

اثر میانجی فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بر عملکرد: کسب و
کارهای کوچک بخش کشاورزی شهرستان سنندج

**Mediating effect of entrepreneurial organizational
culture on performance: Agricultural small
businesses in Kurdistan province, Iran**

فرزاد اسکندری^{۱*}، مدینه عثمانپور، مرجان ابراهیمی^۴

^۱ دکترای تخصصی ترویج و آموزش کشاورزی و عضو هیئت علمی دانشگاه کردستان،

^۲ کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی در سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان،

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان،

E-mail: farzadth@yahoo.com

* نویسنده مسئول

خلاصه

در این تحقیق تأثیر میانجی‌گری فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچک در شهرستان سنندج مورد بررسی قرار گرفت. چارچوب نظری تحقیق از ادبیات گذشته تحقیق شکل گرفته و به طور ویژه در مورد تأثیر فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بر عملکرد می‌باشد. به عنوان یک تحقیق جدید، در این مطالعه یکی از اهداف فرعی تحقیق طراحی یک مقیاس برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بود. اگرچه در سطح بین‌المللی به طور پراکنده در این زمینه مطالعه شده است، اما لازم و ضروری بود که با توجه به وابستگی فرهنگ به محیط و شرایط اقتصادی- اجتماعی و نیز با توجه به طبیعت مختص‌الزمینه کارآفرینی، در سطح داخلی نیز موضوع مورد بررسی قرار گرفته و با نتایج خارجی مقایسه گردد تا زمینه برای شکل‌گیری یک تئوری مناسب‌تر در زمینه فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار فراهم شود. تحقیق حاضر از نوع علی- پس‌رویدادی بود که برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد که از طریق مصاحبه رو در رو تکمیل شدند. روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از روشهای متداول اندازه‌گیری شد و مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل کسب و کارهای کوچک بخش کشاورزی شهرستان سنندج بود که دارای حداقل ۳ نفر نیروی انسانی بوده و ۳ سال از عمر آنها گذشته بود. تعداد این کسب و کارها برابر با ۱۲۴ کسب و کار بود که پس از پیش‌آزمون تعداد ۶۲ کسب و کار برای مطالعه به روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب انتخاب گردید. در نهایت تعداد ۲۱۰ نفر (۶۲ صاحب شرکت و ۱۴۸ نفر کارکنان کسب و کار) مورد مطالعه قرار گرفتند که برای سنجش متغیرها از طریق میانگین‌گیری نظرات افراد هر کسب و کار استفاده شد. ضمن آنکه دیدگاه دو گروه (صاحبان کسب و کارها و کارکنان آنها) با همدیگر مورد مقایسه قرار گرفت. برخی از مهمترین نتایج تحقیق نشان داد که فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار به طور معنی‌داری (در سطح ۱٪) بر رابطه سایر متغیرها و عملکرد کسب و کار تأثیر گذاشته و لذا لازم است این مهم توسط دست‌اندرکاران مورد توجه جدی قرار گیرد که زمینه را برای تقویت فرهنگ کارآفرینانه کسب و کارها فراهم نمایند. همچنین با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به روش وریماکس، یک مقیاس برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه کسب و کارهای بخش کشاورزی طراحی شد که شامل ۵ بعد (فرهنگ خلاقیت، گرایش به ریسک‌پذیری، ارتباطات باز و غیررسمی، پیشگامی در ایجاد نوآوری، و تنوع و انعطاف‌پذیری در کار) است. این مقیاس می‌تواند در مطالعه‌های بعدی مورد پالایش قرار گرفته و مورد استفاده سایر محققان قرار گیرد. با توجه روند افزایش و توسعه کسب و کارهای خصوصی و کوچک در بخش کشاورزی، نتایج این تحقیق می‌تواند مورد استفاده مسئولان و کارشناسان ترویج کشاورزی دولتی و خصوصی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: عملکرد کسب و کار، کارآفرینی، فرهنگ کارآفرینانه، ترویج کشاورزی.

Abstract

This ex-post facto research was carried out to investigate the mediating effect of entrepreneurial organizational culture on business performance in agriculture sector. Another objective of this study was to test and tailor an entrepreneurial organizational culture scale proposed by McGuire (2003) in Iranian Agricultural sector. To that end, a sample of 62 agricultural small business units consisting 210 people in Kurdistan province was chosen randomly to answer the research questions. Main result showed that entrepreneurial organizational culture has a significant mediating effect on business performance. Also, using confirmatory factor analysis it was concluded that the scale created by McGuire (2003) could be applied to Iranian Agricultural sector with some revision.

