

بررسی تاثیر مولفه‌های تمایل کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز

مهرداد یزدانی

گروه مدیریت مالی و حسابداری، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

yazdani@niroutrans.com

منصور امینی لاری

استادیار گروه مدیریت و اقتصاد، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

چکیده- هدف پژوهش مولفه‌های تمایل کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی شیراز می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه استاندارد گرینی^۱، ۲۰۲۰ بوده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از آزمون‌های روایی واگرا، روایی همگرا در نرم‌افزار پی‌ال‌اس استفاده شده است. همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که مولفه‌های تمایل کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به اینکه متغیرهای یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است مولفه‌های تمایل کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر مثبت و معناداری دارند، می‌توان با استفاده از شیوه‌های مختلف که در قسمت پیشنهادت ارائه شده است، این تاثیرات را افزایش داد.

کلید واژه‌ها: مولفه‌های تمایل کارآفرینانه، چارچوب سازمانی، بازده کسب و کار، شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز

¹ Greene

مقدمه

از اوایل دهه ۱۹۸۰ با اهمیت یافتن کارآفرینی و تاکید شرکت‌ها بر نوآوری برای بقا و رقابت با کارآفرینانی که بیش از پیش در صحنه بازار ظاهر می‌شدند، موجب هدایت فعالیت‌های کارآفرینانه به درون شرکت‌ها شدند (فایلا^۱ و همکاران، ۲۰۱۷). کارآفرینی در بازارهای رقابتی امروز به‌عنوان یک پدیده روبه رشد است و موفقیت کارآفرینان به بازاریابی درست و استفاده صحیح از قابلیت‌های بازاریابی برای کسب مزیت رقابتی برتر نسبت به رقبای بستگی دارد و قابلیت نوآوری و شناخت فرصت‌ها برای بقای شرکت‌ها حیاتی است (بارنز^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). نوآوری وجه مشترک بین کارآفرینی و قابلیت بازاریابی است، که کارآفرینان توسط نوآوری فرصت‌ها را به محصولات و خدمات قابل عرضه به بازار ارائه می‌کنند. کارآفرینان مسئول نوآوری و خلاقیت در درون سازمان هستند و می‌کوشند یک ایده را به یک واقعیت سودآور تبدیل کنند. زیرا کارآفرینان ریسک ناشی از ایده‌های بدیع و نو را می‌پذیرند. سازمان‌های کارآفرین سعی دارند موانع ارتباطی با محیط خارج را از بین ببرند و ایده‌ها و گرایش‌های مشتری را مورد توجه واحد تحقیق و توسعه خود قرار دهند و جوهر موفقیت‌های کارآفرینانه همان استراتژی‌هایی است که از طریق آن سازمان با محیط خارجی خود پیوند می‌خورد و با آن جفت می‌شود (فایلا^۳، ۲۰۱۷). کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و می‌دارند. در این میان یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. تغییرات در محصولات و مکانیسم‌های بازار اغلب بدین صورت است که شرکت‌ها دست به بهره‌برداری از فرصت‌هایی می‌زنند که دیگر سازمان‌ها دنبال نمی‌کنند و گاه حتی از وجود کارآفرینی شرکتی آنها مطلع نیستند (استرین^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). در این زمینه نوآوری نقش راهبری و عمده را ایفا می‌کند. مجموعه فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را در یک سازمان امکان‌پذیر کرده و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌ها است در حقیقت کارآفرینی شرکتی به‌عنوان دریچه‌ای به سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها قلمداد می‌شود. قابلیت‌های بازاریابی به‌عنوان منابع یک شرکت در نظر گرفته می‌شوند که کارآفرینان و مدیران با استفاده از آن می‌توانند محصولات و خدمات جدیدی را ایجاد نمایند (هائونت^۵ و

