

بررسی ابعاد عملکرد کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط

کامران لشگری^۱، صادق عابدی^۲، رضا احتشام رائی^۳

دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی کسب و کار، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده دار مکاتبات)

استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۳/۱۴

چکیده

با توجه به اینکه عملکرد کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط با شرایط محیطی مختلفی روبرو می باشد، پس نمی توان از یک رویکرد ارزیابی عملکرد یکسانی استفاده نمود. مساله اصلی در این پژوهش این می باشد؛ چه متغیرهایی در ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط موثر می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی می باشد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش مصاحبه و پرسشنامه می باشد. در این پژوهش ۳۰ متغیر اولیه موثر در ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی انتخاب و با بهره گیری گروه خبرگان صنعت با استفاده از روش های کمی و کیفی، متغیرهای نهایی انتخاب گردید. نتایج نشان می دهد؛ متغیرهای نهایی شامل توسعه محصولات جدید، اشتغال زایی، خلق بازار جدید، سطح درآمدی، سهم بازار می باشد. خلق بازار جدید بیشترین تاثیر را در ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی داشت. یکی از مهمترین خروجی های کارآفرینی سازمانی خلق بازار جدید مبتنی بر توسعه محصولات جدید می باشد که همواره با ریسک ها و موانع مختلفی از سمت بازار مواجه خواهد بود.

واژه های اصلی: کارآفرینی سازمانی، ارزیابی عملکرد، کسب و کارهای کوچک و متوسط.

۱. مقدمه

راستای ارائه محصول و فرایند ها و فناوری های نوین است. وضعیت کسب و کار شرکت های کوچک و متوسط کشور در وضعیت سخت موجود (تحریمات اقتصادی و سیاسی، غیره) باید توانایی و برنامه های کارآفرینانه لازم را با تکیه بر ظرفیت توسعه کارآفرینی سازمانی و استعداد کشور گسترش داده و ارائه کنند. صاحب نظران مختلف، چهارچوب های علمی و کاربردی متعددی را برای بررسی کارآفرینی سازمانی ارائه کرده اند. دامنه ی تاثیرات کارآفرینی سازمانی بر شرکت های کوچک و متوسط بسیار وسیع است و از تغییر در ارزش های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی را شامل می شود [۳۲]. کریسر و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، ال هناکتا و همکاران^۲ (۲۰۲۱)، راجی و همکاران^۳ (۲۰۱۹)، تغییرات مختلفی را که کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط ایجاد می کند، بررسی کرده و آثار آن را مورد بحث قرار داده اند. برخی از این تاثیرات عبارتند از [۲۳، ۳۱]:

- اشتغال زایی: انتقال تکنولوژی، ترغیب و تشویق سرمایه گذاری، شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، افزایش رفاه، سامان دهی و استفاده ی اثر بخش از منابع. کارآفرینی سازمانی، پایه های شکل

بدون شک امروزه جهان بر مبنای نوآوری و افرادی است که عهده دار آن اند؛ به عبارت دیگر جوهره نخستین جوامع و سازمان ها به خلاقیت و کارآفرینی متکی است و کارآفرینی موتور محرک اقتصادی، پیشرفت، خلاقیت و بهسازی جامعه است [۲۷]. در واقع در محیط پیچیده و به سرعت در حال تغییر کنونی، سازمان ها بایستی به تغییرات پیرامون خود با سرعتی مناسب و به گونه ای انعطاف پذیر جهت بقای خود پاسخ دهند، بنابراین علاقه به کسب و کارهای نوآورانه می تواند به سازمان ها در این مسیر کمک نماید، به طور پیوسته افزایش یافته است [۲۶]. مفهوم کارآفرینی سازمانی موجب گردیده است تا نقش جدیدی به مدیران در سازمان ها اختصاص داده شود. در این میان نقش شرکت های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی کشورها بسیار کلیدی می باشد [۱۷]. امروزه در اکثر کشورهای جهان شرکت های کوچک و متوسط از جنبه های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال کارآفرینی می باشند. در اکثر کشورها این صنایع تامین کننده ی اصلی اشتغالی زایی جدید، نوآوری و فناوری نوین می باشند. در اقتصاد دانش محور، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال به طور مستمر از طریق سرمایه گذاری در

¹ - Kreiser et al., 2021

² - Al-Hanakta et al., 2021

³ - Ravjee et al., 2019

*abedi.sadegh@gmail.com

فاقد درک جامع از ابعادی هستند که بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط تأثیر می گذارند. این تحقیق می تواند به توسعه سیاست ها کمک کند و چارچوبی را برای سیاست گذاران برای طراحی مداخلات موثر فراهم کند [۳۰].

با این حال، درک جامعی از ابعادی که بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط از نظر کارآفرینی سازمانی تأثیر می گذارند، وجود ندارد. این شکاف دانشی مانع توسعه استراتژی های مؤثر برای ارتقای رقابت پذیری و پایداری شرکت های کوچک و متوسط در ایران می شود.

مسئله اصلی در این تحقیق این می باشد چه عواملی در تدوین مدل ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط مؤثر می باشد. هدف این تحقیق پر کردن شکاف دانش با شناسایی و تجزیه و تحلیل ابعاد کلیدی مؤثر بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط از نظر کارآفرینی سازمانی است.