Key Words: Entrepreneurial Organizational Culture, Business performance, Agricultural Sector, Agricultural Extension

مقدمه

عامل‌ها و متغیرهای بسیاری بر عملکرد کارآفرینانه یک کسب و کار کوچک تأثیر گذار هستند که در تحقیقات مختلف به آنها پرداخته شده است. با توجه به شمار بسیار این متغیرها، در عمل امکان بررسی همه آنها در یک تحقیق منفرد امکان‌پذیر نیست به طوری که در نظریه (تئوری)های مختلف به ابعاد گوناگونی اشاره شده است. یکی از نظریه‌های پرطرفداری که عملکرد کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک را مورد بررسی قرار می‌دهد، نظریه بوم‌شناختی (اکولوژیکی) است که مطابق آن متغیرهای پویایی محیط، رقابتی بودن محیط، حمایتی بودن محیط، ساختار سازمانی کسب و کار و گرایش‌های کارآفرینانه کسب و کار از مهم‌ترین متغیرهایی هستند که عملکرد کارآفرینانه یک کسب و کار کوچک را تبیین می‌کنند. بررسی‌های مختلفی تأثیر این متغیرها را بر روی عملکرد کسب و کارهای کوچک مورد تأیید قرار داده‌اند (اسکندری و همکاران، ۱۳۸۵). در این بین بر روی گرایش‌های کارآفرینانه کسب و کار تأکید زیادی شده است. در این ارتباط مطالعه‌های زیادی انجام شده است که در آن گرایش‌های کارآفرینانه کسب و کار مورد بررسی قرار گرفته است. از نظر روش‌شناسی، در همه این بررسی‌ها برای سنجش گرایش‌های کارآفرینانه شرکت به نظرخواهی از صاحب کسب و کار اکتفا شده است؛ اما واقعیت این است که برای سنجش گرایش کارآفرینانه یک شرکت که در آن شمار کارکنان بیش از یک نفر است، نظرخواهی صرف از صاحب کسب و کار نمی‌تواند تصویری واقعی را به دست بدهد؛ زیرا گرایش کارآفرینانه کسب و کار حاصل تلاش و تعامل دسته جمعی تمامی نیروهای انسانی است که در کسب و کار فعالیت می‌کنند (لی و یو، ۲۰۰۴؛ منزل و همکاران، ۲۰۰۸). از این دیدگاه واژه فراگیرتری برای توصیف گرایش کارآفرینانه کسب و کار به کار می‌رود که به آن فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار می‌گویند. فرهنگ کارآفرینانه نوعی فرهنگ سازمانی خاص است که تا به امروز مولفه‌های آن به درستی شناسایی نشده است. ویلدروم و همکاران (۲۰۰۰) در یک کار پژوهشی تحقیقات عمده‌ای را که رابطه بین فرهنگ سازمانی و عملکرد شرکت کرده بودند، به صورت مروری مورد نقد و ارزیابی قرار دادند. بررسی آنان

نشان داد که همه تحقیقات مذکور برای سنجش فرهنگ سازمانی کسب و کار صرفاً ارزشها، باورها و هنجارهای گروهی را در نظر گرفته‌اند در حالیکه از دیدگاه ایشان، فرهنگ سازمانی کسب و کار فراتر از آن است. آنها همچنین نتیجه گرفتند که پیوستگی و انسجام خاصی در نحوه عملیاتی کردن و سنجش فرهنگ سازمانی وجود نداشته و تناقضات زیادی در بین آنها وجود دارد؛ به طوری که برخی فقط به ارزشها توجه کرده‌اند، عده‌ای دیگر به ارزشها و باورها اشاره کرده‌اند، تعدادی هنجارهای رفتاری را به عنوان فرهنگ در نظر گرفته‌اند و عده‌ای دیگر نیز رفتار واقعی مجموعه کسب و کار را به عنوان فرهنگ سازمانی عملیاتی کرده‌اند.

تحقیق‌های پرشمار دیگری نیز به بررسی فرهنگ کسب و کار پرداخته‌اند که از جمله می‌توان به کار راسل و راسل (۱۹۹۲)، کوراتکو و همکاران (۱۹۹۰)، هوفستد (۲۰۰۳)، و مک‌گویر (۲۰۰۳) اشاره کرد. در همه این تحقیقات به بررسی فرهنگ سازمانی کسب و کار پرداخته شده است اما هیچگاه ابعاد یکسانی برای آن به دست نیامده است. جامع‌ترین کاری که در این زمینه به انجام رسیده است، تحقیق مک‌گویر در سال ۲۰۰۳ است که طی آن یک مقیاس برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار پیشنهاد شده است.

