

بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی در شرکت های دانش بنیان

سخاوت بهادری^{۱*}، حمیده عبدالله نیا^۲، صمد ملکی^۳، مهناز باقری تنها^۴

چکیده

تغییرات و تحولات امروزی منجر شده است تا شرکت ها برای عقب نماندن از قافله رقابت به فعالیتهای کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی توجه ویژه‌ای داشته باشند. هدف تحقیق حاضر که از نوع تحقیق کمی، کاربردی و توصیفی همبستگی است، بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی است. جامعه آماری تحقیق حاضر، مدیران شرکت های مستقر در پارک های علم و فناوری دانشگاه تهران به تعداد ۵۳۵ نفر می باشد. پس از اطمینان از روایی و پایایی، این پرسشنامه بین اعضای جامعه توزیع گردید و در نهایت ۲۳۰ پرسشنامه قابل استفاده برگشت داده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز به کمک نرم افزار SPSS صورت پذیرفت. نتایج نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین مولفه های کارآفرینی سازمانی از قبیل نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی با چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه ها: کارآفرینی سازمانی، نوآوری، ریسک پذیری، پیشگامی، چابکی سازمانی.

مقدمه

را وادار به پاسخ متفکرانه و معقولانه به تغییرات می سازد. لازمه نیل به چابکی سازمانی بازبینی و اصلاح راهبردها، واکنش نسبت به فناوری ها و امکانات کاری است و در این راستا به فعالیتهای متنوعی نیاز است تا به کمک آن ها به محیط و الزامات متغیر آن واکنش نشان داده شود. چابکی سازمانی یکی از عوامل مهم و کلیدی در انجام مأموریت های سازمان ها محسوب می شود. مدیران سازمان ها برای کاهش

در عصر حاضر رویکردها و راه حل های گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود برای رویارویی با چالش های سازمانی و محیط بیرونی را از دست داده اند و بهتر است با رویکردها و دیدگاه های جدیدی جایگزین شوند. از اینرو، یکی از راه های پاسخگویی به این عوامل تغییر و تحول سازمانی، چابکی است. در واقع، چابکی به عنوان پارادایم جدیدی برای مهندسی سازمان ها و بنگاه های رقابتی شناخته می شود و بنگاه ها و سازمان ها

که باعث کشف فرصت‌های کارآفرینانه در سازمان در جهت بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها می‌شود. می‌توان بیان کرد کارآفرینی سازمانی می‌تواند منجر به توسعه عملکرد بالاتر در سازمان‌ها شده و تحقق اهداف سازمانی را هموار می‌سازد (لینارس و فرناندز^۳، ۲۰۲۰).

تحقیقات نشان داده است که عامل کارآفرینی سازمانی در ارتباط مهمی با توسعه چابکی سازمانی و بهبود عملکرد چابک شرکت‌ها می‌باشند. هیندراواتی و همکاران^۴ (۲۰۲۲)، بیان کرده‌اند که کارآفرینی سازمانی می‌تواند با ویژگی‌های نوآورانه و رویکرد تهاجمی که دارد شرکت‌ها را به سمت و سوی شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه پیش برده و با ایجاد ساختار چابک در سرتاسر شرکت، این فرصت‌ها را در جهت موفقیت و بهبود عملکرد به بهره‌برداری برسانند.

از اینرو با توجه به اهمیت ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی و به دلیل اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کشور، تحقیق حاضر به دنبال این هست تا ارتباط بین آن‌ها در این شرکت‌ها را بررسی نماید و شکاف نظری در این زمینه را به دلیل کمبود مطالعات در بین شرکت‌های دانش‌بنیان را مرتفع سازد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

- کارآفرینی سازمانی

در شرایط کنونی که سازمان‌ها با مسائلی چون تغییر و تحولات سریع فناوری، رقابت پیچیده، رشد سریع و تعداد رقبای جدید روبرو هستند، سازمان‌هایی می‌توانند قدرت رقابت داشته باشند که با برعهده گرفتن نقشی فعال و تأثیرگذار از کارآفرینی سازمانی که بعنوان عامل تحریک و تقویت رقابت، نوآوری و روان‌کننده تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا یاد می‌شود، پشتیبانی نمایند (فارسی و همکاران^۵، ۲۰۱۳). تعریف کارآفرینی سازمانی در طی چند دهه گذشته