۲. پیشینه پژوهش

عدم اطمینان، ناهماهنگی و تلاطم محیطی موجب چالش های عملیاتی و استراتژیک برای سازمان های امروزی می شود. شرکت ها برای مقابله با این چالش ها به طور فزاینده ای بر کارآفرینی سازمانی تکیه می کنند [۲۹]. کارآفرینی سازمانی فرایندی می باشد که محصولات، خدمات و فرایندهای نوآورانه را به وسیله خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک شرکت ایجاد می کند [۱۸]. چندلر و همکاران در تعریف کارآفرینی سازمانی بیان نمودند، کارآفرینی سازمانی در شرکت ها همچون یک کارآفرین مستقل می باشد که عملکرد کارآفرینی سازمانی ایجاد واحدهای جدید و ارائه محصولات و خدمات و فرایندهای جدید بوده و سازمان به سوی رشد و سودآوری هدایت می کند [۱۷]. واهیودی و همکاران بیان می کند که نوآوری و کارآفرینی سازمانی از جمله قابلیت های هستند که می توانند در دستیابی به عملکرد برتر توسط شرکت ها مورد استفاده قرار گیرند [۳۳]. راجوی و همکاران (۲۰۱۹) بیان داشتند که سازمان های کارآفرین به صورت فعالانه اطلاعات را از مشتری دریافت می کنند و نسبت به رقبا عملکرد بهتری دارند. زیرا این سازمان ها با سازماندهی مجدد منابع، می توانند نوآوری را در سازمان خود ایجاد کنند و پاسخ سریع تری نسبت به رقبا به تغییرات محیط بدهند [۳۱]. پراسانا و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان رابطه ابعاد کارآفرینی سازمانی با نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط دریافتند که بین کارآفرینی سازمانی و نوآوری رابطه وجود دارد [۳۰]. نوآوری در این بنگاه ها با بقا و اثر بخشی همراه است که یک نیاز اساسی بوده و اکثر سازمان ها بخصوص شرکت های کوچک و متوسط به شدت پیگیر روش های کارآفرینانه و نوآورانه در راستای افزایش اشتغال زایی و صادرات و انعطاف پذیری در نوآوری محصول، خدمات و فناوری هستند [۲۷، ۱۷، ۲۳، ۳۱]. کارآفرینی سازمانی برای بقا و سودآوری، رشد

گیری اقتصاد نوین اقتصاد در ابتدای هزاره سوم میلادی شاهد دگرگونی های شگرفی بوده است. انقلاب فن آوری اطلاعات و تغییر ترکیب نیروی کار به نفع نیروهای دانش محور از جمله این تغییرات است [۲۳].

رشد اقتصادی: ویژگی بارز اقتصاد امروز، تغییرات سریع است. لذا کشورهای می توانند در چنین اقتصادی موفق باشند که قابلیت تطبیق با این تغییرات را داشته باشند. کشورهایی که در آنها میزان فعالیت های کارآفرینانه بالاتر است، قادرند تا در اقتصاد جهان موقعیت بهتری کسب کنند [۱۶].

بسیاری از پژوهشگران، نتایج حاصل از کارآفرینی درون سازمانی و ابعاد مختلف آن را بررسی کرده اند؛ بنابراین، عوامل مورد نظر برای سنجش کارآفرینی باتوجه به اهداف تحقیقات تاحدودی با هم تفاوت دارند [۲۷، ۳۰، ۲۸]. عملکرد شرکت های کوچک و متوسط برای رشد و توسعه اقتصادی در ایران حیاتی است [۵]. علیرغم سهم قابل توجهی که در اقتصاد دارند، شرکت های کوچک و متوسط اغلب با چالش های متعددی از جمله منابع محدود، عدم دسترسی به سرمایه و توانایی های مدیریتی ناکافی مواجه هستند. کارآفرینی سازمانی، که شامل ایجاد و اجرای استراتژی های نوآورانه برای دستیابی به مزیت های رقابتی است، یک جنبه حیاتی از عملکرد شرکت های کوچک و متوسط است [۱۶]. درک ابعاد عملکرد کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط به چند دلیل ضروری است:

- توسعه اقتصادی: شرکت های کوچک و متوسط سهم بسزایی در اقتصاد ایران دارند و عملکرد آن ها تأثیر مستقیمی بر رشد و توسعه اقتصادی دارد. افزایش عملکرد کارآفرینی سازمانی آنها می تواند منجر به افزایش رقابت، ایجاد شغل و تنوع اقتصادی شود [۱۹].

- نوآوری: شرکت های کوچک و متوسط اغلب در خط مقدم نوآوری قرار دارند و توانایی آن ها در اتخاذ و پیاده سازی فناوری ها و استراتژی های جدید برای بقا و رشد آنها حیاتی است. شناسایی ابعاد عملکرد کارآفرینی سازمانی می تواند به شرکت های کوچک و متوسط کمک کند تا نوآوری را بهتر به کار گیرند و رقابتی بمانند [۲۴].

- ایجاد شغل: شرکت های کوچک و متوسط منبع اصلی فرصت های شغلی، به ویژه در مناطق روستایی هستند. بهبود عملکرد کارآفرینی سازمانی آنها می تواند منجر به افزایش اشتغال زایی و کاهش نرخ بیکاری شود [۲۷].

- رقابت پذیری: در یک بازار به شدت رقابتی، شرکت های کوچک و متوسط باید خود را از طریق استراتژی ها و محصولات نوآورانه متمایز کنند. درک ابعاد عملکرد کارآفرینی سازمانی می تواند به شرکت های کوچک و متوسط کمک کند تا استراتژی های مؤثری برای ماندن در رقابت ایجاد کنند [۲۸].

- توسعه سیاست: دولت ایران سیاست های مختلفی را برای حمایت از شرکت های کوچک و متوسط اجرا کرده است، اما این سیاست ها اغلب

همکاران (۱۴۰۰) [۲] در خصوص فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی اشاره نمود.

