

بررسی تاثیر کارآفرینی بر مزیت رقابتی پایدار و عملکرد مالی در

شرکت‌های صنعتی در شهر تبریز

نجیبه پورامامعلی^۱

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

چکیده

کارآفرینی به عنوان یکی از ابعاد مهم، تولید ثروت و توسعه اقتصادی هر کشور تلقی می شود زیرا به ایجاد مشاغل جدید کمک می کند و باعث افزایش نوآوری و رقابت در بازار کار می شود. بر این اساس در این پژوهش قصد بر این است تا تاثیر کارآفرینی بر عملکرد مالی در شرکت های صنعتی با میانجیگری مزیت رقابتی شهر تبریز مورد بررسی قرار گیرد. جامعه آماری شامل تمام مدیران و کارکنان شرکت های در شهر تبریز است حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر ۱۸۷ نفر بدست آمد که بر اساس نمونه گیری غیر تصادفی انتخاب شدند. بمنظور اندازه گیری متغیرهای مربوط عملکرد از پرسشنامه و برای کارآفرینی برای مزیت رقابتی استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه بر اساس روایی سازه تشخیص و همگرا و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم افزار SpSS23 و smart pls3 انجام گرفت. نتایج نشان داد که رابطه مثبت و معنی داری بین عوامل کارآفرینی و عملکرد مالی با ضریب تاثیر ۰/۵۲۹ وجود دارد و رابطه معناداری کارآفرینی و مزیت رقابتی با ضریب تاثیر ۰/۷۲۲ تایید شد. و همچنین رابطه مزیت رقابتی و عملکرد مالی با ضریب تاثیر ۰/۳۱۲ تایید شد و نهایتا بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی برای ارتقای کسب و کار ارائه گردید

کلمات کلیدی: کارآفرینی، مزیت رقابتی پایدار، عملکرد مالی

^۱ کارشناس ارشد مدیریت (MBA)، دانشگاه تبریز، آذربایجان شرقی، ایران

۱- مقدمه

کارآفرینی شرکتی به عنوان یک جهت گیری استراتژیک برای غلبه بر مشکلات انطباق خارجی شرکت هایی که در سی سال گذشته به دنبال مزیت رقابتی پایدار در رقابت جهانی بوده اند، توسعه یافته است. (میلر و فریسن^۱، ۱۹۷۸؛ کوین و اسلوین^۲، ۱۹۸۹؛ کوین و کوین^۳، ۱۹۹۰).

کارآفرینی شرکتی که به عنوان جهت گیری و فعالیت های کارآفرینانه در یک سازمان مستقر نیز تعریف می شود، یکی از ابعاد مهم، تولید ثروت و توسعه اقتصادی است. محققان و متخصصان از اوایل دهه ۱۹۸۰ به دلیل تأثیر سودآور آن بر عملکرد شرکت ها به این مفهوم علاقه مند شده اند (آنتونسیچ و هیریچ^۴، ۲۰۰۴).

اکثر مطالعات در مورد کارآفرینی شرکتی اثرات مستقیم فعالیت های کارآفرینانه شرکتی و جهت گیری را بر رشد و سودآوری بررسی کردند. در حالی که برخی از این مطالعات به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی شرکتی تأثیر زیادی بر عملکرد مالی دارد، برخی دریافتند که ممکن است چنین تعامل قوی وجود نداشته باشد. علاوه بر این، اکثریت بزرگی از این مطالعات شامل اقتصادهای قوی و پیشرفته است. با این حال، همچنین مشخص شده است که تحقیقات کمی در مورد کشورهای در حال توسعه و اقتصاد وجود دارد. بر اساس اطلاعات ارائه شده در بالا، هدف این پژوهش بررسی تاثیر کارآفرینی بر عملکرد مالی با میانجگری مزیت رقابتی شرکت ها صنعتی در شهر تبریز می باشد. اوی مهم ترین اطلاعات مالی می باشد.

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱- عملکرد مالی

عملکرد یعنی اقدامات، رفتارها و نتایج قابل اندازه گیری که کارکنان درگیر می شوند یا به دست می آورند و با اهداف سازمانی مرتبط هستند و به آنها کمک می کنند.

عملکرد مالی یکی از عواملی است که اثربخشی و کارایی یک سازمان را در دستیابی به اهداف نشان می دهد. زمانی مؤثر است که مدیریت بتواند اهداف مناسب یا ابزارهای مناسب را برای

¹ Miller & Friesen

² Covin & Slevin

³ Covin & Covin

⁴ Antoncic and Hirich,

دستیابی به آن انتخاب کند. در این میان، کارایی به معنای نسبت بین ورودی و خروجی است که در آن درآمد خاص، نتیجه بهینه ایجاد می‌کند

در ابتدا در دهه هشتاد میلادی هدف مدیریت عملکرد افزایش بهره‌وری سازمانی قلمداد می‌شد. تلفیق هدف‌های فرد و سازمان نقطه تأکید مدیران بود و تلاش می‌شد که از این طریق اثربخشی بالائی حاصل شود بر اساس نظر اگیونیس^۱ اهداف اساسی سیستم مدیریت عملکرد را می‌توان به اهداف استراتژیک؛ اجرایی؛ ارتباطی؛ توسعه‌ای؛ تعمیرات و نگهداری سازمانی و اهداف مستندسازی دسته‌بندی نمود.