هزینه‌ها و خطرات متعدد و افزایش کارایی، عملکرد، بهره‌وری و اثربخشی نیازمند تهیه و تدوین برنامه‌هایی با رویکرد چابکی سازمانی می‌باشند (ال‌اوموش و همکاران^۱، ۲۰۲۰). چابکی سازمان در طی فرآیندی بنام فرآیندها و قابلیت‌های چابکی سازمان، زیر نظر مدیران ارشد، عملیاتی و سرپرستان سازمان شکل می‌گیرد. وقتی یک سازمان چابک شد، با اتفاقات و تغییرات ناگهانی، به سادگی از پا در نمی‌آید. سازمان چابک، سریع‌السير، سازگار و قدرتمند است و به تغییرات ناگهانی، فرصت‌های جدید بازار و نیازمندی‌های مشتری پاسخ سریع می‌دهد. سازمان چابک برای درک و پیش‌بینی تغییرات محیط کسب و کار طراحی شده و در این راستا به ساختار بندی خود می‌پردازد (فرح‌بخش، ۱۳۹۳).

از سوی دیگر، موفقیت کشورها در تولید درآمد بویژه کشورهایی که جمعیت بیکار زیادی دارند به میزان زیادی به کارآفرینی بستگی دارد. در واقع، کارآفرینی امروزه به عنوان ستون فقرات توسعه اقتصادی در تمامی جوامع شناخته می‌شود و نقش مهمی در اشتغال، درآمد و تغییرات اجتماعی بویژه در جوامع در حال توسعه ایفا می‌کند. رشد و توسعه اقتصادی مستلزم توسعه روحیه و فعالیت‌های کارآفرینانه است. در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند و در این میان کارآفرینان سازمانی هستند که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می‌آورد. از اینرو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد باید به کارآفرینی سازمانی پردازند و روحیه کارآفرینانه داشته باشند (ایه‌وگبا و همکاران^۲، ۲۰۱۴).

کارآفرینی سازمانی عبارتست از فرآیند شناسایی فرصت‌ها در بازار و دنبال آن فراهم کردن منابع مورد نیاز و سرمایه‌گذاری روی منابع برای بهره‌برداری از فرصت‌ها در طولانی‌مدت. همچنین، این فرآیند شامل تصویرسازی، سازماندهی، تولید ایده، نوآوری، تحمل ریسک، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و غیره است. کارآفرینی سازمانی به عنوان دریچه‌ای شناخته می‌شود

1. Al-Omoush et al

2. Ihugba et al

3. Linares & Fernandez

4. Hindrawati et al

5. Farsi et al

تکامل یافته است. به عنوان یک مفهوم گسترده، در حالی که دیگران آن را به عنوان یک مفهوم محدودتر از نوآوری تعریف می کنند، برخی معتقدند که اکثر محققان کارآفرینی سازمانی را به عنوان اصطلاحی می بینند که به فعالیت های کارآفرینانه اشاره دارد که تحریم های سازمانی و تعهدات منابع را با هدف نتایج نوآوری دریافت می کنند. وناکریت و همکارانش (۲۰۱۷)، یک تعریف کلیدی از کارآفرینی سازمانی ارائه می دهند که این اصطلاح را به عنوان فعالیت های رسمی یا غیر رسمی با هدف ایجاد مشاغل جدید سازمان های تاسیس شده از طریق نوآوری های محصول و فرآیند و توسعه بازار توصیف می کند. این اقدامات رسمی یا غیررسمی تا زمانی که هدف یکپارچه بهبود موقعیت رقابتی و عملکرد سازمان باشد، مشکلات ممکن است در سطوح سازمان، بخش، عملکرد یا پروژه رخ دهد (وناکریت و همکاران، ۲۰۱۷).

