

بررسی تاثیر تعدیلگری سرمایه اجتماعی و عدم اطمینان محیطی بر گرایش به کارآفرینی و عملکرد با نقش میانجیگری سرعت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان استان خراسان رضوی

***احسان محمدی باجگیران

**سیداحمد محمدی حسینی

*حسین بلوچی

* استادیار گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه گلستان، گرگان، ایران. h.balouchi@gu.ac.ir

** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران. sa.mohammadi@hsu.ac.ir

*** دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران. eh.mohammadi1991@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۰۷

صص: ۳۱-۴۶

چکیده

در محیط پویای امروزی داشتن استراتژی‌های مناسب به‌تنهایی برای سازمان‌ها کافی نبوده و باید آن‌ها قادر به هماهنگی با محیط خود نیز باشند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر تعدیلگری سرمایه اجتماعی و عدم اطمینان محیطی بر گرایش به کارآفرینی و عملکرد با نقش میانجیگری سرعت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی و پیمایشی است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه که بر مبنای پرسشنامه‌های استاندارد بود استفاده شد. جامعه آماری پژوهش مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در استان خراسان رضوی بودند که بالغ بر ۳۱۶ شرکت دانش‌بنیان در سطح استان خراسان رضوی فعالیت داشتند. که بر اساس فرمول کوکران ۳۲۰ نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شدند و پرسشنامه را تکمیل کردند. تجزیه و تحلیل اطلاعات هم برای مدل روابط مستقیم و هم برای مدل تعدیلگری نیز به کمک روش مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار لیزرل صورت پذیرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که گرایش کارآفرینی بر عملکرد شرکت و سرعت نوآوری تأثیرگذار است. هم‌چنین نقش واسط سرعت نوآوری در رابطه گرایش کارآفرینی و عملکرد مورد تأیید قرار گرفت. علاوه بر این نتایج نقش تعدیل‌گر سرمایه اجتماعی و عدم اطمینان محیطی در رابطه گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت مورد تأیید قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: گرایش به کارآفرینی، سرعت نوآوری، سرمایه اجتماعی، عدم اطمینان محیطی، عملکرد، شرکت‌های کوچک و متوسط.

نوع مقاله: پژوهشی

۱- مقدمه

تحلیل یا حتی دیدگاهی جدید است (وسی، بوتی، فلوا، کونتی و ال تارابیشی^۱، ۲۰۲۲). در شرایط امروزی بازار گرایش به کارآفرینی و توجه به سرعت نوآوری به سازمان‌ها برای رسیدن به این مهم کمک خواهد کرد (شان^۲ و

پویایی دنیای تجارت معاصر همراه با افزایش نابرابری، مسائل منابع انسانی، رفاه مردم، تغییرات آب و هوا و پایداری محیطی و همچنین رویدادهای غیرمنتظره مانند بیماری کرونا شرکت‌ها را مجبور به معرفی مدل‌های تجاری جدید کرده است. این تغییر مستلزم نگاهی جدید به یک پدیده کارآفرینی نوظهور، اتخاذ دیدگاهی گسترده و سنتی از

1. Vesci, Botti, Feola, Conti & El Tarabishy

2. Shan

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: حسین بلوچی H.balouchi@gu.ac.ir



همکاران، ۲۰۱۶).^۳ کارآفرینی یک عنصر محوری برای توسعه با تأثیرات اقتصادی و اجتماعی قدرتمند است (نگ، وود و باستیان، ۲۰۲۲). کارآفرینی فرآیندی اجتماعی-اقتصادی و تحت تأثیر وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی است. سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در رفع نیازهای سازمان‌ها و کمک به بقای آن‌ها در جهان رقابتی امروز ایفا می‌کند؛ به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی عملکرد بهتر و سریع‌تر و توسعه بیشتر را تسهیل می‌کند. علاوه بر این عملکرد توأم با نوآوری، مستلزم برقراری ارتباطات اثربخش و پایدار با کلیه ذی‌نفعان و محیط عمومی سازمان است و سرمایه اجتماعی شکلی از سرمایه است که سبب تسهیل دسترسی به اطلاعات و منابع حیاتی به منظور ارتقا عملکرد و استفاده مناسب از فرصت‌های محیطی می‌گردد (حسینی توابع، کاظمی و مهارتی، ۱۳۹۲).

همه‌گیری کووید-۱۹ در کنار سایر مسائل، تأثیر منفی بر وضعیت اقتصادی کشورها ایجاد کرده است که بر اثرات نامطلوب بحرانی که در پایان دهه گذشته آغاز شد، غلبه کرده و عمدتاً رشد اقتصادی مربوطه را کاهش داده و تأثیرات منفی بر اشتغال داشته است. و سطوح رفاهی با توجه به این اثرات منفی بر رفاه اجتماعی، سیاستگذاران تلاش کرده اند تا اقداماتی را اتخاذ کنند که از یک سو به معضل بهداشتی ایجاد کننده کووید (از طریق ساخت واکسن) رسیدگی کند و از سوی دیگر جلوی کاهش رشد اقتصادی را بگیرد و دوباره فعال شود. اقتصاد هر چه زودتر به سطح قبل از کووید برسد. از نقطه نظر کاملاً اقتصادی، سؤال این است که چگونه می‌توان اقداماتی را طراحی کرد که رشد اقتصادی را تحریک می‌کند تا اثرات منفی اقتصاد ناشی از همه‌گیری را کاهش دهد. برای دستیابی به این هدف، باید عواملی که بر رشد تأثیر مثبت دارند، تقویت کرد. از این نظر، ادبیات تخصصی کارآفرینی را یکی از عواملی می‌داند که می‌تواند به دستیابی به این هدف کمک کند (گالیندو - مارتینز، کاستونو-مارتینز و مندز-پیکازو^۴، ۲۰۲۱ الف؛ گالیندو - مارتینز، کاستونو-مارتینز و مندز-پیکازو^۵،

بسیار مهم است. با توجه به اینکه شرکت‌های کوچک و متوسط به منظور حفظ بقاء، سودآوری و رشد در محیط متغیر و متلاطم سازمان و پاسخ‌گویی به انتظارات و نیازهای مشتریان داخل و خارج از کشور ناگزیر هستند خود را با تغییرات و تلاطمات پر شتاب هماهنگ نمایند؛ لزوم مطالعه و بررسی نقش تعدیلگر عدم اطمینان محیطی و سرمایه اجتماعی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد با نقش واسط سرعت نوآوری ضرورت داشته و این پژوهش به دنبال بررسی این موضوع است. لذا در جامعه‌ی این پژوهش توجه به عملکرد سازمانی و تأثیرات متغیرهای مستقل، میانجی و تعدیلگر به‌عنوان یک مسئله و اهمیت باید مورد بررسی قرار گیرد. البته برخی از تأثیرات و ارتباطات بین این متغیرها در تحقیقات پیشین مورد بررسی قرار گرفتند که در ادامه توضیحاتی ارائه می‌شود؛ اما بیشتر تحقیقات پیشین، متغیرهای مورد بررسی در پژوهش کنونی را در قالب یک مجموعه بررسی نکردند. همچنین نقطه‌ی تفاوت دیگر، نقش تعدیل‌گری هم‌زمان متغیرهای عدم اطمینان محیطی و سرمایه اجتماعی است. از طرفی، جدای از تحقیقات مشابه یا

3. Ng, Wood & Bastian

4. Galindo-Martín, Castaño-Martínez & Méndez-Picazo

5. Galindo-Martín, Castaño-Martínez & Méndez-Picazo



ریسک‌پذیری و پیشگامی است و این سه بعد منعکس‌کننده این است که تا چه حدی شرکت در تصمیم‌گیری، محصولات، خدمات و شیوه‌های کسب‌وکار کارآفرینانه رفتار می‌کند (سمرا و همکاران، ۲۰۱۵). شومپیتر (۱۹۴۳) که از پیشگامان نظریه‌پردازی در مبحث نوآوری است نوآوری را محصول جدید باکیفیت بهتر، گشایش بازار جدید، روش جدید تولید محصول و شکل جدیدی از سازمان تعریف کرده است (آلگر، سنگوپتا و لاپیدرا، ۲۰۱۱). ریسک‌پذیری بازتابی از فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان نظیر تقبل بدهی‌های سنگین یا تعهد منابع بزرگ در جهت به دست آوردن بازدهی بالا از طریق درک فرصت‌های بازار است. ریسک‌پذیری اشاره به تمایل سازمان برای حمایت از پروژه‌های نوآورانه دارد حتی زمانی که نتیجه حاصل از فعالیت‌ها نامشخص باشد (گیل پچان و همکاران، ۲۰۱۳). پیشگامی اشاره به سازمان‌هایی دارد که دارای اراده‌ایی برای رهبری بازار و همچنین دوراندیشی برای به دست آوردن فرصت‌ها دارند، حتی اگر آن‌ها همیشه اولین برای ورود به بازار نباشند (شان و همکاران، ۲۰۱۶). در پیشگامی تلاش سازمان از طریق موضع تهاجمی برای واکنش به اقدام‌های رقبا است که به افزایش قدرت رقابت منجر می‌شود (کاراکائوگلو و همکاران، ۲۰۱۳).