جدول ۱- بررسی متغیرها و حوزه کاربرد در کارآفرینی سازمانی

حوزه مورد مطالعه	متغیرهای مورد مطالعه	نویسندگان
بررسی کارآفرینی سازمانی و عملکرد	توسعه محصولات جدید، خلق بازار جدید، توسعه قابلیت های جدید، دسترسی به بازارهای جدید، گرایش به نظام مشارکتی	۸,۳,۲۷,۲۵
بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی	مخاطره پذیری، ترغیب توسط مدیریت و سازمان، خلاقیت های فردی، ریسک پذیری، رقابت پذیری، سرمایه گذاری مخاطره آمیز، سهم بازار	۲۶,۱۷,۳۰,۲۵,۲۹,۱۴
بررسی مولفه های توسعه کارآفرینی سازمانی	اشتغال زایی، توسعه فناوری، بهره وری سازمانی، کیفیت محصولات / خدمات، سودآوری، فروش، رهبری کارآفرینانه	۲۷,۳۳,۲۳,۲۴,۲۵,۳۱,۳,۱۸
استراتژی کارآفرینی سازمانی	تصمیم گیری مشارکتی، محیط عملیاتی پویا، فعالیت های پیشتازانه، حمایت و پشتیبانی سازمانی	۱۶,۳۰,۲۵,۲۹,۱۸
بررسی چالش های کارآفرینی سازمانی	گرایش به قدرت، نیاز به استقلال، ساختار سازمانی پویا، ساختار سازمانی پویا، سیستم پاداش و تنبیه اثربخش، کاهش فرآیندهای بوروکراتیک	۱۱,۹,۱۳,۱۸,۲۰,۲۰,۱۴

با توجه به بررسی مطالعات پیشین داخلی و خارجی؛ بسیاری از پژوهشگران، عموماً تاثیر کارآفرینی سازمانی و ابعاد مختلف آن را مورد بررسی قرار داده اند؛ از طرفی، چگونگی ارزیابی کارآفرینی سازمانی به علت وجود متغیرهای کلامی، وجه ابهام را به تصمیم گیری می دهند. همچنین اکثر مطالعات مورد بررسی از روش های آماری برای بررسی تاثیر عوامل کارآفرینی سازمانی بر سایر متغیرهای سازمانی استفاده شده است. حال آنکه مدل سازی منطبق بر عدم قطعیت نظرات جزو خلاء های پژوهشی می باشد. علاوه بر این، تصمیم گیری در موضوعاتی مثل کارآفرینی سازمانی در شرکت ها به دانش افراد خبره بستگی دارد؛ و دانش افراد خبره موضوعی نیست که به سادگی بتوان آن را به مدل آماری برای تصمیم گیری تبدیل کرد.

و بازسازی شرکت اهمیت قابل توجهی دارد. پیامدهای کارآفرینی سازمانی از دیدگاه پژوهشگران مختلف متفاوت می باشد از جمله: رشد اقتصادی، رشد و سودآوری، افزایش سرمایه سازمان و توسعه بازار در شرکت های کوچک و متوسط نام برد [۱۳,۱۶,۳۱]. بررسی عملکرد کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط، می توان به تحقیقات ماریا و همکاران (۲۰۲۲) [۱۳]، لوپز و همکاران (۲۰۲۱) [۲۶]، چندلر و همکاران (۲۰۲۱) [۱۷]، کاترین و همکاران (۲۰۲۰) [۱۶]، فیس و همکاران (۲۰۱۹) [۱۹]، کوراتکو و همکاران (۲۰۱۷) [۲۵] اشاره نمود.

از منظر ابعاد کارآفرینی سازمانی با نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط در تحقیقات چندلر و همکاران (۲۰۲۱) [۱۹]، میلر و همکاران (۲۰۱۷) [۲۸]، هانگ و همکاران (۲۰۱۷) [۲۰]، برتولاسی و همکاران (۲۰۱۵) [۱۵]، مورالس و همکاران (۲۰۱۴) [۲۹]، ایجرز و همکاران (۲۰۱۳) [۱۸] مشاهده نماییم. همچنین از حیث بررسی اثرات کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی را می توانیم در تحقیقات لوپز و همکاران (۲۰۲۱) [۲۶]، چندلر و همکاران (۲۰۲۱) [۱۷]، وانچر و همکاران (۲۰۲۱) [۳۲]، و واهیودی و همکاران (۲۰۲۱) [۳۳] اشاره نمود. همچنین خصوصیات سازمانی مانند ایجاد محیط خلاق و توسعه قابلیت های سازمانی، ساختار سازمانی پویا، بهره وری سازمانی و تاثیر آن بر روی عملکرد کارآفرینی سازمانی نیز می توان در تحقیقات کریسر و همکاران (۲۰۲۱) [۲۳]، ال هناکتا و همکاران (۲۰۲۱) [۱۳]، راوجی و همکاران (۲۰۱۹) [۳۱]، فیس و همکاران (۲۰۱۹) [۱۹]، کوراتکو و همکاران (۲۰۱۷) [۲۴] اشاره نمود. در این زمینه از جمله تحقیقات انجام شده در داخل کشور می توان به مطالعه سبحانی و همکاران (۱۳۹۸) [۴] در خصوص رتبه بندی شاخص ها در کارآفرینی سازمانی و نیز ضیائی کیا و همکاران (۱۳۹۸) [۱۰] در خصوص بررسی رابطه بین عوامل موثر بر استراتژی کارآفرینی سازمانی اشاره نمود. همچنین می توان به مطالعات شناسایی مولفه های توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش (پیلوار و همکاران، ۱۳۹۸) [۱]، ارائه مدل نقش ادراک از عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی گری استراتژی مدیریت دانش (ملاتژاد خلیل آباد و همکاران، ۱۳۹۸) [۸]، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی (طاهری زاده و همکاران، ۱۳۹۸) [۶] اشاره نمود. پژوهش های جدید هم می توان به مطالعات عربیون و همکاران (۱۴۰۲) [۷] در خصوص شناخت عوامل موثر بر شدت بین المللی سازی کسب و کارهای فناور محور ایران، نورعلی سرخنی و همکاران (۱۴۰۱) [۱۲] در خصوص طراحی مدل سیاست گذاری تأمین مالی کارآفرینی فناورانه، و نیز جامه بزرگی و