عملکرد مالی یک شرکت منعکس‌کننده دستیابی به اهداف اقتصادی آن شرکت است (نئوندورف، گرشفسکی^۲، ۲۰۲۰)

عملکرد به‌عنوان شاخصی است که میزان دستیابی یک شرکت به اهداف خود را موردسنجش قرار می‌دهند (واگنر و همکاران^۳، ۲۰۱۲).

عملکرد را می‌توان شاخصی برای اندازه‌گیری میزان دستیابی خوب و مؤثر یک اقدام به اهداف تعیین‌شده تعریف می‌شود که می‌تواند به‌وسیله کارایی و اثربخشی سازمان در دستیابی به اهداف، برآورد شود. عملکرد سازمانی تابع عملکرد منابع انسانی و تعامل آن‌ها با منابع و امکانات و تکنولوژی موجود در سازمان است.

عملکرد به چگونگی دستیابی سازمان به اهداف بازار و مالی اشاره دارد (بحری^۴، ۲۰۱۳)

عملکرد نتایج قابل‌اندازه‌گیری، تصمیمات و اقدامات سازمانی است که نشان‌دهنده میزان موفقیت در دستاوردهای کسب‌شده است (تانگن^۵، ۲۰۰۴).

عملکرد حدی است که یک شرکت نسبت به رقیب خود دارای دستاورد برتری است (حسینی و شیخی، ۱۳۹۱، ص ۴۳).

عملکرد عبارت است از دستیابی یا فراتر رفتن از اهداف سازمانی و اجتماعی و انجام مسئولیت‌هایی که بر عهده افراد گذاشته شده است (خردمند و فتاح ناظم، ۱۳۸۹، ص ۱۶۵).

^۱Egionis

^۲ - Neundorf, A., Gerschewski

^۳ -Wagner et al

^۴- Bahri

^۵ - Tangen

عملکرد به چگونگی انجام وظایف، فعالیت‌ها و نتایج حاصله از آنها اطلاق می‌شود (عالم تبریز و همکاران، ۱۳۸۸).

عملکرد مالی برحسب نسبت‌های ارزش‌گذاری، نسبت‌های سودآوری، نرخ‌های رشد، نسبت‌های نقدینگی، نسبت‌های کارایی و نسبت‌های اهرمی بررسی شده است. نسبت‌های اهرمی بیشترین تاثیر را بر عملکرد مالی شرکت‌های خرده‌فروشی دارند. (نگوین و همکاران، ۲۰۲۰). عملکرد مالی فعالیت‌های عملیاتی و سرمایه‌گذاری یک شرکت با افزایش نقش واسطه‌های مالی مانند سرمایه‌گذاران فروش، سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز و اعتباردهندگان است که می‌تواند به تشویق رشد کسب‌وکارهای کوچک و نوآوری در بازار محصول کمک کند. طبق گفته ماسیوو همکاران^۱، (۲۰۲۱)، عملکرد مالی را می‌توان به‌عنوان نتایج به‌دست‌آمده از فعالیت‌های مختلف انجام‌شده در منابع مالی موجود نیز بیان کرد. عملکرد مالی را می‌توان از طریق نتایج تجزیه‌وتحلیل صورت‌های مالی یا تجزیه‌وتحلیل نسبت‌های مالی مشاهده کرد. به گفته پولاک^۲ و همکاران. (۲۰۲۱) در تجزیه‌وتحلیل عملکرد مالی، تجزیه‌وتحلیل نیاز به مفهوم یا جنبه‌ای دارد که بتواند داده‌های مالی شرکت را توصیف کند. عملکرد مالی دستاوردی است که یک شرکت در یک دوره معین در توصیف سطح برتری شرکت به دست می‌آورد.

۲-۲- عوامل کارآفرینی

واژه کارآفرینی ریشه در زبان فرانسوی دارد. نیتل ون^۳ که اولین بار اصطلاح کارآفرین را مطرح کرده است کارآفرین به شخصی گفته می‌شود که یک بنگاه اقتصادی را راه‌اندازی کند. او به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد. کارآفرینی شامل تلفیق سرمایه، تکنولوژی و استعداد‌های انسانی است. کارآفرینی به‌عنوان ویژگی منحصربه‌فرد شناخته‌شده است که کارآفرینان را از کارکنان یا مدیران متمایز می‌کند کارآفرینان به‌طور سنتی شناخته‌شده‌اند تا اقدامات ریسک را دنبال کنند، در حالی که دیگران تمایل به جلوگیری از ریسک مربوط به کارآفرینی را دارند. به

¹- Nguyen et al

²-Malesev et al

³-Pollock et al

⁴- Antilone

گفته بروکهاوس^۱، حتی اگر کارآفرینان بی‌پروا به دنبال ریسک بالا نباشند، در صورت اجتناب‌ناپذیر بودن در وظیفه، آن‌ها تمایل به تحمل ریسک را دارند.

