شناختی تحصیلات پاسخ‌دهندگان آشکار ساخت که به ترتیب ۱۲، ۴۸ و ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان در مقطع تحصیلی لیسانس، فوق لیسانس و دکترا و فوق دکترا مشغول تحصیل بودند.

جدول ۳ اطلاعات جمعیت‌شناختی تحصیلات پاسخ‌دهندگان

درصد فراوانی	فراوانی	
۱۲	۱۸	لیسانس
۴۸	۷۵	فوق لیسانس
۴۰	۶۱	دکترا و فوق دکترا
۱۰۰	۱۵۴	جمع

منبع: یافته های پژوهشگر



نمودار ۳ اطلاعات جمعیت شناختی تحصیلات پاسخ‌دهندگان (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

#### اطلاعات جمعیت شناختی حوزه فن‌آوری شرکت‌ها

اطلاعات جمعیت شناختی حوزه فن‌آوری شرکت‌ها نشان داد که به ترتیب ۶، ۲، ۵، ۴، ۳، ۳، ۴، ۳، ۵، ۳، ۵، ۹، ۵، ۲۴، ۵، ۵، ۵، ۵ در حوزه فن‌آوری اپتیک و فتونیک (مواد، قطعات و سامانه‌ها)، تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی، زیست فناوری کشاورزی، صنایع غذایی و دارویی، علوم شناختی، فناوری‌های نرم و هویت ساز و تجهیزات وابسته، علوم کشاورزی و منابع طبیعی، فناوری زیستی (غذایی)، کشاورزی دامی و گیاهی، صنعتی محیط زیست، زیست فناوری مولکولی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری، فناوری اطلاعات، ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری اینترنت اشیا، فناوری ساختمان و مسکن، عمران، راه سازی، ریلی و دریایی، فناوری نانو (محصولات و مواد)، محصولات شیمیایی پیشرفته، محیط زیست، مکانیک و کنترل، مواد پیشرفته (پلیمرها، سرامیک، فلزات و کامپوزیت‌ها)، نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی، نقشه برداری و اطلاعات مکانی، وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی مشغول فعالیت بودند.

#### جدول ۴ اطلاعات جمعیت شناسی حوزه فن‌آوری شرکت‌ها

ردیف	حوزه فن‌آوری	فراوانی	فراوانی نسبی
۱	اپتیک و فتونیک (مواد، قطعات و سامانه‌ها)	۹	۶
۲	تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی	۳	۲
۳	زیست فناوری کشاورزی	۸	۵
۴	صنایع غذایی و دارویی	۷	۵
۵	علوم شناختی، فناوری‌های نرم و هویت ساز و تجهیزات وابسته	۶	۴
۶	علوم کشاورزی و منابع طبیعی	۴	۳
۷	فناوری زیستی (غذایی، کشاورزی دامی و گیاهی، صنعتی محیط زیست، زیست فناوری مولکولی)	۶	۴
۸	فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری	۴	۳
۹	فناوری اطلاعات، ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری اینترنت اشیا	۷	۵
۱۰	فناوری ساختمان و مسکن، عمران، راه سازی، ریلی و دریایی	۴	۳

ردیف	حوزه فن آوری	فراوانی	فراوانی نسبی
۱۱	فناوری نانو(محصولات و مواد)	۷	۵
۱۲	محصولات شیمیایی پیشرفته	۱۴	۹
۱۳	محیط زیست	۸	۵
۱۴	مکانیک و کنترل	۳۷	۲۴
۱۵	مواد پیشرفته (پلیمرها، سرامیک، فلزات و کامپوزیت‌ها)	۸	۵
۱۶	نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی	۷	۵
۱۷	نقشه برداری و اطلاعات مکانی	۷	۵
۱۸	وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی	۸	۵
	جمع	۱۵۴	۱۰۰

منبع: یافته های پژوهشگر

بررسی معیارهای مدل ساختاری

در این مطالعه از معیارهای زیر جهت بررسی برازش ساختاری مدل استفاده می‌شود:

الف: عامل تورم واریانس

عامل تورم واریانس شدت هم‌خطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون کم‌ترین مربعات معمولی ارزیابی می‌کند. به بیان ساده شاخص عامل تورم واریانس نشان می‌دهد که یک متغیر تا چه اندازه تحت تأثیر دیگر متغیرها رفتارش تغییر می‌کند. شاخص عامل تورم واریانس نشان می‌دهد چه مقدار از تغییرات مربوط به ضرایب برآورد شده بابت هم‌خطی افزایش یافته است. مقدار عامل تورم واریانس باید کم‌تر از ۵ باشد. اگر از مقدار حداکثری شاخص عامل تورم بیشتر باشد باید به حذف آن سازه، ادغام سازه‌ها، خلق سازه‌های مرتبه دوم و بالاتر دست زد.

جدول ۵ شاخص تورم واریانس

شخص تورم واریانس	گویه
۲.۲۹۰	جهت‌گیری کارآفرینی ۱
۲.۳۳۵	جهت‌گیری کارآفرینی ۲
۱.۶۸۲	جهت‌گیری کارآفرینی ۳
۲.۷۰۰	جهت‌گیری کارآفرینی ۴
۲.۲۶۳	جهت‌گیری کارآفرینی ۵
۱.۸۲۹	جهت‌گیری کارآفرینی ۶
۱.۸۹۲	جهت‌گیری کارآفرینی ۷
۱.۷۹۲	جهت‌گیری کارآفرینی ۸
۲.۰۶۷	جهت‌گیری کارآفرینی ۹
۱.۶۸۹	نوآوری ۱
۱.۴۲۰	نوآوری ۲
۱.۷۱۳	نوآوری ۳

شاخص تورم واریانس	گویه
۱.۵۶۷	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۱
۲.۳۳۹	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۲
۱.۸۶۵	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۳
۱.۸۸۳	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۴
۱.۷۳۴	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۵
۱.۵۷۹	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ۶
۱.۵۳۳	تشخیص فرصت ۱
۱.۵۳۷	تشخیص فرصت ۲
۱.۳۶۴	تشخیص فرصت ۳
۱.۶۲۷	تشخیص فرصت ۴
۱.۵۴۶	تشخیص فرصت ۵
۱.۳۶۷	پیش‌گامی ۱
۱.۶۵۷	پیش‌گامی ۲
۱.۸۶۹	پیش‌گامی ۳
۱.۸۲۷	ریسک‌پذیری ۱
۱.۶۵۷	ریسک‌پذیری ۲
۱.۷۱۹	ریسک‌پذیری ۳

منبع: یافته‌های پژوهشگر

ب: معیار ضریب تعیین

اولین معیار بررسی مدل ساختاری، ضرایب تعیین مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است و نشان دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شوند.

جدول ۶ معیار ضریب تعیین

ضریب تعیین	سازه
۰.۸۶۵	نوآوری
۰.۸۷۲	عملکرد سرمایه‌گذاری جدید
۰.۷۹۴	تشخیص فرصت
۰.۸۲۶	پیش‌گامی
۰.۸۵۴	ریسک‌پذیری

منبع: یافته‌های پژوهشگر

ج: معیار اندازه اثر

اندازه اثر  $f^2$  به صورت نسبتی از تغییرات ضریب تعیین  $R^2$  به روی بخشی از واریانس متغیر مکنون درون‌زا است که به صورت تبیین نشده در مدل باقی می‌ماند. برای محاسبه این ضریب ابتدا مدل را به صورت کامل اجرا کرده و مقادیر  $R^2$  محاسبه می‌شود. در مرحله بعد متغیر مستقل مسیری را که باید  $f^2$  آن محاسبه شود را حذف کرده و مجدداً مدل اجرا می‌شود. سپس از فرمول زیر اندازه اثر محاسبه می‌شود:

$$f^2 = (R^2_{\text{included}} - R^2_{\text{excluded}}) / (1 - R^2_{\text{included}})$$

براساس رابطه فوق کافی است یک بار ضریب تعیین با در نظر گرفتن تأثیر متغیر مستقل مورد نظر محاسبه شود. سپس با حذف این تأثیر محاسبه شود. براساس نظر کوهن (۱۹۸۸) میزان این شاخص به ترتیب  $0/02$  (ضعیف)  $0/15$  (متوسط) و  $0/35$  (قوی) تفسیر می‌شود.