با توجه به مطالب پیش گفته، در این پژوهش برابر ابزار طراحی شده توسط مک‌گویر، سعی بر آن بود تا میزان کاربرد مقیاس مذکور در شرایط یک کشور در حال توسعه و در بخش کشاورزی نیز به آزمایش گذاشته شود؛ ضمن آنکه اثر میانجی این عامل مهم در رابطه بین عامل‌های اثرگذار بر عملکرد کارآفرینانه برابر نظریه بوم‌شناختی نیز بررسی شد. بر این پایه، پرسش‌های اساسی تحقیق به شرح زیر بود: تا چه اندازه مقیاس طراحی شده توسط مک‌گویر در زمینه سنجش ابعاد فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار در شرایط بخش کشاورزی ایران می‌تواند کاربرد داشته باشد؟ و فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار چه نقشی در رابطه بین متغیرهای اثرگذار بر عملکرد کارآفرینانه کسب و کار دارد؟

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع علی- پس‌رویدادی بود که برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای استفاده شد که با انجام مصاحبه رو در رو تکمیل شد. روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از روشهای متداول اندازه‌گیری شد و مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل کسب و کارهای کوچک بخش کشاورزی شهرستان سنندج بود که دارای دست کم ۳ نفر نیروی انسانی بوده و ۳ سال از عمر آنها گذشته بود. از آنجا که یکی از هدف‌های اصلی تحقیق بررسی فرهنگ کارآفرینانه بود، وجود دست کم ۳ نفر نیروی انسانی در شرکت ضروری بود. شرط ۳ سال نیز از این جهت ضروری است که دست کم ۳ سال بعد از راه‌اندازی لازم است تا بتوان در مورد موفقیت و شکست یک کسب و کار داوری نمود (اسکندری و همکاران، ۱۳۸۵). شمار این کسب و کارها برابر با ۱۲۴ کسب و کار بود که پس از پیش‌آزمون شمار ۶۲ کسب و کار برای بررسی به روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب گزینش شد. در نهایت شمار ۲۱۰ نفر (۶۲ صاحب شرکت و ۱۴۸ نفر کارکنان کسب و کار) مورد بررسی قرار گرفتند.

متغیرهای مستقل تحقیق شامل فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار، پویایی محیط، رقابتی بودن محیط، و حمایتی بودن محیط بود. برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه از مقیاس طراحی شده توسط مک‌گویر (۲۰۰۳) استفاده شد. دیگر متغیرهای مستقل با استفاده از مقیاس‌های طراحی شده توسط اسکندری و همکاران (۱۳۸۵) اندازه‌گیری شدند. متغیر وابسته نیز عملکرد کارآفرینانه بود که با استفاده از مقیاس طراحی شده توسط اسکندری و همکاران (۱۳۸۵) مورد سنجش قرار گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که به صورت مصاحبه رو در رو تکمیل شد. روایی و پایایی پرسشنامه با استفاده از روشهای متداول اندازه‌گیری شد و مورد تأیید قرار گرفت.

نتایج، بحث و نتیجه‌گیری

در جدول (۱) آمار توصیفی برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های نمونه مورد بررسی درج شده است.

جدول (۱): برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های نمونه بررسی شده

ویژگی مورد بررسی	فراوانی	درصد
------------------	---------	------

درصد	فراوانی	ویژگی مورد بررسی
الف) جنسیت:		
۷۸/۶	۱۶۵	مرد
۲۱/۴	۴۵	زن
ب) زمینه فعالیت:		
۳۳/۸	۲۱	کشت‌های گلخانه‌ای
۲۵/۸	۱۶	پرورش دام و طیور
۱۸/۵	۱۲	خدمات کشاورزی و منابع طبیعی
۱۴/۵	۹	شیلات
۶/۴	۴	خدمات دام و طیور
ج) اندازه کسب و کار:		
۷۵/۸	۴۷	بین ۳ تا ۵ نفر
۱۹/۳	۱۲	بین ۶ تا ۱۰ نفر
۴/۹	۳	بیشتر از ۱۰ نفر
د) دوره زمانی راه‌اندازی:		
۱۱/۳	۷	تا اول دهه ۱۳۷۰
۲۴/۲	۱۵	دهه ۱۳۷۰
۶۴/۵	۴۰	دهه ۱۳۸۰