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که طی آن سازمان به بررسی دانش جدید می پردازد و با استفاده از دانش موجود به دنبال کسب و کار می رود. از آنجا که کارآفرینی سازمانی دارای جهت گیری استراتژیک است، آن شامل ارزیابی مستمر از محصولات، فرآیندها، خدمات و استراتژی های سازمان است که تحت تاثیر نگرش کارکنان است (امین بیدختی و همکاران، ۱۳۹۵). کارآفرینی سازمانی اشاره به فرآیندی دارد که هدف آن درون سازمان فقط به کسب و کار پرمخاطره مربوط نمی شود بلکه گرایش ها و فعالیت های نوآورانه نظیر توسعه محصولات و خدمات جدید، فناوری های جدید، تکنیک های مدیریت جدید، استراتژی ها و وضعیت رقابتی جدید را نیز شامل می شود (پورکیانی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی ابزاری مهم برای افزایش نوآوری، بازسازی سازمان ها و افزایش بهره وری است. کارآفرینی سازمانی منبع خلق دانش جدید است که به سازمان ها اجازه می دهد تا شایستگی هایی را برای ورود به بازارهای جدید و دستیابی به رشد بالاتر، ایجاد کنند. کارآفرینی سازمانی، گرایش استراتژیک است که اصلاح و تجدید محصولات، فرآیندها، خدمات و استراتژی ها و حتی

کل سازمان را در بر می گیرد (زهرا، ۲۰۱۵). کارآفرینی سازمانی در ابعادی از قبیل نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی مطرح شده است. ریسک پذیری شامل آمادگی سازمان برای بکارگیری منابع جهت بهره برداری از فرصت ها و شروع پروژه ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است. نوآوری اشاره به تغییر و اصلاح ماموریت سازمانی، سازماندهی مجدد منابع و ایجاد تغییرات وسیع در نظام سازمانی دارد. پیشگامی نیز اشاره به پیش بینی و رفتار مناسب برای رفع نیازهای آتی از طریق جستجو و به کارگیری فرصت ها است که بر توسعه محصولات دلالت دارد (تاجپور و حسینی، ۲۰۲۰).

چابکی سازمانی -

در آغاز قرن بیست و یکم، جهان با تغییرات قابل توجهی در همه جنبه ها، به ویژه تغییرات بزرگ در کانال های ارتباطی روبرو شد. این تغییرات سازمان ها را ملزم می کند تا اولویت ها و چشم اندازهای استراتژیک خود را بازنگری کنند. مفهوم چابکی در اوایل دهه ۱۹۹۰ به عنوان راه حل جدیدی برای مدیریت یک محیط پویا و در حال تغییر ظاهر شد. تولید چابک توانایی بقا و موفقیت در یک محیط رقابتی با تغییر مداوم و غیرقابل پیش بینی با واکنش سریع و موثر به تغییر بازارها است که توسط محصولات تعریف شده توسط مشتری ارائه می شود. سازندگان ایده چابکی در موسسه لاکاکا^۱ مستقر در ایالات متحده آمریکا، آن را به عنوان یک سیستم تولیدی با قابلیت های (فناوری های سخت و نرم، منابع انسانی، مدیریت آموزش دیده، اطلاعات) برای پاسخگویی به نیازهای بازار در حال تغییر زیاد (سرعت، انعطاف پذیری، مشتریان، رقبا، تأمین کنندگان، زیرساخت ها، پاسخگویی) تعریف کرده اند. چابکی کاربرد موفقیت آمیز پایگاه های رقابتی مانند سرعت، انعطاف پذیری، نوآوری و کیفیت با استفاده از ادغام منابع قابل تنظیم و بهترین روش های محیط غنی از دانش برای ارائه محصولات و خدمات مشتری مدار در یک محیط با تغییر سریع است. چابکی بر سرعت و انعطاف پذیری به عنوان

1. Vanacker et al
2. Tajpour & Hosseini

3. Iacocca

چابکی سازمانی توانایی سازمان برای عرضه محصولات و خدمات باکیفیت بالا را ارتقا داده و در نتیجه عامل مهمی برای بهره‌وری سازمان تلقی می‌شود. چابکی سازمانی به عنوان توانایی شرکت در احساس سنجش تغییرات محیطی تعریف شده است (راویچاندران^۱، ۲۰۱۸).