¹ Failla

² Burns

³ Failla

⁴ Estrin

⁵ Hunt

همکاران، ۲۰۱۹). از این رو قابلیت‌های بازاریابی فرآیند یکپارچه‌ای هستند که در آن شرکت منابع محسوس و نامحسوس را بر درک پیچیدگی نیازهای خاص مشتریان، دستیابی به یک تمایز نسبی در محصولات برای برتری رقابتی و در نهایت دستیابی به یک کیفیت برند مناسب به کار می‌برد و زمانی این قابلیت‌ها گسترش می‌یابند که در یک محیط پویا قرار گیرند و کارآفرینی سازمانی باعث انعطاف‌پذیری و انطباق شرکت در زمان تغییرات محیطی می‌شود (بارنز^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). پژوهش‌های زیادی اثرگذاری بازارمحوری را بر کارآفرینی سازمانی بررسی کرده‌اند و نتایج پژوهش‌های آنها نشان می‌دهد که کارآفرینی سازمانی بر نوآوری و ارزش مشتری تاثیر دارد. بررسی شرکت‌های موفق حاکی از آن است که این شرکت‌ها و سازمان‌ها در مقایسه با شرکت‌های کمتر موفق، محصولات و ایده‌های جدید بیشتری را طراحی می‌کنند، از منابع خود به صورت کارآمدتر و مؤثرتر بهره می‌گیرند، به صورت خلاق‌تری محصولات خود را تبلیغ و برای فروش عرضه می‌کنند و از مدیریت اثربخشی برخوردارند. نوآوری لازمه بقای یک شرکت است (جونز^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری که پتر دراگر اذعان می‌کند که بدون نوآوری، کارآفرین بودن امکان ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای نمی‌دهد. سازمان‌ها در محیط پویای رقابت جهانی امروز با وجود تغییرات سریع جهانی، جهت بقا و دستیابی به موفقیت‌های رقابتی به طور فزاینده‌ای به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه متعهد شده‌اند امروزه کارآفرینی از طریق ایجاد فعالیت‌های اشتغال‌زا، خلق نوآوری، گسترش خلاقیت و ایجاد محیط رقابتی نقشی محوری در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند (مازارول^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). شرکت‌هایی که از میزان کارآفرینی بهره می‌برند همواره در حال بررسی و نظارت بر محیط عملیاتی خود هستند تا بتوانند موقعیت‌های جدیدی به دست آورند و بتوانند توان شرکت‌هایی را که علاقه‌مند هستند تا از اطلاعات مربوط به مشتریان و شرکت‌های رقیب خود استفاده کنند به گونه‌ای موثر، محصولات و جایگاه خود را در بازار متمایز از دیگر شرکت‌ها نمایند (اولوگولا^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). علاوه بر به دست آوردن اطلاعات، شرکت‌های کارآفرین نیاز دارند تا از این اطلاعات برای کمک به تصمیم‌گیری‌های خود استفاده کنند. اخیراً تغییر و تحولات در زمینه رقابت روزافزون و عدم اطمینان شرایط محیطی باعث شده است که شرکت‌های بزرگ که تغییرات اندکی در روش و ساختارهای خود می‌دهند، نتوانند با شرکت‌های کوچک که از انعطاف‌پذیری، سرعت و نوآوری بالاتری برخوردار هستند،

¹ Burns

² Jones

³ Putniņš

⁴ Olugbola

رقابت کنند (پوتانیس^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). در این زمینه ارتقا و بهبود بازده سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای به عامل فعالیت‌های کارآفرینانه متکی می‌باشد. از سوی دیگر درک و تعهد مدیران به تمایلات کارآفرینانه نیز در آن نهفته است (دمسوس^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). لذا با توجه به این که چارچوب سازمانی و تمایل به کارآفرینی نقش مهمی در بازده شرکت‌های تولیدی دارد و همچنین شهرک صنعتی شیراز یکی از شهرک‌های مهم تولیدی در کشور می‌باشد، لذا بازده مثبت شرکت‌های صنعتی در شهرک صنعتی شیراز به‌عنوان یک قطب مهم صنعتی می‌تواند نقش به‌سزایی در اقتصاد از جمله اشتغال و درآمد ملی داشته باشد، لذا این تحقیق در پی بررسی تاثیر مولفه‌های تمایل کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب‌وکار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز می‌باشد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