جدول ۷ معیار اندازه اثر

ریسک پذیری	پیشگامی	تشخیص فرصت	عملکرد سرمایه گذاری جدید	نوآوری	جهت گیری کارآفرینی	
۰.۸۳۸	۰.۷۴۷	۰.۸۵۰	۰.۵۶۱	۶.۳۹۴		جهت گیری کارآفرینی
						نوآوری
						عملکرد سرمایه گذاری جدید
			۰.۲۱۹			تشخیص فرصت
						پیش گامی
						ریسک پذیری

منبع: یافته های پژوهشگر

د: شاخص ارتباط پیش بین

این معیار قدرت پیش بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار  $0/02$ ،  $0/15$  و  $0/35$  را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه‌ها را نشان می‌دهد. این مقدار تنها برای سازه‌های درون‌زای مدل محاسبه می‌شود.

جدول ۸ شاخص ارتباط پیش بین

ضریب تعیین	سازه
۰.۵۸۵	نوآوری
۰.۵۱۱	عملکرد سرمایه گذاری جدید
۰.۴۳۱	تشخیص فرصت
۰.۵۴۱	پیش گامی
۰.۶۱۳	ریسک پذیری

منبع: یافته های پژوهشگر

۴-۴- آزمون فرضیه‌های تحقیق

مطابق فرضیه اول؛ رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد. نتایج حاصله نشان داد که رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید، ارتباط مثبت و معنادار دارد ( $t=11/535$ ؛  $\beta=0/590$ ).

جدول ۹ ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

بی و لیو	معماری ضرایب استاندارد	انحراف معیار	ضرایب استاندارد مسیر	
۰.۰۰۰	۱۱.۵۳۵	۰.۰۵۱	۰.۵۹۰	رویکرد راهبردی کارآفرینی > عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مطابق فرضیه دوم تحقیق، رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت ارتباط دارد. نتایج حاصله نشان داد که رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت ارتباط مثبت و معنادار دارد ( $t=74/479$ ؛  $\beta=0/891$ ).

جدول ۱۰ ارتباط رویکرد راهبردی با کارآفرینی با تشخیص فرصت

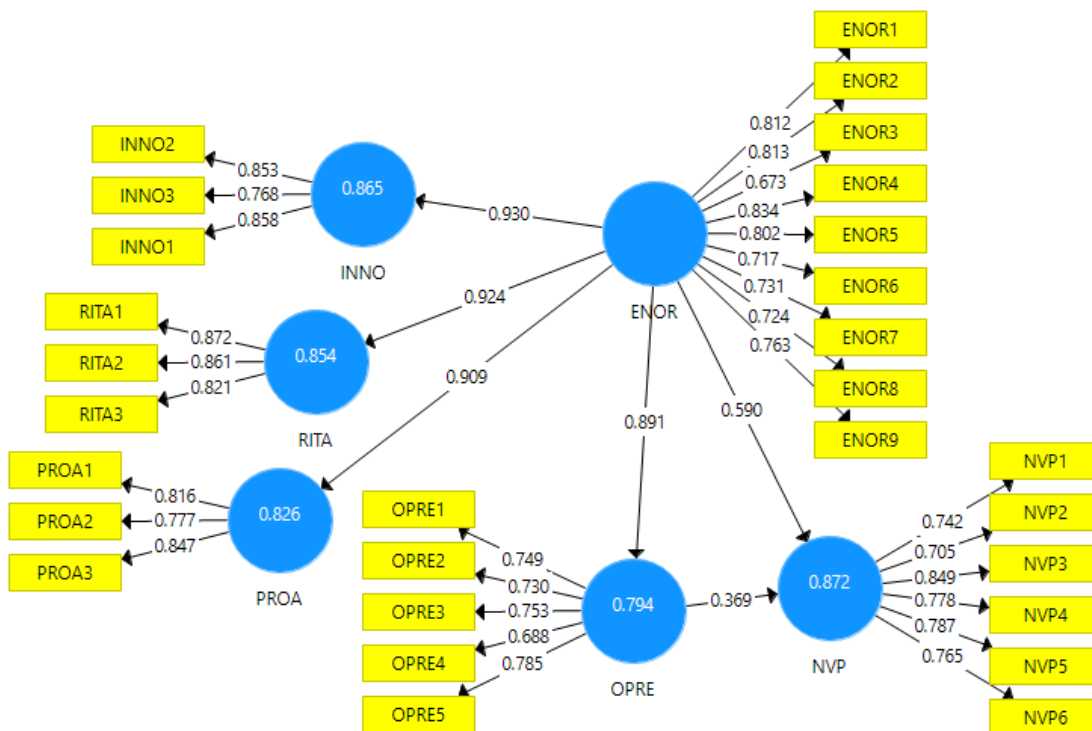
بی و لیو	معماری ضرایب استاندارد	انحراف معیار	ضرایب استاندارد مسیر	
۰.۰۰۰	۷۴.۴۷۹	۰.۰۱۲	۰.۸۹۱	رویکرد راهبردی کارآفرینی > تشخیص فرصت

منبع: یافته‌های پژوهشگر

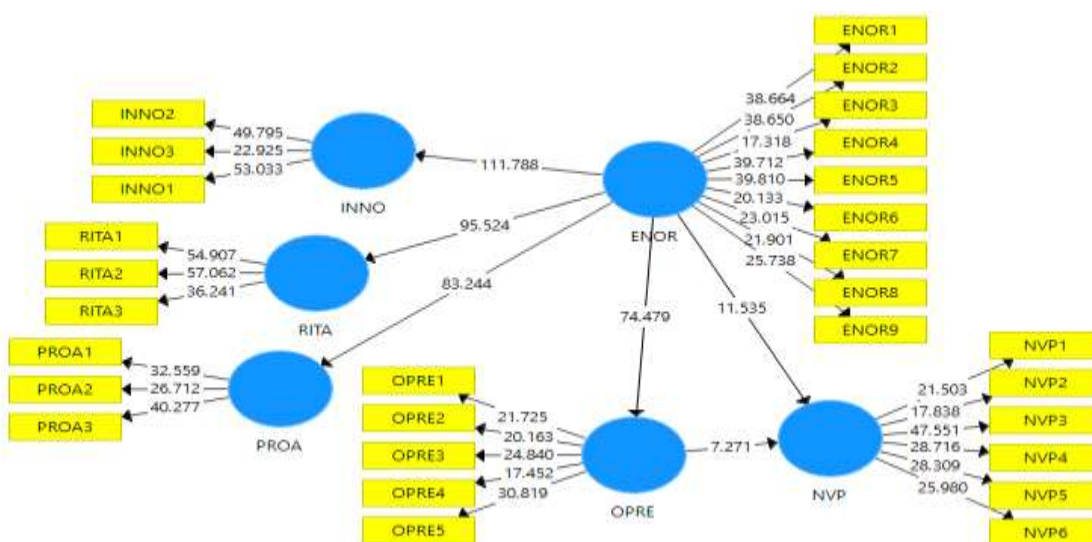
مطابق فرضیه سوم؛ تشخیص فرصت بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد. نتایج حاصله نشان داد که تشخیص فرصت بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید، ارتباط مثبت و معنادار دارد. ( $t=7/371$ ؛  $\beta=0/369$ ).