در پژوهش توکلی و همکاران (۱۳۹۸) برخی از تعاریف چابکی سازمانی ارائه شده است که در ادامه تشریح گردیده‌اند:

ویژگی‌های اصلی چابکی تأکید می‌کند (نافی^۱، ۲۰۱۶).

چابکی سازمانی به معنای توانایی پاسخگویی و واکنش سریع و موفقیت‌آمیز به تغییرات محیطی می‌باشد. همانند تولیدکنندگان، سایر سازمان‌ها و شرکت‌ها ناچار هستند که برای رقابت در قرن جدید، به دنبال چابکی باشند چرا که سازمان‌های مدرن با فشار فزاینده‌ای جهت یافتن راه‌های جدید رقابت کارآمد در بازار پویای جهانی مواجهه هستند.

جدول (۱). برخی دیگر از تعاریف مطرح شده در زمینه چابکی سازمانی (توکلی و همکاران، ۱۳۹۸)

نویسنده	تعاریف
سندگل (۲۰۱۴)	چابکی به عنوان توانایی رونق و شکوفایی در محیط دارای تغییر مداوم و غیرقابل پیش‌بینی تعریف شده است و دست یافتن به چابکی نیازمند مسئولیت در استراتژی‌ها، فناوری‌ها، کارکنان، مراحل و امکانات کاری می‌باشد.
یانگ و لین (۲۰۱۲)	چابکی یک مفهوم پیچیده و چندبعدی است که شامل توانایی احساس تغییرات محیطی و پاسخگویی سریع به تغییرات غیرقابل پیش‌بینی می‌باشد.
شریفی و ژانگ (۱۹۹۹)	چابکی توانایی فائق آمدن بر چالش‌های غیرمنتظره برای مقابله با تهدیدات بی‌سابقه محیط کسب و کار و کسب مزیت و سود از تغییرات، به عنوان فرصت‌های رشد و پیشرفت تعریف می‌کنند.
نیلور و همکاران (۱۹۹۹)	چابکی عبارت است از استفاده از دانش بازار و ساختار مجازی برای بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور در محیط بازار متغییر.
وزنادات (۱۹۹۳)	چابکی را می‌توان به صورت همسویی نزدیک سازمان با نیازهای متغییر کاری، در جهت کسب مزیت رقابتی تعریف کرد. در چنین سازمانی اهداف کارکنان با اهداف سازمان در یک راستا قرار داشته و این دو توأم با یکدیگر درصد هستند تا به نیازهای متغیر مشتریان پاسخ مناسبی دهند.
فلاح‌رضایی (۱۳۹۲)	چابکی به صورت مفهوم مدیریتی اشاره به پاسخگویی به بازار متلاطم و پویا و تقاضای مشتریان دارد و نه تنها راه‌حل برای بقای سازمان بلکه فرصتی برای رسیدن به مزیت پایدار است.

در ادامه مجموعه‌ای از خلاصه تحقیقات در رابطه با موضوع پژوهش در جدول زیر ارائه شده است:

جدول (۲). مجموعه‌ای از خلاصه تحقیقات انجام شده

نویسنده	موضوع	نتیجه
هیندراواتی و همکاران (۲۰۲۲)	تاثیر نوآوری بر پرورش یادگیری و بهبود عملکرد با رویکرد چابکی کارآفرینانه	فعالیت‌های کارآفرینانه در ارتباط مثبتی با نوآوری و یادگیری و چابکی کارآفرینانه قرار دارند.
کریستیانو و همکاران ^۲ (۲۰۲۱)	گرایش کارآفرینانه، قابلیت چابکی و مزیت رقابتی در بین شرکت‌های اندونزیایی	ارتباط مثبت و معنادار بین گرایش کارآفرینانه، قابلیت چابکی و مزیت رقابتی
ژینگ و همکاران ^۴ (۲۰۲۰)	تیم‌های کارآفرینانه و استراتژی چابک با رویکرد مفهومی	کارآفرینی و فعالیت کارآفرینانه تاثیر مثبتی بر افزایش استراتژی‌های چابکی‌سازی دارند.
بوی و همکاران ^۵ (۲۰۲۰)	تاثیر کارآفرینی سازمانی بر گرایش استراتژیک چابک شرکت‌های ویتنامی	کارآفرینی سازمانی منجر به بهبود گرایش استراتژیک چابک در بین شرکت‌ها می‌گردد.
نیک‌فرجام و همکاران (۱۳۹۹)	رابطه کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش در بین استادان دانشکده فنی پسران مرودشت	بین کارآفرینی و چابکی ارتباط مستقیم و غیرمستقیم از طریق میانجی مدیریت دانش وجود دارد.
امین‌بیدختی و همکاران (۱۳۹۵)	رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی با آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی در بین کارکنان دانشگاه سمنان	کارآفرینی سازمانی منجر به تعهد سازمانی و بهبود چابکی سازمانی می‌گردد.

1. Nafei

2. Ravichandran

3. Khrīstianto et al

4. Xing et al

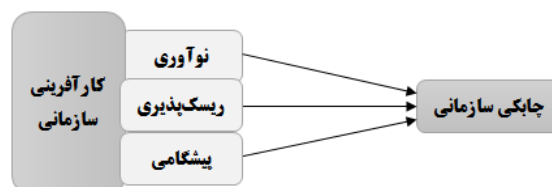
5. Bui et al

سازمانی و چابکی سازمانی را بررسی و تجزیه و تحلیل کند، از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق، مدیران شرکت های مستقر در پارک های علم و فناوری دانشگاه تهران می باشد. حجم نمونه در این تحقیق با توجه به فرمول کوکران برای جامعه نامعلوم ۲۲۴ نفر می باشد. از این رو ۳۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد ۲۳۰ پرسشنامه قابل استفاده بازگردانده شد. ابزار اولیه گردآوری داده ها در این تحقیق، پرسشنامه ای ترکیبی بوده و هر یک از متغیرها در تحقیق های قبلی استفاده شده است که روایی محتوایی آن مورد تأیید بوده است. بخش اول پرسشنامه، مربوط به سؤال های عمومی و جمعیت شناختی پاسخ دهندگان شامل جنسیت، سن و تحصیلات و بخش دوم، مربوط به ۲۷ سؤال تخصصی است. توزیع سؤال های مربوط به متغیرها عبارت است از:

- کارآفرینی سازمانی با ۱۸ سوال که شامل نوآوری (۶ سوال)؛ ریسک پذیری (۶ سوال)؛ پیشگامی (۶ سوال) برگرفته شده از تحقیق پورکیانی و همکاران (۱۳۹۲).

- چابکی سازمانی با ۹ سوال برگرفته شده از امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۵) می باشد. روایی صوری پرسشنامه با توجه به نظرات ۷ نفر از خبرگان ارزیابی گردید. به منظور تعیین پایایی آزمون، روش آلفای کرونباخ به کار گرفته شد. همان طور که در جدول شماره ۳ ملاحظه می گردد، ضریب پایایی تمامی متغیرها در این مطالعه بالای ۰/۷ می باشد.

لذا با توجه به ادبیات تحقیق و مطالعات پیشین مدل مفهومی تحقیق به صورت ذیل می باشد:



شکل (۱). مدل مفهومی تحقیق

فرضیه های تحقیق نیز به صورت زیر می باشد:

فرضیه شماره ۱: بین کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۲: بین نوآوری و چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۳: بین ریسک پذیری و چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه شماره ۴: بین پیشگامی و چابکی سازمانی در بین شرکت های دانش بنیان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

از آنجاکه این تحقیق بر آن است که رابطه بین کارآفرینی

جدول (۳). ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	نوع مقیاس	آلفای کرونباخ
کارآفرینی سازمانی	طیف پنج تایی لیکرت	۰/۸۳
نوآوری	طیف پنج تایی لیکرت	۰/۸۴
ریسک پذیری	طیف پنج تایی لیکرت	۰/۸۷
پیشگامی	طیف پنج تایی لیکرت	۰/۸۲
چابکی سازمانی	طیف پنج تایی لیکرت	۰/۸۸

همچنین روایی سازه‌ای پرسش‌نامه نیز با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی مورد ارزیابی قرار گرفت که نتایج آن در جدول شماره ۴ آورده شده است.