سرعت نوآوری: تأکید بر سرعت نوآوری، نشان‌دهنده انتقال پارادایم از منابع سنتی‌تر مزیت به جهت‌گیری راهبردی ویژه برای رویارویی مناسب با تغییرات سریع محیط کسب‌وکار است (شائمی و همکاران، ۱۳۹۱). به‌طور کلی می‌توان گفت که سریع‌تر بودن باعث می‌شود که شرکت‌ها بتوانند محصولات جدید را توسعه دهند و بدین ترتیب احتمال بیشتری وجود دارد که آن‌ها بتوانند به‌عنوان اولین نفر محصولات خود را وارد بازار کنند و از مزایای پیشرو بودن استفاده کنند (کسلر و چاکرابارتی، ۱۹۹۶). نوآوری اشاره به توانایی شرکت برای ایجاد محصولات جدید و موفقیت در معرفی آن‌ها به بازار دارد (گیل-پچوان، ۲۰۱۳). سرعت نوآوری یک عنصر حیاتی برای رقابت در بازار است که می‌تواند به عملکرد بهتر منجر شود (شائمی و همکاران، ۱۳۹۱).

متفاوت در این زمینه، همان‌گونه که همواره مورد تأکید است، پژوهش‌های علوم انسانی و مدیریت وابسته به زمینه‌ای^۶ است که پژوهش در آن صورت می‌گیرد و این پژوهش در کشوری با شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی متفاوت و شرکت‌های کوچک و متوسط در حال انجام است. لذا تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این سؤال است که آیا گرایش به کارآفرین بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش واسط سرعت نوآوری با در نظر گرفتن متغیرهای عدم اطمینان محیطی و سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیرهای تعدیلگر در شرکت‌های کوچک و متوسط شهر مشهد تأثیرگذار است یا خیر؟

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

عملکرد: فرهنگ انگلیسی آکسفورد عملکرد را به‌عنوان اجراء، به کار بستن، انجام دادن هر کار منظم یا تعهد شده تعریف می‌کند (وثوقی نبری، ۱۳۹۵). عملکرد دارای دو جنبه وظیفه‌ای و عملیاتی است (لو، ۲۰۱۷). عملکرد وظیفه‌ای و عملیاتی به بهبود پاسخگویی به رقبا در یک محیط پویا به لحاظ انعطاف‌پذیری در فرآیند و هزینه و کیفیت محصول و توزیع اشاره دارد؛ درحالی‌که عملکرد کسب‌وکار به عملکرد مالی سازمان به لحاظ سودآوری و بازگشت سرمایه‌گذاری برمی‌گردد (ونوس، ۲۰۱۴). پژوهشگران در مطالعات مربوط به عملکرد، مؤلفه‌های مختلفی را برای سنجش آن به کار برده‌اند. معدودی از پژوهشگران مؤلفه‌هایی از عملکرد که بیشتر به هم مرتبط هستند را در گروه‌هایی جای داده و آن‌ها را نام‌گذاری کرده‌اند. به‌عنوان مثال پلهام (۱۹۹۷) مؤلفه‌های عملکرد را در سه دسته اثربخشی سازمانی، رشد/سهم و سودآوری جای داده است. همچنین مؤلفه‌های عملکرد را در دو دسته‌ی عملکرد بازار که مشتمل بر مؤلفه‌های حفظ مشتری و جذب مشتری جدید و عملکرد مالی که مشتمل بر مؤلفه‌های نرخ بازگشت دارایی، سهم بازار، رشد فروش است قرار داده‌اند (دعایی و بختیاری، ۱۳۸۶).

گرایش به کارآفرینی: مفهوم اصلی گرایش به کارآفرینی، یک ویژگی در سطح شرکت است که شامل نوآوری،

6. Concept or context



عملکرد آن‌ها رابطه مثبت و معناداری خواهد داشت. مارچ و شاپیرا (۱۹۸۷) در مطالعه خود بر روی ریسک‌پذیری مدیران پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت بین ریسک‌پذیری و بازدهی و عملکرد وجود دارد. در تحقیق دیگری پاتیلو و سودربوم^۷ (۲۰۰۰) به مطالعه و بررسی ریسک‌گریزی در میان مدیران سازمان‌های تولیدی پرداختند و تأثیر آن را بر عملکرد این سازمان‌ها مورد سنجش قرار دادند. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که بین ریسک‌گریزی مدیران و سودآوری سازمان‌ها همبستگی منفی وجود دارد و رابطه منفی بین ریسک‌گریزی و عملکرد دیده شد. همچنین سازمان‌های با استراتژی‌های ریسک‌پذیر منجر به تنوع عملکرد شده و در آینده ممکن است سودآور باشند و عملکرد بهتری را داشته باشند (ویکلند و شفر، ۲۰۰۳). در مطالعات داخلی نیز منصور و همکاران (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیدند که بین ریسک‌پذیری و عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین شاردری و همکاران (۱۳۹۴) و کنعانی و ملاحسینی (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیدند که ریسک‌پذیری رابطه مثبت و معناداری با عملکرد دارد. مطالعات انجام شده توسط هاگس و مورگان (۲۰۰۷) بیانگر این است که سازمان‌های پیشگام عملکرد بالایی را از خود نشان می‌دهند، زیرا آن‌ها به سیگنال‌های بازار پاسخ می‌دهند. سازمان‌های پیشگام به‌وسیله پیش‌بینی فعال و آمادگی برای تغییر در موقعیت بهتری برای استفاده کردن از سهم بازار قرار دارند. ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۰)، شاردری و همکاران (۱۳۹۴) و کنعانی و ملاحسینی (۱۳۹۱) به این نتیجه رسیدند که بین پیشگامی و عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پیشگامی سازمان‌ها با بهبود در عملکرد آن‌ها رابطه مثبتی دارد (اکتان و بولوت، ۲۰۰۸). لذا فرضیه شماره یک به‌صورت زیر بیان می‌شود: گرایش به کارآفرینی بر عملکرد تأثیر دارد.

رابرتز و هاپتمن (۱۹۸۷) دریافتند که نوآوری به‌طور مثبت با مدت زمان انتظار طولانی‌تر معرفی محصول در ارتباط است. نتایج تحقیقات مایر و آتربیک (۱۹۹۵) نشان داد که بودن و تازگی محصول سرعت توسعه محصول جدید را به‌صورت

عدم اطمینان محیطی: عدم اطمینان محیط معیاری در مورد تغییر در محیط فعالیت سازمان بوده و محیط‌های متلاطم به‌وسیله سطح بالای تغییر و پویایی، پیچیدگی و عدم اطمینان و ظرفیت پایین محیط مشخص می‌شود (کالدات، ۲۰۰۳)؛ که منظور از ظرفیت، غنی بودن و فقیر بودن محیط یا سطح و میزان منابعی که در دسترس سازمان قرار دارد، پیچیدگی به معنای تعداد عوامل خارجی که با یکدیگر ارتباط متقابل داشته و بر سازمان اثر می‌گذارند و پویایی به معنای نرخ و شدت تغییرات عوامل محیطی می‌باشد (دس و بیارد، ۱۹۸۴). واژه و مفهوم عدم اطمینان، دارای معانی و تعاریف مختلفی است. کلیر و ویرمن (۱۹۹۹) عدم قطعیت را با مفاهیمی چون ابهام، عدم توافق، عدم دقت، فازی بودن و نامشخص بودن تعریف می‌نمایند (پرهتر و احمدیان، ۱۳۹۶).

سرمایه اجتماعی: انگلن و همکاران (۲۰۱۵) ابعاد تعاملات اجتماعی، اعتماد و بینش و چشم‌انداز مشترک را برای بررسی سرمایه اجتماعی به کار گرفتند. تعاملات اجتماعی می‌تواند به‌عنوان گستردگی روابط در بین اعضای تیمی که به یکدیگر مرتبط می‌شوند، شناخته شوند. بعلاوه روابط اجتماعی نوعی از دارایی‌های ناملموس توسعه و تقویت شده از طرف تعاملات افراد در شبکه‌ای اجتماعی‌شان است. به‌دلیل تعاملات اجتماعی نزدیک، افراد قادر به افزایش کارایی مبادلات اجتماعی دوسویه هستند (چیو و همکاران، ۲۰۰۶). اعتماد یعنی ایمان و اطمینان درباره وفاداری، توانایی و سلامت نفس دیگران (کوهی نصرآبادی و همکاران، ۱۳۹۵). و بینش و چشم‌انداز مشترک به‌عنوان منابع شناخت عادی موجود در ویژگی‌هایی مثل هنجارها یا درک مشترک دیده می‌شود که اعضای تیم را به داشتن درکی معمولی از اهداف جمعی قادر می‌سازد (چیو و همکاران، ۲۰۰۶).