همچنین تشخیص ریسک کسب‌وکار و تقسیم آن با دیگران درحالی‌که تلاش می‌کنند فرصت‌های کارآفرینی را به دست آورند، ضروری است. نایت همچنین کارآفرینان را به‌عنوان افرادی تعریف کرد که ریسک‌های فرصت‌های تجاری جدید را در شرایط عدم قطعیت می‌پذیرند، جایی که محاسبه احتمال عینی غیرممکن است. همچنین شناسایی ریسک تجاری و به اشتراک گذاشتن آن با دیگران در حین تلاش برای تصرف ضروری است فرصت‌های کارآفرینی کارآفرینی به‌عنوان یک عامل مهم و موتور اقتصادی هر کشور تلقی می‌شود زیرا به ایجاد مشاغل جدید کمک می‌کند و باعث افزایش نوآوری و رقابت در بازار کار می‌شود. (باربا سانچز و همکاران^۲، ۲۰۲۲).

فعالیت کارآفرینانه، با عزم فزاینده، فعالیتی است که باید به دلیل سهم حیاتی آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی یک منطقه خاص تشویق شود، راهی برای ایجاد اشتغال و وسیله‌ای ضروری برای دستیابی به سطوح بالای رقابت‌پذیری و نوآوری. در بازار. کارآفرینی به‌عنوان یکی از ویژگی‌های یک سازمان تلقی می‌شود (کوین و ولز^۳، ۲۰۱۹)

کارآفرینی ایجاد یا استخراج ارزش اقتصادی است. (کادفورس، یوهان اندرسون، آلیستر آر^۴، ۲۰۱۷) با این تعریف، کارآفرینی به‌عنوان تغییر در نظر گرفته می‌شود که عموماً مستلزم ریسکی فراتر از آنچه معمولاً در راه‌اندازی یک کسب‌وکار با آن مواجه می‌شود، می‌شود که ممکن است شامل ارزش‌های دیگری غیر از ارزش‌های اقتصادی باشد.

کارآفرین فردی است که در یک یا چند کسب‌وکار ایجاد و یا سرمایه‌گذاری می‌کند و بیشتر ریسک‌ها را متحمل می‌شود و از بیشتر پاداش‌ها بهره می‌برد. فرآیند راه‌اندازی یک کسب‌وکار به‌عنوان کارآفرینی شناخته می‌شود. کارآفرین معمولاً به‌عنوان یک مبتکر، منبع ایده‌ها، کالاها، خدمات و کسب‌وکار/یا رویه‌های جدید دیده می‌شود.

¹ -Brookhouse,

² -Barba-Sanchez et al

³ -Covin & Wales

⁴ -Kadefors, Johan Anderson, Alistair R

کارآفرینی چیست؟ کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. در حالی که در کشور ما به اشتباه این مفهوم صرفاً با شغال زایی مترادف شده و فقط برای حل مشکل اشتغال به سمت کارآفرینی پیش می‌رویم. در اواخر دهه ۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و البته تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خود اشتغال به وجود آمد. به علت تأثیرات عمیق این پدیده مطالعات زیادی از چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی انجام شده است. با وجود قدمت بررسی کارآفرینی و تلاش محققین فراوان، مانند سایر مفاهیم علوم انسانی ارائه تعریفی قطعی و مشخص برای آن، کاری دشوار و حتی غیرممکن است. توجه به سیر تکاملی این مفهوم، خود شامل نکات جالبی است.

در سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی، عوامل زیادی مانند ریسک پذیری، نوآوری و ... به این مفهوم اضافه شده است. (احمدی و لوکاس،^۱ ۲۰۱۸)

۲-۳- مزیت رقابتی پایدار

پورتر^۲ (۱۹۸۰) استدلال کرد که رقابت به دست آوردن سهم بازار است. ماهیت رقابت یافتن سود است که بالاتر از میانگین سودی است که شرکت در حال حاضر دارد. نتیجه فرآیند رقابتی این است که سود در صنعت با بهبود عمیق به‌طور میانگین می‌شود و منجر به کاهش قیمت‌ها می‌شود.

وقتی یک شرکت چیزی دارد که سایر رقبا ندارند، به این معنی که عملکرد بهتری نسبت به رقبا دارد، یا می‌تواند کارهایی را انجام دهد که سایر رقبا نمی‌توانند یا به‌سختی می‌توانند انجام دهند، شرکت مزیت رقابتی به دست می‌آورد. مزیت رقابتی ارزشی است که یک شرکت برای مشتریان خود به ارمغان می‌آورد که بیش از هزینه ایجاد آن است (پورتر ۱۹۸۵).

^۱- Ahmadi & O'Cass,

^۲ - Porter

مزیت رقابتی یکی از عوامل مهم و حیاتی برای یک شرکت موفق بلندمدت است. در نتیجه، شرکت‌ها همیشه تمام توانایی‌های خود را برای افزایش مزیت رقابتی خود توسعه می‌دهند، اگرچه این امر اغلب توسط رقبا مانع یا تقلید می‌شود (پورتر، ۱۹۸۵).