جدول ۱۱ ارتباط تشخیص فرصت با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

بی و لیو	معماری ضرایب استاندارد	انحراف معیار	ضرایب استاندارد مسیر	
۰.۰۰۰	۷.۲۷۱	۰.۰۵۱	۰.۳۶۹	تشخیص فرصت > عملکرد سرمایه‌گذاری جدید



شکل ۴ مدل گرافیکی ضرایب استاندارد مسیر (منبع: یافته های پژوهشگر)



شکل ۵ مدل گرافیکی معناداری ضرایب استاندارد (منبع: یافته های پژوهشگر)

جدول ۱۲ ضرایب استاندارد مسیر و معناداری آنها



بی و بیو	مقدار ضریب استاندارد	انحراف معیار	ضرایب استاندارد مسیر	
۰.۰۰۰	۱۱.۵۳۵	۰.۰۵۱	۰.۵۹۰	رویکرد راهبردی کارآفرینی -> عملکرد سرمایه‌گذاری جدید
۰.۰۰۰	۷۴.۴۷۹	۰.۰۱۲	۰.۸۹۱	رویکرد راهبردی کارآفرینی -> تشخیص فرصت
۰.۰۰۰	۷.۲۷۱	۰.۰۵۱	۰.۳۶۹	تشخیص فرصت -> عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

منبع: یافته‌های پژوهشگر

مطابق فرضیه چهارم، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. جهت تعیین نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از معیارهای بارون و کنی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که:

الف: بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ب: بین جهت‌گیری کارآفرینی و تشخیص فرصت ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

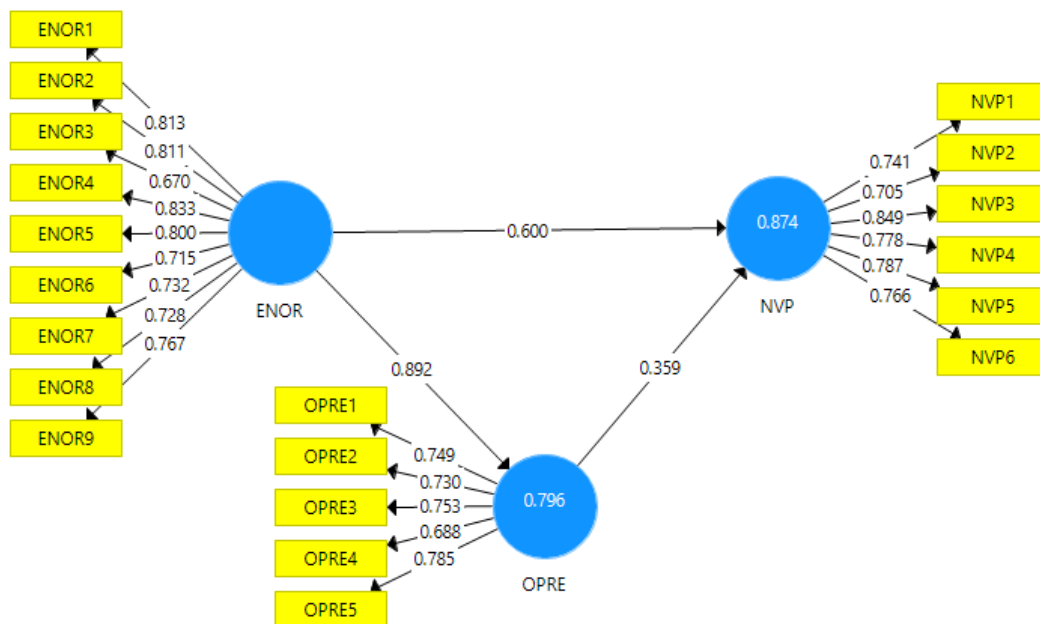
ج: بین تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

د: وقتی تشخیص فرصت به رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید معرفی شده است مقدار ضریب استاندارد مسیر از ۰/۹۲۴ به ۰/۶۰۰ کاهش یافته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ارتباط جهت‌گیری کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به میزان ۳۵ درصد از طریق تشخیص فرصت حاصل شده است و میزان ۶۵ درصد از رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید حاصل شده است. بعلاوه، آزمون سوبل نشان می‌دهد که این تأثیر معنادار می‌باشد نتایج در جدول ۱۳ قابل مشاهده می‌باشد.

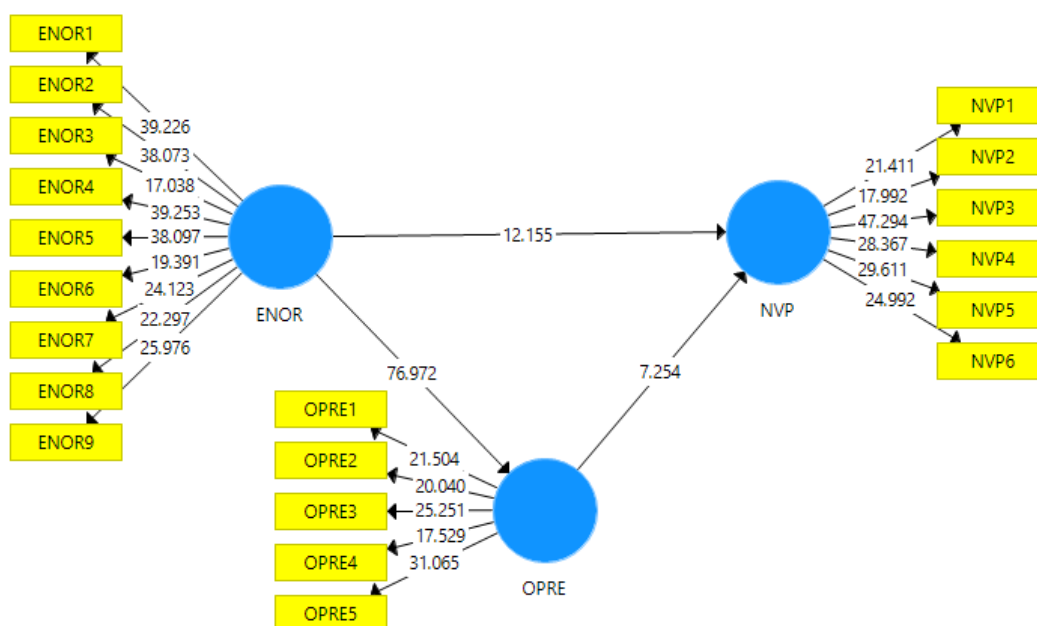
جدول ۱۳ نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

	ENOR -> NVP	ENOR -> OPRE	OPRE -> NVP	ENOR -> NVP Mediated by OPRE		
				ENOR -> NVP	ENOR -> OPRE	OPRE -> NVP
Beta	۰.۹۲۴	۰.۸۹۵	۰.۹۰۰	۰.۶۰۰	۰.۸۹۲	۰.۳۵۹
SE	۰.۰۰۸	۰.۰۱۱	۰.۰۰۹	۰.۰۴۹	۰.۰۱۲	۰.۰۴۹
t-value	۱۱۰.۵۸۵	۸۱.۵۶۱	۹۵.۵۹۲	۱۲.۱۵۵	۷۶.۹۷۲	۷.۲۵۴
Type of mediation : Partial 7.29 significance at $p < 0.000$ : Sobel Z value						

منبع: یافته‌های پژوهشگر



شکل ۶ مدل گرافیکی نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)



شکل ۷ مدل گرافیکی معناداری نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

مطابق فرضیه پنجم، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. جهت تعیین نقش واسطه‌ای متغیر تشخیص فرصت در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از معیارهای بارون و کنی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که:

الف: بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ب: بین نوآوری و تشخیص فرصت ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