بر پایه نتایج، ۷۸/۶ درصد (۱۶۵ نفر) از اعضاء اصلی کسب و کارهای بررسی شده مرد و ۲۱/۴ درصد (۴۵ نفر) از آنها زن بوده‌اند که بیانگر نرخ بالاتر فعالیت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی در میان کارآفرینان مرد در مقایسه با کارآفرینان زن است. نتیجه به دست آمده با نتیجه تحقیق اسکندری و همکاران (۱۳۸۵) همخوانی دارد. اگرچه نرخ فعالیت کارآفرینانه در میان دختران و زنان به نسبت سال ۱۳۸۵ افزایش یافته و از ۱۳ درصد به ۲۱ درصد رسیده است اما نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که همچنان وضعیت در میان این قشر مساعد نبوده و لازم است علت نرخ پایین رفتار کارآفرینانه در بخش کشاورزی در میان دختران و زنان در مقایسه با پسران و مردان مورد بررسی قرار گیرد.

از بعد زمینه فعالیت، داده‌های جدول ۱ نشان از متنوع بودن زمینه فعالیت کارآفرینانه در بخش کشاورزی استان کردستان داشته و ملاحظه می‌شود که کشت‌های گلخانه‌ای ۳۳/۸ درصد از حجم نمونه بررسی شده را دربر گرفته که بیانگر رشد این نوع کشاورزی در استان کردستان است. حدود ۳۲ درصد از کسب و کارهای بررسی شده، در زیربخش دام و طیور و خدمات مربوط به آن بوده که نشان از فعال بودن این زیربخش در استان کردستان دارد. همچنین، حدود ۱۴/۵ درصد از فعالیتهای کارآفرینانه به شکل کسب و کارهای کوچک در استان کردستان، به صورت فعالیتهای شیلاتی است که در نوع خود جالب توجه است.

از نقطه نظر دوره زمانی راه‌اندازی، جدول ۱ نشان می‌دهد که تنها حدود ۱۱ درصد از کسب و کارهای بررسی شده، پیش از دهه ۱۳۷۰ راه‌اندازی شده‌اند. مطابق جدول ۱، بیشترین رشد فعالیتهای کارآفرینانه در بخش کشاورزی استان کردستان در دهه ۱۳۸۰ رخ داده است.

از منظر اندازه کسب و کار با توجه به شمار نیروی انسانی، داده‌های جدول ۱ بیانگر این است که بیش از ۷۵ درصد کسب و کارهای کوچک در بخش کشاورزی استان کردستان دارای نیروی انسانی کمتر از ۵ نفر می‌باشد که بیانگر کوچک بودن بعد کسب و کار در بخش کشاورزی این استان می‌باشد.

۳-۲- تحلیل عاملی تأییدی برای مقیاس فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار
برابر مقیاس مک‌گوییر (۲۰۰۳) برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه در مجموع ۳۰ پرسش در نظر گرفته شد (پیوست ۱). پرسش‌های پرسشنامه در بردارنده ۶ بعد: فرهنگ خلاقیت، فرهنگ رقابت‌پذیری، گرایش به خطر (ریسک)‌پذیری، ارتباطات باز و غیررسمی، پیشگامی در ایجاد نوآوری، و تنوع و انعطاف‌پذیری در کار بود. به منظور اینکه میزان همخوانی مقیاس یاد شده با شرایط بخش کشاورزی استان کردستان تعیین شد، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. برای تعیین شمار عامل‌ها بر پایه ملاک کیسر عمل شد. بر این پایه شمار ۵ عامل استخراج شد. در جدول شماره (۲) شمار عامل‌های استخراج شده همراه با مقدار ویژه هر یک از آنها، درصد واریانس هر یک از عوامل و فراوانی تجمعی درصد واریانس آنها آمده است.

جدول (۲) تعداد عوامل استخراج شده و مقدار ویژه، درصد واریانس و فراوانی تجمعی درصد واریانس آنها

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	فراوانی تجمعی درصد واریانس
۱	پیشگامی در ایجاد نوآوری	۸/۱	۲۳/۱	۲۳/۱
۲	ارتباطات باز و غیررسمی	۴/۱۷	۱۳/۳	۳۶/۴
۳	فرهنگ خلاقیت	۳/۶۸	۱۲/۷	۴۹/۱
۴	گرایش به خطرپذیری	۳/۴۳	۱۲/۴	۶۱/۵
۵	تنوع و انعطاف پذیری در کار	۱/۴۷	۶/۶	۶۸/۱

جدول (۲) نشان می‌دهد که عامل "پیشگامی در ایجاد نوآوری" (مقدار ویژه: ۸/۱) بیشترین سهم و عامل تنوع و انعطاف‌پذیری در کار کمترین سهم را در تبیین کل متغیرها داشته و در مجموع پنج عامل یاد شده توانسته‌اند ۶۸/۱٪ از کل واریانس متغیرها را تبیین کنند. برای چرخش عاملی از روش وریماکس (جدول ۳) استفاده شد.