اگرچه مفهوم مزیت رقابتی عمیقاً در بخش کسب‌وکار به‌عنوان یک عامل تمایز در عملکرد کسب‌وکار ریشه دارد، هنوز تعریف مشخصی از عوامل تعیین‌کننده آن وجود ندارد، این منجر به مشکل برای درک و مدیریت و استفاده در زمینه‌ی نای متفاوتی می‌شود اگرچه مفهوم مزیت رقابتی عمیقاً در بخش کسب‌وکار به‌عنوان یک عامل تمایزکننده در عملکرد تجاری ریشه دارد، هنوز تعریف مشخصی از عوامل تعیین‌کننده آن وجود ندارد و این امر منجر به دشواری درک و مدیریت و استفاده در زمینه‌های متفاوت می‌شود. پورتر که مزیت رقابتی را به‌عنوان پایه اساسی برای عملکرد بلندمدت برتر^۱ تعریف کرده است عملکرد بلندمدت بر اساس درک مشتری از ارزش برتر که ممکن است از طریق ویژگی‌های برتر باقیمت‌هایی برابر با بقیه بازار و یا هزینه‌های پایین‌تر از مزایای برابر حاصل شود.

لی و دانگ^۱ (۲۰۱۸) بیان کردند که مزیت رقابتی در اختیار داشتن ارزش‌های خاص است که به شرکت‌ها اجازه می‌دهد فرصت‌های تجاری را برای کسب سود به دست آورند. مزیت رقابتی از ارزشی ناشی می‌شود که شرکت‌ها می‌توانند برای خریداران ایجاد کنند. این ارزش سطح تمایلی است که مشتری برای کالاها یا خدمات می‌پردازد و زمانی ارزش بالاتری ظاهر می‌شود که شرکت خدمات تقریباً مشابهی را که رقبا خود انجام می‌دهند و با قیمت کمتری به فروش می‌رساند، ظاهر می‌شود. با ابزارهای منحصربه‌فرد را با قیمتی بالاتر از حد معمول ارائه می‌دهد اما همچنان رضایت مصرف‌کنندگان را جلب می‌کند.

در تکمیل مطالب بالا می‌توان بیان نمود که میلر پیشنهاد کرده بود که سازمان‌های که کارآفرینی دارند، به احتمال بیشتری موفق هستند. کارآفرینی یک گرایش نوآورانه، فعال و ریسک‌پذیر تمایل به تسخیر فرصت‌های آینده است. سازمان‌ها با گرایش کارآفرینی تمایل به خلق قابلیت‌هایی دارند

¹ -Le and Dang

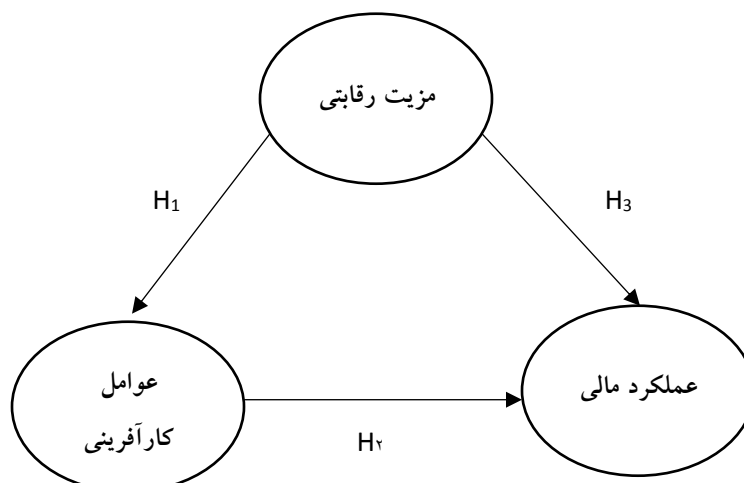
که آن‌ها را از رقبا جدا می‌کند و با محیط‌های متغیر تطبیق می‌یابد؛ بنابراین، کارآفرینان به تضمین مزایای رقابتی و بهبود عملکرد کسب‌وکار کمک می‌کنند.

امین و همکاران، ۲۰۱۶ بیان می‌کردند که کارآفرینی بر عملکرد مالی اثر می‌گذارد این یافته‌ها با نظریه مبتنی بر منابع همخوانی دارند که حاکی از آن است که مزیت رقابتی یک شرکت و عملکرد برتر از منابع و توانایی‌ها سرچشمه می‌گیرد (بارنی^۱، ۱۹۹۱).

باین‌حال، برخی مطالعات تاثیر مثبت و قابل توجه جهت‌گیری کارآفرینی بر مزیت رقابتی را بیان کرده‌اند.

در یک مطالعه دیگر، اسماعیل و همکاران، ۲۰۱۰ واسطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد مالی را یافتند. علاوه بر این، مطالعات گذشته نشان داده‌اند که مزیت رقابتی به‌طور مثبت و قابل توجه بر عملکرد شرکت تاثیر می‌گذارد

بنابراین با توجه به مبانی نظری مدل مفهومی پژوهش بصورت زیر قابل بیان است:



شکل ۱؛ مدل مفهومی پژوهش (کورهان کاراچا اوغلو و همکارانش، ۲۰۱۳)

بر اساس مدل مفهومی فرضیه‌های تحقیق بصورت زیر قابل بیان است:

فرضیه ۱: کارآفرینی به‌صورت مثبت و معنادار بر عملکرد مالی تاثیر دارد.

