



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۱ / شماره ۴ (پیاپی ۴۳) / پاییز ۱۴۰۱
صفحه ۴۳ تا ۶۰

شناسایی تأثیر ایجاد کسب و کارهای زایشی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمد حسن ترابی

دانش آموخته دکتری کارآفرینی، پژوهشگر و مدرس کارآفرینی

کمال سخدری

استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)
kasakhdari@ut.ac.ir

محمد عزیزی

استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۸/۰/۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰/۰

چکیده

در این تحقیق تأثیر ایجاد کسب و کارهای زایشی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار مورد بررسی قرار گرفت. به منظور سنجش کارآفرینی سازمانی از دو مؤلفه سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید در قالب شرکت‌های زایشی درون سازمانی و مشارکت با شرکای تجاری در قالب شرکت زایشی مشارکتی و برای سنجش عملکرد مالی از بازده دارایی شرکت‌ها استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها از برآزش مدل‌های رگرسیون داده‌های تلفیقی استفاده شده و نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داد که فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی در قالب سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید و مشارکت با شرکای تجاری در راستای سرمایه‌گذاری‌های مشترک در تولید محصولات جدید تأثیر مستقیم و معناداری بر روی بازده دارایی شرکت‌ها دارند. از این رو ایجاد کسب و کارهای زایشی درونی و مشارکتی با عملکرد مالی شرکت‌ها رابطه مستقیم و معناداری داشته است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، شرکت زایشی (کسب و کارهای درون سازمانی)، شرکت‌های چند کسب و کاره (شرکت مادر)، عملکرد مالی.

۱- مقدمه

کارآفرینی سازمانی فرایند تجدید ساختار استراتژیک و توسعه کسب و کار موجود از طریق ایجاد محصولات و خدمات جدید است (الیا^۱، ۲۰۱۸). در سناریوهای اقتصادی جدید که مشخصه آن پویایی و پیچیدگی است، شرکت‌ها باید مکانیزم‌ها و استراتژی‌های جدیدی را برای حفظ و بهبود عملکرد مالی خود بکار گیرند. در چنین وضعیتی، فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی سازمانی اهمیت می‌یابد (آنا^۲، ۲۰۱۱). به عبارتی دیگر، همچنان که محیط پیچیده‌تر و پویاتر می‌شود، سازمان‌ها به منظور شناسایی فرصت‌های جدید برای دستیابی به عملکرد بهتر و پایدارتر نسبت به رقبا می‌بایست کارآفرین‌تر شوند (هایتون^۳، ۲۰۰۵). یکی از ابعاد کارآفرینی سازمانی، ورود به کسب و کارها و بازارهای جدید است که به عنوان فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی یا ایجاد شرکت‌های زایشی^۴ شناخته شده است (کوین^۵ و همکاران، ۲۰۱۵). ایجاد شرکت زایشی به عنوان یکی از استراتژی‌های رشد شرکت مادر محسوب می‌گردد. ورود شرکت‌ها به کسب و کارهای جدید درون سازمانی معمولاً با هدف حفظ مزیت رقابتی (داخلی و خارجی) و بهبود عملکرد مالی، اساساً از طریق درونی سازی تأمین مواد اولیه، پر کردن خلاء نهادی و محیطی موجود، داشتن سهم بیشتری از بازار، توسعه تکنولوژی و اهرم نمودن برند خود در حوزه‌ها و بازارهای جدید صورت می‌گیرد (آنا و همکاران، ۲۰۱۱) که این موضوع جریان پژوهشی جدیدی در ادبیات کارآفرینی سازمانی ایجاد نموده است (کوین^۶ و همکاران، ۲۰۱۵). علی‌رغم وجود خلاء نهادی در کشور، پژوهش‌های اندکی در سطح ملی در این زمینه و در بافت و زمینه ایران انجام شده است، در حالی که شناخت کسب و کارهای درون سازمانی به عنوان زیرمجموعه‌ای از کارآفرینی سازمانی (شارما و کریسمن^۷، ۱۹۹۹) و به عنوان ابتکارات اکتشافی که منجر به ایجاد ارزش جدید و ارتقاء عملکرد مالی شرکت‌ها می‌شوند، بسیار حائز اهمیت هستند (سخداری، ۲۰۱۶). از این رو در این پژوهش به بررسی تأثیر ایجاد کسب و کارهای درون سازمانی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. نتایج این پژوهش می‌تواند بینش‌های ارزشمندی به شرکت‌های پذیرفته شده بورس برای افزایش عملکرد مالی خود به واسطه انجام فعالیت‌های کسب و کارآفرینی درون سازمانی و مشارکتی ارائه نماید.

۲- ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- تعریف، ابعاد، فرایندها و عوامل موثر در کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی فرایند تجدید ساختار استراتژیک و توسعه کسب و کار موجود از طریق ایجاد محصولات و خدمات جدید است (جیان لوکا^۸، ۲۰۱۸). شارما و کریسمن (۱۹۹۹)، کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرآیندهایی

¹ Elia

² Ana

³ Hayton

⁴ Corporate Venturing

⁵ Covin

⁶ Covin

⁷ Sharma & Chrisman

⁸ Gianluca

که در آن‌ها شخص یا گروهی از افراد مربوط به یک سازمان موجود، یک سازمان جدید درون آن سازمان ساخته (ورود به کسب و کارهای جدید) یا به نوسازی استراتژیک و نوآوری می‌پردازند، تعریف نموده اند. همچنین دیویدسون، انجام یک فعالیت اجتماعی و اقتصادی موفق و موثر در جهت تغییر رفتار بازار را به عنوان تعریفی از کارآفرینی مطرح می‌کند و اعتقاد دارد اگر این فعالیت در سطح فرد باشد، کارآفرینی فردی است و اگر در سطح سازمان باشد، به آن کارآفرینی سازمانی اطلاق می‌گردد (دیویدسون^۱، ۲۰۱۶).