جدول ۳: ماتریس بارهای عاملی پس از چرخش به روش وریماکس

شماره سوالات	پیشگامی در ایجاد نوآوری	ارتباط‌های باز و غیررسمی	فرهنگ خلاقیت	گرایش به خطرپذیری	تنوع و انعطاف‌پذیری در کار
۱			۰/۷۹۶		
۲			۰/۷۹۸		
۳			۰/۵۷۰		
۴			۰/۷۹۱		
۵			۰/۷۰۷		
۶			حذف		
۷			حذف		
۸			حذف		

		حذف			۹
	۰/۵۶۱				۱۰
	۰/۵۷۷				۱۱
	۰/۶۰۷				۱۲
	حذف				۱۳
	۰/۵۰۶				۱۴
			۰/۴۹۹		۱۵
			۰/۶۴۷		۱۶
			۰/۶۷۲		۱۷
			۰/۸۰۴		۱۸
			۰/۷۶۱		۱۹
			۰/۷۶۸		۲۰
				۰/۷۰۰	۲۱
				حذف	۲۲
				۰/۶۷۸	۲۳
				۰/۶۰۸	۲۴
				۰/۶۹۶	۲۵
				۰/۷۶۹	۲۶
۰/۷۲۷					۲۷
۰/۵۹۲					۲۸
۰/۵۳۳					۲۹
حذف					۳۰

با توجه به داده‌های مندرج در جدول ۳ نتایج زیر به دست آمد:

الف) پرسش‌های ۶ تا ۹ که بنابر مقیاس مک‌گوییر (۲۰۰۳) مربوط به بعد "رقابت‌پذیری" بودند، به خاطر نداشتن همبستگی با یک عامل خاص به طور کامل حذف شدند. به عبارت دیگر، در شرایط بخش کشاورزی استان کردستان این عامل نمی‌تواند به عنوان بخشی از فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار لحاظ شود. دقت در آمار توصیفی این عامل نشان داد که همه پاسخگویان تاحدودی دیدگاه همانندی دربارهٔ هریک از پرسش‌های یاد شده داشتند و در نتیجه این پرسش‌ها نمی‌توانند وجه تمایز کسب و کارهای مختلف بخش کشاورزی استان کردستان از

هم باشند. در مورد هر چهار پرسش یاد شده میانگین نظرهای پاسخگویان زیر ۱۰ به دست آمد که بنابر مقیاس لیکرت در حد "کم" و "خیلی کم" بود. به عبارتی دیگر رقابت پذیری بین کسب و کارهای کوچک بخش کشاورزی استان کردستان در حد پایینی بوده و کشاورزی استان هنوز رقابتی نشده است.

ب) پرسش‌های شماره ۱۳، ۲۲ و ۳۰ نیز به خاطر همبستگی بالا با چند عامل از فرایند تحلیل حذف شدند. لذا می‌توان مقیاس اصلاح شده بالا را برای بررسی فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار در شرایط بخش کشاورزی ایران معرفی نمود. با توجه به اینکه برای بار اول است که مقیاس بالا در ایران آزمون می‌شود، لازم است در استان‌های دیگر نیز آزمون شود تا بتوان در مورد اعتبار آن به طور جدی داوری نمود.

ج) مقیاس مک گویر که برای سنجش فرهنگ کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک در کشورهای توسعه یافته پیشنهاد شده است، تا حد زیادی برای بخش کشاورزی ایران هم قابلیت کاربرد دارد. به طوری که از میان شش عامل معرفی شده توسط ایشان، پنج عامل "پیشگامی در ایجاد نوآوری"، "فرهنگ خلاقیت"، "ارتباط‌های باز و غیررسمی"، "گرایش به خطرپذیری" و "تنوع و انعطاف پذیری در کار" ۶۸٪ واریانس فرهنگ کارآفرینانه را تبیین می‌کنند که در حد مطلوبی است.