تغییرات در محصولات و مکانیسم‌های بازار، اغلب بدین صورت است که سازمان‌ها دست به بهره‌برداری از فرصت‌هایی می‌زنند که دیگر سازمان‌ها دنبال نمی‌کنند و گاه حتی از وجود آن‌ها مطلع نیستند. در این زمینه، نوآوری نقش راهبردی و عمده را ایفا می‌کند. به‌عنوان یک عنصر از جهت گیری استراتژیک، تمایل کارآفرینانه نشان‌دهنده‌ی نوع تصمیم‌گیری شرکت‌ها و سبک خلاق در عمل است (تیاگو^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). از جمله شاخص‌های اصلی تمایل کارآفرینانه، پیشگامی و سیاست‌های مخاطره‌پذیری، می‌توانند به شرکت‌ها در شناسایی و تصرف بر فرصت‌های کسب‌وکار جدید و نیز در پیش‌بینی و کشف پتانسیل بازارها کمک کند. سیرن^۴ و همکاران در سال ۲۰۱۷ بیان داشتند که سازمان‌های کارآفرین به‌صورت فعالانه اطلاعات را از مشتری دریافت می‌کنند و نسبت به رقبا عملکرد بهتری دارند. زیرا این سازمان‌ها با سازماندهی مجدد منابع، از جمله قابلیت‌های بازاریابی می‌توانند نوآوری را در سازمان خود ایجاد کنند و پاسخ سریع‌تری نسبت به رقبا به تغییرات محیط بدهند (مولتوراک^۵ و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین سازمان‌های کارآفرین قادرند تا مزایای رقابتی بیشتری را کسب نمایند. با این وجود تحقیقات منظم و تجربی برای بررسی چنین ارتباطی در مورد کاربرد تمایلات کارآفرینانه و ابعاد و مفاهیم مرتبط با آن، با بازده و کسب‌وکار و نقش چارچوب سازمانی به‌عنوان تعدیل‌کننده در رابطه بین تمایل به کارآفرینی

¹ Putniņš

² De Massis

³ Teague

⁴ Sirén

⁵ Mutlutarık

و بازده کسب و کار براساس اطلاعات محققین در سازمان‌های ایرانی بسیار محدود و اندک می‌باشد. نباید از نظر دور داشت که از آن‌جا که در کشور ما کارآفرینی یک پدیده جدید تلقی می‌شود، کاربرد آن نیز در سازمان‌ها مراحل ابتدایی خویش را طی می‌کند. این امر لزوم پرداخت بیشتر به این مفاهیم و کاربرست نتایج حاصل را در صحنه رقابتی امروزی برای بقا در صنعت و کسب و کار بیش از پیش نمایان و مهم جلوه می‌نماید (احمد^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو تحقیق حاضر تلاش می‌نماید با توجه به اهداف پژوهش که مطالعه بر روی تاثیر تمایلات کارآفرینانه و چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌باشد، از نتایج این تحقیق کلیه مدیران و دست‌اندرکاران امر برنامه‌ریزی و نوسازی فضای کسب و کار شرکت‌ها به منظور اتخاذ استراتژی‌های موثر جهت افزایش ضریب نفوذ در بازار و بهبود بازده سازمانی از جنبه‌ها مختلف بهره‌مند گردند. با توجه به موارد ذکر شده و اینکه تاکنون تحقیقی با این عنوان انجام نشده لذا انجام این تحقیق اهمیت می‌یابد.

فرضیات تحقیق

فرضیه‌های پژوهشی اصلی

- ۱- تمایل به کارآفرینی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- ۲- چارچوب سازمانی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.

فرضیات فرعی

- نوآوری بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- پیشتازی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- جسارت‌طلبی رقابتی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- ریسک‌پذیری بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- پیچیدگی بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- رسمیت بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- تمرکز بر بازده کسب و کار شرکت‌های شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.