5 - Fis et al., 2019

6 - Kuratko et al., 2017

7 - Morales et al., 2014

8 - Eggers et al., 2013

۳- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی می باشد، چرا که پس از انجام پژوهش، نتایج بدست آمده می تواند جهت ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط مورد استفاده قرار گیرد. از آنجایی که این پژوهش تنها بیان وضعیت موجود را کرده و هیچ قضاوتی در نتایج آن در ابتدا انجام نمی دهد بلکه نتایج این پژوهش و ارائه یک مدل می تواند مبنایی برای پژوهش های بعدی قرار گیرد روش توصیفی مدل سازی می باشد. در این پژوهش تلاش شده است تا از طریق به کارگیری تکنیک های کمی و فازی یک رویکردی تصمیم گیری عدم قطعیت ارائه شود.

جدول ۲- مراحل انجام پژوهش و ابزار گردآوری اطلاعات

ترتیب مراحل	عنوان فعالیت	ابزار گردآوری داده
۱	شناسایی متغیرهای تصمیم گیری	مطالعه کتابخانه ای
۲	غربالگری متغیرهای تصمیم گیری	پرسشنامه/ مصاحبه
۳	رتبه بندی	پرسشنامه

در این پژوهش پس از شناسایی متغیرهای تصمیم گیری اولیه از طریق مطالعات کتابخانه ای شامل بررسی مقالات داخلی و خارجی، در مرحله دوم جهت پایش متغیرهای تصمیم گیری با بهره گیری از گروه خبرگان با استفاده از روش دلفی فازی، متغیرهای نهایی انتخاب می گردد. پس از استخراج متغیرهای تصمیم گیری، با بهره گیری از رویکرد فازی، ابعاد ارزیابی رتبه بندی می گردد. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مدیران اصلی و اعضای هیئت مدیره شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین می باشند. با توجه به ماهیت تحقیق بجای نمونه آماری، انتخاب خبرگان جهت نظر سنجی انتخاب گردیدند.

برای تجزیه و تحلیل داده های تحقیق ابتدا متغیرهای تصمیم گیری با استفاده از تکنیک های فازی استخراج به وسیله نرم افزار متلب مدل طراحی گردید. جهت پاسخگویی مهم ترین متغیرهای تاثیرگذار در ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط، مطابق ادبیات پژوهش شامل مطالعه مقالات و پژوهش های صورت گرفته ۳۰ متغیر اولیه شناسایی گردید که مبنای تصمیم گیری در روش دلفی می باشد.

۴- تجزیه و تحلیل

پس از دریافت نظرات خبرگان نتایج مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد و تلاش می شود با بهره گیری از روش تصمیم گیری دلفی فازی، متغیرهای تاثیرگذار شناسایی شود. دلفی فازی روشی برای دستیابی به توافق از دیدگاه خبرگان مبتنی بر اصول محاسبات منطق فازی و سیستم استنتاج فازی است. گام های انجام روش دلفی فازی برای غربالگری متغیرها به صورت زیر است [۳۵]:

- مرحله ۱: شناسایی خبرگان و توزیع پرسشنامه

- مرحله ۲: تعریف طیف فازی سازی عبارات کلامی
- مرحله ۳: تجمیع فازی مقادیر بدست آمده
- مرحله ۴: فازی زدایی نتایج
- مرحله ۵: بازخورد نتایج به خبرگان
- مرحله ۶: تجمیع فازی و فازی زدایی
- مرحله ۷: انتخاب شدت آستانه و غربال متغیرها
- مرحله ۸: محاسبات اختلاف دو راند
- مرحله ۹: دستیابی به توافق
- مرحله ۱۰: استخراج متغیرهای نهایی

لازم به ذکر است چنانچه مرحله ۹ دستیابی به توافق نهایی صورت نپذیرد به مرحله ۴ باز می گردیم و مجدد نظرسنجی انجام می شود. در اولین مرحله استفاده از روش دلفی فازی، باید خبرگان انتخاب و در خصوص موضوع، روش و مدت پژوهش توجیه شوند. برخی از ویژگی های اصلی برای انتخاب خبرگان بدین شرح است: سابقه کاری بالای ۲۰ سال، دارای سابقه مدیریتی بیش از ۵ سال، دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر مرتبط، سابقه کاری مرتبط با حوزه توسعه بازار / کارآفرینی می باشد. با توجه به ویژگی های مذکور، نهایتاً ۱۵ نفر به عنوان خبرگان انتخاب گردیدند. در این پژوهش از روش فازی مثلثی برای تبدیل عبارات کلامی استفاده شده است. هر عدد فازی مثلثی از سه مقدار تشکیل شده است. کران بالا که با a_3 نشان داده می شود بیشینه مقادیری است که عدد فازی می تواند اختیار کند. کران پایین که با a_1 نشان داده می شود کمینه مقادیری است که عدد فازی می تواند اختیار کند. مقدار a_2 محتمل ترین مقدار یک عدد فازی است. کارایی محاسباتی اعداد فازی مثلثی به علت سادگی انجام عملیات ریاضی روی آن بسیار زیاد است. تعریف متغیرهای زبانی انتخاب متغیرهای تصمیم گیری در جدول زیر مشاهده می شود.