^۱ -Barney , 1991

^۲ -

فرضیه ۲: کارآفرینی به صورت مثبت و معنادار بر مزیت رقابتی تأثیر دارد.

فرضیه ۳: مزیت رقابتی به صورت مثبت و معنادار رابطه بین کارآفرینی و عملکرد مالی را میانجیگری می‌کند.

۳- روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران و کارکنان ارشد چهار شرکت بزرگ شهر تبریز است. جامعه آماری پژوهش ۱۸۷ نفر در مجموع انتخاب گردید و از این تعداد نفر مدیر و نفر کارمند ارشد به روش نمونه‌گیری غیر تصادفی قضاوتی انتخاب شدند. طرح نمونه‌گیری قضاوتی هنگامی مورد استفاده قرار می‌گیرد که طبقه محدودی از افراد دارای اطلاعاتی باشد که محقق در جستجو آن‌هاست. با اینکه نمونه‌گیری قضاوتی ممکن است موجب کاهش تعمیم‌پذیری یافته‌ها شود چراکه نمونه انتخاب شده از بین افراد متخصص در دسترس است، اما این شیوه تنها شیوه نمونه‌گیری است که می‌توان برای به دست آوردن اطلاعاتی که لازم است از افراد خاصی که دارای علم و دانش مربوط هستند و می‌توانند اطلاعات مورد نظر را ارائه دهند، مورد استفاده قرار داد.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه است. پرسشنامه در سه بخشنامه همراه، اطلاعات جمعیت شناختی و سؤالات اختصاصی تنظیم گردید. در بخش اول تحت عنوان نامه همراه، علاوه بر بیان عنوان پژوهش، هدف از گردآوری اطلاعات به وسیله پرسشنامه و ضرورت همکاری صمیمانه پاسخ‌دهندگان در تکمیل پرسشنامه توضیح داده شد. بخش جمعیت شناختی شامل سؤالات در مورد مشخصات عمومی پاسخ‌دهندگان از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سنوات خدمت پاسخ‌دهندگان است. آخرین بخش نیز شامل سؤالات اختصاصی در مورد متغیرهای مستقل و وابسته است. مزیت رقابتی (۷ سوال) عملکرد مالی (۵ سوال) و عوامل کارآفرینی (۶ سوال)

سؤالات مربوط به قابلیت‌های است همچنین مقیاس مورد استفاده طیف پنج درجه‌ای لیکرت است. این مقیاس به طور خاص از مبنای کاملاً مخالف، مخالف، بی‌نظر، موافق و کاملاً موافق

استفاده می‌کند. بر این اساس از اعضای نمونه آماری درخواست گردید تا بر اساس مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت، به سؤالات پرسشنامه پاسخ دهند.

روشی که در این پژوهش برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری استفاده می‌شود، شامل سه معیار روایی ۵، روایی تشخیصی سازه و روایی همگرا و نیز پایایی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ است. روایی سازه مفهوم مرکبی است که مستلزم بررسی چند مرحله است و با روایی ضابطه شامل روایی هم‌زمان، روایی پیشگویی کننده، روایی تمایز و روایی همگرایی سنجیده می‌شود. روایی سازه عبارت از میزان صحت مقیاس در اندازه‌گیری ساخت نظری یا ویژگی موردنظر است. (محمد بیگی و همکاران، ۱۳۹۳) برای بررسی روایی سازه پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. برای بررسی روایی تشخیصی نیز از تجزیه تابع تشخیص استفاده می‌شود. در این شیوه یک گروه‌بندی اولیه از آزمودنی‌ها وجود دارد و هدف از این تجزیه و تحلیل آن است که گروه‌بندی اولیه بر اساس داده‌های دیگر نیز تأیید شود. (مصر آبادی و همکاران، 1395) درنهایت روایی همگرا عبارت از همبستگی نسبتاً قوی میان سؤال و متغیر اصلی است. درنهایت ضریب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده سازگاری درونی سؤالات است که متغیر مشابهی را موردسنجش قرار می‌دهند. نتایج حاصل از سنجش روایی سازه، روایی تشخیصی و روایی همگرا و نیز پایایی شامل ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی سؤالات پرسشنامه به تفصیل در جدول ۳ ارائه شده است.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در اولین گام به بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها با به‌کارگیری آزمون کلموگوروف-اسمیرنوف پرداخته می‌شود. گام بعد به ارزیابی روایی و پایایی پرسشنامه اختصاص دارد. سپس به منظور آزمون مدل پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده می‌شود. معادلات ساختاری، از یک بخش ساختاری که ارتباط بین متغیرهای مکنون را نشان می‌دهد و یک مؤلفه اندازه‌گیری که نحوه ارتباط متغیرهای مکنون و نشانگرهای آن را منعکس می‌کند، تشکیل شده است.

استفاده از روش معادلات ساختاری از مزیت‌های بااهمیت برخوردار است که مهم‌ترین آن‌ها تخمین مجموعه‌ای از معادلات ساختاری به صورت هم‌زمان است. معادلات ساختاری SPSS و smartpls3 می‌باشد.

