

## تحلیل تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینانه

ناصر سیف الهی<sup>۱</sup>

### چکیده

نوآوری و کارآفرینی به عنوان عامل مهم و حیاتی برای سازمان‌ها به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در محیط پیچیده و متغیر امروزی است. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند موفق‌تر خواهند بود. هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینانه است. از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ روش انجام تحقیق توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه کارکنان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل را تشکیل می‌دهد که تعداد آن‌ها برابر ۳۲۰ نفر است. روش مورد استفاده برای نمونه‌گیری روش تصادفی ساده بود. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شده است که طبق این جدول تعداد نمونه آماری برابر ۱۷۵ به دست آمده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و lisrel با رویکرد معادلات ساختاری انجام گرفته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ابعاد مدیریت دانش شامل (ثبات دانش، خلق دانش، انتقال دانش، کسب دانش، کاربرد دانش) و ابعاد نوآوری شامل (نوآوری تحقیق و توسعه، نوآوری محصول و نوآوری فرایند) بر گرایش کارآفرینانه کارکنان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، نوآوری، گرایش کارآفرینانه

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرینی پرداختند. کورکت (۲۰۰۵) کارآفرینی را فرایند پویایی از تغییر بینش و بصیرت با ابتکار و نوآوری می‌داند. هیسریچ و پیترس (۲۰۰۷) کارآفرینی را فرایند خلق هر چیز نو و با ارزش با صرف وقت و تلاش با فرض همراه داشتن خطرات مالی، روحی و اجتماعی و به دست آوردن پاداش‌های مالی و رضایت فردی و استقلالی که از آن ناشی می‌شود، تعریف کرده‌اند.

کارآفرینی یک عامل مهم برای موفقیت شرکت به‌ویژه در دنیای کنونی است. به گونه‌ای که مطالعات پیشین نیز نشان می‌دهد که گرایش کارآفرینی یک عامل مهم برای موفقیت سازمان و سودآوری است (کوهن و همکاران ۲۰۱۰؛ راج و همکاران ۲۰۰۹). علاوه بر این محققان اظهار می‌کنند که برای ورود به بازار و بهبود عملکرد، شرکت‌ها باید گرایش کارآفرینانه قوی داشته باشند. به گونه‌ای که سازمان‌هایی که سطح گرایش کارآفرینانه در آن‌ها بالاست عملکرد بهتری نسبت به بقیه سازمان‌ها دارند (تیلور ۲۰۱۳). کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و می‌دارند. به واسطه خلق و توسعه کسب‌وکارهای جدید، کارآفرینی و صادرات برای تسریع فرآیند رشد اقتصادی کشورها مهم هستند. کارآفرینی به رشد اقتصادی از طریق خلق و انتقال دانش کمک می‌کند و باعث افزایش رقابت‌پذیری سازمان می‌شود (هسلز، ۲۰۰۷).

این تحقیق باعث توسعه ادبیات موضوع در حوزه تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط و کشورهای در حال توسعه مانند ایران می‌شود. زیرا تحقیقی با این عنوان به بررسی تأثیر دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینی نپرداخته است. از طرف دیگر، تغییرات فزاینده محیط کسب‌وکار و رشد رقابت غیرقیمتی در تصاحب سهم بیشتر بازار باعث شده است که تعداد زیادی از شرکت‌ها به تقویت ظرفیت دانش و نوآوری در عرضه فعالیت خود بیشتر توجه کنند. با توجه به مطالعات انجام شده در این حیطه یعنی دانش و نوآوری و این‌که چه تأثیری بر می‌تواند بر گرایش کارآفرینی داشته باشد، می‌توان گفت یک خلأ تحقیقی وجود دارد. بنابراین در این تحقیق دانش و نوآوری به عنوان دو متغیر در نظر گرفته شده تا تأثیر آن‌ها بر گرایش کارآفرینی بررسی گردد. زیرا شرکت‌های کارآفرین به‌طور مستمر به دنبال دستیابی به اطلاعات و دانش و خلق ایده جدید می‌باشند. این ویژگی در شرکت‌ها باعث ایجاد زمینه‌ای برای کسب دانش و تسهیم آن و همچنین خلق نوآوری در سازمان می‌شود و این شرکت‌ها را به شرکت‌های نوآور و ریسک‌پذیرتر از رقبای تبدیل می‌کند.

1. Crockett
2. Hisrich
3. Kuhn
4. Rauch
5. Taylor

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی گستره‌ی وسیعی از فعالیت‌ها و فرآیندها را شامل می‌شود، مانند نوآوری و خلاقیت سازمانی ایجاد دیدگاه‌های جدید (تیمونز، ۱۹۹۰) کشف فرصت‌ها و ریسک‌پذیری (استیونسون و جاریلو، ۱۹۹۱). رفتار کارآفرینانه نیز از طرق مختلفی تعریف شده است، به عنوان مثال از دیدگاه میلر (۱۹۸۳) هنگامی که رفتار افراد دارای ویژگی‌های خلاقیت و نوآوری نسبت به محصول بازار، ریسک‌پذیری و یا پیشگامی باشد، در این صورت رفتار آنان کارآفرینانه است. کارآفرینی را می‌توان به عنوان فرآیند افزایش ثروت از طریق نوآوری و استفاده از فرصت‌ها نیز تعریف کرد که مستلزم داشتن ویژگی‌های کارآفرینی مانند ریسک‌پذیری، استقلال و پیشگامی است (ناسوشن و همکاران، ۲۰۱۳).