ابعاد کارآفرینی سازمانی توسط شاکر زهرا^۲ (۱۹۹۶) در سه دسته شامل: نوآوری، شرکت‌های زایشی و نوسازی استراتژیک تقسیم بندی شده است. نوآوری در این تعریف به تعهد یک سازمان به ساخت و معرفی محصولات، فرآیندهای تولید و سیستم‌های سازمانی اشاره دارد. شرکت زایشی به معنای گسترش عملیات شرکت در بازارهای موجود یا جدید و ورود به کسب‌وکارهای جدید است. نوسازی استراتژیک نیز با توان‌بخشی مجدد به عملیات سازمان با تغییر گستره کسب‌وکار، رویکرد رقابتی یا هر دو مرتبط است. همچنین سایر پژوهشگران نیز به روش‌های متفاوتی قلمرو کارآفرینی سازمانی را طبقه‌بندی کرده‌اند؛ ولی اکثر آنها در سه دسته مفهوم‌سازی شده توسط زهرا (۱۹۹۶) قرار می‌گیرند. به عنوان مثال، کاوین و مایلز^۳ (۱۹۹۹) چهار شکل کارآفرینی سازمانی شامل نوزایی پایدار^۴، جوان‌سازی سازمانی^۵، نوسازی استراتژیک و باز تعریف قلمرو^۶ را به عنوان ارکان کارآفرینی سازمانی معرفی می‌کنند. در طبقه‌بندی دیگری که توسط موریس^۷ و همکارانش (۲۰۱۰) انجام شده‌است، کارآفرینی سازمانی به دو بعد شرکت زایشی و کارآفرینی استراتژیک تقسیم شده‌است. شرکت زایشی شامل درونی و مشارکتی است. شرکت زایشی مشارکتی به فعالیتی که در آن کسب‌وکارهای جدید ایجاد شده و در تملک سازمان همراه با یک یا چند شریک خارجی است، اشاره دارد. شرکت‌های زایشی مشارکتی معمولاً به عنوان اجزای بیرونی شرکت هستند که فراتر از مرزهای سازمانی شرکاء فعالیت می‌کنند. کارآفرینی استراتژیک، دومین دسته از این طبقه‌بندی است. در حالی که شرکت زایشی شامل ورود سازمان به ایجاد کسب‌وکارهای جدید است، کارآفرینی استراتژیک شامل رفتارهای همزمان فرصت‌جویی و مزیت‌جویی است (ایرلند^۸ و همکاران، ۲۰۰۳). به طور کلی، مرور ادبیات نشان می‌دهد که پژوهشگران بیشتر بر نوآوری، شرکت زایشی و نوسازی استراتژیک به عنوان عناصر اصلی سازه کارآفرینی سازمانی متمرکز شده‌اند. این سازه بیشتر به عنوان یک فراسازه^۹ استفاده شده‌است. به این علت که این ابعاد علی‌رغم اینکه متفاوتند، اما مفاهیمی مکمل و پشتیبان دارند.

فرآیندهای کارآفرینی سازمانی نه تنها به ایجاد مشاغل جدید تجاری، بلکه به توسعه محصولات جدید، خدمات، فناوری‌ها، تکنیک‌های مدیریتی، استراتژی‌ها و همچنین جایگاه رقابتی اشاره دارد. فعالیت‌های نوآورانه کارآفرینی شرکتی شامل سرمایه‌گذاری در مشاغل جدید، نوآوری محصول/خدمات و نوآوری فرایند، اتوماسیون، ریسک‌پذیری،

¹ Davidson

² Zahra

³ Covin & Miles

⁴ Sustained Regeneration

⁵ Organizational Rejuvenation

⁶ Domain Redefinition

⁷ Morris

⁸ Ireland

⁹ Meta-Construct

تحریک‌پذیری و رقابت‌پذیری است. مفاهیمی مانند کارآفرینی درون‌سازمانی، سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها، کارآفرینی داخلی شرکت‌ها، استراتژی نوآورانه و کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینی نیز برای تعریف پدیده کارآفرینی سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است (یو^۱ و همکاران، ۲۰۱۴).

گرایش‌های کارآفرینی سازمانی یک فلسفه جدید است که باعث ارتقاء چابکی استراتژیک، انعطاف‌پذیری و خلاقیت مداوم کارمندان برای تغییر می‌شود (کراوس و کاورانن^۲، ۲۰۰۹). مطالعات پیشین در حوزه کارآفرینی سازمانی، گرایش به کارآفرینی سازمانی را در یک فرایند سه بعدی شامل: نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشرو بودن تجزیه و تحلیل می‌کنند. علاوه بر این، ادبیات اخیر، عوامل دیگری نظیر تجدید سازمانی، رقابت و استقلال را به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار داده است. سه بعد نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشرو بودن توسط میلر^۳ (۱۹۸۳) تعریف شده و توسط کوین و اسلوین^۴ (۱۹۸۶، ۱۹۸۹) توسعه داده شده و به عنوان ابعاد اصلی کارآفرینی سازمانی مورد توجه محققین قرار گرفته‌اند. بعد نوآوری در کارآفرینی شرکت‌ها با ایده‌ها، تجربیات، اصالت و فرآیندهای خلاق جدید، و روندهای مربوط به فناوری مرتبط است (لومپکین و دس^۵، ۱۹۹۶؛ ویکلان و شفرد^۶، ۲۰۰۵). نوآوری، نشانگر تمایل سازمانی به ارائه خدمات و محصولات جدید از طریق آزمایش و تحقیق در مورد محصولات، خدمات و توسعه فرآیندهای جدید است (چل^۷، ۲۰۰۷). ریسک‌پذیری، مربوط به تمایل به انتقال منابع بیشتر به پروژه‌هایی است که می‌تواند هزینه بالایی در اثر شکست داشته باشد (بیرچال^۸، ۲۰۱۳). ریسک‌شرکتی را می‌توان به عنوان نگرش سازمانی برای انجام سرمایه‌گذاری جدید با هدف سودآوری و رشد شرکت، با تحمل ضررهای احتمالی تخمین زده شده مفهوم سازی کرد و ریسک‌پذیری نشانگر تمایل به انجام اقدامات شجاعانه مانند راه اندازی یک شرکت جدید، انتقال منابع زیادی به مشاغل با نتایج نامعلوم است (بولوت و ییلماز^۹، ۲۰۰۸). پیشرو بودن عبارت است از جستجوی فرصت‌ها و چشم‌انداز آینده از جمله ارائه محصولات یا خدمات جدید قبل از رقبای و اقدام به تولید با این تفکر از آینده که نیاز به ایجاد تغییر و شکل دادن به محیط تجاری وجود دارد (یو و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۴).

۲-۲- کسب و کارهای درون‌سازمانی یکی از ابعاد ونچرینگ (کسب و کارآفرینی) سازمانی (ایجاد کسب و کار جدید)

شارما و کریسمن (۱۹۹۹) کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرآیندهایی که در آن‌ها شخص یا گروهی از افراد یک سازمان، یک سازمان جدید درون آن سازمان ساخته یا به نوسازی استراتژیک و نوآوری می‌پردازند، تعریف نموده‌اند.