¹ Ahmed

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری داده پیمایشی است. در تحقیق حاضر جامعه آماری عبارت‌اند از مدیران و کارشناسان شهرک صنعتی شیراز، در این شهرک ۱۵۳۰ شرکت صنعتی وجود دارد که تعداد مدیران و کارشناسان ارشد بالغ بر ۱۰ هزار نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر مدیر و کارشناس ارشد انتخاب شده‌اند. جهت تجزیه و تحلیل آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از نمونه‌ها از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد.

متغیر	مولفه	گویه
چارچوب سازمانی	پیچیدگی	۱- میزان وجود عناوین شغلی مختلف در شرکت شما
		۲- نسبت کارکنان دارای مدارک بالای تحصیلی، یا کسانی که دارای سال‌های زیاد آموزش تخصصی هستند.
		۳- میزان وجود سطوح عمودی جهت جدا نمودن مدیریت ارشد اجرایی از کارکنان و کارگران در عمیق-ترین بخش‌های شرکت
		۴- تعدد سطوح سازمان به‌عنوان یک کل
		۵- نسبت تعداد مکان‌های جغرافیایی مجزا از مرکز اصلی سازمان به تعداد کارکنان
		۶- متوسط مسافت واحدها از مرکز اصلی سازمان
		۷- نسبت استقرار نیروی کار در واحدها به کل نیروی کار سازمان
رسمیت		۸- نسبت تعریف مشاغل دارای شرح شغل در شرکت شما
		۹- میزان کنترل با دقت کارکنان جهت تطابق بازده آنها با استانداردهای شغلی در نظر گرفته شده
		۱۰- درجه آزادی کارکنان جهت عدول از استانداردها
		۱۱- میزان دسترسی کارکنان به دستورالعمل‌ها یا رویه‌های مکتوب جهت انجام مشاغلشان
		۱۲- میزان تبعیت کارکنان و کارگران غیرآموزشی دارای رویه‌ها و دستورالعمل‌های مکتوب کاری، از ضوابط و دستورالعمل‌های مذکور
		۱۳- میزان آزادی عمل سرپرستان و مدیران میانی هنگام اتخاذ تصمیمات
		۱۴- میزان مکتوب بودن قوانین و رویه‌های موجود درون شرکت
تمرکز		۱۵- میزان مشارکت مستقیم مدیریت عالی شرکت در گردآوری اطلاعات برای اتخاذ تصمیمات
		۱۶- میزان کنترل مستقیم مدیریت عالی بر اجرای تصمیمات

۱۷- میزان اختیارات سرپرستان واحدهای شرکت در تعیین چگونگی بازده واحد خود و ارزیابی کارکنان		
۱۸- میزان حدود کاری سرپرستان شرکت در استخدام و اخراج کارکنان		
۱۹- درجه اختیار سرپرست‌های واحد شرکت در چگونگی پاداش به کارکنان (از قبیل افزایش حقوق)		
۲۰- میزان اختیارات سرپرست و مدیران اجرایی شرکت در چگونگی خرید تجهیزات و منابع لازم مورد نیاز		
۲۱- اصطلاح خطرطلبی در شرکت ما یک ویژگی مثبت در نظر گرفته می‌شود	ریسک	
۲۲- در شرکت ما افراد به ارائه ایده‌های جدید و پرریسک تشویق می‌شوند		
۲۳- شرکت ما بر هر دو اکتشاف و آزمایش فرصت‌ها تأکید می‌کند		
۲۴- شرکت ما به‌طور فعال نوآوری‌ها و پیشرفت در تجارت را به ما معرفی می‌کند	نوآوری	
۲۵- کسب‌وکار ما در روش‌های خود خلاقیت دارد		
۲۶- شرکت ما به دنبال راه‌های جدیدی برای انجام کارها است		تمایل به کارآفرینی
۲۷- شرکت ما سعی می‌کند در هر وضعیتی ابتکار عمل را در دست بگیرد		
۲۸- ما به صورت عالی فرصت‌ها را تعریف می‌کنیم	پیشتازی	
۲۹- ما در پاسخ‌گویی سازمانی ابتکار عمل داریم		
۳۰- به‌طور کلی شرکت ما در زمان رقابت می‌تواند سریعاً یک رویکرد جسورانه در برابر رقبای بگیرد	جسارت	
۳۱- در شرکت ما به کارکنان آزادی عمل و استقلال کافی برای تصمیم‌گیری داده می‌شود	طلبی	
۳۲- کسب‌وکار ما به شدت رقابتی است	رقابتی	
۳۳- میزان فروش محصولات و خدمات شرکت در مقایسه با سایر کسب‌وکارها		
۳۴- میزان سهم شرکت از بازار محصولات و خدمات در صنعت مربوطه (به نسبت اندازه)	رشد در فروش	
۳۵- توانایی شرکت در ارائه محصولات و خدمات جدید در مقایسه با سایر کسب‌وکارها		
۳۶- میزان دستیابی به سود فروش پیش‌بینی شده در سال جاری	بازگشت به سرمایه‌گذاری	
۳۷- میزان دستیابی به رشد فروش پیش‌بینی شده در سال جاری		
۳۸- میزان دستیابی به نرخ بازگشت سرمایه پیش‌بینی شده در سال جاری		
۳۹- میزان دستیابی به حاشیه سود عملیاتی شده در سال جاری	حاشیه سود	
۴۰- میزان رضایت از سود خالص دریافتی		
۴۱- میزان دستیابی به سهم بازار با توجه به سود دریافت شده سال جاری	عملیاتی	
۴۲- میزان جذب مشتریان جدید در هر سال	حفظ مشتری	
۴۳- میزان رضایت مشتریان از محصولات و خدمات شرکت		
۴۴- تلاش شرکت برای حفظ و نگهداری مشتریان فعلی		