در تعریفی از اجزای کارآفرینی که شامل استقلال (کوراتکو و هودگتس، ۲۰۰۱)، نوآوری و پیشگامی و تمایل به ریسک‌پذیری است می‌توان گفت که پیشگامی به آغازگر بودن، پیش‌بینی کردن و استفاده از فرصت‌های جدید و به مشارکت در بازارهای نوظهور اشاره دارد (پنروز، ۱۹۵۹) ریسک‌پذیری به تمایل مدیریت در استفاده از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌ها در شرایط عدم اطمینان اشاره می‌کند (چانگ، ۱۹۹۸) نوآوری نیز به عنوان ایجاد ایده، انطباق دادن آن و درنهایت اجرای آن یا پیشنهادی که منجر به تغییر در داخل سازمان شود و همچنین نهادینه کردن این ایده‌ها در الگوهای رفتاری پایدار و مشخص در رفتار سازمانی تعریف می‌شود (جرار و اسمیت، ۲۰۱۴) و در تعریف استقلال نیز می‌توان گفت: به میزانی که کارکنان می‌توانند در مورد اثربخشی عملکرد کارشان به صورت مستقل و بدون توجه به نظرات دیگران تصمیم‌گیری کنند (هورنزی و همکاران، ۱۹۹۳). نگرش کارآفرینانه از قابلیت‌های داخلی شرکت‌ها محسوب می‌شود که می‌تواند باعث بهبود عملکرد، به صورت کلی گرایش کارآفرینی به تمایل شرکت‌ها برای کشف فرصت‌های جدید بازار اشاره دارد (کانو و همکاران، ۲۰۰۴) و از طریق تمایل شرکت‌ها به قبول نوآوری،

- 
7. Timmons
  8. Stevenson and Jarillo
  1. Nasution et al
  2. Kuratko & Hodgetts
  3. Penrose
  4. Chang
  5. Jarrar and Smith
  6. Hornsby et al
  7. Cano et al

ریسک‌پذیری و پیشگامی، رقابت تهاجمی و نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری که مؤلفه‌های نگرش استقلال‌ظهور می‌کند (لومپکین و دس، ۱۹۹۶).

گرایش کارآفرینی به عنوان یک مفهوم مهم در ادبیات موضوع بین‌المللی شدن و کارآفرینی در طول دو دهه گذشته ظهور پیدا کرده است (هوانگ و وانگ، ۲۰۱۱). در ابتدا به وسیله میلر (۱۹۸۳) مطرح شد که بیانگر تمایل سازمان به نوآوری، پذیرش ریسک از طریق امتحان کردن محصولات و خدمات جدید و بیش فعال بودن نسبت به رقبا در جستجو فرصت‌های بازار است. بنابراین، می‌توان گفت یک شرکت کارآفرین شرکتی است که به دنبال نوآوری در محصولات بازار، پذیرش موقعیت‌های پر ریسک و شناسایی فرصت‌ها و تصاحب آن‌ها سریع‌تر از رقباست (تیلور، ۲۰۱۳).

### مدیریت دانش

در محیط کسب‌وکار کنونی، داشتن دانش صحیح و توانایی تبدیل این دانش به ارزش جدید موجب مزیت رقابتی می‌شود (اوزر و ووگل، ۲۰۱۵). پالانیسمی (۲۰۱۰) مدیریت دانش را فرایندی یکپارچه و نظام‌مند از فعالیت‌های وسیع شامل خلق، کسب، ذخیره، تسهیم، توزیع، توسعه و تدوین و به کارگیری دانش از طریق افراد و گروه‌ها در جهت شکل دادن به اهداف عمده سازمانی تعریف می‌کند. در محیط آشفته و پیچیده امروزی، مهم‌ترین منبع سازمان، دانش است و سازمان باید از دانش خود جهت بهبود موقعیت خویش استفاده نماید (هارونگ و همکاران، ۲۰۱۸). مدیریت دانش فرایندی است که ضمانت می‌کند، افراد درون سازمان از اطلاعات مناسب در زمان مناسب و به شکل درست برخوردارند (بولیسانی و براتیانو، ۲۰۱۸). سازمان‌هایی که فعالیت‌های خود را براساس مدیریت دانش انجام می‌دهند، از کارایی، بهره‌وری و کیفیت خدمات بالاتری برخوردارند (جانسون و همکاران، ۲۰۱۹). شرکت‌ها به مدیریت دانش احتیاج دارند تا بتوانند دانش موجود و دانش جدید را به‌منظور فرصت‌های نوآورانه شناسایی و پردازش کنند (تیس، ۲۰۱۸۹). مدیریت دانش در سازمان‌ها به فعالیت‌های سازمانی گفته می‌شود که زیرساخت‌ها

- 
8. Lumpkin and Dess
  9. Huang & Wang
  10. Miler
  - 4 Ozer & Vogel
  - 5 Palanisamy
  - 6 Huarng et al.
  - 7 Bolisani & Bratianu
  - 8 Johnson et al.
  - 9 Teece

و فرایندهایی را به منظور بهره‌برداری از دانش داخلی فراهم نموده و موجب تسهیل استفاده از منابع دانش خارجی می‌شود. برای نمونه، توانایی مدیریت دانش می‌تواند دربرگیرنده استفاده از فناوری‌ها برای نمایش اطلاعات مشتری، توزیع دانش جدید در بین کارمندان یا کسب و ذخیره فرایندهای سازمانی باشد. از طریق مدیریت دانش، شرکت‌ها دانش ضمنی را به دانش صریح تبدیل می‌کنند تا بتواند آزادانه در کل سازمان جریان یابد (ماراویلهاس و مارتینز، ۲۰۱۹). مدیریت دانش با کمک به دانش کارکنان، می‌تواند موجب اقتصاد مبتنی بر دانش شود (شهرزاد و همکاران، ۲۰۱۹). کسب دانش از طریق کانال‌های مختلفی مانند حامیان، مشتریان، کارکنان و غیره به منظور بهبود محصولات و خدمات انجام می‌شود (جانسون و همکاران، ۲۰۱۹). سازمان‌ها زمانی می‌توانند از مدیریت دانش استفاده کنند که دانش کسب شده از منابع مختلف را به کار گیرند تا عملکرد کلی بهبود یابد (کنت و همکاران، ۲۰۱۹).