¹ Yu

² Kraus & Kauranen

³ Miller

⁴ Covin and Slevin

⁵ Lumpkin & Dess

⁶ Wiklund & Shepherd

⁷ Chell

⁸ Birchall

⁹ Bulut & Yilmaz

¹⁰ Yu

شرکت‌های زایشی (کسب و کارهای درون‌سازمانی) در سال‌های اخیر با رشد چشمگیری همراه شده و به یک استراتژی مهم جهت رشد کسب و کارها تبدیل گردیده‌اند و نقش موثری در عملکرد و سودآوری شرکت‌ها به خود اختصاص داده‌اند. کسب و کارهای درون‌سازمانی یا شرکت‌های زایشی درون‌سازمانی^۱ یکی از اشکال شرکت‌های زایشی (ونچرینگ^۲) می‌باشد که معمولاً شرکت‌ها با گسترش عملیات در بازارهای موجود یا جدید، وارد کسب و کارهای تازه‌تری می‌شوند. شرکت‌های زایشی درون‌سازمانی، کسب و کارهای جدیدی هستند که در درون مرزهای سازمانی شرکت‌های موجود، تأسیس شده و رشد می‌کنند و به عنوان ابتکاراتی کارآفرینانه به توسعه محصولات و یا بازارها برای شرکت مادر می‌پردازند (بلک و مک میلان^۳، ۱۹۹۳). همچنین شارما و کریسمن (۱۹۹۹)، کسب و کارهای درون‌سازمانی را از چهار بعد استقلال ساختاری، درجه ارتباط با کسب و کارهای موجود، میزان نوآوری و نوع حمایت با هم مقایسه می‌کنند.

برخی پژوهشگران میان شرکت زایشی درونی و مشارکتی تمایز قائل می‌شوند. در شرکت‌های زایشی درون‌سازمانی^۴ کسب‌وکارهای جدید درون مرزهای داخلی شرکت قرار می‌گیرند، گرچه ممکن است به عنوان اجزای نیمه‌مستقل فعالیت کنند (موریس و همکاران، ۲۰۱۰). در حالی که شرکت زایشی برون‌سازمانی^۵ (مشارکتی) با خلق کسب‌وکارهای جدید توسط سازمان‌ها در ارتباط است که در آن‌ها سازمان از شرکای بیرونی در قالب ارتباط سرمایه‌ای یا غیرسرمایه‌ای بین‌سازمانی استفاده می‌کند. (اسچایلدت^۶ و همکاران، ۲۰۰۵). شرکت‌ها برای شرکت زایشی مشارکتی از شیوه‌های مختلف مالکیت از جمله سرمایه‌گذاری مخاطره آمیز سازمانی^۷، شراکت غیرسرمایه‌ای^۸، ونچرهای مشترک^۹ و اکتساب^{۱۰} استفاده می‌کنند. همچنین محققان میان شرکت زایشی داخلی و بین‌المللی نیز تمایز قائلند (زهرا، ۲۰۰۰)، شرکت زایشی بین‌المللی^{۱۱} با فعالیتهای شرکت زایشی یک شرکت برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه بیرون از بازار کشورش در ارتباط است (زهرا، ۲۰۰۴). به عهده‌گرفتن فعالیتهای شرکت زایشی بین‌المللی سخت‌تر از داخلی برشمرده شده است (یو^{۱۲}، ۲۰۰۷). به این علت که شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی با محدودیت‌های خارجی بودن، کمبود دانش درباره محیط‌های نهادی و کسب‌وکار بازارهای هدف و موانع قانونی در بازارهای خارجی رو به رو هستند. به صورت خلاصه، شرکت زایشی (ورود به کسب و کارهای جدید) اشکال مختلفی به خود می‌گیرد که عمدتاً درونی یا مشارکتی، محلی یا بین‌المللی، مرتبط یا غیرمرتبط و رسمی یا غیر رسمی هستند.

¹ Internal capital venturing (ICV)

² venturing

³ Block & MacMillan

⁴ Internal Corporate Venturing

⁵ External Corporate Venturing

⁶ Schildt

⁷ Corporate Venture Capital

⁸ Non-Equity Alliance

⁹ Joint Venture

¹⁰ Acquisition

¹¹ International Venturing

¹² Yiu

۳-۲- بهبود عملکرد مالی و فرا سازمانی با کارآفرینی سازمانی در شرکت مادر و کسب و کار درون سازمانی

مطالعات مربوط به کارآفرینی سازمانی در اقتصادهای توسعه یافته به ویژه پس از دهه ۱۹۹۰ نشان داده که فعالیت‌های کارآفرینی در شرکت‌ها، عملکردهای موفقیت آمیز آنها را نتیجه می‌دهد (پینکوت^۱، ۱۹۸۵؛ زارا و کوین^۲، ۱۹۹۵؛ بارینگر و بلودورن^۳، ۱۹۹۹؛ سیمسک^۴ و همکاران، ۲۰۰۹؛ راجشکار^۵ و همکاران، ۲۰۱۲) همچنین مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینی سازمانی می‌تواند نقش مهمی را در دستیابی به سطوح بالاتر عملکرد شرکت (زهرا، ۱۹۹۱، ۱۹۹۵؛ یئو و لن، ۲۰۰۸)، رشد (زهرا، ۱۹۹۳؛ زهرا و کوین، ۱۹۹۵) و سودآوری (کوین و سلوین^۶، ۱۹۹۱) ایفا کند. سخدری (۲۰۱۶) مهم‌ترین مقالات مرتبط با پیشایندهای کارآفرینی سازمانی را از لحاظ سطح تحلیل در چهار گروه محیط، شبکه، سازمان و تیم مدیریت عالی قرار می‌دهد.

چندین مطالعه در مورد رابطه بین کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد شرکت نتیجه گرفتند که کارآفرینی شرکت‌ها به بهبود عملکرد شرکت منجر شده است (زهرا و کوین، ۱۹۹۵؛ کایا^۷، ۲۰۰۶). بیشتر مطالعات مربوط به کارآفرینی شرکت‌ها تأثیر مستقیم جهت‌گیری و فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی را بر رشد و سودآوری مورد تأیید قرار داده‌اند (راجشکار و همکاران، ۲۰۱۲).

در اکثر این مطالعات، کارآفرینی شرکت‌ها سودآوری و رشد را افزایش می‌دهد و تأثیر مثبتی در بهبود عملکرد بنگاه‌ها دارد. به خصوص، کارآفرینی جنبه قابل توجهی از فعالیت‌های شرکت‌های سودآور و رو به رشد است. بنابراین، در نظر گرفته می‌شود که شرکت‌هایی که اهمیت بیشتری به سازوکارهای کارآفرینی می‌دهند، نسبت به شرکت‌های دیگر عملکرد مطلوب‌تری را تجربه می‌کنند. مبنای نظری برای رابطه یا تعامل بین کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد شرکت براساس دیدگاه مبتنی بر منابع استوار است، زیرا چشم انداز مبتنی بر منابع، اهمیت منابع و قابلیت‌های خاص شرکت‌ها را برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار نسبت به رقبای نشان می‌دهد (دانیشمان و ارکوجا اوغلان^۸، ۲۰۰۷). مطالعات زیادی در مورد رابطه بین کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد شرکت به ویژه در کشورهای توسعه یافته انجام شده است (پالاسیوس مارکز^۹ و همکاران، ۲۰۱۹). این مطالعات نشانگر رابطه قوی بین دو مفهوم است. از طرف دیگر تعداد محدودی از تحقیقات در اقتصادهای کمتر توسعه یافته یا در حال توسعه وجود دارد. به عنوان مثال، مطالعه‌ای با مقایسه اسلوونی و آمریکا از نظر سودآوری و معیارهای رشد تحت تأثیر کارآفرینی شرکت‌ها توسط آنتونسیک و هریش^{۱۰} (۲۰۰۱) انجام شد و در پایان این مطالعه نتایج متفاوتی حاصل شد. مطالعه دیگری که توسط کایا (۲۰۰۶) انجام شد نشان می‌دهد که بین کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد بنگاه‌ها رابطه متوسط