۳-۳- اثر میانجی فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بر رابطه بین متغیرهای اثرگذار بر عملکرد کارآفرینانه

برای سنجش و تحلیل اثر میانجی‌گری فرهنگ کارآفرینانه بر رابطه بین متغیرهای اثرگذار بر عملکرد کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک، در آغاز فرهنگ کارآفرینانه به سه سطح پایین، متوسط و بالا تقسیم شد. معیار این تقسیم‌بندی سطح زیر منحنی نرمال بود که پس از استاندارد کردن داده‌ها صورت پذیرفت. در نتیجه چارک ابتدایی به عنوان فرهنگ کارآفرینانه پایین، چارک‌های دوم و سوم به عنوان فرهنگ کارآفرینانه متوسط و چارک چهارم به عنوان فرهنگ کارآفرینانه بالا گروه‌بندی شدند.

در گام بعدی معادل نظریه‌های موجود در ادبیات تحقیق سه مدل رگرسیونی برای هر یک از سه گروه فرهنگ کارآفرینانه به دست آمد که خلاصه آنها در جدول ۴ درج شده است. با توجه به محدودیت فضا و به منظور جلوگیری از افزایش حجم نوشتار از درج برخی جدول‌های رگرسیونی خودداری شده و تنها داده‌های مرتبط با هدف‌های تحقیق گزارش شده است. جدول ۴: خلاصه مدل‌های رگرسیونی به دست آمده برای برآورد اثر میانجی‌گری فرهنگ کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار

فرهنگ کارآفرینانه	متغیرهای وارد شده در مدل	ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد	مقدار t	سطح معنی‌داری
پایین	پویایی محیط	.۱۹	.۵۷	۲/۳	.۰۴
	رقابتی بودن محیط	.۱۲	.۷۴	۲/۲	.۰۴
متوسط	پویایی محیط	.۲۳	۱/۲۲۳	۳/۳۳	.۰۰۱
	رقابتی بودن محیط	.۱۹	۱/۳۰۱	۳/۲۳	.۰۰۱
بالا	پویایی محیط	.۳۲	۱/۴۲۲	۳/۴۷	.۰۰۱
	رقابتی بودن محیط	.۲۷	۱/۴۳۵	۳/۳۴	.۰۰۱

نتایج مندرج در جدول ۴ نشان می‌دهد که در هر سه گروه مورد بررسی (کسب و کارهای با فرهنگ کارآفرینانه پایین، متوسط و بالا)، تنها دو متغیر پویایی بودن محیط و رقابتی بودن محیط بر عملکرد کارآفرینانه کسب و کار تأثیر دارند که نتیجه به دست آمده با نتایج قبلی همخوانی دارد (به عنوان مثال اسکندری و همکاران، ۱۳۸۵؛ ویکلوند و شفر، ۲۰۰۵). متغیر حمایتی بودن محیط اثر معناداری بر عملکرد کارآفرینانه ندارد که دلیل آن این است که از دیدگاه اعضای کسب و کارهای بررسی شده، محیط پیرامون کسب و کارها حمایتی نیست. جدول ۴ نشان می‌دهد که هرچه فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار بالاتر می‌رود، متغیرهای پویایی بودن محیط و رقابتی بودن محیط اثر معنادارتری بر عملکرد کارآفرینانه دارند که بیانگر اثرگذاری میانجی‌گری بالای فرهنگ کارآفرینانه بر رابطه بین این متغیرها و عملکرد کارآفرینانه است. به عبارتی دیگر، کسب و کارهایی که در آنها فرهنگ کارآفرینانه پررنگ‌تری حاکم است بهتر به پویایی بودن و رقابتی بودن محیط پاسخ داده و در نتیجه عملکرد کارآفرینانه بالاتری از خود