فضای تجاری به دلیل تغییر نیازهای مشتری، توسعه سریع بازار و پیشرفت تکنولوژی، یک محیط پویا است. سازمان‌ها به دنبال روشی مؤثر جهت انطباق با این تغییرات هستند تا همچنان در رقابت باقی بمانند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۵). یکی از این رویکردها، نوآوری بازاری است که در سال ۲۰۰۳ توسط هنری چسبرو ابداع شد و بر روش نوآورانه تفکر شامل دانش خارجی کسب‌شده از طریق تأمین‌کنندگان، مشتریان و موسسه‌ها تأکید داشت (هادی‌علی و همکاران، ۲۰۲۰). این رویکرد از اطلاعات یا دانش داخلی و خارجی و ترکیب مسیرهای داخلی و خارجی برای بهره‌برداری از نوآوری حمایت می‌کند. جنبه باز بودن نوآوری نشان‌دهنده عبور جریان دانش یا اطلاعات از مرز نفوذپذیری شرکت است. این جریان دانش یا اطلاعات ممکن است شامل ورود به شرکت (نوآوری باز ورودی)، خروج هدفمندانه جهت تجاری‌سازی یا کسب منافع مالی و غیرمالی (نوآوری باز خروجی) و ترکیب هر دو ورودی و خروجی به منظور نوآوری مشترک با شرکا به وسیله روابط سازمان‌یافته بین‌المللی باشد (اوواکپوری و همکاران، ۲۰۲۱). نوآوری باز به وسیله

- 
- 1 Maravilhas & Martins
  - 2 Kenneth et al.
  - 3 Wang et al.
  - 4 Open innovation
  - 5 Henry Chesbrough
  - 6 Hadi Ali et al.
  - 7 Ovuakporie et al.

مکانیسم جذب منابع، یادگیری سازمانی و ارتباطات شبکه‌ای، مزایایی را برای پذیرش شرکت‌ها فراهم می‌کند (کسیمن و والتینی، ۲۰۱۶).

مدیریت دانش مفهومی است که به صورت انفجاری ظهور کرده و طی چند سال گذشته موضوع داغی بوده است. در دنیای کسب‌وکار بسیار دشوار قرن ۲۱، مزیت رقابتی سازمان‌ها تقریباً به طور کامل بستگی به اینکه دارد که چگونه قادر به مدیریت و استقرار دارایی‌های شرکتی خود است. این دارایی‌ها را می‌توان به دارایی‌های ملموس و نامشهود دسته‌بندی کرد. در روش سنتی، دارایی‌های مادی مانند کارخانه، ماشین‌آلات، تجهیزات، موجودی و مالی سرمایه به‌عنوان اساسی‌ترین دارایی‌های شرکت محسوب می‌شود. دارایی‌های نامشهود مانند دانش فکری و مالکیت معنوی نقش بسیار کمی یا مبهمی را در هر سازمان ایفا می‌کنند (خانال و راج پائودیال، ۲۰۱۷).

مدیریت دانش می‌تواند فرصت‌های جدید، خلق ارزش برای مشتریان، کسب مزیت‌های رقابتی یا بهبود عملکرد را ایجاد کند. (لوریا، ۲۰۰۸). فعالیت‌های مدیریت دانش شامل گرفتن اطلاعات، مستندسازی، بازیابی و استفاده مجدد، ایجاد، انتقال و به اشتراک‌گذاری دارایی‌های دانش آن است که در فرایندهای عملیاتی و کسب‌وکار خود یکپارچه شده است. فرآیندها و عملکردهای مدیریت دانش شامل سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، برنامه‌ریزی، نظارت و استقرار افراد، فرایندها، فن‌آوری و محیط‌زیست، با اهداف مناسب و مکانیسم بازخوردی برای تسهیل حفظ، به اشتراک‌گذاری، شناسایی، کسب، استفاده از دانش و ایده‌های جدید، به‌منظور دستیابی به اهداف استراتژیک، به‌عنوان مثال، بهبود رقابت یا بهبود عملکرد، با توجه به بعد مالی، قانونی، فنی، منابع، محدودیت‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی (لیهانی و همکاران، ۲۰۰۴).

طبق تعریف هیسریچ و همکاران (۲۰۰۵) که کارآفرینی را پیوند خلاقیت و نوآوری با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار می‌دانند، نوآوری به عنوان یکی از ارکان کارآفرینی شناخته می‌شود. نوآوری می‌تواند ایده، شیوه یا چیز تازه و بکری باشد یا این‌که تازه جلوه کند. برخلاف اسم ظاهری

نوآوری، نیازی نیست که نوآوری یک ایده بسیار تازه باشد، بلکه کافی است که ایده، شیوه یا شیء باشد که از دیدگاه افرادی که آن را می‌پذیرند، تازه و نو جلوه کند (راجرز، ۱۹۹۵).

سیف‌اللهی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان ابعاد مدیریت دانش بر زنجیره ارزش نشان داد که ابعاد مدیریت دانش بر زنجیره ارزش در صنعت زنبورداری تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند. در بین ابعاد مدیریت دانش، بر اساس ضریب بتا بیشترین تأثیر را کسب دانش و کاربرد دانش بر زنجیره ارزش دارند.