جدول ۳- اعداد فازی مثلثی متغیرهای زبانی

متغیرهای زبانی	نماد	عدد فازی مثلثی		
		A1	A2	A3
خیلی کم	VL	0	0	2
کم	L	1	3	5
متوسط	M	3	5	7
زیاد	H	5	7	9
خیلی زیاد	VH	8	10	10

با توجه به متغیرهای پیشنهادی و تعریف متغیرهای زبانی، پرسشنامه مورد نظر طراحی شد. در این مرحله از خبرگان خواسته شده است که میزان تاثیرگذار بودن هر یک از متغیرها را به صورت گزینه های کیفی انتخاب نماید. در مرحله بعد براساس نتایج موجود در جدول (۱)، میانگین میزان تاثیرگذار بودن هر یک از متغیرهای تاثیرگذار طبق روابط زیر (محاسبه می گردد) [۳۴].

در این مرحله ضمن اعمال نتایج اولیه لازم در متغیرهای مدل مرحله بعد بازخورد نتایج به خبرگان می باشد. با توجه به موارد فوق، پرسشنامه دوم تهیه گردیده و همراه با نقطه نظر قبلی هر فرد و میزان اختلاف آنها با دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً " به اعضای گروه خبره ارسال گردید. نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۵- میانگین دیدگاه‌های خبرگان و فازی زدایی در راند دوم

فازی زدایی	اعداد فازی (مرحله ۲)			متغیرها
	a_1	a_2	a_3	
6.11	4.14	6.14	8.00	گرایش به قدرت
8.14	6.21	8.36	9.64	توسعه محصولات جدید
7.07	5.21	7.21	8.64	نیاز به استقلال
7.68	5.71	7.86	9.29	مخاطره‌پذیری
8.32	6.43	8.57	9.71	اشتغال زایی
6.71	4.64	6.79	8.64	ساختار سازمانی پویا
6.46	4.57	6.57	8.14	تصمیم‌گیری مشارکتی
6.18	4.29	6.29	7.86	محیط عملیاتی پویا
6.75	4.71	6.86	8.57	سیستم پاداش و تنبیه اثربخش
8.79	6.93	9.07	10.07	خلق بازار جدید
7.29	5.29	7.43	9.00	ترغیب توسط مدیریت و سازمان
7.25	5.29	7.43	8.86	توسعه قابلیت‌های جدید
7.43	5.50	7.64	8.93	توسعه فناوری
6.25	4.14	6.29	8.29	کاهش فرآیندهای بوروکراتیک
5.68	3.57	5.71	7.71	خلاقیت‌های فردی
6.71	4.64	6.79	8.64	دسترسی به بازارهای جدید
6.25	4.29	6.29	8.14	بهره‌وری سازمانی
6.39	4.29	6.43	8.43	کیفیت محصولات / خدمات
5.89	3.64	5.93	8.07	گرایش به نظام مشارکتی
6.75	4.71	6.86	8.57	ریسک‌پذیری
6.25	4.14	6.29	8.29	فعالیت‌های پیش‌تازانه
6.39	4.29	6.43	8.43	رقابت‌پذیری
8.61	6.71	8.86	10.00	سطح درآمدی
6.54	4.57	6.57	8.43	شناسایی فرصت
5.50	3.50	5.50	7.50	سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز
6.39	4.43	6.43	8.29	رهبری
6.00	3.93	6.07	7.93	بازدهی دارایی
8.61	6.71	8.86	10.00	سهم بازار
7.43	5.50	7.64	8.93	رهبری کارآفرینانه
5.50	3.50	5.50	7.50	حمایت و پشتیبانی سازمانی

در این مرحله با محاسبه اختلاف میانگین‌های دو مرحله (۲ و ۱) با استفاده از روابط فاصله میان اعداد فازی (رابطه ۴) میزان اجماع نظر خبرگان محاسبه می‌شود. در صورتی که اختلاف محاسبه شده از ۰/۲ کمتر باشد، فرایند دلفی فازی متوقف می‌شود [۳۴]:

$$S(A_{m2}, A_{m1}) = \frac{1}{3} [(a_{m21} + a_{m22} + a_{m23}) - (a_{m11} + a_{m12} + a_{m13})] \quad (4)$$

$$A^{(i)} = (a_1^i, a_2^i, a_3^i), \quad i = 1, 2, 3, \dots, n \quad (1)$$

$$A_m = (a_{m1}^i, a_{m2}^i, a_{m3}^i) = \left(\frac{1}{n} \sum a_1^{(i)}, \frac{1}{n} \sum a_2^{(i)}, \frac{1}{n} \sum a_3^{(i)} \right) \quad (2)$$

مرحله بعدی فازی زدایی می‌باشد. در این پژوهش از روش مقدار میانگین، استفاده می‌شود. در این روش از تفکیک‌های چپ و راست، که علاوه بر ساده بودن از همه اطلاعات تابع عضویت نیز استفاده می‌شود، برای فازی زدایی استفاده می‌شود. مقدار فازی زدایی به روش مقدار میانگین برابر است با [۳۴]:

$$S(A) = 1/2(S_L(A) + S_R(A))$$

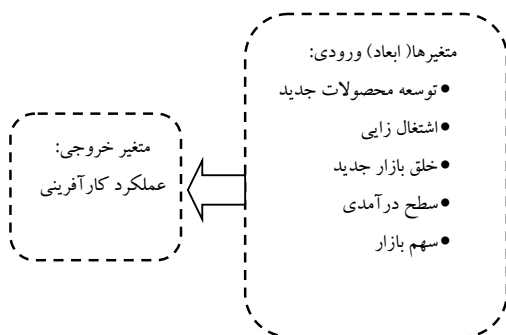
$$S(A) = 1/2 \left[(a_{2i} - \int_{a_{1i}}^{a_{2i}} f_{\bar{A}}(x)) + (a_{2i} - \int_{a_{2i}}^{a_{3i}} f_{\bar{A}}(x)) \right] = \frac{a_{1i} + 2a_{2i} + a_{3i}}{4} \quad (3)$$