نشان می‌دهند. نتیجه به دست آمده جالب توجه بوده و به صاحبان کسب و کارهای بخش کشاورزی می‌گوید که در صورتی که بتوانند فرهنگ کارآفرینانه پررنگ‌تری در کسب و کار خود ایجاد کنند، کسب و کارشان عملکرد بهتری در بازار از خود نشان خواهد داد. بنابراین پیشنهاد می‌شود از راه دستگاه‌های مسئول سیاست‌گذاری، کسب و کارهای کوچک بخش کشاورزی آموزش داده شوند تا فرهنگ کارآفرینانه را به شکل مطلوب‌تری در کسب و کار خود نهادینه کنند. به یقین این امر در آینده که روز به روز بازار رقابتی‌تر و پیچیده‌تر خواهد شد، به کسب و کارهای کوچک بخش کشاورزی کمک خواهد کرد تا راهبردهای مناسب‌تری را برای بهبود عملکرد خود طراحی کنند. البته از آنجا که شمار کسب و کارهای بررسی شده محدود بود (۶۲ کسب و کار)، در مورد معنی‌داری عملیاتی نتیجه به دست آمده بایستی با ملاحظه رفتار نمود؛ زیرا برای آنکه بتوان به نتیجه قطعی‌تری دست یافت، لازم است شمار نمونه کافی در اختیار داشته باشیم تا بتوان دقیق‌تر در مورد نتیجه رگرسیونی به دست آمده داوری نمود. زیرا همچنان که تاباچنیک و فیدل (۲۰۰۷) می‌گویند، نتایج تحلیل رگرسیونی به شدت تحت تأثیر حجم نمونه بوده و لازم است دست کم نمونه کافی در اختیار داشت تا بتوان قطعی‌تر در مورد صحت و اعتبار نتایج به دست آمده داوری نمود. بر این پایه لازم است این تحقیق با حجم نمونه بیشتر و شمار متغیر بیشتر تکرار شود تا بتوان به یافته‌های دقیق‌تری دست یافت.

منابع

- ۱- اسکندری، ف.، حسینی، م.، کلانتری، خ. ۱۳۸۵. عوامل موثر بر عملکرد کارآفرینانه دانش‌آموختگان آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی ایران. اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۳، صص. ۱۳۴-۱۰۷.
- 2- Hofstede, G. 2003. Culture's and Organizations: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. Software of the Mind. 2nd Ed. Great Britain, Profile Books Ltd.
- 3- Kuratko, D., Montagno, R., and Hornsby, J. 1990. Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic management journal*, 11, 4, 297-308.
- 4- Lee, S., Yu, K. 2004. Corporate culture and organizational performance. *Journal of Managerial Psychology*, 19(4): 340-359.

- 5- McGuire, S., 2003. Entrepreneurial organizational culture: construct definition and instrument development and validation. Unpublished Ph.D. dissertation, The George Washington University, USA.
- 6- Menzel, H. et al., 2008. Developing Characteristics of an Intrapreneurship Supportive Culture, In: A. Fayolle and P. Kyroe (Eds.), *The Dynamics between Entrepreneurship, Environment and Education*, Cheltenham (UK): Edward Elgar, pp. 77-102.
- 7- Russell, R., and Russell, C. 1992. An examination of the effect of organizational norms, organizational structure and environmental uncertainty on entrepreneurial strategy. *Journal of management*, 18, no.4, 639-656.
- 8- Tabachnick, G. G., and Fidell, L. S. 2007. *Using Multivariate Statistics*, 5th ed. Boston: Allyn and Bacon.
- 9- Wiklund, J. and Shepherd, D. 2005. Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach, *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, 71-91.
- 10- Wilderom, C., Glunk, U., and Maslowski, R. 2000. Organizational culture as a predictor of organizational performance, in: *Handbook of Organizational culture and climate*, Thousand oaks, CA. 201 p.

پیوست ۱: پرسش‌های مقیاس فرهنگ کارآفرینانه کسب و کار طراحی شده توسط مک‌گویر (۲۰۰۳)

شماره پرسش‌ها	بعد
۱- در شرکت ما به کارکنان خلاق اجازه داده می‌شود تا کارها را به روشها و شیوه های مختلف انجام دهند.	فرهنگ خلاقیت
۲- در این شرکت کارکنان ترغیب می‌شوند که خلاق باشند و خلاقانه فکر کنند.	
۳- در شرکت ما اگر افراد خلاق قوانین و مقررات را زیر پا بگذارند مجازات نمی‌شوند و با آنها برخورد نامناسب صورت نمی‌گیرد.	
۴- تمام سعی و تلاش شرکت ما بر این است تا شرایطی را برای کارکنان فراهم کند که آنان بتوانند خلاقانه فکر و رفتار کنند.	
۵- در این شرکت به کارکنان اجازه داده می‌شود تا یک مسئله را به اشکال مختلف حل کنند.	
۶- شرکت ما همواره سعی می‌کند تا تولیدات و خدمات خود را بهتر از سایر رقبایان و کسب و کارهای مشابه به مشتریان عرضه کند.	رقابت پذیری
۷- شرکت ما در واقع هیچ رقیبی ندارد.	