¹ Pinchot

² Zahra & Covin

³ Barringer & Bluedorn

⁴ Simsek

⁵ Rajsherkar

⁶ Covin & Slevin

⁷ Kaya

⁸ Danışman and Erkocaoğlan

⁹ Palacios-Marqués

¹⁰ Antoncic & Hisrich

و مثبت وجود دارد و منابع انسانی به عنوان واسطه بین این دو مفهوم نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند. براساس تحقیق انجام شده توسط فیش و جتیندامار^۱ (۲۰۰۹) بین کارآفرینی شرکت‌ها و عملکرد مالی شرکت رابطه قوی وجود دارد. در بین تحقیقات اخیر نیز پالاسیوس مارکز و همکاران (۲۰۱۹) نشان داده‌اند که بین میزان اهمیت کارآفرینی شرکتی و عملکرد سازمانی شرکت‌ها ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین پیرو چوزا^۲ و همکاران (۲۰۱۹) نیز نشان داده‌اند که نوآوری در کارآفرینی شرکت نتایج مثبتی در عملکرد شرکت‌ها دارد. همچنین بر اساس پژوهش کارین هاسنگر و همکاران (۲۰۱۸) مشخص شده است که سرمایه‌گذاری برای توسعه کارآفرینی سازمانی، یک ابزار ثابت برای شرکت‌های پیشرو در دستیابی به نوآوری‌های رادیکال است.

براین اساس در این پژوهش یک چارچوب رفتاری با دو مکانیسم ارائه می‌گردد. مورد اول مربوط به سرمایه گذاری‌های فیزیکی برای توسعه کارآفرینی سازمانی و جذب سرمایه‌گذاران خارجی می‌باشد و مورد دوم مربوط به مسائل داخلی و انگیزشی و مدیریتی است که تشویق و ترغیب کارکنان جهت ابتکار نوآورانه شرکت‌های زایشی در راستای اهداف سازمان را شامل می‌شود. در پژوهشی دیگر مشخص گردید که رفتار کارآفرینانه در سازمان‌ها موجب کارآفرینی سازمانی می‌گردد. بر این اساس مشارکت و سرمایه‌گذاری می‌تواند موجب توسعه شرکت‌های زایشی شود. (فابیان فوتر، ۲۰۱۸).

در میان تحقیقات انجام شده در داخل کشور نیز حریری (۱۳۹۷) تأثیر کارآفرینی و قابلیت‌های بازاریابی را بر بهبود عملکرد شرکت با نقش میانجی جهت‌گیری برند و ارزش برند مورد بررسی قرار داده و نشان می‌دهد که کارآفرینی و قابلیت بازاریابی بر بهبود عملکرد شرکت تأثیرگذار است. همچنین کارآفرینی و قابلیت بازاریابی بر بهبود عملکرد شرکت با نقش میانجی جهت‌گیری برند تأثیرگذار است و نیز کارآفرینی و قابلیت بازاریابی بر بهبود کارآفرینانه بر کارآفرینی استراتژیک و عملکرد شرکت (مالی و غیر مالی) تأثیر مثبت و معناداری دارد. ابراهیمی (۱۳۹۶) نیز اثرات کارآفرینی سازمانی بر عملکرد شرکت را مورد بررسی قرار داده و نشان می‌دهد که کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن شامل: نوآوری، پیشرو و ریسک‌پذیری بر عملکرد شرکت تأثیر معناداری داشته‌اند. ظریفیان (۱۳۹۲) در ارزیابی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت نشان داده که کارآفرینی استراتژیک رابطه مثبت و معناداری با عملکرد شرکت دارد و نقش مهمی در عملکرد شرکت ایفا می‌کند و هر گونه تغییر در رابطه با کارآفرینی استراتژیک، عملکرد شرکت بیشتر را به دنبال خواهد داشت. عرفان فر (۱۳۹۲) تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک را بر عملکرد شرکت‌های خانوادگی مورد ارزیابی قرار داده و نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که بین عوامل اکتشاف در کارآفرینی، گرایش کارآفرینی عامل اکتشاف، تغییرات گذرا عامل بهره‌برداری و عملکرد شرکت‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

^۱ Fiş & Çetindamar

^۲ Piñeiro-Chousa

همچنین برخی پژوهشگران تأثیر خصوصیات شرکت زایشی و تناسب آن با رشد و سودآوری شرکت مادر را مورد مطالعه قرار داده‌اند (سورنش و ویلیامز^۱، ۱۹۹۵؛ تورنهییل و آمیت^۲، ۲۰۰۱) اما اینکه عملکرد شرکت‌های زایشی منجر به افزایش درآمد و سودآوری برای شرکت مادر می‌شود یا خیر، موضوع مهمی است که تحقیقات اندک و پراکنده‌ای از آن وجود دارد. ضمن آنکه انجام تحقیقات متمرکز به دلیل آن که ارتباط شرکت‌های زایشی با سازمان‌های مادر می‌تواند تأثیر مهمی بر عملکرد مالی سازمان مادر داشته‌باشد، قابل درک است. در سطح شرکت مادر، برخی پژوهش‌ها نشان داده‌است که فعالیت‌های کارآفرینانه منافع اقتصادی برای سازمان مادر ایجاد کرده و عملکرد مالی و توسعه بازار آن را منجر می‌شود (آنتونیک و هیستریج، ۲۰۰۱) ولی در خصوص عملکرد شرکت زایشی درون سازمانی تحقیقات اندکی انجام شده است.

۳- فرضیه‌ها

پیرو تحقیقات گذشته، کارآفرینی درون سازمانی در شرکت‌ها از طریق سه مؤلفه نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشرو بودن در فعالیت‌های کارآفرینی، بیش از هر مؤلفه دیگری تبیین شده است. در این تحقیق با تأکید بر دو مؤلفه نوآوری و ریسک‌پذیری، فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت از طریق میزان مشارکت آن با شرکای تجاری و ارزش سرمایه‌گذاری در خطوط تولید جدید مورد ارزیابی قرار گرفته است. سطح مشارکت شرکت با شرکای تجاری را می‌توان نشان دهنده اهمیت توسعه تجاری خدمات و محصولات نزد مدیران به شمار آورد و تبیین‌کننده تمایل شرکت به پیشرو بودن در صنعت خواهد بود. از طرفی، سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید محصول را نیز می‌توان تمایل شرکت برای ریسک‌پذیری و سرمایه‌گذاری در دارایی‌هایی که سودآوری آن از پیش و به طور قطع مشخص نیست به شمار آورد. از این رو تأکید تحقیق حاضر بر روی دو مؤلفه پیشرو بودن و ریسک‌پذیری است، چرا که فعالیت‌های نوآوری شرکت‌ها که عموماً از طریق هزینه‌های تحقیق و توسعه شرکت مورد سنجش قرار می‌گیرد، تا کنون و در تحقیقات گذشته به طور متواتر مورد ارزیابی قرار گرفته و حاوی اطلاعات جدیدی در این تحقیق نخواهد بود. لذا فرضیه‌های تحقیق به شکل زیر تدوین شده اند:

فرضیه ۱: توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق مشارکت با شرکای تجاری بر عملکرد مالی شرکت‌ها تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

فرضیه ۲: توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید محصول بر عملکرد مالی شرکت‌ها تأثیر مستقیم و معناداری دارد.