۳- تبیین مدل مفهومی تحقیق و توسعه فرضیه‌ها

بیشتر مطالعات در زمینه نوآوری بر رابطه مثبت بین نوآوری و عملکرد تأکید کرده‌اند (چن و همکاران، ۲۰۰۹). سازمان‌های نوآور می‌توانند محصولات و فناوری‌های جدید را معرفی و ایجاد کرده و عملکرد فوق‌العاده‌ایی را به وجود آورند (ویکلند و شفر، ۲۰۰۳). لی و همکارانش (۲۰۱۶) به این نتیجه رسیدند که فعالیت‌های نوآورانه سازمان‌ها بر

7. Pattillo & Soderbom



عملکرد زیان آور می شود (لنجرک و هالتین، ۲۰۰۶). در تحقیقات داخلی نیز براتی به این نتیجه رسید که سرعت نوآوری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد ندارد. دیدگاه دیگر بیان می کند که زمان ورود مطلوب و عملکرد محصول بستگی به بازارهای مختلف، تقاضا، هزینه و موقعیت رقابتی دارد (بایس^۸، ۱۹۹۷). کاربونل و ردیگز^۹ (۲۰۱۰) بیان می کنند که یک رابطه مثبت بین سرعت نوآوری و عملکرد وجود دارد. نتایج تحقیق شان و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان داد که سرعت نوآوری اثر مثبت و معناداری بر عملکرد دارد و سرعت نوآوری سریع تر منجر به عملکرد بهتر می شود. به گفته لیو و همکارانش (۲۰۱۰) وقتی شرکتی محصول یا خدمتی جدید را سریع تر از رقبا توسعه داده، معرفی کرده و به فروش می رساند، به دلیل کیفیت خدمات و کارایی عملیاتی که این نوآوری برایش ایجاد کرده است و به آسانی در دسترس رقبا قرار نمی گیرد، می تواند سهم بازار بیشتری به دست آورد؛ بنابراین سرعت نوآوری واکنش سریع تر به محیط و ارائه محصول جدید با کمترین زمان و هزینه ممکن را می سازد که نهایتاً می تواند منجر به بهبود عملکرد سازمان گردد (اسمیت، ۲۰۱۱). همچنین در تحقیق دیگری کاربونل و ردیگز (۲۰۰۶) به این نتیجه رسیدند که سرعت نوآوری رابطه مثبتی با عملکرد محصول جدید دارد. کاربونل و ردیگز (۲۰۱۰) معتقدند که سرعت نوآوری یک عنصر کلیدی، حیاتی و تأثیرگذار برای رقابت در بازار است که می تواند منجر به عملکرد بهتر شود. لذا فرضیه سوم تحقیق به صورت زیر بیان می شود: سرعت نوآوری بر عملکرد شرکت های کوچک و متوسط تأثیر دارد.

وانگ (۲۰۰۸) در تحقیق خود گرایش به یادگیری را به عنوان یکی از ابعاد از دست رفته در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد در نظر گرفته است. همچنین لی و همکارانش (۲۰۰۹) به بررسی نقش واسطه فرایند ایجاد دانش پرداختند؛ اما می توان گفت هیچ یک از این مطالعات توجه کافی به ورودی های جدید که قانون اساسی کارآفرینی در فرایندهای کارآفرینانه است نکرده اند؛ اما از آنجا که استحکام رابطه مستقیم بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد

منفی تحت تأثیر قرار می دهد. همچنین هارتر و همکاران (۲۰۰۰) بیان می کنند که تازگی محصول منبع اصلی عدم اطمینان در توسعه محصول جدید است که تأثیر منفی بر سرعت نوآوری می گذارد. همچنین پیشگامی باعث می شود که شرکت در تکمیل پروژه های توسعه محصول جدید موفق باشد (کسلر و همکاران، ۱۹۹۶). شان و همکاران (۲۰۱۶) بیان می کنند که پیشگامی باعث می شود شرکت در تکمیل پروژه های توسعه محصول جدید و عملکرد مبتنی بر زمان تمرکز کند و تمرکز خود را بر روی سرعت بازدهی استراتژی های اولین با هدف به دست آوردن فرصت ها از طریق کوتاه کردن مدت زمان توسعه محصول قرار دهد. همچنین شرکت ها بدون ریسک پذیری از معرفی نوآوری خودداری کرده و یا آن را به تأخیر می اندازند و نسبت به تغییر شرایط بازار محافظه کارانه عمل می کنند (هاگس و مورگان، ۲۰۰۷). جولگی و تد (۲۰۱۱) بیان می کنند در شرکت هایی که تمایل به درگیر شدن در رفتارهای دارای ریسک وجود دارد تیم مدیریت ارشد منابع مالی و انسانی کافی را برای کمک به تیم توسعه محصول جدید فراهم می کند. ریسک پذیری انگیزه افراد را جهت حمل خطرات بیشتر می کند. در واقع طراحان محصول و فرایند به احتمال زیاد کمتر نگران حفاظت از منابع مورد نیاز برای انجام تجزیه تحلیل ها هستند که این سرعت نوآوری را تا حدی تسهیل می کند (سوینک، ۲۰۰۳). لذا فرضیه دوم تحقیق به صورت زیر بیان می شود: گرایش به کارآفرینی بر سرعت نوآوری تأثیر دارد.

شرکت ها با توجه به سرعت نوآوری می توانند زمان را از طریق تأمین رضایت بخش نیازهای مشتریان به سود و عملکرد بهتر تبدیل کنند (براون و آیزنهارت، ۱۹۹۵). در رابطه با ارتباط بین سرعت نوآوری و عملکرد نتایج مختلفی بیان شده است. اگرچه سرعت نوآوری نقش مهمی در تعیین موفقیت یا شکست توسعه محصول جدید بازی می کند اما تنها عامل موفقیت نیست. یک دیدگاه ارتباط بین سرعت و عملکرد را به طور معکوس به صورت U شکل در نظر دارد؛ که در آن سرعت توسعه محصول عملکرد را از طریق کاهش بخشی از هزینه ها افزایش می دهد و پس از آن کوتاه شدن بیشتر زمان چرخه، هزینه ها را افزایش داده و در نتیجه

8. Bayus

9. Carbonell & Rodriguez



نامشخص است لذا لازم است که درک درستی از این اثرات غیر مستقیم به دست بیاوریم. بر این اساس سرعت نوآوری یک مفهوم کلیدی است که بازدهی فرایند توسعه محصول جدید را توصیف می‌کند و ممکن است یک لینک مفقود شده در بررسی رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد باشد. نتایج تحقیقات شان و همکاران (۲۰۱۶) نشان داده است که سرعت نوآوری در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد تأثیرگذار است در واقع سرعت نوآوری بیشتر منجر به عملکرد بهتر می‌شود، همچنین آن‌ها به این نتیجه رسیدند که سرعت نوآوری تأثیر نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی بر عملکرد را کاهش می‌دهد، در واقع سرعت نوآوری در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد به خوبی واسطه‌گری می‌کند. لذا فرضیه چهارم تحقیق به صورت زیر بیان می‌شود: گرایش به کارآفرینی به واسطه سرعت نوآوری بر عملکرد تأثیر دارد.

در ارتباط با تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد با نقش تعدیلگر سرمایه اجتماعی نیز تحقیقاتی صورت گرفته است. از آنجا که فعالیت‌های کارآفرینان سازمان با نوآوری همراه است می‌توان بیان کرد که سرمایه اجتماعی حداقل به دو روش بر فعالیت‌های نوآورانه تأثیر می‌گذارد. نخست اینکه نوآوری مستلزم همسویی دانش‌های گوناگونی است که در اختیار اعضای مختلف سازمان است و سرمایه اجتماعی این همسویی را فراهم می‌کند. دوم اینکه سرمایه اجتماعی از طریق ترغیب و افزایش همکاری و هماهنگی بین افراد و واحدهای مختلف سازمان نوآوری را تسهیل می‌کند. به عبارتی خروجی سرمایه اجتماعی دسترسی به اطلاعات و نوآوری است (نهایایت و گوشال، ۱۹۹۸). مورگان نقش سرمایه اجتماعی در خلق نوآوری را در سه سطح ملی، بین شرکتی و درون شرکتی بررسی کرد. از نظر او در سطح درون شرکتی عامل مهمی که برای نوآوری در بین واحدهای مختلف سازمان نقش پیونددهنده را ایفا می‌کند سرمایه اجتماعی است (تاماسچکه^{۱۰}، ۲۰۰۳). تسایی و گوشال (۱۹۹۸) در مطالعه شرکت‌های الکترونیک بین‌المللی نشان دادند تبادلات اجتماعی و اعتماد از طریق تعامل منابع بین

واحدها بر خلق ارزش و نوآوری تأثیر دارد. کاسا، کالداریو و پارتز (۲۰۰۷) نیز نشان دادند سرمایه اجتماعی به شکل شبکه‌های رسمی و غیررسمی و مشارکت مدنی بر فعالیت‌های نوآورانه تأثیر مثبتی دارند. بر اساس مطالعات انجام‌شده، سرمایه اجتماعی نقشی مهم در فعالیت‌های کارآفرینی دارد، کارآفرینان محصول محیط اجتماعی هستند و کارآفرینی فعالیت اجتماعی است؛ بنابراین، وجود یا نبود ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب‌وکارها تأثیر می‌گذارد (نان و چن، ۲۰۰۷). در پژوهش انگلن و همکاران (۲۰۱۵) ارتباط بین سرمایه اجتماعی مدیران عالی سازمان و گرایش به کارآفرینی بررسی شد و این نتیجه به دست آمد که سرمایه اجتماعی بر گرایش به کارآفرینی اثر معنادار دارد. به عبارتی، سرمایه اجتماعی به‌عنوان مشخصه‌ای اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتار نوآورانه و مخاطره‌پذیری می‌شود. لذا می‌توان فرضیه شماره ۵ را اینگونه بیان کرد: سرمایه اجتماعی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نقش تعدیلگر دارد.