محاسبه پایایی ابزار تحقیق با روش پی‌ال‌اس

پایایی این تحقیق مطابق با روش پی‌ال‌اس از سه طریق ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شده است.

ضرایب بارهای عاملی

شکل زیر مدل تحقیق را به همراه ضرایب بارهای عاملی نشان می‌دهد. با توجه به اینکه کلیه بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴ می‌باشند، لذا مدل از پایایی مناسب برخوردار است.

آلفای کرونباخ

نتایج آزمون آلفای کرونباخ که با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۱ انجام شد در جدول ذیل به اختصار ارائه گردیده است. چون مقادیر آلفا بالاتر از ۰.۷ می‌باشد حاکی از پایایی مناسب مدل دارد.

ضریب آلفای کرونباخ مربوط به پایایی پرسشنامه

متغیرها	آلفای کرونباخ
چارچوب سازمانی	۰.۷۶
تمایل به کارآفرینی	۰.۷۱
بازده کسب‌وکار	۰.۸۲

پایایی ترکیبی (سی‌آر)^۲

نتایج آزمون پایایی ترکیبی که با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۳ انجام شد به اختصار در جدول ذیل ارائه گردیده است. چون مقادیر پایایی ترکیبی بالاتر از ۰.۷ می‌باشد لذا مدل پایایی مناسبی دارد.

نتایج مربوط به پایایی ترکیبی (CR)

متغیرها	پایایی ترکیبی
چارچوب سازمانی	۰.۸۶
تمایل به کارآفرینی	۰.۸۳
بازده کسب‌وکار	۰.۸۹

^۱ Smart PLS

^۲ CR: Composite Reliability

^۳ Smart PLS

محاسبه روایی با روش پی‌ال‌اس^۱

در این تحقیق با کمک نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس روایی پرسشنامه، به وسیله روایی واگرا محاسبه گردید.

روایی همگرا

با توجه به اینکه در این پژوهش مقدار اوه (متوسط واریانس استخراج شده) برای هر یک از متغیرها بیشتر از ۰.۵ است، این اعداد حکایت از روایی همگرایی مناسب مدل دارند. با در نظر گرفتن مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰.۷ (کرونباخ^۲، ۱۹۵۱)، برای پایایی ترکیبی ۰.۷ (نونالی^۳، ۱۹۷۸) و برای اوه ۰.۵ (فرنل و لاکر^۴، ۱۹۸۱) می‌باشد و مطابق با یافته‌های حاصل تمامی این معیارها در مورد متغیرها مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی پژوهش حاضر را تأیید ساخت.