۴- روش شناسی

این پژوهش از نظر هدف، از دسته پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود و از نظر روش، پژوهشی توصیفی مبتنی بر تحلیل رگرسیونی است که در آن، از روش تحلیل داده‌های ترکیبی و ادغام استفاده شده است. داده‌های مورد

¹ Sorrentino, M., & Williams

² Thornhill, S., & Amit

نیاز از نرم افزار ره آورد نوین و نیز، گزارش های انتشار یافته سازمان بورس و اوراق بهادار جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم افزار ایویوز^۱ نسخه ۱۰ و در سطح معناداری ۹۵ درصد انجام گرفت.

جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۷ که صورت‌های مالی خود را به بورس اوراق بهادار تهران ارائه نموده‌اند. به منظور دستیابی به یک نمونه همگن، با استفاده از روش غربالگری و حذف سیستماتیک تنها شرکت‌هایی مورد مطالعه قرار گرفتند که حائز شرایط نمونه‌گیری تحقیق شامل (حضور فعال در بورس طی دوره تحقیق، پایان سال مالی منتهی به پایان اسفند، عدم وجود وقفه معاملاتی بیشتر از ۳ ماه، گزارش اطلاعات مورد نیاز تحقیق در صورت‌های مالی شرکت، عدم تعلق به صنایع مالی و سرمایه‌گذاری شامل بانک‌ها، بیمه‌ها و موسسات مالی و سرمایه‌گذاری) بوده اند. با اعمال محدودیت‌های نمونه‌گیری مذکور، تعداد ۱۱۷ شرکت مورد مطالعه قرار گرفت. به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از برازش مدل‌های رگرسیونی زیر بهره گرفته شده است.

مدل آزمون فرضیه اول:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 PARTNERSHIP_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEVERAGE_{i,t} + \beta_4 R\&D_{i,t} + \beta_5 INVEST_{i,t} + \beta_6 CASH_{i,t} + \beta_7 HHI_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

مدل آزمون فرضیه دوم:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 NEWLINE_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEVERAGE_{i,t} + \beta_4 R\&D_{i,t} + \beta_5 INVEST_{i,t} + \beta_6 CASH_{i,t} + \beta_7 HHI_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

به طوری که،

متغیر وابسته:

▪ $ROA_{i,t}$: بازده دارایی شرکت و برابر با نسبت سود قبل از کسر بهره و مالیات به کل دارایی‌های شرکت است.

متغیرهای مستقل:

- $PARTNERSHIP_{i,t}$: معرف توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق مشارکت با شرکای تجاری است که از طریق ارزش سرمایه‌گذاری‌های مشترک شرکت با شرکای تجاری در تولید محصول یا ارائه خدمات سنجیده می‌شود و بر ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت تقسیم می‌شود.
- $NEWLINE_{i,t}$: معرف توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت از طریق ایجاد خطوط جدید تولید محصول است که از طریق ارزش سرمایه‌گذاری شده در خطوط جدید تولید نسبت به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت سنجیده می‌شود. در صورتی که شرکتی در یک دوره مالی اقدام به راه اندازی و سرمایه‌گذاری در خطوط تولید جدید نکرده باشد، مقدار این متغیر برابر با صفر در نظر گرفته می‌شود.

¹ Eviews

متغیرهای کنترلی:

- $SIZE_{i,t}$: اندازه شرکت و برابر با لگاریتم طبیعی ارزش دفتری دارایی‌های شرکت است.
- $LEVERAGE_{i,t}$: اهرم مالی شرکت و برابر با نسبت ارزش دفتری کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های شرکت است.
- $R\&D_{i,t}$: هزینه تحقیق و توسعه شرکت و برابر با نسبت هزینه‌های تحقیق و توسعه به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت است. در صورتی که مقدار این متغیر برای شرکتی افشا نشده باشد، برابر با صفر در نظر گرفته می‌شود.
- $INVEST_{i,t}$: سرمایه‌گذاری شرکت و برابر با نسبت ارزش وجوه سرمایه‌گذاری شده در فعالیت‌های تولید به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت است.
- $CASH_{i,t}$: وجوه نقد شرکت و برابر با نسبت موجودی نقدی و سرمایه‌گذاری‌های کوتاه مدت به ارزش دفتری کل دارایی‌های شرکت است.
- $HHI_{i,t}$: شاخص رقابت پذیری شرکت در صنعت و برابر با نسبت ارزش کل فروش شرکت به ارزش کل فروش شرکت‌های فعال در همان صنعت است.

۵- یافته‌های پژوهش

شاخص‌های مرکزی و پراکنش متغیرهای تحقیق در جدول (۱) ارائه شده است. اختلاف بین کمینه و بیشینه داده‌ها، بیانگر دامنه مناسب برای استفاده از متغیرها است. جدول (۱) نشان می‌دهد که متوسط نسبت مشارکت با شرکای تجاری در شرکت‌ها برابر با ۰/۰۸۷۹ و متوسط نسبت ارزش سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید برابر با ۰/۰۸۷۹ بوده است. همچنین عملکرد شرکت‌ها از نظر بازده دارایی به طور میانگین برابر با ۰/۱۱۳۴ برآورد شده است.