جدول ۴- میانگین دیدگاه‌های خبرگان و فازی زدایی در راند اول

فازی زدایی	اعداد فازی (مرحله ۱)			متغیرها
	a_1	a_2	a_3	
6.11	4.14	6.14	8.00	گرایش به قدرت
8.14	6.21	8.36	9.64	توسعه محصولات جدید
6.93	5.07	7.07	8.50	نیاز به استقلال
7.68	5.71	7.86	9.29	مخاطره‌پذیری
8.46	6.57	8.71	9.86	اشتغال زایی
6.71	4.64	6.79	8.64	ساختار سازمانی پویا
6.64	4.64	6.79	8.36	تصمیم‌گیری مشارکتی
6.18	4.29	6.29	7.86	محیط عملیاتی پویا
6.89	4.86	7.00	8.71	سیستم پاداش و تنبیه اثربخش
8.79	6.93	9.07	10.07	خلق بازار جدید
7.25	5.29	7.43	8.86	ترغیب توسط مدیریت و سازمان
7.25	5.29	7.43	8.86	توسعه قابلیت‌های جدید
7.25	5.29	7.43	8.86	توسعه فناوری
6.25	4.14	6.29	8.29	کاهش فرآیندهای بوروکراتیک
5.64	3.50	5.64	7.79	خلاقیت‌های فردی
6.71	4.64	6.79	8.64	دسترسی به بازارهای جدید
6.25	4.29	6.29	8.14	بهره‌وری سازمانی
6.39	4.29	6.43	8.43	کیفیت محصولات / خدمات
6.11	4.00	6.14	8.14	گرایش به نظام مشارکتی
6.75	4.71	6.86	8.57	ریسک‌پذیری
6.25	4.14	6.29	8.29	فعالیت‌های پیش‌تازانه
6.39	4.29	6.43	8.43	رقابت‌پذیری
8.61	6.71	8.86	10.00	سطح درآمدی
6.54	4.57	6.57	8.43	شناسایی فرصت
5.32	3.29	5.29	7.43	سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز
6.39	4.43	6.43	8.29	رهبری
6.00	3.93	6.07	7.93	بازدهی دارایی
8.61	6.71	8.86	10.00	سهم بازار
7.25	5.29	7.43	8.86	رهبری کارآفرینانه
5.50	3.50	5.50	7.50	حمایت و پشتیبانی سازمانی

جدول ۷- استخراج متغیرهای نهایی

رتبه	متغیر	میانگین امتیاز فازی
۱	خلق بازار جدید	8.79
۲	سطح درآمدی	8.61
۳	سهم بازار	8.61
۴	اشتغال زایی	8.32
۵	توسعه محصولات جدید	8.14



شکل ۲- مدل مفهومی عملکرد کارآفرینی سازمانی

۶- بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط موضوعی است که در حوزه کارآفرینی مورد توجه زیادی قرار گرفته است. یکی از عنوان‌های اصلی محققان حوزه کارآفرینی در سطح شرکت‌های کوچک، اتخاذ الگویی مناسب برای ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی می‌باشد. استراتژی‌هایی توسعه بازار که بر مبنای ارزیابی عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تدوین می‌شود، زمانی بهتر کار می‌کند که عوامل کلیدی در توسعه کارآفرینی سازمانی در آن لحاظ شود. در این پژوهش با تحلیل عوامل موثر بر عملکرد کارآفرینی سازمانی با بهره‌گیری از ابزار ادبیات موضوع و بکارگیری خبرگان ابعاد ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی معرفی گردید. نتایج این تحقیق در بخش بررسی عوامل توسعه محصولات جدید و خلق بازار جدید در عملکرد کارآفرینی سازمانی با نتایج تحقیقات ال‌هناکتسا و همکاران (۲۰۲۱)، کاترین و همکاران (۲۰۲۰)، راوجی و همکاران (۲۰۱۹)، فیس و همکاران (۲۰۱۹)، پراسانا و همکاران (۲۰۱۹)، همگرا می‌باشد. نتایج این تحقیق در بخش بررسی عوامل سهم بازار و اشتغال زایی در عملکرد کارآفرینی سازمانی با نتایج تحقیقات یلر و همکاران (۲۰۱۷)، توماس و همکاران (۲۰۱۷)، خوسلا و همکاران (۲۰۱۷)، برتولاسی و همکاران (۲۰۱۵) همگرا می‌باشد. همچنین سطح درآمدی و فروش نیز در تمامی مطالعات جهت ارزیابی عملکرد سازمانی اشاره شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد پنج عامل توسعه محصولات جدید، خلق بازار جدید، اشتغال زایی،

با توجه به رابطه شماره ۴، میزان اختلاف بین مراحل اول و دوم به جدول زیر می‌باشد:

جدول ۶- میزان اختلاف دیدگاه خبرگان در نظر سنجی راند اول و دوم

متغیرها	راند دوم	راند اول	قدر مطلق اختلاف	اجماع نظر	انتخاب (حد آستانه: ۸)
گرایش به قدرت	6.11	6.11	0.00	تایید	-
توسعه محصولات جدید	8.14	8.14	0.00	تایید	انتخاب
نیاز به استقلال	7.07	6.93	0.14	تایید	-
مخاطره‌پذیری	7.68	7.68	0.00	تایید	-
اشتغال زایی	8.32	8.46	0.14	تایید	انتخاب
ساختار سازمانی پویا	6.71	6.71	0.00	تایید	-
تصمیم‌گیری مشارکتی	6.46	6.64	0.18	تایید	-
محیط عملیاتی پویا	6.18	6.18	0.00	تایید	-
سیستم پاداش و تنبیه	6.75	6.89	0.14	تایید	-
اثربخش	6.75	6.89	0.14	تایید	-
خلق بازار جدید	8.79	8.79	0.00	تایید	انتخاب
ترغیب توسط مدیریت و سازمان	7.29	7.25	0.04	تایید	-
توسعه قابلیت‌های جدید	7.25	7.25	0.00	تایید	-
توسعه فناوری	7.43	7.25	0.18	تایید	-
کاهش فرآیندهای بوروکراتیک	6.25	6.25	0.00	تایید	-
خلاقیت‌های فردی	5.68	5.64	0.04	تایید	-
دسترسی به بازارهای جدید	6.71	6.71	0.00	تایید	-
بهره‌وری سازمانی	6.25	6.25	0.00	تایید	-
کیفیت محصولات / خدمات	6.39	6.39	0.00	تایید	-
گرایش به نظام مشارکتی	5.89	6.11	0.21	تایید	-
ریسک‌پذیری	6.75	6.75	0.00	تایید	-
فعالیت‌های پیش‌تازانه	6.25	6.25	0.00	تایید	-
رقابت‌پذیری	6.39	6.39	0.00	تایید	-
سطح درآمدی	8.61	8.61	0.00	تایید	انتخاب
شناسایی فرصت	6.54	6.54	0.00	تایید	-
سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز	5.50	5.32	0.18	تایید	-
رهبری	6.39	6.39	0.00	تایید	-
بازدهی‌داری	6.00	6.00	0.00	تایید	-
سهم بازار	8.61	8.61	0.00	تایید	انتخاب
رهبری کارآفرینانه	7.43	7.25	0.18	تایید	-
حمایت و پشتیبانی سازمانی	5.50	5.50	0.00	تایید	-

با توجه به جدول فوق و محاسبه اختلاف میانگین‌های دو مرحله اول و دوم با استفاده از روابط فاصله میان اعداد فازی و حداقل خطای ۰.۲، خبرگان تمامی متغیرها به اجماع رسیده است. نهایتاً مطابق جدول زیر و توافق اعضا ۵ متغیر که دارای امتیاز حدی بالای ۸ می‌باشند انتخاب گردید.

- [۲] جامه بزرگی، محمدجواد، و میگون پوری، محمدرضا. (۱۴۰۰). فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی. پشیران توسعه ی کارآفرینی اجتماعی. مدیریت فرهنگی، ۱۴(۵۱)، ۴۵-۵۷.
- [۳] رضائی، ر.، قلی فر، ا.، و صفا، ل. (۱۳۹۰). شناسایی مولع توسعه کارآفرینی شرکی در شرکت های خدمات مشاوره ای. فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان. توسعه کارآفرینی، ۴(۱۴)، ۲۷-۴۶.
- [۴] سبحانی، عبدالرضا؛ مستقیم، محمود رضا؛ حسینی، سید محمد رضا؛ نجعی، غلامرضا. (۱۳۹۸). تبیین شاخص‌ها و الگوی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی روستایی. تحقیقات اقتصاد کشاورزی، زمستان ۱۳۹۸، شماره ۴۴، صص ۱۷۱-۱۹۶.
- [۵] سعیدیان، مسعود، سعیدی، پروین، سمعی، روح اله، و اشرفی، مجید. (۱۳۹۹). معرفی الگوی از حاکمیت شرکی با تمرکز بر نقش واسطه گری کارآفرینی. اقتصاد مالی (اقتصاد مالی و توسعه)، ۱۴(۵۰)، ۱۷۱-۱۹۰.
- [۶] طاهری زاده، آسیه؛ میرغفوری، سید حبیب اله؛ ناصر صدرآبادی، علیرضا. (۱۳۹۷). رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد ملسازی معادلات ساختاری: مورد مطالعه. مدیریت سلامت، تابستان ۱۳۹۷، شماره ۷۲، صص ۷۷-۸۹.
- [۷] ضیائی کیا، عباس؛ محرابی، جواد؛ داوری، علی؛ جهانگیری، علی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین عوامل مؤثر بر استراتژی کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های تحت پوشش سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران). مدیریت کسب و کار، زمستان ۱۳۹۸، شماره ۴۴، صص ۶۶-۸۳.
- [۸] عربون، ابوالقاسم، الهه حسینی، مهدی آزاد(۱۴۰۲). شناخت عوامل مؤثر بر شدت بین‌المللی سازی کسب‌وکارهای فناور محور ایران. توسعه کارآفرینی، ۱۶(۶۲)، ۱۶۵-۱۸۵.
- [۹] رحمانی، زین العابدین، و رضایی فرح آبادی، ملیحه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین اثربخشی استفاده از فرآیند مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی در بخش خدمات عمومی. تحقیقات بازاریابی نوین، ۳(۴) (پیاپی ۱۴)، ۲۱۱-۲۳۰.
- [۱۰] عربون، ابوالقاسم، عبدی جمایران، علی، و موسوی میرکلایی، سیدزمان. (۱۳۹۹). بررسی عوامل تأثیر گذار بر بروز نوآوری و خلاقیت در سازمان‌ها. مدیریت تبلیغات و فروش (رهیافتی در مدیریت بازرگانی)، ۲(۲)، ۳۵-۶۳.
- [۱۱] ملازاد خلیل آباد، رسول؛ کشتی دار، محمد؛ میرزآزاده، زهراسادات. (۱۳۹۸). ارائه مدل نقش ادراک از عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری استراتژی مدیریت دانش در کارمندان اداره کل ورزش و جوانان خراسان رضوی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۳۳، صص ۱۰۹-۱۲۰.
- [۱۲] نورعلی سرخنی، محسن؛ کشاورز ترک، عین اله، و روانبخش، فقتانام. (۱۴۰۱). طراحی مدل سیاست گذاری تأمین مالی کارآفرینی فناورانه در مراحل اولیه ایجاد کسب و کار در ایران. رشد فناوری، ۱۸(۷۱)، ۸-۱.
- [۱۳] Al-Hanakta, R.; Illés, B.C.; Dunay, A.; Abdissa, G.S.; Khalife, M.A. (2021). The Effect of Innovation on Small and Medium Enterprises: A Bibliometric Analysis. *Visegrad. J. Bioecon. Sustain. Dev.*, 10, 35–50.
- [14] Ambad, S.N.A.; Wahab, K.A. (2017). The relationship between corporate entrepreneurship and firm performance: Evidence from Malaysian large companies. *Int. J. Bus. Soc.*, 17, 259–280.
- [15] Bartolacci, F.; Castellano, N.; Cerqueti, R. (2015). The impact of innovation on companies' performance: An entropy-based analysis of the STAR market segment of the Italian stock exchange. *Technol. Anal. Strateg. Manag.*, 27, 102–123.
- [16] Catherine, K.; Mwando, G.M.; Zengeni, N. (2020). Corporate entrepreneurship strategy and the survival of small to medium tourism enterprises in Zimbabwe. *Afr. J. Hosp. Tour. Leis.*, 9, 732–746.
- [17] Huang, L., & Knight, A. P. (2017). Resources and relationships in entrepreneurship: an exchange theory of the development and effects of the entrepreneur-investor relationship. *Academy of Management Review*, 42(1), 80-102
- [18] Kreiser, P.M.; Kuratko, D.F.; Covin, J.G.; Ireland, R.D.; Hornsby, J.S. (2021). Corporate entrepreneurship strategy: Extending our knowledge boundaries through configuration theory. *Small Bus. Econ.*, 56, 739–758.
- [19] Kuratko, D.F.; Hoskinson, S. (2018). Introduction: The challenges of