۴- یافته‌ها

۴-۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

تجزیه و تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

ویژگی‌های جمعیت شناختی	طبقات	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۵۴	۸۴
	زن	۳۰	۱۶
سن	۲۰-۲۵	-	-
	۲۶-۳۰	-	-
	۳۱-۴۰	۹۶	۵۱/۳
	۴۱-۵۰	۸۲	۴۳/۹
	۵۰ سال به بالا	۹	۴/۸
تحصیلات	دیپلم	۸	۴/۳
	فوق دیپلم	۱۰	۵/۳
	لیسانس	۶۵	۳۴/۸
	فوق لیسانس	۷۶	۴۰/۶
	دکتری	۲۸	۱۵
سابقه کاری	زیر ۵ سال	۹	۴/۸
			۲۵/۱
			۴۲/۸
			۲۷/۳

برای بررسی برازش مدل گیری از دو شاخص پایایی و روایی استفاده شده است. در بخش پایایی از پایایی باره‌ای عاملی (تحلیل عامل تأییدی)، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) ۱ استفاده شده است. در تحلیل بار عاملی، حداقل مقدار مطلوب باید بالای ۰/۴ باشد که در تحقیقات امروزی، بهتر است این مقدار نزدیک به ۰/۷ و بالاتر باشد و همچنین، مقدار بالاتر ۰/۷ برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مناسب است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷) نتایج باره‌ای

عاملی در جدول (۲) قابل مشاهده است و نشان دهنده مقدار بارهای عاملی بسیار مطلوب برای هر متغیر آشکار است. نتایج توصیفی متغیرها، پایایی آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نیز در جدول (۲) آمده است و نشان دهنده پایایی بالای متغیرها است.

جدول (۲): نتایج روایی و پایایی متغیرها

متغیر	گویه	بار عاملی	میانگین	انحراف معیار	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیب
مزیت رقابتی (CA)	سؤال ۱	۰/۸۲۳	۳/۷	۰/۷۲۵۹۸	۰/۷۵۸	۰/۸۹۷
	سؤال ۲	۰/۸۵۰				
	سؤال ۳	۰/۷۳۰				
	سؤال ۴	۰/۷۹۵				
	سؤال ۵	۰/۸۷۳				
	سؤال ۶	۰/۵۹۹				
	سؤال ۷	۰/۵۰۰				
عملکرد مالی (PF)	سؤال ۱	۰/۶۸۴	۳/۷	۰/۷۲۳۳۰	۰/۸۶۲	۰/۸۳۹
	سؤال ۲	۰/۵۴۷				
	سؤال ۳	۰/۸۰۸				
	سؤال ۴	۰/۸۰۹				
	سؤال ۵	۰/۷۰۸				
عوامل کارآفرینی (EO)	سؤال ۱	۰/۷۴۸	۳/۶	۰/۷۴۷۸۳	۰/۸۲۷	۰/۸۷۴
	سؤال ۲	۰/۷۲۱				
	سؤال ۳	۰/۷۵۳				
	سؤال ۴	۰/۸۰۳				
	سؤال ۵	۰/۵۸۵				
	سؤال ۶	۰/۷۷۰				

از معیار میانگین واریانس استخراج (AVE) برای روایی همگرایی متغیرهای پنهان استفاده شده است. این معیار نشان دهنده میزان همبستگی یک سازه با شاخصه‌ای خود است که حد قابل قبول برای این معیار برابر با ۰/۵ و بالاتر است. برای سنجش روایی واگرا از معیار HTMT بهره به ردهایم که چند صفتی بودن متغیرهای مشاهده شده را بر تک صفتی بودن آنها اندازه گیری می کند. مقادیر قابل قبول برای این معیار باید کمتر از ۰/۹ در هر یک از روابط

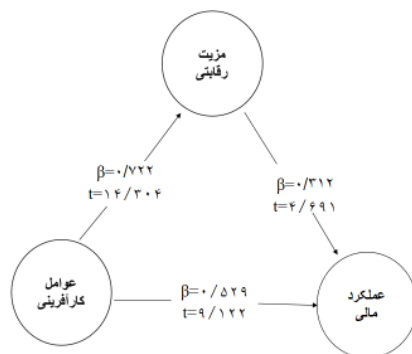
بین متغیرهای پنهان باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷) رویی همگرا و واگرای مطلوب متغیرها در جدول (۳) قابل مشاهده است که نشان از تأیید هر یک از معیارها را می‌رساند.

جدول (۳): نتایج رویی همگرا و واگرای مطلوب متغیرها

متغیر	میانگین واریانس استخراج شده	ضریب تعیین	شاخص افزونی	HTMT		
				مزیت رقابتی	عملکرد مالی	کارآفرینی
۱-مزیت رقابتی	۰/۵۶۲	۰/۵۲۱	۰/۷۱۷		۰/۸۶۶	-
۲-عملکرد مالی	۰/۵۱۵	-	۰/۸۸۱	-	-	-
۳-عوامل کارآفرینی	۰/۵۳۸	۰/۶۱۵	-	۰/۸۴۰	۰/۹	-