نتایج حاصل از روایی همگرا تحقیق

متغیرها	AVE
چارچوب سازمانی	۰.۶۴
تمایل به کارآفرینی	۰.۷۱
بازده کسب‌وکار	۰.۷۵

منبع: یافته‌های تحقیق

پیشنهادهای تحقیق

با تأیید شدن تمام فرضیه‌های تحقیق، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود؛

تمایل به کارآفرینی (نوآوری، پیشتازی، جسارت‌طلبی و ریسک‌پذیری) بر بازده کسب‌وکار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تأثیر مثبت دارد.

☑ با توجه به تأیید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱) تلاش برای ورود به بازارهای جدید قبل از سایر رقبا.

^۱ PLS

^۲ Cronbach

^۳ Nunnally

^۴ Fornel & Larker

(۲) شناسایی دقیق نقاط ضعف و قوت کسب‌وکار خود برای حضور هرچه قوی‌تر در صحنه فعالیت‌های صنعت مربوطه.

(۳) در نظر گرفتن واحدی مخصوص جهت تحقیق و توسعه، تا نیازها و خواسته‌های مشتریان را به‌صورت دقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و برای تامین آنها از روش‌های خلاقانه در شرکت استفاده نماید.

(۴) سرمایه‌گذاری بر روی پژوهش‌های بازار و بازاریابی در جهت خلق ایده‌های جدید و تمرکز بر فرصت‌های بوجود آمده در صنعت مورد فعالیت.

چارچوب سازمانی (پیچیدگی، رسمیت و تمرکز) بر بازده کسب‌وکار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.

☑ با توجه به تایید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

(۱) حداقل‌المقدور کاستن از سلسله مراتب رسمی بنگاه، جهت نزدیک کردن هرچه بیشتر واحدهای کاری به یکدیگر و هماهنگی آسانتر بین آنها جهت انجام وظایف.

(۲) دادن آزادی عمل بیشتر به پرسنل جهت ایفای وظایف محوله در چارچوب مقررات کاری، جهت بروز هرگونه خلاقیت و پرورش ایده‌های جدید.

(۳) مشارکت دادن پرسنل در نوع تصمیمات اتخاذی برای آینده فعالیت‌های بنگاه.

(۴) تاکید بر استفاده از نظرات و پیشنهادات رسیده از سوی پرسنل و تسهیل در روند به‌کارگیری از پیشنهادات مفید در جریان فعالیت‌های آتی بنگاه.

(۵) جایگزینی ساختارهای غیررسمی و نامتمرکز بجای ساختارهای سنتی، جهت ایجاد ارتباطات سازنده بین واحدهای مختلف تولید.

نوآوری بر بازده کسب‌وکار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.

☑ بر اساس آماره به‌دست آمده و تایید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

(۱) خلق و توسعه فرآیندی ارائه محصول مطابق با نیاز و سلیقه مشتری.

(۲) نوآوری در فعالیت‌های مهندسی شرکت و روند تولید محصولات.

(۳) نوآوری‌های لازم در روند مدیریتی بنگاه و تسهیل در امر به ظهور رسیدن فرآیندهای نوآورانه در بنگاه.

(۴) پرورش ایده‌های نو در امر تبلیغات و بازاریابی محصولات شرکت.

تمایل به پیشتازی بر بازده کسب‌وکار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.

☑ بر اساس آماره به‌دست آمده و تایید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

(۱) پاسخگویی سریع بنگاه در مورد اطلاعات کسب شده در مورد تمایلات مشتری.