جدول ۱: آمار توصیفی و آزمون مانایی متغیرها

متغیر	میانگین	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
بازده دارایی	۰/۱۱۳۴	۰/۴۰۹۴	-۰/۱۸۹۵	۰/۱۷۵۵
مشارکت با شرکای تجاری	۰/۰۸۷۹	۰/۳۰۹۱	۰	۰/۱۰۰۹
خطوط جدید تولید	۰/۰۴۳۲	۰/۳۰۹۱	۰	۰/۰۸۲۱
اندازه شرکت	۱۳/۲۶۹۳	۱۵/۲۹۴۵	۱۱/۲۰۴۸	۱/۲۰۲۷
اهرم مالی	۰/۶۲۵۱	۰/۸۸۹۹	-۰/۳۴۰۳	۰/۱۶۱۳
هزینه تحقیق و توسعه	۰/۰۴۱۴	۰/۳۰۸۷	۰	۰/۰۸۳۵
سرمایه گذاری	۰/۲۰۶۰	۰/۲۵۹۸	-۰/۱۵۰۳	۰/۰۳۱۵
وجوه نقد	۰/۳۶۲۳	۰/۵۲۹۴	۰/۲۱۱۰	۰/۰۹۲۳
رقابت پذیری	۰/۱۱۹۱	۰/۱۸۹۸	۰/۰۵۰۱	۰/۰۴۰۹

در ادامه، به منظور برآورد مدل‌های رگرسیونی تحقیق، تشخیص اثرات مقطعی در مدل ضرورت یافته است. برای این منظور از آزمون چاو استفاده شده است که نتایج آن به شرح جدول (۲) به تفکیک هر دو مدل تحقیق ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون‌های تشخیصی چاو

آزمون چاو		مدل
سطح معناداری	آماره آزمون	
۰/۲۰۴۰	۱/۱۱۹۷	مدل آزمون فرضیه اول
۰/۲۰۰۰	۱/۱۲۲۰	مدل آزمون فرضیه دوم

باتوجه به نتایج آزمون چاو مشاهده می‌شود که سطح معناداری آزمون برای هر دو مدل بزرگتر از خطای ۰/۰۵ بدست آمده و نشان از عدم معناداری اثرات مقطعی در مدل تحقیق دارد. لذا انجام آزمون هاسمن به منظور تشخیص نوع اثرات ضرورت نیافته و مدل‌های تحقیق به روش داده‌های تلفیقی برازش داده شده اند.

جدول ۳: نتایج برازش مدل فرضیه اول تحقیق

متغیر مستقل	ضریب تأثیر	آماره t	معناداری	ضریب همخطی
مشارکت با شرکای تجاری	۰/۴۰۶۱	۶/۷۱۴۵	۰/۰۰۰۰	۱/۵۶۳۶
اندازه شرکت	-۰/۰۰۰۵	-۰/۱۳۲۳	۰/۸۹۴۷	۱/۰۱۳۰
اهرم مالی	-۰/۳۷۱۲	-۸/۵۳۳۷	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۶۹
هزینه تحقیق و توسعه	-۰/۳۱۹۸	-۴/۶۸۳۷	۰/۰۰۰۰	۱/۵۶۹۹
سرمایه گذاری	۰/۷۱۶۶	۳/۴۹۹۸	۰/۰۰۰۵	۱/۰۰۹۴
وجوه نقد	-۰/۲۸۹۰	-۳/۹۶۸۹	۰/۰۰۰۱	۱/۰۰۸۹
رقابت پذیری	۰/۴۸۷۵	۴/۰۲۵۷	۰/۰۰۰۱	۱/۰۰۱۵
مقدار ثابت	۰/۲۵۷۷	۳/۰۷۶۵	۰/۰۰۲۲	-
پارامترهای برازش و آزمون مفروضات اولیه مدل				
آزمون خوبی برازش مدل	آماره آزمون	سطح معناداری		
آزمون تحلیل واریانس (معناداری)	۳۴/۹۶۷۲	۰/۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۲۵۳۲	-		
آزمون بروش پاگان گادفری (معناداری)	۲/۰۷۱۶	۰/۰۵۴۴		
آزمون بروش گادفری (معناداری)	۲/۹۸۹۱	۰/۰۵۱۰		
آزمون جاک-برا (معناداری)	۳/۹۵۷۸	۰/۱۸۳۱		

مطابق با نتایج جدول (۳)، تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت از طریق سطح مشارکت با شرکای تجاری آنها بر روی بازده دارایی‌های شرکت مورد آزمون قرار گرفته و سطح معناداری اثر آن بر روی بازده دارایی کوچکتر از خطای ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۰۰۱ بدست آمده که نشان از معناداری اثر مشارکت با شرکای تجاری بر روی بازده دارایی شرکت‌ها دارد. همچنین ضریب تأثیر مثبت این متغیر در مدل تحقیق (۰/۴۰۶۱) نشان دهنده تأثیرگذاری مستقیم مشارکت با شرکای تجاری بر روی عملکرد مالی شرکت است. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت‌های کارآفرینی درون سازمانی از طریق مشارکت با شرکای تجاری و عملکرد شرکت‌ها ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه اول تحقیق در سطح خطای ۰/۰۵ مورد تایید قرار گرفته است. شاخص‌های نیکویی برازش مدل نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی برازش شده در سطح خطای ۰/۰۵ از نظر آماری مناسب است و مفروضات همسانی واریانس، استقلال و نرمال بودن توزیع جملات خطای رگرسیونی با استناد به آزمون‌های به ترتیب بروش پاگان گادفری ($p\text{-value} = ۰/۰۵۴۴$)، بروش گادفری ($p\text{-value} = ۰/۰۵۱۰$) و جارک-برا ($p\text{-value} = ۰/۱۸۳۱$) برقرار هستند. همچنین ضریب همخطی متغیرهای توضیحی مدل نیز کوچکتر از مقدار تجربی ۱۰ بدست آمده اند و نشان از عدم وجود روابط درونی تهدید کننده دقت ضرایب دارد.

جدول ۴: نتایج برازش مدل فرضیه دوم تحقیق

متغیر مستقل	ضریب تأثیر	آماره t	معناداری	ضریب همخطی
خطوط جدید تولید	۰/۷۶۴۴	۱۱/۷۹۶۲	۰/۰۰۰۰	۱/۱۵۱۳
اندازه شرکت	-۰/۰۲۲۸	-۴/۸۰۳۳	۰/۰۰۰۰	۱/۰۱۳۶
اهرم مالی	-۰/۲۶۳۲	-۶/۱۸۸۹	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۶۲
هزینه تحقیق و توسعه	-۰/۰۷۶۷	-۱/۳۲۷۷	۰/۱۸۴۷	۱/۱۵۸۶
سرمایه گذاری	۰/۵۱۷۱	۲/۶۶۶۹	۰/۰۰۷۸	۱/۰۰۹۲
وجوه نقد	-۰/۲۸۳۹	-۴/۱۵۸۸	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۸۶
رقابت پذیری	۰/۷۵۷۷	۶/۴۴۴۹	۰/۰۰۰۰	۱/۰۰۱۱
مقدار ثابت	۰/۴۹۴۰	۶/۱۵۰۶	۰/۰۰۰۰	-
پارامترهای برازش و آزمون مفروضات اولیه مدل				
آزمون خوبی برازش مدل	آماره آزمون	سطح معناداری		
آزمون تحلیل واریانس (معناداری)	۵۲/۰۳۶۱	۰/۰۰۰۰		
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۳۷۵	-		
آزمون بروش پاگان گادفری (معناداری)	۲/۰۶۹۱	۰/۰۶۴۷		
آزمون بروش گادفری (معناداری)	۳/۰۱۲۴	۰/۰۵۹۸		
آزمون جارک-برا (معناداری)	۲/۹۳۵۲	۰/۳۰۲۴		