در این پژوهش برای ارزیابی مدل ساختاری از معیارهایی چون ضریب تعیین (R^2)، شاخص افزونگی (Q^2) و اعداد معناداری t بهره برده‌ایم. معیار ضریب تعیین برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا می‌گذارد. مقدار (R^2) تنها برای سازه‌های درونزای مدل محاسبه می‌گردد. چین در سال ۱۹۹۸، سه مقدار ۰/۰،۳۳/۱۹ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ضریب تعیین معرفی کرده است. همچنین شاخص افزونگی، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند. هِنسِلِر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل به ترتیب برای ضعیف، متوسط و قوی سه مقدار ۰/۰،۱۵/۰۲ و ۰/۳۵ را تعیین کرده‌اند. نتایج بسیار مطلوب این معیارها در جدول (۳) قابل مشاهده است. از سوی دیگر، ضرایب مسیر یا همان ضریب بتا، نشان دهنده مقدار تبیین، شدت و جهت تأثیر بین دو متغیر پنهان بوده که عددی بین ۱- و ۱+ است که در بررسی نهایی فرضیه‌های تحقیق استفاده می‌شود. با توجه به خروجی مدل مفهومی تحقیق (شکل ۱) بین متغیرهای پنهان تحقیق رابطه خطی وجود دارد. بین متغیرهای پنهان تحقیق رابطه خطی وجود دارد.

¹ -Hensler et al)



شکل (۲): مدل مفهومی با نتایج فرضیه ها

در نهایت اعداد معناداری t ، معیاری برای سنجش رابطه بین متغیرها در مدل بخش ساختاری است. در صورتیکه مقدار این اعداد از $1/96$ بیشتر شود، صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطوح اطمینان مختلف را می‌رساند. اعداد معناداری در سطوح اطمینان $95,99$ و $99/9$ درصد به ترتیب برابر با $2/1,58/96$ و $3/27$ است. برای به دست آوردن اعداد معناداری t دقیق‌تر در نرم‌افزار از فرمان بوتسترپینگ 3 با تعداد 5000 استفاده شده است (حسینی و همکاران، 1397)

جدول (۴): نتایج فرضیه ها

نتایج در سطح		معناداری	ضریب t	ضریب مسیر	فرضیه‌ها
0/05	0/01				
تأیید	تأیید	0/000	14/304	0/722	۱. کارآفرینی ← مزیت رقابتی
تأیید	تأیید	0/000	9/122	0/529	۲. کارآفرینی ← عملکرد مالی
تأیید	تأیید	0/000	4/691	0/312	۳. مزیت رقابتی ← عملکرد مالی

بطور کلی، با توجه به نتایج حاصل از کلیه معیارها، نتایج فرضیه‌های پژوهش در جدول (۴) تشریح شده است که تأیید همه فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که همه مسیرهای پژوهش معنادار است. در این مطالعه عوامل کارآفرینی و عملکرد مالی عاملی اثرگذار بر مزیت رقابتی شناخته شدند که به صورت مثبت و معنادار بر رفتار مالی تاثیر دارند. از طرفی عوامل کارآفرین نیز اثر مثبت و معناداری بر مزیت

رقابتی داشت. همچنین اثر میانجی مزیت رقابتی در روابط بین عملکرد مالی و کارآفرینی، تایید شد.

فرضیه اول پژوهش که بر تأثیر کارآفرینی بر عملکرد مالی داشت، نتایج حاصل نشان داد که این تأثیر معنادار است. این یافته با مطالعات انجام گرفته شده توسط امین و همکاران^۱، ۲۰۱۶ در یک راستا است.

هدف دوم مطالعه که در ارتباط با فرضیه دوم مطالعه است بر تأثیر مزیت رقابتی بر عملکرد مالی تمرکز داشت که نتایج حاصل نشان داد که این تأثیر معنادار است. این یافته با مطالعات انجام گرفته توسط اسماعیل و همکاران، ۲۰۱۰ در یک راستا است

هدف سوم مطالعه که در ارتباط با فرضیه سوم مطالعه است بر تأثیر مزیت رقابتی واسط بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد مالی تمرکز داشت که نتایج حاصل نشان داد که این تأثیر معنادار است. این یافته با مطالعات انجام گرفته توسط

در یک راستا است. ر مطالعات بعدی رابطه بین کارآفرینی شرکتی و عملکرد شرکت را می توان در زمینه معیارهای عملکرد کیفی به کاربرد. همچنین یافته های مطالعات بر روی نمونه های مختلف و بزرگ تر ممکن است به غنی سازی ادبیات کمک کند

۵- نتیجه گیری

همان گونه که پیش از این گفته شد هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر عوامل کارآفرینی و عملکرد مالی با میانجگری مزیت رقابتی در شرکت های صنعتی در شهر تبریز می باشد؛ که طی مراحل مقدماتی و مرور پژوهشی و تحقیقات انجام شده داخلی و خارجی و همچنین مرور نظرات مختلف در زمینه کارآفرینی و مزیت رقابتی و عملکرد مالی می باشند و نهایتاً برای تایید فرضیات تحقیقاز طریق پرسشنامه در یک نمونه ۱۸۷ نفری از مدیران و کارمندان ارشد شرکت های صنعتی شهر تبریز مورد جمع آوری و سپس با استفاده از تکنیک آماری، این داده ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت؛ و نشان داد که عوامل کارآفرینی و مزیت رقابتی تاثیر معنادار دارد و همچنین عوامل

¹ -Amin et al.