در ارتباط با گرایش به کارآفرینی بر عملکرد با نقش تعدیلگر عدم اطمینان محیطی نیز تحقیقاتی صورت گرفته است. برای مثال انگلن و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه خود نشان دادند که عدم اطمینان محیطی ارتباط بین گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط را تعدیل می‌کند. علاوه بر این، پرهتر و احمدیان (۱۳۹۶) نیز در مطالعه خود نشان دادند که عدم اطمینان محیطی می‌تواند بر گرایش به کارآفرینی و عملکرد و ارتباط آن‌ها تأثیر بگذارد. دامانپور و گوپلکریشنان (۱۹۹۸) در پژوهشی به روابط عدم اطمینان محیطی و تأثیر آن بر نوآوری پرداختند و اظهار داشته‌اند که سازمان‌ها می‌توانند برای غلبه بر تغییرات محیطی همچون تغییر در ترجیحات افراد و فناوری از نوآوری به‌عنوان قابلیت برای پاسخگویی به تغییرات محیطی بهره‌گیرند (رضوانی و خدم، ۱۳۸۹). لذا می‌توان فرضیه شماره ۶ را به صورت زیر بیان کرد: عدم اطمینان محیطی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نقش تعدیلگری دارد.

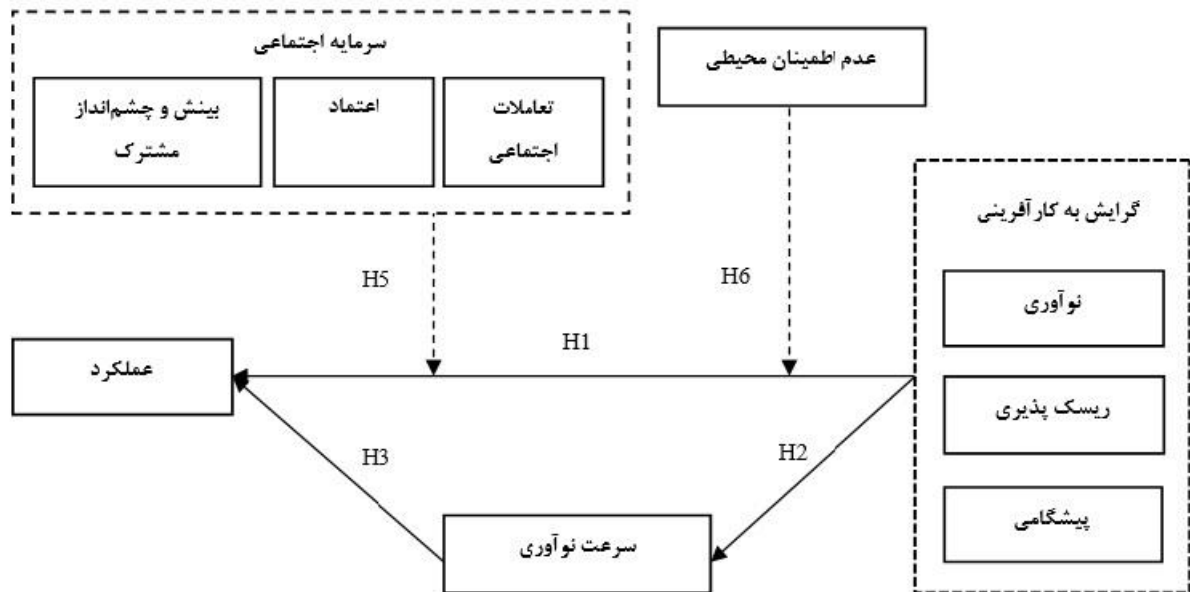
10. Tamaschke



۴- مدل مفهومی تحقیق

با توجه به تحقیقات گذشته، هر یک از متغیرهای این مدل، تشریح و تعریف گردیدند. متغیرهای اصلی موجود شامل متغیر گرایش به کارآفرینی (مستقل) است که ممکن است به شکلی مستقیم و غیر مستقیم بر عملکرد تأثیرگذار باشد. متغیر وابسته تحقیق عملکرد می باشد که از متغیرهای

مستقل، واسط و تعدیلگر تأثیرپذیری دارد. سرمایه اجتماعی و عدم اطمینان محیطی در این پژوهش به عنوان متغیرهای تعدیلگر و سرعت نوآوری به عنوان متغیر واسط تلقی می گردند. مدل مفهومی تحقیق در شکل شماره ۱ آورده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق برگرفته شده از شان و همکاران (۲۰۱۶) و انگلن و همکاران (۲۰۱۵)

۵- روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی است، از نظر ماهیت از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) و از شاخه مطالعات میدانی به شمار می رود. ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع همبستگی است و روش انجام پژوهش به صورت پیمایشی است (ضیایی، نرگسیان و ایباقی، ۱۳۸۷). جامعه آماری پژوهش حاضر، شرکت های کسب و کار کوچک و متوسط دانش بنیان در استان خراسان رضوی بود. که برابر با ۳۱۶ شرکت دانش بنیان بودند. مقدار حجم نمونه براساس فرمول کوکران تعداد ۳۰۲ شرکت است. لذا ۳۵۰ پرسشنامه در بین مدیران و کارکنان شرکت های مذکور توزیع شد، از این تعداد ۳۲۰ پرسشنامه که کامل پر شده و تحویل پژوهشگران داده شده بودند به منظور انجام تجزیه و تحلیل های آماری

مورد استفاده قرار گرفت. ابزار اندازه گیری پرسشنامه بود، جدول شماره یک ساختار پرسشنامه ها (متغیرها، ابعاد و تعداد سوالات) را نشان می دهد. مولفه گرایش کارآفرینی دارای ۱۸ سوال بود که هر بعد نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی دارای ۶ سوال بود و از پرسشنامه شان و همکاران (۲۰۱۶) برای طراحی سوالات این مولفه استفاده شد. مولفه های سرعت نوآوری و عملکرد هر یک دارای ۵ سوال برای سنجش خود بودند که از پرسشنامه شان و همکاران (۲۰۱۶) گرفته شده بودند. مولفه سرمایه اجتماعی دارای ۳ بعد تعاملات، اعتماد و بینش هر کدام دارای ۵ سوال و از پرسشنامه انگلن و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شد. همچنین برای مولفه عدم اطمینان محیطی از پرسشنامه انگلن و همکاران (۲۰۱۵) و ۶ سوال استفاده شد.



است و اعتبار هم‌گرایی شاخص‌ها به متغیرهای پژوهش در سطح نسبتاً بالایی است. هم‌چنین مقادیر KMO، بیانگر کیفیت نمونه‌گیری برای متغیرهای پژوهش است. برای سنجش اعتبار ظاهری از نظرات اساتید و به منظور سنجش اعتبار محتوای پرسشنامه از نظرات ۱۵ نفر خبره استفاده شد. براساس فرمول لاوشه حداقل CVR برای ۱۵ نفر ارزیاب ۰/۴۹ است (والتر، استریکلند و لنز، ۲۰۰۵). مقدار CVRها برای سئوالات بیش از این مقدار هستند که در جدول ۳ ارائه گردیده است. جمع CVRها برابر با ۴۰/۲۵۲ به دست آمد که تقسیم بر تعداد سئوالات (۴۹) شد و مقدار شاخص روایی محتوایی (CVI) ۰/۸۲۱ به دست آمد. بنابراین پرسشنامه طراحی شده، شاخص روایی بالای ۰/۷ دارد و قابل قبول است.

به منظور تعیین پایایی ابزار مورد استفاده، از بررسی سازگاری درونی استفاده شد (رستگار و سیاه‌سرانی کجوری، ۱۳۹۴). تجزیه و تحلیل سازگاری درونی از روش پیشنهادی مقایسه سه شاخص سازگاری (پایایی مرکب، آلفای کرونباخ و میانگین واریانس استخراج شده) با یک مقدار بحرانی بگوزی و ایی ۱۱ (۱۹۸۸) پیروی می‌کند. جدول شماره (۱) ضرایب شاخص‌های سازگاری درونی را نشان می‌دهد. تمامی ضرایب پایایی مرکب بیش از حد بحرانی ۰/۷ (نونالی، ۱۹۷۸) و تمامی ضرایب آلفای کرونباخ بیش از ۰/۵ (هایر، اندرسون، تاتهام و بلک، ۱۹۹۸) را شامل شده‌اند. هم‌چنین سنجش روایی ابزار سنجش از طریق روایی هم‌گرا و واگرا صورت گرفت. معیار فورنل و لارکر برای روایی هم‌گرا بیشتر شدن میانگین واریانس‌های استخراج شده از ۰/۵ است

جدول ۱. شاخص‌های سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری

متغیر	تعداد گویه	نشانگر	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	AVE	KMO	منبع
گرایش به کارآفرینی	-----	INT	۰/۷۰۲	۰/۸۳۴	۰/۶۲۷	۰/۸۹۷	شان و همکاران (۲۰۱۶)
	نوآوری	IN	۰/۸۷۸	---	---	۰/۸۶۹	
	ریسک‌پذیری	RI	۰/۸۷۴	---	---	۰/۸۶۱	
	پیشگامی	FI	۰/۹۲۱	---	---	۰/۹۲۱	
سرعت نوآوری	-----	SP	۰/۸۸۲	۰/۹۱۴	۰/۶۸	۰/۸۵۲	عملکرد
-----	PE	۰/۹۰۹	۰/۹۳۲	۰/۷۳۴	۰/۸۲۳		
سرمایه اجتماعی	-----	SC	۰/۷۷۷	۰/۸۷	۰/۶۹۱	۰/۹۱۵	انگلسن و همکاران (۲۰۱۵)
	تعاملات	RE	۰/۸۸۵	---	---	۰/۸۶۳	
	اعتماد	TR	۰/۸۶۹	---	---	۰/۸۲۸	
	بینش	VI	۰/۸۵۷	---	---	۰/۸۵۷	
عدم اطمینان محیطی	-----	EN	۰/۹۱۱	۰/۷۷۴	۰/۴۰۶۶	۰/۸۱۶	