مطابق با نتایج جدول (۴)، تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه شرکت از طریق سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید بر روی بازده دارایی‌های شرکت مورد آزمون قرار گرفته و سطح معناداری اثر آن بر روی بازده دارایی کوچکتر از خطای ۰/۰۵ بدست آمده که نشان از معناداری اثر سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید بر روی بازده دارایی شرکت‌ها دارد. همچنین ضریب تأثیر مثبت این متغیر در مدل تحقیق (۰/۷۶۴۴) نشان دهنده تأثیرگذاری مستقیم سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید بر روی عملکرد مالی شرکت است. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت‌های کارآفرینی درون سازمانی از طریق سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید و عملکرد شرکت‌ها ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد و فرضیه دوم تحقیق در سطح خطای ۰/۰۵ مورد تایید قرار گرفته است. شاخص‌های نیکویی برازش مدل نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی برازش شده در سطح خطای ۰/۰۵ از نظر آماری مناسب است و مفروضات همسانی واریانس، استقلال و نرمال بودن توزیع جملات خطای رگرسیونی با استناد به آزمون‌های به ترتیب بروش پاگان گادفری (p-value = ۰/۰۶۴۷)، بروش گادفری (p-value = ۰/۰۵۹۸) و جاک-برا (۰/۳۰۲۴) (p-value = ۱۰) برقرار هستند. همچنین ضریب همخطی متغیرهای توضیحی مدل نیز کوچکتر از مقدار تجربی ۱۰ بدست آمده اند و نشان از عدم وجود روابط درونی تهدید کننده دقت ضرایب دارد.

۶- بحث و نتیجه گیری

در پژوهش حاضر تأثیر ایجاد کسب و کارهای درون سازمانی بر عملکرد مالی شرکت‌ها پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار مورد ارزیابی قرار گرفت. برای این منظور، با توجه به وجود خلاء پژوهشی در بافت مطالعاتی ایران، کارآفرینی سازمانی در قالب دو مؤلفه مشارکت با شرکای تجاری و سرمایه‌گذاری در خطوط جدید تولید مورد سنجش قرار گرفت و تأثیر هر یک از مؤلفه‌ها بر روی بازده دارایی‌های شرکت به عنوان یکی از پرتکرارترین شاخص‌های سنجش عملکرد مورد ارزیابی قرار گرفت. برای این منظور از برازش مدل‌های رگرسیونی استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که هر دو مؤلفه مشارکت و سرمایه‌گذاری در خطوط تولید تأثیر مستقیم و معناداری بر روی عملکرد مالی شرکت‌ها داشته اند. مطابق با یافته‌های تحقیق، می‌توان انتظار داشت که در بازارهای در حال توسعه‌ای مانند بورس اوراق بهادار تهران نیز، افزایش تمایل شرکت‌ها به توسعه و رقابت‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند موجب سودآوری بیشتر شرکت گردد. پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی می‌تواند عملکرد شرکت‌ها را افزایش دهد. به عنوان مثال، پژوهش‌های قبلی تأثیر گرانش کارآفرینی از طریق مؤلفه‌های نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشرو بودن را بر عملکرد مالی مورد تایید قرار داده‌اند و از آنجا که تحقیق حاضر با استناد به سنجش‌های متفاوتی از کارآفرینی به سنجش این رابطه پرداخته و این ارتباط را مورد تایید قرار داده، می‌توان یافته‌های این تحقیق را به نوعی گسترش یافته‌های پژوهش‌های راجشکار و همکاران (۲۰۱۲)، کایا (۲۰۰۶)، دانیشمان و ارکوجاوغلان (۲۰۰۷)، پالاسیوس مارکز و همکاران (۲۰۱۹)، حریری (۱۳۹۷)، عنصری ارغور (۱۳۹۶) و ظریفیان (۱۳۹۲) دانست که پیشنهاد می‌کنند رفتارهای کارآفرینانه می‌تواند عملکرد مالی شرکت‌ها را بهبود بخشد. با این وجود، دو نوآوری ویژه این پژوهش را می‌توان تمرکز بر کارآفرینی سازمانی که کمتر مورد توجه پژوهش‌های قبلی قرار گرفته و نیز استفاده از داده‌های

عینی و ثانویه که کمتر توسط پژوهش‌های مدیریت و کارآفرینی استفاده می‌شود، دانست. پژوهش‌هایی که با استفاده از پرسشنامه و خود اظهاری به سنجش متغیرها می‌پردازند در معرض ریسک خطای روش است (دیویدسون، ۲۰۱۶) که این پژوهش به نوعی احتمال چنین خطایی را کاهش می‌دهد.

به طور کلی، با استناد به نتایج این پژوهش، به نظر می‌رسد که افزایش سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در خطوط جدید تولید و انجام فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی به صورت مشارکتی می‌تواند به بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها کمک نماید. پژوهش‌های آتی با شناسایی مکانیزم‌های میانجی احتمالی و نیز متغیرهای تعدیل‌گر احتمالی که بیانگر شرایطی است که احتمالاً این روابط تقویت و یا تضعیف می‌شود، می‌توانند در جهت توسعه این جریان پژوهشی، به خصوص در زمینه و بافت ایران، اقدام نمایند و فهم بهتر در این زمینه منتظر پژوهش‌های آتی باقی می‌ماند.

فهرست منابع

- * ابراهیمی، زهرا (۱۳۹۶). بررسی اثرات کارآفرینی سازمانی بر عملکرد شرکت (مورد مطالعه: هتل‌های ۵ و ۴ ستاره شهر اصفهان)، کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی امین.
- * حریری، حمیدرضا (۱۳۹۷). تأثیر کارآفرینی و قابلیت‌های بازاریابی بر بهبود عملکرد شرکت با نقش میانجی جهت‌گیری برند و ارزش برند، کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت.
- * ظریفیان، محمدرضا (۱۳۹۲). ارزیابی تأثیر کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکت، کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- * عرفان‌فر، حسین (۱۳۹۲). بررسی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی استراتژیک بر عملکرد شرکتهای خانوادگی، کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- * عنصری ارغور آباد، فریده (۱۳۹۶). بررسی رابطه جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد شرکت با تأکید بر نقش واسطه‌ای کارآفرینی استراتژیک، کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان البرز، مرکز پیام نور کرج.
- * Ana Maria Bojica & Maria Del Mar Fuentes (2011). "Knowledge acquisition and corporate entrepreneurship: Insight from Spanish SMEs in the ICT sector", *Journal of World Business*, no. 47, pp. 397-408.
- * Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of Management Development*, 23(6), 518-550.
- * Barringer, B. R., & Bluedorn, A. C. (1999) The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20, 421-444.
- * Birchall, J. (2013). The potential of co-operatives during the current recession: Theorizing comparative advantage. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 2(1), 1-22.
- * Birkinshaw, J. (1997). Entrepreneurship in multinational corporations: The characteristics of subsidiary initiatives. *Strategic Management Journal*, 207-229.