- ۲) پیش قدم بودن به وسیله پیش دستی کردن و پیگیری فرصت‌های کسب و کار بوجود آمده.
- ۳) پیش رو بودن در ارایه شیوه‌ها، فنون و محصولات جدید.
- ۴) استفاده از ظرفیت کامل بنگاه برای غلبه بر رقبا با معرفی محصولات یا فناوری‌های جدید.
- بین جسارت‌طلبی رقابتی و بازده کسب و کار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- ✓ براساس آماره به دست آمده و تایید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
- ۱) بررسی دوره‌ای بازده بازار بنگاه در مقایسه با سایر رقبا به منظور شناسایی میزان پیشرفت کسب و کار در مقایسه با سایر رقبا.
- ۲) تلاش در جهت پوشش بخش بیشتری از بازار به نسبت سایر رقبا هم اندازه با بنگاه.
- ۳) ورود به بازهای جدیدالتاسیس پیش از سایر رقبا.
- ۴) شناسایی تامین کنندگان اصلی مواد مورد نیاز بنگاه و تنظیم قرارداد با آنان پیش از سایر رقبا به منظور اطمینان بخشی از تامین به موقع مواد مورد نیاز.
- ریسک پذیری بر بازده کسب و کار در شرکت‌های صنعتی شهرک صنعتی شیراز تاثیر دارد.
- ✓ بر اساس آماره به دست آمده و تایید فرضیه فوق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
- ۱) طراحی پروژه‌های مخاطره آمیز و حمایت مالی از این پروژه‌ها.
- ۲) افزایش ریسک پذیری مدیران بنگاه‌ها به منظور پاسخگویی سریع به نیازهای متغیر و متنوع مشتریان و استفاده از فرصت‌های محیطی بوجود آمده به نحو مناسب.
- ۳) انجام بررسی‌های دقیق و کارشناسانه توسط مدیران به منظور به حداقل رساندن ریسک ورود به عرصه‌های مورد نظر کسب و کار و کمک گرفتن از صاحب نظران بازار در اخذ تصمیمات پرخطر. این روند هرچند در ظاهر درجه ریسک پذیری کمتر مدیران را نشان می‌دهد اما در عمل با افزایش درجه اطمینان از ریسک‌های پذیرفته شده مدیران در عرصه کسب و کار و بالا بردن احتمال موفقیت آنان، روند پذیرش ریسک‌های مفید را برای کسب بازده بازدهی مطلوب افزایش می‌دهد.

منابع

- Bandura, A. (2018). Health promotion by social cognitive means. Health Education Behavior, 31, 143-164
- Campos, H., Alfonso, F and Valenzuela A. 2013. THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, TIME ORIENTATION AND SMALL

- BUSINESS PERFORMANCE: AN EVIDENCE FROM MEXICO. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, Campo Limpo Paulista, v.7, n.1, p.48-63.
- Collis, D. J., Montgomery, C. A., & Montgomery, C. A. (1997). *Corporate strategy: Resources and the scope of the firm* (p. 49). Chicago: Irwin.
- Carr, J. C. and Sequeira, J. M. (2007). "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach". *Journal of Business Research*. Vol, 60, PP. 1090-1098.
- Carter, N. M., Gartner, W. B. and Reynolds, P. D. (1996). "Exploring startup event sequences". *Journal of Business Venturing*, Vol, 11, PP. 151-166.
- Hacioglu.Gungor and et al. 2012. The effect of entrepreneurial marketing on firms innovative performance in Turkish SMEs. *procedia-social and behavioral scieces* 58.pp871-878.
- Hanny N, Nasution, Felix T, Mavondo, Margaret JekanyikaMatanda, Nelson OlyNdubisi. (2018). Entrepreneurship : Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, Volume 40, Issue 3, Pages 336-345.
- Hannon, Paul; and Scott, Jonathan; (2019); The State of Education Provision for Enterprise and Entrepreneurship: A Mapping Study of England's HEIs; *International Journal of Entrepreneurship Education* NO:4: 41-72.
- Kiprotich, S., Kimosop, J., Kemboi, A. and Kiprop, p. 2015. MODERATING EFFECT OF SOCIAL NETWORKING ON THE.
- Li, Y.H, Huang, J.W, and Tsai, M.T, (2019), Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process", *Industrial Marketing Management* 38, pp. 440-449.
- Lin, C.H, Peng, C.H, and T. Kao, D., (2018), The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance, *International Journal of Manpower* 29, pp 752-772.
- Lin, C.H, Peng, C.H, and T. Kao, D., (2018), The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance, *International Journal of Manpower* 29, pp 752-772.