۶- بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق
پیش از آزمون فرضیات و مدل‌های مفهومی لازم است تا از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیره اطمینان حاصل شود. این کار توسط تحلیل عاملی تاییدی صورت گرفته است

(ملکی، بلوچی و فارسی‌زاده، ۱۳۹۴). مقادیر AVE و بار عاملی گویه‌ها در جدول (۲) که همگی در سطح بالاتر از ۰/۵ هستند و نیز پایایی مرکب (که همگی بالاتر از ۰/۷ هستند، نشان دهنده این است که مدل اندازه‌گیری کلیه متغیرهای اصلی پژوهش از برآزش نسبتاً مطلوبی برخوردار

11. Bagozzi & YI



جدول ۲. ضرایب استاندارد و اعداد معناداری سوالات تحقیق

ابعاد	ضریب	معنی داری	CVR
نوآوری ۰/۶۲ ۷	۰/۶۸	۱۳/۱۳	۱
	۰/۶۹	۱۳/۳۴	۰/۶
	۰/۷۷	۱۵/۶۲	۱
	۰/۷۱	۱۳/۸۶	۰/۸۶۶
	۰/۷۹	۱۶/۱	۰/۸۶۶
	۰/۸۲	۱۷/۰۷	۰/۶
	۰/۶۸	۱۳/۲۲	۱
ریسک پذیری ۰/۶۷ ۶/۷۴	۰/۷۷	۱۵/۶۲	۰/۸۶۶
	۰/۸	۱۶/۴۹	۰/۷۳۳
	۰/۷۶	۱۵/۳۹	۰/۷۳۳
	۰/۷۳	۱۴/۳۷	۰/۶
	۰/۶۷	۱۲/۸۵	۰/۸۶۶
	۰/۷۷	۱۵/۸۶	۰/۸۶۶
	۰/۸۳	۱۷/۵۸	۱
پیشگامی ۰/۸۲ ۴/۷۵	۰/۸	۱۶/۷۸	۰/۶
	۰/۸۱	۱۶/۹۲	۱
	۰/۸۱	۱۶/۹۶	۰/۸۶۶
	۰/۸۳	۱۷/۶۹	۰/۷۳۳
	۰/۷۲	۱۷/۰۴	۰/۷۳۳
	۰/۸	۱۹/۶۸	۰/۶
	۰/۷۱	۱۶/۵۶	۰/۷۳۳
تلاطم محیطی	۰/۸۵	۲۱/۷۹	۱
	۰/۸۲	۲۰/۳۳	۰/۸۶۶
	۰/۸۵	۲۱/۷۳	۰/۷۳۳
	۰/۷۲	۱۶/۷۴	۰/۶
	۰/۸۲	۲۰/۱۶	۰/۷۳۳
	۰/۷۵	۱۷/۸۸	۰/۸۶۶
	۰/۸۲	۲۰/۲۴	۰/۶
اعتماد ۰/۸۱ ۷/۹۱	۰/۷۹	۱۸/۹۹	۱
	۰/۷۳	۱۷/۰۵	۰/۸۶۶
	۰/۸۳	۲۰/۲۶	۰/۷۳۳
	۰/۷۷	۱۸/۴۲	۰/۷۳۳
	۰/۷۷	۱۸/۱۶	۰/۶
	۰/۶۹	۱۵/۷۶	۰/۸۶۶
	۰/۷۴	۱۷/۱۴	۰/۸۶۶
بینش ۰/۸ ۸/۰۹	۰/۸۱	۱۹/۶	۱
	۰/۷۵	۱۷/۴۷	۰/۶
	۰/۷۱	۱۶/۱۹	۱

۰/۸۶۶	۱۵/۶۴	۰/۶۹	سرعت نوآوری
۰/۷۳۳	۱۹/۰۲	۰/۷۹	
۰/۸۶۶	۲۱/۳۸	۰/۸۵	
۰/۶	۱۹/۶۲	۰/۸۱	
۱	۱۸/۲۴	۰/۷۷	
۰/۸۶۶	۱۴/۸۵	۰/۶۶	عملکرد
۰/۷۳۳	۱۵/۷۷	۰/۶۸	
۰/۷۳۳	۱۷/۰۶	۰/۷۲	
۰/۶	۱۸/۳۴	۰/۷۶	
۰/۸۶۶	۲۴/۶۹	۰/۹۲	
۰/۸۶۶	۲۵/۶۲	۰/۹۴	

نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که روایی سازه از نوع روایی هم‌گرا وجود دارد. به منظور بررسی فرضیات پژوهش از نرم‌افزار لیزرل (تحلیل مسیر) استفاده شده است.

۷- تحلیل همبستگی متغیرهای تحقیق

همان‌طور که نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد سطح معناداری روابط بین برخی متغیرهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین وجود ارتباط معنادار تأیید می‌شود. همچنین در جدول زیر عامل مجذور واریانس استخراج شده با همبستگی متغیرهای دیگر مقایسه شده است، نتایج نشان دهنده روایی و اگرایی مناسب متغیرهای پژوهش است.

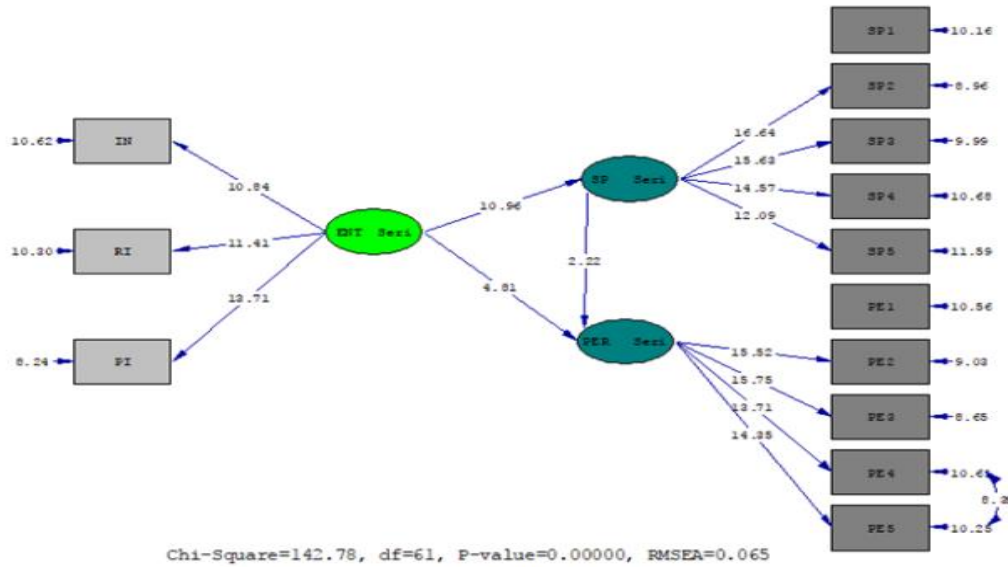
جدول ۳. ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی ارتباط

میان متغیرهای تحقیق

متغیر	ضریب	گرایش به کارآفرینی	سرمایه اجتماعی	سرعت نوآوری	عدم اطمینان محیطی	عملکرد
گرایش به کارآفرینی	ضریب پیرسون	۰/۷۹۱				
	سطح معناداری					
سرمایه اجتماعی	ضریب پیرسون	۰/۵۱۱	۰/۸۲۱			
	سطح معناداری		۰/۰۰۰			
سرعت نوآوری	ضریب پیرسون	۰/۵۸۷	۰/۴۲۸	۰/۸۲۴		
	سطح معناداری		۰/۰۰۰			
عدم اطمینان محیطی	ضریب پیرسون	۰/۰۶۶	-۰/۰۳۶	۰/۰۲۸	۰/۶۳۷	
	سطح معناداری		۰/۲۳۸	۰/۵۲۳	۰/۶۱۵	

۸- بررسی فرضیات پژوهش مدلسازی معادلات ساختاری (مدل ساختاری تحقیق)
جهت بررسی فرضیات (اول تا چهارم) از مدلسازی معادلات ساختاری نرم افزار لیزرل استفاده شده است.