سیف‌اللهی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری فناورانه بر خلق مزیت رقابتی به این نتیجه دست یافتند که مدیریت دانش و نوآوری فناورانه تأثیر معنی‌دار بر خلق مزیت رقابتی در شرکت‌های تولیدی دارد.

سیف‌اللهی (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر بهره‌وری سازمانی نشان داد که ابعاد مدیریت دانش - کسب دانش، ذخیره‌سازی، تسهیم و کاربرد دانش بر بهره‌وری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

صفری (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان شناسایی شاخص‌های ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی انجام داد. نتایج پژوهش، ۲۹ شاخص در ۹ دسته معیار رهبری، راهبرد، کارکنان، شراکت‌ها و منابع، فرآیندها، محصولات و خدمات، نتایج مشتریان، نتایج جامعه و نتایج کلیدی را به عنوان شاخص‌های مناسب ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی ارائه نموده است.

صادقی و محتشمی (۱۳۹۵) با هدف بررسی ویژگی‌های شغلی و نوآوری سازمانی دریکی از مراکز نظامی پژوهشی انجام دادند.

یافته‌ها مبین این بود که بین ویژگی‌های شغلی و نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت.

میرابی (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان اثرپذیری کارآفرینی در سازمان از ساختار سازمانی به رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین اجزای ساختار سازمانی (رسمیت، تمرکز) و کارآفرینی درحیطه صف و ستاد رابطه معنی‌داری وجود دارد. اما بین پیچیدگی و کارآفرینی رابطه معنی‌داری مشاهده نگردید.

سالاریا(۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی انجام داد. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن شامل: کسب، خلق، ثبت، انتقال و کاربرد دانش با کارآفرینی سازمانی در کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران وجود دارد.

کارمن و جوس (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان «نقش نوآوری سازمانی و نوآوری فناورانه در ارتباط بین ویژگی‌های شغلی و عملکرد در سازمان‌های فرهنگی» نشان دادند که ویژگی‌های شغلی هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم (با نقش میانجی نوآوری) بر عملکرد تأثیر دارد. بعلاوه، نوآوری تأثیر مستقیم بر عملکرد می‌گذارد.

ستین و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی چگونگی تأثیر مدل تعالی بر رفتارهای کارآفرینانه درون‌سازمانی پرداخته و تأثیر مثبت استفاده از مدل تعالی سازمان بر بروز رفتارهای کارآفرینانه در سازمان را نشان داده‌اند.

فاکس (۲۰۰۸) ارتباط کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی در چارچوب اداره را مورد بررسی قرار داده است. وی شاخص‌های کارآفرینی سازمانی را به دو دسته گرایش‌های کارآفرینی سازمانی و مدیریت کارآفرینانه و شاخص‌های عملکرد را به دو دسته شاخص‌های مالی و شاخص‌های غیرمالی تقسیم کرد.

### هدف اصلی

بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینانه

پرتال جامع علوم انسانی

### فرضیه‌های اصلی تحقیق

۱. مدیریت دانش بر گرایش کارآفرینانه تأثیر معنی‌داری دارد.

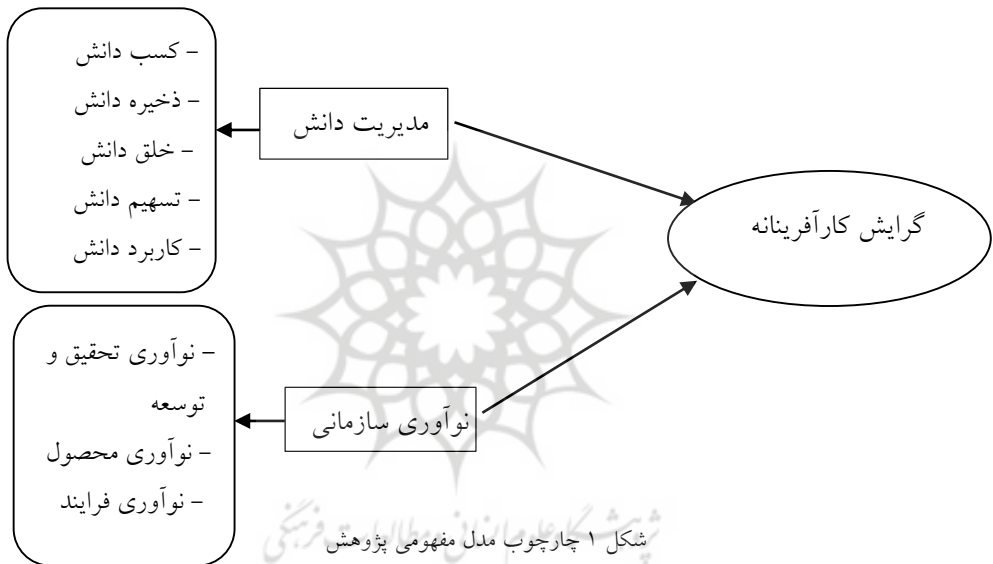
۲. نوآوری بر گرایش کارآفرینانه تأثیر معنی‌داری دارد.



با توجه به مطالعات انجام شده برای بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی بر گرایش کارآفرینی مدل زیر طراحی شده است. در این تحقیق فرض بر این است که مدیریت دانش و نوآوری به عنوان متغیر مستقل و گرایش کارآفرینی در نقش متغیر وابسته نظر گرفته شده است.

### مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش دربرگیرنده سه متغیر مدیریت دانش، نوآوری و گرایش کارآفرینی است. به رغم پیوند این سه متغیر در مبانی نظری به شکل مفهومی، در پژوهشی به صورت تجربی رابطه این سه را متغیر بررسی نشده است. براساس مطالعات چارچوب مفهومی زیر ترسیم می شود.



### روش پژوهش

این پژوهش براساس هدف، پژوهش کاربردی محسوب می شود و از حیث شیوه گردآوری داده ها، توصیفی-پیمایشی از نوع تحلیل همبستگی است که در آن رابطه بین متغیرها براساس هدف پژوهش تحلیل می شود و به طور مشخصی مبتنی بر روش معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان اردبیل به تعداد ۳۲۰ نفر بود. روش نمونه گیری به صورت روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شد که طبق این جدول نمونه آماری برابر ۱۷۵ نفر است. برای اندازه گیری متغیر نوآوری سازمانی، (پرسشنامه ۱۷ گویه ای) از سه بعد و پرسشنامه

گرایش به کارآفرینی با چهار بعد (محمدی، ۱۳۹۰) و برای سنجش متغیر مدیریت دانش از پرسشنامه برگرفته شده از مدل نوناکا (۱۹۸۳ با ۳۳ گویه‌ای) با پنج بعد استفاده شده است. جهت سنجش روایی پرسش‌نامه از روش صوری و محتوایی، روایی همگرا و واگرا، و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. جهت ارزیابی پایایی نیز از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

### تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

#### تحلیل آماری جنسیت، سن، سابقه خدمت و تحصیلات

در این بخش به بررسی فراوانی از نظر شاخص جنسیت، سن، سابقه خدمت و تحصیلات پرداخته می‌شود. شاخص‌هایی مانند تعداد، درصد فراوانی مورد بررسی قرار گرفته و در جدول ۱ ارائه شده است.

طبق نتایج جدول (۱) ۳/۴ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی در گروه سنی ۵۰ سال و بیشتر و ۶۱/۷ درصد با بیشترین فراوانی در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال و ۷/۴ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی تحصیلات فوق لیسانس و ۸۱/۷ درصد نیز با بیشترین فراوانی تحصیلات لیسانس و ۱۰/۹ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی کمتر از ۱۰ سال سابقه خدمت دارند و ۴۸ درصد نیز با بیشترین فراوانی ۱۰ تا ۲۰ سال سابقه خدمت دارند. ۳/۴ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی در گروه سنی ۵۰ سال و بیشتر و ۶۱/۷ درصد با بیشترین فراوانی در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال هستند.

جدول ۱ تحلیل آماری جنسیت، سن، سابقه خدمت و تحصیلات

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۱۷	۹/۷
مرد	۱۵۸	۹۰/۳
جمع	۱۷۵	۱۰۰

گروه سنی	فراوانی	درصد
۲۰ تا ۲۹ سال	۴۰	۲۲/۹
۳۰ تا ۳۹ سال	۱۰۸	۶۱/۷
۴۰ تا ۴۹ سال	۲۱	۱۲/۰
۵۰ سال و بیشتر	۶	۳/۴
جمع	۱۷۵	۱۰۰

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
فوق دیپلم	۱۹	۱۰/۹
لیسانس	۱۴۳	۸۱/۷
فوق لیسانس	۱۳	۷/۴
دکتری	۰	۰/۰
جمع	۱۷۵	۱۰۰

سابقه خدمت	فراوانی	درصد
کمتر از ۱۰ سال	۱۹	۱۰/۹
۱۰ تا ۲۰ سال	۸۴	۴۸/۰
۲۰ تا ۳۰ سال	۷۲	۴۱/۱
جمع	۱۷۵	۱۰۰

## تحلیل استنباطی

برای آزمون صحت مدل نظری تحقیق و محاسبه ضرایب تأثیر از روش مدلیابی معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار لیزرل استفاده شده است. مدلیابی معادله ساختاری یک رویکرد جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و پنهان است. در میان تمامی شیوه تحلیل چند متغیره تنها روش معادلات ساختاری است که همزمان هم از تحلیل رگرسیون چندگانه و هم از تحلیل عاملی استفاده می‌کند. جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری استفاده شده است.

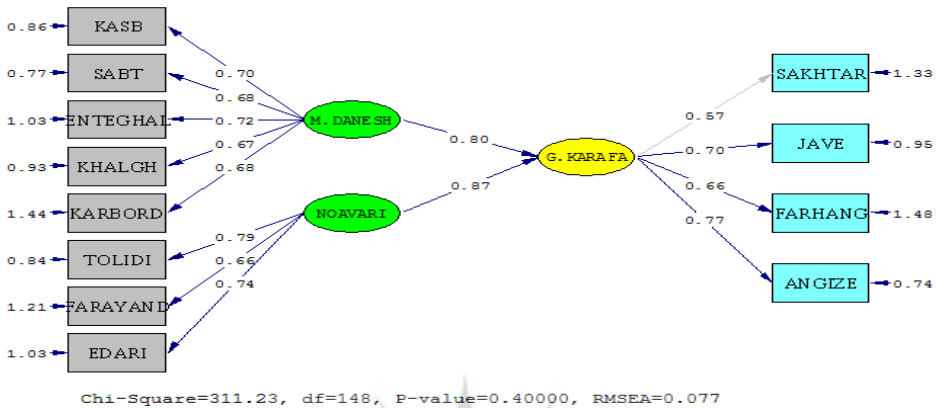
## برازش مدل

با توجه به نتایج جدول ۲- شاخص‌های برازندگی در مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی، ابزارهای پژوهش می‌توان گفت مقدار خوبی دو در مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی در سطح خطای ۵ درصد معنادار است. همچنین، نسبت خوبی دو به درجه آزادی در مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی با توجه به ملاک مدنظر، بیانگر برازش مناسب مدل است. مقدار شاخص RMSEA در دامنه قابل قبول قرار دارد و این امر نیز گویای مقدار خطای قابل قبول در مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی است. مقادیر شاخص‌های  $NFI$ ،  $AGFI$ ،  $GFI$ ،  $CFI$  و  $NNFI$  در مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی نیز با توجه به ملاک مدنظر مطلوب ارزیابی شدند که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل معادلات ساختاری فرضیه اصلی است.