ج: بین تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

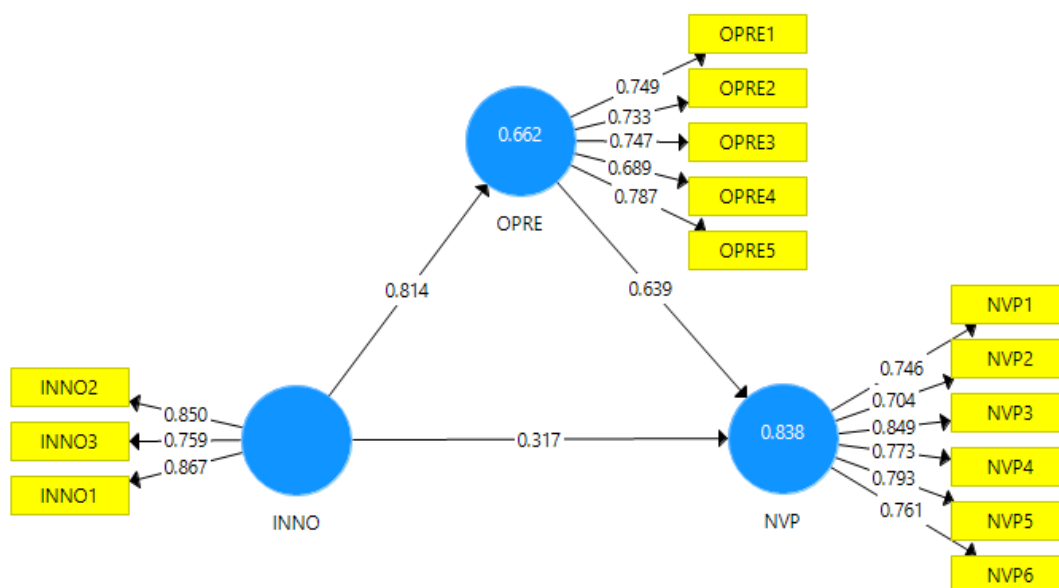
د: وقتی تشخیص فرصت به رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید معرفی شده است مقدار ضریب استاندارد مسیر از ۰/۸۳۹ به ۰/۳۱۷ کاهش یافته است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ارتباط نوآوری با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به میزان ۶۲ درصد از طریق تشخیص فرصت حاصل شده است و میزان ۳۸ درصد از رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید حاصل شده است. بعلاوه، آزمون سوبل نشان می‌دهد که این تأثیر معنادار می‌باشد نتایج در جدول (۴-۱۴) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۱۴ نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

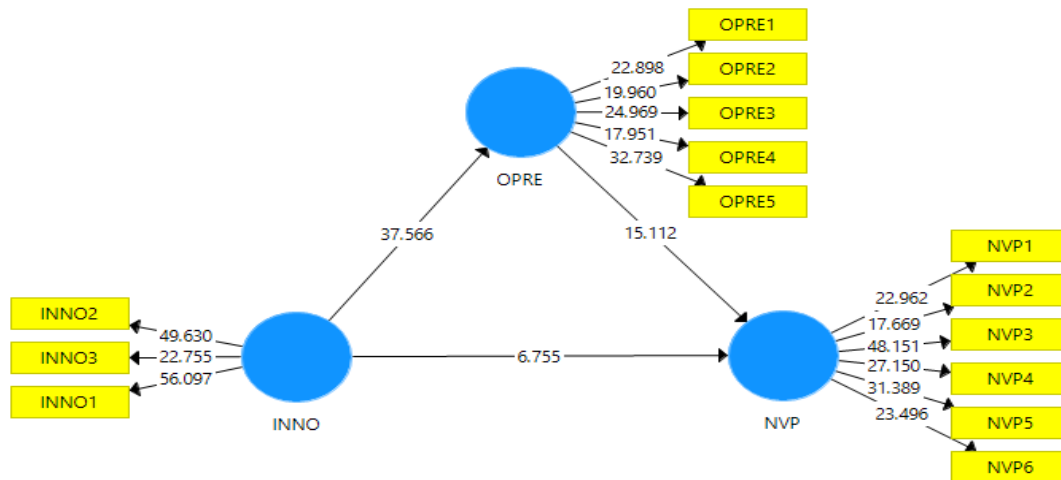
	INNO -> NVP	INNO -> OPRE	OPRE -> NVP	INNO -> NVP Mediated by OPRE		
				INNO -> NVP	INNO -> OPRE	OPRE -> NVP
Beta	۰.۸۳۹	۰.۸۱۳	۰.۹۰۰	۰.۳۱۷	۰.۸۱۴	۰.۶۳۹
SE	۰.۰۱۷	۰.۰۲۱	۰.۰۰۹	۰.۰۴۷	۰.۰۲۲	۰.۰۴۲
t-value	۴۸.۹۶۴	۳۸.۵۰۰	۹۵.۵۹۲	۶.۷۵۵	۳۷.۵۶۶	۱۵.۱۱۲

Type of mediation : Partial  
14.07 significance at p< 0.000:Sobel Z value

منبع: یافته‌های پژوهشگر



شکل ۸ مدل گرافیکی نقش واسطه تشخیص فرصت در بین رابطه نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)



شکل ۹ مدل گرافیکی معناداری نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته های پژوهشگر)

مطابق فرضیه ششم، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. جهت تعیین نقش واسطه‌ای متغیر تشخیص فرصت در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از معیار های بارون و کنی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که:

الف: بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ب: بین پیش‌گامی و تشخیص فرصت ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

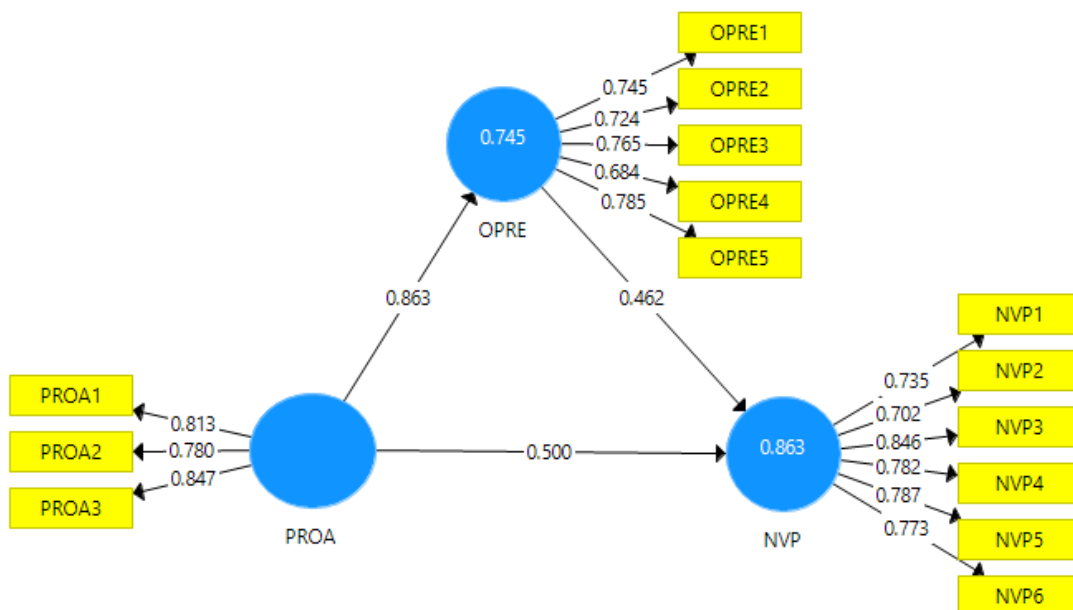
ج: بین تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

د: وقتی تشخیص فرصت به رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید معرفی شده است مقدار ضریب استاندارد مسیر از ۰/۹۱۴ به ۰/۵۰۰ کاهش یافته است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که ارتباط پیش‌گامی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به میزان ۴۵ درصد از طریق تشخیص فرصت حاصل شده است و میزان ۵۵ درصد از رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید حاصل شده است. بعلاوه، آزمون سوبل نشان می‌دهد که این تأثیر معنادار می‌باشد. نتایج در جدول قابل مشاهده می‌باشد.