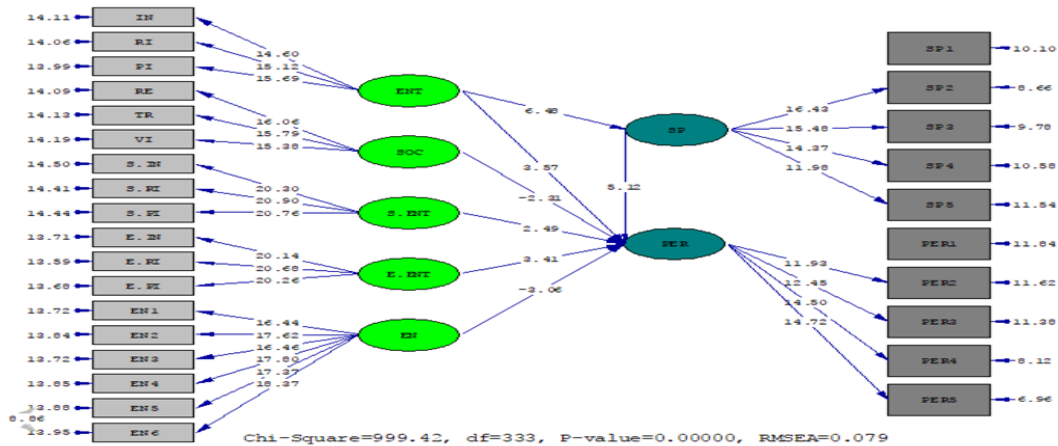
					معناداری	
	۰/۱۸۵۶	۰/۰۱۸	۰/۵۲۵	۰/۳۳۶	۰/۵۳۹	عملکرد ضریب پیرسون
		۰/۷۵۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری



شکل ۲. بررسی مدل در حالت اعداد معناداری

۹- بررسی اثرات تعدیلگری
اجتماعی از رویکرد حاصلضربی در نرم افزار لیزرل استفاده شده است (آذر و همکاران، ۱۳۹۰).

برای بررسی اثرات تعدیلی عدم اطمینان محیطی و سرمایه



شکل ۳. مدل تعدیل گر در حالت معناداری



جهت بررسی برازش مدل مفهومی از هشت شاخص متداول به همراه مقدار قابل قبول هر شاخص پیشنهاد شده در پژوهش‌های پیشین استفاده شد (هایر و همکاران، ۱۹۹۸).
مدل‌های مفهومی پژوهش حاضر، تناسب مناسبی با داده‌های جمع‌آوری شده دارد. به دلیل انسجام و درک بهتر فرضیات، خلاصه نتایج در جدول ۴ ارائه شده است:

جدول ۴. وضعیت فرضیات پژوهش و شاخص‌های برازش مدل

وضعیت		ضریب تاثیر		معدناداری		فرضیه		
تأیید	۴/۸۱	۰/۵۱	گرایش به کارآفرینی بر عملکرد					
تأیید	۱۰/۹۶	۰/۷۳	گرایش به کارآفرینی بر سرعت نوآوری					
تأیید	۲/۲۲	۰/۲۲	سرعت نوآوری بر عملکرد					
تأیید	۴/۲۲	۰/۱۶۰۶	میانجی‌گری سرعت نوآوری در رابطه کارآفرینی و عملکرد					
تأیید	۳/۴۱	۰/۲۷	تعديلگري سرمايه اجتماعي در رابطه کارآفرینی و عملکرد					
تأیید	۲/۴۹	۰/۱۳	تعديلگري عدم اطمینان محیطی در رابطه کارآفرینی و عملکرد					
AGFI	GFI	CFI	NNFI	NFI	RMR	RMSEA	X ² /df	شاخص
>0.80	>0.80	>0.90	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08	<5	قابل قبول
۰/۹	۰/۹۴	۰/۹۸	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۰۳۴	۰/۰۶۵	۲/۳۴	آماره اصلی
۰/۸۵	۰/۸۸	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۰۴۸	۰/۰۷۹	۳/۰۱	مدل تعدیل

۱۰- بحث و نتیجه‌گیری

با شدت یافتن رقابت و رشد و بلوغ بازارها در زمینه‌های مختلف، توجه به نوآوری در محصولات و خدمات از جمله پیش‌نیازهای موفقیت در کسب و کارهاست. با توجه به نیاز کشور به توسعه صنایع، افزایش اشتغال و رشد تولید، اهتمام به کارآفرینی، تجاری‌سازی محصولات و بسترسازی برای رشد شرکت‌ها باید مقدم بر فعالیت‌های شرکت‌ها باشد. نظر به اهمیت کارآفرینی و نوآوری در شرکت‌ها، هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت با میانجی‌گری سرعت نوآوری بود. در این پژوهش تأثیرات تعدیل‌گری عدم اطمینان محیطی و سرمایه اجتماعی نیز مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به ادبیات پژوهش و مبانی نظری، مدل پژوهش و فرضیات توسعه داده شد. روایی پرسشنامه پژوهش با استفاده از روایی واگرا و هم‌گرا و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب مورد ارزیابی قرار گرفت. فرضیات پژوهش با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری (لیزرل) مورد آزمون قرار گرفت. فرضیه اول پژوهش به بررسی تأثیر گرایش کارآفرینی

بر عملکرد شرکت پرداخته است. نتایج آزمون فرضیه حاکی از ضریب تأثیر ۰/۵۱ گرایش به کارآفرینی بر عملکرد شرکت بود. بدین معنی ۰/۵۱ از عملکرد شرکت توسط گرایش به کارآفرینی تبیین خواهد شد و علت رشد عملکرد شرکت، گرایش به کارآفرینی در آن است. این مقدار با توجه به عدد معدناداری (۴/۸۱)، مورد تأیید بود. نتایج کسب شده با پژوهش‌های خارجی پیشین همچون پاتیلو و سودربوم (۲۰۰۰)، ویکلند و شفرد (۲۰۰۳)، اکتان و بولوت (۲۰۰۸)، چن و همکاران (۲۰۰۹)، لی و همکارانش (۲۰۱۶) و پژوهش‌های داخلی نظیر ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۰)، کنعانی و ملاحسینی (۱۳۹۱) شاردری و همکاران (۱۳۹۴) هم‌خوانی داشت. از این رو می‌توان بیان کرد که شرکت‌ها باید مکان و زمانی خاص را به فعالیت‌های کارآفرینی، توسعه اصول و فرصت‌های کارآفرینی و تشویق کارمندان و مدیران در این راستا تخصیص دهند. مدیران برای افزایش نوآوری در شرکت، به بررسی موانع نوآوری در شرکت‌ها بپردازند و گرایش بیشتری به مشتریان خود داشته باشند و به شناخت دیدگاه‌ها و انتظارات مشتریان، تدوین راهکارها و سیاست‌های لازم در روابط با مشتریان، توسعه روابط با

مشتریان، منطبق شدن با نیاز مشتریان راهبردها و سرمایه‌گذاری‌های لازم برای ارضای خواسته‌های مشتریان خود بپردازند. با توجه به تأثیر کارآفرینی بر عملکرد شرکت، بنابراین مدیران شرکت‌ها باید اقدامات کارآفرینی در همه بخش‌های شرکت و فراهم آوردن محیطی برای بالا بردن روحیه ریسک‌پذیری و به تبع آن، کارآفرینی و افزایش نوآوری و بارور ساختن زمینه بروز خلاقیت و نوآوری در کارکنان انجام گیرد. فرضیه دوم به بررسی "گرایش به کارآفرینی بر سرعت نوآوری تأثیر دارد" پرداخته است. میزان تأثیر گرایش به کارآفرینی بر سرعت نوآوری برابر با $0/73$ که با توجه به عدد معناداری $10/96$ ، این مقدار معنادار است. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های کسلر و همکاران (۱۹۹۶)، سوینگ (۲۰۰۳)، هاگس و مورگان (۲۰۰۷) و شان و همکاران (۲۰۱۶) هم‌خوانی داشت. بر این اساس شرکت‌ها و مدیران می‌توانند گرایش به یادگیری را در بین کارکنان (از طریق جست و جوی اطلاعات، جذب، توسعه و ایجاد دانش جدید در محصولات، فرآیندها، بازاریابی و خدمات) افزایش دهند تا کارکنان از دانش و فناوری‌های به روز بهره‌مند باشند و گرایش بیشتری به نوآوری داشته باشند. برای ایجاد سرعت نوآوری تبدیل شدن به ساختار سازمانی منعطف سودمند خواهد بود، لذا باید تلاش کنند تا ساختار سازمانی خود را منعطف و عوامل مرتبط با نوآوری از قبیل همکاری گروهی، تفویض اختیار صحیح و بسترسازی ساختاری مناسب را شناسایی و اجرا کنند. فرض سوم به بررسی "سرعت نوآوری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر دارد" پرداخت. میزان تأثیر سرعت نوآوری بر عملکرد شرکت برابر با $0/22$ که با توجه به عدد معناداری $2/22$ این مقدار معنی‌دار بود. این نتایج با پژوهش‌های پیشین نظیر براون و آیزنهارت (۱۹۹۵)، کاربونل و ردیگز (۲۰۱۰)، لیو و همکارانش (۲۰۱۰) و شان و همکاران (۲۰۱۶) هم‌خوانی داشت. ولی با پژوهش‌های لنجرک و هالتین (۲۰۰۶) هم‌خوانی نداشت. با توجه به نتایج، به مدیران پیشنهاد می‌شود، فعالیت بیشتر در افزایش فروش، ارتقای موقعیت رقابتی شرکت خود، توسعه محصول جدید، بهبود کیفیت محصولات، کاهش زمان تحویل کالا یا خدمات ارائه شده به مشتریان و ... در مقایسه با دیگر رقبا در صنعت خود انجام دهند. همچنین با استقرار بخش مدون بازاریابی و بررسی عملکرد فعالیت‌های بازاریابی، به سبب رقابتی‌تر شدن فضای کسب و کار و اهمیت بیشتر به شیوه‌های جدید و