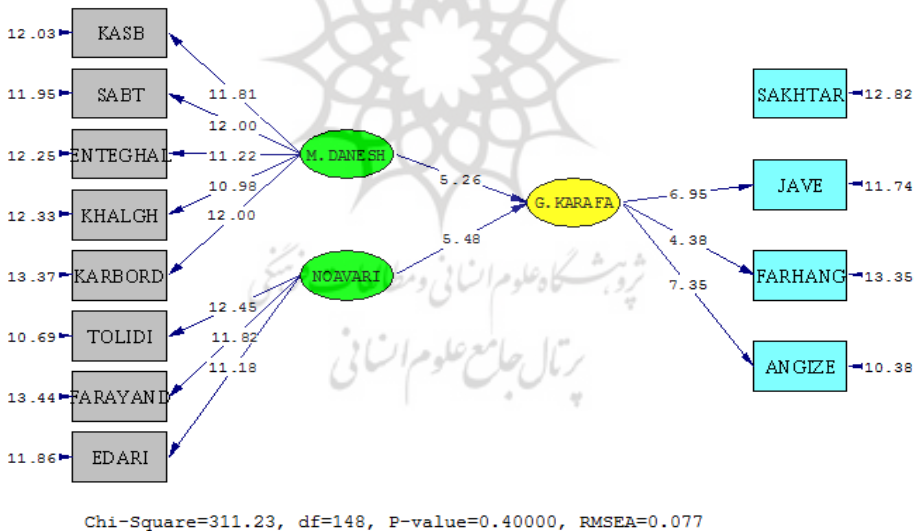
جدول ۲ نتایج برازش مدل

نتیجه	مقدار مجاز	اعداد به دست آمده	شاخص	معیارهای برازش مدل
برازش مناسب	کمتر از ۳	۱/۶۹	K2/df	نسبت کای دو به درجه آزادی
برازش مناسب	کمتر از ۱	۰/۰۳	RMSEA	ریشه میانگین مجذورات
برازش مناسب	نزدیک صفر	۰/۰۴۹	RMR	ریشه مجذور مانده‌ها
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۴	NFI	شاخص برازش هنجار شده
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۷	NNFI	شاخص نرم برازندگی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۷	CFI	شاخص برازش تطبیقی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۷	IFI	شاخص برازش اضافی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۳	RFI	شاخص برازش نسبی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۸	GFI	شاخص برازندگی
برازش مناسب	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۵	AGFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته

در این بخش به بررسی آزمون فرضیات فرعی تحقیق با استفاده از نرم افزار لیزرل پرداخته شده است.



شکل ۲. ضرایب بار عاملی و مقادیر ضرایب مسیر برای فرضیه‌های اصلی پژوهش



شکل ۳. مقادیر آماره t برای فرضیه‌های اصلی پژوهش

همان‌طور که در شکل ۲ و ۳ مشاهده می‌گردد، بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که مدیریت دانش با ضریب مسیر ۰/۸ و با مقدار آماره  $t$ ، ۵/۲۶ بر گرایش کارآفرینانه کارکنان تاثیر مثبت دارد. همچنین مشخص شد که نوآوری با ضریب مسیر ۰/۸۷ و با مقدار آماره  $t$ ، ۵/۴۸ بر گرایش

کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد و با افزایش نوآوری، گرایش کارآفرینانه کارکنان نیز افزایش یافته و برعکس با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت مدیریت دانش بر گرایش کارآفرینانه کارکنان تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد و چنانچه مدیریت دانش و نوآوری در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل تقویت شود، گرایش کارآفرینی کارکنان سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اردبیل نیز تقویت خواهد شد.

### خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

جدول ۳- نتایج آزمون‌ها فرضیه‌های اصلی

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	مقدار آماره t	نتیجه
مدیریت دانش ←	۰/۸	۵/۲۶	تائید
نوآوری ←	۰/۸۷	۵/۴۸	تائید

با توجه به مقدار آماره t که از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد بزرگ‌تر است، طبق جدول ۳ مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار دارد.

### نتیجه گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کارآفرینانه کارکنان انجام شد. بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد که مدیریت دانش با ضریب مسیر ۰/۸ و با مقدار آماره t ۵/۲۶، بر گرایش کارآفرینانه کارکنان تأثیر مثبت دارد. این یافته نشان می‌دهد که با افزایش مدیریت دانش، گرایش کارآفرینانه کارکنان نیز افزایش یافته و برعکس. لذا فرضیه اصلی اول تحقیق پذیرفته می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات صفری (۱۳۹۵)، صادقی و محتشمی (۱۳۹۵)، بهرامی و همکاران (۱۳۹۵)، میرابی (۱۳۹۵)، ایزدی یزدان‌آبادی و نوشه ور (۱۳۹۴)، سالاریا (۱۳۹۳)، کارمن و جوس (۲۰۱۷)، ستین و همکاران (۲۰۱۶)، آرون (۲۰۱۴)، فاکس (۲۰۰۸) و چو و چان (۲۰۰۸) همسو است. کسب دانش، ثبت دانش خلق دانش و تسهیم دانش جدید می‌تواند دانش سازمانی کارکنان را بهبود و تغییر دهد و مقدار کمی و کیفی دانش موجود را به منظور ارائه ایده و نوآوری افزایش دهد. سازمان‌های توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند و بر گرایش کارآفرینه تأثیر مثبت