جدول (۴). نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای گویه‌های پرسش‌نامه

متغیر	شماره گویه	بار عاملی	KMO	درجه آزادی	پارترت
نوآوری	۱	۰/۷۰۳	۰/۶۹۱	۶	۰/۰۰۰
	۲	۰/۶۵۱			
	۳	۰/۶۶۳			
	۴	۰/۵۴۱			
	۵	۰/۷۰۳			
	۶	۰/۵۹۷			
ریسک‌پذیری	۷	۰/۶۱۳	۰/۵۸۲	۶	۰/۰۰۰
	۸	۰/۶۸۴			
	۹	۰/۵۹۲			
	۱۰	۰/۷۱۹			
	۱۱	۰/۶۰۴			
	۱۲	۰/۶۳۹			
پیشگامی	۱۳	۰/۵۷۳	۰/۷۴۳	۶	۰/۰۰۰
	۱۴	۰/۵۵۶			
	۱۵	۰/۷۱۱			
	۱۶	۰/۶۳۹			
	۱۷	۰/۶۷۴			
	۱۸	۰/۵۸۹			
چابکی سازمانی	۱۹	۰/۶۱۴	۰/۶۹۵	۶	۰/۰۰۰
	۲۰	۰/۶۴۵			
	۲۱	۰/۶۸۳			
	۲۲	۰/۵۸۹			
	۲۳	۰/۵۴۱			
	۲۴	۰/۶۲۸			
۲۵	۰/۷۳۳				
۲۶	۰/۶۴۷				
۲۷	۰/۶۳۴				

یافته‌های تحقیق

از لحاظ جمعیت‌شناختی ۸۱/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۱۸/۷ درصد از آن‌ها زن هستند. در ارتباط با ویژگی سنی، بیشتر پاسخ‌دهنده‌ها یعنی ۴۰ درصد در بازه‌ی سنی ۳۵ تا ۴۰ سال قرار گرفته‌اند. از لحاظ تحصیلات نیز، اغلب آن‌ها یعنی ۵۷ درصد از پاسخ‌دهندگان، دارای تحصیلات کارشناسی ارشد هستند.

با توجه به اینکه ضریب آزمون KMO همواره بین صفر و یک در نوسان است، در صورتی که مقدار آن کمتر از ۰/۵ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود؛ اگر

مقدار آن بین ۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد، می‌توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت؛ اما در صورتی که مقدار آن بزرگ‌تر از ۰/۷۰ باشد، همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل مناسب خواهند بود. از آنجایی که در این تحقیق، مقدار شاخص KMO برابر ۰/۷۸۳ به دست آمد، از این‌رو تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار sig آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ محاسبه شد که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته‌شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. نتیجه آزمون کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی در جدول ۵ آورده شده است.

جدول (۵). آزمون کرویت بارتلت و شاخص KMO برای بررسی کفایت نمونه

آزمون کرویت بارتلت	
شاخص KMO	۰/۷۸۳
آماره کای دو	۹۴۲/۰۱۷
درجه آزادی	۱۵
عدد معناداری	۰/۰۰۰

برای پاسخ به فرضیات فوق چون متغیرها کمی هستند و تخطی از نرمال بودن در داده‌ها مشاهده نشد از همبستگی و رگرسیون استفاده شد. نتیجه در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول (۶). ضریب همبستگی جهت بررسی فرضیه‌های تحقیق