کارآفرینی بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معنادار دارد و در نهایت مثبت و معنادار رابطه مزیت رقابتی بر عملکرد مالی تایید شد با توجه به یافته‌های پژوهش،

۶- منابع

حسینی، سید صمد؛ کرمی، اژدر و نیکخواه تکمه‌دانش، یونس (۱۳۹۷). مدل‌سازی معادلات ساختاری با Smart PLS V3: رویکرد پایان‌نامه‌نویسی و مقاله‌نویسی. چاپ اول، تهران: انتشارات اندیشه فاضل. حرمتی احمد، کچویی احمد، قدیر محمدرضا، سرکشکیان سیدسعید، اشراقی محسن، پزشکی مدرس مهدی & ... اسحاق حسینی سیدجلال. بررسی پیامدها و عوارض گاستروستومی اندوسکوپی از طریق پوست در بیمارستان شهید بهشتی قم، سال ۱۳۹۶-۱۳۹۳. فریدیان، کبری، رضایی، & مصرآبادی. (۲۰۲۱). اثربخشی آموزش راهبردهای خودتنظیمی بر آمادگی به یادگیری الکترونیکی و یادگیری خود راهبر در دانشجویان مشغول به تحصیل در دوره‌های مجازی. نشریه علمی آموزش و ارزشیابی (فصلنامه)، ۱۴(۵۵)، ۱۸۳-۱۶۵. عالم تبریز اکبر، سعیدی حسام، & دیلمی معزی صارم. بکارگیری رویکرد تلفیقی تحلیل پوششی داده‌ها و فرایند تحلیل سلسله مراتبی برای ارزیابی کارایی دانشکده‌های دانشگاه شهید بهشتی. عاشقی، بهنام، همتی نژاد، مهرعلی، نظریان، بیگ محمدی، ... & هلمت. (۲۰۲۲). بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار در جذب گردشگران ورزشی (مطالعه موردی: استان گیلان). مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی، ۲(۴)، ۶۰-۴۳.

Miller, D., & Friesen, P. H. (1978). Archetypes of strategy formulation. *Management science*, 24(9), 921-933.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.

Covin, J. G., & Covin, T. J. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(4), 35-50.

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of management development*.

Neundorf, A., Gerschewski, J., & Olar, R. G. (2020). How do inclusionary and exclusionary autocracies affect ordinary people?. *Comparative Political Studies*, 53(12), 1890-1925.

Tangen, S. (2004). Performance measurement: from philosophy to practice. *International journal of productivity and performance management*.

Chien, D. T., Bahri, S., Szardenings, A. K., Walsh, J. C., Mu, F., Su, M. Y., ... & Kolb, H. C. (2013). Early clinical PET imaging results with the novel PHF-tau radioligand [F-18]-T807. *Journal of Alzheimer's Disease*, 34(2), 457-468.

- Phan, L. T., Nguyen, T. V., Luong, Q. C., Nguyen, T. V., Nguyen, H. T., Le, H. Q., ... & Pham, Q. D. (2020). Importation and human-to-human transmission of a novel coronavirus in Vietnam. *New England Journal of Medicine*, 382(9), 872-874.
- Voysey, M., Clemens, S. A. C., Madhi, S. A., Weckx, L. Y., Folegatti, P. M., Aley, P. K., ... & Bijker, E. (2021). Safety and efficacy of the ChAdOx1 nCoV-19 vaccine (AZD1222) against SARS-CoV-2: an interim analysis of four randomised controlled trials in Brazil, South Africa, and the UK. *The Lancet*, 397(10269), 99-111.
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship theory and practice*, 43(1), 3-18.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- Kuda, O., Jelenik, T., Jilkova, Z., Flachs, P., Rossmeisl, M., Hensler, M., ... & Kopecky, J. (2009). n-3 fatty acids and rosiglitazone improve insulin sensitivity through additive stimulatory effects on muscle glycogen synthesis in mice fed a high-fat diet. *Diabetologia*, 52(5), 941-951.
- Epstein, J. I., Egevad, L., Amin, M. B., Delahunt, B., Srigley, J. R., & Humphrey, P. A. (2016). The 2014 International Society of Urological Pathology (ISUP) consensus conference on Gleason grading of prostatic carcinoma. *The American journal of surgical pathology*, 40(2), 244-252.
- Diochon, Monica; Anderson, Alistair R. (1 March 2011). "Ambivalence and ambiguity in social enterprise; narratives about values in reconciling purpose and practices". *International Entrepreneurship and Management Journal*. 7 (1): 93–109. doi:10.1007/s11365-010-0161-0. hdl:10059/613. ISSN 1555-1938. S2CID 144081539.
- ^Jump up to:a b Gaddefors, Johan; Anderson, Alistair R. (1 January 2017). "Entrepreneursheep and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 23 (2): 267–278. doi:10.1108/IJEBr-01-2016-0040. hdl:10059/2299. ISSN 1355-2554.
- ^Alvarez, Sharon A.; Busenitz, Lowell W. (1 December 2001). "The entrepreneurship of resource-based theory". *Journal of Management*. 27 (6): 755–775. doi:10.1177/014920630102700609. ISSN 0149-2063. S2CID 220587830.