	۸- ما باید همواره از رقبای جدیدمان در بازار آگاهی و اطلاعات کامل و کافی داشته باشیم.
	۹- ما اعتقاد داریم که باید رقیبانمان را شکست دهیم.
خطر پذیری	۱۰- در شرکت ما تمامی کارکنان قویاً ترغیب می‌شوند تا ریسک منطقی داشته باشند.
	۱۱- در کسب و کار ما شکست شرم آور محسوب شده و قویاً از همه خواسته می‌شود که شکست نخورند، زیرا مایه ننگ محسوب می‌گردد.
	۱۲- در این شرکت ریسک پذیر بودن به عنوان یک کیفیت مثبت محسوب شده و به فردی که ریسک پذیر است به دید مثبت نگاه می‌شود.
	۱۳- شرکت ما اعتقاد دارد، که اگر یکی از کارکنان روش یا ایده جدیدی را آزمایش کرد ولی در آن شکست خورد، به شرطی که آن فرد از این شکست درس بگیرد (یاد بگیرد)، باید تشویق شود.
	۱۴- شرکت ما اعتقاد دارد برای اینکه فرصتهای موجود در بازار را به درستی شناخته شده و به بهترین شکل ممکن از آن بهره برداری کنیم، بایستی تمامی کارکنان و مدیران شرکت ریسک پذیری منطقی داشته باشند.
ارتباطهای باز و رسمی	۱۵- در شرکت ما هر کسی می‌تواند ایده و پیشنهاد دهد و از کارکنان تقاضا می‌شود هر نوع ایده و پیشنهادی دارند ارائه دهند.
	۱۶- در این شرکت تمامی کارکنان، فارغ از جایگاه، شغل و تحصیلاتشان ترغیب می‌شوند تا پیشنهاد بدهند.
	۱۷- ارتباطات خوب و مناسبی بین قسمت های مختلف شرکت ما وجود دارد.
	۱۸- کارکنان و مدیران این شرکت بسیار راحت و آزادانه اطلاعات را بین هم رد و بدل می‌کنند.
	۱۹- در این شرکت کارکنان ایده های جدید را نزد خود نگه نداشته و آن را با سایر افراد شرکت در میان می‌گذارند.
	۲۰- ما در این شرکت اعتقاد داریم که بایستی کاملاً "آزادانه و راحت با یکدیگر در تعامل باشیم تا بتوانیم پیشرفت کنیم.
پیشگامی در ایجاد نوآوری	۲۱- در شرکت ما بطور مداوم تولیدات یا خدمات جدیدی به مشتریان عرضه می‌شود.
	۲۲- در این شرکت از همه کارکنان انتظار می‌رود تا سعی کنند روشها و ایده های جدید را ایجاد کنند که منجر به عملکرد بهتر مجموعه شود.
	۲۳- ما اعتقاد داریم و همواره سعی می‌کنیم تا جلوتر از نیازهای مشتریانمان باشیم نه اینکه منتظر خواسته ها و نیازهای آنان بمانیم تا بعداً" به آنها پاسخ دهیم.
	۲۴- در شرکت ما فرصت ها، خدمات و تولیداتی را شناسایی و عرضه می‌کنیم که هنوز مشتریانمان از آنها خبر ندارند.
	۲۵- ما اعتقاد داریم یکی از بهترین راههای بهبود عملکرد این شرکت و همچنین بهترین راه حل مسائل و مشکلاتمان، نوآوری است.
	۲۶- ما اعتقاد داریم همواره بایستی به دنبال عرضه کالاها و خدماتی باشیم که کاملاً" جدید بوده و تا کنون به بازار عرضه نشده است، تا بتوانیم نسبت به رقیبانمان برتری داشته باشیم.

<p>۲۷- در شرکت ما کارها کاملاً " متنوع بوده و از قبل مشخص شده نیستند.</p>	<p>تنوع و انعطاف پذیری در کار</p>
<p>۲۸- شرکت ما یک شرکت انعطاف پذیر بوده و همواره سعی در تغییر و تحول روش ها و شیوه های گوناگون در کارهایمان را داریم.</p>	
<p>۲۹- در شرکت ما روشهای انجام کار متنوع بوده و مدیریت سعی می کند روش ها و شیوه های جدیدی را به کار گیرد.</p>	
<p>۳۰- کارکنان این شرکت اعتقاد دارند که چون بازار، نیازها و سلیقه های مشتریان دائماً متغیر است، لذا بایستی همواره روشها، شیوه ها و برنامه هایمان را متناسب با بازار و مشتریان تغییر داده و اصلاح یا تعدیل کنیم.</p>	