- * Block, Z., & MacMillan, I. C. (1993). *Corporate Venturing: Creating New Businesses With in the Firm*. Harvard Business School Press. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=5rtswoFm3IEC>
- * Bulut, C., & Yilmaz, C. (2008). Innovative performance impacts of corporate entrepreneurship: an empirical research in Turkey. *Proceedings of Academy of Innovation and Entrepreneurship Conference, Beijing, China*, pp. 414-417.
- * Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship towards a convergent theory of the entrepreneurial process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5–26.
- * Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1986). The development and testing of an organization-level entrepreneurship scale. In R., Ronstadt, J. A. Hornaday & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 628-639). Wellesley, MA: Babson College.
- * Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- * Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 5–28.
- * Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), 47.
- * Covin, J. G., Garrett, R. P., Kuratko, D. F., & Shepherd, D. A. (2015). Value proposition evolution and the performance of internal corporate ventures. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 749–774. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.11.002>
- * Dai W., Liu Y (2015). Local vs. non-local institutional embeddedness, corporate entrepreneurship, and firm performance in a transitional economy, *Asian Journal of Technology Innovation*.
- * Danişman, A., & Erkocaoğlan, E. (2007). Corporate entrepreneurship and firm performance: a research study on İstanbul stock exchange firms. *İktisat İşletme ve Finans*, 22(260), 80-101.
- * Davidsson, P. (2016). *Researching entrepreneurship*. New York: Springer
- * Dess, G. G., Ireland, R. D., Zahra, S. A., Floyd, S. W., Janney, J. J., & Lane, P. J. (2003). Emerging issues in corporate entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 351-378.
- * Elia, G., & Margherita, A. (2018). Assessing the Maturity of Crowdfunding for Corporate Entrepreneurship. *Business Horizon*, 61(2), 271- 283
- * Fiş, A. M., & Çetindamar, D. (2009). The missing link between firm-level entrepreneurship and performance. *9th International Entrepreneurship Forum, İstanbul*, 1-12.
- * Fisac, R., Moreno, A., Mataix, C., & Palacios, M. (2011). La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo. *Revista Española del Tercer Sector*, 41–66.
- * Gianluca, Elia, AlessandroMargherita(2018) Assessing the maturity of crowdfunding for corporate entrepreneurship, *Business Horizons*, Volume 61, Issue 2, March–April 2018, Pages 271-283
- * Hayton, J. (2005). Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures. *R & D Management*, 35(2), 137-155.
- * Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989.

- * Kaya, N. (2006). The impact of human resource management practices and corporate entrepreneurship on firm performance: evidence from Turkish firms. *International Journal of Human Resource Management*, 17(12), 2074-2900.
- * Kearney, C., & Morris, M. H. (2015). Strategic renewal as a mediator of environmental effects on public sector performance. *Small Business Economics*, 45(2), 425-445
- * Kraus, S., & Kauranen, I. (2009). Strategic management and entrepreneurship: friends or foes? *International Journal of Business Science and Applied Management*, 4(1), 37-50.
- * Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- * Martin-Rojas R., Garcia V. j., Gonzalez-Alvarez M. N., (2019). Technological antecedents of entrepreneurship and its consequences for organizational performance, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 147, pp. 22-35
- * Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- * Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2010). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.
- * Palacios-Marqués D., Guijarro M., Myriam G., Alguacil Mari M. P., (2019). Social entrepreneurship and organizational performance: A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing, *Journal of Business Research*, Vol. 101, pp. 426-432.
- * Pichot, G. III. (1985). *Intrapreneuring*. New York, NY: Harper & Row.
- * Piñeiro-Chous J., López-Cabarcos A., MaríaRomero N., MaríaPérez-Pico C., (2019). Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front, *Journal of Business Research*, Available online 23 December 2019, In Press, Corrected ProofWhat are Corrected Proof articles? <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.045>
- * Rajshekhar, G. J., Todd, P. R., Johnston, W. J., & Granot, E. (2012). Entrepreneurship, muddling through, and indian internet-neabled SMEs. *Journal of Business Research*, 65, 740-744.
- * Sakhdari K., Farsi J.Y.(2016). Business partners and corporate entrepreneurship in developing countries, *International Journal of Management and Enterprise Development*, 11(2), 24–38.
- * Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23(3), 11–27.
- * Schildt, H. A., Maula, M. V. J., & Keil, T. (2005). Explorative and exploitative learning from external corporate ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 493–515.
- * Simsek, Z., Lubatkin, M. H., Veiga, J. F., & Dino, R. N. (2009). The role of an entrepreneurially alert information system in promoting corporate entrepreneurship. *Journal of business research*, 62, 810-817.
- * Sorrentino, M., & Williams, M. L. (1995). Relatedness and corporate venturing: Does it really matter? *Journal of Business Venturing*, 10(1), 59–73.
- * Thornhill, S., & Amit, R. (2001). A dynamic perspective of internal fit in corporate venturing. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 25–50. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00040-3](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00040-3)
- * Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-89.

- * Yiu, D. W., Lau, C., & Bruton, G. D. (2007). International venturing by emerging economy firms: the effects of firm capabilities, home country networks, and corporate entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 519–540.
- * Yu, W., Ramanathan, R., & Nath, P. (2014). The impacts of marketing and operations capabilities on financial performance in the UK retail sector: A resource-based perspective. *Industrial Marketing Management*, 43, 25–31.
- * Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.
- * Zahra, S. A. (1996). Governance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities. *Academy of Management Journal*, 39(6), 1713–1735.
- * Zahra, S. A., Neubaum, D. O., & Huse, M. (2000). Entrepreneurship in medium-size companies: Exploring the effects of ownership and governance systems. *Journal of Management*, 26(5), 947–976.
- * Zahra, S. A., Neck, H. M., & Kelley, D. J. (2004). International corporate entrepreneurship and the evolution of organizational competence: A knowledge-based perspective. In *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* (pp. 145–171). Emerald Group Publishing Limited

Identifying the Impact of Corporate Venturing on the Financial Performance of Companies Listed in Tehran Stock Exchange

Mohammad Hassan Torabi

PhD in Entrepreneurship, researcher and lecturer

Kamal sakhdari

Assistant Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran
Kasakhdari@ut.ac.ir

Mohammad Azizi

Assistant Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

In this study, the impact of corporate venturing on the financial performance of companies listed in Tehran Stock Exchange was investigated. In order to measure corporate venturing, two components of investing in new product lines as a proxy internal corporate venturing and partnering with business partners in venture creation as a proxy for external venturing and asset return ratio as a proxy for measuring financial performance were used. The results of hypothesis testing using regression analysis show that both internal and external venturing positively impact financial performance, and hence financial performance can be enhanced through venturing activities.

Keywords: Corporate entrepreneurship, corporate venturing, multi-business companies, financial performance