نوآوری در بازاریابی توجه ویژه داشته باشند. فرض چهارم این‌گونه مطرح شد که گرایش به کارآفرینی به‌واسطه سرعت نوآوری بر عملکرد تأثیر دارد. لذا به بررسی میانجی‌گری سرعت نوآوری در رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد پرداخته است. از این رو مقدار غیر مس‌تقیم این میزان تأثیر به صورت زیر محاسبه شد. تأثیر گرایش بر عملکرد از طریق سرعت نوآوری = تأثیر گرایش بر سرعت نوآوری ضربدر سرعت نوآوری بر عملکرد که این میزان برابر با $(0/73) * (0/22) = 0/1606$. برای محاسبه عدد معناداری از آزمون سوبل استفاده شد. مقدار معناداری کسب شده از آزمون سوبل برابر $4/32$ بود که موید این میزان تأثیر غیر مستقیم $(0/16)$ بود. با توجه به این خروجی، میزان تأثیر کل برابر تأثیر مستقیم + تأثیر غیرمستقیم که این میزان برابر با $(0/51) + (0/16) = 0/57$ ، نتایج این فرضیه با پژوهش وانگ (۲۰۰۸)، لی و همکارانش (۲۰۰۹) و شان و همکاران (۲۰۱۶) هم‌خوانی داشتند. بازار و مشتریان به عنوان دریافت‌کننده محصولات و خروجی‌ها و استفاده‌کنندگان محصولات و خدمات نقش حیاتی در بقا، رشد و توسعه شرکت‌ها دارد. کارآفرینان و تولیدکنندگان همواره باید از نیازها و خواسته‌های مشتریان، فعالیت‌های رقبا و کالاهای جانشین و رقیب محصولات شرکت آگاهی داشته باشند. کم نیستند شرکت‌هایی که در بازه‌ای از زمان موفقیت‌های چشمگیری داشتند اما بدون توجه به نیازمندی‌های بازار و مشتریان خود را از دست داده‌اند و حتی مجبور به تعطیلی بنگاه و فروش امتیاز شرکت خود شده‌اند، تغییرات مداوم و سریع زنگ خطری برای کارآفرینان است، رشد پیوسته علم و تکنولوژی شرکت‌ها علی‌الخصوص شرکت‌های دانش بنیان که پرچم‌دار رشد هستند را واداشته تا با نگاه دقیق به بازار و مشتری دائماً تغییرات را رصد نمایند، نه تنها با تغییرات بازار خود را تغییر دهند بلکه خود به عنوان عاملی فعال در ایجاد تغییرات در بازار، خواسته و نیاز و ذائقه مشتریان گردند تا از این طریق توانایی حضور در بازارهای داخلی و بین‌المللی را داشته باشند. فرض پنجم "سرمایه اجتماعی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نقش تعدیل‌گر دارد." برای بررسی فرضیات تعدیل‌گری از رویکرد حاصلزبری استفاده شد، بدین صورت که متغیرهای تعدیل‌گر از حاصلزبر متغیر مستقل و تعدیلی (گرایش کارآفرینی و سرمایه اجتماعی) ایجاد شد و میزان تأثیر آن بر متغیر عملکرد اندازه‌گیری شد.



برابر با ۰/۱۳ که با توجه به مقدار معناداری ۲/۴۹ این مقدار مورد تأیید و معنادار است. لذا فرض ششم پژوهش که تعدیل‌گری متغیر عدم اطمینان محیطی است مورد تأیید قرار گرفته است. نتایج این پژوهش، با پژوهش‌های دامانپور و گوپلکریشان (۱۹۹۸)، انگلن و همکاران (۲۰۱۵)، پرهنر و احمدیان (۱۳۹۶) همخوانی داشت. می‌توان این‌گونه بیان نمود که شرکت‌های تولیدی در محیط با ثبات با سیستم‌های ایستا توسعه می‌یابند. آن‌ها با یک سیستم ماشینی که روابط سلسله مراتبی روشن دارد، مسئولیت و نقش هر کس به خوبی تعریف و شغل او به روشنی توصیف شده است اشاره دارند. در مقابل شرکت‌های تولیدی در محیط‌های متلاطم با سیستم‌های پویا توسعه می‌یابند، در این سیستم‌ها وظایف رسمی تعریف نمی‌شود. با توجه به اینکه عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌گری در رابطه بین گرایش کارآفرینی و عملکرد شرکت داراست. بدین معناست که در محیط پویا افراد کارآفرین موفقیت بیشتری کسب خواهند نمود. لذا درک و بررسی جنبه‌های خاص پویایی نظیر سرعت تغییر، پیچیدگی، ابهام و غیرقابل پیش‌بینی بودن باید در زمینه پویایی مورد توجه قرار گیرند و عدم توجه به محیط پویا سبب خواهد شد تا شرکت‌های غیر کارآفرین در شناسایی نیازهای مشتریان، حفظ و جذب آنان، رقابت‌پذیری با سایر شرکت‌ها، میزان پیشرفت و استفاده از فن‌آوری با شکست مواجه شوند و شاید به دور از حقیقت نباشد که در دنیای کنونی کسب و کار، غفلت و کوتاهی در شناسایی هر یک از عوامل، سرنوشت یک شرکت را سمت نابودی سوق خواهد داد. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا شرکت‌ها با گسترش تحقیق و توسعه به صورت عمیق‌تر به شناسایی این عوامل که برای حیات سازمانی آن‌ها حیاتی است، بپردازند. از جمله محدودیت‌های پژوهش افق زمانی پژوهش که به صورت مقطعی بوده است نه تداومی و از یافته‌ها نمی‌توان به استنتاج علی دست یافت. بنابراین دست‌یابی به این امر مستلزم آن است که پژوهش به دفعات و زمان‌های مختلف صورت پذیرد. در پژوهش‌های آتی محققین می‌توانند با استفاده از دیگر روش‌های گردآوری اطلاعات نظیر مصاحبه با صاحب‌نظران، برای کسب اطلاعات بیشتر و ارزشمندتر استفاده کنند. همچنین می‌توان با بررسی ابعاد کارآفرینی و بررسی میزان تأثیرات آن، به مدیران برای بالا بردن مهارت‌های خود کار کنند.

نتایج حاصله نشان داد که میزان تعدیل‌گری سرمایه اجتماعی در رابطه بین دو متغیر گرایش کارآفرینی و عملکرد برابر با ۰/۲۷ که با توجه به عدد معناداری (۳/۴۱) این مقدار مورد تأیید قرار گرفت. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های پیشین نهایت و گوشال (۱۹۹۸)، تاماسچکه (۲۰۰۳)، کاسا و همکاران (۲۰۰۷)، نان و چن (۲۰۰۷) و نگلن و همکاران (۲۰۱۵) همخوانی داشت. لذا می‌توان این‌گونه بیان نمود که سرمایه اجتماعی و توجه به سرمایه اجتماعی در سازمان سبب بهبود روحیه کارآفرینی و توان کارآفرینی در سازمان خواهد شد. از این رو می‌توان این‌گونه بیان کرد که هر چه مدیران و کارآفرینان تمهیداتی در زمینه آرامش کارکنان، ایجاد جوی دوستانه و مبتنی بر تعاملات اجتماعی فراهم نمایند، زمینه بروز خلاقیت و نوآوری در این شرکت در مقایسه با سازمان‌هایی که قوانین خشک و بی‌روح دارند و به کارکنان خود به عنوان چرخ‌دنده‌های سازمانی می‌نگرند، بیشتر خواهد بود. تشخیص فرصت‌ها نقطه آغاز کارآفرینی است، کارآفرینان می‌توانند با به کارگیری عوامل و روش‌های مختلف، به این مهم بیشتر از سایر افراد دسترسی یابند. سرمایه اجتماعی کارآفرینانه یکی از این عوامل است که کارآفرینان می‌توانند با ترکیب آن‌ها در روابط روزمره برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در محیط‌های کسب و کار اقدام نمایند. کارآفرینان با شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر، فرصت‌های بیشتری را شناسایی می‌نمایند و از این فرصت‌ها برای بهبود عملکرد در تمام زمینه‌ها استفاده خواهند نمود. این افراد منبع اطلاعاتی مهمی برای آنان هستند، لذا توصیه می‌گردد تا حد امکان بر تقویت روابط خود با افراد مختلف و در تمام جوانب کوشا باشند. با بهبود روابط بین کارکنان و کارفرما، ایجاد جوی مساعد و مناسب در شرکت‌ها، برقراری روابط دوستانه و در نهایت بالا بردن کیفیت زندگی کاری کارکنان می‌توان از خروجی‌های آن که بالا رفتن عملکرد تولیدی، بهبود در کیفیت خدمات و افزایش در حجم تولید و فروش، ارائه خدمات بهتر و در نهایت سودآوری بالا استفاده نمود. امروزه مدیران و کارآفرینان دریافته‌اند که خرج منابع مالی در بحث نیروی انسانی هزینه نیست بلکه سرمایه‌گذاری است که عواید و منافع آن در سال‌های آتی نصیب شرکت و خودشان خواهد شد. فرض ششم "عدم اطمینان محیطی در تأثیر گرایش به کارآفرینی بر عملکرد نقش تعدیل‌گری دارد." مطرح شد. با توجه به نتایج کسب شده، میزان تعدیل‌گری متغیر عدم اطمینان