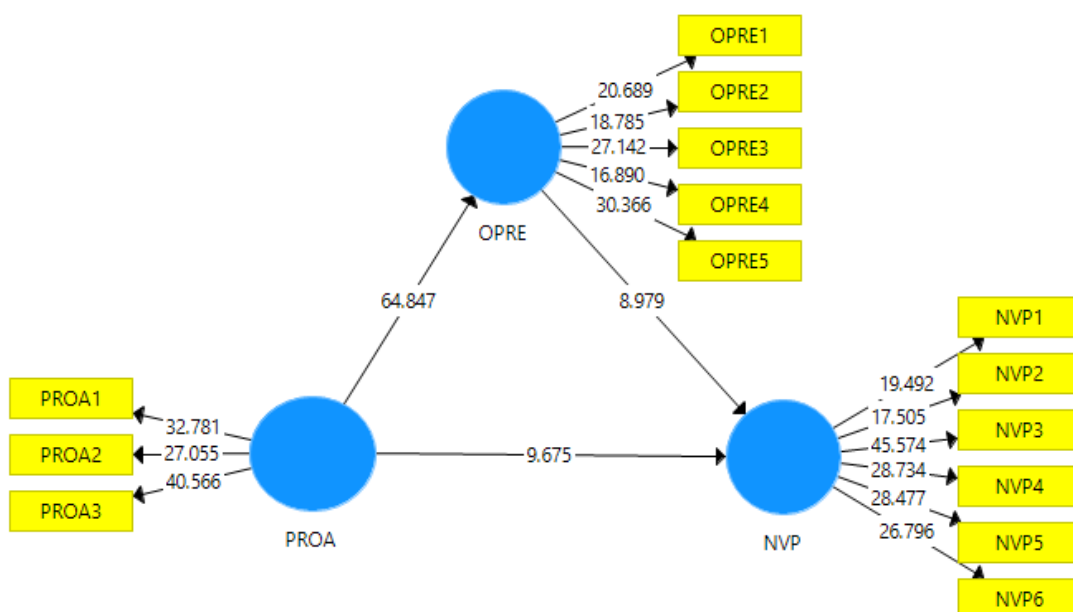
جدول ۱۵ نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

	PROA -> NVP	PROA -> OPRE	OPRE -> NVP	PROA -> NVP Mediated by OPRE		
				PROA -> NVP	PROA -> OPRE	OPRE -> NVP
Beta	۰.۹۱۴	۰.۸۷۹	۰.۹۰۰	۰.۵۰۰	۰.۸۶۳	۰.۴۶۲
SE	۰.۰۰۸	۰.۰۱۲	۰.۰۰۹	۰.۰۵۲	۰.۰۱۳	۰.۰۵۱
t-value	۱۱۲.۹۸۹	۷۶.۳۶۵	۹۵.۵۹۲	۹.۶۷۵	۶۴.۸۴۷	۸.۹۷۹
Type of mediation : Partial 8.97 significance at p< 0.000:Sobel Z value						

منبع: یافته های پژوهشگر



شکل ۱۰ مدل گرافیکی نقش واسطه تشخیص فرصت در بین رابطه پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)



شکل ۱۱ مدل گرافیکی معناداری نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

مطابق فرضیه هفتم، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید. جهت تعیین نقش واسطه‌ای متغیر تشخیص فرصت در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از معیارهای بارون و کنی استفاده شد. نتایج حاصله نشان داد که:

الف: بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

ب: بین ریسک‌پذیری و تشخیص فرصت ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

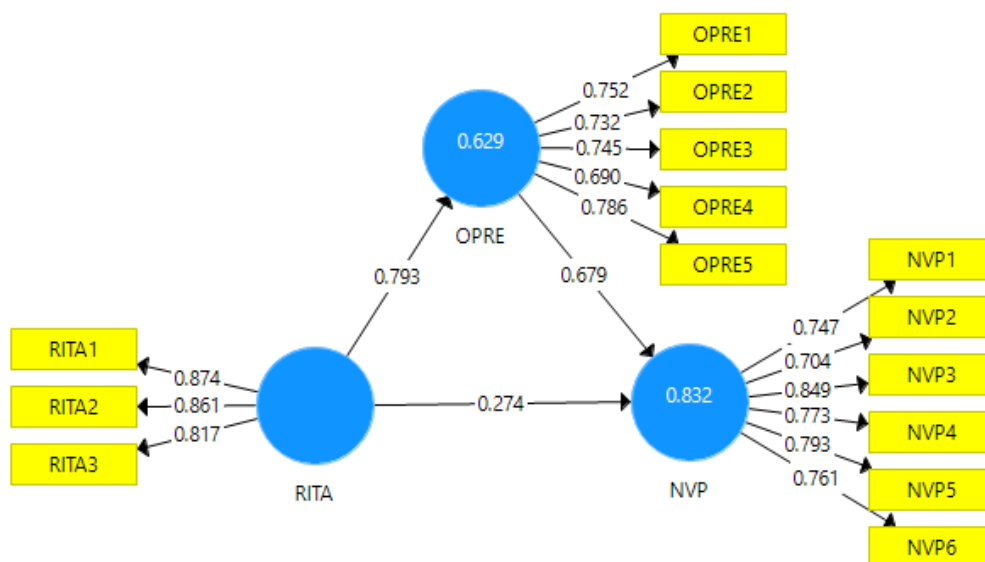
ج: بین تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

د: وقتی تشخیص فرصت به رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید معرفی شده است مقدار ضریب استاندارد مسیر از ۰/۸۱۴ به ۰/۲۷۴ کاهش یافته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ارتباط پیش‌گامی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به میزان ۶۶ درصد از طریق تشخیص فرصت حاصل شده است و میزان ۳۴ درصد از رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید حاصل شده است. بعلاوه، آزمون سوپل نشان می‌دهد که این تأثیر معنادار می‌باشد نتایج در جدول قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۱۶ نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

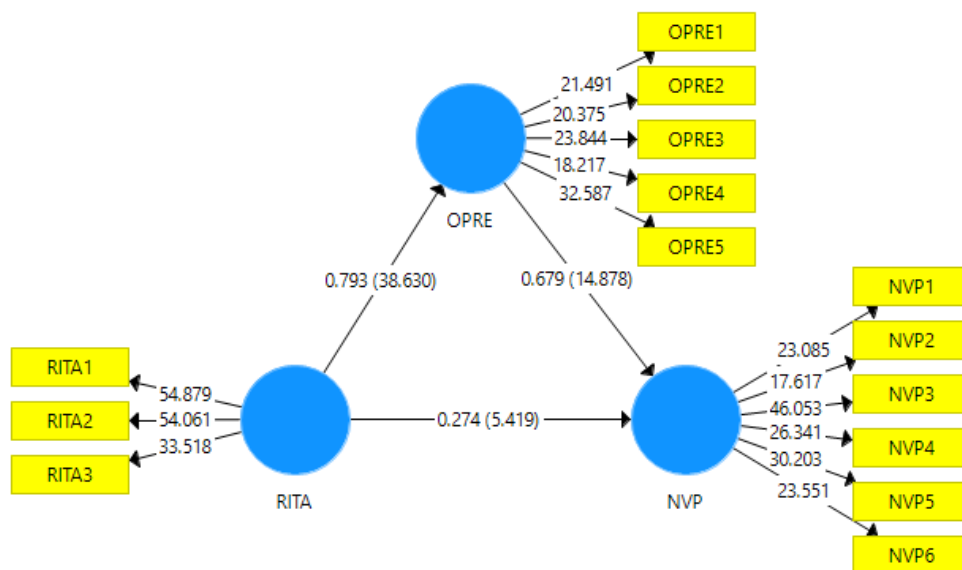
	RITA -> NVP	RITA -> OPRE	OPRE -> NVP	RITA -> NVP Mediated by OPRE		
				RITA -> NVP	RITA -> OPRE	OPRE -> NVP
Beta	۰.۸۱۴	۰.۷۹۳	۰.۹۰۰	۰.۲۷۴	۰.۷۹۳	۰.۶۷۹
SE	۰.۰۲۱	۰.۰۲۱	۰.۰۰۹	۰.۰۵۲	۰.۰۲۲	۰.۰۴۷
t-value	۳۸.۷۷۸	۳۷.۲۸۰	۹۵.۵۹۲	۵.۲۸۷	۳۶.۷۴۰	۱۴.۴۵۹
Type of mediation : Partial 13.40 significance at p< 0.000:Sobel Z value						

منبع: یافته‌های پژوهشگر



شکل ۱۲ مدل گرافیکی نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در بین رابطه ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید

(منبع: یافته‌های پژوهشگر)



شکل ۱۳ مدل گرافیکی معناداری نقش واسطه‌ای تشخیص فرصت در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

### نتیجه فرضیه‌های تحقیق

نتیجه نهایی فرضیه‌های تحقیق در جدول ۱۷ به شرح زیر بیان گردید.