متغیرها	همبستگی	مجذور همبستگی	خطای استاندارد پیش‌بینی
کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی	۰/۵۳۲	۰/۲۸۴	۰/۷۴۵
نوآوری و چابکی سازمانی	۰/۵۴۸	۰/۳۰۱	۰/۷۰۳
ریسک‌پذیری و چابکی سازمانی	۰/۶۱۸	۰/۳۸۲	۰/۶۱۸
پیشگامی و چابکی سازمانی	۰/۶۴۱	۰/۴۱۲	۰/۶۴۲

با توجه به جدول فوق؛ همبستگی بین متغیرهای تحقیق معنی‌دار بود ($P < 0.05$). در نتیجه همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و ابعاد آن با چابکی سازمانی معنادار بود. در نتیجه با توجه به داده‌های بدست آمده در این پژوهش فرضیه‌های ۱ تا ۴ پژوهش تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین کارآفرینی

سازمانی و چابکی سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان صورت گرفت. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که کارآفرینی سازمانی با مولفه‌های آن از قبیل نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی با چابکی سازمانی دارای ارتباط مثبت و معناداری است. در راستای نتایج به دست آمده از فرضیه‌های تحقیق می‌توان اینگونه بیان کرد که امروزه وجود کارآفرینی و رفتارهای نوآورانه برای شرکت‌ها به خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان مورد نیاز است و شرکت‌ها در این زمینه باید

منابع

امین بیدختی، علی اکبر؛ محمدی حسینی، سیداحمد؛ حسین پور، عذرا (۱۳۹۵). رابطه کارآفرینی سازمانی با چابکی سازمانی: آزمون نقش میانجی تعهد سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه سمنان)، نامه آموزش عالی، دوره ۹، شماره ۳۵، صص: ۱۵۵-۱۳۵.

پورکیانی، مسعود؛ امیری، افلاطون؛ آذرپور، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی رابطه هوش هیجانی و کارآفرینی سازمانی در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان، بهداشت و توسعه، دوره ۲، شماره ۳، صص: ۲۲۲-۲۱۴.

توکلی، امیر؛ شاهین، آرشد نیلی پور طباطبایی، سیداکبر (۱۳۹۸). ارائه مدلی برای توسعه چابکی سازمانی در صنعت معدن کشور، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۳۰، شماره ۱۱۷، صص: ۴۱-۵۶.

فرح بخش، مسعود (۱۳۹۳). بررسی تأثیر تکنولوژی اطلاعات بر قابلیت‌های چابکی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاچاری)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.

نیک فرجام، سعیده؛ افلاکی فرد، حسین؛ قلعه‌نوری، محمد (۱۳۹۹). رابطه کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش (مورد مطالعه: استادان دانشکده فنی پسران مرودشت)، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۱۱، شماره ۴۴، صص: ۲۷۸-۲۶۳.

Al-Omoush, K. S., Simón-Moya, V., & Sendra-García, J. (2020). The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 279-288.

Bui, H. T., Nguyen, H. T., & Chau, V. S. (2020). Strategic agility orientation? The impact of CEO duality on corporate entrepreneurship in privatized Vietnamese firms. *Journal of General Management*, 45(2), 107-116.

بسترهای لازم را بوجود آورند تا محیط کار را برای کارکنان جذاب نمایند. بطور کلی شرکت‌ها می‌توانند با به وجود آوردن جوی که در آن کارکنان نسبت به شغل و سازمانشان وفادار باشند و در جهت بهبود عملکرد خودشان مرتب به دنبال کشف فرصت‌های سودآور برای شرکت باشند، به توسعه خلاقیت و نوآوری و همچنین فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنان کمک نمایند. توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی منجر به این می‌شود تا شرکت‌ها در برابر چالش‌ها سرعت و انعطاف‌پذیری بالاتری داشته و نسبت به مشکلات پاسخگویی بهتری داشته باشند و در نهایت نسبت به رقبا، چابک‌تر عمل نمایند.