منابع

۱۰. کوهی نصرآبادی، محسن، حمامی، عطیه. و عبیدی، نسرين (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر اعتماد شهروندان نسبت به سازمان‌های شهری. مدیریت سرمایه اجتماعی. ۳ (۱). ۳۸۹-۳۶۹.
۱۱. وثوقی نبی، عبدالله. روح‌الهی، احمد. و محمد حسین، حمید. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر استرس شغلی بر سلامت عمومی و عملکرد شغلی کارکنان مراقبت پرواز. دو ماهنامه سلامت کار ایران. ۱۳ (۱). ۵۷-۴۷.
12. Aktan, B. & Bulut, C. (2008). Financial performance impacts of corporate entrepreneurship in emerging markets: A case of Turkey. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 12(8). 69-79.
13. Alegre, J. Sengupta, K. & Lapiedra, R. (2011). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry, *International Small Business Journal*. 31(4). 454-470.
14. Bayus, B. L. (1997). Speed-to-market and new product performance trade-offs. *Journal of Product Innovation Management*. 14(6). 485-497.
15. Brown, S. L. & Eisenhardt, K. M. (1995). Product development: Past research, present findings, and future directions. *Academy of management review*. 20(2). 343-378.
16. Carbonell, P. & Rodríguez Escudero, A. I. (2010). The effect of market orientation on innovation speed and new product performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(7), 501-513.
17. Carbonell, P. & Rodriguez, A. I. (2006). The impact of market characteristics and innovation speed on perceptions of positional advantage and new product performance. *International journal of research in marketing*. 23(1). 1-12.
18. Chen, Y. S. Lin, M. J. J. & Chang, C. H. (2009). The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage. *Journal of Business Research*. 62(12). 1253-1262.
۱. آذر، عادل. غلامزاده، رسول. قنواتی، مهدی (۱۳۹۱). مدلسازی مسیری-ساختاری در مدیریت، انتشارات نگاه دانش.
۲. ابراهیم پور، حبیب. صاعی صدقیانی، جمشید. خلیلی، حسن. (۱۳۹۰). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و عملکرد تجاری شرکت پتروشیمی تبریز. پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۳. ۱۲۸-۱۲۱.
۳. پرهنر، فرید. و احمدیان، سحر. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی با توجه به نقش تعدیلگر عدم اطمینان محیطی. دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری. خرداد.
۴. حسنی توابع، عبد الله. کاظمی، مصطفی. مهارتی، یعقوب. (۱۳۹۲). تأثیر عدم اطمینان محیطی بر نوآوری سازمانی: تبیین نقش ساختار سازمانی به‌عنوان متغیر مداخله‌گر. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی. ۴ (۳). ۹۱-۶۷.
۵. دعایی، حبیب الله. بختیاری، عباس. (۱۳۸۶). تأثیر فرهنگ بازار محوری بر عملکرد بازرگانی شرکت‌های قطعه ساز خودرو مشهد. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. ۴۲. ۸۲-۵۳.
۶. رضوانی، حمیدرضا. و سهام خدم، مازیار. (۱۳۸۹). دسته بندی معیارهای سنجش عدم اطمینان محیطی و ارائه یک چارچوب مفهومی. پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک. ۱۹ دی ماه ۱۳۸۹، تهران.
۷. شاردی، اسلام. ولی نفس، عبد العزیز. پاداش، مصطفی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی. مقاله ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی، مشهد.
۸. شائمی، علی. خزایی پول، جواد. شعبانی، جواد. بالوئی، هادی. صالح زاده، رضا. (۱۳۹۱). تأثیر سهم دانش بر نوآوری و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با رویکرد کارت امتیازی متوازن. بهبود و تحول. ۶۹. ۹۳-۵۹.
۹. کنعانی، انسیه. ملاحسینی، علی. (۱۳۹). بررسی تأثیر رویکرد کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی کسب‌وکارهای کوچک شهرستان یزد. اثر ارائه شده در دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی، دانشگاه شاهد.



- growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651-661.
27. Javalgi, R. R. G. & Todd, P. R. (2011). Entrepreneurial orientation, management commitment, and human capital: The internationalization of SMEs in India. *Journal of Business Research*, 64(9), 1004-1010.
28. Kaasa, A. Kaldaru H. & Parts E.)2007). Social capital and institutional Quality as Factors of Innovation: Evidence from Europe. University of Tartu, 292, 1-56, available at: <http://ssrn.com/abstract=1017754>.
29. Karacaoglu, K. Bayrakdaroglu, A. & San, F. B. (2013). The Impact of Corporate Entrepreneurship on Firms' Financial Performance: Evidence from Istanbul Stock Exchange Firms. *International Business Research*, 6(1), 163.
30. Karacaoglu, K. Bayrakdaroglu, A. & San, F. B. (2013). The Impact of Corporate Entrepreneurship on Firms' Financial Performance: Evidence from Istanbul Stock Exchange Firms. *International Business Research*, 6(1), 163.
31. Kessler, E. H. & Chakrabarti, A. K. (1996). Innovation speed: A conceptual model of context, antecedents, and outcomes. *Academy of Management Review*, 21(4), 1143-1191.
32. Langerak, F. & Jan Hultink, E. (2006). The impact of product innovativeness on the link between development speed and new product profitability*. *Journal of product innovation management*, 23(3), 203-214.
33. Lee, C. Hallak, R. & Sardeshmukh, S. R. (2016). Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model. *Tourism Management*, 53, 215-228.
34. Li, Y. H. Huang, J. W. & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial marketing management*, 38(4), 440-449.
- advantage in industrial markets. *Industrial Marketing Management*. 38(2). 152-158.
19. Chiu, C. M. Hsu, M. H. & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*. 42(3). 1872-1888
20. Dess, G, & Beard, d. w (1984). dimensions of organizational Task Enviroment. *Administrative science, quarterly*. 29
21. Engelen, A. Kaulfersch, A. & Schmidt, S. (2015). The contingent role of top management's social capital on the relationship between entrepreneurial orientation and performance". *Journal of small business management*, Available at <http://onlinelibrary.wiley.com>.
22. Galindo-Martín, M. Á., Castaño-Martínez, M. S., & Méndez-Picazo, M. T. (2021 b). Effects of the pandemic crisis on entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Business Research*, 137, 345-353.
23. Galindo-Martín, M. Á., Castaño-Martínez, M. S., & Méndez-Picazo, M. T. (2021 a). The role of entrepreneurship in different economic phases. *Journal of Business Research*, 122(June 2020), 171-179.
24. Gil-Pechuan, I. Exposito-Langa, M. & Tomas-Miquel, J. V. (2013). International entrepreneurship in SMEs: a study of influencing factors in the textile industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 45-57
25. Harter, D. E. Krishnan, M. S. & Slaughter, S. A. (2000). Effects of process maturity on quality, cycle time, and effort in software product development. *Management Science*, 46(4), 451-466.
26. Hughes, M. & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm



- international study. *Journal of Business Research*, 51.
44. Shan, P. Song, M. & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*, 69(2), 683-690.
45. Smith, A. D. (2011). Competitive approaches to new product development: A comparison of successful organizations in an unstable economic environment. *Team Performance Management: An International Journal*, 17(3/4), 124-145.
46. Swink, M. (2003). Completing projects on-time: how project acceleration affects new product development. *Journal of Engineering and Technology Management*, 20(4), 319-344.
47. Tamaschke, L. (2003). *The Role of Social Capital in Regional Technological Innovation: Seeing both the wood and the trees*. University of Queensland, Australia.
48. Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41, 464-476.
49. Venus, K. (2014), "Supply chain management – part of strategic management", *Journal of Business and Economics*, 5(7), 1052-1067.
50. Vesci, M., Botti, A., Feola, R., Conti, E., & El Tarabishy, A. (2022). Bridging theory and practice in the humane entrepreneurship domain: insights from small and medium Italian enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (ahead-of-print).
51. Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(4), 635-657.
52. Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic management journal*, 24(13), 1307-1314.
35. Liao, C. Wang, H. Y. Chuang, S. H. Shih, M. L. & Liu, C. C. (2010). Enhancing knowledge management for R&D innovation and firm performance: An integrative view. *African journal of business management*, 4(14), 3026.
36. Lou, T. T. (2017), «Ambidextrous leadership, entrepreneurial orientation, and operational performance Organizational social capital as a moderator», *Leadership & Organization Development Journal*, 38(2), 229 – 253.
37. March, J. G. & Shapira, Z. (1987). Managerial perspectives on risk and risk taking. *Management science*, 33(11), 1404-1418.
38. Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
39. Nan, C. (2007). The relationship among social entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial, 12(3), 24-39.
40. Ng, P. Y., Wood, B. P., & Bastian, B. L. (2022). Reformulating the empowerment process through women entrepreneurship in a collective context. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 154-176.
41. Pattillo, C. & Söderbom, M. (2000). Managerial risk attitudes and firm performance in Ghanaian manufacturing: An empirical analysis based on experimental data. University of Oxford, Institute of Economics and Statistics, Centre for the Study of African Economies.
42. Roberts, E. B. & Hauptman, O. (1987). The financing threshold effect on success and failure of biomedical and pharmaceutical start-ups. *Management Science*, 33(3), 381-394.
43. Semrau, T. Ambos, T. & Kraus, S. (2015). Entrepreneurial orientation and SME performance across societal cultures: An