جدول ۱۷ نتایج فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	شرح فرضیه	فرضیه
پذیرش فرضیه	رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد.	فرضیه ۱
پذیرش فرضیه	رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت ارتباط دارد.	فرضیه ۲
پذیرش فرضیه	تشخیص فرصت با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط دارد.	فرضیه ۳
پذیرش فرضیه	تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین جهت‌گیری کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.	فرضیه ۴
پذیرش فرضیه	تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین نوآوری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.	فرضیه ۵
پذیرش فرضیه	تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین پیش‌گامی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.	فرضیه ۶
پذیرش فرضیه	تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در رابطه بین ریسک‌پذیری و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.	فرضیه ۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

### نتیجه گیری و پیشنهادات

داده مورد نیاز برای این مطالعه در بازه زمانی بهار ۱۴۰۲ جمع‌آوری گردید. در ابتدا ۱۶۸ پرسش‌نامه پاسخ دهندگان توزیع شد. از بین پرسش‌نامه‌های توزیع شده تعداد ۱۵۴ پرسش‌نامه قابل استفاده جمع‌آوری شد. اطلاعات جمعیت‌شناختی جنسیت پاسخ‌دهندگان نشان داد که

۶۴ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۶ درصد آن‌ها زن بودند. اطلاعات جمعیت‌شناختی سن پاسخ‌دهندگان آشکار ساخت که به ترتیب ۱۴، ۵۳ و ۳۳ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۳۶ تا ۴۵ سال و بیش‌تر از ۴۵ سال سن داشتند. اطلاعات جمعیت‌شناختی تحصیلات پاسخ‌دهندگان آشکار ساخت که به ترتیب ۱۲، ۴۸ و ۴۰ درصد از پاسخ‌دهندگان در مقطع تحصیلی لیسانس، فوق‌لیسانس و دکترا و فوق‌دکترا مشغول تحصیل بودند. در نهایت، اطلاعات جمعیت‌شناختی حوزه فن‌آوری آشکار ساخت که به ترتیب ۶، ۲، ۵، ۵، ۴، ۳، ۳، ۴، ۵، ۳، ۵، ۹، ۵، ۲۴، ۵، ۵، ۵، ۵، ۵ درصد از شرکت‌ها در حوزه فن‌آوری اپتیک و فتونیک (مواد، قطعات و سامانه‌ها)، تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی، زیست فناوری کشاورزی، صنایع غذایی و دارویی، علوم شناختی، فناوری‌های نرم و هویت‌ساز و تجهیزات وابسته، علوم کشاورزی و منابع طبیعی، فناوری زیستی (غذایی)، کشاورزی دامی و گیاهی، صنعتی محیط زیست، زیست فناوری مولکولی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری، فناوری اطلاعات، ارتباطات و نرم افزارهای کامپیوتری اینترنت اشیا، فن‌آوری ساختمان و مسکن، عمران، راه‌سازی، ریلی و دریایی، فناوری نانو (محصولات و مواد)، محصولات شیمیایی پیشرفته، محیط زیست، مکانیک و کنترل، مواد پیشرفته (پلیمرها، سرامیک، فلزات و کامپوزیت‌ها)، نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی، نقشه برداری و اطلاعات مکانی، وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی مشغول فعالیت بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی استفاده شد. جهت تعیین پایایی پرسش‌نامه از کرونباخ آلفا، پایایی ترکیبی و بار عاملی استفاده گردید. همچنین، جهت تعیین روایی؛ از روایی منطقی (صوری و محتوایی) و سازه (هم‌گرا و واگرا) استفاده شد. در بررسی مناسب‌بودن ساختار مدل تحقیق، از معیارهای ضریب تعیین، شاخص ارتباط پیش بین و شاخص اندازه اثر استفاده شد. نتایج نشان داد که ابزار اندازه‌گیری از پایایی و روایی لازم برخوردار بود و همچنین تناسب مدل نیز تأیید شد. در نهایت نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که رویکرد راهبردی کارآفرینی با تشخیص فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار دارد. بعلاوه، تشخیص فرصت با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ارتباط مثبت و معنادار دارد. همچنین، تشخیص فرصت نقش واسطه‌ای در روابط رویکرد راهبردی کارآفرینی، نوآوری، پیش‌گامی و ریسک‌پذیری با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید ایفا می‌نماید.

- تأکید مدیران ارشد بر تحقیق و توسعه، رهبری فن‌آوری و نوآوری با اختصاص منابع لازم به بخش‌های تحقیق و توسعه و مدیریت فن‌آوری.

- به‌کارگیری خطوط جدید تولید محصولات و ارائه خدمات با استفاده از فن‌آوری‌های مدرن.
- بهبود دائمی خطوط تولید و ارائه خدمات با تکیه بر بکارگیری فن‌آوری‌های جدید و رقابتی.
- حمایت مدیران شرکت از مشارکت در پروژه‌های با ریسک بالا.
- التزام به اصول عملکرد پایدار و با رعایت الزامات زیست محیطی، مشارکت در پروژه‌های با ریسک بالا جهت دستیابی به اهداف شرکت.

- اتخاذ تصمیمات جسورانه و تهاجمی به منظور بهره‌برداری از فرصت‌های بالقوه با سودهای اقتصادی بالاتر.
- تولید محصولات نوآورانه با بکارگیری فن‌آوری به‌روز.
- حمایت مدیران ارشد نسبت به رعایت الزامات زیست محیطی در تمامی فرآیندهای تکوین محصول.
- شناسایی سیستماتیک فرصت‌ها از طریق شناسایی تغییرات خواسته‌ها و ترجیحات مشتریان بازارهای بالقوه و هدف.
- اتخاذ روش‌های سیستماتیک جهت پایش الزامات زیست محیطی و عملکرد اقتصادی با استفاده از داشبوردهای مدیریتی.
- اتخاذ روش‌های سیستماتیک جهت بهره‌برداری از فرصت‌های ناشی از تغییرات محیط سیاسی از طریق همکاری با بخش اقتصادی کنسول‌گری ایران در بازارهای هدف خارجی.
- به‌کارگیری مدیریت تکنولوژی جهت شناسایی و به‌کارگیری آخرین تکنولوژی‌های مرتبط با تکوین محصولات و خدمات شرکت.
- به‌کارگیری سیستم‌های جامع پایش اقتصادی، اجتماعی، سیاسی محیط کسب‌وکار با استفاده از داده‌کاوی.



این مطالعه یافته‌های جدید مهمی را به ادبیات رویکرد راهبردی کارآفرینی، شناسایی فرصت‌ها و رشد سرمایه‌گذاری جدید ارائه می‌دهد. اول، یافته اصلی این مطالعه ادراک بیش‌تر رابطه بین رویکرد راهبردی کارآفرینی، تشخیص فرصت و رشد سرمایه‌گذاری جدید در بازارهای نوظهور می‌باشد. مطالعات قبلی نتایج متناقضی را در مورد رابطه بین رویکرد راهبردی کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری را گزارش نموده‌اند. نتیجه این مطالعه نشان داد که رویکرد راهبردی کارآفرینی متغیر پیش‌بین مهمی برای سازه‌های شناسایی فرصت‌ها و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید در اقتصادهای نوظهور می‌باشد.

دوم، محققان قبلی گزارش نموده‌اند که عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید با سازه‌های رویکرد راهبردی کارآفرینی و تشخیص فرصت ارتباط دارند. این مطالعه با بررسی ارتباط بین رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید از طریق تشخیص فرصت تلاش نمود که پشتیبانی تجربی جدیدی برای این ارتباط در زمینه بازارهای نوظهور فراهم نماید.

سوم، داده‌های مورد نیاز برای انجام این مطالعه در شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در پارک فن آوری دانشگاه تهران در زمینه بازارهای نوظهور جمع‌آوری شد. بعلاوه، در این مطالعه جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی استفاده شد. همچنین، رویکرد راهبردی کارآفرینی به‌عنوان سازه مرتبه اول و دوم در نظر گرفته شد. بنابر این، نتایج این مطالعه، ادبیات مرتبط تحقیق را از دو طریق ارتقا می‌دهد؛ اول، بینش بیش‌تر ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت در بازارهای نوظهور.