بگذارند. در سازمانی که فرهنگ تسهیم دانش وجود دارد، افراد تجربیات و ایده‌ها و بینش‌های خود را به اشتراک می‌گذارند زیرا آن را به عنوان یک وظیفه ذاتی پذیرفته‌اند، نه این که کسی آن‌ها را مجبور کند.

براساس نتایج پژوهش همچنین مشخص شد که نوآوری با ضریب مسیر  $0/87$  و با مقدار آماره  $t$   $5/48$  بر گرایش کارآفرینانه تاثیر مثبت دارد و با افزایش نوآوری، گرایش کارآفرینانه کارکنان نیز افزایش یافته و برعکس. لذا فرضیه اصلی اول تحقیق پذیرفته می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات صفری (۱۳۹۵)، صادقی و محتشمی (۱۳۹۵)، بهرامی و همکاران (۱۳۹۵)، میرابی (۱۳۹۵)، ایزدی یزدان‌آبادی و نوشته‌ور (۱۳۹۴)، سالاریا (۱۳۹۳)، کارمن و جوس (۲۰۱۷)، ستین و همکاران (۲۰۱۶)، آرون (۲۰۱۴)، فاکس (۲۰۰۸) و چو و چان (۲۰۰۸) همسو است. امروزه سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف خود در این محیط بسیار پویا به نوآوری نیاز دارند که از طریق استراتژی‌های کارآفرینی دست‌یافتنی است. برای این‌که کارآفرینان به عملکرد بالایی برسند، نیاز به ایجاد نوآوری مداوم در فرایندها، محصولات و خدمات دارند که متناسب با تغییر ترجیحات مشتریان با ارائه محصولات به روز به استمرار گرایش کارآفرینانه خود ادامه دهند. کارآفرینی و نوآوری اساس و بستر ساز تغییر و تحول و دگرگونی است. سازمان‌ها از طریق قابلیت یادگیری سازمانی می‌توانند نیازها و خواسته‌های مشتریان خود را شناسایی کنند و براساس آن به کارآفرینی سازمانی و نوآوری در محصولات خود می‌پردازند. کارآفرینان خود را با تغییرات هماهنگ می‌کنند و تلاش می‌کنند فرصت‌های ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری کنند. کارآفرینان باید عرصه را برای شکوفا کردن استعدادهای کارکنان مهیا کنند و از کارکنان نوآور و با ایده‌های قابل تجاری سازی حمایت‌های مالی و معنوی کنند تا به عملکرد و اهداف سازمان دست یابند.

## منابع

- استراوس، آنسلم و کرین، جولیت (۱۳۹۵). مبانی پژوهش کیفی فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای (ترجمه ابراهیم افشار) تهران: تشریحی.
- هگی، جان ادموند. هفت راز ارتباطات مؤثر در کسب و کار. ترجمه ی حسن نصیری قیادری و حمیدرضا مرادخانی (۱۳۸۲). مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- هیستریچ، رابرتدی. پیترز، مایکلپی. کارآفرینی (جلد اول). ترجمه ی سید علیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری (۱۳۸۳). انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- سالاریان، محسن (۱۳۹۳). رابطه مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی، مرکز مطالعات و بررسی‌های راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی/ اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران.
- سیف‌اللهی، ناصر (۱۴۰۰). بررسی اثر ابعاد مدیریت دانش بر زنجیره ارزش در صنعت زنبورداری مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره، ۲-۴۹، شماره ۴۸۰۴-۷۹۷.
- 10.22059/IJAEDR.2019.271552.668687: doi
- سیف‌اللهی، ناصر (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر بهره‌وری سازمانی (موردمطالعه: پتروشیمی شرکت تبریز دوره ۵۱، شماره ۵، پیاپی، ۱۳۹-۱۵۶، doi: 10.30495/QJOPM.2020.579815.2281T
- سیف‌اللهی، ناصر؛ حاضری، هاتف؛ آسوده علی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری فناورانه بر خلق مزیت رقابتی نمونه پژوهش: شرکتهای تولیدی پارسنختر و پارس شهاب). مدیریت راهبردی دانش سازمانی، سال دوم، شماره ۵ - ۱۳، ۵-۱۳
- صادقی، زینب و محتشمی، رضا (۱۳۹۴). ارتباط عملیات استراتژیک منابع انسانی و نوآوری سازمانی در یکی از مراکز نظامی، مجله طب نظامی، سال سیزدهم، شماره ۲، صص ۹۷-۱۰۲.
- میرابی، حمید (۱۳۹۵). "اثرپذیری کارآفرینی در سازمان از ساختار سازمانی" فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره ۷، سال دوم، صص ۱۵۰-۲۰۰.
- هیستریچ، رابرتدی. پیترز، مایکلپی. کارآفرینی (جلد اول). ترجمه ی سید علیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری (۱۳۸۳). انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
- Bolisani, E., and Bratianu, C. (2018). *The elusive definition of knowledge, in: Emergent Knowledge Strategies: Strategic Thinking in Knowledge Management*. Springer International Publishing, Cham, 1-22.
- Cano, R.C., Carrillat, F.A., Jaramillo, F., (2004). *A meta-analysis of the relationship between market orientation and business performance: evidence from five continents*. *International Journal of Research in Marketing* 21, 179- 200.
- Cassiman, B., and Valentini, G. (2016). *Open innovation: Are inbound and outbound knowledge flows really complementary?*. *Strategic Management*, 37, 6, 1034-1046.
- Çetin F, Şeşen H, Basım HN. (2016). *Exploring the Effects of EFQM Excellence Model on the Process of Intrapreneurship: A Research from Turkey*. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*. Apr 18; 2(4):173-191.
- Chang, J. (1998). *Model of corporate entrepreneurship: Intrapreneurship and exopreneurship*. *Borneo Review*, 9(2), 187-213.