منابع و ماخذ:

- [۱] پیلوار، نگار؛ بدیع زاده، علی؛ حسینی، سید رسول؛ زابلی، روح ا. (۱۳۹۸). شناسایی مولعهای توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش (مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی قزوین). مدیریت بهداشت و درمان، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۳، صص ۳۱-۴۲.

- corporate entrepreneurship in the disruptive age. *Adv. Study Entrep. Innov. Econ. Growth*, 28, 1–9.
- [20] Kuratko, G., McMullen, Jeffery, S., Hornsby, Jeffrey S. (2017), Is your organization conducive to the continuous creation of social value? Toward a social corporate entrepreneurship scale, *Business Horizons*: 60, 271–283.
- [21] Miller, D., & Breton- Miller, L. (2017). Underdog Entrepreneurs: A Model of Challenge-Based Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 7-17.
- [22] Morales, V.J.G.; Bolivar-Ramos, M.T.; Martín-Rojas, R. (2014). Technological variables and absorptive capacity's influence on performance through corporate entrepreneurship. *J. Bus. Res.*, 67, 1468–1477.
- [23] Ravjee, B.; Mamabolo, M.A. (2019). The impact of corporate entrepreneurship on service innovation: A case of a South African banking institution. *S. Afr. J. Entrep. Small Bus. Manag.*, 11, a155.
- [24] Tumasjan, A., & Welpe, I. M. (2017). The Legal Entrepreneur: When Do Corporate Lawyers Act Entrepreneurially?. In *Liquid Legal* (pp. 129-139). Springer International Publishing.
- [25] Chandler, N.; Krajcsák, Z. (2021). Intrapreneurial Fit and Misfit: Enterprising Behavior, Preferred Organizational and Open Innovation Culture. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, 7, 61.
- [26] Eggers, F.; Kraus, S.; Hughes, M.; Laraway, S.; Snyccerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Manag. Decis.*, 51, 524–546
- [27] Fis, A.M.; Cetindamar, D. (2019). Unlocking the relationship between corporate entrepreneurship and firm performance. *Entrep. Res. J.*, 11, 1–22.
- [28] Khosla, A., & Gupta, P. (2017). Traits of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Private Equity*, 20(3), 12-15.
- [29] Lopes, J.; Oliveira, M.; Silveira, P.; Farinha, L.; Oliveira, J. (2021). Business dynamism and innovation capacity, an entrepreneurship worldwide perspective. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, 7, 94.
- [30] María L, José Ángel López S, Enrique L, John R, Nuria M. (2022). Role of innovation and architectural marketing capabilities in channelling entrepreneurship into performance, *Journal of Innovation & Knowledge*, 7,2.
- [31] Prasanna, R.; Jayasundara, J.; Gamage, S.K.N.; Ekanayake, E.; Rajapakshe, P.; Abeyrathne, G. (2019). Sustainability of SMEs in the competition: A systemic review on technological challenges and SME performance. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, 5, 100.
- [32] Vanacker, T.; Zahra, S.A.; Holmes, R.M. (2021). Corporate entrepreneurship, country institutions and firm financial performance. *J. World Bus.*, 56, 101162
- [33] Wahyudi, I.; Suroso, A.I.; Arifin, B.; Syarief, R.; Rusli, M.S. (2021). multidimensional aspect of corporate entrepreneurship in family business and SMEs: A systematic literature review. *Economies*, 9, 156.
- [34] W. Ishikawa, M. Amagasa, T. Shiga, G. Tomizawa, R. Tatsuta, H. Mieno. (1993). The Max-Min Delphi method and fuzzy Delphi method via fuzzy integration, *Fuzzy sets and syst* 55 ,3 , 241–253.
- [35] Y. Yusoff, A. Hashim, N. Muhamad, W.N.W. Hamat (2021) Application of fuzzy delphi technique to identify the elements for designing and developing the e-PBM PI-poli module, *Asian J of University Education* 17 1, 292–304.