دوم، استفاده از رویکرد راهبردی کارآفرینی به‌عنوان سازه‌های مرتبه اول و دوم و استفاده از رویکرد معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مجموع مربعات جزئی. این موضوع می‌تواند بینش‌های بیش‌تری در خصوص ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید از طریق تشخیص فرصت در بازارهای نوظهور فراهم نماید. زیرا، محققان قبلی جهت بررسی این ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی به‌عنوان سازه مرتبه اول در نظر گرفته بودند، بعلاوه در سنجش این ارتباط از رگرسیون ساده استفاده نموده بودند.

چهارم، مطالعات قبلی نتایج متناقضی را در مورد رابطه بین رویکرد راهبردی کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید گزارش نموده‌اند، یعنی رابطه معنادار، غیر معنادار، مثبت یا بدون ربط. شاید یکی از دلایل این نتیجه متناقض نادیده‌گرفتن برخی سازه‌های واسطه‌گر در رابطه بین دو متغیر مذکور است. در این مطالعه دریافت شد که شناسایی فرصت به‌عنوان یک میانجی می‌تواند ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری جدید را تقویت نماید، و در نتیجه بینش‌های موجود را درباره رابطه بین رویکرد کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری جدید را ارتقا می‌دهد و از پیش‌بینی لامپکین و دس (۱۹۹۶) که ادعا می‌کردند اقدامات کارآفرینانه و کشف فرصت‌ها می‌تواند یک مکانیسم بالقوه باشد، حمایت نماید.

علاوه بر این، در ارتباط با زمینه بازارهای نوظهور، این مطالعه تأثیرگذارترین ابعاد رویکرد راهبردی کارآفرینی در شناسایی فرصت‌ها در بازارهای نوظهور را نشان می‌دهد. این ابعاد شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌گامی است. آن‌ها برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در بازارهای نوظهور ارزان‌تر و راحت‌تر در نظر گرفته می‌شوند. بنابر این، به جای استفاده از منابع مالی اضافی که اغلب گران هستند، این مطالعه نشان می‌دهد که منابع کم خطرتر و راحت مانند ابعاد سه‌گانه رویکرد راهبردی کارآفرینی را می‌توان توسط سرمایه‌گذاری‌های جدید در بازارهای نوظهور مورد استفاده قرار داد.

پنجم، مرزهای تئوری مبتنی بر منابع قبلاً با در نظر گرفتن توانایی اولیه سرمایه‌گذاری به‌عنوان منبعی که به سرمایه‌گذاری در شناسایی فرصت‌های جدید برای افزایش عملکرد کمک می‌کند، گسترش یافته بود. بنابر این، این مطالعه با نشان دادن این که سرمایه‌گذاری‌های جدید از جهت‌گیری کارآفرینی به‌عنوان منبعی برای کشف فرصت‌های جدید و دستاوردهای عملکرد به‌ویژه در زمینه بازارهای نوظهور استفاده می‌کنند، به این مدل کمک می‌کند.

با توجه به پیامدها برای دست‌اندرکاران اجرایی، در این مطالعه مشاهده شد که مدیران سرمایه‌گذاری‌های جدید در بازارهای نوظهور و توسعه‌یافته باید فعالیت‌های کارآفرینانه را برای بهره‌برداری از فرصت‌های جدید به‌عنوان ابزاری برای حفظ عملکرد یا ترویج به کار بگیرند. فرهنگ کارآفرینی پایدار می‌تواند در مقایسه با سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های دیگر، یک استراتژی رشد بادوام‌تر باشد. این امر حتی برای اقتصادهای نوظهور سرمایه‌گذاری‌های جدید و کوچک با محدودیت‌های منابع قابل توجه مهم‌تر است.

اول، داده‌های مورد نیاز برای انجام این مطالعه از بنگاه‌های کوچک و متوسط در یک اقتصاد نوظهور جمع‌آوری شد. مطالعات آینده می‌توانند با انجام مطالعات پیش‌تر در اقتصادهای توسعه‌یافته و یا نوظهور بینش‌های بیش‌تری را درباره ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد شرکت را در مورد شرکت‌های بزرگ و تثبیت شده فراهم نمایند.

دوم، مطالعات قبلی متغیرهای مختلفی را به عنوان متغیر واسطه‌گر در رابطه بین رویکرد راهبردی کارآفرینی و عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید بررسی نموده‌اند. در این مطالعه سازه تشخیص فرصت به عنوان متغیر واسطه‌گر جدید در رابطه رویکرد راهبردی کارآفرینی با سرمایه‌گذاری‌های جدید معرف شد. با توجه به این موضوع، در این مطالعه پیشنهاد می‌شود که محققان آتی با در نظر گرفتن متغیرهای واسطه‌ای سریالی ارتباط رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری‌های را بررسی نمایند تا توضیحات بیش‌تری در این خصوص ارائه شود.

سوم، داده‌های این مطالعه در ایران به عنوان یک اقتصاد نوظهور جمع‌آوری شده است. این موضوع ممکن است تعمیم‌پذیری این مطالعه را در سایر بازارهای نوظهور و یا بازارهای پیشرفته غیر ممکن نماید. محققان آتی می‌توانند این مطالعه را در سایر اقتصادهای نوظهور و همچنین اقتصادهای پیشرفته تکرار نمایند تا دانش بیش‌تری درباره رابطه رویکرد راهبردی کارآفرینی با عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید فراهم شود.

چهارم، در این مطالعه متغیر رویکرد راهبردی کارآفرینی به عنوان متغیر مرتبه دوم معرفی شد. این موضوع سبب شد تا تأثیر سازه مذکور بر عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید از منظرهای مختلف بررسی شود. با این حال ممکن است ابعاد دیگری نظیر بتوان برای این سازه متصور شد. محققان آتی می‌توانند در مطالعات خود این موضوع را مد نظر قرار دهند.

پنجم، جدای از تفاوت‌ها در زمینه‌های بازارهای نوظهور و تثبیت‌شده، مفاهیمی مانند ریسک‌پذیری یا پیش‌گام بودن ممکن است به‌شدت بین کشورها متفاوت باشد. در صورت همکاری بین‌المللی، ممکن است تعاملات از طریق تفاوت‌های ارزشی بین افراد در تیم‌ها مغرضانه باشد. در نتیجه، تحقیقات آینده ممکن است تجزیه و تحلیل مشابهی را از جمله کشورهایی با پیشینه‌های فرهنگی مختلف انجام دهند. این ممکن است منجر به تفاوت در جهت‌گیری کارآفرینی و ارتباط آن با شناسایی فرصت و عملکرد سرمایه‌گذاری شود.

## منابع

- الهامی، اسما؛ صادقی، تورج (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط - مطالعه موردی: شرکت‌های بازرگانی در استان خراسان شمالی، فصلنامه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، ۳ (۷)، صص ۱۹۴-۱۷۷
- پیرایش، رضا؛ امیری، وحید؛ جعفری، ملیحه؛ ایمانی بوندق، محمد. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های صنعتی استان زنجان. مدیریت بهره‌وری، ۵۲ (۱)، صص ۴۵-۲۳
- پور نصیر، داود (۱۴۰۰) بررسی تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی صلاحیت‌های متمایز در بازاریابی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی، دانشکده مدیریت، صص ۲۶-۴۷.
- سوری، ماریا؛ کردی، مراد (۱۴۰۱) نقش فعالیت‌های کارآفرینی در اثرگذاری گرایش کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید بین‌المللی، پژوهش‌های علوم مدیریت، ۹ (۱)، صص ۱۰۸-۹۶
- سراثیان، محمد رضا؛ حاجی‌پور شوشتری، عبدالحمید (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان « رویکرد کارآفرینی بر عملکرد سرمایه‌گذاری جدید به واسطه نقش اقدامات کارآفرینی - مورد مطالعه: ده شرکت بزرگ بورس ایران از لحاظ سرمایه اسمی، فصلنامه پژوهش‌های علوم مدیریت، ۳ (۶)، صص ۵۵-۴۲
- طلالاری، محمد؛ فلاح، محمدرضا؛ حسین خانی، معصومه (۱۴۰۰). بررسی نقش جهت‌گیری کارآفرینی در موفقیت محصولات جدید شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر بازاریابی دوست‌توان، تحقیقات بازاریابی نوین، ۱۱ (۱)، صص ۱۷۸-۱۵۷
- سلیم مقدم، هلنا؛ ربیعی دولابی، مجید (۱۴۰۰)، تأثیر پیوندهای سیاسی بر عملکرد نوآوری از طریق متغیرهای واسطه‌ای جهت‌گیری کارآفرینی و پیوندهای تجاری با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری پویایی محیطی - مورد مطالعه - شرکت‌های ساخت و تولید فعال در صنعت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب‌وکار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، واحد تهران شمال دانشکده مدیریت و زبان‌های خارجه. ۱۰۲-۱۵۶.
- فیض، داود؛ شعبانی، عاطفه (۱۳۹۹). بررسی تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر توان صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط با میانجی‌گری قابلیت یادگیری سازمانی و عملکرد نوآوری. نشریه علمی راهبردهای بازرگانی، ۱۵ (۱۲)، صص ۱۰۸-۹۳