- Crockett, D. R. (2005). *The venture management team in corporate entrepreneurship: The role of corporate support and control*. Ph.D Dissertation Abstract. The University of Texas at
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Small Business Journal*, 11-31.
- Fox, Julie M.(2008). *Organization Entrepreneurship And The Organizational Performance Linkage In University Extension*. USASBE 2011 Proceedings. 2008. 0429 – 0459.
- Hadi Ali, F., Ali, M., Malik, S.Z., Hamza, M.A., and Fawad Ali, H. (2020). *Managers' Open Innovation and Business Performance in SMEs: A Moderated Mediation Model of Job Crafting and Gender*. *Journal Open Innovation. Technol. Mark. Complex*, 6, 89, 1-15.
- Hisrich, R., Peters, M. and Dea, S. 2005. *Entrepreneurship Taut MC Grow*. Hill Publishing Company Fifth Edition, New York. 608.
- Hisrich, Robert B, peters -Michael P. (2002). *Entrepreneurship*. Tata MC raw grow- hill
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). *An interactive model of the corporate entrepreneurship Process*. *Theory and Practice*, 17 29-37.
- Huang, S.K.; Wang, Y-L(2011). "Entrepreneurial orientation , learning orientation, and innovator in small and medium enterprises", *Procedia social & behavioral sciences*, 24, pp:563-570.
- Huang, T.-T., Chen, L., Stewart, R. A., & Panuwatwanich, K. (2013). *Leveraging power of learning capability upon manufacturing operations*. *International Journal of Production Economics*, 145(1), 233-252.
- Huarng, K.H., Tur, A.M., and Moreno, F.C. (2018). *Innovation, knowledge, judgment, and decision-making as virtuous cycles*. *Journal of Business Research*, 88, 278-281.
- Jarrar, N. S., & Smith, M. (2014). *Innovation in entrepreneurial organisations: A platform for contemporary management change and a value creator*. *The British Accounting Review*, 46(1), 60-76.
- Johnson, T.L., Fletcher, S.R., Baker, W., and Charles, R.L. (2019). *How and why we need to capture tacit knowledge in manufacturing: Case studies of visual inspection*. *Applied Ergonomics*, 74, 1-9.
- Kuhn, B.; Sassmannshausen, SP; Zollin, R.(2010). "Entrepreneurial management as a strategic choice in firm behavior: Linking it with performance", paper presented at the HTSF conference in Twente, The Netherlands .
- Lehaney B., Clarke S., Coakes E. and Jack G. (2004). *Beyond Knowledge Management*. Idea Group Publishing, London.
- Lloria M.B. (2008). *A review of the main approaches to knowledge management*. *Knowledge Management Research & Practice* 6(1), 77-89.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and linking it to performance*. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Maravilhas, S., and Martins, J. (2019). *Strategic knowledge management a digital environment: Tacit and explicit knowledge in Fab Labs*. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.061>.



- Miller, D. (1983). *The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management Science*, 29(7), 770–791.
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N. O. (2011). *Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. Industrial Marketing Management*, 40(3), 336-345
- Ovuakporie, O.D., Pillai, K.G., Wang, CH., and Wei, Y. (2021). *Differential moderating effects of strategic and operational reconfiguration on the relationship between open innovation practices and innovation performance. Research Policy*, 50, 1-17.
- Ozer, M., and Vogel, D. (2015). *Contextualized relationship between knowledge sharing and performance in software development. Journal of Management Information Systems*, 32(2), 134–161.
- Palanisamy, R. (2010). *Organizational Culture and knowledge management in ERP implementation: an empirical study. Journal of Computer Information Systems*, Vol. 48. No. 2, pp. 100 – 120.
- Penrose, E.T., 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Basil Blackwell, Oxford
- Rauch, A.; Wiklund, J.; Lumpkin, GT; Frese, M.(2009).” *Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future*”, *Entrepreneurial Theory Practice*, 33, pp:761-770.
- Rogers, Everett. M. 1995. *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press
- Shahzad, M., Ying, Q., Ur Rehman, S., Zafar, A., Ding, X., and Abbas, J. (2019). *Impact of knowledge Absorptive Capacity on Corporate Sustainability with Mediating Role of CSR: Analysis from the Asian Context. Journal of Environmental Planning and Management*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/09640568.2019.1575799>.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. Strategic Management Journal*, 11 (summer), 17-27.
- Taylor, P. (2013). “*The effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of SMEs in developing countries* “ , *African Journal of Business Management*, 7(19), pp:1927-1937.
- Teece, D. J. (2018). *Business models and dynamic capabilities. Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Timmons, J.A. (1990). *New venture creation: Entrepreneurship in the 1990s*. Homewood, Illinois: Irwin.
- Wang, C.L., Senaratne, C., and Rafiq, M. (2015). *Success traps, dynamic capabilities and firm performance. Br. J. Manage*, 26, 26–44.