در این راستا نتایج تحقیقاتی همسو با فرضیه حاضر می‌باشند. تحقیق هیندراواتی و همکاران (۲۰۲۲) و کریستیانو و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که در محیط رقابتی امروزی کارآفرینی سازمانی به عنوان عاملی شناخته می‌شود که نقش اثرگذاری بر بهبود قابلیت‌های چابکی سازمانی در زمینه قابلیت‌های چابکی استراتژی و چابکی منعطف دارد. آن‌ها بیان کردند که کارآفرینی سازمانی به عنوان فرآیندی شناخته می‌شوند که با تکیه بر نوآوری و رفتارهای خلاقانه، شرکت‌ها را در جهت چابک بودن و انعطاف سوق می‌دهند. همچنین نتایج تحقیقات ژینگ و همکاران (۲۰۲۰)، بوی و همکاران (۲۰۲۰)، نیک فرجام و همکاران (۱۳۹۹) و امین-بیدختی و همکاران (۱۳۹۵)، که نتایج مشابهی گرفته و ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و چابکی سازمانی را تایید کرده‌اند، تاییدی بر یافته‌های فرضیه‌های حاضر می‌باشند.

در این راستا پیشنهاد می‌گردد تا مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان برای بالا بردن کارآفرینی سازمانی و فعالیت‌های کارآفرینانه به مولفه‌های مطرح شده در این متغیر توجه داشته تا بتوان جو خلاقانه‌ای در شرکت ایجاد کرد تا خلاقیت و ایده‌یابی و فرآیند تفکر حل مسئله را پرورش دهند. همچنین برای افزایش چابکی پیشنهاد می‌گردد تا از ساختارهای منعطف و چابک در شرکت استفاده گردد تا بتوانند در برابر مسائل و مشکلات پاسخگویی سریع‌تری داشته باشند. همچنین کارکنان شرکت را تشویق به انجام فعالیت‌های تیمی کرد تا توان پاسخگویی خود را بالاتر ببرند.

- Nafei, W. A. (2016). Organizational agility: The key to improve organizational performance. *International Business Research*, 9(3), 97-111.
- Ravichandran, T. (2018). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 22-42.
- Tajpour, M., & Hosseini, E. (2020). The effect of intelligence and organizational culture on corporate entrepreneurship in Shiraz Gas Compa. *Strategic Studies in Petroleum and energy Industry*, 12(45), 335-354.
- Vanacker, T. R., Zahra, S. A., & Holmes, R. M. (2017). Corporate entrepreneurship, firm performance, and institutions: evidence from European firms. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2017, No. 1, p. 15764). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Xing, Y., Liu, Y., Boojihawon, D. K., & Tarba, S. (2020). Entrepreneurial team and strategic agility: A conceptual framework and research agenda. *Human Resource Management Review*, 30(1), 100696.
- Zahra, S. A. (2015). Corporate entrepreneurship as knowledge creation and conversion: The role of entrepreneurial hubs. *Small Business Economics*, 44(4), 727-735.
- Farsi, J. Y., Rezazadeh, A., & Najmabadi, A. D. (2013). Social Capital And Organizational Innovation: The Mediating Effect Of Entrepreneurial Orientation. *Journal of Community Positive Practices*, 13(2).
- Hindrawati, G., Dhewanto, W., & Dellyana, D. (2022). Does Innovative Millennial Entrepreneurship have a role in fostering cyber learning on business performance? A perspective of entrepreneurial agility. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14657503211066011.
- Uhugba, O. A., Odii, A., & Njoku, A. C. (2014). Theoretical Analysis of Entrepreneurship Challenges and Prospects in Nigeria. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 5, 21-34.
- Khristianto, W., Suharyono, E. P., & Mawardi, M. K. (2021). Entrepreneurial Orientation (EO), Agility Capability (AC), and Competitive Advantage (CA). In *3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020)* (pp. 44-47). Atlantis Press.
- Linares, R. H., & Fernandez, M. C. L. (2020). Entrepreneurial orientation, learning orientation, market orientation, and organizational performance: Family firms versus non-family firms. *European Journal of Family Business*, 10(1), 6-19.