Anwar, Muhammad, Clauss, Thomas, & Issah, Wunnam Basit. (2022). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediating role of opportunity recognition. *Review of Managerial Science*, 16(3), 769-796.

Anwar M, Khan SZ, Khan NU (2020) Intellectual capital, entrepreneurial strategy and new ventures performance: mediating role of competitive advantage. *Bus Econ Rev* 10(1):63–9

Álvarez Isabel Gallego & Liliane Segura & Jennifer Martínez-Ferrero (2015). Carbon emission reduction: The impact on the financial and operational performance of international companies. September 2015 *Journal of Cleaner Production* 103(1):149-159.

Basco, R., Hernández-Perlines, F., & Rodríguez-García, M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on firm performance: A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain. *Journal of Business Research*, 113, 409-421.

Chaudhary, Sanjay. (2019). Implications of strategic flexibility in small firms: the moderating role of absorptive capacity. *South Asian Journal of Business Studies*.45-68.

Charlier, Dorothée, & Legendre, Bérangère. (2021). Fuel poverty in industrialized countries: Definition, measures and policy implications a review. *Energy*, 236, 121557.

Chen, Ping-Chuan, Chan, Wu-Chiang, Hung, Shiu-Wan, & Lin, Ding-Zhe. (2020). How entrepreneurs recognise entrepreneurial opportunity and its gaps: a cognitive theory perspective. *Technology analysis & strategic management*, 32(2), 223-238.

Czakov, Wojciech, Niemand, Thomas, Gast, Johanna, Kraus, Sascha, & Frühstück, Lisa. (2020). Designing coopetition for radical innovation: An experimental study of managers' preferences for developing self-driving electric cars. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119992.

Dalwai, Tamanna, & Salehi, Mahdi. (2021). Business strategy, intellectual capital, firm performance, and bankruptcy risk: evidence from Oman's non-financial sector companies. *Asian Review of Accounting*.150-175.

Devece, Carlos, Ribeiro-Soriano, D Enrique, & Palacios-Marqués, Daniel. (2019). Coopetition as the new trend in inter-firm alliances: literature review and research patterns. *Review of Managerial Science*, 13(2), 207-226.

Donbesuur, Francis, Owusu-Yirenkyi, Diana, Ampong, George Oppong Appiagyei, & Hultman, Magnus. (2023). Enhancing export intensity of entrepreneurial firms through bricolage and international opportunity recognition: The differential roles of explorative and exploitative learning. *Journal of Business Research*, 156, 113467.

Filser Matthias & Victor Tiberius & Sascha Kraus & Tanita Zeitlhofer (2020). Opportunity Recognition: Conversational Foundations and Pathways Ahead. September 2020 *Entrepreneurship Research Journal*.26-45.

Donbesuur F, Boso N, Hultman M (2020) The effect of entrepreneurial orientation on new venture performance: contingency roles of entrepreneurial actions. *J Bus Res* 118:150–161

Fu, Xiaoqing Maggie, Harrison, Richard T, & Li, Dongfu Franco. (2022). Venture capital investment in university spin-offs: Evidence from an emerging economy. *Journal of Corporate Finance*, 74, 102197.

Galbreath, J., Lucianetti, L., Thomas, B., & Tisch, D. (2020). Entrepreneurial orientation and firm performance in Italian firms: The moderating role of competitive strategy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.742-782.

Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120–230.

Guo Z, Zhang J, Liu H (2019b) Opportunity recognition efficiency of small Chinese firms: findings from data envelopment analysis. *Chin Manag Stud* 13(4):760–777

Jin, Jun, Guo, Min, & Zhang, Zhengyi. (2019). Selective adoption of open innovation for new product development in high-tech SMEs in emerging economies. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 26-59.

Prashantham, Shameen, Kumar, K, & Bhattacharyya, Sumelika. (2019). International new ventures from emerging economies: Network connectivity and legitimacy building. *Management and Organization Review*, 15(3), 615-641.

Sahi, G. K., Gupta, M. C., & Cheng, T. (2019). The effects of strategic orientation on operational ambidexterity: A study of Indian SMEs in the industry 4.0 era. *International Journal of Production Economics*, 120-164.

Tang, Jintong, Baron, Robert A., & Yu, Andy. (2021). Entrepreneurial alertness: Exploring its psychological antecedents and effects on firm outcomes. *Journal of Small Business Management*, 1-30.

Tajeddini, Kayhan, Martin, Emma, & Ali, Alisha. (2020). Enhancing hospitality business performance: The role of entrepreneurial orientation and networking ties in a dynamic environment. *International Journal of Hospitality Management*, 90-102.605.

YANG, L., & Aumeboonsuke, V. (2023). The Relationship Between Entrepreneurial Orientation And Firm Performance Of Chinese Smes In Thailand. *National Institute Of Development Administration*, 28-54.

Yin, M., Hughes, M., & Hu, Q. (2021). Entrepreneurial orientation and new venture resource acquisition: why context matters. *Asia Pacific Journal of Management*, 38, 1369-1398.

Yang W, Meyer KE (2019) Alliance proactiveness and firm performance in an emerging economy. *Ind Mark Manag* 82:226–237.

### **The relationship between the strategic approach of entrepreneurship and the new investment performance of small and medium exporting companies in Tehran province through the variable of opportunity recognition**

Zahra Hooshmand Naqabi<sup>1</sup>, Mohammad Sajjad TaghizadehDelnawaz Haghghi<sup>2</sup>

#### **Abstract**

The purpose of the study was to determine the relationship between strategic approach of Entrepreneurial orientation and new venture performance through opportunity recognition. The statistical population of the study was small and medium start-up enterprises in Science and Technology Park of Tehran University. The study data were collected by questionnaire and census sampling method, Cronbach's alpha, composite reliability and factor loadings were used to determine the reliability. Logical validity and construct validity were used to determine validity. To assess the appropriateness of the conceptual model, the coefficient of determination ( $R^2$ ), the predictive relevance ( $Q^2$ ) and effect size were used. The results showed that the measurement tools had the necessary reliability and validity and also the appropriateness of the conceptual model was confirmed. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used to hypotheses testing. The results revealed that the strategic approach of Entrepreneurial orientation has a positive and significant relationship with opportunity recognition and new venture performance. Moreover, opportunity recognition has a positive and significant relationship with new venture performance. Furthermore, opportunity recognition plays a mediating role in the relationship between the strategic approach of entrepreneurship orientation, innovativeness, proactiveness and risk-taking with new venture performance. This study tried to open a new window for researchers and practitioners to improve new venture performance by measuring the relationship between strategic approach of Entrepreneurial orientation and new venture performance through opportunity recognition. Therefore; the results of this study can be useful for scientific societies and practitioners.

**Key words:** communication of strategic approach to entrepreneurship, new investment performance, opportunity recognition.

---

<sup>1</sup> Department of Management Accounting and Accounting, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Responsible and Author) ZAHRA.HOOSHMANDE@GMAIL.COM

<sup>2</sup> Department of Business Management, Strategy, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. SAJADTAGHIZADEH.903@GMAIL.COM